



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

شعبة علوم الإعلام والاتصال



تخصص: اتصال وعلاقات عامة

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

الموسومة بـ:

اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني

"دراسة على عينة من متصفح موقع كورة"

تحت إشراف الأستاذ:

❖ د. بن عودة موسى

إعداد الطلبة:

❖ بوثلجة نحلة

❖ بن عمراوي أمال

❖ صديقي عبد المجيد

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة	الجامعة
د. سحاري عائشة	رئيسا	ابن خلدون - تيارت
د. بن عودة موسى	مشرفا ومقررا	ابن خلدون - تيارت
د. سليمان شريفة	عضوا ومناقشا	ابن خلدون - تيارت

الموسم الجامعي: 2022-2023م

"تشكرات"

بعد حمد الله - سبحانه وتعالى - وشكره والصلاة والسلام على نبيه "محمد
صلى الله عليه وسلم" نتقدم بخالص شكرنا ومظيم تقديرنا إلى:

الأستاذ الفاضل الدكتور "بن عودة موسى" الذي لم يبخل علينا بنصائحه
وتوجيهاته الثمينة ومعارفه القيمة في إنجاز هذا العمل

وإلى كل أساتذة قسم العلوم الإنسانية، شعبة الإعلام والاتصال، جامعة ابن
خلدون تيارت

إلى كل أعضاء اللجنة التي ستناقش هذا العمل

إلى كل من وقف معنا ودعمنا من بعيد أو قريب على إنجاز هذا البحث
بجهد ووقته ودعاؤه ودام ودعواته أوفياء.

إهداء

الحمد لله و كفى و الصلاة على الحبيب المصطفى و أهله و من وفى أما بعد.
الحمد لله الذي وفقني لثمين هذه الخطوة في مسيرتي الجامعية بمذكرتي هذه.
ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلي.
أهدي ثمرة جهدي ودراستي وفرحتي المنتظرة إلي من وضعتني على طريق الحياة
وغمرتني بحبها وحنانها
إلى من مهدت لي طريق العلم إلي من كانت ملجأ في هذه المرحلة
إلى من لحن لسانها بالدعاء لي ، إلى بسمة الحياة وسر الوجود أمي الغالية حفظها الله
من تربيت على يديه ومن علمني المبادئ و القيم
إلى من لا ينفصل إسمي عن إسمه
والذي الحبيب حفظه الله
إلى جسر المحبة و العطاء والصدق والوفاء إخوتي كل باسمه.
إليك أستاذي الفاضل " موسى بن عمدة " قد كنت على الدوام ملهمي وعلى
خطاكم أسير وبعلمكم أقتدي و بكم ينعقد العزم والقوة للخوض في ميادين العلم
والحياة
إلى من عرفتك معهم معنى الحياة ، إلى من تحلم بالإخاء وتميزوا بالوفاء ، إلى من
معهم سعدت صديقاتي.

إهداء

وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة
وها أنا أختتم بفضل الله بحدس تخرجي بكل نشاط وهممة بعد أن تخطيت الكثير من
العوائق وأمتن بعد حمد الله لكل من كان له فضل في مسيرتي وساعدني ولو
باليسير

أهدي تخرجي

إلى من لن يأتي مثله ولن يأخذه مكانه أحد إلى الذي كلفه الله بالصيبة والوقار

وتعب معي في مشواري الدراسي أبي الحبيب

إلى أول صدر إحتضني

إلى التي ضحكتها جزء من عافيتي إلى طابرة الصبر الطويل والقلب الكبير

الغالية أمي

إلى كل إخوتي خاصة منهم

إلى الكتاكيت الصغار

والبراءة بنات أخي

«حَفُّظُكُمْ بِاللَّهِ وَأَنْشُكُمَا نَشْئَةَ سَالِحَةٍ»

ولا ينبغي أن أنسى أساتذتي في كلية العلوم الإنسانية _ تيارت _ وخاصة قسم علوم

الاعلام والاتصال ممن كان لهم الدور الأكبر في توجيهي

داعية المولى عز وجل أن يطيل في عمركم ويرزقكم بالخيرات

__بوئلجة نخلة__

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقني لتثمين هذه الخطوة في مسيرتي

أهدي تخرجي 🕌

إلى من ظل مسندا لي بحرصه ودعائه صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة
أبي العزيز

إلى من أفضلها على نفسي إلى التي ضحت من أجلي ولم تدخر جهدا في
سبيل إسعادي على الدوام أمي الحبيبة

إلى زوجتي شريكة حياتي زوجتي الكريمة حفظها الله وأدمها معي في
طريق الصلاح

إلى الثمرة التي طيبها يؤنس خاطري

إلى أهل زوجتي

إلى زملائي في العمل

كما لا ينبغي أن أنسى كل أساتذة شعبة علوم الاعلام والاتصال بتيارتك فلم
يبدلوا علينا بمد المعلومات

__ صديقي عبد المجيد __

ملخص الدراسة:

حاولنا من خلال دراستنا الموسومة باتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني. التعرف على اتجاهات ودوافع تصفح الطلبة لموقع "كورة" الإلكتروني، حيث اعتمدنا على المنهج المسحي وأداة الاستمارة التي وزّعناها على 100 مفردة من عينة غير احتمالية قصدية من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة ابن خلدون تيارت.

حيث توصلنا إلى عدة نتائج أهمها:

أن موقع "كورة" يثير حماس الطلبة المبحوثين لحضور الاحداث الرياضية وتتبع أخبارهم، كما يولي اهتماما كبيرا بالجانب الرياضي الإخباري ويحفز متابعيه على ممارسة الأنشطة الرياضية واكتساب اللياقة البدنية وتنمية الثقافة في المجال الرياضي.

الكلمات المفتاحية: الإتجاه - الجمهور - الإعلام - الإعلام الرياضي - الإعلام الإلكتروني.

Study summary:

Through our study, we tried tagged public attitudes towards electronic sports media. To identify the trends and motives of students browsing the Koura website, as we relied on the survey method and the questionnaire that we distributed to 100 items from a non-probability intentional sample of students from the Faculty of Humanities and Social Sciences, Ibn Khaldun University, Tiaret.

We reached several results, the most important of which are:

The "Koura" website arouses the enthusiasm of the respondents to attend sporting events and follow their news. It also pays great attention to the sports news aspect and motivates its followers to practice sports activities, gain physical fitness and develop culture in the sports field.

Keywords: trend - audience - media - sports media - electronic media.

فهرس المحتويات

تشكرات

إهداءات

ملخص الدراسة

مقدمة

الجانب المنهجي

أ	مقدمة:
4	1-الإشكالية:
5	2- الفرضيات:
5	3- أهمية الدراسة.....
5	4- أهداف الدراسة:
6	5- أسباب اختيار الموضوع:
6	6- منهج الدراسة:
7	7- مجتمع البحث:
7	8- عينة البحث:
8	9- أدوات جمع البيانات:
8	10- حدود الدراسة المكانية والزمانية:
9	11- مصطلحات الدراسة:
10	12- الدراسات السابقة:
14	13- الخلفية النظرية للبحث:

الجانب النظري:

الفصل الأول: الإعلام الرياضي

"الماهية والوظائف"

18	تمهيد
19	المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرياضي وخصائصه

19	1/ مفهوم الإعلام الرياضي:
21	2/ خصائص الإعلام الرياضي :
22	المبحث الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وأهدافه
22	1/ أهمية الإعلام الرياضي:
23	2/ أهداف الإعلام الرياضي:
24	المبحث الثالث: وظائف الإعلام الرياضي وركائزه
24	1/ وظائف الإعلام الرياضي:
25	2/ ركائز الإعلام الرياضي:
27	3/ تقنية المتابعة الإعلامية:
28	خلاصة:

الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني " الماهية والأشكال "

30	تمهيد:
31	المبحث الأول: مفهوم الاعلام الالكتروني وخصائصه
31	1- مفهوم الاعلام الالكتروني:
32	2- خصائص الاعلام الالكتروني:
35	المبحث الثاني: أشكال الاعلام الالكتروني والإشكاليات التي يواجهها:
35	1- أشكال الاعلام الالكتروني:
35	2- الإشكاليات التي تواجه الإعلام الإلكتروني:
37	المبحث الثالث: أهمية الاعلام الالكتروني وبيئته:
37	1- أهمية الاعلام الالكتروني:
38	2- بيئة الاعلام الالكتروني:
39	خلاصة:

الفصل الثالث: اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

41	تمهيد:
42	المبحث الأول: مفهوم الاتجاهات وخصائصها
42	1- مفهوم الاتجاهات:

45	2- خصائص الاتجاهات:
46	المبحث الثاني: مفهوم وخصائص جمهور وسائل الاعلام والمفاهيم المرتبطة بها
46	1- مفهوم الجمهور:
47	2- مفهوم جمهور وسائل الاعلام والمفاهيم المرتبطة به:
48	3- خصائص جمهور وسائل الاعلام:
49	المبحث الثالث: أهمية دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الاعلام ومحتواها
49	1- أهمية دراسة الجمهور:
49	2- علاقة الجمهور بوسائل الاعلام ومحتواها:
51	خلاصة:

الجانب التطبيقي:

53	تمهيد:
54	1- تحليل نتائج الدراسة:
68	2- مناقشة ومعالجة الفرضيات:
70	خلاصة
71	3- النتائج العامة للدراسة:
73	خاتمة:
76	التوصيات والاقتراحات:
77	قائمة المراجع
82	الملاحق

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	الجدول
الضبط الإجرائي لمتغيرات الدراسة		
54	يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	1.
54	يوضح توزيع المبحوثين حسب السن	2.
55	يوضح توزيع المبحوثين حسب الطور الدراسي	3.
55	يوضح توزيع المبحوثين حسب الارتباط بالرياضة	4.
56	يوضح توزيع المبحوثين حسب الرياضة المفضلة	5.
المحور الأول: إقبال الطلبة على تصفح موقع كورة الرياضي للاطلاع على المواضيع الرياضية		
56	يوضح توزيع المبحوثين حسب تصفح موقع كورة	6.
57	يوضح توزيع المبحوثين حسب الأوقات المفضلة لتصفح موقع كورة	7.
58	يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع الأخبار الرياضية المتابعة	8.
58	يوضح الاستفادة من المعلومات المكتسبة من خلال تصفح موقع كورة	9.
58	يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية الاستفادة	10.
59	يوضح قيام موقع كورة بتغطية كل المواضيع المتعلقة بالرياضة	11.
59	يوضح تشجيع موقع كورة من خلال ما يقدمه من مضامين رياضية على استغلال المتابع وقته	12.
المحور الثاني: الميزات التفاعلية التي يتزود بها الطلبة		
60	ييدي اهتمامات موقع كورة	13.
60	يوضح التفاعل مع موقع كورة	14.
61	يوضح كيفية التفاعل مع موقع كورة	15.
61	يوضح أسباب التفاعل مع موقع كورة	16.
62	يوضح العناصر التي يجب أن تتوفر عليها الخاصية التفاعلية مع موقع كورة	17.
62	يوضح شكل المواضيع التي تتصفح في موقع كورة	18.

المحور الثالث: انعكاسات موقع كورة على الطلبة

63	يوضح خاصية التفاعل أساسية في موقع كورة	.19
63	يبين إيجابيات ما يقدمه موقع كورة للطلبة	.20
64	يوضح تعامل الطلبة على أن موقع كورة يتعلق بالمواضيع الرياضية فقط	.21
64	يوضح تأثير موقع كورة الطلبة وتوجيههم على تتبع المجال الرياضي واكتساب اللياقة البدنية	.22
64	يوضح موقع كورة تشجيع الطلبة لتتبع المجال الرياضي	.23
65	يوضح متابعة مواقع إلكترونية أخرى	.24
65	يوضح المواقع الأخرى المفضلة	.25
66	يوضح تقييم ما يقدمه موقع كورة للجمهور الرياضي	.26

مقدمة

يعتبر الإعلام الرياضي الإلكتروني من بين أهم وأبرز الصناعات الإعلامية في العالم، حيث يتابع الملايين من الأشخاص حول العالم الأحداث الرياضية والمباريات والأخبار المتعلقة بالرياضة، عن طريق شبكة الأنترنت والوسائط الإلكترونية.

ويشمل الإعلام الرياضي الإلكتروني مجموعة كبيرة من المنصات الإلكترونية المتخصصة في تغطية الأحداث الرياضية، مثل المواقع الرياضية والمنتديات الرياضية والتطبيقات الرياضية ومواقع التواصل الاجتماعي. وتقدم هذه المنصات مختلف أنواع الخدمات الرياضية، مثل تقارير المباريات، الأخبار الرياضية، التحليل والتعليقات، الإحصائيات والنتائج، الفيديوهات والصور والبث المباشر للمباريات.

ويعد الإعلام الرياضي الإلكتروني من أهم وسائل الترويج والتسويق للرياضة والأندية واللاعبين ويساهم في انتشار الرياضة وتعزيز شعبيتها، كما أنه يوفر فرصا للمشجعين وعشاق الرياضة لمتابعة الأحداث الرياضية والمباريات في أي وقت ومن أي مكان، ويمكنهم التفاعل والمشاركة في النقاشات الرياضية، بالإضافة إلى إيصال الأخبار الرياضية إلى المشجعين بطريقة مباشرة وفورية.

كما يمثل الإعلام الرياضي الإلكتروني جزءا لا يتجزأ من الحياة الرياضية وتشجيع الناس على ممارسة الرياضة والاهتمام. كما أنه يمثل فرصة العديد من الأشخاص لمتابعة الأحداث الرياضية والتفاعل معها والاستمتاع بمشاهدة الأداء الرياضي العالي والإثارة والتشويق المصاحبين للمنافسات الرياضية. ويمكن القول أن الإعلام الرياضي الإلكتروني يعتبر جزءا أساسيا من الحياة الرياضية الحديثة، ويعد من الوسائل الرئيسية التي يتابع بها الأشخاص الأحداث الرياضية ويتواصلون بها، ومن بين المنصات الإلكترونية المتخصصة في تغطية الأحداث الرياضية، يأتي موقع "كورة" كواحد من أشهر وأكبر المواقع الرياضية في العالم العربي، يقدم موقع "كورة" تغطية شاملة لجميع الرياضات والمنافسات الرياضية في العالم، ويقدم أخبار ومعلومات وتقارير مفصلة عن المباريات والأحداث الرياضية، ويتميز موقع "كورة" بتقديمه للقراء خدمة البث المباشر للمباريات، وهو الأمر الذي يجعله وجهة مهمة للمتابعين والمشجعين لمتابعة المباريات الرياضية على الأنترنت، كما يقدم الموقع إحصائيات ونتائج المباريات والترتيبات الرياضية، ويسمح للمشجعين بالتفاعل والتعليق على المباريات والأحداث الرياضية عبر منصاته على مواقع التواصل الاجتماعي.

يعتبر موقع "كورة" مصدرا موثوقا للأخبار الرياضية في العالم العربي، حيث يضم فريقا من المحللين والصحفيين الرياضيين المتميزين، الذين يعملون على تغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وشامل، كما يوفر

الموقع محتوى تفاعلياً، مثل الاستفتاءات والتصويتات، والتي تسمح للمشجعين بالتعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم حول المباريات.

ولقد تمحورت دراستنا حول اتجاهات الجمهور نحو الاعلام الرياضي الإلكتروني، ونظراً للاهتمام الملحوظ من المهتم التعرف على اتجاهات الجمهور نحوه، وذلك بالتركيز على اتجاهات طلبة جامعة ابن خلدون تيارت نحو تصفحهم موقع "كورة" الإلكتروني.

ومراعاة للمنهجية العلمية، تناولنا في الجانب المنهجي قمنا بتعريف للموضوع من خلال طرح الاشكالية، وكذا صياغة التساؤلات الفرعية، وأهدافها، أهميتها، وكذا أسباب اختيارنا لهذا الموضوع، إضافة إلى إطار الدراسة ومنهجها ومجتمعها وعينتها وأدواته جمع البيانات، إضافة إلى تحديد مصطلحات الدراسة والدراسات السابقة المشابهة لها. وفي أخير نظرية الإستخدامات والإشباع المناسبة للدراسة.

أما في الجانب النظري فتطرقنا إلى ثلاثة فصول وتمثلت في:

لفصل الأول تناولنا فيه مفهوم الإعلام الرياضي وخصائصه، أهميته، أهدافه، وظائفه وركائزه.

يليه الفصل الثاني، فقد احتوى على الإعلام الإلكتروني من مفهوم وخصائص، أشكاله والاشكاليات التي تواجهه، إضافة إلى أهمية بيئة الإعلام الإلكتروني.

أما الفصل الثالث والأخير فقد تناولنا فيه الاتجاهات وخصائصها إضافة إلى مفهوم الجمهور والمفاهيم المرتبطة به، كما تطرقنا إلى مفهوم جمهور وسائل الإعلام ومحتواها.

ففي الجانب التطبيقي تضمن تحديد الإستمارة وتوزيعها وتحليلها ومعالجة ومناقشة الفرضيات، واستخلاص النتائج العامة للدراسة، ثم قائمة المراجع، أما في الملاحق وضعنا نموذج عن الاستمارة.

الجانب المنهجي

1-الإشكالية:

يعد الاعلام عموما والاعلام الرياضي الالكتروني خصوصا اليوم أحد الركائز الأساسية لخدمة الاحتراف الرياضي في العالم ككل، وعليه فإن الاعلام الرياضي الالكتروني أصبح مع مرور الوقت أكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى أكثر عدد ممكن من الجماهير الرياضية خصوصا مع القرن 21.

حيث لعب الاعلام الرياضي الالكتروني دورا هاما من خلال اعتماده على الصحافة الالكترونية، وما تقدمه من معلومات وأخبار وما تنشره من ثقافة وقوانين متعلقة بالمجال الرياضي.

ومن هذا المنطلق أخذ الاعلام اتجاهها رياضيا وبرز ما يعرف بالإعلام الرياضي، فهو النشاط الاعلامي الذي يختص بتقديم الاخبار المتعلقة أساسا بالرياضة وبما تصنعه من أحداث رياضية والت يدعمها نوع من التفسير والتحليل وأيضا التوجيه لفئات المجتمع المهتمة بالرياضة.

