

جامعة عمار ثليحي - الأغواط -

كلية العلوم الانسانية

قسم الاعلام و الاتصال



تخصص : اتصال و علاقات عامة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الاعلام و الاتصال

اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج
الرياضية عبر الوسائط المتعددة (Beuz TV) كنموذج

تحت إشراف الدكتور:

عبد القادر النوعي

إعداد الطلبة :

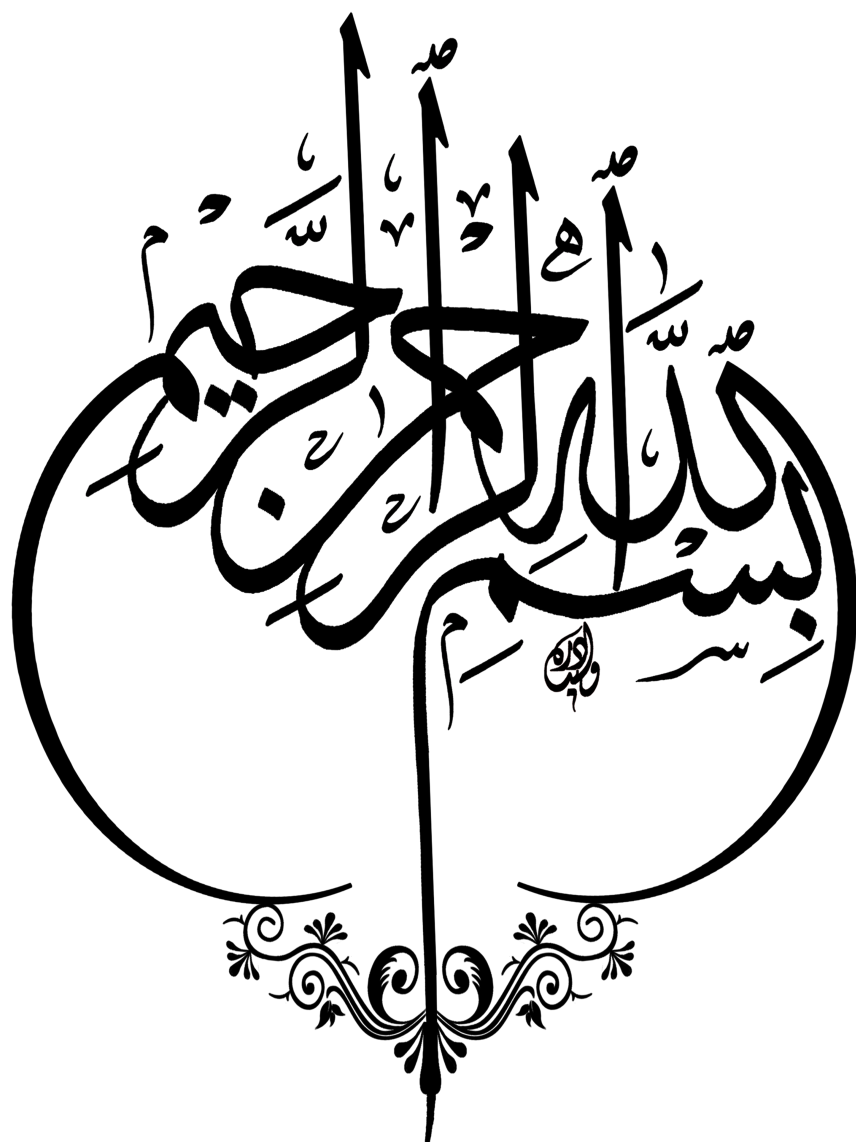
❖ أسامة حنيش

❖ حمزة شلاوشي

أعضاء اللجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الصفة
د. فواز بورابحة	رئيسا
د. عبد القادر النوعي	مشرفا و مقررا
د. تريب محمد	ممتحنا

السنة الجامعية: 2026 / 2025





شكر و عرفان

الحمد لله الحي القيوم أولا و أخيرا و إمتثالا لقوله صلى الله عليه و

سلم:

“ من لا يشكر الناس لا يشكر الله ”

نتوجه بجزيل الشكر وجميل العرفان للدكتور “ عبد القادر النوعي ”
الذي تكرم بقبول الإشراف على هذه المذكرة وعلى جميع التوجيهات
والملاحظات والنصائح.

كما لا يفوتنا ان نتقدم بوافر التقدير والاحترام لأعضاء اللجنة
المحترمين على عناء قراءة المذكرة وقبولها وتصويبها.

وكذلك نتقدم بخالص الشكر الى كل من درسنا من أساتذة كلية العلوم
الانسانية بجامعة الأغواط والى كل موظفي المكتبة وجزاهم الله كل
خير.

وفي الاخير نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة من قريب او من
بعيد ونسأل الله عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم انه قريب
مجيب.



إهداء

الحمد لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل.
أهدي ثمرة جهدي هذه إلى أعز الناس على قلبي، إلى والدي الكريمين،
الذين كانا سندي ودعمي في جميع مراحل حياتي، والذين غرسا في
نفسي حب العلم والاجتهاد، فلهما مني كل التقدير والامتنان.
وإلى إخوتي وأفراد عائلتي، الذين أحاطوني بالمحبة والتشجيع، وكانوا
خير عون لي في مسيرتي الدراسية.
وإلى أساتذتي الأفاضل الذين أناروا دربي بالعلم والمعرفة وأسهموا في
تكوينني العلمي والأكاديمي.
وإلى كل من ساندني بكلمة طيبة أو دعاء صادق، و ساهم من قريب أو
بعيد في إنجاز هذا العمل.
إليكُم جميعاً أهدي هذا الجهد المتواضع راجياً من الله أن يجعله نافعاً
ومثمراً.

والحمد لله رب العالمين.

أسامة حنيش

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله الذي أنعم عليّ بالتوفيق والسداد
لإتمام هذا العمل.

أهدي هذا الجهد المتواضع إلى من كانا مصدر العطاء والحنان، والديّ
العزيزين عرفانا بفضلهما الكبير وتقديراً لتضحياتهما ودعواتهما التي
رافقني في جميع مراحل حياتي.

إلى إخوتي وأخواتي الذين كانوا خير سند وعون وإلى جميع أفراد
عائلي الكريمة الذين أحاطوني بالتشجيع والدعم.

إلى أساتذتي الأفاضل، الذين لم يخلوا عليّ بعلمهم وتوجيهاتهم القيمة،
وأسهموا في تكوين مسيرتي العلمية.

إلى أصدقائي وزملائي الذين شاركوني رحلة الدراسة، وإلى كل من قدم
لي يد المساعدة وشجعني على مواصلة الطريق.

أهدي هذا العمل المتواضع راجياً أن يكون ثمرة علم نافعة وأمل
الفائدة المرجوة منه.

حمزة شلاوشي

فهرس المحتويات

البيان	الصفحة
شكر و عرفان	
إهداء	
الفهرس	
الملخص	
مقدمة	15
الإطار المنهجي لدراسة	
أولا - إشكالية الدراسة	18
ثانيا - تساؤلات الدراسة	19
ثالثا - أسباب اختيار الدراسة	19
رابعا- أهداف الدراسة	20
خامسا - أهمية الدراسة	21
سادسا - حدود الدراسة	21
سابعا - منهج الدراسة	21
ثامنا - مجتمع و عينة البحث	22
تاسعا - أدوات جمع البيانات	24
عاشرا - المفاهيم الاساسية للدراسة	24
احدى عشر - الدراسات السابقة	26
اثنا عشر - مدى استفادة الباحث من الدراسات السابقة	31
الإطار النظري	
الفصل الأول: اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية	
تمهيد	33
المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لإتجاهات الجمهور الرياضي.	34

34	المطلب الأول: تعريف الاتجاهات.
36	المطلب الثاني: خصائص الاتجاهات.
37	المطلب الثالث: أنواع الاتجاهات.
39	المبحث الثاني: الجمهور الرياضي الجزائري
39	المطلب الأول: تعريف الجمهور الرياضي.
41	المطلب الثاني: خصائص الجمهور الرياضي الجزائري.
43	المطلب الثالث: أنماط متابعة البرامج الرياضية.
44	المبحث الثالث: اتجاهات الجمهور نحو البث الرياضي.
44	المطلب الأول: الاتجاهات نحو البث التلفزيوني الرياضي.
45	المطلب الثاني: الاتجاهات نحو البث الرقمي الرياضي.
47	المطلب الثالث: عوامل تشكيل اتجاهات الجمهور الرياضي.
49	خلاصة الفصل
الفصل الثاني : الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة وقناة Beuz TV كمنموذج للبث الرياضي	
51	تمهيد
52	المبحث الأول: ماهية الوسائط المتعددة.
52	المطلب الأول: تعريف الوسائط المتعددة.
53	المطلب الثاني: أنواع الوسائط المتعددة.
54	المطلب الثالث: خصائص الوسائط المتعددة.
56	المبحث الثاني: الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة.
56	المطلب الأول: مفهوم الاعلام الرياضي الرقمي.
58	المطلب الثاني: خصائص الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة.
59	المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياضي الرقمي.
60	المبحث الثالث: قناة Beuz TV ودورها في الإعلام الرياضي

	عبر الوسائط المتعددة.
60	المطلب الأول: التعريف بقناة Beuz TV وخدماتها.
62	المطلب الثاني: توظيف الوسائط المتعددة في تقديم المحتوى الرياضي عبر Beuz TV
63	المطلب الثالث: دور Beuz TV في تشكيل متابعة الجمهور الرياضي.
65	خلاصة الفصل
الإطار التطبيقي	
67	أولا - عرض وتحليل نتائج الدراسة
89	ثانيا - النتائج الدراسة
93	خلاصة الفصل
95	الخاتمة
99	قائمة المراجع
107	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع الجنس	67
02	يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر	68
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	69
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب المهنة	70
05	يوضح توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة	71
06	يوضح مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة البرامج الرياضية.	72
07	يوضح الوسيلة المعتمدة غالباً لمتابعة البرامج الرياضية.	72
08	يوضح الوقت اليومي الذي يقضيه المبحوثون في متابعة المحتوى الرياضي.	73
09	يوضح مدى متابعة المبحوثين للبرامج الرياضية عبر منصة Beuz TV.	74
10	يوضح أنواع البرامج الرياضية الأكثر متابعة لدى المبحوثين.	75
11	يوضح دوافع متابعة منصة Beuz TV لدى المبحوثين.	76
12	يوضح آراء المبحوثين حول تنوع المحتوى الرياضي الذي توفره منصة Beuz TV.	77
13	يوضح مدى اعتماد المبحوثين على منصة Beuz TV كمصدر أساسي للمعلومات الرياضية.	78
14	يوضح مستوى ثقة المبحوثين بالمحتوى الرياضي	79

	الذي تقدمه منصة Beuz TV.	
80	يوضح آراء المبحوثين حول دور الوسائط المتعددة في جعل متابعة البرامج الرياضية أكثر متعة.	15
81	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو جودة التغطية الرياضية التي توفرها منصة Beuz TV.	16
82	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو سرعة منصة Beuz TV في نقل الأحداث الرياضية.	17
83	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية المحتوى الرياضي في منصة Beuz TV.	18
84	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو تفضيل متابعة البرامج الرياضية عبر المنصات الرقمية بدل التلفزيون.	19
85	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو جاذبية أسلوب تقديم البرامج في منصة Beuz TV.	20
86	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو دور الوسائط المتعددة في تحسين فهم الأحداث الرياضية.	21
87	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو تأثير الإعلانات في المنصة على جودة المتابعة.	22
88	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو التفاعل المباشر مع الجمهور باعتباره نقطة قوة في منصة Beuz TV.	23
89	يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الاستمرار في متابعة منصة Beuz TV مستقبلاً.	24

قائمة الاشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل نوع جنس المبحوثين	67
02	يمثل المستوى العمري للمبحوثين	68
03	يمثل المستوى التعليمي للمبحوثين	69
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب المهنة	70
05	يوضح توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة	71

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة من خلال منصة Beuz TV نموذجًا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي كما تم استخدام الاستبيان أداة لجمع البيانات من عينة مكونة من (40) مبحوثًا، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين يهتمون بمتابعة البرامج الرياضية ويعتمدون بدرجة متزايدة على المنصات الرقمية في الحصول على المعلومات الرياضية، كما أظهرت النتائج أن منصة Beuz TV تحظى بمستوى جيد من المتابعة والثقة بفضل جودة البث وسرعة نقل الأحداث الرياضية ومصادقية المحتوى المقدم، وبينت الدراسة كذلك أن الوسائط المتعددة تساهم في زيادة متعة متابعة البرامج الرياضية وتحسين فهم الأحداث الرياضية وأن التفاعل المباشر مع الجمهور يمثل إحدى أهم نقاط القوة في المنصة، كما أظهرت النتائج وجود اتجاهات إيجابية نحو الاستمرار في متابعة المنصة مستقبلاً.

الكلمات المفتاحية: الجمهور الرياضي الجزائري الوسائط المتعددة البرامج الرياضية الإعلام الرياضي الرقمي منصة Beuz TV الاتجاهات.

Abstract:

This study aimed to identify the attitudes of the Algerian sports audience toward broadcasting sports programs through multimedia platforms using Beuz TV as a model, The study adopted the descriptive method and used a questionnaire as a data collection tool distributed to a sample of 40 respondents. The results revealed that most respondents are interested in following sports programs and increasingly rely on digital platforms as a source of sports information. The findings also showed that Beuz TV enjoys a good level of audience engagement and trust due to its broadcast quality speed in covering sports events and content credibility, The study further indicated that multimedia contributes to enhancing the enjoyment of sports viewing and improving the understanding of sports events while direct interaction with the

audience represents one of the platform's main strengths. The results also demonstrated positive attitudes toward continuing to follow the platform in the future.

Keywords: Algerian sports audience Multimedia Sports programs Digital sports media Beuz TV Attitudes.

مقدمة

مقدمة :

يشهد المجال الإعلامي الرياضي في السنوات الأخيرة تحولات متسارعة بفعل التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط المتعددة والمنصات الرقمية التي أحدثت تغييراً جوهرياً في أساليب إنتاج المحتوى الرياضي وتوزيعه واستهلاكه، فقد أصبحت هذه الوسائط توفر للجمهور إمكانية متابعة الأحداث الرياضية بصورة فورية وتفاعلية مع الاستفادة من خدمات متنوعة تشمل البث المباشر والتحليل الرياضي وإعادة اللقطات والتفاعل مع المحتوى في أي زمان ومكان، وقد أدى ذلك إلى تراجع الاعتماد الحصري على وسائل الإعلام التقليدية وظهور أنماط جديدة من المتابعة الرياضية تقوم على المرونة والسرعة والتفاعل المستمر.

وفي الجزائر عرف المشهد الإعلامي الرياضي بدوره تطوراً ملحوظاً مع تزايد استخدام الإنترنت وانتشار الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي الأمر الذي ساهم في بروز منصات رقمية متخصصة في نقل المحتوى الرياضي وتقديمه للجمهور بأساليب حديثة، ومن بين هذه المنصات برزت منصة Beuz TV التي استطاعت استقطاب شريحة واسعة من الجمهور الرياضي من خلال ما تقدمه من تغطية للأحداث الرياضية وبرامج تحليلية ومحتوى متنوع يعتمد على تقنيات الوسائط المتعددة.

ويُعد الجمهور الرياضي الجزائري من أكثر فئات الجمهور تفاعلاً مع المحتوى الإعلامي الرياضي نظراً للمكانة التي تحتلها الرياضة في المجتمع الجزائري وما تحظى به من اهتمام ومتابعة مستمرة، كما أن انتشار الوسائط الرقمية بين مختلف الفئات العمرية ساهم في تغيير عادات المشاهدة وأنماط المتابعة حيث أصبح الجمهور يبحث عن السرعة في نقل الأخبار وجودة

البحث والتفاعل المباشر مع الأحداث الرياضية، ومن ثم أصبحت دراسة اتجاهات الجمهور نحو المنصات الرقمية الرياضية أمراً ضرورياً لفهم طبيعة العلاقة بين المستخدمين وهذه الوسائل الإعلامية الجديدة.

وانطلاقاً من ذلك تبرز أهمية دراسة اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة من خلال منصة Beuz TV باعتبارها نموذجاً للمنصات الرياضية الرقمية الحديثة، وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع متابعة المنصة ومستوى الثقة بمحتواها ومدى إسهام الوسائط المتعددة في تعزيز تجربة المشاهدة الرياضية إضافة إلى الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو جودة التغطية الرياضية ومصادقية المحتوى والتفاعل الذي توفره المنصة، كما تساهم نتائج هذه الدراسة في تقديم رؤية علمية حول واقع الإعلام الرياضي الرقمي في الجزائر وإبراز دوره في تلبية احتياجات الجمهور الرياضي في ظل التحولات الإعلامية والتكنولوجية المعاصرة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولا - الإشكالية الدراسة

شهد المجال الإعلامي في السنوات الأخيرة تحولا جذريا نتيجة التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال والانتشار الواسع للإنترنت والهواتف الذكية وهو ما أدى إلى بروز أنماط جديدة لاستهلاك المحتوى الإعلامي خاصة المحتوى الرياضي الذي يعد من أكثر المضامين متابعة في المجتمع الجزائري لما يرتبط به من أبعاد ترفيهية وثقافية واجتماعية ويعكس درجة كبيرة من الاهتمام الشعبي بمختلف المنافسات الرياضية المحلية والدولية، ولم تعد متابعة البرامج الرياضية تقتصر على القنوات التلفزيونية التقليدية بل أصبح الجمهور يعتمد بشكل متزايد على خدمات البث عبر الوسائط المتعددة التي تتيح حرية المشاهدة في أي وقت ومن أي مكان مع إمكانية الوصول إلى عدد كبير من القنوات الرياضية بجودة متفاوتة وتكلفة أقل مقارنة بالاشتراكات التلفزيونية المدفوعة.

وفي ظل هذا التحول الرقمي ظهرت تطبيقات البث عبر الإنترنت كبديل إعلامي جديد ساهم في تغيير عادات المشاهدة لدى الجمهور حيث وفرت هذه التطبيقات إمكانية متابعة المباريات والبرامج الرياضية بشكل مباشر أو عند الطلب الأمر الذي جعلها تحظى بإقبال واسع خاصة من فئة الشباب ومن بين هذه التطبيقات برز تطبيق Buz TV الذي أصبح من الوسائط الأكثر انتشارا لدى الجمهور الرياضي الجزائري نظرا لما يوفره من تنوع القنوات الرياضية وسهولة الاستخدام وإمكانية الوصول إلى البطولات العالمية بشكل مستمر.

غير أن انتشار هذه التطبيقات لا يعني بالضرورة تقبلها بشكل موحد من طرف الجمهور إذ تتباين اتجاهات المستخدمين نحوها تبعا لعدة عوامل منها جودة البث واستقرار الخدمة والتكلفة المادية وسهولة الاستخدام ومدى الثقة في هذه الوسائط الحديثة إضافة إلى تأثيرها على مكانة التلفزيون التقليدي وعادات المشاهدة الأسرية كما أن استخدام هذه التطبيقات قد يرتبط بدوافع مختلفة مثل البحث عن التنوع والمرونة وتجاوز القيود الزمنية والمكانية أو الرغبة في الحصول على محتوى غير متوفر عبر القنوات التقليدية.

ومن هنا تبرز أهمية دراسة اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة باعتبارها ظاهرة إعلامية حديثة تعكس التحولات التي يشهدها المشهد الإعلامي الرقمي وتساعد على فهم طبيعة تفاعل الجمهور مع هذه الوسائط الجديدة ومدى اعتمادهم عليها كمصدر أساسي لمتابعة المحتوى الرياضي، ومن خلال ذلك نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة (Beuz TV) ؟

ثانيا - التساؤلات الفرعية.

وللإمام بجوانب دراستنا أدرجنا مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ❖ ما البعد المعرفي لهذا الاتجاه (ماذا يعرف ويعتقد الجمهور عن هذه الوسائط)؟
- ❖ ما البعد الوجداني للاتجاه (مشاعر الإعجاب أو الرفض أو الثقة تجاه Beuz TV)؟
- ❖ ما البعد السلوكي للاتجاه (هل يميل الجمهور فعليا إلى الاستخدام أو المقاطعة)؟

ثالثا - أسباب اختيار الموضوع.

أ - الأسباب الذاتية.

يمكن اختصارها فيما يلي:

- ❖ الميول الشخصي والرغبة في دراسة موضوع الإعلام الرياضي الرقمي نظرا لأهميته وانتشاره الواسع بين الجمهور الجزائري.
- ❖ الاهتمام بمتابعة البرامج والمنافسات الرياضية وملاحظة التحول الكبير في طرق مشاهدتها عبر تطبيقات البث عبر الإنترنت مثل Beuz TV

❖ الرغبة في تقديم إضافة علمية حول اتجاهات الجمهور الرياضي نحو الوسائط المتعددة باعتبارها ظاهرة إعلامية حديثة تستحق الدراسة.

❖ المساهمة في إثراء مكتبة الجامعة بموضوع يجمع بين الإعلام الجديد والإعلام الرياضي ويعكس التحولات الرقمية في عادات المشاهدة.

ب - الأسباب الموضوعية.

يمكن تلخيصها فيما يلي:

❖ أهمية دراسة اتجاهات الجمهور نحو البث الرياضي عبر الوسائط المتعددة لفهم التحولات في استهلاك المحتوى الرياضي.

❖ قلة الدراسات التي تناولت استخدام تطبيقات البث عبر الإنترنت في متابعة البرامج الرياضية لدى الجمهور الجزائري مما يجعل هذه الدراسة محاولة لسد هذا الفراغ البحثي.

❖ تزايد انتشار خدمات البث الرقمي والاعتماد عليها كبديل للتلفزيون التقليدي الأمر الذي يستدعي تقييم مدى تقبل الجمهور لها.

❖ الحاجة إلى فهم دوافع الاستخدام ومستوى الرضا عن هذه الخدمات من أجل تطوير استراتيجيات إعلامية ورياضية تتماشى مع التحول الرقمي.

رابعاً - أهداف الدراسة.

