

جامعة عمار ثلجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال



العنوان

دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون بين سبور لتغطية كأس العالم قطر 2022 وانعكاساتها على الجمهور الجزائري

دراسة على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف
د/ محمد تريج

من اعداد الطالبة:
* - مريم عبد الحاكم
* - بن فنيش و داد

السنة الجامعية 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة عمار ثلجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال



العنوان

دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون بين سبور لتغطية
كأس العالم قطر 2022 وانعكاساتها على الجمهور
الجزائري

دراسة على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف

د/ محمد تريبج

من اعداد الطالبة:

* - مريم عبد الحاكم

* - بن فنيش و داد

السنة الجامعية 2023/2022

شكر وعرافان

الشكر لله على نعمه وجاهه والحمد لله على توفيقه،

الشكر للوالدين الكريمين على رعايتهم ونصحهم وارشادهم لنا طول الحياة.

الشكر إلى الأساتذة الكرام وخاصة

الأستاذ الدكتور **تربح محمد** على ارشاداته وتوجيهاته لإنجاز هذا العمل المتواضع

شكرا لاساتذة اللجنة العلمية الذين تفضلوا علينا بمناقشة و تقييم هذا العمل

شكرا لكم اساتذتنا الافاضل

شكرا لكل اسرنا واخوتنا وأخواتنا

شكرا لكل من ساعدنا ورافقنا و ارشدنا و لو بحرف

شكرا جزيلا لمن شاركنا فرحتنا

شكرا للجميع

اهداء

تعالت أصوات الفرحة واقترب ما كان بالأمس حلما

أقترب حلمي الذي طال انتظاره وامتزجت العبارات لتبقى في القلب ذكريات والشكر أولا لله ثم شكراً أبي الغالي الذي كان يقطع من روحه لكي انعم بفرحة كفرحة يوم التخرج فلقد واصل معي دراستي حتى فرح برؤيتي وانا على مقعد التخرج شكراً ابي

ولا أنسى من سهرت بجانبني وساندتني بكل تفاصيل يومي ودراستي امي الغالية كل عبارات الحب لن تصف حبي وفرحتي برؤيتك سعيدة تغمرك الفرحة يوم تخرجي فأنتِ الحب يا أمي وقبل كل شيء أهدي تخرجي هذا إلى روح صديقتي و أختي ورفيقة دربي إحسان التي كانت معي طيلة مشواري الدراسي وكانت نعم الأخت كنت أتمنى أن تكون بجانبني الآن إلى أن شاءت الأقدار وفاتها المنية رحمك الله عزيزتي

كذلك إلى روح أمها التي هيا بمثابة أمي والتي كان لها الفضل الكبير بوصولي إلى ما أنا عليه الآن و شكراً اليكم أحباب القلب يا من أنتم إخوتي أمين وجلول وأختي فضيلة وخالتي وعمتي وكل العائلة صغيرا وكبير و بالخصوص بنات خالتي وداد و فاطمة وأصدقائي جميعا خصوصا رحاب وهدي وسرين وعائشة وأسماء ولدتكم لي الحياة ولا أملك سوى بضع كلمات لعلها تعبر عن شكري وامتناني لكم يا من كنتم لي خير سندا وأفتخر بوجودكم بجانبني دائما وأسفة على الذين لم أذكر أسمائكم فالقائمة طويلة فأنا أشكركم جميعا وشكرا كثير إلى جارتني والذين اعتبرهم بمثابة إخوتي رقية وإناس كما لا أنسى أستاذتي في التكوين حورية كانت دائما بجانبني وتقدم لي النصائح وفي الأخير الشكر إلى صديقتي وداد التي هيا معي في المذكرة والتي تقسمننا كل شيء معا والشكر الكبير الى أستاذي المشرف محمد تريح الذي وقفنا معنا منذ البداية وكان نعم الأستاذ وشكرا إلى رؤساء اللجنة وفي الختام كل الشكر إلى جميع أستاذة قسم علوم الانسانية و الاعلام و اتصال وكذلك كل إدارة الاعلام و الاتصال ورئيس القسم.

مريم

فهرس المحتويات

شكر و عرفان	
اهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول :	
ملخص الدراسة:	
مقدمة:	أ

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

1. الاشكالية:	4
2. أهداف الدراسة:	5
3. اهمية الموضوع:	5
4. اسباب اختيار الموضوع:	6
5. مفاهيم الدراسة:	6
6. منهج الدراسة	9
7. مجالات الدراسة	10
8. مجتمع الدراسة وعينته	10
9. أدوات البحث	11
10. دراسات السابقة:	11

الاطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: الحملات الاعلامية

تمهيد :	18
أولا: مفهوم الحملات الإعلامية	19
ثانيا- أهداف الحملة الإعلامية	20
ثالثا- أهمية الحملات الإعلامية:	21
رابعا- أنواع الحملات الإعلامية	22
خامسا: خصائص الحملات الإعلامية:	25
سادسا - مدخل عام للتعرف على التلفزيون	28

33:خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: تغطية Bein Sport لكأس العالم قطر 2022
36: تمهيد
37:اولا- الاعلام الرياضي:
37: 1. تعريف الاعلام الرياضي
38: 2. أهداف الاعلام الرياضي
39: 3. انواع الإعلام الرياضي
39: 4. أهمية الاعلام الرياضي
41: 5. وظائف الاعلام الرياضي
42: 6. خصائص الاعلام الرياضي
44:ثانيا- القنوات الفضائية الخاصة المفهوم والنشأة
44: 1. مفهوم القنوات الفضائية
44: 2. نشأة القنوات الفضائية
45: 3. أهداف القنوات الفضائية
47: 4. اهمية القنوات الفضائية ووظائفها
49:ثالثا- القنوات الفضائية بيان سبور:
49: 1. تاريخ قنوات بيان سبور
50: 2. بطاقة فنية عن قناة بيان سبور
51:رابعاً- كأس العالم:
51: 1. تعريف كأس العالم
51: 2. كأس العالم قطر 2022
52: 3. تغطية قناةBein Sport لكأس العالم قطر 2022:
	الفصل الرابع: الاطار التطبيقي للدراسة
54:اولا- عرض وتحليل نتائج الدراسة
65:ثانيا - نتائج الدراسة
66:ثالثا- الاستنتاج العام للدراسة :
67:خاتمة
70:قائمة المصادر والمراجع
77:الملاحق

فهرس الجداول

ص	الجدول
55	الجدول رقم 01 : يمثل متغير الجنس
56	الجدول رقم 02: يمثل متغير المستوى الدراسي لأفراد العينة
57	الجدول رقم 03 : : يمثل متغير السن
58	الجدول رقم 04: متابعة افراد العين لقنوات Bein sport
59	الجدول 05: يمثل العلاقة بين مدة مشاهدتها والاقدمية في متابعة القنوات
60	الجدول رقم 06: يمثل الوسيلة المفضلة لمشاهدة قنوات Bein sport
61	الجدول رقم 07: يمثل المنافسات الأكثر مشاهدة عبر قنوات Bein sport
62	الجدول رقم 08: يمثل مشاهدة الطلبة لكأس العالم قطر 2022 عبر قنوات Bein sport ورايهم في حملاتها الاعلامية في الترويج لها.
63	الجدول رقم 09: يمثل استقطاب حملات Bein sport حول كأس العالم قطر 2022 للجمهور وجلهم يشتركون في القناة .
64	الجدول رقم 10: العلاقة بين نجاح قناة Bein sport في تغطية كأس العالم قطر 2022 وأحقية كأس العالم
65	الجدول رقم 11: يمثل انعكاسات تغطية Bein sport لكأس العالم قطر 2022 على الجمهور

ملخص الدراسة

جاءت دراستنا بعنوان دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون بين سبور لتغطية كأس العالم قطر 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري - دراسة على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط ، وانطلقت دراستنا من إشكالية ما دور الحملات الاعلامية في التلفزيون قناة **Bein sport** لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري؟ ومنه تتفرع الاسئلة الفرعية التالية:

1. كيف روجت قنوات Bein Sport لكاس العلم 2022 بقطر؟
 2. ما اسلوب عرض رسائل الحملات الإعلامية عبر قنوات Bein sport في تغطيتها لكاس العالم قطر 2022؟
 3. كيف اثرت حملات Bein sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 على جمهورها؟
- و نهدف من خلال دراستنا الى التعرف على دور الحملات الاعلامية في التلفزيون قناة Bein Sport لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري وكيف روجت القناة لفعاليات كاس العالم قطر 2022 و التعرف على اسلوب عرضها لرسائل الحملات الإعلامية والتعرف اثر حملاتها على جمهورها.
- حيث استعملنا المنهج الوصفي كمنهج لدراستنا كما استخدمنا اداة جمع البيانات الاستبيان لجمع بيانات دراستنا المكونة من 50 طالب بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الاغواط والتي اوصلتنا الى النتائج التالية:

1. الحملات الاعلامية التي قامت بها قنوات Bein sport لتغطية كأس العالم قطر 2022 استقطبت الجمهور الجزائري لمشاهدة الحدث العالمي وجعلت معظمهم يشتركون في باقة Bein sport المشفرة وانتظار كاس العالم كما جعلت فئة اخرى تبحث عن حلول غير الاشتراك في الباقة من اجل مشاهدة كأس العالم قطر 2022.
2. تغطية قنوات Bein sport لكاس العالم قطر 2022 كانت ناجحة ونسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كأس العالم قطر 2022 يستحق تلك التغطية الاعلامية التي حظي بها من قبل قنوات Bein sport
3. الحملات الاعلامية لقناة Bein sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 جعلت الجمهور الجزائري يطلع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات و الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022 و متابعة المباريات وتحليلها وانعكست على الجمهور في جعله يهتم بكأس العالم ويتابعه.

الكلمات المفتاحية: الحملات الاعلامية - التلفزيون - قنوات بين سبور - كأس العالم

Study summary:

Our study was titled The Role of Media Campaigns on Television between Sport to Cover the Qatar World Cup 2022 in Qatar and its Repercussions on the Algerian Public - A Study on a Sample of Students of the Department of Media and Communication at the University of Laghouat. Algerian public?