ومن مميزات هذا الأخير مجالاته الواسعة والمتعددة منها الاعلام الرياضي الالكتروني، والذي يعتبر أنه الاعلام الذي يتم عبر طرق إلكترونية وخاصة الأنترنت.

كما ينشر الاعلام الالكتروني معلوماته وأخباره بواسطة الصحافة الالكترونية التي هي صحافة غير ورقية تبث محتواها عبر مواقع لها شبكة معلومات عالمية، ومن خصائص هذه الأخيرة تتميز بالتفاعلية والجاذبية.

وفي ظل الاستخدام المكثف للمساحات الالكترونية على شبكة الأنترنت يجد الفرد نفسه محاصرا بين العديد من المضامين التي تحاول التأثير في اتجاهاته ودفعه إلى التصرف بطريقة معينة.

لقد اكتسب الاعلام الالكتروني شعبية كبيرة، كونه يخاطب الجميع وخاصة الطلبة منهم بحكم الاحتكاك الدائم مع شبكة الأنترنت، فلا بد من التماسهم بالإعلام الرياضي الالكتروني، لذلك ارتأينا أنه من الضروري معرفة اتجاهاتهم نحوه، على اعتبار أن معرفة الاتجاه الذهني للفرد هو الطريقة الأمثل للوصول إلى الحقيقة، فنجد تركز الطلبة بقوة نحو موقع كورة الرياضي، الذي يعرف بأنه إحدى المواقع الالكترونية المتخصصة في المجال الرياضي وعلى وجه الخصوص كرة القدم، بحيث العمل على إنشائه عام 1995م.

وفي هذا السياق تبلور الصيغة التساؤلية لمشكلة دراستنا كالاتي:

- ما هي اتجاهات إقبال طلبة جامعة ابن خلدون تيارت على تصفح الموقع الالكتروني الرياضي كورة؟
وللإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية تمثل في:

01- ما مدى إقبال طلبة جامعة ابن خلدون تيارت على تصفح الأنترنت للإطلاع على موقع كورة؟

02- فيما تتمثل الميزات التفاعلية التي يتزود بها طلبة جامعة ابن خلدون تيارت من موقع "كورة"؟

03- فيما تتمثل انعكاسات موقع كورة الرياضي على طلبة جامعة ابن خلدون تيارت؟

2- الفرضيات:

01- يقبل طلبة جامعة ابن خلدون تيارت على تصفح موقع كورة الرياضي للاطلاع على المواضيع

والمضامين الرياضية.

02- يتفاعل طلبة جامعة ابن خلدون تيارت مع خدمات موقع كورة من إعجاب وتعليق.

03- يعكس موقع كورة خدمة ايجابية على طلبة جامعة ابن خلدون تيارت من خلال ما يقدمه من

معلومات وأخبار.

3- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في موضوع اتجاهات الجمهور نحو الاعلام الرياضي الالكتروني كونه يسלט الضوء على موضوع مهم يتعلق بمدى إقبال الجمهور نحو هذا النوع من الإعلام.

هذه الدراسات التي تعد قليلة إلى نادرة نوعا ما، وهو الامر الذي لمسناه من خلال إعدادنا لهذه الدراسة، كما أن هذه الدراسة تطمح لإبراز وإعطاء سبل عن اتجاه الجمهور نحو المجال الرياضي من خلال الإعلام والإعلام الالكتروني.

على صعيد آخر فإن الاعلام الرياضي الالكتروني يسعى لتقديم خلفية علمية للمختصين والهواة والمحترفين في المجال الرياضي.

كما تكمن أهمية الدراسة فيما تقدمه من إضافة علمية في مجال الاعلام والاتصال بصورة أدق ما يتعلق بمجال الاعلام الرياضي الالكتروني الذي وجد له العديد من الفروع والأقسام في الدراسات العليا.

وقد حصرت دراستنا لاتجاه الجمهور نحو الاعلام الرياضي الالكتروني عامة وعلى متصفح موقع كورة خاصة. الوقوف على واقع الاعلام الرياضي الالكتروني بكل موضوعية وواقعية.

4- أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على مدى أهمية المجال الرياضي بالنسبة للجمهور.
- معرفة مدى متابعة الطلبة للمواقع الرياضية الالكترونية "كورة".
- معرفة دوافع وأسباب اللجوء إلى موقع كورة المتخصص في تتبع الأخبار.
- التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الاعلام الرياضي الالكتروني وخاصة متصفح موقع كورة.

5- أسباب اختيار الموضوع:

إذ يعود اختيارنا لموضوع البحث لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

• الأسباب الذاتية:

- الميل والرغبة في دراسة الموضوع المتعلق بالإعلام الرياضي الإلكتروني.
- الاهتمام الشخصي بالبحث في مجال الاعلام والاتصال لأنه يندرج ضمن تخصصي.

• الأسباب الموضوعية:

- جدية الدراسات في المجال الرياضي، وما يعالجه من محاور رياضية.
- الدور العام الذي يمكن أن يلعبه الاعلام الرياضي الإلكتروني في التأثير على اتجاهات الجمهور وخاصة الطلبة.
- انتشار فكرة المواضيع الرياضية وخاصة الاعلام الرياضي الإلكتروني.

6- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية.

ويعرف المنهج على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي تثير موضوع البحث إليها وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها.¹

باعتبار أن دراستنا تندرج ضمن الدراسات المسحية، وذلك لكوننا اعتمدنا على المنهج المسحي كمنهج للدراسة، لقد عرفه الباحث ذوقان عبيدات على أنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات على الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.²

حيث اعتمدنا على هذا المنهج لأنه يتناسب مع دراستنا والتي تندرج ضمن الدراسات الحاضرة في علوم الاعلام والاتصال، وسنقوم من خلال هذا البحث بدراسة العلاقة بين متغير اتجاهات الجمهور ومتغير الاعلام الرياضي الإلكتروني، أي وصف العلاقة التي تربط بين الجمهور الذي يستخدم الأنترنت من خلال تصفح موقع كورة المتصل بالإعلام الرياضي الإلكتروني، وذلك من خلال وصف ورصد اتجاهاتهم نحوه

¹ مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل العلمية، عمان، مؤسسة الورق، ط1، 2000، ص52.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286.

والدراسات التي تستخدم منهج المسح تسمى: الدراسات المسحية، وهي الدراسات التي تقوم على محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة.¹

7- مجتمع البحث:

إن ميزة نجاح التعيين تقوم على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي الذي يشمل الطبيعة والحدثة.

ويعرفه أندريه موريس: "على أنه مجموعة عناصرها خاصة أو عدة خصائص تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث والتقصي".²

حيث يتمثل مجتمع بحثنا في طلبة جامعة ابن خلدون تيارت على جميع المستويات: ليسانس، ماستر، دكتوراه.

ولقد اخترنا هذه الفئة لأنها الأنسب في دراستنا من اجل الوصول إلى النتائج، المراد من تحليلنا وأثناء توزيع الاستمارات سنقوم بتوزيع 100 استمارة.

8- عينة البحث:

يخضع توزيع العينات إلى أكثر من عامل مثل طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة ومدى الدقة المطلوبة في النتائج.

حيث اعتمدنا في بحثنا على: عينة من العينات غير الاحتمالية المتمثلة في العينة القصدية ، وهي: "عينة يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات أو بيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثل تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة".³

وفي هذه الدراسة تم اختيار فئة الطلبة جامعة ابن خلدون تيارت لمختلف المستويات، مستخدمين الانترنت من خلال تصفحهم لموقع كورة، لمعرفة اتجاهاتهم نحو الاعلام الرياضي الالكتروني.

¹ عبد الغفار رشاد القصي، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، الجزائر، دار القصة، ط2، 2004، ص204.

³ أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص197.

9- أدوات جمع البيانات:

إن أنسب الأدوات البحثية التي تمكننا من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات التي تجيب على تساؤلات دراستنا، وتسمح بتوفير الوقت والجهد وتحقيق الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها والاحتكام إليها هي أداة الاستبيان عن طريق الاستمارة وهي من بين الأدوات الشائعة الاستعمال في علوم الاعلام والاتصال.

ويعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر، بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.¹

تتضمن استمارة الاستبيان لموضوع دراستنا من حيث الشكل ثلاث محاور وهي:

01- إقبال الطلبة على تصفح موقع كورة الرياضي للاطلاع على المواضيع الرياضية.

02- الميزات التفاعلية التي يتزود بها الطلبة من موقع كورة.

03- انعكاسات موقع كورة على الطلبة.

توزيع 100 استمارة على طلبة جامعة ابن خلدون تيارت بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- **صدق الاستبيان:** بعد إعداد الاستبيان الأولي وعرضناه على الأستاذ المشرف، وقد أدل بعض

الملاحظات، وقمنا بتعديل ما يجب تعديله، وعرضناه على بعض الأساتذة من قسم علوم الإعلام

والاتصال من أجل تحكيمه:

الأستاذة بلبليلية فتيحة نور الهدى، أستاذة في كلية العلوم الإنسانية، جامعة تيارت.

الأستاذة حاسي مليكة، أستاذة في كلية العلوم الإنسانية، جامعة تيارت.

10- حدود الدراسة المكانية والزمانية:

تحددت الدراسة زمانيا ومكانيا بالحدود التالية:

01- **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة في جامعة ابن خلدون تيارت تحديدا بكلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية، حي كارمان.

02- **الحدود الزمانية:** ويتمثل في الفترة التي استغرقها البحث من أجل الوصول على النتائج التي تتعلق

بموضوع الدراسة.

¹ محمد سرحان علي محمود، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، 2019، ص126.

كما أن هذه الدراسة أنجزت خلال الموسم الجامعي (2023/2022م). تمت في الفترة الممتدة من 05 مارس 2023 إلى غاية 20 ماي 2023.

11- مصطلحات الدراسة:

01- الاتجاه:

إصطلاحا: يعرفه جوردون ألبورت: على أنه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مر بها الفرد، والتي تعمل على توجيه استجابته نحو الموضوعات والمواقف المتعلقة بالاتجاه وتكون هذه الاستجابة بالموافقة أو المعارضة أو المحايدة.¹

إجرائيا: استعداد، ميل نسبي، يتشكل بتراكم خبرات معرفية وسلوكية، يقضي أي استجابات محددة للفرد، قد تكون سلبية أو ايجابية.

02- الجمهور:

اصطلاحا: هناك اختلاف في تحديد مفهوم الجمهور، فمنهم من اعتبره مجرد حشد أو عدد كبير من الناس، تعرفه جيهان أحمد رشتي على أنه مجموعة كبيرة من الناس تضم مختلف الطبقات الاجتماعية.²

إجرائيا: يقصد به مجموعة من الناس، تقع في محيط نشاط المنشأة.

03- الإعلام:

اصطلاحا: تقديم الاخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس والحقائق التي تساعدهم على أدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور.³

إجرائيا: هو نقل للأفكار والمعلومات عن طريق وسائل الاعلام بقصد التأثير.

04- الإعلام الرياضي:

إصطلاحا: هو تلك العملية التي تهدف بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وللجمهور من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية.⁴

¹ فح عبد القادر طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، دار النهضة العربية، بيروت، ص12.

² محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993، ص36.

³ عبد الرزاق الدليمي، الاعلام المتخصص، دار البازوري العلمية لنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص13.

⁴ محمد الحمادي، أحمد سعيد، الاعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006، ص23.

إجرائيا: الاعلام الرياضي عبارة عن عملية تهتم بنشر الاخبار والمعلومات الخاصة بالرياضة للجمهور بقصد تنمية الوعي الرياضي.

05- الإعلام الإلكتروني:

إصطلاحا: يعتمد في تكوينه ونشره على عناصر الكترونية تستبدل الادوات التقليدية تقنيات اتصال الكترونية كشبكة الانترنت.¹

إجرائيا: هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الالكترونية، تتميز بالسرعة.

12- الدراسات السابقة:

سنحاول طرح بعض الدراسات المتشابهة نوعا ما لموضوع دراستنا هاته، والتي تلقي الضوء على بعض جوانب موضوع الدراسة المقترح، وتتمثل في:

• الدراسة الأولى:

مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، بحث مسحي أجري بولاية مستغانم لفتحي بونخاري 2013.

تحديد الاشكالية:

هل يساهم الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة؟

أهداف الدراسة: معرفة مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة. تحديد مدى إقبال الجمهور إلى الصحافة المكتوبة.

فرضيات الدراسة:

- هناك إقبال كبير لأفراد المجتمع على مواضيع الاعلام الرياضي.
- يساهم الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية التنافسية.
- مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة التدريجية.

المنهج المستخدم:

المنهج الوصفي الأسلوبى لملائمته وطبيعة إجراءاتها.

¹ موقع الموسوعة العربية، تم تصفح الموقع يوم: 2023/02/26م، على الساعة 10:00 / <https://arab-encg.com.sg>

مجتمع وعينة البحث:

مواطني ولاية مستغانم الذين يمثلون مواطني الجزائر بصفة عامة في هذه الدراسة، واعتمد الباحث على عينة عشوائية منتظمة قدرت بحوالي 1000 شخص من مواطني الولاية، ثم خلال هذه الدراسة القيام بدراسة استطلاعية ب 15 شخص وعينة البحث الأساسية 1000 شخص، ثم توزيع 1160 استمارة.

النتائج المتوصل إليها:

هناك إقبال كبير لمواضيع الإعلام الرياضي المكتوب، حيث يمثل لهم مصدر اخباري لمعرفة المعلومات الرياضية.

يستخدم أسلوب التركيز على نشاط رياضي واحد، وهو ما يشهده واقع الاعلام الرياضي في الجزائر. يرون أن الاعلام الرياضي لا يعمل على نشر الثقافة الرياضية التي تساهم في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي.

توصيات الدراسة: التركيز على المواضيع العلمية الرياضية التي تساهم في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي. عليها أن تهتم بطرح ومعالجة مواضيع تستهوي جميع الفئات العمرية لدى الجمهور القارئ. أن تراعي الصحافة الرياضية جمهورها الذي يمثل الذي يمثل الرأي العام.¹

الدراسة الثانية:

● عنوان الدراسة: مساهمة الاعلام الالكتروني الرياضي في نشر الوعي الرياضي بالأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم من وجهة نظر الاعلاميين الرياضيين لدى زوازي عبد الوهاب، جامعة بوضياف- المسيلة- سنة 2018.

● تحديد الاشكالية: إلى أي مدى يساهم الإعلام الالكتروني الرياضي في نشر الوعي الرياضي لدى أندية كرة القدم الجزائرية المحترفة؟

● التساؤلات:

01- هل الاعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر يساهم في نشر الوعي الرياضي لدى أندية كرة القدم الجزائرية؟

02- هل الاعلام الرياضي الالكتروني يساهم في نشر الثقافة الرياضية لدى أندية كرة القدم الجزائرية؟

¹ فتحي بوخاري، مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، بحث مسحي أجري بولاية مستغانم، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تخصص الرياضة والصحة، 2013.

03- هل الاعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر نشر الروح الرياضية لدى أندية كرة القدم الجزائرية؟

الفرضيات:

- الاعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر يمكنه نشره لدى أندية كرة القدم الجزائرية.

الفرضية الجزئية:

01- الاعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر يساهم في نشر الوعي الرياضي في الجزائر لدى أندية كرة القدم الجزائرية.

02- الاعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر يساهم في نشر الثقافة الرياضية لدى أندية كرة القدم الجزائرية.

03- الاعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر يساهم في نشر الروح الرياضية لدى أندية كرة القدم الجزائرية.

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي الذي يهتم بجمع أوصاف دقيقة علمية للمظاهر المقصودة.

مجتمع وعينة البحث:

01- مجتمع دراستنا هي الفئة الممارسة للإعلام الرياضي الالكتروني في الجزائر من الصحفيين لأنها معنية

بمتابعة ونشر ثقافة الوعي الرياضي لدى أندية كرة القدم المحترفة الجزائرية.

الأداة: استبيان موجه للصحفيين ورؤساء التحرير ورؤساء الأقسام الرياضية والمشرفين على المواقع الالكترونية.

المجال الزمني:

بعد تحديد موضوع الدراسة تم توزيع الاستبيانات من شهر مارس 2017 إلى شهر ماي 2017 على

أفراد العينة، بعدها تم جمعها وأجريت عملية التفرغ في جوان 2017، وبعدها قمنا بالمعالجة الرقمية لمختلف النتائج المتحصل عليها.

المجال المكاني:

شمل المجال المكاني وسائل الإعلام (التلفزيون الجزائري، الإذاعة الوطنية، الصحافة المكتوبة المتخصصة في

المجال الرياضي والصحافة الالكترونية).

نتائج الدراسة: الاعلام الرياضي الالكتروني يقدم مساحة إعلامية في المواقع الالكترونية والإذاعية والتلفزية

وصفحاتها الالكترونية في تعريف ونشر الوعي الرياضي والثقافة الرياضية، ومنه الاحتراف لدى الأندية الرياضية

في الرابطتين الأولى والثانية وضرورته في برامجها المحترفة لنبد كل أشكال التعصب والعنف الرياضي وتوجيههم نحو السلوكيات الإيجابية، الوعي والمبادئ السامية لروح الرياضيين.¹

الدراسة الثالثة:

● عنوان الدراسة: الاعلام الرياضي الالكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين ل: البروفيسور عيسى الهادي ود. رعاش كمال جامعة الحلفة سنة 2020.

● تحديد الاشكالية: هل للإعلام الرياضي الالكتروني دور في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين؟

● الفرضيات:

العمامة: للإعلام الرياضي الالكتروني دور كبير في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين أثناء المتابعة.

الجزئية:

01- الطلبة الجامعيين يتبعون الاعلام الرياضي الالكتروني.

02- يعتمد الاعلام الرياضي الالكتروني على الجانب الخيري مما ينعكس سلبا في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين.

03- الاعلام الرياضي الالكتروني ينقل الرسالة بشكل موضوعي وصحيح.

المنهج المستخدم: ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية، أي استخدمنا المنهج الوصفي، وهذه البحوث تهدف إلى وصف ظاهرة ووقائع من خلال جمع الحقائق والمعلومات.