❖ التعرف على مدى اعتماد الجمهور الرياضي الجزائري على تطبيق Buz TV في متابعة البرامج والمباريات الرياضية.

❖ التعرف على دوافع استخدام الجمهور للبث الرياضي عبر الوسائط المتعددة.

❖ التعرف على تقييم الجمهور لجودة الخدمات التي يقدمها التطبيق من حيث البث وسهولة الاستخدام وتنوع القنوات.

❖ الكشف عن تأثير الوسائط المتعددة على عادات مشاهدة البرامج الرياضية لدى الجمهور الجزائري.

خامسا - أهمية الدراسة.

تبرز أهمية هذه الدراسة في كون البث الرياضي عبر الوسائط المتعددة أصبح من أبرز مظاهر التحول الرقمي في المجال الإعلامي حيث اتجه الجمهور الرياضي الجزائري بشكل متزايد إلى استخدام التطبيقات الرقمية مثل Beuz TV لمتابعة البرامج والمنافسات الرياضية بدل الوسائل التقليدية وهو ما يعكس تغيرا واضحا في عادات المشاهدة وأنماط استهلاك المحتوى الرياضي، كما تساهم هذه الدراسة في فهم اتجاهات الجمهور ودوافع استخدامه لهذه الوسائط وتقييم مستوى رضاه عن جودة الخدمات المقدمة وهو ما يمكن أن يفيد المؤسسات الإعلامية والجهات المهتمة بالإعلام الرياضي في تطوير استراتيجيات رقمية أكثر توافقا مع احتياجات الجمهور وتحسين جودة البث والخدمات بما يواكب التحولات التكنولوجية المتسارعة.

سادسا - حدود الدراسة.

الحدود الزمنية: بداية من قبول عنوان المذكرة في أواخر نوفمبر 2025 إلى غاية الانتهاء من المذكرة في نهاية ماي 2026.

الحدود البشرية : تتمثل في أفراد الجمهور الرياضي الجزائري المقيمين بولاية الأغواط، وبالتحديد المستخدمين لتطبيق Beuz TV في متابعة البرامج والمباريات الرياضية.

الحدود الجغرافية : حدود ولاية الأغواط

سابعا - منهج الدراسة.

يحتاج كل باحث في بحثه إلى مجموعة من قواعد والمبادئ ترسم له الطريق الصحيح لانجاز بحثه أو دراسة المدى وجب عليه اعتماد منهج معين يستند إليه، و يعرف بأنه : " وسيلة محددة

توصل إلى غاية معينة"، ويعرف "بتل" المنهج بصفة عامة على "أنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها"¹

ومن هذا التعريف فقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لمعالجة الإشكالية المطروحة والوصول إلى اتجاهات وآراء الباحثين بهدف التوصل إلى نتائج توضح واقع متابعة البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة من خلال تطبيق Beuz TV لدى الجمهور الرياضي الجزائري.

المنهج الوصفي :

يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث مع ملاحظة أن المنهج الوصفي يشمل في كثير من الأحيان على عمليات تنبؤ المستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها، أما هدفه الأساسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهمه ثم إجراء المقارنات وتحديد العلاقات بين العوامل وتطوير الاستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات²، و لهذا فالمجتمع الوصفي هو الانسب لدراستنا

ثامنا - مجتمع وعينة الدراسة.

أ - مجتمع الدراسة.

ويقصد به جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكوناً من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما أو مجموع العمال الذين يعملون في شركة معينة أو مجموعة الحقول في منطقة معينة أو مجموعة من الحيوانات أو سلعة معينة ينتجها معمل معين

¹ عبود عبد الله العسكري، "منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية"، دار النмир النشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دمشق،

2002، ص 1

² ربحي مصطفى عليان، "البحث العلمي أسسه، مناهجه و أساليبه، إجراءاته"، بيت الأفكار الدولية، الاردن، 2011،

ص 47.

ويمكن القول أن المجتمع الإحصائي هو مجموعة من الوحدات الإحصائية معرفة بصورة واضحة، بحيث تميز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع عن غيره¹، ومجتمع الدراسة في هذه الدراسة يتمثل في جميع أفراد الجمهور الرياضي الجزائري الذين يعتمدون على متابعة البرامج والمباريات الرياضية عبر الوسائط المتعددة وخاصة مستخدمي تطبيق Beuz TV

ب - عينة الدراسة.

العينة هي جزء من المجتمع حيث تتوافر في هذا الجزء خصائص المجتمع نفسها، والحكمة من إجراء الدراسة على العينة هي أنه في كثير من الأحيان يستحيل إجراء الدراسة على المجتمع، فيكون اختيار العينة، بهدف التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع، و يصبح ذلك ممكناً إذا كانت خصائص العينة تمثل خصائص المجتمع، من حيث أكبر عدد ممكن من المتغيرات²، وعينة هذه الدراسة هي العينة القصدية حيث تتمثل في مجموعة من أفراد الجمهور الرياضي الجزائري المستخدمين لتطبيق Beuz TV لمتابعة البرامج والمباريات الرياضية.

تعريف العينة القصدية .

هي العينة التي يعتمد عليها الباحث فيما ان تتكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص و مزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع و هذه تعطي نتائج اقرب ما تكون الي نتائج التي يمكن ان يصل

¹ محمد عبد العال النعيمي و آخرون، " طرق و مناهج البحث العلمي"، دار الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، 2014، ص 77.

² عمار بوحوش و آخرون، "منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية و الاقتصادية، الطبعة الاولى، برلين، ألمانيا، 2019، ص 68.

اليها الباحث بمسح المجتمع كله¹، والعينة هنا في دراستنا هم مجموعة من أفراد الجمهور الرياضي الجزائري المستخدمين لتطبيق Beuz TV لمتابعة البرامج والمباريات الرياضية.

تاسعا - أدوات جمع البيانات.

اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان

يُعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من أجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث أنها تعطيه المعلومات المفيدة للدراسة والبحث والمراد معرفتها، ما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها²

عاشرا - مصطلحات الدراسة .

1 - الاتجاهات:

لغة : لسان العرب حيث جاء أن: «وَجَّهَ الشيءَ أي جعله إلى جهةٍ معينة، والوجهة هي الجهة التي يُقصد إليها»³.

¹أزمور صبرينة، عنصر تسعديت، "دور تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقات التجارية لدى البنوك الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018، ص 17.

²سعد سلمان المشهداني، "منهجية البحث العلمي"، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2019، ص 170

³ابن منظور، " لسان العرب"، المجلد الثاني، دار صادر، بيروت، 1994، ص 509.

اصطلاحاً: هو حالة من الاستعداد والتأهب العصبي والنفسي ينتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع المواضيع والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة.¹

التعريف الإجرائي : يقصد بالاتجاهات في هذه الدراسة آراء وتقييمات الجمهور الرياضي الجزائري ومواقفهم (إيجابية أو سلبية أو محايدة) تجاه متابعة البرامج الرياضية عبر البث الرقمي ومنصة Beuz TV

2 - الجمهور الرياضي:

لغة : الجمهور من الفعل «جَمَعَ»، ويُقصد به معظم الناس أو الكثرة منهم. وقد ورد في المعجم الوسيط أنَّ «الجمهور: معظم الناس وجُلُّهم».²

اصطلاحاً: يشير مصطلح جمهور إلى أفراد وجماعات غير معروفين بالنسبة لوسائل الاعلام التي تتوجه إليهم برسائلها، ويشير المعنى الأصلي للمصطلح إلى اقتصره على مجموعة من المستمعين الذين يشملهم الاداء المسرحي ولكنهم جمهور عام.³

التعريف الاجرائي: الجمهور الرياضي في هذه الدراسة هو المستخدم الجزائري الذي يتابع البرامج والمباريات والتحليلات الرياضية عبر منصة Beuz TV أو عبر البث الرقمي.

¹ دروازي مصطفى، اتجاهات الإعلاميين الرياضيين الجزائريين نحو مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري العمومي، مجلة المنظومة الرياضية، المجلد التاسع ، العدد 02، الجزائر، 2022، ص 724.

² مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص 142.

³ عراب بن مسلي و آخرون، البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودورها في إشباع احتياجات الجمهور، مجلة الممارسة الرياضية والمجتمع، المجلد الرابع، العدد 01، الجزائر، 2021، ص 106.

3 - البرامج الرياضية.

لغة : ورد في المعجم الوسيط أن «البرنامج: المنهاج أو الخطة المرسومة لعمل معين، ويطلق على بيان الأعمال أو الموضوعات المرتبة وفق نظام محدد».¹

اصطلاحاً: هي الخطة التي يستخدمها الإنسان من أجل القيام بشيء معين كحصة رياضية و هو شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة ويقدم في مواعيد ثابتة سواء يومياً أو أسبوعياً أو نصف شهرياً أو شهرياً لعرض مادة إعلامية رياضية.²

التعريف الاجرائي: هي كل محتوى رياضي يشاهده الجمهور الجزائري عبر Beuz TV مثل المباريات المباشرة البرامج التحليلية الأخبار الرياضية.

احدى عشر - الدراسات السابقة.

1 - دراسة يوسف حميش 2025.

بعنوان: البرامج الرياضية التلفزيونية ودورها في جذب الجماهير - قناة الهدف نموذجاً، من خلال الإشكالية هل للبرامج الرياضية التلفزيونية في قناة الهدف دور في جذب الجماهير؟، هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع الإعلام الرياضي في الجزائر من خلال قناة الهدف كنموذج رائد يسعى لكسب ثقة الجمهور الرياضي في ظل المنافسة الإعلامية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي القائم على أسلوب الحصر الشامل، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة من طلبة الماستر بجامعة المسيلة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

❖ إن قناة الهدف تساهم بشكل فعلي في جذب الجماهير من خلال برامجها وعلى رأسها برنامج "الفريق الدولي" الذي يحظى بمتابعة واسعة حيث ساهم المحتوى المقدم في

¹مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المرجع السابق، ص 44.

²يوسف حميش، البرامج الرياضية التلفزيونية ودورها في جذب الجماهير - قناة الهدف نموذجاً، مجلة التصدي، المجلد السابع عشر، العدد 02، جامعة المسيلة، 2025، ص 158.

إكساب المتابعين معارف قانونية ورياضية متنوعة، إلا أن النتائج أظهرت أن دور الصحفيين في القناة يميل أحياناً للسطحية في طرح الأسئلة التحليلية مما جعل مستوى الحوار بين الضيوف يبقى في حدود المتوسط.

❖ أن جذب الجماهير في الإعلام الرياضي التلفزيوني يرتكز على ثلاثية "المضمون، الضيف، والمقدم"، وقد نجحت القناة في تحقيق جذب جماهيري كبير بفضل المحتوى الإخباري والتحليلي، لكنها لا تزال بحاجة لتطوير مهارات الأداء الصحفي والارتقاء بمستوى النقاش لرفع الوعي الرياضي لدى الجمهور المتخصص، مع وجود فروق إحصائية في تفضيلات الجمهور وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

2 - دراسة دروازي مصطفى 2022

بعنوان: "اتجاهات الإعلاميين الرياضيين الجزائريين نحو مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري العمومي"، من خلال الإشكالية ما هي اتجاهات الإعلاميين الرياضيين الجزائريين نحو مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري العمومي ؟، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مواقف الإعلاميين الرياضيين الجزائريين وتقييمهم للمضامين الرياضية التي يبثها التلفزيون العمومي وكذا طرق عرضها وتقديمها للجمهور ولتحقيق هذا الهدف استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة من الصحفيين والإعلاميين المختصين في المجال الرياضي، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

❖ إتسام اتجاهات الإعلاميين الرياضيين نحو ما يقدمه التلفزيون العمومي بالحياد مما يعكس عدم رضاهم الكامل عن المادة الإعلامية المقدمة وتعارضها مع تطلعاتهم المهنية.

❖ تبين أن البرامج الرياضية في التلفزيون العمومي لا تحظى بالصدى المطلوب أو المكانة المرموقة لدى الجمهور الرياضي الجزائري من وجهة نظر النخبة الإعلامية.

❖ كشفت النتائج عن وجود خلل في الأداء الإعلامي فيما يخص المضمون وطرق الإخراج والعرض، وهو ما يستوجب مراجعة السياسة الإعلامية المتبعة في إنتاج البرامج الرياضية لتلبية رغبات الجمهور المستهدف.

3 - دراسة عراب بن مسلي، سليم نصيرة، ومحمد لمين غالم 2021.

بعنوان: البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودورها في إشباع احتياجات الجمهور، من خلال الإشكالية هل تمكنت حصة الجزائرية فوت بشكله ومضمونها من إشباع احتياجات متبعيها؟، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الإعلام الرياضي في القنوات الخاصة وبالأخص البرامج المختصة من خلال رصد مدى تلبية حصة "الجزائرية فوت" التي تبث على قناة الجزائرية الخاصة لتوقعات وإشباعات الجمهور، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

❖ إن حصة "الجزائرية فوت" نجحت في تحقيق إشباعات متنوعة لجمهورها من خلال المضمون الرياضي الذي تقدمه حيث ساهمت الروبورتاجات الميدانية وطريقة معالجة المواضيع في جذب انتباه المشاهدين وتلبية تطلعاتهم المعرفية والترفيهية في المجال الرياضي.

❖ أن الشكل الفني للبرنامج بما يتضمنه من قيم جمالية في الاستوديو والديكور والإضاءة لعب دوراً أساسياً كعامل جذب بصري يمنح المشاهد راحة نفسية، كما أن كفاءة مقدم البرنامج وقدرته على إدارة الحوار مع الضيوف ساهمت في بلورة محتوى إعلامي قادر على التحكم في القضايا المطروحة وإشباع رغبات الجمهور الرياضي الجزائري بفعالية.

4 - دراسة ساحل عبد الحميد ومهداوي نصر الدين 2021.

بعنوان: اتجاهات الشباب الجامعي نحو موقع صحيفة الهدف الإلكترونية - دراسة استطلاعية على عينة من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة سطيف

2، من خلال الإشكالية الرئيسية: "ما هي اتجاهات الشباب الجامعي الجزائري نحو المضامين الرياضية في موقع صحيفة الهدف الإلكترونية؟"، هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى تلبية موقع الهدف بصفته وسيطاً إعلامياً جديداً (Multimedia) لحاجات ورغبات الجمهور الرياضي الجامعي، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

❖ إن اتجاهات الشباب الجامعي نحو موقع الهدف اتسمت بالثقة في موضوعية ومصداقية الأخبار المعتمدة على الأرقام والبيانات، حيث نجح الموقع في فرض مكانته في الفضاء الرياضي الرقمي من خلال محتواه المتجدد الذي يواكب عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال مما ساهم في غرس الروح الرياضية بين المتابعين رغم وجود ميل لدى الجمهور نحو المواضيع الترفيهية والتسلية التي يطرحها الموقع.

❖ أن هناك حاجة لتطوير القوالب الفنية والأنواع الصحفية المستخدمة في الموقع لتعزيز التفاعل والتعاطي مع القضايا الرياضية بعمق أكبر، حيث كشفت النتائج أن الجمهور الجامعي يتطلع لجراً أكبر من قبل القائمين على الموقع في الكشف عن الحقائق وهو ما يعكس رغبة المبحوثين في الانتقال من مجرد التعرض للمحتوى إلى المشاركة الفعالة في تشكيل الرأي العام الرياضي عبر الوسائط المتعددة.

5 - دراسة الريغي هاجر وتاتي وسام 2016.

بعنوان: تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية (الأنترنت نموذجاً) - دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، من خلال الإشكالية الرئيسية: "ما مدى تأثير المواقع الرياضية عبر الأنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية؟"، هدفت هذه الدراسة التي تندرج ضمن نظرية الاستخدامات والإشباع إلى الكشف عن كيفية استخدام الطلبة للأنترنت لتلبية حاجاتهم الرياضية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي (منهج المسح)، وتم استخدام

استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات طبقت على عينة من 100 طالب، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

❖ إن القنوات الرياضية التلفزيونية لا تزال تحتفظ بمكانتها لدى الطلبة لمتابعة مختلف البرامج وخاصة نقل المباريات المباشرة وأخبار اللاعبين حيث يفضل المبحوثون شاشة التلفزيون كخيار أول لمواكبة جديد الساحة الرياضية.

❖ رغم المميزات التي تمنحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة من سرعة في الوصول للمعلومات وإمكانية إعادة مشاهدة البرامج في أي وقت، إلا أن معدل قضاء الطلبة لساعات المتابعة عبر الأنترنت يظل محدوداً وقليلًا ويرجع ذلك بشكل أساسي إلى جملة من الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام هذه الوسيلة التكنولوجية.

6 - دراسة الزواوي أحمد المهدي 2015.

بعنوان: دراسة جمهور الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري - دراسة استطلاعية بولاية المسيلة، من خلال الإشكالية ما هي الرغبات التي يحققها جمهور الإعلام الرياضي من استخدامه للبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري، وماهي العراقيل التي تواجهه في ذلك وما الوسائل التي يقترحها لتجاوزها؟، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على درجة إشباع برامج الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري لرغبات جمهوره والبحث في المعوقات التي تحول دون ذلك، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي ذو الطابع التحليلي، وتم استخدام إستمارة استبيان موزعة على عينة قصدية عرضية شملت الجمهور الرياضي بولاية المسيلة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

❖ إن مستوى إشباع برامج الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري لجمهوره جاء بدرجة متوسطة ومقبولة بصفة عامة مع وجود تباين في هذه الدرجة وفي أسباب عدم المشاهدة يعزى لمتغير السن لدى أفراد العينة بينما لم تظهر اختلافات جوهرية تعزى للمتغيرات الوسيطة الأخرى.

❖ أن هناك عدة عوائق تحول دون تحقيق الإشباع الكامل للجمهور من أبرزها غياب التعددية في الآراء واقتصار الاستضافة في البرامج على وجوه معينة، وعليه أكدت الدراسة على ضرورة تنويع الشخصيات المستضافة من خبراء وأكاديميين ومدرّبين، وتطوير الجوانب التقنية المتعلقة بنقل الصوت والصورة بما يتماشى مع تطلعات الجمهور الرياضي.

اثنا عشر - مدى استفادة الباحث من الدراسات السابقة.

- 1 - صياغة مشكلة البحث و الاستفادة من الاجراءات المنهجية .
- 2 - الاستعانة بهذه الدراسات لوضع تساؤلات الدراسة و فرروضها.
- 3 - تعميق الاطار النظري و توسيع معلومات الباحث من هذا الجانب.
- 4 - استفادة الباحث أيضا من بعض التعريفات الاجرائية الخاصة ببعض الدراسات السابقة.

الفصل الثاني

اتجاهات الجمهور الرياضي

الجزائري نحو بث البرامج الرياضية

تمهيد :

يشهد الإعلام الرياضي تحولات متسارعة نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط الرقمية التي غيّرت أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الرياضي حيث لم يعد المشاهد يعتمد فقط على التلفزيون التقليدي بل اتجه نحو أنماط مشاهدة أكثر مرونة وتفاعلية تتيح المتابعة في أي زمان ومكان، ويُعد الجمهور الرياضي الجزائري من أكثر الفئات ارتباطاً بالأحداث الرياضية الأمر الذي يجعل دراسة اتجاهاته نحو بث البرامج الرياضية مسألة أساسية لفهم سلوكاته الإعلامية وتفضيلاته الجديدة خاصة في ظل تعدد المنصات وتزايد المنافسة بينها، وتتأثر هذه الاتجاهات بمجموعة من العوامل الشخصية والاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية إلى جانب الدوافع النفسية والإشباع التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال المتابعة الرياضية، لذلك يسعى هذا الفصل إلى تقديم إطار نظري يوضح مفهوم اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري وخصائصه وأنماط مشاهدته للبرامج الرياضية، إضافة إلى أبرز العوامل التي تساهم في تشكيل هذه الاتجاهات.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لاتجاهات الجمهور الرياضي.

تعد اتجاهات الجمهور الرياضي من المفاهيم الأساسية في دراسات الإعلام والاتصال لما لها من دور في تفسير سلوك المتلقين وأنماط متابعتهم للمحتوى الرياضي ففهم طبيعة هذه الاتجاهات يساعد على معرفة كيفية استقبال الجمهور للبرامج الرياضية ومدى تقبلها والتفاعل معها، لذلك يهدف هذا المبحث إلى تقديم الإطار المفاهيمي لاتجاهات الجمهور الرياضي من خلال توضيح مفهوما وخصائصها وأهم أنواعها.

المطلب الأول: تعريف الاتجاهات.

يمثل تحديد تعريف الاتجاهات خطوة أساسية لفهم علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، إذ تعبر الاتجاهات عن استعداد الفرد لتبني موقف إيجابي أو سلبي تجاه موضوع معين، وهو ما سيتم توضيحه من خلال عرض أهم التعريفات العلمية.

يعرف الاتجاه على أنه : " حالة من الاستعداد العقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيرا توجيهيا على استعداد الأفراد لجميع المواقف والأشياء".¹

¹يوسف حميش وأحمد بن رجم، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الخبر والتقارير الصحفي في الإعلام الرياضي التلفزيوني: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين الجزائريين، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد العاشر، العدد 2، 2019، ص 55.

و تعرف الاتجاهات بأنها : " استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجة لعوامل مختلفة تؤثر في حياته بحيث يوجه استجاباته سلبا أو إيجابا نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلفية و الاجتماعية".¹

ومن أقدم التعاريف والذي لا يزال شائعا ومتداولاً في مختلف الدراسات هو "جوردن البورت" الذي يعرف الاتحاده بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي النفسي، تنتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات تأثير موجه أو دينامية على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذه الاستجابة.²

والاتجاه "هو موقف أو ميل راسخ نسبيا سواء كان رأيا أم اهتماما أم غرضا يرتبط بتأهب لاستجابة مناسبة".³

و عليه يمكن قول أن الاتجاه هو حالة من الاستعداد النفسي والعقلي المكتسب تتكوّن لدى الفرد نتيجة خبراته وتجارب حياته والعوامل الاجتماعية المحيطة به، ويتميّز بقدر من الثبات النسبي

¹ محمد سفيان عطوات، اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021، ص 10.