From it the following sub-questions branch out:

1. How did Bein sport channels promote the 2022 Flag Cup in Qatar?
2. What is the method of presenting the messages of the media campaigns through the channels of Bein sport in its coverage of the World Cup Qatar 2022?
3. How did Bein Sport's coverage of the 2022 Qatar World Cup affect its audience?

Through our study, we aim to identify the role of the media campaigns on television, the Bein sport channel, to cover the 2022 World Cup in Qatar, and its repercussions on the Algerian public, and how the channel promoted the activities of the 2022 Qatar World Cup, and to identify the method of presenting the messages of the media campaigns, and to identify the impact of its campaigns on its audience.

Where we used the descriptive approach as a method for our study, and we also used the data collection tool, the questionnaire, to collect the data of our study, which consisted of 50 students in the Department of Information and Communication Sciences at the University of Laghouat, which led us to the following results:

1. The media campaigns carried out by Bein sport channels to cover the Qatar World Cup 2022 attracted the Algerian audience to watch the global event and made most of them subscribe to the encrypted Bein sport package and wait for the World Cup.
2. The coverage of the 2022 Qatar World Cup by Bein sport channels was successful, and a large percentage of students believe that the 2022 Qatar World Cup deserves the media coverage it received from the Bein sport channels.
3. The media campaigns of the Bein sport channel in its coverage of the Qatar World Cup 2022 made the Algerian audience familiar with the various news of the national teams, knowing the dates and places of the matches, and briefing on all that is new about the 2022 World Cup and following the matches and analyzing them, and they reflected on the audience in making them care about the World Cup and follow it.

Keywords: media campaigns - TV - Ben Sport channels - World Cup

مقدمة

مقدمة:

يشهد العصر الحالي كثيراً من التطورات التكنولوجية الهائلة ، والتي تزداد مع مرور الزمن تطوراً وتأثيراً في حياتنا ومجتمعنا، حيث نجد أن السمة التي أصبحت مميزة لمجتمعنا الحالي هي التغير والتطور، ويدرك أفراد المجتمع هذه القيمة المهمة للتغير والتطور خاصة فيما يتعلق بالمستجدات التكنولوجية .

ولما كان التلفزيون من أبرز المستحدثات التكنولوجية في القرن الماضي ، نجد أن إقبال الجمهور على مشاهدة قنواته الفضائية مشاهدة كبيرة جداً ، فأصبحت هي المصدر الأكبر للحصول على المعلومات والمعارف بما تقدمه من برامج ومنوعات وأخبار وغيرها، ومن أهم ما تقدمه القنوات الفضائية الحملات الإعلامية والتي تقدر واحدة من أكثر الموضوعات التي تجذب اهتمامات الإعلاميين والجمهور ، نظراً لإمكاناتها الهائلة القائمة والمحتملة للإعلام والمعلومات في رقي ووعي الجمهور ، ونظراً لهذا نجد أن من أهم شرائح المجتمع التي تهتم بمشاهدة القنوات الفضائية وما تقدمه من برامج وحملات إعلامية شريحة الشباب الجامعي منهم الطلبة الجامعيين ، الذي هو مستقبل الأمة ، لذا نجد اهتمام الشباب بالقضايا والمعلومات خاصة ذات الصلة بهم ، والتي تقدمها تلك الحملات الإعلامية ومحاولة اكتساب المعلومات من خلالها.

كما تنوعت القنوات الفضائية واصبحت هناك قنوات فضائية خاصة بمجال معين منها قنوات الفضائية الرياضية التي تهتم بالأحداث والمنافسات الرياضية، في هذا السياق برزت العديد من القنوات الرياضية الفعالة على رأسها قنوات بين سبورت، التي هي محور دراستنا، نظراً لما حققته من نجاحات كبيرة بتغطيتها لمختلف الرياضات الفردية أو الجماعية، وحتى الرياضات القتالية أو الميكانيكية وغيرها من الرياضات.. سعياً منها لتلبية حاجات الجمهور المتلقي المتنوعة ومنحهم الفرحة والمتعة الكبيرة.

ومن أهم الأحداث الرياضية التي اهتمت بها وخصتها قنوات بين سبورت بتغطية خاصة كأس العالم قطر 2022 الذي شهد حملات كبرى من قبل القناة بهدف اظهار

احلى حلة من كأس العالم الذي هو الاول من نوعه في العالم الاسلامي والعربي حيث نظم بدولة قطر، وهذا كان له انعكاسات كبيرة على الجمهور الجزائري الذي كان يأمل في حضور المنتخب الوطني والمشاركة في العرس الكروي العالمي الا ان الحظ لم يحالف المنتخب وغرم ذلك كان الجمهور الجزائري حاضرا في المدرجات ومشاهدة المباريات ومنافسات كأس العالم قطر 2022 وهذا من خلال تأثير الحملات الاعلامية الناجحة في استقطاب الجمهور وهذا ما وقفنا عليه من خلال دراستنا للموضوع التي تم تقسيمه للخطة التالية حيث تطرقنا في الفصل المنهجي الى اشكالية الدراسة اسئلتها الفرعية فرضياتها واسباب اختيارنا للموضوع اهداف واهمية الدراسة نوعها ومنهجها مجتمع الدراسة وعينته واداتها كما تطرقنا للمجموعة من الدراسات السابقة، اما في الجانب النظري للدراسة تم الطرق الى فصلين حيث تعرفنا عن الحملات الاعلامية عبر التلفزيون واهميتها وظائفها انواعها واهدافها كما تعرفنا على التلفزيون ونشأته اما في الفصل الثالث تعرفنا على الاعلام الرياضي واهدافه واهميته وتعرفنا على القنوات الفضائية الخاصة والرياضية وتعرفنا على قنوات بين سبور وتاريخ كأس العالم .