مجتمع وعينة البحث: تمثل العينة لبحثنا هذا في طلبة بعض معاهد المركز الجامعي الونشريسي تيسمسيلت وجامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، ثم اختيار العينة اختيارا عشوائيا وكان عددها 100 طالب (ة).

الأداة: الاستبيان، يعتبر أحد وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من أجل الحصول بيانات.

المجال المكاني: أجري هذا البحث على مستوى المركز الجامعي الونشريسي بتيسمسيلت وجامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.

المجال الزمني: أجري هذا البحث التطبيقي من 13 فيفري إلى 10 جوان.

¹ زواوي عبد الوهاب، مساهمة الاعلام الالكتروني الرياضي في نشر الوعي الرياضي بالأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم من وجهة نظر الاعلاميين الرياضيين، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، المجلد (09)، العدد (01)، 2018.

نتائج الدراسة:

- نستنتج أن الطلبة يستغلون الإعلام الرياضي الإلكتروني لأنه قادر على تنمية الوعي بكافة جوانبه، وكذلك هو النظام الذي يحدد ملامح الثقافة العامة للمجتمع، وذا ما يؤكد إدراك الطالب بالأهمية البالغة للإعلام الرياضي الإلكتروني، وما يقدمه من معلومات وأخبار رياضية مما يعزز لديهم الثقافة الرياضية.
- الإعلام الرياضي الإلكتروني يعتمد بدرجة متوسطة على الجانب الخبري، وذلك لسهولة نشر الأخبار وسهولة اقتنائها بينما يعتمد على كلا الجانبين "الخبري" و"التحليلي"، بدرجة عالية.
- الإعلام الرياضي الإلكتروني ينقل الاعلام بشكل صحيح، وذلك حسب آراء الطلبة المتداولين عليه.¹

13- الخلفية النظرية للبحث:

تتقاطع دراستنا مع نظرية استخدامات وإشباعات باعتبار أن الجمهور متصفح لموقع كورة يسعى لإشباع حاجاته والمتمثلة في الاطلاع على الأخبار الرياضية عموماً وكرة القدم خصوصاً، والاستفادة من مضمين الموقع (فيديوهات، مقالات، صور...)، لأنها النظرية المناسبة للوقوف على معرفة اتجاهات الجمهور وحاجياته ودوافعه عن الإعلام الرياضي الإلكتروني وطريقة إستعماله.

حيث ظهرت خلال الأربعينات من ق 20، حيث بدأت أبحاث هذه النظرية منذ عام 1944م، في دراسة "هيرتاهيرزج" التي استهدفت بشكل كامل في كتاب: "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من طرف الباحث "إيهو كاترز بلومر" في عام 1974م، ودار هذا الكتاب حول تطور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب ودوافع استخدام الفرد، من جانب آخر اهتم بها العديد من الباحثين أمثال:

"الزر سلفيد، ريفيز، ويلبوشرام" وغيرهم، تم استخدام واشباع الحاجات الفردية في وسائل الاعلام المختلفة من حيث دراسة الحاجات لكل فرد في المجتمع وعرضها في الرسائل الاعلامية المختلفة.

ويقصد بنظرية الاستخدامات والاشباعات في الاصلاح الاعلامي: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.²

¹ البروفيسور عيسى الهادي، دكتور رعاش كمال، الاعلام الرياضي الإلكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية، جامعة الخلفة، المجلد (7)، العدد (3)، 2020.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاعلام، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص84.

فروض النظرية: يقوم مدخل الاستخدامات والاشباع على فرض أساسي مؤداه أن هناك علاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار دوافع وحاجات الأفراد من جهة، وتعرض الفرد للمحتوى والاشباع المنتظر من جهة ثانية، فوسائل الاعلام تلبي العديد من الحاجات (فهي تعلم، تثقف، ترفه... الخ)

ويرى "كاتز" وزملاؤه أن مدخل الاستخدامات والاشباع يعتمد على خمسة فروض وهي:

1- إن المتلقي (المستخدم) عنصر فعال في استخدام وسائل الاعلام، ويمكن تفسير الاستخدام كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، حيث أن المتلقي يتوقع أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الاعلام بعض من أشكال إرضاء الحاجة لديه.

2- ترجع المبادرة للمستخدم (المتلقي) في ربط إرضاء حاجاته باختيار الوسيلة المناسبة، حيث تختلف كل وسيلة إعلامية في تحقيق الإشباع لمستخدميها.

3- تنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى لإرضاء الحاجات وإشباعها لدى الجمهور، ولذلك ينبغي أن تأخذ وسائل الاتصال في حسابها وجود بدائل أخرى تنافسها في إشباع الحاجات مثل: مشاهدة كرة القدم.

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

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الوسائل فقط.¹

الانتقادات الموجهة لها:

يتبنى مدخل الاستخدامات والاشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل: الدافع، الاشباع، الوظيفة والهدف، حيث لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم، وهذا ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.

تعدد الحاجات الخاصة بالفرد بين فيسيولوجية واجتماعية ونفسية، بحيث تختلف أهميتها من فرد إلى آخر من أجل تحقيق هذه الحاجات تتعدد طرق التعرض للوسائل والمحتوى.

يعتبر مدخل الاستخدامات والاشباع استخدام أفراد لجمهور وسائل الاعلام استخداما هادفا ومقصودا، لكن هناك من يرى أن استخدام الوسيلة الاعلامية يكون غير هادف في أحيان أخرى.

¹ فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائل، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2003م، ص31.

تعتمد البحوث التي تستند على نظرية الاستخدامات والاشباع على الدور الوظيفي لوسائل الإتصال من منظور فردي، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق احتلالا وظيفيا لبعض الآخر.¹

وحسب نظرية الاستخدامات والإشباع هي أن الأفراد المستقبليين للرسائل الاعلامية يختارون ما يرغبون وما لا يرغبون فيه، وذلك في مختلف المجالات.

وإذا طبقنا افتراضات هذه النظرية على الاعلام الرياضي الالكتروني وما يشتهه من مضامين موجهة إلى الجمهور من خلال اختيار الوسيلة الامثل التي تشبع حاجات ورغبات الفرد، ومن الملاحظ اليوم أصبح مسلط أكثر على أخبار متعلقة بمواقع إلكترونية، من خلال تصفح واطلاع على موقع كورة بواسطة الأنترنت، لإشباع رغباته من تنمية الثقافة الرياضية الوعي الرياضي واكتساب أكبر قدر من الثقافة الرياضية وتنمية الوعي الرياضي، واكتساب أكبر قدر ممكن من المعلومات والأخبار المتعلقة بالمجال الرياضي.²

¹ محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص262.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، المرجع السابق، ص84.

الجانب النظري:

الفصل الأول:

الإعلام الرياضي "الماهية والوظائف"

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرياضي وخصائصه

1/ مفهوم الإعلام الرياضي

2/ خصائص الإعلام الرياضي

المبحث الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وأهدافه

1/ أهمية الإعلام الرياضي

2/ أهداف الإعلام الرياضي

المبحث الثالث: وظائف الإعلام الرياضي وركائزه

1/ وظائف الإعلام الرياضي

2/ ركائز الإعلام الرياضي

خلاصة

تمهيد:

يشهد العالم اهتماماً متزايداً بالإعلام ووسائله كما نشهد جميعاً تطور وسائله وتنوع أساليبه وتحديثها وقد أدى ذلك إلى تمكينه من تحقيق رسالته على مدى أوسع واعتمادها في كل المجالات التي دخلها كالرياضة، وهو ما جعل الإعلام الرياضي يأتي كحتمية تفرضها الحاجة الماسة إليه والدليل هو أن ما نراه من اهتمام متزايد يوماً بعد يوم بهذا النوع من الإعلام في كل دول العالم التي أصبحت تولي اهتماماً كبيراً به، فأنشأت محطات إعلامية متنوعة وأقسام رياضية مخصصة وصرفت له مبالغ مالية كبيرة، وأنشأت له معاهد علمية ذات مستوى تكنولوجي عالي وجد متطور من أجل رفع مستواه الفني والتقني (الاحترافي) نظراً لتأثيره الاجتماعي الكبير.

فالإعلام الرياضي يؤدي عدة أدوار باعتباره مرآة المجتمع وضرورة من ضرورياته.

فهو يمد المجتمع بالأخبار يومياً وبشكل تفصيلي ويمده بثقافة ووعي رياضي وذلك بغرض راحة المتابع في تتبع أحداث الساحة الرياضية، والإعلام كبير والإعلام الرياضي أحد أكبر روافده.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرياضي وخصائصه

1/ مفهوم الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر المعلومات والأخبار والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي كما هو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.¹

ويرى محمد الحمامي أن الإعلام في المجال الرياضي يهتم بنشر المعلومات المعرفة والمرتبطة بمجال الرياضة، وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية.²

وعرف كل من محمد خيرالدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم بأن الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.³

أما منظومة العمل التي من خلالها يتم النشر والتفسير والتعليق على الأحداث الرياضية المختلفة بموضوعية وتقديم المعلومات والأخبار الرياضية الصحيحة بهدف اكتساب الثقة الرياضية وتشكيل رأي عام رياضي صائب من خلال وسائله المختلفة.

ويوضح هذا التعريف ان الإعلام الرياضي لا يوجد من فراغ أو بجهد عشوائي وإنما هو نظام عمل له قواعد وله مؤسسات تحكم عمله وتوجهه من خلال فرق عمل وأدوار مقسمة ويعمل من خلال سياسات محددة لتحقيق أهداف معينة ترتبط بالمجال الرياضي باكتساب الجمهور المعرفة والثقافة حول كل ما يدور على الساحة

¹ حضور أديب، الإعلام الرياضي دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة الإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1 1994، ص 77

² محمد الحمامي، أحمد سعيد رجب، المرجع السابق، ص98

³ خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي ج2، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط1، 1998، ص 98

الرياضية لتشكيل اتجاهاته وأراء اتجاه القضايا الرياضية المختلفة من خلال وسائل الإعلام المتنوعة مع التأكد من صحة المعلومات والبعد من الجوانب الشخصية لكي يتسم بالموضوعية والصدق.¹

¹ سامح كمال عبد القادر، الإعلام وضع القرار في المجال الرياضي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2017، ص27

2/ خصائص الإعلام الرياضي :

يشير " عبد الرزاق الدليمي " إلى خصائص الإعلام الرياضي مختصرا فيها ما يلي :

الاختيار: نقصد بذلك الفئة الجماهيرية التي يتم اختيارها من أجل بث الخبر الرياضي بأسلوب يشد الجميع إليه والإعلامي الرياضي المحترف هو من يحسن اختيار جماهيره.

الجماهير: الإعلام الرياضي يتميز أنه موجه إلى قاعدة جماهيرية كبيرة ومتنوعة ، تختلف ميولها وأفكارها ولكنها تتفق بشأن حدث رياضي ما. أو ظاهرة فريق معين ، وبالتالي فالإعلام الرياضي له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير .

الاهتمام بكل قطاعات المجتمع: فالإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات حتى صغيرة العدد ، كالبرامج

الرياضية للمعوقين والألعاب الفردية والجماعية وكذلك يهتم بكافة أطياف المجتمع على سواء.¹

كما ان الإعلام الرياضي له العديد من الخصائص نجد أبرزها :

الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى كرة اليد وهكذا...

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

الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع يمكن فهمه لابد أولا دراسة وفهم المجتمع الذي يعمل فيه ، حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع.

الإعلام الرياضي عندما يسعى لجلب أكبر عدد ممكن من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء فئات محددة من الناس كالبرامج الرياضية الموجهة للمعوقين وغيرها.²

¹ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019، ص 134.

² خير الدين عويس . عطا حسن عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص 25

المبحث الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وأهدافه

1/ أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي قديماً أو حديثاً بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي له وتعريفه بأهمية دور الرياضية في حياته العامة والخاصة وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواءً الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحظة هذا التدفق من خلال المعلومات والذي يعد أمراً صعباً ، فأقل ما يتصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة التقدم الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.¹

ومن خلال هذه الفقرة يمكن أن نحدد أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في النقاط التالية:

1. للإعلام الرياضي أثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي وخاصة الموضوعات التي يتبلور عنها الرأي العام.
2. الإعلام الرياضي يلعب دوراً هاماً في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بها ويقوم بإزالة ما بينهم من فوارق طبيعية.
3. الإعلام الرياضي يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها.
4. الإعلام الرياضي يستطيع أن يلعب دوراً فعالاً في خلق الحافز وإرادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والاقتراد به كما أنه يستطيع أن يلعب دوراً حيويًا في توضيح الطرق التي يمكن بها تحريك هؤلاء اللاعبين والجمهور بهدف الوصول إلى مستوى البطولة وتحقيق الإنجازات الرياضية على المستوى الأولمي الدولي بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع الأم.

¹ خير الدين عويس . عطا حسن عبد الرحيم ، المرجع السابق، ص 2322

5. الإعلام الرياضي له تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة، لو أحسن استغلاله وفق طرق وأساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة فمثلاً: ممارسة الفتاة للرياضة، استطاع الإعلام الرياضي تغيير آراء واتجاهات أفراد المجتمع التي كانت تنظر لها من منظور ضيق إلى أننا شاهدنا السباحة "رانيا عمرو علواني" تسجل أعظم الانتصارات المصرية في دورة البحر الأبيض المتوسط عام "1997" بإيطاليا بحصولها على ثلاثة ميداليات لتسجل أعظم انتصار رياضي عجز عن تحقيقه الرجال حتى الآن.¹

. من خلال هذا الموجز يمكن القول بان الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج إذاعية (إذاعة . تلفزيون) يؤثر تأثيراً كبيراً في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع الرياضي

2/ أهداف الإعلام الرياضي:

. نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها

. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.

. يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقاً مع تلك القيم والمبادئ فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع.

. نشر الاخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالمشكلات والقضايا الرياضية المعاصرة ومحاوله تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون امام الرأي العام واضحة تمنحه الفرصة كي يجد ما يراه مناسب من قرارات اتجاه القضايا أو تلك المشكلات.

. الترفيه عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.²

وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي تهدف إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.

¹ خير الدين علي عويس . عطا حسن عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص 77. 78

² خير الدين علي عويس . عطا حسن عبد الرحيم ، المرجع نفسه، ص 24.

المبحث الثالث: وظائف الإعلام الرياضي وركائزه

1/ وظائف الإعلام الرياضي:

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في احاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي.¹

لقد أولى علماء الإعلام الرياضي أهمية كبيرة للدور الوظيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع فاعتبر بعضهم الاتصال نسيجا ، فكلمة زادت فاعلية المجتمع الرياضي زادت قدرته في التنمية الرياضية ، ولقد رأى الكثير من المختصين في مجال الإعلام أنه يمكن أن نجد أنفسنا مستجيبين لهته الوسائل من غير إرادة ولا شعور. لهذا يمكن أن نحدد وظائف الإعلام الرياضي في الشكل التالي:

. الوظيفة الإخبارية: أي ما يتعلق بالأخبار الرياضية المتنوعة

. وظيفة الشرح والتفسير

. الوظيفة التثقيفية

. الوظيفة التعليمية التربوية من خلال نشر المبادئ

. وظيفة الخدمات العامة في الشؤون الرياضية

. وظيفة التسويق والإعلانات الرياضية

. وظيفة اقتصادية من خلال مداخيل الأشهار

. وظيفة التنمية الرياضية.²

¹ خير الدين علي عويس . عطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 25.

² عيسى الهادي . سليمان لاويين، المنظومة الإعلامية الرياضية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، د ط، 2015، ص53-54.

2/ ركائز الإعلام الرياضي:

حتى يتسنى لنا التعرف على ركائز الإعلام الرياضي يجب علينا أولاً التعرف على مكوناته
أ/ مكونات الإعلام الرياضي: المكونات اللازمة للإعلام الرياضي في مختلف فنونه وأنواعه تتوزع على ثلاثة عناصر هي:

➤ وسيلة إعلامية: تنشر، تنقل، تغطي، هي الوسيلة

➤ حدث رياضي: مادة صالحة للنشر والتغطية هي الموضوع

➤ إعلامي رياضي: ينقل، يحلل، يغطي، ينتقي، هو الخبير المتخصص .

ويتبين من هذه العناصر أنها تتطابق مع عناصر أي فن خبري لكن الفرق يظهر في التخصصية التي تجعل من الإعلام الرياضي إعلاماً متخصصاً ينتجه إعلامي متخصص وفق شروط فنية وتعبيرية تناسب النشاط الرياضي و تلائم ظروف حدوثه وتوقيته ورغبات المتلقين وطلابهم.

ب/ ركائز الإعلام الرياضي:

تحدث الركائز الرئيسية للإعلام الرياضي بفن التوجه إلى المستويات المتنوعة من المتلقين. والالتزام بتقنيات التعامل مع المادة الإعلامية الرياضية كمادة متخصصة لها زبائنها "المحترفون . الهواة " وإعلاميها " مصورون، محررون ومتخصصون".

ومن أهم الركائز (الشروط) التي تطبع الإعلام الرياضي:

1. الشغف بالرياضة: الإعلامي الرياضي الناجح هو الذي يحب الرياضة أو يمارسها أو يتابعها كهواي قبل أن يتخصص بالعمل في مجالها واكتساب مهاراته بالخبرة والتخصص والاطلاع والمتابعة.

2. تقنية مخاطبة المستويات: الإعلام الرياضي من حيث أنه إعلام متخصص ينتجه متخصصون ويكون موجهاً إلى مهتمين ومتابعين من الجمهور العريض الذي يتشكل من مستويات متنوعة من المتلقين الأمر الذي يتطلب معرفة:

. ماذا نكتب؟ المادة الإعلامية الرياضية

. كيف نكتب؟ الأسلوب التعبيري

. لمن نكتب؟ المستويات المختلفة للمتلقين.¹

¹ جورج كلاس. ميشال سبع، الإعلام المتخصص "فنون وتقنيات"، دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، بيروت، د ط ، 2009، ص95.

وتحدد تقنية التوجه إلى المستويات ومخاطبتها بمعرفة إلى أي مستوى فن المتلقين يتوجه ، وذلك من خلال التمييز بين المستويات التالية:

أ/ المحترفون: يتطلب المستوى الاحترافي أسلوباً رفيعاً من المخاطبة والتقييم النقدي ومعرفة أسلوب الفن الرياضي وتقنيات اللعبة ودراسة السوق الرياضية مثل الموازنات المالية للأندية والاتحاديات وأثمان المحترفين.