² نخلة بوثلجة، آمال بن عمراوي، عبد المجيد صديقي، اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني: دراسة على عينة من متصفحي موقع كورة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023، ص 44.

³ المرجع السابق، ص 56.

ويعمل على توجيه استجابات الفرد ومواقفه وسلوكه بصورة إيجابية أو سلبية تجاه الأشخاص أو الأفكار أو الموضوعات أو القضايا المختلفة.

المطلب الثاني: خصائص الاتجاهات.

تؤدي الاتجاهات دورا كبيرا في حياة الإنسان باعتبارها كدافع لسلوكه في أوجه حياته المختلفة وارتباطها بالإنسان منذ طفولته وفي جميع مراحل عمره، و هذا ما جعلها تتميز عن غيرها من المتغيرات الذاتية وفيما يلي أهم هذه الخصائص¹:

❖ الاتجاهات مكتسبة و ليست فطرية أي يكتسبها عن عادات لأن في حالة الاتجاهات يكون

الشخص واعيا بها، بجانب أنه من الممكن التعبير عنها بالكلمات و بدون أن يتحتم تحويل

التعبير اللفظي إلى سلوك عملي وفوري.

❖ الاتجاهات ليست عابرة و هي لا تتغير بسهولة أو بسرعة و لا تخضع لظروف التنبيه

الخارجي، فبعد أن تتكون الاتجاهات لدى الشخص تصبح مستقرة و دائمة.

❖ الاتجاهات تمثل علاقة مستمرة بين الذات و موضوعات محددة و مجسدة في أشخاص

أو أشياء أو نظم معينة.

❖ تتسم الاتجاهات بأن المبادئ التي تحكم في تكوينها اتجاه موضوعات فردية هي نفسها

المبادئ التي تحكم تكوين اتجاهات الشخص نحو موضوعات اجتماعية أو تنبيهات

اجتماعية.

¹ بورحلة سليمان، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم دراسة ميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط المتعددة، جامعة الجزائر، 2008، ص

❖ الاتجاهات ثابتة نسبيا من الصعب تغييرها أو تعديلها لأنها مرتبطة بالإطار العام للشخصية غير أنه من الممكن تعديل الجوانب المعرفية إلى حد ما، أما الجوانب الوجدانية و الدافعية منها فمن الصعب تعديلها و الاتجاهات ذاتية في محتواها غير موضوعية مكتسبة و متعلمة نتيجة تفاعل الفرد مع الآخرين و الاتجاه في العموم يتضمن علاقة قوية بين الفرد والموضوعات المتعددة.¹

المطلب الثالث: أنواع الاتجاهات.

تختلف الاتجاهات باختلاف طبيعتها ودرجة انتشارها وطريقة التعبير عنها، لذلك اهتمت الدراسات النفسية والإعلامية بتصنيفها إلى عدة أنواع تساعد على فهم سلوك الأفراد والجماعات بصورة أدق، وهو ما يسمح بتحليل مواقف الجمهور وتفسير أنماط تفاعله مع مختلف القضايا والموضوعات. وفي هذا الإطار سيتم عرض أهم أنواع الاتجاهات المتداولة في الدراسات العلمية، أهمها ما يلي:²

1 - الإتجاه العام : هو ذلك الإتجاه الذي يشمل كلية الموضوع الذي يتناوله هذا الإتجاه و ذلك بغض النظر عن كونه سالبا أو موجبا مثل إتجاه الفرد نحو بلد معين فهو يعبر عن الإتجاه السالب نحو ذلك البلد وبذلك يكون الإتجاه العام نحو هذا البلد ، ويعتبر هذا الإتجاه أكثر ثباتا و إستقرارا عن غيره من أنواع الإتجاهات.

¹ نخلة بوثلجة، آمال بن عمراوي، المرجع السابق، ص 45.

² فؤاد البهي السيد، سعد عبد الرحمان، علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة ، دار الفكر العربي مدينة نصر ، القاهرة ، مصر ، 2006، ص 258.

2 - الإتجاه النوعي : فهو الإتحاد الذي ينصب على جزئية من الموضوع الذي يدور حوله الإتجاه مثل إتحاد الفرد نحو فريق كرة قدم بلد معين، حيث يعجب على سبيل المثال بأسلوب لعب الفريق (إتجاه موجب) دون بقية جزئيات الموضوع وهو البلد المعين، وبالتالي فإن سلوكه سوف يتأثر بإتجاهه النوعي هذا وهذا النوع من الإتجاهات يعتبر أقل ثباتا من الإتجاه العام فهو يتلاشى نتيجة تكوين إتجاهات نوعية أخرى، تتنافر فيما بينها وتؤدي إلى ضعفه

3 - الإتجاه الفردي : وهو ذلك الإتجاه الذي يتبناه و يؤكدّه فرد واحد من أفراد الجماعة وهذا من حيث النوعية أو الدرجة، ومعنى أن الفرد قد يكون لديه إتجاه خاص نحو مدرك يكون في بؤرة إهتمامه هو ويسمى ذلك إتجاهها فرديا ، ويمكن أن تلاحظ هذا الإتجاه بين أفراد الأسرة الواحدة .

4 - الإتجاه الجمعي : هو ذلك الإتجاه الذي يشترك فيه عدد كبير من أعضاء الجماعة مثل : إتجاه نحو نوع خاص من أنواع الرياضات أو نحو نجم رياضي، لكن من الوارد أن يختلف أفراد الجماعة في إتجاههم هذا من حيث الدرجة و الشدة.¹

5 - الإتجاه العلني : هو ذلك الإتجاه الذي يسلك الفرد بمقتضاه في مواقف حياته اليومية دون حرج أو تحفظ و بهذا يمكن القول بأن مثل هذا الإتجاه غالبا و ليس دائما يكون متفقا مع معايير الجماعة ونظمها وما يسودها من قسيم و ضغوط اجتماعية مختلفة وهذا الإتجاه يكون غالبا

¹نسرين بن الساسي، وتليلاتي زنده، اتجاه الطالبات الجزائريات نحو البرامج الرياضية -قناة الهدف الرياضية أنموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر، 2022، ص 8.

متوسط الشدة لأنه لا توجد ضغوط إجتماعية ما يحاول كفه و إيقافه ومنع الفرد من أن يعبر عن سلوكه.

6 - الإتجاه السري : فهو ذلك الإتحاد الذي يحرص الفرد على إخفافه في قرارة نفسه ويميل في كثير من الأحيان إلى إنكاره ظاهريا و لا يسلك بما يليه عليه هذا الإتجاه، وغالبا ما يكون هذا الإتجاه غير منسجم مع قوانين الجماعة و أعرافها وما يسودها من ضغوط ومعايير.¹

المبحث الثاني: الجمهور الرياضي الجزائري

يُعد الجمهور الرياضي محورا¹ مهما في الإعلام الرياضي إذ يرتبط نجاح البرامج الرياضية بمدى إقباله عليها وتفاعله معها، كما يتميز الجمهور الرياضي الجزائري باهتمام كبير بالأحداث الرياضية ومتابعتها عبر مختلف الوسائل الإعلامية، لذلك يهدف هذا المبحث إلى التعرف على مفهوم الجمهور الرياضي وخصائصه في الجزائر إضافة إلى إبراز أهم أنماط متابعة البرامج الرياضية.

المطلب الأول: تعريف الجمهور الرياضي.

يمثل تحديد مفهوم الجمهور الرياضي خطوة أساسية لفهم طبيعة الفئة التي تتوجه إليها البرامج الرياضية، إذ يشير هذا المفهوم إلى الأفراد الذين يتابعون الأحداث والمضامين الرياضية باهتمام وانتظام عبر مختلف وسائل الإعلام لذلك يسعى هذا المطلب إلى توضيح تعريف الجمهور الرياضي.

¹شكيب بغدادي، اتجاهات طلبة الإعلام الرياضي نحو ممارسة الصحافة الرياضية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، ص

يعرفه جون بيار اسكينازي بأنه مجموعة تنشأ بحكم الانتماءات الثقافية أو الاجتماعية وقد ارتبط المصطلح بوائيل الإعلام الجماهيرية التي أصبغته بمجموعة من الخصائص أهمها التشبث، ولا تؤثر وسائل الإعلام وحدها في سلوك الفرد بل تتداخل فيه مع باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية و نقصد بالجمهور الرياضي مجموعة لها انتماءات رياضية معينة تدفعها للتجمع في مكان واحد هو على الأغلب ملعب رياضي للفرجة والتشجيع وتحقيق المتعة.¹

وهو عبارة عن مجموعة من الأشخاص لديهم إدراك (إحساس) متشابه حول تظاهرة رياضية معينة، وانطلاقا من اهتمامات مشتركة وردود أفعال متماثلة حول هذه التظاهرة، وتكون من خلال حضور هذه التظاهرات مباشرة من الملاعب أو متابعتها من خلال وسائل الاتصال والإعلام، وفي المجال الرياضي يركز هذا المفهوم أساسا حول المتفرجين لمختلف المنافسات الرياضية.²

الجمهور الرياضي يعبر عن ظاهرة اجتماعية مهمة آخذة في التعاضد في المجتمعات الحديثة فهي تعبر عن نشاط اجتماعي له أبعاده و إسهاماته وخاصة فيما يتصل بالتطبيع و التنشئة و التثقيف بشرط توافر العوامل التربوية والمناخ الاجتماعي المناسب و القيادات الواعية المتفهمة، و

¹ سليمان نمر، وأوشن بوزيد، تأثير وسائل الإعلام الجديدة في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم: دراسة ميدانية، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد العاشر، العدد 2، 2019، ص 254.

² مبروك بن دحمان، وعبد الحكيم رزاق لبزة، تأثير غياب الجمهور الرياضي على دافعية الإنجاز الرياضي لدى لاعبين كرة القدم خلال فترة الكوفيد 19، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تدريب رياضي نخبوي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021، ص 9.

التشجيع الرياضي يدعم قيم المجتمع و التوجيه الهادف و يتيح الشعور بالانتماء و الارتباط من خلال مجموعة من الناس أكبر من الأسرة أو حتى مجموعة الأصدقاء أو الأهل.¹

و من خلال تعاريف السابقة يمكن قول أن تلجمهور الرياضي يمثل مجموعة من الأفراد الذين يشتركون في الاهتمام والمتابعة المنتظمة للأحداث الرياضية سواء داخل الملاعب أو عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويتكون هذا الجمهور نتيجة تفاعل عوامل اجتماعية وثقافية ونفسية مما يجعله يتجه نحو التشجيع والتفاعل مع المنافسات الرياضية والانتماء لفرق أو أحداث معينة، كما يعد ظاهرة اجتماعية تساهم في تعزيز قيم الانتماء والتواصل والتنافس داخل المجتمع ويتأثر في تشكيله بوسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة الاجتماعية.

المطلب الثاني: خصائص الجمهور الرياضي الجزائري.

يتميز الجمهور الرياضي في الجزائر بخصوصيات اجتماعية وثقافية وإعلامية نابعة من المكانة المركزية التي تحتلها الرياضة في الحياة اليومية وخاصة كرة القدم، وقد اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية والرياضية بتحليل سمات هذا الجمهور من حيث سلوكه الاتصالي وأنماط تفاعله مع المضامين الرياضية.

❖ الشغف والانتماء القوي للأندية والمنتخب : يُعرف الجمهور الرياضي الجزائري بدرجة

عالية من الحماس والانتماء العاطفي للأندية المحلية والمنتخب الوطني، حيث تتحول المباريات إلى مناسبات جماعية تعبّر عن الهوية والانتماء الوطني، ويظهر هذا الانتماء من

¹ عمارة نور الدين، تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي، مجلة حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34، العدد 01، الجزائر، 2020، ص 836.

خلال المتابعة المكثفة للمنافسات والمشاركة الواسعة في النقاشات الرياضية عبر وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي.

❖ **التأثير القوي بوسائل الإعلام الرياضية :** تشير الدراسات إلى أن الجمهور الرياضي الجزائري يعتمد بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والتحليلات سواء عبر القنوات التلفزيونية أو الصحافة أو المنصات الرقمية، وقد ساهم تطور الإعلام الرقمي في زيادة سرعة انتشار الأخبار الرياضية وتعزيز التفاعل المباشر بين الجمهور والمحتوى الرياضي.¹

❖ **الحضور القوي في الفضاء الرقمي وشبكات التواصل :** أصبح الجمهور الرياضي الجزائري من أكثر الجماهير نشاطاً على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يتابع المباريات مباشرة ويعلق على الأداء الرياضي ويناقش التحليلات والقرارات التحكيمية، ويعكس هذا الحضور الرقمي تحول الجمهور من متلق سلبي إلى فاعل مشارك في صناعة الخطاب الرياضي.

❖ **الحساسية المرتفعة تجاه نتائج المباريات :** من السمات البارزة أيضاً التأثير الكبير بنتائج المباريات إذ قد تتراوح ردود الفعل بين الفرح الجماعي والحزن أو الغضب ما يعكس

¹ الزواوي أحمد المهدي، دراسة جمهور الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري: دراسة استطلاعية بولاية المسيلة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2015، ص 143.

الارتباط العاطفي القوي بالرياضة، وتؤكد بعض الدراسات أن هذا الارتباط قد يتحول

أحيانا إلى تعصب رياضي نتيجة التنافس الشديد بين الأندية.¹

المطلب الثالث: أنماط متابعة البرامج الرياضية.

تتنوع أنماط متابعة البرامج الرياضية في ظل التطور التكنولوجي وتعدد الوسائط الإعلامية، حيث لم تعد المتابعة مقتصرة على وسيلة واحدة، بل أصبحت تعتمد على مزيج من الوسائل التقليدية والرقمية، بما يعكس تغيرا واضحا في سلوك الجمهور الرياضي.

1 - المتابعة عبر التلفزيون : يُعد التلفزيون من أقدم الوسائل وأكثرها انتشارا في متابعة البرامج الرياضية، حيث يفضلها الجمهور لمشاهدة المباريات والبرامج التحليلية بشكل مباشر، إضافة إلى ما يوفره من تجربة مشاهدة جماعية داخل الأسرة أو في الفضاءات العامة.²

2 - المتابعة عبر الإنترنت والمنصات الرقمية : أصبح البث عبر الإنترنت من أبرز أنماط المتابعة الحديثة، إذ يتيح للجمهور مشاهدة المباريات والبرامج الرياضية في أي وقت ومن أي مكان، مع إمكانية إعادة اللقطات ومتابعة المحتوى حسب الطلب، مما يعزز من حرية الاختيار.

¹ محمد لويادي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقليل العنف الرياضي لدى الجمهور الرياضي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص إعلام واتصال رياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، ص 68.

² مباركة سهيلة حاج سعيد، آراء وتوجهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية: دراسة مسحية على عينة من طلبة ثانية ماستر إذاعة وتلفزيون وتربية بدنية ورياضية بجامعة بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص 33.

3 - المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي : تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً متزايداً في متابعة البرامج الرياضية، حيث يعتمد الجمهور على الصفحات الرياضية للحصول على الأخبار السريعة، ومشاهدة المقاطع المختصرة، والتفاعل مع التعليقات والتحليلات.¹

4 - المتابعة متعددة الوسائط : يتجه عدد متزايد من الجمهور إلى استخدام أكثر من وسيلة في الوقت نفسه، مثل مشاهدة المباراة عبر التلفزيون ومتابعة الإحصائيات أو التعليقات عبر الهاتف الذكي، وهو ما يعكس نمطاً تفاعلياً جديداً في الاستهلاك الإعلامي الرياضي.²

المبحث الثالث: اتجاهات الجمهور نحو البث الرياضي.

يُعدّ موضوع اتجاهات الجمهور نحو البث الرياضي من المواضيع المهمة في الإعلام الرياضي خاصة مع التحول من البث التلفزيوني التقليدي إلى البث الرقمي، ويهدف هذا المبحث إلى دراسة اتجاهات الجمهور نحو أنماط البث المختلفة إضافة إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الاتجاهات.

المطلب الأول: الاتجاهات نحو البث التلفزيوني الرياضي.

¹فندوشي حمزة، آثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي: بحث متمحور حول البعد الثقافي الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، فرع الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة الجزائر 3، معهد التربية البدنية والرياضية بسيدي عبد الله، 2015، ص 237.

²ياسين سماعيل، فريال ميسوم، اتجاهات الصحافة الرياضية نحو صناعة المحتوى الرقمي في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، 2025، ص 62.

يُعد البث التلفزيوني الرياضي من أهم الوسائل الإعلامية التقليدية التي ساهمت بشكل كبير في تشكيل عادات وأنماط متابعة الجمهور الرياضي للأحداث الرياضية حيث ظل لسنوات طويلة المصدر الأساسي لنقل المباريات والبرامج التحليلية والتقارير الرياضية، ويتميز هذا النمط من البث بقدرته على الوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور بفضل توفر جهاز التلفاز في أغلب البيوت، إضافة إلى اعتماده على النقل المباشر والتحليل الفوري للأحداث الرياضية مما جعله وسيلة موثوقة ومفضلة لدى فئات كبيرة من المتابعين.¹

وتتسم اتجاهات الجمهور نحو البث التلفزيوني الرياضي بدرجة من القبول والاعتماد المستمر، نتيجة ما يوفره من جودة في التغطية وإحساس بالمشاهدة الجماعية التي تعزز الجانب الاجتماعي للرياضة حيث يجتمع الأفراد لمتابعة المباريات في جو تفاعلي مشترك، ومع ذلك فقد بدأت هذه الاتجاهات تشهد بعض التغير في السنوات الأخيرة بفعل تطور الوسائط الرقمية التي وفرت بدائل أكثر مرونة من حيث اختيار وقت المشاهدة وإعادة المحتوى والتفاعل معه، إلا أن البث التلفزيوني لا يزال يحافظ على مكانته لدى شريحة واسعة من الجمهور الرياضي باعتباره وسيلة مألوفة وموثوقة.²

المطلب الثاني: الاتجاهات نحو البث الرقمي الرياضي.

¹قطشة عبد القادر، إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 47.

²يوسف حميش وأحمد بن رجم، المرجع السابق، ص 75.

يشهد البث الرقمي الرياضي انتشاراً متزايداً نتيجة التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال وانتشار الهواتف الذكية والإنترنت الأمر الذي غيّر بشكل واضح سلوك الجمهور الرياضي في متابعة الأحداث والبرامج الرياضية، فقد أصبح بإمكان المتابع مشاهدة المباريات والبرامج التحليلية عبر المنصات الرقمية والمواقع المتخصصة والتطبيقات الرياضية في أي وقت ومن أي مكان وهو ما عزّز اتجاهات إيجابية نحو هذا النوع من البث خاصة لدى فئة الشباب التي تبحث عن السرعة والمرونة وسهولة الوصول إلى المحتوى، كما يوفر البث الرقمي إمكانيات متعددة مثل إعادة اللقطات المهمة ومشاهدة الملخصات الفورية والاطلاع على الإحصائيات مما يساهم في رفع مستوى التفاعل مع المحتوى الرياضي ويجعل تجربة المشاهدة أكثر ثراءً وتنوعاً.¹

وتتسم اتجاهات الجمهور نحو البث الرقمي الرياضي بالرغبة في التحكم الكامل في عملية المشاهدة إذ لم يعد المتلقي مقيداً بجدول بث محدد كما هو الحال في التلفزيون التقليدي بل أصبح قادراً على اختيار المحتوى الذي يناسبه ومتابعته في الوقت الذي يريده، كما وفّرت المنصات الرقمية إمكانيات التفاعل المباشر عبر التعليقات والمشاركة والنقاش وهو ما جعل الجمهور ينتقل من دور المتلقي السلبي إلى دور المستخدم المتفاعل، ورغم بعض التحديات المرتبطة بسرعة الإنترنت أو جودة البث أحياناً فإن التطور المستمر في البنية الرقمية يعزز من اعتماد الجمهور الرياضي على هذا النمط من المتابعة ويجعل البث الرقمي خياراً أساسياً في المستقبل.²

¹ياسين سماعيل، فريال ميسوم، المرجع السابق، ص 23.

²فندوشي حمزة، المرجع السابق، ص 214.

المطلب الثالث: عوامل تشكيل اتجاهات الجمهور الرياضي.

تتكون اتجاهات الجمهور الرياضي نحو البرامج والبث الرياضي من مجموعة عوامل متداخلة تؤثر في طريقة إدراكه للمحتوى الإعلامي وتحدد مواقفه وسلوكاته تجاهه، وتظهر الدراسات الإعلامية أن هذه الاتجاهات لا تتشكل بشكل عشوائي بل نتيجة تأثيرات متعددة نذكر منها ما يلي:

1 - العوامل الشخصية والاجتماعية : تؤثر الخصائص الفردية مثل العمر والجنس والمستوى التعليمي في طبيعة اهتمام الفرد بالرياضة ونوعية البرامج التي يتابعها حيث تختلف درجة التفاعل من فئة لأخرى، كما يلعب الوسط الاجتماعي (الأسرة، الأصدقاء، البيئة الرياضية) دوراً محورياً في تعزيز أو توجيه هذه الاتجاهات من خلال تبني قيم رياضية معينة أو الانتماء لأندية محددة، وتشير بعض الدراسات إلى أن التفاعل الاجتماعي يعد من أبرز العوامل في تشكيل الرأي الرياضي لدى الجمهور.¹

2 - العوامل الإعلامية : تعد وسائل الإعلام الرياضية من أهم المؤثرات في بناء الاتجاهات حيث يساهم نوع المحتوى المقدم (تحليلي، إخباري، نقدي) ومستوى المصداقية والتغطية في تشكيل مواقف الجمهور، كما أن كثافة التعرض للبرامج الرياضية تساهم في ترسيخ اتجاهات إيجابية أو

¹ فيصل قويدر، أحمد قوراية، الإعلام الرياضي المكتوب ودوره في تشكيل اتجاهات الشباب نحو ممارسة النشاط الرياضي التنافسي: دراسة ميدانية بولاية المسيلة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد السادس، العدد 02، المسيل، 2022، ص 550.