اما في الجانب التطبيقي قمنا بتحليل استمارة الاستبيان عن طريق الجداول المركبة والبسيط بحساب النسب المئوية ومنه توصلنا الى نتائج الدراسة وتم صياغة الاستنتاج العام للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

لِلدِّرَاسَةِ

1- الإشكالية:

تعد الحملة الاعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة، مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال، فالحملة الاعلامية هي نتاج المزيج او برنامج اعلامي باعتبارها من افضل الوسائل المستخدمة للتأثير في مستوى معرفة واتجاهات سلوك الأفراد، كما تعرف الحملة الاعلامية هي ذلك الجهد المكثف ومتعدد المستويات متنوع الطرائق والوسائل متعددة المراحل تستخدم فيه المؤسسة الاعلامية طاقات استثنائية لتغطية الحدث او لتعميم وعي الجمهور بقضية مهمة في سقف زمن محدد، كما أن الحملات الاعلامية تنظمها الأفراد مثل الحملات التي يقوم بها بعض النجوم للحصول على تبرعات، فكان للحملات الاعلامية دور في توعية الجمهور بمشكلاتهم و مدى خطورتها فإذا كانت وسائل الاعلام قادرة على احداث تغيير، كما انها تهدف إلى تنمية المجتمع.

كما أن الحملة الاعلامية تهدف إلى التعليم وتكون المعلومات فيها تعليمية ارشادية تستهدف ارشاد الجمهور إلى الإجراءات الواجب اتخاذها وتكوين الاتجاهات، وتفضل الحملات الاعلامية التلفزيون كوسيلة اتصالية للوصول الى الجمهور حيث شهدت السنة الماضية حملات اعلامية ضخمة قامت بها قناة Bein Sport لتغطية اكبر حدث رياضي عالمي كأس العالم 2022 بقطر والذي هو اكبر محفل شهدته العرب في مجال الرياضة. ومن هنا سنحاول في دراستنا التي جاءت بعنوان دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون قناة Bein Sport لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري وللانطلاق الفعلي الدراسة نطرح الاشكالية التالية:

ما دور الحملات الاعلامية في التلفزيون قناة Bein sport لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري؟

ومنه تتفرع الاسئلة الفرعية التالية:

- كيف روجت قنوات Bein Sport لكأس العلم 2022 بقطر؟

- ما اسلوب عرض رسائل الحملات الإعلامية عبر قنوات Bein Sport في تغطيتها لكاس العالم قطر 2022؟
- كيف اثرت حملات Bein Sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 على جمهورها؟

2- أهداف الدراسة:

- نهدف من خلال دراستنا الى تحقيق مجموعة من الاهداف:
- التعرف على دور الحملات الاعلامية في التلفزيون قناة Bein Sport لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري.
- التعرف على كيفية الترويج لفعاليات كاس العالم قطر 2022 من قبل قنوات بيان سبور .
- التعرف على اسلوب عرض رسائل الحملات الإعلامية عبر قنوات Bein Sport في تغطيتها لكاس العالم قطر 2022.
- التعرف اثر الحملات Bein Sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 على جمهورها.

3- أهمية الموضوع:

تكمن أهمية هذا البحث في انه من البحوث التي تعنتي بموضوعات العصر وزيادة دور الحملات الاعلامية في تغطيتها للأحداث الرياضية وانعكاسها على الجمهور من خلال القنوات الفضائية واهما قناة Bein Sport والتي هي أكثر القنوات الرياضية تغطيتها للأحداث الرياضية الكبرى واكثرها كأس العالم قطر 2022 الذي نظم لأول مرة في العالم العربي لذا اولته قنوات Bein Sport بتغطية خاصة وهنا تكمن أهمية دراستنا.

كم تهتم بأهمية الحملات الإعلامية في تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات عن كأس العالم قطر 2022.

4- اسباب اختيار الموضوع:

لكل عمل سبب يدفعنا للقيام به واتقانه، وقد كان الاختيار صعبا في بادئ الأمر ولم نستطيع أن نرضى على موضوع يتناسب وميولنا إلا بعد التفكير الطويل اين وقع اختيارنا على موضوع دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون قناةBein Sport لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري ولقد تعددت الأسباب من ذاتية وموضوعية وقد تمثلت:

الاسباب الذاتية: لكل موضوع ميول خاص داخل ذاتية الانسانية وقد تمثلت فيما يلي:

- باعتبار كأس العالم قطر 2022 اول كأس عالم في العالم العربي تكونت لنا الرغبة في موضوع يدرسه.
- رغبة نابغة في التعرف على قنواتBein Sport وما تقدمه من خدمة للجمهور الرياضي في العالم من خلال تغطيتها للأحداث الرياضية الكبرى باحترافية.
- التغطية الاعلامية الاحترافية لكأس العالم قطر 2022.