ب/ الهواة: يشكلون الاتجاه الأوسع من متبعي أخبار الرياضة والفرق والأبطال واللاعبين والناشئين ويرتكز على أسلوب التفسير والتشجيع وإعطاء النصح القومي.

ج/ الناشئة: وهم الفئة الأكثر تطلبا للأسلوب التبسيطي والسردى، الذي يحاكي الناشئة كالأصدقاء في الملعب ويكون العمل على تنمية الحس الرياضي.

د/ المهتمون: وهم الفئة الناقدة التي تهتم بالحدث الرياضي أو بالفريق الذي تناصره ، وتتطلب عملية إرضائهم تقديم عمليات مفصلة وواسعة عن أخبار ونشاطات كل فريق وكل لاعب وكل نادي.¹

¹ جورج كلاس . ميشال سبع، المرجع السابق، ص 97.

3/ تقنية المتابعة الإعلامية:

تتطلب عملية تقديم نص إعلامي رياضي ناجح يستجيب لرغبات الهواة ومتطلبات المحترفين ومعرفة واسعة بتقنية متابعة الأخبار ومواكبة أحداثها وملاحقة تطوراتها ونتائجها، فالإعلام الرياضي ليس مجرد مخبر بأنباء الرياضة بل هو شخص متخصص وخبير ومتابع وقادر على أن يبدي رأيه التقويمي والنقدي وأن يقدم النصائح في هذا النطاق.

وتشكل عملية المتابعة الإعلامية محور نجاح هذا النوع من الخدمات الصحافية والإعلامية الذي يحتاج من خلال تقديمه للنص الحيوي المتحرك إلى استخدام إستراتيجيات وإستعدادات تذكيرية تدل على حرفيته ومتابعته وخبرته ومسؤولية كل كلمة يقولها إضافة إلى إعطاء معلومات وأرقام وإحصائيات وأخبار خاصة. وإن الإعلام الرياضي لا يمكنه أن يقدم مادة ناجحة إن لم يعيش الحالة الرياضية قبل أن يكتب عنها، بمعنى أنه يتابع كهواي ويكتب كمحترف، فهو يعيش الحدث ويتفاعل معه ثم يكتبه.

وهذا ما يجعل منه ناقداً رياضياً ناجحاً ومعلقاً جيداً يستجيب لرغبات الهواة ومتطلباتهم المعرفية ويرضي المحترفين ويشد انتباه الجمهور من أجل حسن المتابعة.¹

¹ جورج كلاس . ميشال سبع، المرجع السابق، ص 98.

خلاصة:

يمكن القول بأن الإعلام الرياضي فرع من فروع الإعلام المتخصص وهو تلك العملية التي تهتم بنشر الاخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي.

كما يقصد به تزويد الجمهور المعني والمختص والمهتم بكافة الحقائق والاخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات أحداث الساحة الرياضية من خلال وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة من هذه القضايا.

الفصل الثاني:

الاعلام الالكتروني (ماهية، أشكال)

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الاعلام الالكتروني وخصائصه

1- مفهوم الاعلام الالكتروني

- خصائص الاعلام الالكتروني

المبحث الثاني: أشكال الاعلام الالكتروني والإشكاليات التي يواجهها

1- أشكال الاعلام الالكتروني

2- الإشكاليات التي تواجه الإعلام الالكتروني

المبحث الثالث: أهمية الاعلام الالكتروني وبيئته

1- أهمية الاعلام الالكتروني

2- بيئة الاعلام الالكتروني

خلاصة

تمهيد:

يعتبر الاعلام من الوسائل الهامة التي توفر الجو المناسب للتنمية والتغيير، حيث نجد المجتمع وخاصة شريحة الطلبة يهتمون بكل ما يقدمه الاعلام، في جميع المجالات. وتعدد العمل الاعلامي نجد ظهور وسائل إعلامية متخصصة ومختلفة من بينها الإعلام الالكتروني الذي يعمل على نقل الرسالة الإعلامية باعتماده على وسيلة الانترنت من خلال المواقع الالكترونية.

وسنحاول في هذا الفصل التطرق إلى مفهوم الاعلام الالكتروني وما يتعلق به في مختلف العناصر.

المبحث الأول: مفهوم الاعلام الالكتروني وخصائصه

1- مفهوم الاعلام الالكتروني:

يمكن القول أن الاعلام الالكتروني هو عبارة عن نوع جديد من الاعلام يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة، والأهداف. وما يميزه عن الاعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية بهدف اىصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الاعلامية المختلفة، بطريقة الكترونية متميزة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع وغيرها.

بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الاعلامية التي يستقبلها، إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين.¹

ويمكن تعريف الاعلام الالكتروني (Electronic Media) على أنه نوع جديد يتم عبر طرق إلكترونية وعلى رأسها الانترنت.²

عرف الدكتور حسين شفيق في كتابه بعنوان الاعلام الجديد (الاعلام الالكتروني): هو عبارة عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الالكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه، فهو يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة متمثلة في استخدام الحواسيب الآلية والأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الأنترنت وهو يرتكز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الاعلام.³

تعريف اللجنة العربية بالإعلام الالكتروني بأنه: الخدمات والنماذج الاعلامية الجديدة التي تنتج نشأة وتطور وسائل الاتصال الاعلامي أليا وشبه آلي في العملية الاعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الحديثة كنواتل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، وتشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية.

¹ علي عبد الفتاح، إدارة الاعلام، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص11-12.

² مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص148.

³ فتحي حسين عامر، الصحافة الالكترونية الحاضر والمستقبل، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص169-170.

- ويمكن وضع تعريف مختصر للإعلام الالكتروني على أنه نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الالكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانات متباينة وتتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير.

كما يعتبر الاعلام الالكتروني هو الساحة الأكثر الصاقا بهذه التطورات، لأنه أكبر العوامل التي أثرت في وسائل الاعلام الأقدم ظهورا.

كما أنه قد يكون الجسر إلى الاعلام والمستقبل في الوسائل الأحدث.¹

الاعلام الالكتروني هو الخدمات والنماذج الاعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الاعلامي آليا أو شبه آليا في العملية الاعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية المرئية الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لنواقل اعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون.

فالإعلام الالكتروني هو الاشارات والصور والأصوات المكونة لمواد اعلامية التي ترسل اول تستقبل عبر المجال الإلكتروني مغناطيسي.²

2- خصائص الاعلام الالكتروني:

يتمتع الاعلام الالكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي أنواع الاعلام الأخرى وهي:

- **خاصية التوفر:** الاعلام الالكتروني متوفرا دائما إذ يمكن للإعلامي أو المواطن أن يحصل على أية معلومة تم نشرها على موقع إلكتروني أو صحيفة الكترونية دون طلب الرخصة لإعطائه تلك المعلومة وفي أي وقت كان، ويوفر أرشيفا إعلاميا إلكترونيا للجميع دون قيود.
- **خاصية الشمولية:** أي التنوع والشمول في المحتوى إذا كان الإعلامي في الإعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود مساحة كافية ومخصصة لطرح موضوع او إنجاز عمل إعلامي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، ولكن بفضل الأنترنت أتاحت بإنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات إلكترونية.
- **خاصية الإنفتاحية:** ومنه نسبة كبيرة تتسم بالاستقلالية عن المؤسسات الحكومية وهو نوعا ما مجاني

¹ وسام كمال، الاعلام الالكتروني والمحمول بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2014، ص15.

² فيصل أبو غيشة، الاعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص272.

- ساهم إلى حدود معينة في إضعاف الهيمنة الكبيرة لرأس المال، والشركات الكبرى.¹
- خاصية الانسيابية من الرقابة: إذ أعطى الحرية المطلقة وتخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقنية حرية الإعلام والتعبير في معظم البلدان.
 - خاصية التواصلية: ساهم الاعلام الالكتروني بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القوائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، حيث أتاحت التكنولوجيا الرقمية أداة تمكن الجمهور من التعبير عن رأيه حول المادة المقدمة من حيث تبادل التعليقات وتشكيل شبكة الاتصالات والتواصل بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف والتعود على تقبل الآخر مهما كان اختلاف وجهات النظر.
 - خاصية التعددية الثقافية: فالإعلام الالكتروني يسر موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري إذ روج الثقافة واحترام رأي الآخر عن طريق توفير فرص التفاعل والمدخلات المستمرة والتواصل بين الإعلام والجمهور بطرق مختلفة.²
 - خاصية التطور السريع: إن الاعلام الالكتروني يتطور بشكل سريع ومتواصل وأصبح ظاهرة عالمية لا يمكن الاستغناء عنها، حيث أصبح الاداة الاساسية في تسيير الاقتصاد الرأسمالي، والإدارة الحكومية وذلك بفضل الأنترنت الذي يعتبر الوسيلة الأساسية. فالإحصائيات والدراسات العالمية تشير إلى أن استخدام الانترنت في العالم يتزايد بشكل كبير جدا، ويتطور بشكل سريع ومتواصل.
 - خاصية البناء الثقافي: إذ يساهم في انتشار الثقافة الالكترونية بين أفراد المجتمع وخاصة في مجال التعليم الالكتروني.
 - خاصية التفاعلية: سرعة استجابة الجمهور وسهولة مناقشة الحدث أو الموضوع، إذ دخل الجمهور كشريك أساسي في وضع محتوى الاعلام ومكن الجمهور من التفاعل مع المادة الاعلامية من خلال النص المكتوب والصوت والصورة والفيديو، وحفظ نسخة من النص وسهولة الرجوع إليه في أي وقت.

¹ إيمان عبد الرؤوف سليمان، الاعلام الآلي والأداء التنظيمي، دار غيداء لنشر، عمان، 2020، ص17.

² إيمان عبد الرؤوف سليمان، المرجع السابق، ص18.

- خاصية التحديث: إذ يتم تحديث او تجديد الأخبار والمواد الإعلامية باستمرار دون مواعيد ثابتة. فالمحتوى الاعلامي الالكتروني يتمتع بالسبق والقدرة على التفاعل واستخدام الصورة ومقاطع الفيديو، والخلفيات والمعلومات الأساسية والتحليلات ومقالات الرأي ذات العلاقة.¹

¹ فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص179-180.

المبحث الثاني: أشكال الاعلام الالكتروني والإشكاليات التي يواجهها:

1- أشكال الاعلام الالكتروني:

فيما يلي بعض من أهم أشكال الاعلام الالكتروني:

- الموقع الاعلامية على شبكة الانترنت.
- الصحافة الالكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، وحزم النشر الصحفي.
- الإذاعة الالكترونية والتلفزيون الالكتروني، خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة من خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني"، والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وعلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشيف الالكتروني.
- الإعلانات الالكترونية، خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة:
- تواصلية ومعرفية وترفيهية.
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال.¹
- بث الرسائل الإعلامية القصيرة وغيرها.
- بث خدمات الاخبار العاجلة.
- خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
- بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة SMS و MMS وغيرها.²

2- الإشكاليات التي تواجه الإعلام الالكتروني:

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات المعلومات التي تحتويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف الضوابط المسيطرة على نشر العنف والتطرف.

¹ مروى عصام صالح، المرجع السابق، ص 156.

² فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص 189.

- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.¹
- تفتيت دائرة التلقي والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة، وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك حقوق نشر الملكية الفكرية.
- ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة:
- القلة الكبيرة في الأعداد الجماهيرية الالكترونية، بحيث ساهم ذلك في التراجع في تطور الوسائل الإعلامية الالكترونية ودمجهم في إطار استخدام الأنترنت.
- القلة الشرعية القانونية التي تواجهها الوسائل الإعلامية الالكترونية.²
- خاصية التنوع: تعد هذه الخاصية من أبرز خصائص الإعلام الالكتروني. إذ أن النشر في الإعلام التقليدي يتحدد بمساحة معينة، فيما يختلف الأمر تماما في بيئة الإعلام الالكتروني التي توفر أمام المستخدم مساحة كافية لعرض أفكاره مع امكانية التنوع في المصادر والمعلومات عن طريق خاصية الروابط الشعبية التي تحيل المستخدم إلى معلومات تدعم فكرة الناشر، والروابط الشعبية على كلمة أو صورة أو شعار أو رسم يتم تضليله أو تعينها بطريقة ما من صاحب الموقع.
- خاصية المرونة: تتمثل خاصية المرونة في الاعلام بإمكانية انتقاء المستخدم للمعلومات التي يرغب وبالشكل الذي يفضل، عن طريق إمكانية الوصول إلى كم هائل من المعلومات والتعامل معها وإعادة تحريرها كما يرى المستخدم مع توفر الفرصة أمامه للتأكد من مدى صحة المعلومات.³
- يرى فريق الخبراء أن الاعلام الالكتروني بوضعه الحالي سيتم بما يلي:
- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائر مستخدميه.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين اطراف العملية الاتصالية.
- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل إعلام الفرد القائم على البث الشخصي.⁴

¹ علي عبد الفتاح، المرجع السابق، ص17.

² مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص158.

³ حيدر شهيد هاشم، الدعاية في الاعلام الجديد، دار أجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص114.

⁴ فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص273.

المبحث الثالث: أهمية الاعلام الالكتروني وبيئته:

1- أهمية الاعلام الالكتروني:

- الانتشار الواسع بين الناس دون استثناء وخصوصا فئة الشباب التي تعتبر هي الاهم بالمجتمع.
- وجود الإعلام الحر وتعدد وجهات النظر مما يجعل المتابع للإعلام الالكتروني يبحث عن وجهات نظر مختلفة ويختار أقربها إلى ذهنه ويقوم باعتمادها مباشرة بعد أن يطلع على مصادر الأخبار المختلفة في التوجهات والرأي.
- امكانية الاستفادة من مواهب الجميع والتعبير عن الآراء بحرية وكذلك امكانية طرح وجهة نظر للآخرين دون قيود أو مشاكل.
- سهولة تلقي المعلومات من مختلف أنحاء العالم وسهولة طرح المعلومات بالصوت والصورة والكتابة إلى جميع أنحاء العالم، فهو يختصر الزمان والمكان، ولا يعرف الحدود كالإذاعات والتلفاز وحتى القنوات الفضائية لها احيانا حدود عبر أقمار معينة، أما الانترنت فلا يعرف الحدود.
- إمكانية الوصول للمعلومات والأخبار القديمة أيضا، حيث أن وسائل الإعلام الأخرى تركز على المعلومات الحديثة والأخبار الحديثة، وهذا يعني أن الإعلام الالكتروني يوثق أحداث كبيرة مرت على هذا العالم.
- إمكانية التواصل مع الآخرين بسهولة وبساطة كذلك فإن الأنترنت ليس حكرا على طبقة دون الأخرى، فالكثير من الناس، ومن مختلف الطبقات يملكون الأنترنت، ويتصفحون المواقع الاخبارية خصوصا.
- بخصوص التنظيمات، فالإعلام الالكتروني يمكن القاعدة من التحرك على الصعيد دون قيود القيادات، فالقاعدة دوما تحس بالراحة لامتلاكها حريتها في بعض الامور وخصوص الاعلامية.¹
- إمكانية التنسيق البسيط بين الكوادر في المجال الإعلامي، وامكانية إيصال أي رسالة لأي من العالم وبطرق مختلفة.
- الاعلام الالكتروني حرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، فله مطلق الحرية بتلقي أي معلومة دون قيود.

¹ فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص136.

- الحصول على المعلومات بسرعة كبيرة من مصادرها ومن موقع الحدث وبشكل يسير وبسيط.
- إمكانية التغيير في المجتمع والشباب نحو الأفضل، حيث أنه عندما يتحررون من التبعية الإعلامية يصبح لديهم الأفق الواسع الذي يجعله يغيرون مجتمعاتهم وبلدانهم نحو الافضل.
- تمتاز الانترنت بإمكانية التحكم بطبيعة المعلومات التي تحتاج إليها، والتحكم بوقت ونوعية المواضيع التي يحتاج لقرائتها.¹

2- بيئة الاعلام الالكتروني:

ضلت بيئة العمل الاعلامي لسنوات طويل تتبع منهاجا يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الاعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو رسالة تقرير تلتقطها الأذن عبر الصحف الورقية أو عبر التلفزيون في المقابل تغيير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الالكتروني ليتخذ مسارا يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة، حيث وضع أربعة مراحل:

- 01- المرحلة الأولى: ساحة الاحداث ومصادر المعلومات.
- 02- المرحلة الثانية: جهة الاتصال.
- 03- المرحلة الثالثة: وسيلة الاتصال.
- 04- المرحلة الرابعة: الجمهور المتلقي.²

¹ فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص137.

² مروى عصام صلا، المرجع السابق، ص158-160.

خلاصة:

الإعلام الالكتروني هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق عبر مواقع إلكترونية متعلقة بالرياضة، بالاعتماد على الأنترنت بقصد إعطاء مضامين ومواضيع مختلفة بين الجمهور، من خلال ترك تأثير فيهم.

الفصل الثالث:

"اتجاهات جمهور

وسائل الإعلام"

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الاتجاهات وخصائصها

1- مفهوم الاتجاهات

2- خصائص الاتجاهات

المبحث الثاني: مفهوم وخصائص جمهور وسائل الإعلام والمفاهيم المرتبطة بها

1- مفهوم الجمهور

2- مفهوم جمهور وسائل الاعلام والمفاهيم المرتبطة به:

3- خصائص جمهور وسائل الاعلام:

المبحث الثالث: أهمية دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الاعلام ومحتواها

1- أهمية دراسة الجمهور:

2- علاقة الجمهور بوسائل الاعلام ومحتواها:

خلاصة:

تمهيد:

اكتسب مفهوم الاتجاه قيمة كبيرة في ميدان البحوث النفسية والاجتماعية، بوصفه كوسيلة للتنبؤ بسلوك الأفراد أي يتم الاستعانة به للكشف مسبقا عما يمكن أن يفعلوه في موقف معين، ويمكن القول بأن مفهوم الاتجاه وأبرز المفاهيم وأكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي. فليس ثمة اصطلاح واحد يوفقه في عدد مرات الظهور في الدراسات التجريبية والنظرية المنشورة.