سلبية تجاه الأحداث والفرق الرياضية وقد أكدت الدراسات أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مباشراً في توجيه اهتمامات الجمهور وبناء وعيه الرياضي.¹

3 - العوامل التكنولوجية : أدى التطور التكنولوجي إلى تغير جذري في أنماط متابعة الرياضة حيث أصبح توفر الإنترنت والمنصات الرقمية عاملاً أساسياً في تشكيل الاتجاهات نحو البث الرياضي، كما ساهمت التطبيقات والمواقع الرياضية في جعل الجمهور أكثر انتقائية وتفاعلاً مقارنة بالوسائل التقليدية مما عزز الميل نحو البث الرقمي.

4 - العوامل النفسية والانفعالية : تلعب الدوافع النفسية دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات الجمهور مثل حب الرياضة والانتماء العاطفي للأندية والرغبة في الترفيه أو الهروب من الضغوط اليومية، كما أن الاستجابات الانفعالية المرتبطة بنتائج المباريات (فرح، غضب، إحباط) تؤثر بشكل مباشر على مواقف الجمهور من البرامج الرياضية ووسائل البث المختلفة.²

¹مباركة سهيلة حاج سعيد، المرجع السابق، ص 30.

²محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي، اتجاهات الجمهور نحو خطاب قيادات الأندية الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية التعصب الرياضي: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 17، القاهرة، 2019، ص 107.

خلاصة الفصل:

خلص هذا الفصل إلى أن اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية تتشكل من مجموعة عوامل نفسية واجتماعية وإعلامية وتكنولوجية متداخلة، حيث يتضح أن هذا الجمهور يتميز بارتفاع مستوى الاهتمام بالمحتوى الرياضي وتنوع أنماط متابعته بين الوسائل التقليدية والرقمية مع استمرار حضور البث التلفزيوني مقابل تزايد الإقبال على البث الرقمي لما يوفره من مرونة وتفاعلية وسهولة في الوصول، كما أن هذه الاتجاهات لا تتشكل بشكل عشوائي بل تتأثر بخصائص الجمهور وبيئته المحيطة وطبيعة الوسائل الإعلامية المستخدمة في تقديم المحتوى الرياضي.

الفصل الثالث

الإعلام الرياضي عبر الوسائط
المتعددة وقناة **Beuz TV** كنموذج
للبنث الرياضي

تمهيد :

يشهد الإعلام الرياضي تحولات متسارعة نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط المتعددة التي ساهمت في تغيير أساليب إنتاج وبث المحتوى الرياضي وتلقيه، فقد أصبح الجمهور يعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية والقنوات الحديثة لمتابعة الأحداث الرياضية الأمر الذي أدى إلى ظهور نماذج إعلامية جديدة تعتمد على التفاعل والسرعة وتعدد أشكال العرض، وفي هذا الإطار يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة مع التركيز على قناة Beuz TV بوصفها نموذجاً للبث الرياضي الحديث من خلال إبراز خصائص هذا النوع من الإعلام ودوره في تقديم المحتوى الرياضي وجذب الجمهور.

المبحث الأول: ماهية الوسائط المتعددة.

تعد الوسائط المتعددة من أهم الركائز التي يقوم عليها الإعلام الرقمي المعاصر حيث ساهم التطور التكنولوجي في توظيف النص والصوت والصورة والفيديو داخل بيئة رقمية واحدة مما غير أساليب إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي، لذلك يهدف هذا المبحث إلى التعرف على ماهية الوسائط المتعددة من خلال تحديد مفهومها وأنواعها وخصائصها الأساسية.

المطلب الأول: تعريف الوسائط المتعددة.

لفهم دور الوسائط المتعددة في الإعلام لا بد من التطرق أولاً إلى مفهومها وتحديد المقصود بها في البيئة الرقمية الحديثة.

يشير مفهوم الوسائط المتعددة إلى تكامل وترابط مجموعة من الوسائل المؤتلفة في شكل من أشكال التفاعل المنظم والاعتماد المتبادل، يؤثر كل منها في الآخر وتعمل جميعاً من أجل تحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف، وقد ظهر مفهوم الوسائط المتعددة مع بدايات استخدام مدخل النظم في التعليم وقد ارتبط المفهوم في بداية ظهوره بالمدرس وكيفية عرضه للوسائل التي يريد أن يستخدمها والعمل على تحقيق التكامل بينها والتحكم في توقيت عرضها وإحداث التفاعل بينها وبين المتعلم في بيئة التعليم.¹

إن الوسائط المتعددة هي تجسيد المحتوى بمزيج من النصوص والفيديو والرسومات والصور المسيطر عليها من قبل الحاسوب لجذب انتباه الطالب مما يمكنه من التعلم حسب سرعته

¹ياسين محجر، بحرية اسماعيل، واقع استعمال الوسائط التكنولوجية في العملية التعليمية من وجهة نظر المعلمين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقة، ص 222.

وامكانياته، وتتمثل الوسائط المستخدمة في هذا البحث على برنامج البوربوينت وال فلاش والفوتوشوب اضافة الى العديد من الصور والنصوص الثابتة والمتحركة.¹

وهي تقنية لتمثيل المعلومات يتم تصميمها من خلال دمج مجموعة من الصور والنصوص والأصوات والرسوم المتحركة والفيديو والتي يمكن أن يتفاعل بعضها مع بعض بحيث تشمل على مدخلات ومخرجات.²

وفي تعريف آخر للوسائط المتعددة: هي الاستخدام المتزامن العرض وسائل الإعلام المتعددة يهدف توصيل رسالة وبتعريف أكثر بيانا: توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بكيفية مندمجة ومتكاملة، من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية احتياجات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية، ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداء من توظيف وسيطين كحد أدنى والوسائط المتعددة، وفقاً لهذا التعريف، ليست مجرد عملية تجميع هذه الوسائط بل عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية (الإدراكية والمزاجية) المواكبة العملية التلقي.³

المطلب الثاني: أنواع الوسائط المتعددة.

بعد تحديد مفهوم الوسائط المتعددة يصبح من الضروري التعرف على أنواعها وأشكالها المختلفة المستخدمة في تقديم المحتوى الإعلامي.

¹ ربيعة غلوم محمد عبد الله أشكناني، استخدام الوسائط المتعددة وعلاقته بالتنبؤ بمهارات التدريس الإبداعي لدى معلمات رياض الأطفال بدولة الكويت، مجلة كلية التربية، المجلد 91، العدد 01، ليبيا، 2025، ص 120.

² فخري محمد فريد أحمد، أثر الوسائط المتعددة التفاعلية على تنمية مهارات القراءة الإلكترونية لدى تلاميذ الصف السادس، مجلة كلية التربية، المجلد الثالث، العدد 2، الغردقة، جنوب الوادي، 2020، ص 214.

³ كنزة مباركي، الوسائط المتعددة والتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: موقعا (الجزائر سكوب) و(TSA عربي) الإلكترونيين خلال سنة 2019 نموذجا - دراسة وصفية تحليلية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وملتيميديا، جامعة الجزائر 3، 2024، ص 30.

❖ **وسائط المتعددة التفاعلية :** تعد التفاعلية الميزة الأساسية للوسائط المتعددة حيث تعطي إمكانية التفاعل بينها وبين مستخدميها، فنحن نتفاعل مع أشكال عديدة من الوسائط في حياتنا اليومية فمثلا عند تسجيل برنامجا تليفزيونيا يذاع في وقت محدد وتشاهده فيما بعد فأنت تستخدم التكنولوجيا التي تتيح لك التفاعل مع التلفاز لكن التفاعلية عادة تنسب إلى الحاسوب لما له من مميزات في التخزين والعرض والبحث في كميات كبيرة من المعلومات.¹

❖ **الوسائط المتعددة الفائقة :** تعتبر الوسائط المتعددة الفائقة تطورا للوسائط المتعددة التفاعلية ولتوضيح مفهوم الوسائط المتعددة الفائقة تبدأ من مفهوم النص المترابط أو الفائق Hyper Text الذي يعد أساس التجول داخل شبكة المعلومات Internet حيث تظهر في صفحات الإنترنت بعض الكلمات المميزة بلون مختلف عن لون النصوص بداخل الصفحة وعندما تشير إليها الفارة يتحول شكل المؤشر إلى إشارة يد وعند النقر عليها تنقلنا إلى موقع آخر في الشبكة كما يتضح مفهوم النص المترابط عند التجول داخل ملف المساعدة Help لغالبية البرامج النوافذية.²

المطلب الثالث: خصائص الوسائط المتعددة.

تعد الوسائط المتعددة من أهم التقنيات الحديثة في مجال الإعلام الرقمي، لما توفره من دمج بين عناصر مختلفة تجعل المحتوى أكثر تفاعلاً وجاذبية، لذلك يهدف هذا المطلب إلى إبراز أهم خصائصها :

¹فضيلة حماتي، واقع استخدام الوسائل المتعددة لدى الأستاذ الجامعي: دراسة ميدانية حول أساتذة كلية الاقتصاد جامعة ورقلة، مجلة آفاق للدراسات والبحوث، العدد الأول، الجزائر، 2018، ص 58.

²وهيبة بوزيفي، آمال قاسيمي، الصورة (النص البصري) في عصر الوسائط الجديدة... الخصائص والأنواع، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 18، العدد 02، الجزائر، 2019، ص 109.

1 - التكاملية : تعمل الوسائط المتعددة على ضرورة تحقيق مبدأ التكامل بين مجموعة العناصر المختلفة المكونة لها وخصوصا إذا لم يكن هناك تتابع في استخدام هذه الوسائط فالتكاملية شرط ضروري لنجاحها في تأدية دورها بدقة، ولكن العبرة أن تخدم هذه العناصر الفكرة المراد توصيلها على شاشة واحدة، والمهم هنا هو اختيار الوسائل المناسبة من صوت وصور ثابتة وصور ورسوم متحركة، ورسومات خطية، وموسيقى، ومؤثرات صوتية، ويظهر ذلك على هيئة خليط أو مزيج متكامل متجانس يرتبط بتحقيق مجموعة من الأهداف التعليمية المحددة.

2 - التنوع : تعمل الوسائط المتعددة على توفير مجموعة من العناصر التي تساعد على توضيح المحتوى أمام المتعلم لتحقيق الأهداف المنشودة وذلك لكي يجد فيها كل ما يناسبه ويتوافق مع قدراته وتتمثل هذه الخيارات في الأنشطة التعليمية والمواد التعليمية، والاختبارات ومواعيد التقدم لها كما تتمثل في تعدد مستويات المحتوى، وتعدد أساليب التعلم.

3 - الكونية : تستطيع الوسائط المتعددة أن تزود المتلقي بالقدرة على الاتصال بمراكز وشبكات المعلومات المنتشرة في جميع أنحاء العالم والتي من خلالها يمكن الحصول على الكثير من المعلومات.¹

4 - التزامنية : ينبغي أن تتناسب توقيتات تداخل العناصر المختلفة الموجودة في البرنامج زمنيا مع سرعة العرض وقدرات المستخدم بحيث يحدث توافق بين جميع عناصر الوسائط المتعددة كعنصر الصوت مع عنصر النص المكتوب والكلام المنطوق، وأيضا في حالة استخدام نص معين من خلال صورة يجب أن تتزامن الصورة المناسبة مع هذا النص وكذلك الأشكال التوضيحية، والتزامن بين عناصر تكنولوجيا الوسائط المتعددة يتم من خلال التنسيق في ظهور الصورة مع النص، وكذلك التعليق المناسب، وكل ذلك يتم تحديده عند تصميم العرض.

¹ كنزة مباركي، المرجع السابق، ص 114.

5 - الإلكترونية : تعتمد الوسائط المتعددة في إنتاجها وتنفيذها على العديد من الأجهزة الإلكترونية وكذلك أنظمة شبكات المعلومات بهدف توفير الجهد والوقت والتكلفة واستخدام أحدث الأجهزة.¹

6 - سرعة الأداء والمرونة : تعد من أقوى وأسرع البرامج في استدعاء المعلومات وتحليلها وتعد خاصية المرونة إحدى الخصائص المهمة في برامج الكمبيوتر متعددة الوسائط حيث يمكن التحكم في عناصر الوسائط المتعددة وإجراء أية تعديلات على العرض سواء في عملية التصميم أو الإنتاج، كما تيسر إمكانية الحذف أو الإضافة أو التغيير عند الحاجة، لكي تتناسب وجمهور المستخدمين .

7 - الرقمنة : هي عملية تحويل الوسائط المتعددة كالصوت والفيديو والصور من الشكل النظري فيما يعرف بنظام (Analog) إلى الشكل الرقمي فيما يعرف بنظام (Digitization) والذي يتيح إمكانية تخزين هذه الوسائط باستخدام الكمبيوتر ومعالجتها وعرضها.²

المبحث الثاني: الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة.

يشهد الإعلام الرياضي تطوراً ملحوظاً بفعل انتشار الوسائط المتعددة التي غيّرت أساليب إنتاج وتوزيع المحتوى الرياضي حيث أصبح يعتمد على منصات رقمية تتيح السرعة والتفاعل وتنوع الأشكال الإعلامية، ويهدف هذا المبحث إلى توضيح مفهوم الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة وخصائصه، إضافة إلى إبراز مزاياه وتحدياته في البيئة الإعلامية الحديثة.

المطلب الأول: مفهوم الاعلام الرياضي الرقمي.

¹فضيلة حماتي، المرجع السابق، ص 62.

² رباب داود الصفار، التفاعل بين نمطي عرض الوسائط المتعددة (المرئية/ التفاعلية) وأساليب التعلم وأثرها في التحصيل والدافعية ببيئة تعليم إلكتروني، مجلة العلوم التربوية، المجلد 32، العدد 04، الجزء 3، القاهرة، 2024، ص 661.

يُعد الإعلام الرياضي الرقمي من أبرز التحولات في الإعلام الحديث، حيث يعتمد على الوسائط الرقمية في تقديم المحتوى الرياضي بشكل سريع وتفاعلي، ويهدف هذا المطلب إلى توضيح مفهومه.

هو عبارة عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية 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 يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الاعلام.¹

هو عبارة عن استخدام المنصات الرقمية الحديثة مثل مواقع التواصل الاجتماعي، التطبيقات الإلكترونية، والبث المباشر لنقل وترويج الأحداث الرياضية مع إتاحة التفاعل والمشاركة للجمهور بصورة ايجابية.²

يعرف على أنه نشاط إعلامي كافي الأنشطة الإعلامية لكن يختص بتقديم الأخبار الرياضية والمتعلقة بما الصنعة ظاهرة الرياضة من أحداث رياضية، مدعما بالتفسير والتحليل التوجيه اهتمامات فئات وشرائح المجتمع المهتمة بالمجال الرياضي ومتابعة. مستجداته أو الاخرات فيه من خلال ممارسة أي نوع رياضي.³

¹ نخلة بوثلجة، آمال بن عمراوي، المرجع السابق، ص 31.

² مصطفى السيد علي السيد الوحيدان، أحمد راشد حسن مسعود، دور الإعلام الرياضي الإلكتروني في تعزيز الثقافة الترويحية وتوسيع قاعدة المشاركة في ممارسة الكرة الطائرة الشاطئية: دراسة ميدانية على القرى والمنتجعات السياحية بجمهورية مصر العربية، مجلة التربية (JSREP)، العدد 194، الجزء الثالث، مصر 2022، ص 380.

³ بشري ساعد، من الإعلام الرياضي إلى صناعة المحتوى الرياضي الرقمي: الفرص والتحديات، مجلة الحكمة للدراسات والبحوث، المجلد الرابع العدد 18، الجزائر، 2024، ص 1017.

ويعرف على أنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية ونشر القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بغرض نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.¹

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة.

تتسم الوسائط المتعددة في الإعلام الرياضي بمجموعة من الخصائص التي ساهمت في تطوير أساليب عرض المحتوى الرياضي وجعلته أكثر تفاعلاً وجاذبية للجمهور حيث لم يعد المتلقي مجرد مستقبل سلبي للمعلومة بل أصبح طرفاً فاعلاً في العملية الإعلامية.

❖ **التفاعلية:** تعد من أهم خصائص الإعلام الرياضي الحديث حيث تتيح للجمهور إمكانية التفاعل المباشر مع المحتوى من خلال التعليقات، الإعجابات، المشاركة، وإبداء الآراء هذا التفاعل يجعل الجمهور جزءاً من العملية الإعلامية وليس مجرد متلق فقط كما يساهم في توجيه المحتوى وفق اهتمامات المتابعين.²

❖ **السرعة والاتية:** يتميز الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة بسرعة نقل الأحداث الرياضية لحظة وقوعها سواء تعلق الأمر بنتائج المباريات أو الأخبار العاجلة. هذه الخاصية تلبي حاجة الجمهور إلى الحصول على المعلومة في وقتها الفعلي دون تأخير.

¹ وليد حمداوي، دور الإعلام الرياضي المرئي في إنجاح مشروع الاحتراف الرياضي في كرة القدم بالجزائر: حصة بالمكشوف بقناة الأهداف الرياضية أنموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص إعلام واتصال رياضي، جامعة الجزائر 3، معهد التربية البدنية والرياضية بدالي براهيم، الجزائر، 2022، ص 33.

² مصطفى السيد علي السيد الوحيدان، أحمد راشد حسن مسعود، المرجع السابق، ص 382.

❖ **تعدد الوسائط:** يعتمد هذا النوع من الإعلام على دمج عدة عناصر مثل النصوص والصور والفيديو والصوت في نفس المحتوى مما يساعد على تقديم المعلومة بشكل أكثر وضوحاً وشمولاً ويجعل التجربة الإعلامية أكثر ثراءً.¹

❖ **المرونة في الاستخدام:** يمكن للجمهور متابعة المحتوى الرياضي في أي وقت ومن أي مكان باستخدام مختلف الأجهزة مثل الهاتف الذكي أو الحاسوب أو الأجهزة اللوحية مما يزيل قيود الزمان والمكان في عملية المتابعة.

❖ **التحديث المستمر:** يتميز الإعلام الرياضي بإمكانية تحديث المحتوى بشكل لحظي حيث يمكن إضافة الأخبار والتطورات الجديدة باستمرار مما يجعل الجمهور على اطلاع دائم بكل المستجدات الرياضية.

❖ **الجاذبية البصرية:** يعتمد الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة على أساليب عرض جذابة بصرياً مثل الفيديوهات القصيرة، المؤثرات البصرية، والإنفوغرافيك، مما يزيد من قدرة المحتوى على جذب انتباه الجمهور وتحفيز تفاعله معه.²

المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياضي الرقمي.

أصبح الإعلام الرياضي الرقمي يؤدي مجموعة من الوظائف الأساسية التي تساهم في نقل المعرفة الرياضية وتشكيل وعي الجمهور وتعزيز تواصله المستمر مع الأحداث الرياضية.

بحيث يساهم الإعلام الرياضي الرقمي في نقل الأخبار والنتائج وتغطية البطولات والمنافسات بسرعة كبيرة تواكب طبيعة الأحداث الرياضية المتسارعة كما أصبح الجمهور يعتمد عليه للحصول

¹ سامية بوقرة، عبد المالك بوفردة، وفؤاد العيداني، الإعلام الرياضي في الفضاء الافتراضي: دراسة تحليلية، مجلة علوم الأداء الرياضي، العدد 01، سوق أهراس، الجزائر، 2019، ص 165.

² طراد طارق، الإعلام الرياضي والانترنت، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الخامس، العدد 04، خمشلة، الجزائر، 2021، ص 173.

على المعلومات الفورية والبيانات الدقيقة المتعلقة بالمباريات والفرق واللاعبين، كما يقدم تحليلات وشروحات موسعة تساعد المتابعين على فهم الجوانب الفنية والتكتيكية والتنظيمية للرياضة وهو ما يرفع مستوى الثقافة الرياضية ويجعل الجمهور أكثر قدرة على تقييم الأداء ومتابعة التطورات الرياضية بوعي أكبر.¹

إلى جانب ذلك يساهم الإعلام الرياضي الرقمي في نشر الثقافة الرياضية وترسيخ قيم الروح الرياضية والتنافس الشريف وأهمية ممارسة الرياضة في الحياة اليومية كما يقدم محتوى يجمع بين الترفيه والفائدة بما يجذب مختلف فئات الجمهور لمتابعة الأحداث الرياضية باستمرار، ويتيح هذا الإعلام مساحة واسعة للتفاعل من خلال التعليقات والمشاركة وإبداء الرأي، الأمر الذي يعزز التواصل المباشر بين وسائل الإعلام والجمهور ويحول المتابع من متلق سلبي إلى عنصر فاعل يشارك في النقاش وصناعة المحتوى الرياضي.²

المبحث الثالث: قناة Beuz TV ودورها في الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة.

شهد الإعلام الرياضي خلال السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً بفضل انتشار الوسائط المتعددة والمنصات الرقمية التي غيرت أساليب إنتاج وتوزيع المحتوى الرياضي، وفي هذا السياق برزت قناة Beuz TV كنموذج إعلامي يعتمد على البث الرقمي وتوظيف الوسائط الحديثة في تقديم محتوى رياضي متنوع وسريع التفاعل مما جعلها تكتسب حضوراً ملحوظاً لدى الجمهور الرياضي، ويهدف هذا المبحث إلى التعرف على طبيعة هذه القناة وآليات توظيفها للوسائط المتعددة، ودورها في التأثير على متابعة الجمهور الرياضي.

المطلب الأول: التعريف بقناة Beuz TV وخدماتها.

¹ياسين سماعيل، فريال ميسوم، المرجع السابق، ص 33.

²فندوشي حمزة، المرجع السابق، ص 48.

تعد Beuz TV منصة إعلامية رقمية متخصصة في تقديم المحتوى الرياضي عبر الوسائط المتعددة وقد ظهرت ضمن سياق التحول الذي يشهده الإعلام الرياضي من القنوات التلفزيونية التقليدية إلى المنصات الرقمية المعتمدة على الإنترنت، تعتمد القناة على نشر محتوى رياضي سريع ومتنوع مستفيدة من انتشار الهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي مما يسمح بوصول المحتوى إلى جمهور واسع في وقت قصير، كما تتميز بتقديم مواد إعلامية تجمع بين الأخبار والملخصات والتحليلات مع اعتماد أسلوب بصري يعتمد على الفيديو والصورة والنصوص المختصرة بما يتماشى مع أنماط الاستهلاك الإعلامي الحديثة القائمة على السرعة والتفاعل.¹

خدمات قناة Beuz TV: تقدم قناة Beuz TV مجموعة من الخدمات الإعلامية الرياضية التي تستهدف تغطية الأحداث الرياضية وتلبية حاجات الجمهور الرياضي، ويمكن إبرازها فيما يلي:

❖ **التغطية الإخبارية الرياضية:** تقوم القناة بنشر الأخبار الرياضية العاجلة بشكل مستمر من خلال متابعة نتائج المباريات وأخبار الأندية واللاعبين والبطولات المحلية والدولية مما يضمن للجمهور متابعة لحظية للمستجدات الرياضية.