الاسباب الموضوعية:

تمثلت فيما يلي:

- الارادة في محاولة الوصول الى مدى تأثير الحملات الاعلامية عبر التلفزيون على الجمهور .
- الرغبة في معرفة مدى أهمية الحملات الاعلامية في تغطية الاحداث الكبرى.
- دراسة موضوع جديد عن الحملات الاعلامية وعن الرياضة.

5- مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم خطوة مهمة في أي دراسة، وتحديد المصطلح يبدأ أولا بتحديد اطاره النظري من خلال المراجع والقواميس والمعاجم والموسوعات العلمية حيث يقوم الباحث بإعطائها التعريف العلمي الشائع لدى الباحثين لهذا المصطلح ثم تحديد معناه الاجرائي المستخدم للبحث.

في دراستنا هذه نتطرق للمفاهيم الآتية:

الدور، الحملات الإعلامية، التغطية، الجمهور.

1. الدور:

لغة: (مصدر) جمع الأدوار: الحركة: عودة الشيء الى حيث كان او الى ما كان عليه.¹

اصطلاحاً: هو مجموعة السلوكيات المتوقعة من طرف اي شخص داخل التنظيم له مكانة معينة في الهيكل التنظيمي من خلال المهام الذي يؤديها.²

اجرائياً: الدور هو التأثير الايجابي للحملات الاعلامية عبر التلفزيون وانعكاسها على الجمهور.

2. الحملات الاعلامية:

التعريف الاصطلاحي:

هي مجموعة من البرامج الاتصالية التي تعتمد على التخطيط لوضع استراتيجيات إقناعيه بهدف تبني الأفكار أو السلوكيات أو الممارسات الاجتماعية وتعتمد هذه الحملات على برامج متخصصة في تغيير معارف ومعلومات واتجاهات الجمهور المستهدف، وإن نجاح هذه الحملات مرهون بمدى التزامها بجميع خطوات التخطيط ووضع الاستراتيجيات وتحديد الأهداف والإمكانات البشرية والمادية و معرفة سمات الجمهور وجدولة الحملة.³

التعريف الاجرائي: هي برنامج اعلامي اتصالي يهتم بأحداث رياضية من اجل ايصالها للجمهور وكذا استقطاب الجماهير الرياضية للقناة خلال تغطيتها للحدث الرياضي ككأس العالم 2022.

¹ - المنجد، في اللغة والاعلام، ط جديدة منقحة، دار المشرق، بيروت، لبنان، 2003، ص 228.

² - ناصر قاسمي، دليل مصطلحات علم اجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 66.

³ - زعموم، خالد، التسويق الاجتماعي، مكتبة الجامعة، ط1، الإمارات، 2006، ص 08.

3. التلفزيون:

لغة: يتكون مصطلح التلفزيون من شطرين **Télé** وتعني البعد **Vision** وتعني الرؤية أي الرؤية عن بعد.¹

اصطلاحاً: يعتبر التلفزيون جهاز لنقل الصوت والصورة حيث يتكون من جهاز النقاط وأجهزة الإرسال اخترع من طرف العالم الإنكليزي " بيرد " سنة 1926.²

اجرائياً: هي جهاز الكتروني يعمل على نقل الحملات الاعلامية عبر القنوات التي تنقل الاخبار عبر قنوات خاصة.

4. قنوات البيان سبور BEIN SPORT

التعريفى الاجرائى: هي مجموعة قنوات قطرية تبث مختلف المشاهد الكروية والرياضية حتى تغطي كل الاحداث الرياضية كالدوريات الاوربية والاسيوية والافريقية وكاس الامم الاوربية والافريقية والاسيوية كما تبث البرامج الترفيهية ومجموعة من الأفلام.

5. كأس العالم قطر 2022:

هي النسخة الثانية والعشرون من بطولة كأس العالم للمنتخبات الوطنية، التي تقام كل أربع سنوات وتتنافس عليها المنتخبات الوطنية الأعضاء في الاتحاد الدولي لكرة القدم . أقيمت في قطر في الفترة من 20 نوفمبر إلى 18 ديسمبر 2022 ، مما يجعلها أول بطولة كأس عالم تقام في الوطن العربي والعالم الإسلامي والنسخة الثانية التي تقام في آسيا بعد نسخة 2002 في كوريا الجنوبية واليابان.³

¹- محمد فريدة ومحمود عزت، المصطلحات الإعلامية، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1980، ص333

²- سلم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص17.