وفي هذا الفصل سنتطرق لمفهوم الاتجاه وخصائص هذا الأخير، وسنحاول في الفصل ذاته إلى التعريف بمفهوم الجمهور والمفاهيم المرتبطة به، إضافة إلى ذلك تحديد مفهوم جمهور وسائل الاعلام وأهمية دراسة الجمهور.

المبحث الأول: مفهوم الاتجاهات وخصائصها

1- مفهوم الاتجاهات:

تعد الاتجاهات من نواتج عملية التنشئة الاجتماعية، إذ يتكون لدى كل فرد وهو ينمو باتجاهات نحو الأفراد والجماعات والمؤسسات والمواقف والموضوعات الاجتماعية، ومن أمثلة الموضوعات التي كون أغلب الاتجاهات نحوها مثل موضوعات الزواج، المرأة العاملة، الوحدة العربية... إلخ.

ومصطلح الاتجاهات ترجمة عربية لمصطلح "Attitudes" في اللغة الانجليزية، وكان الفيلسوف الانجليزي "هربرت سبنسر" أول من استخدمه عام 1762م في كتابه المسمى "المبادئ الأولى".

ويعني الاتجاه أصلاً ووضعاً معيناً يتخذه الجسم للقيام بفعل معين، إلا أن معناه أخذ يتسع شيئاً فشيئاً لكي يغطي جميع أنواع الاستعدادات التي تُتخذ للقيام بأفعال سواء كانت هذه الاتجاهات ظاهرة أو نفسية كاملة.¹

وقد قدمت تعريفات متعددة للاتجاهات تلتقي جميعها في نهاية التحليل على قاعدة كون أن الاتجاه نزعة عامة مكتسبة ثابتة نسبياً، مشحونة انفعالياً، تؤثر في الدافع وتوجه السلوك.²

لقد وضع ألبورت "Allpart" ما يقارب سبعة عشر تعريفاً مستقلاً للاتجاه، نذكر منها تعريف الاتجاه على أنه مفهوم افتراضي يمثل ما يجب الفرد وما يكرهه لشيء ما، والاتجاهات هي وجهات نظر اتجاه شيء إما يكون سلوكاً أو شخصاً أو حدث.³

يستخدم مصطلح الاتجاه في معانٍ مختلفة، فقد يقصد به الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة، أما في الدراسة العلمية فيستعمل كمرادف للرأي أو الميل أو القيمة.⁴

إن الاتجاهات هي نوع من استجابات الفرد نحو موضوع أو فكرة معينة، وقد تكون هذه الاستجابات إيجابية أو سلبية وتنشأ من خلال مرور الفرد بخبرة معينة.⁵

¹ حيدر شلال متعب، اتجاهات الجمهور نحو تغطية القنوات الفضائية للأحداث الجارية، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والانسانية، جامعة بابل، ع35، تشرين الأول 2017م، ص877.

² راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، ط1، 1998، ص674.

³ سناء حسن عماشة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية (أنواعها ومدخل لقياسها)، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط1، 2010، ص14-15.

⁴ مصطفى سويق، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط2، 1996، ص326.

⁵ سناء حسن عماشة، المرجع السابق، ص17.

وبناءً عليه يكون الاتجاه عبارة عن حالة نفسية وجدانية تقوم بتوجيه سلوك الفرد نحو الأشخاص والأشياء والموضوعات، وقد أكد "ألبرت" في تعريفه على الخبرة الشخصية كعامل أساسي في تكوين الاتجاهات سواء أكان ذلك بالإيجاب أو السلب.

ويرى "كلينبارج" أن الاتجاه يعرف بأنه مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين شعورا سلبيا أو ايجابيا يشمل فكرة الفرد عن الموضوع، ومفهومه وعقائده وانفعالاته وآماله وتطولاته ومخاوفه وآرائه المتعلقة بهذا الموضوع.¹

يعرف الاتجاه بالنسبة للمعجم الاعلامي على أنه الحالة النفسية وراء أي شخص أو اعتقاد فيما يتعلق بموضوع معين، من خلال رفضه لهذا الموضوع أو قبوله، ودرجة الرفض أو القبول، ويحمل كل شخص نوعين من الاتجاهات الخاصة (الشخصية)، أو الاتجاهات العامة (اجتماعية).²

أما "بوجارديس" يعرف الانتباه بأنه ميل الفرد الذي ينحو سلوكه اتجاه بعض عناصر البيئة بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعا لقرينه من هذه العناصر أو بعدها عنها.³

وقد تعددت التعريفات المقدمة للاتجاهات حيث من الصعب تحديد مفهوم واحد وشامل غير أن المفهوم الأكثر شيوعا هو التعريف الذي قدمه المفكر الأمريكي "جوردون ألبرت"، حيث يرى بأن الاتجاه حالة من التأهب العصبي والنفسي من خلال خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستشير هذه الإجابة وفي هذا التعريف ركز "ألبرت" على أن الاتجاه مكتسب يركز على الواقع الاجتماعي والثقافي للفرد، فيكتسب من خلال التجارب والخبرات.⁴

إن موضوع الاتجاهات من المواضيع الهامة في مجال علم النفس الاجتماعي فالإتجاه هو استعداد وجداني مكتسب ثابت نسبيا يحدد سلوكنا إزاء موضوعات معينة، فالإتجاه هو محرك السلوك وليس هو السلوك واعتبر المفكر الأمريكي "جوردون ألبرت"، أن مفهوم الاتجاهات من أكثر المفاهيم شيوعا وظهورا في الدراسات التحريبية.⁵

¹ عبد الرحمان محمد عيسوي، دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964م، ص201.

² محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة ودار المشرق الثقافي، ط1، عمان، الأردن، ، 1964، ص201.

³ محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص207.

⁴ أوثنم جميلة، الاتجاهات البيئية لجمهور الإذاعات المحلية في الجزائر، العادات والانماط والاتجاهات، دار الأيتام للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019، ص63.

⁵ أوثنم جميلة، المرجع السابق، ص65.

نتج عن اختلاف علماء النفس في تصورهم لمفهوم الاتجاه العديد من التعريفات نذكر منها أن الاتجاه استجابة غير ظاهرة نتيجة كحافز وتعد ذات مغزى اجتماعي في مجتمع الفرد.¹

يشكل مفهوم الاتجاه إحدى الاشكاليات التي تتباين حولها وجهات نظر كثيرة من علماء النفس وعلماء الاجتماع، لا بل حتى بين علماء مجال تخصص الواحد، ويمكن لنا أن نتفهم هذا التباين في دلالات المفهوم بالنظر إلى التمايز في المنظومات القيمة لدى الأفراد والجماعات.

حيث تكشف القيم عن نفسها في المواقف والاتجاهات والسلوك اللفظي والفعلي والعواطف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات معينة.²

ومن أقدم التعاريف والذي لا يزال شائعاً ومتداولاً في مختلف الدراسات هو "جوردن ألبورت" الذي يعرف الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي النفسي، تنتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات تأثير موجه أو دينامية على استجابة الفرد بجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذه الاستجابة.³

تفيد المراجع بأن "هاربرت سبينسر" أول من استخدم مفهوم الاتجاهات، حيث قال في كتابه "المبادئ الأولى" "The first principles" عام 1862م "إن وصولنا إلى احكام صحيحة في المسائل الجدلية يعتمد على حد كبير على الاتجاه الذهني الذي تحمله في أثناء اصغائنا إلى هذا الجدل أو الاشتراك فيه".⁴

ومن خلال التعاريف السابقة نعرف الاتجاهات على أنها الاتجاه والاستعداد المكتسب والمتعلم، وهو علاقته بين فرد وموضوع من موضوعات البيئة، تعدد اتجاهات الفرد ذات خصائص انفعالية تمثل قدر موجب أو سالب، ويتصف الاتجاه بالذاتية أكثر من الموضوعية.

الاتجاهات منها الواضح ومنها الغامض، تختلف في درجة ترابطها ومقدار التكامل بين بعضها البعض، تتميز بالثبات النسبي والاستمرار النسبي، يبقى الاتجاه قويا على مر الزمان ويقاوم التغيير والتعديل، استعداد نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي.⁵

¹ منصور علي، التعلم ونظرياته، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة تشرين، اللاذقية، 2001، ص47.

² محمد علي، مفهوم القيم الاجتماعي الأسس النظرية والمؤثرات الاجرائية، ط1، المركز الاقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية القاهرة، 1982، ص43.

³ حلمي المليجي، علم النفس المعاصر، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2000، ص153.

⁴ عبد الله شمت المجيدل، اتجاهات طلبة كلية التربية في طلال نحو مهنة التعليم، دراسة ميدانية المجلة التربوية، ع81، م21، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ديسمبر 2006م، ص101.

⁵ سناء حسن عماشة، المرجع السابق، ص20.

2- خصائص الاتجاهات:

يلعب الاتجاهات دورا كبيرا في حياة الفرد، فهي تمثل دافعا لسلوكياته طيلة مراحل حياته وفيما يلي نلخص أهم خصائص الاتجاهات:

- الاتجاه قد يكون سلبيا أو ايجابيا وقد يكون قويا أو ضعيفا نحو شيء أو موضوع معين.
- تتفاوت الاتجاهات في وضوحها وجلالتها قسمنا ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض، ويغلب على محتوى الاتجاهات الذاتية أكثر من الموضوعية.¹
- الاتجاه يتضمن عنصرا سلوكيا يعبر عن سلوك الفرد الظاهر الموجه نحو موضوع الاتجاه.
- الاتجاه يتضمن عنصرا عقليا معرفيا يعبر عن معتقدات الفرد أو معرفته العقلية وخبراته عن موضوع الاتجاه والاتجاهات مكتسبة، وليست فطرية أو وراثية.²
- للاتجاهات خصائص معرفية وعاطفية إذ أن الفرد يدرك ويعرف موضوع الاتجاه قبل أن يستجيب له، كما أن الاتجاه له خصائص انفعالية تتمثل في الاستجابات الانفعالية والتي تبدو في حركات الفرد وقوة تغيراته.³
- الاتجاهات تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية ويشترك عدد من الأفراد والجماعات فيها.
- الاتجاهات توضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع الاتجاه.⁴
- الاتجاهات مكتسبة وليست فطرية، أي يكتسبها عن عادات لأن في حالة الاتجاهات الشخصي واعيا بها، بجانب أنه من الممكن التعبير عنها بالكلمات.
- الاتجاهات ليس عابرة، وهي تتغير بسهولة وبسرعة.
- الاتجاهات تمثل علاقة مستمرة بين الذات وموضوعات محددة ومجسدة في أشخاص أو أشياء أو نظم معينة.
- الاتجاهات ثابتة نسبيا من الصعب تفسيرها أو تكوينها اتجاه موضوعات فردية.⁵

¹ صالح محمد علي أبو جادو، علم النفس التربوي، دار المسيرة، عمان، 1998، ص216.

² علي حبيب، علم النفس الاجتماع، دار طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص97-98.

³ نبيهة صالح السمراني، علم النفس الاعلامي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، ص172.

⁴ علي حبيب، المرجع نفسه، ص97.

⁵ فاطمة الكيتاني، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بمخاوف الذات لدى الأطفال، دار الشرق، عما، ط1، 2000، ص36.

كما حدد الباحثون خصائص الاتجاه من بينها:

- 01- مكتسبة ويمكن تدعيمها أو انطفأؤها.
- 02- أكثر ديمومة من الدافعية التي تنتهي باشباعها.
- 03- يمكن قياسها والتنبؤ بها.
- 04- تمثل علاقة بين الشخص وموضوع معين.¹
- 05- قابلة للتغيير والتطوير في ظل ظروف معينة.
- 06- تتأثر بالخبرة وتؤثر فيها.
- 07- تمثل الاتجاهات في تكوينات نفسية متعلمة وليست فطرية وهذه الاتجاهات نكتسبها من خلال الخبرات خاصة تلك الخبرة الناتجة عن التفاعل مع الأشياء أو الأشخاص أو الأفكار.
- 08- تميل الاتجاهات إلى أن تكون ثابتة نسبيا بمعنى أنها لا تتغير بسرعة.²

المبحث الثاني: مفهوم وخصائص جمهور وسائل الاعلام والمفاهيم المرتبطة بها

1- مفهوم الجمهور:

تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور وندرجها على النحو التالي:

- الجمهورية في استخدام علماء الاجتماع يشير إلى تكوين اجتماعي غير محدد يشترك أعضاؤه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي، فيقول "ليندبرج" "Lundborg" أن مفهوم الجمهور لا يتحتم أن ينطبق على أي طبيعة أو جغرافية أو سياسية، وبهذا المعنى يقال أن هناك جمهورا للمتلقي وجمهورا للأدب وجمهورا للرياضة.³

وقد جاء في المعجم الاعلامي لمؤلفه محم جمال الفار "أن الجمهور مفهوم اجتماعي يختلف بين مجتمع وآخر حسب طبيعة وظروف كل مجتمع وهو مجموعة من الناس يجهم موطن معين ومصالح واحدة وظروف بيئية واحدة، ويمكن توجيههم والسيطرة عليهم واسقاط المعلومات إليهم بهدف أن يكون سلوكياتهم بالاتجاه المرغوب فيه.⁴

¹ جميلة أوشن، المرجع السابق، ص108.

² جميلة أوشن، المرجع السابق، ص109.

³ أحمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، مصر، ط1، 2009، ص21.

⁴ محمد جمال الفار، المرجع السابق، ص130.

وإن الجمهور مجموعة من الأفراد مجتمع لمشاهدة حدث ما بطريقة مباشرة وغالبا ما يكون هذا الحدث رياضيا وبالأقل فنيا ومن ثم خطايا ويتراوح عدد الجمهور عادة من بضع عشرات كما في خطبة الجمعة حتى يصل إلى عشرات الآلاف في المباريات وكرة القدم والحفلات الموسيقية.¹

الجمهور حسب المفهوم العددي هو مجموع الأشخاص الذين يفرض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحنة إذاعة أو لقناة تلفزيونية أو صحفية أو لمواقع إلكترونية أو مجموع جمهور هذه الوسائل مجتمعة وهو بالتحديد مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم ولديهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة الإعلامية.² كما يعرف أحمد إبراهيم إمام أنه جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة.

بينما يعرفها علماء الاجتماع بأنه جماعة واعية وتكون أكثر من فرد يربط أفرادها مصالح مشتركة ووعي تتأثر تأثرا جماعيا بالنسبة لبعض الأحداث المتتابعة.³

يعرفه جيهان أحمد رشدي أنه مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية تتضمن مجموعة أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنهم، وثقافتهم...⁴

وقد جاء تعريف الجمهور في "شوماك" أن الجمهور أكثر منه مجرد مجموع او عدد من الأفراد وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة لظروف الحياة.⁵

2- مفهوم جمهور وسائل الاعلام والمفاهيم المرتبطة به:

فهم جمهور وسائل الاعلام عنصرا مهما في العملية الاتصالية ومع ذلك فقد أصبحت مشكلة مع تطور التغيرات المتقاربة لتباعد وضعها الراهن، وهذا ما جعلنا نقدم اهم المفاهيم المرتبطة به.⁶

الجماهير: هي تلك المجموعات من الناس داخل أو خارج المنظمة الذين تستهدفهم برامج العلاقات العامة أو الخطط التي توضع هذه البرامج على أساسها او وفقا لنتائجها.⁷

¹ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وإعلامية، دار النشر قويسنا، 2003، ص185.

² علي قسايسة، جمهور وسائل الاتصال ومستخدميها، الوسيم للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص24.

³ أحمد محمد موسى، العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي: المكتب العصرية، ط1، 2007، ص119.

⁴ جيهان أحمد رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية ط1، مصر، 1993، ص36.

⁵ فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2009، ص202.

⁶ دنيس ماكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري، منتدى أسيار الدولي، 2010، ص586.

⁷ سمير مطاوع، العلاقات العامة جسر الاتصال والنجاح، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2019، ص123.

يتميز مفهوم الجماهير إلى التلبية أو القابلية للتأثير أو التقلب أو الأذواق العشوائية مع إهمال السياق الاجتماعي للتعرض كان المصطلح يحمل دلالة تحفيزية، إذ كان يعكس رؤية سلبية للذوق الشعبي والثقافة الجماهيرية.

الجماعة: نعرف الجماعة على أنها مجموعة صغيرة كل عضو فيها لديه معرفة ببعضه البعض، يشاركون نفس القيم داخل بنية محددة غير فترة زمنية محددة مع الشعور بتحقيق الأهداف المحددة.

مفهوم الحشد: الحشد أكبر من المجموعة لكنه يحمل ضمن حدود واضحة وتعايشه الجماعي غير دائم أو بالكاد يتغير مع نفس الخصائص المميزة، وهو لا يخضع للتنسيق الاجتماعي والاخلاقي غير منظم تحركه عاطفي وتشكله مؤقت.¹

3- خصائص جمهور وسائل الاعلام:

لدراسة جمهور وسائل الاعلام لا بد من التعرف على خصائص هذا الأخير وسماته قصد التوصل لنتائج تخص هذا الأخير وميولاته ومن اهم الخصائص والسمات التي تميز الجمهور نجد:

- السمات الأولية أو العامة وهي التي تتوافر في كل أفراد الجمهور بمستويات مختلفة والتي لا دخل للفرد في اكتسابها وغير قابلة للتعبير مثل السن، الجنس، السلالة، مكان الازدياد.²
 - السمات المكتسبة أو القابلة للتفسير مثل اللغة، مكان الإقامة، الوظيفة، التعليم، الدخل، الحالة الزوجية، حيث شهدت المرحلة الأولى في بحوث الاعلام اهتماما بهذه السمات العامة وفتاتها وهذا من خلال علاقتها بأنها لا سلوك الجمهور مع وسائل الاعلام ومفرداتها ومستوياتها.³
 - وفي السياق ذاته يرى " روبرت ميرتون " أن لهذه الفئات دلالات اجتماعية، حيث أن عناصر بعض الفئات مثل السن والنوع والتعليم والدخل يمكن أن تتماثل في سلوكياتها اتجاه الرسائل الاعلامية.⁴
- كما حدد "Maquail" الخصائص الظاهرية للجمهور على النحو التالي:

- الحجم الواسع.