❖ **ملخصات المباريات:** توفر Beuz TV ملخصات قصيرة للمباريات تتضمن أهم اللقطات مثل الأهداف والفرص والأحداث البارزة مما يساعد المشاهد على متابعة أهم تفاصيل المباراة في وقت وجيز.

❖ **البرامج والتحليلات الرياضية:** تقدم القناة محتوى تحليلياً يعتمد على شرح وتفسير أداء الفرق واللاعبين من طرف مختصين، مما يساهم في رفع وعي الجمهور الفني والتكتيكي.²

¹ Beuz tv، محتوى رياضي و إخباري رقمي عبر الوسائط المتعددة، 2025، تاريخ الاطلاع 29 افريل 2026، على الساعة 15:42، <https://www.youtube.com/@dzbuzzt>

² علي قسايسة، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلفي دراسة نقدية تحليلية الأبحاث الجمهور بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 79.

❖ البث الرقمي للمحتوى الرياضي: تتيح القناة متابعة المحتوى الرياضي عبر الفيديوهاات المباشرة والمسجلة على الإنترنت، مما يمنح الجمهور حرية المشاهدة في أي وقت ومن أي مكان.

❖ المحتوى التفاعلي: توفر Beuz TV مساحة للتفاعل من خلال التعليقات والمشاركة واستطلاعات الرأي، مما يعزز تواصل الجمهور مع المحتوى الرياضي.

❖ تنوع الوسائط الإعلامية: تعتمد القناة على استخدام الفيديو والصورة والنصوص والإنفوغرافيك في تقديم المحتوى بطريقة جذابة وسهلة الفهم.¹

المطلب الثاني: توظيف الوسائط المتعددة في تقديم المحتوى الرياضي عبر Beuz TV

تعتمد قناة Beuz TV في إنتاج وتقديم محتواها الرياضي على توظيف متكامل للوسائط المتعددة حيث تقوم بدمج النصوص والصور والفيديو والصوت داخل قالب إعلامي واحد بما يتماشى مع طبيعة الإعلام الرياضي الحديث القائم على السرعة والجاذبية البصرية والتفاعل. ويظهر هذا التوظيف بشكل واضح في طريقة عرض الأخبار الرياضية والملخصات والتحليلات إذ لا يتم الاكتفاء بالنصوص الإخبارية فقط بل يتم دعمها بمقاطع فيديو وصور توضيحية تعزز من وضوح المعلومة وتزيد من تأثيرها على المتلقي.²

كما تعتمد Beuz TV بشكل كبير على الفيديوهاات القصيرة كوسيلة أساسية لنقل أهم الأحداث الرياضية مثل الأهداف واللقطات الحاسمة واللحظات البارزة في المباريات وهو ما يتماشى مع

¹ buzztube ، قناة الاخبار الحصرية، تاريخ الاطلاع 29 افريل 2026، على الساعة 16:00،

<https://youtube.com/@buzztube1?si=6LxqMgZHe3H63mJ0>

² مختار بوازيد، استخدام الوسائط التكنولوجية وتأثيره في جودة تدريس التربية البدنية والرياضية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص النشاط البدني الرياضي التربوي، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2022، ص 127.

سلوك الجمهور الرقمي الذي يفضل المحتوى السريع والمباشر، بالإضافة إلى ذلك يتم توظيف الصور والإنفوGRAFIK في عرض الإحصائيات والنتائج والترتيبات بشكل مبسط وجذاب مما يساعد الجمهور على فهم المعلومات المعقدة بسهولة أكبر دون الحاجة إلى متابعة طويلة.

ومن جهة أخرى تستفيد القناة من إمكانيات البث عبر المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى على نطاق واسع وفي وقت قياسي مع توفير خاصية التفاعل المباشر التي تسمح للجمهور بالتعليق والمشاركة وإبداء الرأي حول المحتوى الرياضي، كما يتم استخدام الوسائط المتعددة في تقديم التحليلات الرياضية بأسلوب بصري يعتمد على السرد المرئي حيث يتم توضيح الأفكار من خلال مقاطع فيديو مدعمة بشرح صوتي ونصوص مختصرة مما يجعل المحتوى أكثر وضوحاً وجاذبية ويعزز من قدرة القناة على استقطاب المتابعين والحفاظ على اهتمامهم المستمر.¹

المطلب الثالث: دور Beuz TV في تشكيل متابعة الجمهور الرياضي.

أصبحت قناة Beuz TV تمثل نموذجاً جديداً في طريقة استهلاك المحتوى الرياضي حيث ساهمت في إعادة تشكيل عادات المتابعة لدى الجمهور الرياضي من خلال اعتمادها على الوسائط المتعددة والبث عبر المنصات الرقمية، فقد أدت هذه القناة إلى انتقال جزء مهم من الجمهور من المتابعة التقليدية عبر التلفزيون إلى المتابعة الرقمية القائمة على السرعة والتحديث المستمر مما جعل الوصول إلى الأخبار والملخصات والتحليلات الرياضية أكثر سهولة ومرونة من أي وقت مضى.²

¹ عمر بوعجيلا، عبد الكريم بكري، أسامة بوهالي، دور الوسائط المتعددة في تحسين جودة التدريس التطبيقي في المجال الرياضي في ظل الانتقال إلى جامعة من الجيل الرابع، مجلة التحدي، المجلد السابع عشر، العدد 02، 2025، ص 49.

² منير طيبي، دور البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص 59.

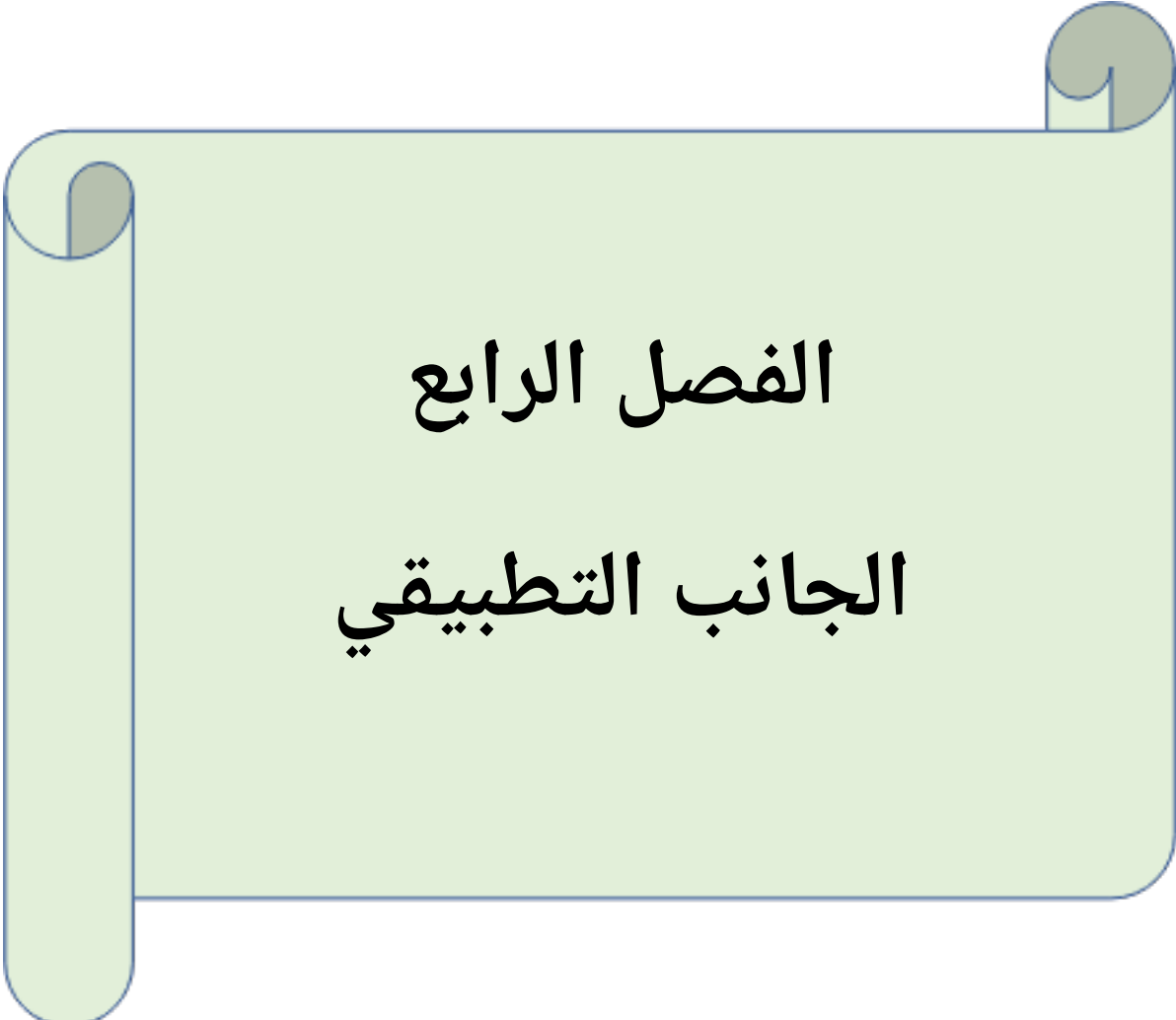
كما ساهمت Beuz TV في تغيير نمط الاستهلاك الإعلامي للجمهور الرياضي حيث أصبح الميل واضحاً نحو المحتوى السريع والمختصر مثل الفيديوهات القصيرة واللقطات الحاسمة بدلاً من البرامج الطويلة التقليدية، هذا التحول عزز من اعتماد الجمهور على المحتوى الرقمي كوسيلة أساسية لمتابعة الأحداث الرياضية خاصة مع إمكانية المشاهدة في أي وقت ومن أي مكان عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وهو ما يعكس تغيراً في سلوك الجمهور نحو الاستهلاك الفوري والمتعدد للمحتوى الرياضي.

إضافة إلى ذلك لعبت Beuz TV دوراً مهماً في تعزيز التفاعل بين الجمهور والمحتوى الرياضي من خلال فتح المجال للتعليقات والمشاركات وإبداء الآراء حول الأحداث الرياضية هذا التفاعل ساهم في خلق فضاء رقمي رياضي يسمح بتبادل الآراء والنقاشات بين المتابعين مما جعل الجمهور أكثر مشاركة في صناعة المحتوى الرياضي وليس مجرد متلقي له، كما ساعد هذا النمط التفاعلي في تعزيز ارتباط الجمهور بالقناة وزيادة مستوى المتابعة المستمرة للمحتوى الرياضي الذي تقدمه.¹

¹وليد حمداود، دور الصحافة المكتوبة في إنجاح الاحتراف في كرة القدم بالجزائر "يومية كومبتيسيون أنموذجاً"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012، ص 70.

خلاصة الفصل:

يتبين من خلال هذا الفصل أن الإعلام الرياضي المعاصر شهد تطوراً ملحوظاً بفضل الوسائط المتعددة التي أتاحت دمج النص والصوت والصورة والفيديو في قالب واحد تفاعلي مما ساهم في تحسين جودة المحتوى الرياضي وتسريع وصوله إلى الجمهور وتغيير أساليب استهلاكه للمعلومة الرياضية، كما أبرز الفصل أن الإعلام الرياضي عبر الوسائط المتعددة لم يعد يقتصر على نقل الأخبار بل أصبح يعتمد على التفاعل والتنوع والسرعة في عرض المحتوى وهو ما يعكس التحول العميق في المجال الإعلامي الرياضي، وفي هذا السياق تمثل قناة Buzz TV نموذجاً عملياً لهذا النوع من الإعلام حيث تعتمد على تقديم محتوى رياضي رقمي متنوع يوظف الوسائط الحديثة في التغطية والتحليل والنشر مما ساهم في تعزيز حضور الإعلام الرياضي الرقمي وتوسيع دائرة متابعة الجمهور للأحداث الرياضية بأسلوب أكثر حداثة وتفاعلية.



الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

أولاً - عرض وتحليل نتائج الدراسة :

1 - المحور الأول:

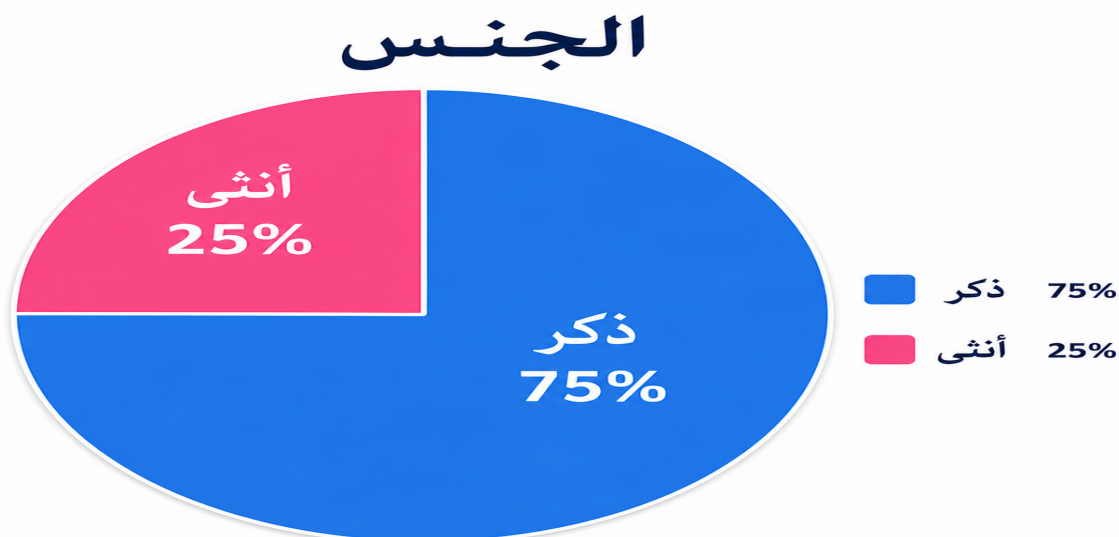
1 - 1 - البيانات الشخصية للمبحوثين

الجدول رقم (01) : يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع الجنس

نوع الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكر	27	75%
انثى	9	25%
المجموع	36	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يتبين من معطيات الجدول رقم (01) أن أغلبية المبحوثين من الذكور حيث بلغت نسبتهم 75% وهو ما يعادل 27 مبحوث، في حين بلغ عدد الاناث 9 مبحوثين بنسبة 25% من إجمالي العينة المدروسة والبالغ عددها 36 مفردة، ويشير هذا التوزيع إلى حضور ذكوري أكبر في العينة محل الدراسة.



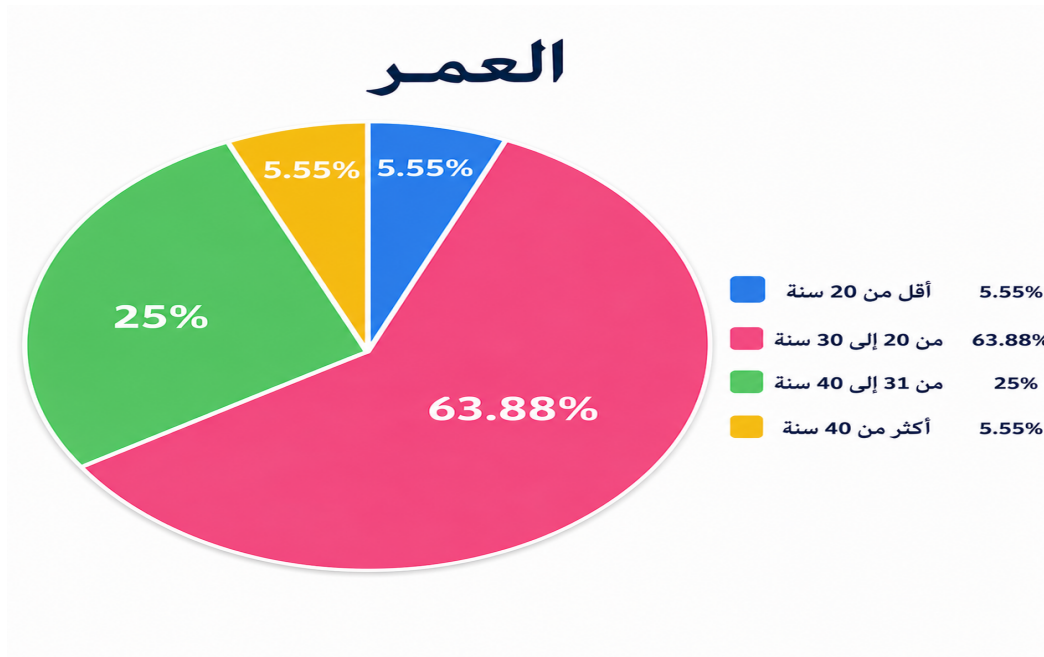
الشكل (01) : يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع الجنس

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر

النسب المئوية	التكرارات	العمر
5.55%	02	أقل من 20
63.88%	23	من 20 إلى 30 سنة
25%	09	من 31 إلى 40 سنة
5.55%	02	أكثر من 40 سنة
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

تشير بيانات الجدول رقم (02) إلى أن الفئة العمرية 20 سنة فما فوق تمثل النسبة الأكبر ضمن العينة، حيث بلغت 63.88% من مجموع المبحوثين أي ما يعادل 23 مفردة. تليها فئة من 31 إلى 40 سنة بنسبة 25%، وهو ما يعادل 09 مبحوثين، في حين سُجِّلت أقل نسبة لدى فئة أقل من 20 سنة ب 5.55% أي فردين فقط من مجموع العينة، كما سجلت فئة أكثر من 40 سنة 5.55% أي ما يعادل فردين، هذا التوزيع يدل على أن الدراسة تركز أساسًا على آراء فئة عمرية راشدة وذات خبرة وهو ما قد ينعكس على نضج التصورات أو الأحكام المطروحة ضمنها.



الشكل (02) : يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر

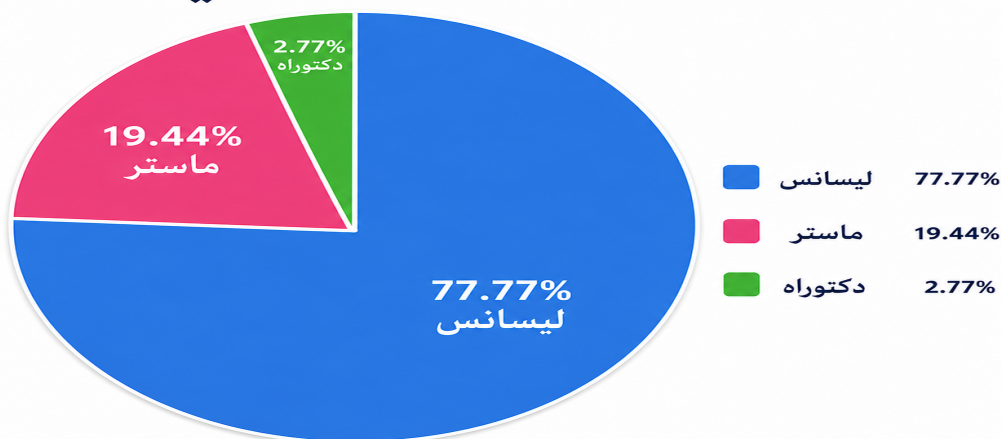
الجدول رقم (03) : يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
00	00	ثانوي
77.77%	28	جامعي ليسانس
19.44%	07	ماستر
2.77%	01	دكتوراه
00	00	أخرى
% 100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يُبرز الجدول رقم (03) أن أعلى نسبة من المبحوثين يحملون مستوى تعليميًا جامعيًا ليسانس حيث بلغ عددهم 28 مبحوثًا بنسبة 77.77% من إجمالي العينة، تليهم فئة الحاصلين على ماستر بنسبة 19.44% (07 مبحوثين)، ثم فئة الدكتوراه بـ 2.77% (1 مفردة)، هذا التوزيع يُظهر تنوعًا في المستويات التعليمية مع غلبة واضحة لفئة ليسانس ما قد يُثري مضمون الدراسة من حيث العمق المعرفي أو مستوى الإدراك لدى العينة.

المستوى التعليمي



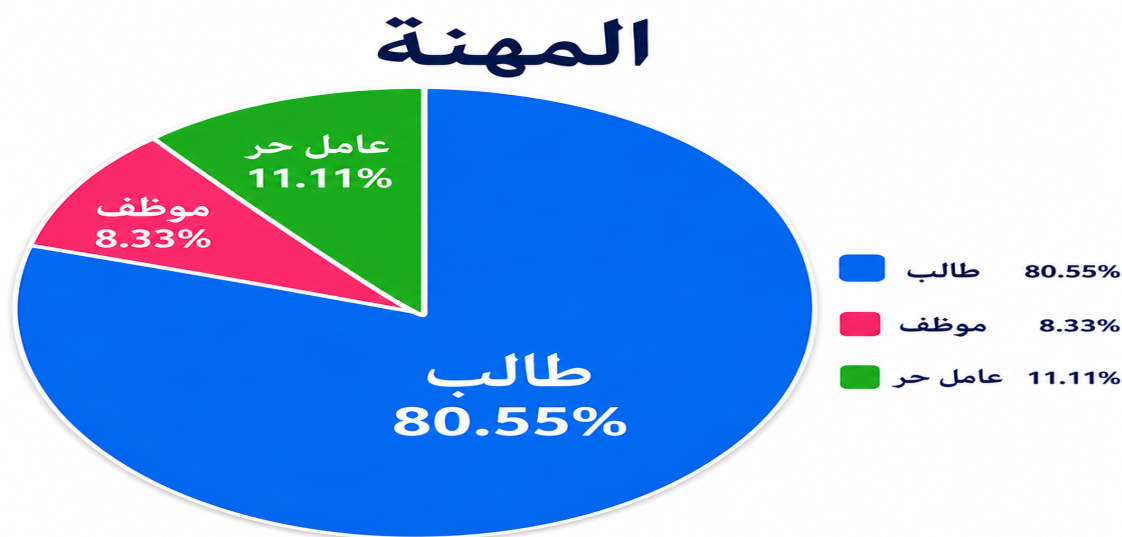
الشكل رقم (03) : يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم (04) : يوضح توزيع المبحوثين حسب المهنة

النسب المئوية	التكرارات	المهنة
80.55%	29	طالب
8.33%	03	موظف
11.11%	04	عامل حر
00	00	عاطل عن العمل
00	00	اخرى
% 100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

تظهر معطيات الجدول رقم (04) أن فئة طالب تمثل النسبة الأكبر من المبحوثين، حيث بلغ عددهم 29 فرداً، أي ما يعادل 80.55% من إجمالي العينة، تليها فئة عامل حر بنسبة 11.11% ممثلة بـ 04 مبحوثين، في حين سُجِّل أدنى تمثيل لدى فئة الموظفين بنسبة 8.33% فقط أي ما يعادل 03 مبحوثين، هذا التوزيع يُبرز هيمنة واضحة لفئة الطلاب مما قد يؤثر في طبيعة تصورات المبحوثين أو مواقفهم الاجتماعية ضمن موضوع الدراسة.