³- كأس_العالم_2022#المراجع/https://ar.wikipedia.org/wiki تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/22 على الساعة

6- منهج الدراسة

يعد المنهج ضروري في اي بحث علمي لأنه الطريق الذي يسلكه الباحث من أجل الوصول إلى الحقيقة وكل دراسة علمية تحتاج إلى منهج يتلاءم مع طبيعة الدراسة ويعرف المنهج العلمي لغة «انه الطريق أو المسلك» واما اصطلاحا فله معاني كثيرة ومفاهيم عديدة «هو مجموعة من القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول¹

وطبيعة دراستنا تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف " بأنه مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها. وكما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلاؤم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث.²

وهو أيضا على أنه دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي، يوضح حجم الظاهرة، ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى أو بشكل كمي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها فالبحث الوصفي يختلف عن البحث الاستكشافي من حيث أنه أكثر تحديد المشكلة وفرضياتها وأكثر تفصيلا للمعلومات التي تحتاجها.³ وهذا ما جعلنا نعتد على هذا المنهج لأنه يتلاءم مع دراستنا

¹- عمار بوحوش وآخرون : منهجية البحث العلمي وتقنياتها في العلوم الاجتماعية ،المركز الديمقراطي العربي

للدراستات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1، الجزائر، 2019، ص ص 13-14

²- منال هلال مزاهره، " بحوث الإعلام، الأسس و المبادئ " دار الكنوز للمعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 105.

³- محفوظ جودة، أساليب البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص 119.

7-مجالات الدراسة

أ- المجال الزمني : الموسم الجامعي 2022-2023 يعتبر المجال الزمني الفترة التي

قضاها الباحث في إنجاز البحث العلمي وقد تم إنجاز هذا البحث في الفترة الممتدة ما

بين شهر فيفري الى مارس 2023 ومرت بثلاث مراحل:

✓ مرحلة جمع المادة العلمية والدراسات السابقة

✓ مرحلة ضبط اشكالية البحث وفرضيات والجانب المنهجي للدراسة

✓ مرحلة انجاز الدراسة الميدانية للبحث

ب- المجال المكاني : تمت دراستنا بجامعة عمار ثليجي الاغواط

ج- المجال البشري : عينة طلبة جامعة عمار ثليجي الاغواط .

8-مجتمع الدراسة وعينته

أ- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع المفردات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها وقد يكون هذا المجتمع محدود او غير محدود.¹

كما يعرف بأنه جميع المفردات التي تكون في اطار البحث المراد دراسته وهو جميع الأشخاص المكونين للدراسة.²

انطلاقا من موضوع الدراسة واهدافها الذي يبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب الجزائري ثم تحديد مجتمع البحث في هذه الدراسة والمتمثل في طلبة جامعة عمار ثليجي الاغواط .

ب- عينة الدراسة

تعتبر العينة بأنها «مجموعة جزئية من المجتمع ويلاحظ أن مصطلح العينة لا يضع اي قيود وعلى طريقة الحصول على العينة فالعينة ببساطة هي مجموعة جزئية من مجتمع له خصائص مشتركة.¹

¹- مبروكة عمر محيرق: الدليل الشامل في البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، ط1، مصر 2008، ص 153.

²- أحمد عارف العساف، محمود الوادي :منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية (مفاهيم وأدوات)، دار الصفاء

ط1، عمان 2011، ص221

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة وتعرف على أنها «العينة التي تختار بطريقة الصدفة والتي تعطي لجميع وحدات المجتمع البحث فرصة متساوية للاختيار في العينة»².

ولقد تم الاعتماد على هذه العينة لأنها تخدم أهداف الدراسة وتساعدنا في تحديد حجم العينة نظرا لضيق الوقت واستحالة الوصول إلي جميع الأفراد وتم اللجوء إلى أسلوب العينة من خلال سحب عينة بشكل عشوائي من المجتمع الاصلي للدراسة يطلق عليها اسم العينة العشوائية البسيطة حول حجم العينة وقد تم توزيع 60 استبياناً وتم استرجاع 50 استمارة بحث والتي خضعت للتحليل والدراسة .

9- أدوات البحث

يعتمد الباحث على العديد من الأدوات لجمع البيانات والمعلومات حول مشكلة الدراسة والإجابة على أسئلتها لذلك على الباحث يجب أن يقرر الأداة المناسبة لدراسة بحسب طبيعة البحث والمجتمع وعينة الدراسة. وتم الاعتماد في هذه الدراسة على أداتين لجمع البيانات في إطار المنهج الوصفي هما: الاستبيان والملاحظة .
وتم الاعتماد على أداة جمع البيانات الاستبيان: يعرف على أنه أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.³

10- الدراسات السابقة:

الدراسة الاولى : للباحثة نجات أحمد إبراهيم يوسف

جاءت الدراسة بعنوان دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي بالسياحة الداخلية لدى المراهقين" رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2009،

¹ رجاء محمود ابوعلام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية دار نشر للجامعات ط5، مصر 2006، ص156
² احسان محمد الحسين :الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي الاجتماعي ،دار الطليعة والنشر ، ط3 ، بيروت 1994، ص52.

³ رجبى مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم أساليب البحث العلمي، الاسس النظرية والتطبيق العلمي دار صفاء لنشر والتوزيع ، ط2، عمان ، 2008، ص88.