- التشتت

¹ دنيس ماكويل، المرجع السابق، ص 589.

² ناجية مزبان، جمهور القنوات الفضائية العربية، مذكرة لنيل شهادة علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 29.

³ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 36.

⁴ علي قسايسة، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر، اطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 79.

- عدم التجانس.
- غياب التنظيم الاجتماعي.
- عدم التعارف أو المجهولية.¹

المبحث الثالث: أهمية دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الاعلام ومحتواها

1- أهمية دراسة الجمهور:

يعتبر الجمهور الهدف الأساسي والنهائي في عملية الاتصال إلا لم يكن لدى القائم بالاتصال الفكرة كاملة عن قدرات الجمهور العقلية وخصائصه النفسية والعاطفية وخصائصه الأولية فسوف يجد ذلك من مقدرته على الوصول إليه وإقناعه مهما كانت الرسالة مصممة تصميمًا جيدًا.²

ودراسة الجمهور لا تعني التعرف عليه فقط، بل إن من أجل التوافق معه إذ لا بد من مراعاة اهتمامه، فالكاتب في الصحيفة وغيرها من وسائل الاعلام لا يكتب لنفسه بل لقارئ محدد، وهذا القارئ لا يقبل على القراءة إلا إذا وجد صحيفة تعكس اهتمامه ورغباته ومشاكله وتوافق آرائه واتجاهاته وردود الفعل المتوقعة منه، لهذا السبب تهتم الصحف ووسائل الاعلام الأخرى بالمجليات والقضايا والحوادث الشخصية، والشخصيات المعروفة والقريبة من الجمهور كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف أو زيادة الاقبال والتعرف على أساس حب الاستطلاع لدى الجمهور يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البيئة الأقرب.³

2- علاقة الجمهور بوسائل الاعلام ومحتواها:

أ- علاقة الجمهور بالرسالة:

إن وسائل الاعلام الجماهيرية تتلاقى مع جمهورها من خلال عملية اختيار متبادلة، فالجمهور يختار من بين وسائل الاعلام على أساس المضمون الذي تقدمه، وفي المقابل تختار وسائل الاعلام جمهورها أيضا عن طريق مضمونها، ولذلك ينبغي على القائم بالاتصال تكييف رسالته وفق خصائص الجمهور، ولتحقيق ذلك لا بد ان يجيب القائم بالاتصال "المرسل" على الأسئلة التالية:

- هل سيكون الجمهور قادرا على الإلمام بالموضوع على نحو جديد؟
- هل سبق له أن تعرض لمادة اتصالية حول نفس الموضوع؟

¹ علي قسايسة، المرجع السابق، ص82.

² منى سعيد الحديدي. سلوى إمام علي، الاعلام والمجتمع، الدر المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004، ص93.

³ محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، دار الفجر، للنشر والتوزيع، م3، مصر، 2003، ص960-961.

- ما هي الصعوبات التي تواجه الجمهور عند محاولته فهم الرسالة؟¹

ب- علاقة الجمهور بالوسيلة:

لقد ضلت الاتجاهات المهيمنة في إجراء أبحاث الاتصال الجماهيري حول الجمهور ولا سيما الأبحاث المبكرة تنظر إلى آثار الوسائل الاعلامية المباشرة على الجمهور، وسادت التصورات التي ترى أن هذا الجمهور متفرق، سلبي وذو طبيعة غير شخصية، كما أكد على القابلية الشديدة للتأثر وسط الحشد بمحفزات وسائل الاعلام.

غير أن هذه الرؤيا قد استبعدت الآن لتحل محلها وجهة نظر أكثر تطوراً وتعقيداً تنظر لطبيعة للجمهور المشيدة اجتماعياً وساد التأكيد على نتائج السياق الاجتماعي على العلاقات القائمة بين أعضاء من جماعات اجتماعية مختلفة في المجتمع ومنتجات وسائل الاعلام الجماهيرية. حيث يسهم ذلك في تفسير السياق وتأويله علاقة وسائل الاعلام بجمهورها.²

¹ بشير عباس العلق. علي محمد رباحة، الترويج والاعلام التجاري، دار البازوري، عمان- الأردن، 2007، ص228.

² محمود منصور هيبه، علوم الاعلام والاتصال بالجماهير، مركز الاسكندرية للكتاب، 2004، ص110-111.

خلاصة:

نستخلص من خلال محتويات هذا الفصل أن الطريق الأمثل لدراسة الجمهور هو قياس اتجاهات هذا الأخير. فهناك ترابط كبير بين المفهومين، وعلى الرغم من الاختلاف، أضاف جمهور وسائل الاعلام إلا أنه تبقى الميزة الخالدة والتي تفرضها تغلغات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في أوساط العمل الإعلامي، وهي التفاعلية الفائقة.

الجانب التطبيقي

تمهيد

1- تحليل نتائج الدراسة

2- مناقشة ومعالجة الفرضيات

خلاصة

3- النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

نعرض في هذا الفصل تحليل البيانات المتحصل عليها من خلال تطبيق الاستمارة التي ضمنت ثلاثة محاور، حيث قمنا في هذا الفصل بتحليل نتائج الاستبيان لإعطاء توضيحات لكل نتيجة توصلنا إليها، ثم نعرض هذه النتائج في جداول خاصة وبسيطة، وبعدها نعالج ونناقش الفرضيات السابقة لنختتم في الأخير هذا الفصل بالنتائج العامة للدراسة المتوصل إليها مع بعض الاقتراحات والتوصيات.

تعريف النظام الإحصائي Spss: هو أحد التطبيقات الإحصائية التي تعمل تحت مظلة ويندوز، وهو عبارة عن مجموعة من القوائم والأدوات التي يمكن عن طريقها إدخال البيانات التي يحصل عليها الباحث العلمي عن طريق الاستبيانات أو المقابلات أو الملاحظات، ومن ثم القيام بتحليلها التحليل الإحصائي، ويعتمد النظام الإحصائي Spss على المعلومات الرقمية، ويتميز البرنامج بقدرته الكبيرة على معالجة البيانات التي يتم مدُّه بها، ويمكن استخدامه في جميع مناهج البحث العلمي.

أهمية النظام الإحصائي spss:

عند القيام بجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بمناهج البحث العلمي فإن الأمر يتطلب بعض الأدوات التي تساهم في عملية التصنيف، ومن ثم التحليل، والوصول إلى النتائج التفسيرية لافتراضات البحث المقدمة من الباحث العلمي، ويُعد النظام الإحصائي Spss من أبرز الأدوات التي تستخدم في ذلك، حيث يقوم البرنامج بوصف المتغيرات، وبالتالي تعميم ما يتم التوصل إليه من نتائج على مجتمع الدراسة، ومن المتعارف عليه أن الحصول على المعلومات من جميع مفردات المجتمع أمر غاية في الصعوبة، ويتطلب مبالغ مالية كبيرة، بالإضافة إلى ضرورة ضم عدد كبير من المشاركين في البحث العلمي، لذا فإن استخدام أسلوب العينة هو الحل الأفضل للحصول على النتائج في أقصر فترة زمنية وبأقل مجهود.¹

- تحليل نتائج الدراسة:

جدول رقم(01): يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	58	58
أنثى	42	42
المجموع	100	100,0

من خلال دراسة هذا الجدول لاحظنا أن عدد الذكور أكبر من عدد الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 58%، ونسبة الإناث 42%.

نستنتج أن إقبال الذكور على المواقع الالكترونية من اهتماماتهم لأن خصوصية المجتمع تشجع فئة الذكور لإقبال على النشاط الرياضي.

¹ موقع مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، تم تصفح الموقع 2023/04/23، على الساعة: 14:00

جدول رقم(02): يوضح توزيع المبحوثين حسب السن

السن	التكرار	النسبة %
18-25	63	63
26-33	27	27
أكثر من 33	10	10
المجموع	100	100,0

لاحظنا من خلال الجدول رقم 02 أن فئات السن تتوزع حسب الترتيب التالي: الفئة [18-25] هي المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب 36% شملت أكثر من نصف العدد الإجمالي لأفراد العينة، فئة من [26-33] هي المرتبة الثانية حيث تحصلت على نسبة 27%، أما الفئة أكثر من 33 سنة في المرتبة الأخيرة، وذلك بحصولها على نسبة قدرت ب، 10%.

نستخلص من خلال هذا أن فئة الطلبة بين 18 إلى 25 سنة هم الأكثر تتبع للمجال الرياضي بصفة عامة والأكثر تصفح لموقع كرة خاصة مما يفسر أن الطلاب في هذا السن يميلون إلى تتبع هواية معينة، نستخلص أن فئة الشباب هم الأكثر تصفحا لموقع كورة.

جدول رقم(03): يوضح توزيع المبحوثين حسب الطور الدراسي

الطور الدراسي	التكرار	النسبة %
ليسانس	53	53
ماستر	41	41
دكتوراه	6	6
المجموع	100	100,0

بعد دراستنا لهذا الجدول لاحظنا أن أعلى نسبة كانت لطلبة ليسانس حيث بلغت 53% تليها نسبة 41 % لطلبة الماستر، أما النسبة الأخيرة كانت لطلبة الدكتوراه بنسبة 6%.

نستنتج أن طلبة ليسانس هم الأكثر تتبع للمجال الرياضي والأكثر اهتماما وذلك راجع إلى عدم انشغالهم بأمور أخرى أقل نسبة إلا أن طلبة الدكتوراه لا يهتمون بالمواقع الرياضية.

جدول رقم(04): يوضح توزيع المبحوثين حسب الارتباط بالرياضة

النسبة %	التكرار	الارتباط بالرياضة
30	30	قوي
58	58	متوسط
9	9	ضعيف
3	3	دون اجابة
100,0	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 أن ارتباط الطلبة بشكل متوسط بلغ أعلى نسبة كانت بـ 58% تليها نسبة الطلبة الذين أجابوا أنهم يرتبطون بالرياضة بشكل قوي بنسبة 30%، أما المبحوثين الذين يرتبطون بالرياضة بشكل ضعيف قدرت نسبتهم 09%، وهناك فئة لم تجيب في هذا السؤال نسبتهم قدرت بـ 03%. نستخلص من خلال هذا أن الطلبة الجامعيين يرتبطون بالرياضة بشكل متوسط مما يفسر عدم استقرارهم في مجال واحد و ذلك راجع إلى انشغالهم بالدراسة و امور اخرى.

جدول رقم(05): يوضح توزيع المبحوثين حسب الرياضة المفضلة

النسبة %	التكرار	الرياضة المفضلة
13	13	كرة السلة
61	61	كرة القدم
12	12	كرة اليد
14	14	الرياضة الفردية
100,0	100	المجموع

نلاحظ أن كرة القدم بلغت أعلى نسبة قدرت بـ 61% تليها اختبارات المتبقية تسلسلت بنسب متقاربة حيث تحصلت الرياضات الفردية على نسبة 14% وبعدها كرة السلة بنسبة 13%، وأخيرا نسبة 12% لكرة اليد.

نستنج أن الطلبة الجامعيين يميلون إلى كرة القدم وهي من أولوياتهم وهي الرياضة المفضلة للكثير منهم، وهي اللعبة الشعبية الأولى، أما كرة السلة أصبحت تجد متابعة من مجموعة من الطلبة خاصة الإناث منهم.

جدول رقم(06): يوضح توزيع المبحوثين حسب تصفح موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	26	26
احيانا	50	50
نادرا	24	24
المجموع	100	100,0

يتضح لنا من خلال دراسة الجدول أن أعلى نسبة كانت للطلبة الذين يتصفحون موقع كورة "أحيانا" حيث قدرت بـ 50%، تليها نسبة 26% للطلبة "المداميين" على تصفح موقع كورة، أما النسبة الباقية والأخيرة تخص الطلبة الذين "نادرا" ما يتصفحون هذا الموقع وقدرت بنسبة 24%. نستخلص أن أحيانا ما يتصفح الطلبة موقع كورة، مما يفسر كونهم يتعرضون له حسب الظروف ويتصفحونه كلما سمحت لهم الفرصة، كما أنهم مرتبطون بمتابعة أخبار الرياضية في وسائل الإعلام المختلفة.

جدول رقم(07): يوضح توزيع المبحوثين حسب الأوقات المفضلة لتصفح موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
صباحا	12	12
زوالا	17	17
مساء	41	41
ليلا	30	30
المجموع	100	100,0

لقراءة البيانات الموجودة في هذا الجدول لاحظنا أن أعلى نسبة كانت 41% دالة لصالح الطلبة الذين يتصفحون هذا الموقع "مساء"، تليه الطلبة الذين يقومون بالتصفح "ليلا" بنسبة 30%، ثم 17% بالنسبة للتصفح "زوالا"، وأخيرا التصفح خلال الفترة الصباحية بنسبة 12%.

نستنج أن الطلبة معظم تصفحهم تكون في الفترة المسائية مما يرجع إلى اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري والطلبة بصفة خاصة ميل سلوكهم إلى تصفح هذا الموقع مساءً بسبب أوقات الفراغ وأوقات المباريات.

جدول رقم(08): يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع الأخبار الرياضية المتابعة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
محلية	8	8
وطنية	22	22
دولية	26	26
الكل	44	44
المجموع	100	100,0

تبين من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين، حيث كانت أعلى نسبة تقدر بـ 44% لصالح المبحوثين الذين كانت إجاباتهم تخص "الكل"، تليها نسبة 26% تخص الطلبة الذين يتابعون الأخبار الدولية، ثم نسبة 22% شملت الذين يتابعون الأخبار الوطنية لتأتي نسبة الأخبار المحلية في الأخير بنسبة 08%.

نستنج أن معظم الطلبة يقبلون على متابعة الأخبار الرياضية ككل، وهذا راجع إلى حبهم اهتمامهم بالمجال الرياضي بصفة عامة، وعليه تأتي الأخبار الدولية في المرتبة الثانية وذلك لاهتمامهم بكرة القدم العالمية، في حين تأتي المرتبة الثالثة لصالح الأخبار الوطنية، مما يفسر شعور الطلبة بالانتماء إلى الوطن.

جدول رقم(09): يوضح الاستفادة من المعلومات المكتسبة من خلال تصفح موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	20	20
احيانا	66	66
نادرا	14	14
المجموع	100	100,0

يتضح من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حيث قدرت نسبة 66% كأعلى نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ "أحيانا"، في حين كانت إجابات "دائما" في المرتبة الثانية بنسبة 20%، ونسبة 14% للطلبة الذين أجابوا بنادرا.

نستنج أن أحيانا ما يستفيد الطلبة من المعلومات المكتسبة من خلال تصفح موقع كورة وهذا ما دلت عليه إجابات أفراد العينة، وذلك راجع لعدم شمولية الموقع.

جدول رقم(10): يوضح توزيع المبحوثين حسب، ماذا أفادتكم

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
ثقافة عامة حول كرة القدم	10	10
لياقة بدنية وتحفيز	03	03
الأخبار الرياضية	8	08
مشاهدة المباريات	79	79
المجموع	100	100,0

نلاحظ أن مشاهدة المباريات أخذت أعلى نسبة بـ 79% نظرا للشعبية الكبيرة التي تأخذها كرة القدم في العالم، وأيضا جودة البث الجيدة للموقع، بينما احتلت الثقافة العامة لكرة القدم والتي قدرت بـ 10% من أجل الإطلاع على الأخبار الرياضية، بينما احتل برنامج اللياقة البدنية والتحفيز آخر مرتبة قدرت بـ 03% ذلك لعدم وجود المشاهدين إلى هكذا نوع من البرامج.

نستخلص أن عينة الدراسة تكتسب معلومات وثقافة عامة حول الرياضة ومشاهدة المباريات والأخرى أخبار من خلال موقع كورة.

جدول رقم(11): يوضح قيام موقع كورة بتغطية كل المواضيع المتعلقة بالرياضة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	33	33
أحيانا	58	58
نادرا	9	9
المجموع	100	100,0

من خلال دراسة هذا الجدول لاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعليه إذا كانت أعلى نسبة مقدرة بـ 58% دالة لصالح أحيانا، في حين نسبة 33% خاصة بالمبحوثين الذين أجابوا بدائما، وآخر نسبة قدرت بـ 09% تخص الطلبة الذين أجابوا بنادرا.

نستخلص أن معظم الطلبة أكثر من نصف العدد الإجمالي لأفراد العينة يرون أن موقع كورة أحيانا ما يقوم بتغطية المواضيع الرياضية وذلك راجع لرؤيتهم جانب آخر، يقدمه هذا الموقع حيث يركز بالدرجة الأولى على كرة القدم والرياضات الجماعية "كرة اليد، كرة السلة، كرة الطائرة"، ولا يتهم كثيرا بالرياضات الفردية

جدول رقم(12): يوضح تشجيع موقع كورة من خلال ما يقدمه من مضامين رياضية على استغلال

المتابع وقته

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	83	83
لا	17	17
المجموع	100	100,0

تبين من خلال دراسة الجدول رقم 12 أن أعلى نسبة حصلت عليها الإجابة بـ "نعم" قدرت بـ 83%، في حين تحصلت الإجابة بـ "لا" على نسبة 17%.

نستنتج أن موقع كورة يشجع الطلبة على استغلال أوقات فراغهم وذلك بتصفحهم من خلال مواضيع الترفيهية التي يقدمها، فالأخبار الرياضية هي من الأخبار الخفيفة.

جدول رقم(13): يبيدي اهتمامات موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
الجانب الاخباري الرياضي	71	71
الجانب الاعلاني التجاري	11	11
الجانب الثقافي التربوي	11	11
الجانب الترفيهي	7	7
المجموع	100	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين متغير وآخر، حيث هي دالة لصالح الجانب الإخباري الرياضي بنسبة 73% كأعلى نسبة، في حين تساوت كلا من إجابات الجانب الإعلامي التجاري والجانب الثقافي التربوي بنسبة 11%، أما آخر نسبة قدرت بـ 07% دالة لصالح الجانب الترفيهي.

نستنتج أن أغلب المبحوثين يعتقدون أن موقع كورة يولي اهتماما كبيرا بالجانب الإخباري والذي يركز على المعلومة المتجددة يوميا والمعلومات ذات الطابع الاستهلاكي وربما هذا راجع إلى أن موقع كورة يعطي مضامين وأبعاد مباشرة موزعة على المواد الإعلامية الرياضية، حيث يقوم بتغطية الأحداث الرياضية في وقتها.