الشكل (04) : يوضح توزيع المبحوثين حسب المهنة

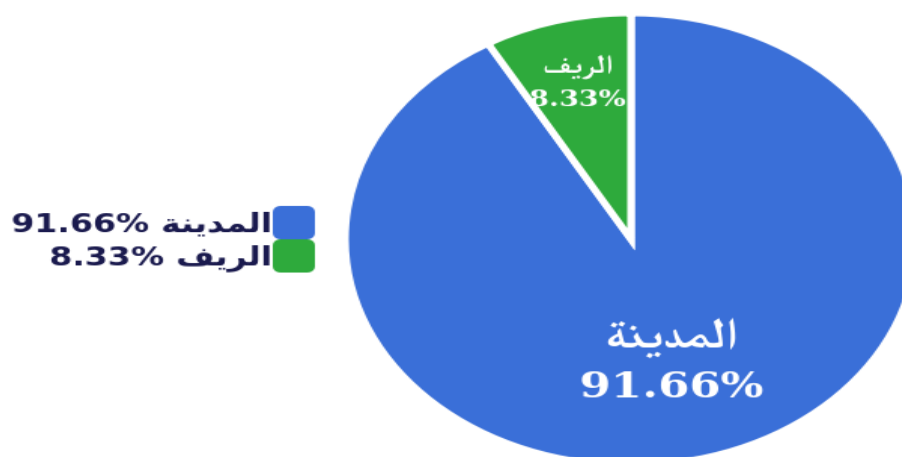
الجدول رقم (05) : يوضح توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة

النسب المئوية	التكرارات	مكان الإقامة
91.66	33	المدينة
8.33	03	الريف
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يفيد الجدول رقم (05) بأن أغلبية المبحوثين يقيمون في المدينة، حيث بلغ عددهم 33 مبحوثاً بنسبة 91.66% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل بلغ عدد المبحوثين المقيمين في الريف 03 أفراد فقط أي بنسبة 8.33%، ويعكس هذا التوزيع هيمنة واضحة للفئة الحضرية ضمن العينة المدروسة مما يدل على أن معظم آراء واتجاهات المبحوثين تعبر عن واقع الوسط الحضري أكثر من الوسط الريفي، وهو ما قد يكون له تأثير على نتائج الدراسة المرتبطة بمتابعة البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة ومنصة Beuz TV.

مكان الإقامة



الشكل (05) : يوضح توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة

2 - المحور الثاني: عادات و أنماط المتابعة الرياضية

الجدول رقم (06): يوضح مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة البرامج الرياضية.

النسب المئوية	التكرارات	اهتمام بمتابعة البرامج الرياضية
63.89%	23	نعم
36.11%	13	أحيانا
00	00	لا
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

تشير نتائج الجدول رقم (06) إلى أن أغلبية المبحوثين يهتمون بمتابعة البرامج الرياضية حيث أجاب 23 مبحوثاً بـ "نعم"، وهو ما يمثل 63.89% من إجمالي أفراد العينة، كما أفاد 13 مبحوثاً بأنهم يتابعون البرامج الرياضية "أحياناً" بنسبة 36.11% في حين لم يسجل أي مبحوث إجابة "لا" بنسبة 0%، ويعكس هذا التوزيع مستوى مرتفعاً من الاهتمام بالمحتوى الرياضي لدى أفراد العينة إذ أن جميع المبحوثين يتابعون البرامج الرياضية بشكل دائم أو متقطع، وتدل النسبة المرتفعة للمهتمين بمتابعة هذه البرامج على المكانة التي تحتلها الرياضة في اهتمامات الجمهور، كما تؤكد وجود قاعدة جماهيرية واسعة للمحتوى الرياضي، الأمر الذي يعزز أهمية المنصات الرقمية والوسائط المتعددة مثل منصة Beuz TV في تلبية احتياجات الجمهور الرياضي وتوفير محتوى يتوافق مع اهتماماته وتطلعاته.

الجدول رقم (07): يوضح الوسيلة المعتمدة غالباً لمتابعة البرامج الرياضية.

النسب المئوية	التكرارات	الوسيلة
8.33%	03	التلفزيون
27.78%	10	الهاتف الذكي
00	00	الحاسوب
30.56%	11	مواقع التواصل الاجتماعي
33.33%	12	المنصات الرقمية
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

تشير بيانات الجدول رقم (07) إلى أن المنصات الرقمية تعد الوسيلة الأكثر اعتماداً لدى المبحوثين لمتابعة البرامج الرياضية، حيث اختارها 12 مبحوثاً بنسبة 33.33% من إجمالي العينة، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 30.56% أي ما يعادل 11 مبحوثاً، ثم الهاتف الذكي بنسبة 27.78% بعدد 10 مبحوثين، في المقابل جاء التلفزيون في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.33% فقط أي 03 مبحوثين، بينما لم يسجل الحاسوب أي نسبة استخدام (0%).

وتبرز هذه النتائج التوجه الواضح للمبحوثين نحو الوسائط الرقمية الحديثة في متابعة البرامج الرياضية حيث استحوذت المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي على النسبة الأكبر من الاستخدام، ويعكس ذلك التحول في عادات الاستهلاك الإعلامي لدى الجمهور الرياضي الذي أصبح يفضل الوسائل الرقمية لما توفره من سهولة الوصول إلى المحتوى وإمكانية المتابعة الفورية والتفاعل المستمر مع الأحداث الرياضية، كما تشير النسبة المحدودة لمتابعة البرامج الرياضية عبر التلفزيون إلى تراجع الاعتماد على الوسائل التقليدية لصالح الوسائط الرقمية الأكثر مرونة وتوافقاً مع متطلبات الجمهور المعاصر.

الجدول رقم (08): يوضح الوقت اليومي الذي يقضيه المبحوثون في متابعة المحتوى الرياضي.

النسب المئوية	التكرارات	الوقت اليومي
19.44%	07	أقل من ساعة
66.67%	24	من ساعة إلى ساعتين
13.88%	05	أكثر من ساعتين
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يُبين الجدول رقم (08) أن غالبية المبحوثين يقضون من ساعة إلى ساعتين يومياً في متابعة المحتوى الرياضي حيث بلغ عددهم 24 مبحوثاً بنسبة 66.67% من إجمالي أفراد العينة، في

المرتبة الثانية جاء المبحوثون الذين يقضون أقل من ساعة يوميًا في المتابعة بعدد 07 أفراد بنسبة 19.44%، بينما بلغت نسبة الذين يقضون أكثر من ساعتين يوميًا 13.88% أي ما يعادل 05 مبحوثين، ويظهر هذا التوزيع أن أغلبية أفراد العينة يخصصون وقتًا منتظمًا لمتابعة المحتوى الرياضي مما يعكس اهتمامًا ملحوظًا بالشأن الرياضي ومواكبة مستمرة للأحداث والبرامج الرياضية.

وتوضح نتائج الجدول (08) أن المدة الزمنية الأكثر شيوعًا لمتابعة المحتوى الرياضي بين المبحوثين تتراوح بين ساعة وساعتين يوميًا وهو ما يعكس مستوى جيدًا من الارتباط والاهتمام بالمحتوى الرياضي، كما تشير هذه النسبة المرتفعة إلى أن البرامج الرياضية تحتل مكانة مهمة ضمن اهتمامات الجمهور دون أن تصل إلى حد الاستهلاك المفرط للوقت، في المقابل فإن نسبة المبحوثين الذين يتابعون المحتوى الرياضي لأقل من ساعة يوميًا أو لأكثر من ساعتين تبقى محدودة نسبيًا مما يدل على وجود نمط متابعة معتدل لدى أغلب أفراد العينة، ويؤكد هذا التوزيع أهمية المنصات الرياضية الرقمية في توفير محتوى قادر على استقطاب الجمهور والمحافظة على اهتمامه لفترات زمنية منتظمة.

الجدول رقم (09): يوضح مدى متابعة المبحوثين للبرامج الرياضية عبر منصة Beuz

.TV

النسب المئوية	التكرارات	متابعة البرامج الرياضية
63.89%	23	نعم
36.11%	13	لا
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يبين الجدول رقم (09) أن أغلبية المبحوثين يتابعون البرامج الرياضية عبر منصة Beuz TV، حيث صرّح بذلك 23 مبحوثًا، وهو ما يمثل 63.89% من إجمالي أفراد العينة. في المقابل، أفاد 13 مبحوثًا بعدم متابعتهم للبرامج الرياضية عبر هذه المنصة، بنسبة 36.11%. ويعكس هذا التوزيع إقبالًا ملحوظًا على منصة Beuz TV كمصدر لمتابعة المحتوى الرياضي، مما يدل على حضورها ضمن الوسائط الرقمية التي يعتمد عليها الجمهور الرياضي.

وتظهر نتائج الجدول (09) أن منصة Beuz TV تحظى بنسبة متابعة معتبرة بين أفراد العينة، حيث تجاوزت نسبة متابعيها ثلثي المبحوثين تقريباً. ويعكس ذلك جاذبية المحتوى الرياضي الذي تقدمه المنصة وقدرتها على استقطاب الجمهور المهتم بالشأن الرياضي. كما تشير هذه النسبة إلى أن المنصة أصبحت تمثل بديلاً أو مكملاً للوسائل التقليدية في متابعة البرامج الرياضية، مستفيدة من مزايا الوسائط الرقمية التي تتيح سهولة الوصول إلى المحتوى وسرعة متابعة الأحداث الرياضية. أما نسبة غير المتابعين، فتعكس وجود فئة ما تزال تعتمد على وسائل أخرى للحصول على المعلومات والمضامين الرياضية، إلا أن الغلبة تبقى لصالح مستخدمي منصة Beuz TV.

الجدول رقم (10): يوضح أنواع البرامج الرياضية الأكثر متابعة لدى المبحوثين.

النسب المئوية	التكرارات	انواع البرامج الرياضية
27.78%	10	التحليل الرياضي
16.67%	06	الاخبار الرياضية
5.56%	02	الحوارات الرياضية
33.33%	12	البث المباشر
16.67%	06	البرامج الترفيهية الرياضية
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن البث المباشر يُعد أكثر أنواع البرامج الرياضية متابعة لدى المبحوثين حيث اختاره 12 مبحوثاً بنسبة 33.33% من إجمالي أفراد العينة، يليه التحليل الرياضي بنسبة 27.78% أي ما يعادل 10 مبحوثين. أما الأخبار الرياضية والبرامج الترفيهية الرياضية فقد سجل كل منهما نسبة 16.67% بعدد 06 مبحوثين لكل فئة، في حين جاءت الحوارات الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.56% فقط أي ما يعادل 02 مبحوثين، ويعكس هذا التوزيع اهتمام المبحوثين بمتابعة الأحداث الرياضية بشكل مباشر وفوري إلى جانب رغبتهم في الاستفادة من التحليلات التي تفسر مجريات المنافسات الرياضية.

وتبرز نتائج الجدول (10) أن الجمهور الرياضي يميل بدرجة أكبر إلى متابعة البث المباشر للمباريات والأحداث الرياضية وهو ما يدل على أهمية عنصر الآنية والتفاعل مع الوقائع الرياضية

لحظة حدوثها، كما تحظى برامج التحليل الرياضي بنسبة متابعة معتبرة مما يعكس اهتمام المبحوثين بفهم الجوانب الفنية والتكتيكية للأحداث الرياضية، في المقابل جاءت الأخبار الرياضية والبرامج الترفيهية الرياضية بنسب متوسطة بينما سجلت الحوارات الرياضية أدنى نسبة متابعة الأمر الذي يشير إلى أن الجمهور يفضل المحتوى المرتبط مباشرة بالأحداث والمنافسات الرياضية أكثر من المحتوى النقاشي، وتؤكد هذه النتائج أهمية تنويع المضامين الرياضية مع التركيز على البث المباشر والتحليل الرياضي باعتبارهما الأكثر جذباً للجمهور.

3 - المحور الثالث : دوافع متابعة Beuz tv

الجدول رقم (11): يوضح دوافع متابعة منصة Beuz TV لدى المبحوثين.

النسب المئوية	التكرارات	دوافع متابعة Beuz tv
8.33%	03	سرعة نقل الأخبار
22.22%	08	سهولة الوصول إلى المحتوى
27.78%	10	جودة البث
19.44%	07	التحليل الرياضي
16.67%	06	التفاعل المباشر
5.56%	02	مجانية المحتوى
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يوضح الجدول رقم (11) أن جودة البث تمثل الدافع الرئيسي لمتابعة منصة Beuz TV لدى المبحوثين حيث اختارها 10 مبحوثين بنسبة 27.78% من إجمالي العينة، تليها سهولة الوصول إلى المحتوى بنسبة 22.22% أي ما يعادل 08 مبحوثين، ثم التحليل الرياضي بنسبة 19.44% بعدد 07 مبحوثين، كما جاءت خاصية التفاعل المباشر بنسبة 16.67% بينما اختار سرعة نقل الأخبار 03 مبحوثين بنسبة 8.33% في حين سجلت مجانية المحتوى أدنى نسبة بلغت 5.56% أي ما يعادل 02 مبحوثين، ويعكس هذا التوزيع تنوع الدوافع التي تشجع الجمهور على متابعة المنصة مع تركيز أكبر على الجوانب التقنية والمضمونية للمحتوى الرياضي.

وتبرز نتائج الجدول (11) أن المبحوثين يفضلون منصة Beuz TV بالدرجة الأولى بسبب جودة البث وما توفره من تجربة مشاهدة مريحة وواضحة وهو ما يفسر احتلالها المرتبة الأولى بين الدوافع، كما أن سهولة الوصول إلى المحتوى ووجود تحليل رياضي متخصص يشكّلان عاملين مهمين في جذب الجمهور الرياضي والمحافظة على متابعته للمنصة، وتؤكد هذه النتائج أن الجمهور لا يبحث فقط عن متابعة الأحداث الرياضية بل يهتم أيضًا بجودة الخدمة والمحتوى المقدم، أما انخفاض نسبة الاعتماد على مجانية المحتوى كدافع رئيسي فيشير إلى أن المبحوثين يمنحون أهمية أكبر لجودة وتجربة المشاهدة مقارنة بالعوامل المادية مما يعزز مكانة المنصة كوسيلة رقمية فعالة في تقديم المحتوى الرياضي.

الجدول رقم (12): يوضح آراء المبحوثين حول تنوع المحتوى الرياضي الذي توفره

منصة Beuz TV.

النسب المئوية	التكرارات	تنوع المحتوى الرياضي
58.33%	21	نعم
41.67%	15	إلى حد ما
00	00	لا
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يُظهر الجدول رقم (12) أن غالبية المبحوثين يرون أن منصة Beuz TV توفر محتوى رياضيًا متنوعًا حيث صرّح بذلك 21 مبحوثًا بنسبة 58.33% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل أشار 15 مبحوثًا بنسبة 41.67% إلى أن المنصة توفر هذا التنوع إلى حد ما بينما لم يسجل أي مبحوث إجابة "لا" بنسبة 0%، ويعكس هذا التوزيع نظرة إيجابية لدى أفراد العينة تجاه المحتوى الرياضي الذي تقدمه المنصة مع وجود تفاوت بسيط في درجة الرضا حول مستوى هذا التنوع.

وتبرز نتائج الجدول رقم (12) أن منصة Beuz TV تنجح إلى حد كبير في تلبية اهتمامات جمهورها من خلال تقديم محتوى رياضي متنوع وهو ما تؤكدُه النسبة المرتفعة للمبحوثين الذين أجابوا بـ "نعم"، كما أن نسبة الذين اختاروا "إلى حد ما" تشير إلى وجود رضا مقبول عن المحتوى المقدم، مع إمكانية تطويره وتوسيعه ليشمل مجالات وبرامج رياضية أكثر تنوعًا، ويكتسب هذا

المؤشر أهمية خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين المنصات الرقمية حيث يُعد تنوع المحتوى من أبرز العوامل التي تساهم في جذب الجمهور والمحافظة على استمرارية متابعته، وبصفة عامة تؤكد هذه النتائج أن منصة Beuz TV تحظى بتقييم إيجابي فيما يتعلق بتنوع محتواها الرياضي.

الجدول رقم (13): يوضح مدى اعتماد المبحوثين على منصة Beuz TV كمصدر

أساسي للمعلومات الرياضية.

النسب المئوية	التكرارات	مصدر المعلومة الرياضية
55.55%	20	دائماً
36.11%	13	أحياناً
8.33%	03	نادراً
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يشير الجدول رقم (13) إلى أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على منصة Beuz TV كمصدر أساسي للمعلومات الرياضية حيث صرّح 20 مبحوثاً بأنهم يعتمدون عليها دائماً وهو ما يمثل 55.55% من إجمالي أفراد العينة، كما أفاد 13 مبحوثاً بأنهم يعتمدون عليها أحياناً بنسبة 36.11% في حين أشار 03 مبحوثين فقط إلى أنهم يعتمدون عليها نادراً بنسبة 8.33% ويعكس هذا التوزيع المكانة المهمة التي تحتلها المنصة لدى الجمهور الرياضي كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار الرياضية.

وتظهر نتائج الجدول (13) أن منصة Beuz TV تحظى بدرجة معتبرة من الثقة والاعتماد لدى المبحوثين حيث تجاوزت نسبة الذين يعتمدون عليها دائماً نصف أفراد العينة، ويعكس ذلك قدرة المنصة على توفير محتوى رياضي يلبي احتياجات الجمهور من حيث السرعة والتغطية والمتابعة المستمرة للأحداث الرياضية، كما أن نسبة الذين يعتمدون عليها أحياناً تؤكد أن المنصة تمثل مصدراً مهماً للمعلومات الرياضية حتى بالنسبة للمستخدمين الذين يستعينون بمصادر أخرى، أما النسبة المحدودة للمبحوثين الذين يعتمدون عليها نادراً فتشير إلى وجود فئة ما تزال تفضل

وسائل إعلامية أو رقمية بديلة، وبصفة عامة تؤكد هذه النتائج أن Beuz TV أصبحت من المصادر البارزة التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات الرياضية.

الجدول رقم (14): يوضح مستوى ثقة المبحوثين بالمحتوى الرياضي الذي تقدمه منصة Beuz TV.

النسب المئوية	التكرارات	ثقة بالمحتوى الرياضي
88.88%	32	كبيرة
11.11%	04	متوسطة
00	00	ضعيفة
% 100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يوضح الجدول رقم (14) أن أغلبية المبحوثين يتمتعون بمستوى ثقة كبيرة في المحتوى الرياضي الذي تقدمه منصة Beuz TV حيث عبّر عن ذلك 32 مبحوثاً بنسبة 88.88% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل أبدى 04 مبحوثين فقط ثقة متوسطة بالمحتوى الرياضي للمنصة بنسبة 11.11% بينما لم يسجل أي مبحوث مستوى ثقة ضعيفة بنسبة 0%، ويعكس هذا التوزيع وجود درجة عالية من القبول والمصادقية التي تحظى بها المنصة لدى جمهورها الرياضي.

وتبرز نتائج الجدول (14) أن منصة Beuz TV تتمتع بمستوى مرتفع جداً من الثقة بين أفراد العينة وهو ما يدل على نجاحها في تقديم محتوى رياضي يُنظر إليه على أنه موثوق وذو جودة عالية، كما تشير النسبة المرتفعة للمبحوثين الذين عبروا عن ثقة كبيرة إلى قدرة المنصة على تلبية احتياجات الجمهور من حيث دقة المعلومات وسرعة نقل الأحداث الرياضية وتحليلها، أما النسبة المحدودة للمبحوثين الذين أبدوا ثقة متوسطة فقد تعكس اختلافاً في التفضيلات أو اعتمادهم على مصادر إعلامية أخرى إلى جانب المنصة، وبصفة عامة تؤكد هذه النتائج أن Beuz TV تحظى بمكانة معتبرة كمصدر موثوق للمحتوى والمعلومات الرياضية لدى جمهورها المتابع.

الجدول رقم (15): يوضح آراء المبحوثين حول دور الوسائط المتعددة في جعل متابعة البرامج الرياضية أكثر متعة.

النسب المئوية	التكرارات	دور الوسائط المتعددة
55.55%	20	نعم
44.44%	16	إلى حد ما
00	00	لا
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يشير الجدول رقم (15) إلى أن أغلبية المبحوثين يرون أن الوسائط المتعددة تجعل متابعة البرامج الرياضية أكثر متعة حيث أجاب 20 مبحوثاً بـ "نعم" وهو ما يمثل 55.55% من إجمالي أفراد العينة، كما أشار 16 مبحوثاً بنسبة 44.44% إلى أن هذا الدور يتحقق إلى حد ما في حين لم يسجل أي مبحوث إجابة "لا" بنسبة 0%، ويعكس هذا التوزيع اتفاقاً شبه تام بين أفراد العينة حول الأثر الإيجابي للوسائط المتعددة في تحسين تجربة متابعة البرامج الرياضية.