استهدفت الدراسة التعرف على دور الحملات الإعلامية المهمة بنشر ورفع الوعي بالسياحة الداخلية لدى المراهقين ، من أجل خلق مجتمع حاضن للسياحة وتقادي الآثار السلبية على السلوك الاجتماعي ، والتأكيد على السلوكيات الايجابية .
اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي واستخدمت استمارتي تحليل المضمون والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة بشرية قوامها 400 مفردة من محافظة القاهرة والجيزة .

تمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:تشير النتائج إلى أن جدولة حملة الوعي بالسياحة الداخلية ، كانت مركزة في معظمها بنسبة (58.3%) وهذا التركيز يحقق التأثير المطلوب، كما تشير النتائج إلى أن هناك تشابه في الاتجاه بين رسائل حملة الوعي بالسياحة الداخلية بنسبة (100%) من إجمالي عينة الدراسة ، وجاءت أهداف رسائل حملة الوعي بالسياحة الداخلية التي سعت لتحقيقها شكلت نسبة (33.33%) للأهداف المعرفية ، ونسبة (25%) للأهداف الوجدانية ، ونسبة (41.67%) للأهداف السلوكية ، وكان أكثر القنوات التليفزيونية تفضيلاً بين المراهقين عينة الدراسة ، هي القنوات الفضائية بنسبة (100%) ، تليها قناة النيل للدراما بنسبة (67.75%) والقناة الأولى الرئيسية بنسبة (32.25%) من إجمالي عينة الدراسة.

الدراسة الثانية: للباحثة سارة بوترة

جاءت بعنوان: استخدام الطلبة لقناة sport bein والاشباعات المحققة من ذلك (دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال جامعة و رقلة -الجزائر) مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال، نوقشت بتاريخ:2019/06/26.

تهدف الدراسة الى الكشف عن استخدام الطلبة لقناة sports bein و الاشباعات المحققة من ذلك ,من خلال دراسة على عينة من مشاهدي قناة sports bein من طلبة قسم علوم

الإعلام و الاتصال و لقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الاستمارة الى ثلاثة محاور

المحور الاول :عادات و انماط استخدام الطلبة قناة sports bein

المحور الثاني :مستوى متابعة ,الطلبة للأحداث الرياضية عبر شبكة قنوات sports bein

المحور الثالث :دوافع الطلبة و الاشباعات المحققة من ذلك

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج على ضوء التساؤلات ونظرية الدراسة أهمها:

-بالنسبة للعادات و الانماط تبين ان اغلب الطلبة يشاهدوا اكثر من 3 سنين في الفترة الليلية و ذلك عبر الاشتراك على التلفزيون اما بالنسبة للدوافع فإن التي تكمن وراء استخدام الطلبة قناة sports bein تبين ان معظم افراد العينة يشاهدون القناة لمعرفة الاخبار الرياضية و مشاهدة المباريات بجودة عالية و مشاهدة الفريق المفضل لهم أما في ما يخص الحاجات و الاشباعات فإن القناة حققت رغبات مفردات العينة في الحصول على المعلومات والتسلية و المتعة و توسيع ثقافتهم في الاعلام الرياضي

الدراسة الثالثة: للباحثان رغدي منيرة ، وبرجاق نورة

جاءت اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج قناة الهدف الرياضية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي ، أم البواقي ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة واعلام الكتروني ،2016،2015

اعتمد على التساؤل التالي : ماهي اتجاهات طلبة جامعة العربي بن مهدي بأم البواقي نحو برامج قناة الهدف الرياضية ؟ :سعيًا منه لتحقيق الاهداف التالية :

1. معرفة مدى إقبال الطلبة الجامعيين على برامج قناة الهدف الرياضية .
2. الكشف عن الدوافع والأسباب التي تدفع بالطلبة للإقبال على برامج قناة الهدف
3. الكشف عن مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بمضامين قناة الهدف الرياضية

4. معرفة مدى مساهمة الحصاص التي تبثها قناة الهدف في تكوين اتجاهات الطلبة نحوها.

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية واعتمد على المنهج المسحي الذي يعتبر جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع البحث وقد اعتمد على مجتمع بحث ممثل جغرافيا في سكان ولاية أم البواقي وبالضبط طلبة جامعة أم البواقي وقدر عدد الطلبة بـ : 22299 واعتمد على العينة العشوائية المنتظمة لكبر حجم المجتمع الاصلي وقدرت بـ 1% بحيث نضرب $(22299 \times 1) \div 100 = 223$ بحيث استمارة استبيان .وتوصل الباحثان من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر بعضها:

- اغلب الطلبة الذين يتابعون قناة الهدف تتراوح أعمارهم ما بين 22-25 سنة .
- اغلب المبحوثين من الطلبة يشاهدون برامج قناة الهدف من المنزل بنسبة 84,30%.
- نتائج الدراسة عن الهدف الذي يتطلع إليه المبحوثين من خلال مشاهدة قناة الهدف كانت الأغلبية من أجل معرفة ماهو حصري في الشأن الرياضي في جميع الفئات العمرية.