جدول رقم(14): يوضح التفاعل مع موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	26	26
أحيانا	58	58
نادرا	16	16
المجموع	100	100,0

من خلال دراستنا لهذا الجدول تبين لنا أن هناك فروق مختلفة في النسب حيث تحصلت الإجابة بـ "أحيانا" على أكبر عدد من التكرارات قدرت نسبتها بـ 58% في حين كانت الإجابة دائما في المرتبة الثانية بنسبة 26%، لتليها آخر نسبة 16% إجابات المبحوثين بـ "نادرا".

نستخلص أن أكثر من النصف الإجمالي لأفراد العينة أجابوا أنه أحيانا ما يتفاعل مع موقع مما يفسر إكتفائهم باكتساب المعلومة فقط، في حين نجد نسبة قليلة نوعا ما تتفاعل دائما مع هذا الموقع، مما يرجع ربما إلى اهتمامهم بهذه المضامين أو ربما تعودهم على ذلك.

جدول رقم(15): يوضح كيفية التفاعل مع موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
النشر	4	4
التعليق	34	34
الاعجاب	62	62
المجموع	100	100,0

تبين لنا من خلال دراسة هذا الجدول وجود فروق ذات دلالات إحصائية حيث أعلى نسبة قدرت بـ 62% لصالح الإعجاب تليها إجابات التعليق بنسبة 34%، وأخيرا إجابات 04% دالة لصالح إجابات النشر.

نستنج أكثر من نصف أفراد العينة يتفاعلون مع موقع كورة من خلال تسجيل إعجابهم فقط، وهذا راجع لعدم تكوين جمل يعلقون بها عن ما يقدمه هذا الموقع، أو ربما عدم اكتساب محتوى الطابق خصوصيات هذا الموقع.

جدول رقم(16): يوضح أسباب التفاعل مع موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
لأنني تعودت على ذلك	32	32
لأنني أجد أشخاص يشاركون نفس أفكاري	12	12,1
لأن المواضيع في صلب اهتمامي	29	29
حتى أوضح وجهة نظري	27	27
المجموع	100	100,0

من خلال الجدول نرى أن نسب تقاربت بعضها البعض حيث بلغت أعلى نسبة 32% وهم الطلبة الذين يتفاعلون مع موقع كورة على أساس أنهم تعودوا على ذلك بنسبة 29% التي مثلت المواضيع التي تصب في اهتماماتهم، أما نسبة 27% الذين يوضحون وجهة نظرهم، وأخيرا 12%، الذين يجدون أشخاص يشاركون نفس أفكارهم.

نستخلص أن أكثر الطلبة يتفاعلون مع موقع كورة لأنهم تعودوا على ذلك وهذا يفسر وفائهم وحبهم لتشجيع وتحفيز المضامين التي ينشرها هذا الموقع وإبداء آرائهم حول ما ينشره.

جدول رقم(17): يوضح العناصر التي يجب أن تتوفر في عليها الخاصية التفاعلية مع موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
التطوير في نوعية الخدمات	27	27
سرعة تجاوب المسؤولين	24	24
اعطاء مساحة للمتصفح لنشر أفكاره	49	49
المجموع	100	100,0

من خلال دراسة الجدول رقم 17 لاحظنا أن هناك فروق ذات دلالات إحصائية كأعلى نسبة كانت 49% دالة لصالح إعطاء مساحة للمتصفح ونشر أفكاره، تليها التطوير في نوعية الخدمات بنسبة 27%، وأخيرا نسبة 24% لصالح سرعة تجاوب المسؤولين.

نستخلص أن معظم الطلبة يجدون ميزة خاصة في هذا الموقع حيث أنه يوفر لهم مساحة لنشر أفكارهم وذلك بالتعليق وإبداء الآراء والتفاعل مع منشوراته.

جدول رقم(18): يوضح شكل المواضيع التي تتصفحها في موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
فيديوهات	34	34
صور	13	13
مقالات	13	13
الكل	40	40
المجموع	100	100,0

تبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة قدرت ب 40% دالة لصالح المبحوثين الذين أجابوا أنهم يتصفحون كل أشكال المواضيع الرياضية تليها نسبة 34% الخاصة بالطلبة الذين أجابوا أنهم يتصفحون موقع كورة من خلال الفيديوهات في حين تساوت كلا من الصور والمقالات بنسبة 13%.

نستنتج أن أغلب المبحوثين في كل أشكال المواضيع الرياضية التي يقدمها لهم موقع كورة، ذلك يفسر أنهم يهتمون به اهتماما كبيرا، وتتمثل الأشكال في الصور ومقالات وفيديوهات.

جدول رقم(19): يوضح خاصية التفاعل أساسية في موقع كورة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	83	83
لا	17	17
المجموع	100	100,0

من خلال هذا الجدول تبين أن إجابات المبحوثين ب "نعم" تحصلت على أعلى نسبة قدرت ب 83%، في حين إجابات المبحوثين ب "لا" قدرت نسبتها ب 17%.

نستنتج أن خاصية التفاعل ضرورية وأساسية بالنسبة لكثير من الطلبة وهذا ما لاحظناه إجابات أفراد العينة مما يفسر تشجيعهم في هذا الموقع، فالتفاعلية ضرورية ومن أساسيات الإعلام الإلكتروني.

جدول رقم(20): يبين إيجابيات ما يقدمه موقع كورة للطلبة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	66	66
أحيانا	24	24
نادرا	10	10
المجموع	100	100,0

تبين من خلال هذا الجدول أن أعلى نسبة تحصلت عليها إجابات الباحثين بـ "دائما" قدرت بـ 66%، تليها الإجابات بـ "أحيانا" بنسبة 24%، وآخر نسبة 10% بالنسبة للباحثين الذين أجابوا بـ "نادرا". نستخلص أن الطلبة دائما ما يقدم لهم موقع كورة مواضيع تكون إيجابية بالنسبة لهم، حيث يقوم الموقع بتغطية أحداث رياضية ونشر فيديوهات من أكبر المنافسات العالمية والقارية وهو أمر إيجابي يسهل للجمهور الاطلاع عليه.

جدول رقم(21): يوضح تعامل الطلبة على أن موقع كورة يتعلق بالمواضيع الرياضية فقط

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	76	76
لا	24	24
المجموع	100	100,0

تحصلت إجابات الباحثين بـ "نعم" على أكبر نسبة قدرت بـ 76%، في حين قدرت نسبة الباحثين بإجابات "لا" 24%.

نستنتج أن الطلبة يتعاملون مع موقع كورة على أنه يتعلق بمواضيع الرياضية فقط، مما يفسر قلة أو عدم تصادفهم مع أشكال ومواضيع خاصة بجانب غير الجانب الرياضي، فموقع كورة هو موقع إلكتروني متخصص في الرياضة.

جدول رقم(22): يوضح تأثير موقع كورة الطلبة وتوجيههم على تتبع المجال الرياضي واكتساب اللياقة البدنية

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	76	76
لا	24	24
المجموع	100	100,0

لاحظنا من خلال الجدول أن إجابات المبحوثين بنعم كانت أعلى نسبة وقدرت بـ 76% تليها الإجابات بـ "لا" بنسبة 24%.

نستخلص أن معظم الطلبة يرون موقع كورة يشجعهم على تتبع المجال الرياضي ويؤثر فيهم ويدفعهم إلى اكتساب لياقة بدنية، ذلك راجع إلى ممارسة الأنشطة الرياضية في أوقات فراغهم.

جدول رقم(23): يوضح موقع كورة تشجيع الطلبة لتتبع المجال الرياضي

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
المساهمة في نبذ التعصب الرياضي	17	17
تقبل الفوز والخسارة	83	83,8
المجموع	100	100,0

يوضح هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرين حيث هي دالة لصالح متغير تقبل فوز وخسارة بكل روح رياضية قدرت بنسبة 83% في حين إجابات المساهمة في نبذ التعصب الرياضي بنسبة تقدر بـ 17%.

نستنتج أن موقع كورة يهدف إلى زرع الثقافة الرياضية التي تقوم على التحلي بالأخلاق والروح الرياضية وتقبل آراء المخالفين في الميول الرياضية والتخلي عن التعصب الرياضي بتقبل النتيجة مهما كانت.

جدول رقم(24): يوضح متابعة مواقع إلكترونية أخرى

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	70	70
لا	30	30
المجموع	100	100,0

تبين من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين للإجابة بنعم كانت أعلى نسبة قدرت بـ 70%، في حين تحصلت الإجابة بـ "لا" 30%.

نستخلص أن معظم الطلبة يتابعون مواقع الكترونية أخرى وذلك راجع لتصفحهم لمواقع مختلفة وإلى تنوع اهتماماتهم ويسعون إلى إشباع حاجاتهم بالمواقع الأخرى.

جدول رقم(25): يوضح المواقع الأخرى المفضلة

النسبة (%)	التكرار	الاحتمالات		
		النسبة (%)	التكرار	في حالة الإجابة بنعم
70	70	15	15	كورة ستار Koora star
		23	23	يلا شوت yalla shoot
		8	8	وان فوتبال One Footballe
		24	24	الكل (القنوات الرياضية)
		70	70	المجموع
30	30	لا		
100	100	المجموع		

كشفت المبحوثون عن عدد من المواقع الالكترونية الرياضية التي يتصفحونها اهمها: يلا شوت، وان فوت بول، كورة ستار ،حيث نجد الطلبة يتصفحون كل المواقع الالكترونية الرياضية قدرت نسبتهم بـ 24%، وصرح البعض منهم بنسبة 23% يتصفحون موقع "يلا شوت" والبعض الآخر موقع "كورة ستار" قدرت نسبتهم بـ 15% والباقي يتصفح موقع وان فوت بول كانت نسبتهم بـ 8%. ونلاحظ ان نسبة % يتبعون مواقع إلكترونية أخرى غير رياضية .

نستنتج أن المبحوثين يتصفحون مواقع اخرى والتي تعتبر مواقع إلكترونية منافسة لموقع كورة ويلجأ إليها الجمهور لإشباع حاجاته.

جدول رقم (26): يوضح تقييم ما يقدمه موقع كورة للجمهور الرياضي

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
ممتازة	28	28
جيدة	54	54
حسنة	4	4
مقبولة	14	14
المجموع	100	100,0

من خلال الجدول رقم 26 لاحظنا أن إجابات اختلفت من متغير إلى آخر، حيث قدرت أعلى نسبة 54% دالة لصالح إجابات جيدة، تليها الإجابات ممتازة بنسبة 28%، ثم مقبولة بنسبة 14%، أما الأخيرة حسنة بنسبة شبه منعدمة قدرت بـ 04%.

نستنتج أن الطلبة ينظرون على أن مواضيع موقع كورة بنظرة جيدة، مما يفسر استجوابهم لما يقدمه هذا الموقع وتقبلهم له وتفاعلهم معه، فموقع كورة من أهم وأقدم المواقع الالكترونية التي تقدم مضمون إعلامي رياضي خاصة للجمهور في الوطن العربي.

2- مناقشة ومعالجة الفرضيات:

الفرضية الأولى: يقبل طلبة جامعة ابن خلدون تيارت على تصفح موقع كورة الرياضي للإطلاع على المواضيع والمضامين الرياضية، لأنه يهتم ويحتوي على الجانب الرياضي من خلال ما ينشره في صور، مقالات، فيديوهات ومضامين تشجع على نشر الثقافة الرياضية.

ومنه الفرضية القائلة "يقبل طلبة جامعة ابن خلدون تيارت على تصفح موقع كورة الرياضي للإطلاع على المواضيع والمضامين الرياضية " محققة.

وهذا ما يتوافق مع دراسة فتحي بوخاري 2013، تحت عنوان: مساهمة الإعلام الرياضي الإلكتروني في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، حيث أثبتت هذه الدراسة أن هناك إقبال لمواضيع الأعمال الرياضي، وتمثل لهم مصدر إخباري لمعرفة المعلومات الرياضية.

الفرضية الثانية: يتفاعل طلبة جامعة ابن خلدون تيارت مع خدمات موقع كورة بالإعجاب والتعليق مما يعكس إهتمامهم ومتابعتهم لمضامين هذا الموقع، حيث يتيح لهم خاصية تشمل توفر مساحة لإبداء الآراء والافكار.

ومنه الفرضية القائلة " يتفاعل طلبة جامعة ابن خلدون تيارت مع خدمات موقع كورة بالإعجاب والتعليق " محققة.

الفرضية الثالثة: يعكس موقع كورة خدمات إيجابية على طلبة جامعة ابن خلدون تيارت من خلال ما يقدمه من معلومات وأخبار رياضية، بناءً على أجوبة الطلبة، ومن خلال أجوبة الإستبيان نرى أن موقع كورة يقدم خدمات إيجابية لهم، وذلك من خلال تقديمه لمحتويات تتضمن أخبار ومعلومات تزود ثقافة الفرد رياضياً. وعليه الفرضية القائلة: " يعكس موقع كورة خدمات إيجابية على طلبة جامعة ابن خلدون تيارت " محققة.

وهذا ما يتوافق مع دراسة البروفيسور على الهادي د.رعاش كمال بعنوان: الإعلام الرياضي الإلكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، بحيث أكدت أن الطلبة يستغلون الإعلام الرياضي الإلكتروني وأنه يحدد ملامح النقطة العامة للمجتمع، وهذا ما يؤكد أهميته من خلال ما يقدمه من معلومات وأخبار رياضية.

- إثبات مدى صحة الاسقاط النظري:

اعتمدنا في دراستنا هذه على نظرية الإستخدامات والاشباع كخلفية نظرية لها، ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها نستطيع القول أن إفتراضات النظرية التي تقوم على فرض أساسي مفادها أن هناك علاقة بين

الوظائف التي تتم صياغتها في إطار دوافع وحاجات الأفراد من جهة، وتعرض الفرد للمحتوى والإشباع المنتظر من جهة ثانية، حسب نتائج الجداول رقم (6,7,8,9,10,11,12) وهذا ما أثبتته دراستنا هذه على اعتبار أن الطلبة مستخدمو الانترنت يتطلعون ويقبلون على تصفح موقع "كورة" الإلكتروني من أجل استكشاف ما هو جديد في العالم الخارجي، وتحقيق ميولاته ورغباته للموقع الذي له الخدمات مختلفة وتلبية حاجاته، وبالتالي فإن الافتراض الذي يقول أن:

"هناك علاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار دوافع من جهة وتعرض الجمهور للمحتوى الإشباع من جهة أخرى" محقق.

ومن خلال تحليلنا لجداول رقم (13,14,15,16,17,18)، تبين لنا أن الطلبة تفاعلون مع موقع "كورة" من خلال الميزات التي يتيحها من تعليق، تفاعل وإعجاب، والحصول على المعلومات في مختلف الجوانب وخاصة الجانب الرياضي وبالأخص الأخبار المتعلقة بكرة القدم. ومن هنا الإفتراض القائل: بأن "الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغباته معينة له، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل"، فهو محقق كذلك.

وفي الأخير يمكن القول أن جمهور الطلبة تمكن من الإعتماد على موقع "كورة" لتحقيق أهدافه المتمثلة في اكتساب المعلومات في وقتها الحالي وذلك بحكم إلتماسهم الانترنت وتوفير موقع "كورة" لمختلف الاخبار والمعلومات وإبداء آرائهم ومشاهدة المباريات في وقتها.

خلاصة :

نستخلص أن موقع كورة الإلكتروني يولي أهمية كبرى بالجانب الإخباري التثقيفي لما له من تداعيات وإقبالات من طرف أفراد الجمهور، حيث أنه يهتم بكل الأخبار الرياضية خاصة منها الدولية. من خلال تأثيره في الجمهور لتتبع المجال الرياضي وتزويده بالمعلومات الآنية، وإعطاءه مساحة لإبداء آرائه وأفكاره.

3- النتائج العامة للدراسة:

- بعد إجراء الدراسة حول "إتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني" توصلنا إلى:
1. الذكور هم أكثر متابعة لموقع كورة، حيث أغلب الطلبة المبحوثين يتراوح سنهم ما بين 18 إلى 25 سنة، وهم من طور اليسانس، وأن أغلب هؤلاء الطلبة يرتبطون بالرياضة بشكل متوسط، مما يفضلون الرياضة الشعبية كرة القدم.
 2. موقع كورة يثير حماس الطلبة المبحوثين لحضور الأحداث الرياضية وتتبع أخبارها، مما يجدون في ذلك مختلف المواضيع التي تشجع حاجته ورغبتهم، ويفضلون الفترة المسائية من أجل التصفح.
 3. يقبل معظم طلبة عينة الدراسة على تصفح كل الأخبار الرياضية خاصة الدولية منها، ويستفيدون أحيانا من المعلومات التي يكتسبونها من خلال تصفحهم من موقع كورة، مما يبين أن هذا الموقع يشارك منشورات متنوعة منها الغير هامة.
 4. حسب عينة الدراسة يقوم موقع كورة أحيانا بتغطية كل المواضيع الرياضية وذلك أنه كثيرا ما يعمل هذا الموقع على توعية الفرد وتشجيعه على استغلال أوقات فراغه في ممارسة الأنشطة الرياضية من خلال منحه ثقافة صحية لاكتساب اللياقة البدنية.
 5. يتفق معظم الطلبة المبحوثين على أن موقع كورة يولي اهتماما كبيرا بالجانب الإخباري الرياضي على حساب الجوانب الأخرى، وذلك أنه يركز كثيرا على تقديم المعلومات والتزود بالأخبار الرياضية، تحديدا الخاصة برياضة كرة القدم.
 6. يتفاعل طلبة عينة الدراسة مع موقع كورة من خلال تسجيل الإعجاب والنشر، ما يجعلهم في تفاعل دائم ومتابعة دائمة لهذا الموقع.
 7. يرى أغلب الطلاب المبحوثين أن الخاصية التي يجب أن تتوفر عليها موقع كورة هي خاصية إعطاء مساحة للمتصفح لنشر أفكاره، وأن التفاعل أمر أساسي وضروري في هذا الموقع مما يعمل على تحفيزه وتشجيعه.
 8. إتفق أغلب الطلبة المبحوثين أنهم يتصفحون كل أشكال المواضيع التي ينشرها موقع كورة "صور، مقالات، فيديوهات".