وتبرز نتائج الجدول (15) أن الوسائط المتعددة أصبحت عنصراً أساسياً في جذب الجمهور الرياضي وتعزيز متعته أثناء متابعة البرامج الرياضية حيث يرى أكثر من نصف المبحوثين أن هذه الوسائط تؤدي هذا الدور بشكل واضح، كما أن النسبة المرتفعة للمبحوثين الذين اختاروا "إلى حد ما" تؤكد وجود قناعة عامة بأهمية الوسائط المتعددة وإن اختلفت درجة تأثيرها من شخص لآخر، ويعكس ذلك الدور الذي تلعبه التقنيات الحديثة مثل الفيديوها عالية الجودة، والبث المباشر، والمؤثرات البصرية والصوتية، في جعل المحتوى الرياضي أكثر تشويقاً وتفاعلية، وبصفة عامة تؤكد هذه النتائج أن توظيف الوسائط المتعددة يساهم بشكل كبير في تحسين تجربة المشاهدة وزيادة جاذبية البرامج الرياضية لدى الجمهور.

الجدول رقم (16): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو جودة التغطية الرياضية التي توفرها

منصة Beuz TV.

النسب المئوية	التكرارات	جودة تغطية الرياضية
75%	27	اوافق
25%	09	محايد
00	00	لا اوافق
100%	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يشير الجدول رقم (16) إلى أن أغلبية المبحوثين لديهم اتجاهات إيجابية نحو جودة التغطية الرياضية التي توفرها منصة Beuz TV حيث عبّر 27 مبحوثاً عن موافقتهم على جودة هذه التغطية وهو ما يمثل 75% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل أبدى 09 مبحوثين موقفاً محايداً بنسبة 25% بينما لم يسجل أي مبحوث عدم موافقته على جودة التغطية الرياضية بنسبة 0% ويعكس هذا التوزيع مستوى مرتفعاً من الرضا لدى المبحوثين تجاه الأداء الإعلامي للمنصة في تغطية الأحداث والبرامج الرياضية.

وتبرز نتائج الجدول (16) أن منصة Beuz TV تحظى بتقييم إيجابي فيما يتعلق بجودة التغطية الرياضية حيث يرى ثلاثة أرباع المبحوثين تقريباً أن المنصة تقدم تغطية تتسم بالكفاءة وتلبي احتياجات الجمهور الرياضي، كما أن نسبة المبحوثين الذين اتخذوا موقفاً محايداً قد تعكس اختلافاً في مستوى المتابعة أو في التوقعات المتعلقة بالمحتوى الرياضي المقدم، ويلاحظ غياب أي اتجاه سلبي نحو جودة التغطية وهو ما يعزز صورة المنصة كمصدر موثوق وفعال في نقل ومتابعة الأحداث الرياضية، وبصفة عامة تؤكد هذه النتائج نجاح منصة Beuz TV في تقديم تغطية رياضية تحظى بقبول ورضا جمهورها المتابع.

الجدول رقم (17): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو سرعة منصة Beuz TV في نقل الأحداث الرياضية.

النسب المئوية	التكرارات	نقل الأحداث بسرعة
72.22%	26	اوافق
22.22%	08	محايد
5.56%	02	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يفيد الجدول رقم (17) بأن 26 مبحوثاً من أصل 36 أي ما نسبته 72.22% يوافقون على أن منصة Beuz TV تتميز بالسرعة في نقل الأحداث الرياضية، في المقابل عبر 08 مبحوثين بنسبة 22.22% عن موقف محايد تجاه هذا الطرح بينما أبدى 02 مبحوثين فقط عدم موافقتهم بنسبة 5.56% ويظهر هذا التوزيع أن أغلبية المبحوثين تنظر بإيجابية إلى سرعة المنصة في مواكبة ونقل المستجدات الرياضية مما يعزز جاذبيتها لدى الجمهور الرياضي الباحث عن الأخبار والأحداث في وقتها الفعلي.

يبين الجدول (17) أن أغلبية المبحوثين بنسبة 72.22% يرون أن منصة Beuz TV تتمتع بسرعة في نقل الأحداث الرياضية مما يعكس رضاهم عن كفاءة المنصة في مواكبة المستجدات الرياضية وتقديمها في الوقت المناسب، كما تشير نسبة 22.22% من المبحوثين الذين اتخذوا موقفاً محايداً إلى وجود فئة لا تملك تقييماً واضحاً أو لم تلاحظ هذا الجانب بشكل كافٍ، أما نسبة 5.56% التي لا توافق على ذلك فتعكس وجود بعض الملاحظات أو التوقعات غير المحققة لدى عدد محدود من المستخدمين، وتؤكد هذه النتائج أن سرعة نقل الأحداث الرياضية تعد من أبرز نقاط القوة التي تساهم في استقطاب الجمهور الرياضي وتعزيز متابعته للمنصة.

الجدول رقم (18): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية المحتوى الرياضي في

منصة Beuz TV.

النسب المئوية	التكرارات	المصداقية
69.44%	25	اوافق
27.78%	10	محايد
2.78%	01	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يبين الجدول رقم (18) أن أغلبية المبحوثين يوافقون على مصداقية المحتوى الرياضي في منصة Beuz TV حيث عبّر عن ذلك 25 مبحوثاً أي ما يمثل 69.44% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل اتخذ 10 مبحوثين موقفاً محايداً بنسبة 27.78% بينما أبدى مبحوث واحد فقط عدم موافقته على مصداقية المحتوى الرياضي بنسبة 2.78%، ويعكس هذا التوزيع وجود ثقة معتبرة لدى غالبية المبحوثين في المعلومات والمضامين الرياضية التي تقدمها المنصة.

يوضح الجدول (18) أن غالبية المبحوثين بنسبة 69.44% يرون أن المحتوى الرياضي الذي تقدمه منصة Beuz TV يتمتع بالمصداقية مما يدل على مستوى جيد من الثقة في الأخبار والمعلومات والتحليلات الرياضية المعروضة عبرها، كما تشير نسبة 27.78% من المبحوثين الذين اختاروا الحياد إلى وجود فئة لم تكون موقفاً واضحاً تجاه هذا الجانب أو تعتمد على مصادر أخرى للمقارنة والتحقق من المعلومات، أما نسبة 2.78% التي لا توافق على مصداقية المحتوى فتمثل عدداً محدوداً من المبحوثين الذين قد تكون لديهم تحفظات مرتبطة بدقة بعض المضامين أو طريقة عرضها، وتؤكد هذه النتائج أن المصداقية تعد من العوامل المهمة التي تساهم في تعزيز مكانة المنصة واستمرار اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات الرياضية.

الجدول رقم (19): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو تفضيل متابعة البرامج الرياضية عبر المنصات الرقمية بدل التلفزيون.

النسب المئوية	التكرارات	المنصات الرقمية أفضل
44.44%	16	اوافق
41.67%	15	محايد
13.89%	05	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يُظهر الجدول رقم (19) أن 16 مبحوثاً من أصل 36 أي ما نسبته 44.44% يوافقون على أن متابعة البرامج الرياضية عبر المنصات الرقمية أفضل من متابعتها عبر التلفزيون، في المقابل اتخذ 15 مبحوثاً موقفاً محايداً بنسبة 41.67% بينما عبّر 05 مبحوثين عن عدم موافقتهم على هذا الرأي بنسبة 13.89%، ويعكس هذا التوزيع ميلاً نسبياً لدى المبحوثين نحو تفضيل المنصات الرقمية، مع وجود نسبة معتبرة لم تحسم موقفها بشكل واضح.

يبين الجدول (19) أن نسبة 44.44% من المبحوثين تفضل متابعة البرامج الرياضية عبر المنصات الرقمية بدل التلفزيون مما يعكس تنامي الإقبال على الوسائط الحديثة التي توفر مرونة أكبر في الوصول إلى المحتوى الرياضي ومتابعته في أي وقت ومن أي مكان، كما أن النسبة المرتفعة للمبحوثين الذين اتخذوا موقفاً محايداً (41.67%) تشير إلى وجود فئة ما تزال تجمع بين الوسيطتين أو لم تكون تفضيلاً واضحاً لإحدهما، أما نسبة 13.89% التي لا توافق على أفضلية المنصات الرقمية فتعكس استمرار ارتباط بعض المبحوثين بالتلفزيون كوسيلة تقليدية لمتابعة البرامج الرياضية. وتبرز هذه النتائج وجود تحول تدريجي نحو الإعلام الرقمي مع احتفاظ التلفزيون بمكانته لدى جزء من الجمهور الرياضي.

الجدول رقم (20): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو جاذبية أسلوب تقديم البرامج في منصة

.Beuz TV

النسب المئوية	التكرارات	أسلوب جذاب
44.44%	16	اوافق
44.44%	16	محايد
11.11%	04	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يبين الجدول رقم (20) أن 16 مبحوثاً من أصل 36 أي ما نسبته 44.44% يوافقون على أن أسلوب تقديم البرامج في منصة Beuz TV يتميز بالجاذبية، كما أبدى 16 مبحوثاً آخرون موقفاً محايداً بالنسبة لهذا الطرح بنسبة مماثلة بلغت 44.44% في حين عبّر 04 مبحوثين فقط عن عدم موافقتهم بنسبة 11.11%، ويعكس هذا التوزيع وجود تقييم إيجابي نسبي لأسلوب تقديم البرامج مع بقاء نسبة معتبرة من المبحوثين دون موقف واضح تجاه هذه المسألة.

تشير نتائج الجدول (20) إلى أن شريحة مهمة من المبحوثين ترى أن أسلوب تقديم البرامج في منصة Beuz TV يتمتع بدرجة من الجاذبية تساهم في استقطاب الجمهور الرياضي والمحافظة على اهتمامه بالمحتوى المقدم. كما أن ارتفاع نسبة المبحوثين الذين اختاروا الحياد يدل على أن تقييم جاذبية أسلوب التقديم يظل مرتبطاً بالذوق الشخصي وتفضيلات المشاهدين المختلفة، أما النسبة المحدودة التي لا توافق على جاذبية الأسلوب فقد تعكس وجود بعض الملاحظات المتعلقة بطريقة العرض أو الإخراج أو التفاعل مع الجمهور، وتظهر هذه النتائج أن المنصة تتمتع بصورة إيجابية نسبياً فيما يخص أسلوب تقديم برامجها الرياضية مع إمكانية تطوير هذا الجانب لزيادة مستوى الجاذبية لدى مختلف فئات الجمهور.

الجدول رقم (21): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو دور الوسائط المتعددة في تحسين فهم الأحداث الرياضية.

النسب المئوية	التكرارات	فهم الأحداث الرياضية
52.78%	19	اوافق
38.88%	14	محايد
8.33%	03	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يبين الجدول رقم (21) أن 19 مبحوثاً من أصل 36 أي ما نسبته 52.78% يوافقون على أن الوسائط المتعددة تساهم في تحسين فهم الأحداث الرياضية. في المقابل، اتخذ 14 مبحوثاً موقفاً محايداً بنسبة 38.88%، بينما عبّر 03 مبحوثين عن عدم موافقتهم على هذا الرأي بنسبة 8.33% ويعكس هذا التوزيع وجود اتجاه إيجابي لدى أغلبية المبحوثين نحو أهمية الوسائط المتعددة في تعزيز استيعاب وفهم المحتوى الرياضي.

تشير نتائج الجدول (21) إلى أن أكثر من نصف المبحوثين يرون أن الوسائط المتعددة تؤدي دوراً فعالاً في توضيح الأحداث الرياضية وتفسيرها وذلك من خلال ما توفره من صور ومقاطع فيديو وإعدادات وتحليلات بصرية تساهم في تقريب المعلومات إلى الجمهور، كما أن نسبة المبحوثين الذين اتخذوا موقفاً محايداً تدل على وجود فئة لا ترى تأثيراً واضحاً للوسائط المتعددة أو لا تعتمد عليها بشكل كبير أثناء المتابعة. أما النسبة المحدودة التي لا توافق على هذا الطرح، فقد تعكس تفضيل بعض الأفراد للمتابعة التقليدية أو اعتمادهم على مصادر أخرى لفهم الأحداث الرياضية، وتؤكد هذه النتائج أهمية توظيف الوسائط المتعددة في البرامج الرياضية لما لها من دور في رفع مستوى الفهم والاستيعاب لدى الجمهور الرياضي.

الجدول رقم (22): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو تأثير الإعلانات في المنصة على جودة المتابعة.

النسب المئوية	التكرارات	جودة المتابعة
94.44	34	اوافق
5.56%	02	محايد
00	00	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يشير الجدول رقم (22) إلى أن أغلبية المبحوثين يوافقون على أن الإعلانات في منصة Beuz TV تؤثر على جودة المتابعة حيث بلغ عددهم 34 مبحوثاً بنسبة 94.44% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل اتخذ 02 مبحوثين موقفاً محايداً بنسبة 5.56% بينما لم يسجل أي مبحوث عدم موافقته على هذا الرأي بنسبة 0%، ويعكس هذا التوزيع وجود اتفاق شبه تام بين المبحوثين حول تأثير الإعلانات على تجربة متابعة المحتوى الرياضي عبر المنصة.

وتبين نتائج الجدول (22) أن الإعلانات تعد عاملاً مؤثراً في جودة متابعة البرامج الرياضية من وجهة نظر أغلب المبحوثين، وتؤكد النسبة المرتفعة للموافقين أن الإعلانات تشكل عنصراً حاضراً في تجربة المشاهدة وقد يكون لها دور في التأثير على مستوى رضا الجمهور أثناء المتابعة، كما أن محدودية نسبة المبحوثين المحايدين وغياب أي اتجاه معارض يعكسان وضوح هذا التأثير لدى أفراد العينة مما يدل على أهمية مراعاة أسلوب عرض الإعلانات وتوقيتها بما يضمن الحفاظ على جودة تجربة المشاهدة وجاذبية المحتوى الرياضي.

الجدول رقم (23): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو التفاعل المباشر مع الجمهور باعتباره

نقطة قوة في منصة Beuz TV.

النسب المئوية	التكرارات	تفاعل الجمهور
83.33%	30	اوافق
16.67%	06	محايد
00	00	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يشير الجدول رقم (23) إلى أن أغلبية المبحوثين يوافقون على أن التفاعل المباشر مع الجمهور يُعد نقطة قوة في منصة Beuz TV حيث بلغ عددهم 30 مبحوثًا بنسبة 83.33% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل اتخذ 06 مبحوثين موقفًا محايدًا بنسبة 16.67% بينما لم يسجل أي مبحوث عدم موافقته على هذا الرأي بنسبة 0%، ويعكس هذا التوزيع وجود اتجاه إيجابي واضح نحو أهمية التفاعل المباشر في تعزيز جاذبية المنصة لدى الجمهور الرياضي.

وتظهر نتائج الجدول (23) أن خاصية التفاعل المباشر تمثل أحد أبرز العناصر التي تميز منصة Beuz TV من وجهة نظر المبحوثين، فالنسبة المرتفعة للموافقين تدل على أن الجمهور يقدر إمكانية المشاركة وإبداء الرأي والتفاعل مع المحتوى الرياضي بشكل فوري، كما أن نسبة المبحوثين المحايدين تبقى محدودة مقارنة بنسبة الموافقين مما يعزز مكانة هذه الخاصية كعامل مهم في استقطاب المتابعين والمحافظة على ارتباطهم بالمنصة، وتؤكد هذه النتائج أن التفاعل المباشر يساهم في خلق علاقة أكثر حيوية بين المنصة وجمهورها ويعزز من تجربة متابعة البرامج الرياضية.

الجدول رقم (24): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الاستمرار في متابعة منصة Beuz TV مستقبلاً.

النسب المئوية	التكرارات	الاستمرارية
83.33%	30	اوافق
11.11%	04	محايد
5.56%	02	لا اوافق
100 %	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناءً على مخرجات SPSS 21.0

يشير الجدول رقم (24) إلى أن أغلبية المبحوثين لديهم رغبة في الاستمرار في متابعة منصة Beuz TV مستقبلاً حيث وافق 30 مبحوثاً بنسبة 83.33% من إجمالي أفراد العينة، في المقابل اتخذ 04 مبحوثين موقفاً محايداً بنسبة 11.11% بينما أبدى 02 مبحوثين عدم موافقتهم بنسبة 5.56% ويعكس هذا التوزيع وجود اتجاه إيجابي واضح نحو مواصلة متابعة المنصة خلال الفترة المقبلة.

وتظهر نتائج الجدول (24) أن منصة Beuz TV نجحت في كسب اهتمام ورضا شريحة واسعة من جمهورها وهو ما يتجسد في النسبة المرتفعة للمبحوثين الراغبين في الاستمرار في متابعتها مستقبلاً، كما تدل هذه النتائج على أن المحتوى والخدمات التي تقدمها المنصة تلبي تطلعات الجمهور الرياضي بدرجة معتبرة، أما النسبة المحدودة للمبحوثين الذين لم يوافقوا على الاستمرار في المتابعة فقد تعكس وجود بعض الملاحظات أو التفضيلات المرتبطة بمنصات أو وسائل إعلامية أخرى.

ثانياً - نتائج الدراسة :

1 - نتائج تتعلق بالبيانات الشخصية :

- أغلبية المبحوثين من الذكور بنسبة 75% مقابل 25% من الإناث.

- تمثل الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة النسبة الأكبر ضمن العينة حيث بلغت 63.89% من مجموع المبحوثين.
- يغلب على المبحوثين المستوى التعليمي الجامعي (ليسانس) بنسبة 69.44% مما يدل على أن أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي جيد.
- أغلب المبحوثين من الطلبة حيث بلغت نسبتهم 80.55% من إجمالي العينة.
- يتركز معظم المبحوثين في المدينة بنسبة 91.66% مقابل 8.33% فقط في الريف.

2 - نتائج تتعلق بعادات وأنماط المتابعة الرياضية :

- أغلبية المبحوثين يهتمون بمتابعة البرامج الرياضية حيث بلغت نسبتهم 63.89% بينما يتابعها 36.11% منهم أحياناً.
- تعد المنصات الرقمية الوسيلة الأكثر اعتماداً لمتابعة البرامج الرياضية بنسبة 33.33% تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 30.56%.
- يقضي معظم المبحوثين من ساعة إلى ساعتين يومياً في متابعة المحتوى الرياضي بنسبة 66.67%.
- يتابع 63.89% من المبحوثين البرامج الرياضية عبر منصة Beuz TV.
- يُعد البث المباشر للمباريات أكثر أنواع البرامج الرياضية متابعة بنسبة 33.33% يليه التحليل الرياضي بنسبة 27.78%.

3 - نتائج تتعلق بدوافع متابعة منصة Beuz TV :

- تمثل جودة البث الدافع الرئيسي لمتابعة المنصة بنسبة 27.78%.
- يرى 58.33% من المبحوثين أن منصة Beuz TV توفر محتوى رياضياً متنوعاً.

- يعتمد 55.55% من المبحوثين على منصة Beuz TV دائماً كمصدر أساسي للمعلومات الرياضية.
- يتمتع المحتوى الرياضي الذي تقدمه المنصة بثقة كبيرة لدى 88.88% من المبحوثين.
- يرى 55.55% من المبحوثين أن الوسائط المتعددة تجعل متابعة البرامج الرياضية أكثر متعة.

4 - نتائج تتعلق باتجاهات الجمهور نحو منصة Beuz TV :

- يوافق 75% من المبحوثين على أن منصة Beuz TV توفر تغطية رياضية جيدة.
- يرى 72.22% من المبحوثين أن المنصة تتميز بالسرعة في نقل الأحداث الرياضية.
- يوافق 69.44% من المبحوثين على مصداقية المحتوى الرياضي الذي تقدمه المنصة.
- يفضل 44.44% من المبحوثين متابعة البرامج الرياضية عبر المنصات الرقمية بدل التلفزيون بينما اتخذ 41.67% موقفاً محايداً.
- يرى 44.44% من المبحوثين أن أسلوب تقديم البرامج في المنصة جذاب.
- يعتقد 52.78% من المبحوثين أن الوسائط المتعددة تساعد على تحسين فهم الأحداث الرياضية.
- يؤكد 94.44% من المبحوثين أن الإعلانات في المنصة تؤثر على جودة المتابعة.
- يعتبر 83.33% من المبحوثين أن التفاعل المباشر مع الجمهور يمثل نقطة قوة في منصة Beuz TV.

- يوافق 83.33% من المبحوثين على الاستمرار في متابعة منصة Beuz TV مستقبلاً.

5 - الاستنتاج العام : أظهرت نتائج الدراسة وجود اتجاهات إيجابية لدى الجمهور الرياضي الجزائري نحو متابعة البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة من خلال منصة Beuz TV حيث

تتمتع المنصة بمستوى مرتفع من الثقة والمصداقية وتتميز بسرعة نقل الأحداث الرياضية وجودة التغطية والتفاعل المباشر مع الجمهور، كما بينت النتائج أن الوسائط الرقمية أصبحت تحظى بمكانة متزايدة لدى الجمهور الرياضي وأن عناصر مثل جودة البث وتنوع المحتوى والتفاعل المباشر تساهم بشكل كبير في جذب المتابعين وتعزيز رغبتهم في الاستمرار في متابعة المنصة مستقبلاً.

خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل تم معالجة البيانات المتحصل عليها وعرض الجداول و تحليل البيانات من خلال الدراسة الميدانية عن طريق استخدام أدوات البحث العلمي لجمع البيانات وصياغة النتائج العامة وذلك بإعطاء نظرة أكثر وضوحا و إلماما بموضوع الدراسة من خلال الدراسة الميدانية.



الخاتمة

الخاتمة:

أظهرت هذه الدراسة أن التحول الرقمي في مجال الإعلام الرياضي أصبح واقعاً ملموساً في الجزائر حيث ساهمت الوسائط المتعددة في تغيير أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الرياضي خاصة مع انتشار القنوات الرقمية ومنصات البث عبر الإنترنت مثل Buzz TV، وقد تبين أن الجمهور الرياضي الجزائري يتجه بشكل متزايد نحو متابعة البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة لما توفره من سهولة الوصول، التفاعلية، وتنوع المحتوى، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، كما كشفت النتائج أن جودة البث، سرعة الإنترنت وطبيعة المحتوى الرياضي تعد من أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذا النمط من المتابعة.