9. يتفاعل طلبة عينة الدراسة مع مواقع إلكترونية أخرى غير موقع كورة، من أبروها ليشبع حاجاتهم
« One FootBall- Yalla Shoot » وإطلاعهم على أخبار مختلف الرياضات والأحداث
الرياضية.

خاتمة

مما لاشك أن الإعلام الرياضي الإلكتروني يشكل جزءاً لا يتجزأ من الحياة الرياضية، ويعتبر وسيلة مهمة لتعزيز الروح الرياضية وتشجيع الناس على ممارسة الرياضة والاهتمام بها.

يتميز هذا الإعلام بالسرعة والدقة في نقل الأحداث الرياضية، وتغطية شاملة لجميع ومختلف الرياضات والمسابقات الرياضية، بالإضافة إلى إيصال الأخبار الرياضية إلى المشجعين بطريقة مباشرة وآنية.

ويوفر الإعلام الرياضي الإلكتروني فرصاً للعديد من الأشخاص لمتابعة الأحداث الرياضية والتفاعل معها، كما أنه وسيلة مهمة لتعزيز شعبية الرياضة والأندية واللاعبين، ويساهم في انتشار الرياضة حول العالم.

وفي ظل التطور التكنولوجي السريع، من المتوقع أن يستمر الإعلام الرياضي الإلكتروني في التطور والتحسين، وأن يشهد مزيداً من الابتكارات والتقنيات الحديثة التي تساعد في تحسين تجربة المشجعين والمتابعين للرياضة، فمن المؤكد أن هذا التطور سيؤدي إلى زيادة الإهتمام بالرياضة وتتمين شعبيتها، وستكون الفرصة متاحة للجميع لمتابعة الأحداث الرياضية عبر الأنترنت والتفاعل معها بطرق مبتكرة متميزة.

وفي النهاية يمكن القول أن الإعلام الرياضي الإلكتروني يلعب دوراً مهماً في حياتنا اليومية ويساعد على تعزيز الروح الرياضية ونشر الوعي الرياضي.

وعلى الرغم من أن التكنولوجيا تغيرت بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة، إلا أن الحب والشغف بالرياضة لا يزال موجوداً، ويمكن للإعلام الرياضي الإلكتروني أن يساهم في تعزيز هذا الحب وهذا الشغف وجعلهما أكثر وعياً واهتماماً. ونحن نتطلع إلى المزيد من الابتكارات الرائعة في هذا المجال، ونتمنى للجميع تجربة مثيرة في متابعة الرياضة عبر الأنترنت.

باختصار يمكن القول بأن موقع "كورة" الإلكتروني يعد واحداً من أفضل المنصات الرياضية في العالم العربي، حيث يوفر تغطية حصرية لجميع الرياضات والمنافسات الرياضية في العالم، إذ يتميز هذا الأخير بتقديمه لخدمة البث المباشر للمباريات والتي تمنح للمتابعين فرصة متابعة المباريات على الأنترنت.

وبفضل فريقه الإعلامي المتميز يوفر موقع "كورة" محتوى رياضي متنوع وتحليلات مفصلة ومواد إعلامية عالية الجودة، مما يجعله وجهة للمتابعين والمشجعين للرياضة، ويسمح الموقع للجماهير بالمشاركة والتعبير عن آرائها ومشاركتها الأحداث الرياضية، مما يعزز الروح الرياضية والتفاعل الإيجابي بين المشجعين.

وفي النهاية يمكن القول أن موقع "كورة" الإلكتروني يلبي احتياجات المشجعين والمتابعين العرب للأحداث الرياضية، ويعد واحد من أحسن المواقع الرياضية في المنطقة. ونحن نتطلع إلى المزيد من التحسينات والتطويرات في المستقبل.

التوصيات والاقتراحات

التوصيات والاقتراحات:

بعد ان أنهينا دراستنا لموضوع "إتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني" التي أجريت بولاية تيارت، نرى أن هناك بعض التوصيات والاقتراحات التي يجب أخذها بعين الإعتبار:

1. إنشاء المزيد من المواقع الإلكترونية المتخصصة في المجال الرياضي لكي تنشر الثقافة والاحبار الرياضية.
2. ضرورة الإطلاع والمعرفة للمواقع الإلكترونية الرياضية على مختلف التجارب وتصفح الشبكة العنكبوتية، ومساهمتها في نشر الوعي والروح الرياضية بعيد عن مختلف أشكال التعصب في الوسط الرياضي.
3. وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية منهجية المتبعة من طرف الدول المتقدمة في المجال الرياضي.
4. الاهتمام بالمعارف الرياضية وإعطاء أولوية للجانب الرياضي الإخباري والجانب التثقيفي التربوي لما يعود على الفرد والمجتمع من إيجابيات منها المنفعة والفائدة.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1) أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003م.
- 2) أحمد محمد موسى، العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي: المكتبة العصرية، ط1، 2007م.
- 3) أحمد محمد موسى، مدخل إلى الإتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، مصر، ط1، 2009م.
- 4) اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وإعلامية، دار النشر قويسنا، 2003م.
- 5) أوثنم جميلة، الاتجاهات البيئية لجمهور الإذاعات المحلية في الجزائر، العادات والأنماط والاتجاهات، دار الأيتام للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019م.
- 6) إيمان عبد الرؤوف سليمان، الاعلام الآلي والأداء التنظيمي، دار غيداء لنشر، عمان، 2020م.
- 7) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاعلام، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011م.
- 8) بشير عباس العلق. علي محمد رباحة، الترويج والاعلام التجاري، دار اليازوري، عمان-الأردن، 2007م.
- 9) جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص "فنون وتقنيات"، دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، بيروت، د.ط، 2009م.
- 10) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية ط1، مصر، 1993م.
- 11) حلمي المليحي، علم النفس المعاصر، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2000م.
- 12) حيدر شهيد هاشم، الدعاية في الاعلام الجديد، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019م.
- 13) حضور أديب، الإعلام الرياضي، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة بالإذاعة . التلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق ، ط1 1994م.
- 14) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي ج2، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط1، 1998م.
- 15) دنيس ماكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري، منتدى أسيار الدولي، 2010م.
- 16) راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، ط1، 1998م.
- 17) سامح كمال عبد القادر، الإعلام وضع القرار في المجال الرياضي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2017م.
- 18) سمير مطاوع، العلاقات العامة جسر الاتصال والنجاح، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2019م.

- 19) سناء حسن عماشة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية (أنواعها ومدخل لقياسها)، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط1، 2010م.
- 20) صالح محمد علي أبو جادو، علم النفس التربوي، دار المسيرة، عمان، 1998م.
- 21) عبد الرحمان محمد عيسوي، دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964م.
- 22) عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019.
- 23) عبد الرزاق الدليمي، الاعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- 24) عبد الغفار رشاد القصي، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004.
- 25) علي حبيب، علم النفس الاجتماع، دار طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 26) علي عبد الفتاح، إدارة الاعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014م.
- 27) علي قسايسة، جمهور وسائل الاتصال ومستخدميها، الوسيم للنشر والتوزيع، ط1، 2011م.
- 28) عيسى الهادي . سليمان لاويين، المنظومة الإعلامية الرياضية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، د ط، 2015.
- 29) فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.
- 30) فاطمة الكيتاني، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بمخاوف الذات لدى الأطفال، دار الشرق، عما، ط1، 2000م.
- 31) فتحي حسين عامر، الصحافة الالكترونية الحاضر والمستقبل، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017م.
- 32) فرح عبد القادر طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، دار النهضة العربية، بيروت.
- 33) فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائل، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2003م.
- 34) فيصل أبو عيشة، الاعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009م.
- 35) محمد الحمامي، أحمد سعيد، الاعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006م.
- 36) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة ودار المشرق الثقافي، ط1، عمان، الأردن، 1964م.
- 37) محمد سرحان علي محمود، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، 2019.

- 38) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 1993م.
- 39) محمد علي، مفهوم القيم الاجتماعي، الأسس النظرية والمؤثرات الاجرائية، ط1، المركز الاقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية القاهرة، 1982م.
- 40) محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، دار الفجر، للنشر والتوزيع، م3، مصر، 2003م.
- 41) محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003م.
- 42) محمود منصور هيبه، علوم الاعلام والاتصال بالجماهير، مركز الاسكندرية للكتاب، 2004م.
- 43) محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.س.
- 44) مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل العلمية، عمان، مؤسسة الورق، ط1، 2000م.
- 45) مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013م.
- 46) مصطفى سويق، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط2، 1996م.
- 47) منصور علي، التعلم ونظرياته، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة تشرين، اللاذقية، 2001م.
- 48) منى سعيد الحديدي. سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004.
- 49) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار القصة، ط2، 2004م.
- 50) نبيهة صالح السمراني، علم النفس الاعلامي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، د.س.
- 51) وسام كمال، الاعلام الالكتروني والمحمول بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2014م.

المجلات:

- 52) البروفيسور عيسى الهادي، دكتور رعاش كمال، الاعلام الرياضي الالكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية، جامعة الجلفة، المجلد (7)، العدد (3)، 2020.
- 53) حيدر شلال متعب، اتجاهات الجمهور نحو تغطية القنوات الفضائية للأحداث الحارية، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والانسانية، جامعة بابل، ع35، تشرين الأول 2017م.

54) زواوي عبد الوهاب، مساهم الاعلام الالكتروني الرياضي في نشر الوعي الرياضي بالأندية الرياضية
المخترفة لكرة القدم من وجهة نظر الاعلاميين الرياضيين، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد
بوضياف المسيلة، المجلد (09)، العدد (01)، 2018م.

55) عبد الله شمت المجيدل، اتجاهات طلبة كلية التربية في طلال نحو مهنة التعليم، دراسة ميدانية المجلد
التربوية، ع81، م21، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ديسمبر 2006م.

الرسائل العلمية:

56) علي قسايسة، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور
بالجزائر، أطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005م.

57) فتحي بوخاري، مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، بحث
مسخي أجري بولاية مستغانم، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم والتقنيات النشاطات البدنية
والرياضية، تخصص الرياضة والصحة، 2013م.

58) ناجية مزيان، جمهور القنوات الفضائية العربية، مذكرة لنيل شهادة علوم الاعلام والاتصال، جامعة
الجزائر، 2006/2005م.

المواقع:

59) موقع الموسوعة العربية، <https://arab-encg.com.sg>

60) موقع مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، [/https://mobt3ath.com](https://mobt3ath.com)

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان:

اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني
"دراسة على عينة من متصفح موقع كورة"

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة الموسومة بـ:

"اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني".

نرجو منكم ملء هذه الاستمارة بالإجابة على الأسئلة بكل صراحة وصدق من أجل التوصل إلى نتائج دقيقة
تفيد الدراسة، ولكم منا فائق التقدير والاحترام.

ملاحظة: توضع العلامة (X) على الإجابة المختارة.

• يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

إشراف الأستاذ:

د. بن عودة موسى

إعداد الطلبة:

❖ بوتلجة نخلة

❖ بن عمراوي أمال

❖ صديقي عبد المجيد

الموسم الجامعي: 2023/2022

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 18-25 من 26-33 أكثر من 33 سنة
- 3- الطور: ليسانس ماجستير دكتوراه
- 4- ما مدى ارتباطك بالرياضة؟ قوي متوسط ضعيف
- 5- ما هي الرياضة المفضلة لديك؟ كرة السلة كرة القدم كرة اليد الرياضات الفردية

المحور الأول: إقبال الطلبة على تصفح موقع كورة الرياضي للاطلاع على المواضيع الرياضية.

6- هل تتصفح موقع كورة؟

- دائما أحيانا نادرا

7- الأوقات التي تفضلها لتصفح موقع كورة.

- صباحا زوالا مساء ليلا

8- ما نوع الأخبار الرياضية التي تتابعها؟

- محلية وطنية دولية الكل

9- هل تستفيد من المعلومات التي تكتسبها من خلال تصفحك لموقع كورة؟

- دائما أحيانا نادرا

• إذا كانت إجابتك دائما في ماذا أفادتك؟

10- هل ترى بأن موقع كورة يقوم بتغطية كل المواضيع المتعلقة بالرياضة؟

- دائما أحيانا نادرا

11- في رأيك هل يشجع موقع كورة من خلال ما يقدمه من مضامين رياضية على استغلال المتابع أوقات فراغه

في ممارسة الأنشطة الرياضية؟

- نعم لا

12- هل تعتقد بأن موقع كورة يولي اهتماما كبيرا بـ:

- الجانب الإخباري الرياضي الجانب الاعلاني التجاري
- الجانب الثقافي التربوي الجانب الترفيهي

المحور الثاني: الميزات التفاعلية التي يتزود بها الطلبة من موقع كورة.

13- هل تتفاعل مع موقع كورة؟

دائما أحيانا نادرا

14- كيف تتفاعل مع موقع كورة؟

النشر التعليق الإعجاب

أخرى: أذكرها:

15- لماذا تتفاعل مع موقع كورة؟

لأني تعودت على ذلك لأني أجد أشخاص يشاركون نفس أفكاري

لأن المواضيع في صلب اهتمامي حتى أوضح وجهة نظري حول الموضوع

16- ما هي العناصر التي يجب أن تتوفر عليها الخاصية التفاعلية في موقع كورة؟

التطوير في نوعية الخدمات سرعة تجاوب المسؤولين إعطاء مساحة للمتصفح لنشر أفكاره

17- ما هو شكل المواضيع التي تتصفحها عبر موقع كورة؟

فيديوهات صور مقالات الكل

18- هل خاصية التفاعل عامل أساسي في موقع كورة؟

نعم لا

المحور الثالث: انعكاسات موقع كورة على الطلبة.

19- في رأيك هل كل ما يقدمه موقع كورة إيجابي بالنسبة للطلبة؟

دائما أحيانا نادرا

20- حسب تقديرك هل يتعامل الطلبة مع موقع كورة على أنه يتعلق بالمواضيع الرياضية فقط؟

نعم لا

21- هل يعمل موقع كورة على توجيه الطلبة والتأثير فيهم على تتبع المجال الرياضي واكتساب اللياقة البدنية؟

نعم لا

22- تساهم المواضيع الرياضية المقدمة من موقع كورة في تشجيع الطلبة لتتبع المجال الرياضي عن طريق:

المساهمة في نبذ التعصب الرياضي تقبل الفوز والخسارة بكل روح رياضية

23- هل تتابع مواقع إلكترونية أخرى؟

نعم لا

• إذا كانت الإجابة بنعم ماهي هذه المواقع؟ أذكرها:

24- ما هو تقييمك لما يقدمه موقع كورة للجمهور الرياضي؟



الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجمهورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون. تيارت



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(ملحق بالقرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020)

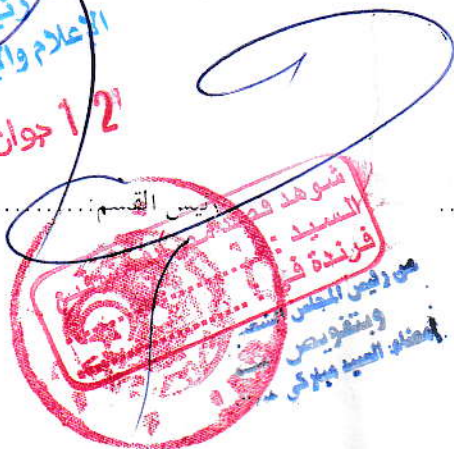
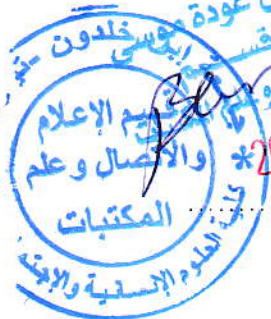
أنا الممضي أسفله.

السيد (ة): **بن عمر أبو أمال** الصفة: **طالبة**
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: **201052934** و الصادرة بتاريخ **09.09.2017**
السيد (ة): **بن شامة** الصفة: **طالبة**
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: و الصادرة بتاريخ
السيد (ة): **محمد يحيى عبد الحميد** الصفة: **طالب**
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: و الصادرة بتاريخ
المسجل (ة) بقسم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات، شعبة:
و المكلف بإنجاز مذكرة ماستر موسومة ب: **التجاهات المحفوظة في الإعلام الرياضي**
الإلكتروني "دراسة على عينات من جريدة كورة"
بمشاركة الطالب (ة): **بن شامة** و الطالب (ة): **محمد يحيى عبد الحميد**

اصح بشرفي أني التزم بمراعاة المعايير العلمية و المنهجية و معايير الأخلاقيات المهنية و النزاهة الأكاديمية

المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

إمضاء المعني (ة):





الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجمهورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون. تيارت



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

استمارة الاذن بالإيداع

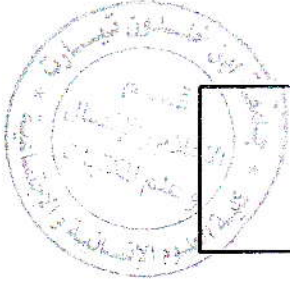
أنا الممضي أسفله الأستاذ (م): ابن جوردية
أرخص للطلبة الآتية أسماؤهم بإيداع المذكورة.
الاسم و اللقب: بن. عمرو ادري. أمال
الاسم و اللقب: بوشامحة. بيجلحة
الاسم و اللقب: محمد رقي عبد الجبيرة
التخصص: ارضيات و ملاقات عامت
عنوان المذكورة: اجامهات الجمهور نحو الاعلام الرباني في الإسلام
"دراسة على منهجية من منهجنا موقع كورس"

تيارت: 2020.06.03

المضاء الاستاذ(ة) المشرف:



جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال و علم المكتبات



إستمارة تصحيح مذكرة ماستر

أنا الممضي أسفله الأستاذة(ة):
أرخص للطلبة الآتية أسماءهم بتسليم المذكرة إلى المكتبة بعد تصحيحها

1- الإسم و اللقب :
.....

2- الإسم و اللقب :
.....

3- الإسم و اللقب :
.....

عنوان المذكرة :
.....

.....
.....

تيارت في : 2023/06/26

إمضاء المشرف

.....