- ❖ يساهم البث عبر الوسائط المتعددة في توسيع قاعدة الجمهور الرياضي وتمكينه من متابعة الأحداث الرياضية في أي زمان ومكان.
- ❖ يظهر اعتماد متزايد للجمهور الرياضي الجزائري على المنصات الرقمية والقنوات الإلكترونية لمتابعة البرامج الرياضية.
- ❖ تؤثر جودة المحتوى الرياضي وتنوعه بشكل مباشر في تعزيز الثقة والولاء تجاه القنوات الرقمية مثل Buzz TV.
- ❖ تمثل سرعة الإنترنت وضعف البنية التحتية الرقمية من أهم التحديات التي تحد من الانتشار الواسع للبث الرياضي عبر الوسائط المتعددة.
- ❖ يساهم التفاعل المباشر عبر التعليقات ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقة الجمهور بالقنوات الرياضية الرقمية.
- ❖ توجد فروق في مستوى الاستخدام بين فئات الجمهور تبعاً للعمر والمستوى التعليمي والاهتمام بالرياضة.

❖ يعد الإعلام الرياضي الرقمي عاملاً مهماً في نشر الثقافة الرياضية وتعزيز الانتماء للأندية والمنتخبات الوطنية.

التوصيات:

على ضوء النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها تطوير البث الرياضي عبر الوسائط المتعددة وتعزيز جاذبيته لدى الجمهور:

❖ تحسين البنية التحتية الرقمية ورفع جودة خدمات الإنترنت لضمان بث رياضي مستقر وعالي الجودة.

❖ دعم إنتاج محتوى رياضي رقمي احترافي يواكب اهتمامات الجمهور ويعزز التنافسية بين القنوات.

❖ الاهتمام بالتفاعل مع الجمهور عبر المنصات الاجتماعية وتوظيف التحليلات الرقمية لفهم تفضيلات المشاهدين.

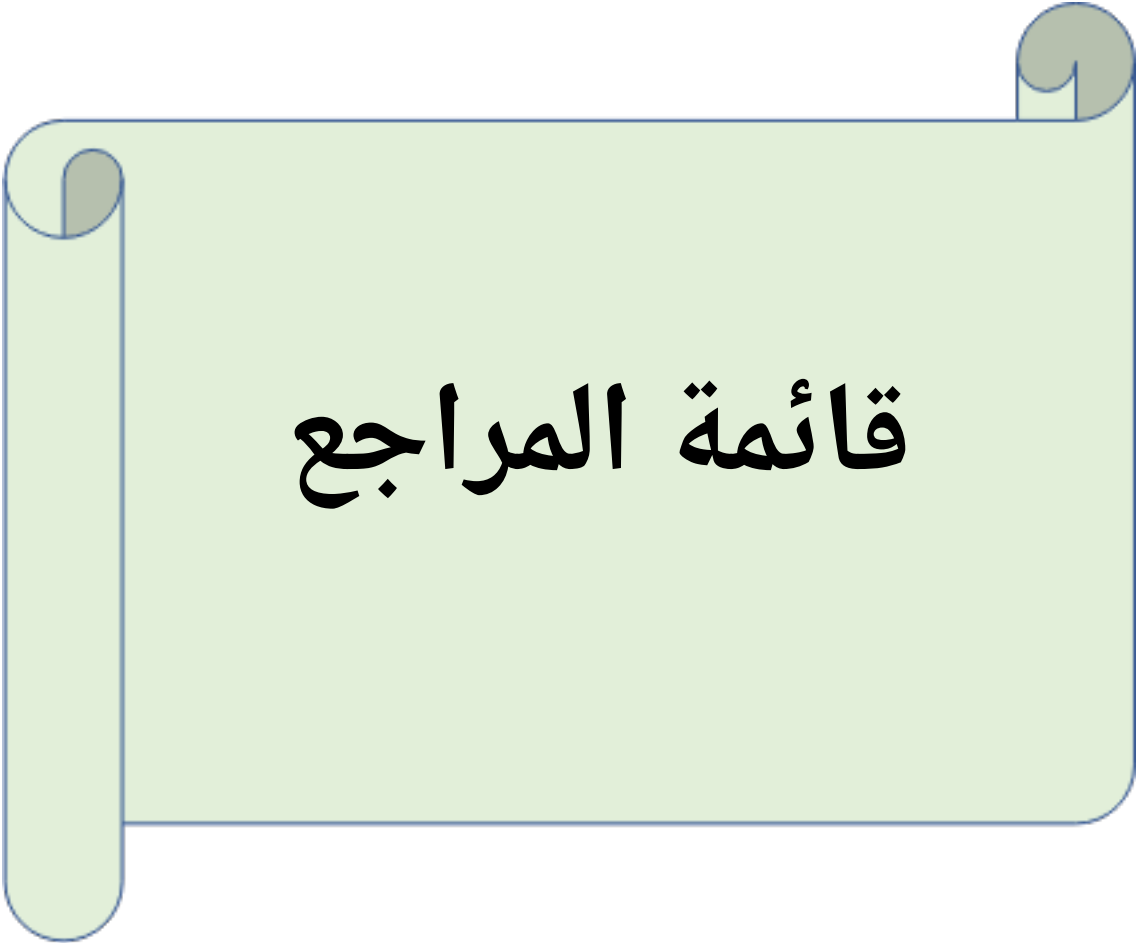
❖ تشجيع الاستثمار في الإعلام الرياضي الرقمي وتطوير منصات بث محلية متخصصة.

❖ تنويع البرامج الرياضية لتشمل التحليل، التغطيات الحية، والبرامج التفاعلية الموجهة لفئات عمرية مختلفة.

❖ تنظيم دورات تكوينية للإعلاميين في مجال الإعلام الرياضي الرقمي وصناعة المحتوى متعدد الوسائط.

❖ تعزيز الشراكات بين القنوات الرقمية والهيئات الرياضية لتوسيع حقوق البث وتحسين جودة التغطية.

وبذلك تؤكد الدراسة أن مستقبل متابعة البرامج الرياضية في الجزائر يتجه بقوة نحو البيئة الرقمية مما يفرض ضرورة مواكبة هذا التحول وتطوير آلياته لضمان إعلام رياضي رقمي متطور يلبي تطلعات الجمهور.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا - الكتب:

- 1 - ربحي مصطفى عليان، "البحث العلمي أسسه، مناهجه و أساليبه، إجراءاته"، بيت الأفكار الدولية، الاردن، 2011.
- 2 - سعد سلمان المشهداني، "منهجية البحث العلمي"، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2019.
- 3 - عبود عبد الله العسكري، "منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية"، دار النمير النشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دمشق، 2002.
- 4 - عمار بوحوش، مجموعة مؤلفين، منهجية الاجتماعية، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المانيا، 2014.
- 5 - فؤاد البهي السيد، سعد عبد الرحمان، علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة ، دار الفكر العربي مدينة نصر ، القاهرة ، مصر ، 2006.
- 6 - محمد عبد العال النعيمي و آخرون، "طرق و مناهج البحث العلمي"، دار الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، 2014.

ثانيا - الاطروحات:

- 1 - الزواوي أحمد المهدي، دراسة جمهور الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري: دراسة استطلاعية بولاية المسيلة، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2015.
- 2 - فندوشي حمزة، آثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي: بحث متمحور حول البعد الثقافي الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في

نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، فرع الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة الجزائر 3، معهد التربية البدنية والرياضية بسيدي عبد الله، 2015.

3 - علي قسايسة، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلفي دراسة نقدية تحليلية الأبحاث الجمهور بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

4 - كنزة مبارك، الوسائط المتعددة والتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: موقعا (الجزائر سكوب) و(TSA عربي) الإلكترونيين خلال سنة 2019 نموذجا - دراسة وصفية تحليلية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وملتيميديا، جامعة الجزائر 3، 2024.

5 - مختار بوازيد، استخدام الوسائط التكنولوجية وتأثيره في جودة تدريس التربية البدنية والرياضية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص النشاط البدني الرياضي التربوي، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2022.

6 - وليد حمداوي، دور الإعلام الرياضي المرئي في إنجاح مشروع الاحتراف الرياضي في كرة القدم بالجزائر: حصة بالمكشوف بقناة الهدف الرياضية أنموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص إعلام واتصال رياضي، جامعة الجزائر 3، معهد التربية البدنية والرياضية بدالي براهيم، الجزائر، 2022.

ثالثا - المذكرات :

1 - أزموور صبرينة، عنصر تسعديت، "دور تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقات التجارية لدى البنوك الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018.

- 2 - بورحلة سليمان، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم دراسة ميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط المتعددة، جامعة الجزائر، 2008.
- 3 - شكيب بغدادي، اتجاهات طلبة الإعلام الرياضي نحو ممارسة الصحافة الرياضية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016.
- 4 - قطشة عبد القادر، إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
- 5 - مباركة سهيلة حاج سعيد، آراء وتوجهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية: دراسة مسحية على عينة من طلبة ثانية ماستر إذاعة وتلفزيون وتربية بدنية ورياضية بجامعة بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
- 6 - مبروك بن دحمان، وعبد الحكيم رزاق لبزة، تأثير غياب الجمهور الرياضي على دافعية الإنجاز الرياضي لدى لاعبين كرة القدم خلال فترة الكوفيد 19، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تدريب رياضي نخبوي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021.
- 7 - محمد سفيان عطوات، اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021.
- 8 - محمد لويادي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقليل العنف الرياضي لدى الجمهور الرياضي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص إعلام واتصال رياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020.

9 - منير طيبي، دور البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.

10 - نخلة بوثلجة، آمال بن عمراوي، عبد المجيد صديقي، اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني: دراسة على عينة من متصفح موقع كورة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023.

11 - نسرین بن الساسي، وتليلا تي زنده، اتجاه الطالبات الجزائريات نحو البرامج الرياضية-قناة الهدف الرياضية أنموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر، 2022.

12 - وليد حمداودو، دور الصحافة المكتوبة في إنجاح الاحتراف في كرة القدم بالجزائر "يومية كومبتيسيون أنموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012.

رابعاً - المجالات العلمية:

1 - بشرى ساعد، من الإعلام الرياضي إلى صناعة المحتوى الرياضي الرقمي: الفرص والتحديات، مجلة الحكمة للدراسات والبحوث، المجلد الرابع العدد 18، الجزائر، 2024.

2 - رباب داود الصفار، التفاعل بين نمطي عرض الوسائط المتعددة (المرئية / التفاعلية) وأساليب التعلم وأثرها في التحصيل والدافعية بيئة تعليم إلكتروني، مجلة العلوم التربوية، المجلد 32، العدد 04، الجزء 3، القاهرة، 2024.

3 - ربيعة غلوم محمد عبد الله أشكناني، استخدام الوسائط المتعددة وعلاقته بالتنبؤ بمهارات التدريس الإبداعي لدى معلمات رياض الأطفال بدولة الكويت، مجلة كلية التربية، المجلد 91، العدد 01، ليبيا، 2025.

- 4 - دروازي مصطفى، اتجاهات الإعلاميين الرياضيين الجزائريين نحو مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري العمومي، مجلة المنظومة الرياضية، المجلد التاسع ، العدد 02، الجزائر، 2022.
- 5 - سامية بوقرة، عبد المالك بوفردة، وفؤاد العيداني، الإعلام الرياضي في الفضاء الافتراضي: دراسة تحليلية، مجلة علوم الأداء الرياضي، العدد 01، سوق أهراس، الجزائر، 2019.
- 6 - سليمان نمر، وأوشن بوزيد، تأثير وسائل الإعلام الجديدة في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم: دراسة ميدانية، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد العاشر، العدد 2، 2019
- 7 - طراد طارق، الإعلام الرياضي والانترنت، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الخامس، العدد 04، خمشلة، الجزائر، 2021.
- 8 - عراب بن مسلي و آخرون، البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودورها في إشباع احتياجات الجمهور، مجلة الممارسة الرياضية والمجتمع، المجلد الرابع، العدد 01، الجزائر، 2021.
- 9 - عمارة نور الدين، تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي، مجلة حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34 ، العدد 01، الجزائر، 2020.
- 10 - عمر بوعجيلة، عبد الكريم بكري، أسامة بوهالي، دور الوسائط المتعددة في تحسين جودة التدريس التطبيقي في المجال الرياضي في ظل الانتقال إلى جامعة من الجيل الرابع، مجلة التحدي، المجلد السابع عشر، العدد 02، 2025.
- 11 - فخري محمد فريد أحمد، أثر الوسائط المتعددة التفاعلية على تنمية مهارات القراءة الإلكترونية لدى تلاميذ الصف السادس، مجلة كلية التربية، المجلد الثالث، العدد 2، الغردقة، جنوب الوادي، 2020.

- 12 - فضيلة حماتي، واقع استخدام الوسائل المتعددة لدى الأستاذ الجامعي: دراسة ميدانية حول أساتذة كلية الاقتصاد جامعة ورقلة، مجلة آفاق للدراسات والبحوث، العدد الأول، الجزائر، 2018.
- 13 - فيصل قويدر، أحمد قوراوية، الإعلام الرياضي المكتوب ودوره في تشكيل اتجاهات الشباب نحو ممارسة النشاط الرياضي التنافسي: دراسة ميدانية بولاية المسيلة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد السادس، العدد 02، المسيل، 2022.
- 14 - محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي، اتجاهات الجمهور نحو خطاب قيادات الأندية الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية التعصب الرياضي: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 17، القاهرة، 2019.
- 15 - مصطفى السيد علي السيد الوحيدان، أحمد راشد حسن مسعود، دور الإعلام الرياضي الإلكتروني في تعزيز الثقافة الترويحية وتوسيع قاعدة المشاركة في ممارسة الكرة الطائرة الشاطئية: دراسة ميدانية على القرى والمنتجعات السياحية بجمهورية مصر العربية، مجلة التربية (JSREP)، العدد 194، الجزء الثالث، مصر 2022.
- 16 - وهيب بوزيفي، آمال قاسمي، الصورة (النص البصري) في عصر الوسائط الجديدة... الخصائص والأنواع، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 18، العدد 02، الجزائر، 2019.
- 17 - ياسين محجر، بحرية اسماعيل، واقع استعمال الوسائط التكنولوجية في العملية التعليمية من وجهة نظر المعلمين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة.
- 18 - يوسف حميش، البرامج الرياضية التلفزيونية ودورها في جذب الجماهير - قناة الأهداف نموذجا، مجلة التصدي، المجلد السابع عشر، العدد 02، المسيلة، 2025.
- 19 - يوسف حميش وأحمد بن رجم، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الخبر والتقرير الصحفي في الإعلام الرياضي التلفزيوني: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين الجزائريين، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد العاشر، العدد 2، 2019.

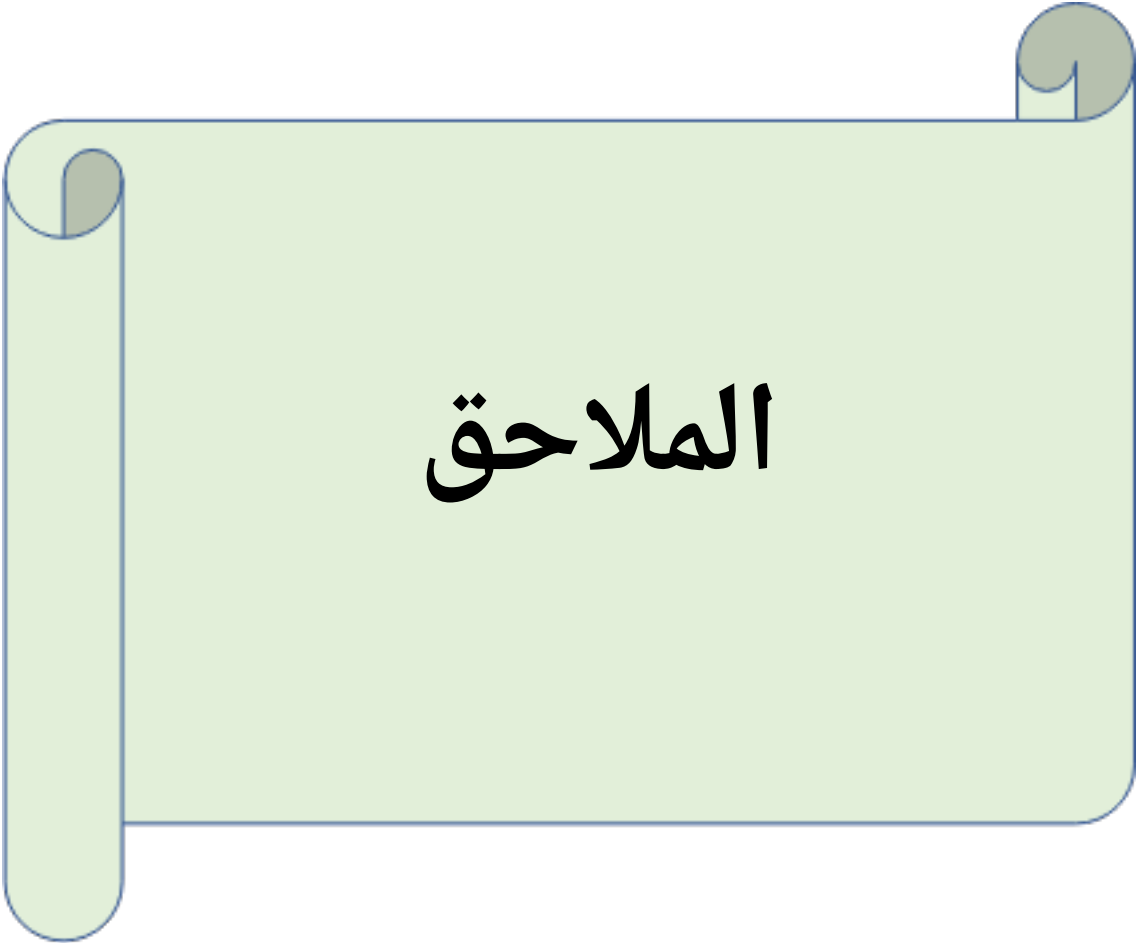
خامسا - المواقع:

1 - Beuz Tv ، محتوى رياضي و إخباري رقمي عبر الوسائط المتعددة،

<https://www.youtube.com/@dzbuzzt>

2 - Beuz tube ، قناة الاخبار الحصرية، تاريخ الاطلاع 29 افريل 2026،

<https://youtube.com/@buzztube1?si=6LxqMgZHe3H63mJ0>



الملاحق

استبيان

العنوان : اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو بث البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة - Beuz TV نموذجاً

في إطار اعداد مذكرة أكاديمية ، نضع بين ايديكم هذا الاستبيان الذي يهدف الى التعرف على اتجاهات الجمهور الرياضي الجزائري نحو متابعة البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة، وبالأخص منصة BeuzTV نرجو منكم الإجابة بكل موضوعية، علما ان المعلومات المقدمة تستخدم لأغراض علمية فقط، وستبقى سرية

المحور الأول : البيانات الشخصية	
الجنس	ذكر أنثى
العمر	أقل من 20 سنة من 20 الى 30 سنة من 31 الى 40 سنة أكثر من 40 سنة
المستوى التعليمي	ثانوي جامعي ليسانس ماستر دكتوراه أخرى
المهنة	طالب موظف حر عاطل عن العمل أخرى
مكان الإقامة	المدينة الريف
المحور الثاني : عادات و أنماط المتابعة الرياضية	
هل تهتم بمتابع البرامج الرياضية؟	نعم أحيانا لا
ما الوسيلة التي تعتمد عليها غالبا لمتابعة البرامج الرياضية؟	التلفزيون الهاتف الذكي الحاسوب مواقع التواصل الاجتماعي المنصات الرقمية
كم ساعة يوميا تقضي في متابعة المحتوى الرياضي؟	أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين أكثر من ساعتين
هل سبق لك متابعة برامج رياضة عبر منصة Beuz TV؟	نعم لا
ما أكثر نوع من البرامج الرياضية التي تتابعها؟	التحليل الرياضي الاخبار الرياضية الحوارات الرياضية

البث المباشر للمباريات	
البرامج الترفيهية الرياضية	
المحور الثالث: دوافع متابعة Beuz TV	
سرعة نقل الاخبار	ما سبب متابعتك لمنصة Beuz TV؟
سهولة الوصول الى المحتوى	
جودة البث	
التحليل الرياضي	
التفاعل المباشر	
مجانية المحتوى	
نعم	هل ترى ان Beuz TV توفر محتوى رياضيا متنوعا؟
الى حد ما	
لا	
دائما	هل تعتمد على Beuz TV كمصدر أساسي للمعلومات الرياضية؟
أحيانا	
نادرا	
كبيرة	مامدى ثقتك بالمحتوى الرياضي الذي تقدمه المنصة ؟
متوسطة	
ضعيفة	
نعم	هل تعتقد ان الوسائط المتعددة تجعل متابعة البرامج الرياضية اكثر متعة؟
الى حد ما	
لا	
المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو Beuz TV	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: توفر Beuz TV تغطية رياضية جيدة
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: تتميز المنصة بسرعة نقل الاحداث الرياضية
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: المحتوى الرياضي في Beuz TV يتمتع بالمصداقية
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: افضل متابعة البرامج الرياضية عبر المنصات الرقمية بدل التلفزيون
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: اسلوب تقديم البرامج في Beuz TV جذاب
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: تساعد الوسائط المتعددة على فهم الاحداث الرياضية بشكل افضل
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: الإعلانات في المنصة تؤثر على جودة المتابعة
محايد	
لا أوافق	
أوافق	ضع علامة (✓) امام العبارة المناسبة: التفاعل المباشر مع الجمهور يعد نقطة قوة في Beuz TV
محايد	
لا أوافق	

أوافق	ضع علامة (✓) أمام العبارة المناسبة: ساستمر في متابعة المنصة مستقبلا
محايد	
لا أوافق	
المحور الخامس: مقترحات و آراء	
	ما اهم النقائص التي تراها في Beuz TV؟
	ما اقتراحاتك لتطوير البرامج الرياضية عبر الوسائط المتعددة؟

وفي الأخير نشكركم على تعاونكم