الدراسة الرابعة: ياسر بابكر علي

جاءت الدراسة بعنوان " الإعلام الرياضي التلفزيوني ودوره في تشكيل اتجاهات الراي العام"، من خلال بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراء في علوم الاتصال، قسم الإذاعة، كلية الدراسات العليا لعلوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، 2012/2013

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية كيف تشكل البرامج الرياضية في تلفزيون السودان اتجاهات الراي العام؟

تعالج الدراسة الإعلام الرياضي التلفزيوني وتعدد ظاهرة القنوات المختصة، فقد غلب على هذا العصر لعبة كرة القدم، وأصبح لاعب الكرة هي النجم والقوة التي تفرسها وسائل الإعلام الجماهيرية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهجين التاريخي والوصفي وذلك عن

طريق عر تاريخي لبداية وتطور البرامج الرياضية في تلفزيون السودان واعتمد على المنهج الوصفي من أجل تصنيف وتفسير واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة تؤدي لإمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ لعبت البرامج الرياضية -في تلفزيون السودان- دورا في تشكيل الراي العام الإيجابي لمشاهديها يتبلور في ثقافة دعم وتشجيع المنتخبات الوطنية وزيادة مفاهيم الروح الرياضية بالخطط الفنية، وقوانين كرة القدم.

✓ تعد غالبية آراء مشاهدي البرامج الرياضية -في تلفزيون السودان- آراء عامة.

✓ تسمح البرامج الرياضية - في تلفزيون السودان- بإحداث تغيير اجتماعي لمشاهديها الذين يمكن ان يتجاهلوا الارتباطات الاجتماعية أو يقللوا ساعات العمل لمشاهدة حدث رياضي مهم.

الاطار النظري

للدراسة

الفصل الثاني

الحملة الإعلامية

عبر التلفزيون

تمهيد :

تعتبر الحملات الإعلامية وسيلة جد مهمة لإيصال فكر عدد ممكن مكن الجمهور بطرق مخططة، فقد أعطيت لها أهمية لأنها أحدثت تغيرات عدة في المجتمعات، عبر وسيلتها الا وهي التلفزيون، للتفسير أكثر ومعرفة أهدافها وخططها فلقد تطرقنا لهذا الفصل لدراسة موضوع الحملات الإعلامية من أوجه عديدة ابتداء ان من ماهيتها وأهدافها وأهميتها وأنواعها وشروط القيام بها وتخطيطها وأخيرا معرفة الحاجة لها وتقييمها، كما نتطرق الى التعريف بالتلفزيون ونشأته.

أولاً: مفهوم الحملات الإعلامية

هي مجموعة من البرامج الاتصالية التي تعتمد على التخطيط لوضع استراتيجيات إقناعيه بهدف تبني الأفكار أو السلوكيات أو الممارسات الاجتماعية وتعتمد هذه الحملات على برامج متخصصة في تغيير معارف ومعلومات واتجاهات الجمهور المستهدف، وإن نجاح هذه الحملات مرهون بمدى التزامها بجميع خطوات التخطيط ووضع الاستراتيجيات وتحديد الأهداف والإمكانيات البشرية والمادية ومعرفة سمات الجمهور وجدولة الحملة.¹

كما تعرف الحملة الإعلامية هي سلسلة من الإعلانات المتناسقة تستخدم موضوع أو مسألة محددة، وتخطيط الإنجاز هدف معين وقد تكون محلية أو وطنية وتستغرق مدة زمنية معينة.²

كما يعرفها معجم Dicom للاتصال أنها مجموعة الأعمال أو النشاطات المتوافقة أو المنسجمة والتي تتداول على فترة محددة حيث توفر المعلومات بشأن المتغيرات والعوامل المؤثرة في المجتمع والظروف البيئية السائدة مع دراسة خصائص الجمهور المستهدف.

كما تحدد الحملة الإعلامية أهدافها بدقة وهي النتائج النهائية المتوقعة التي يرغب في الوصول إليها ومن المهم أن تتسم هذه الأهداف بالمرونة أي قابلية التعديل والموضوعية أي قابلية التنفيذ لذلك فإن توفر المعلومات بشأن الجمهور المستهدف والظروف المحيطة به ضرورة مع دراسة خصائصه السيكولوجية ومدى اتفاهه مع ما تثيره الحملة من أفكار واتجاهات، ثم القنوات والوسائل والرسائل مع تحديد الإطار الزمني للحملة.³

¹ - زعموم خالد، التسويق الاجتماعي، ط1، مكتبة الجامعة، الإمارات 2006، ص 08.

² - بن بوزيان عبد الرحيم، الإعلانات الصحفية. دراسة في الاستخدامات والإشباع، دار الفجر، مصر 2014، ص 11.

³ - عميرات آمال، الاتصال الاجتماعي العمومي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2014، ص 66-67.

والحملات الإعلامية عبارة عن برنامج إعلامي، وجه إلى فئات معينة من الجمهور وتسعى إلى تحقيق أهداف اتصالية معينة خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدروسة وعادة ما غطي الحملة فترة زمنية يتم خلال التركيز على عدد من الوسائل أو في بعض الأحيان رسالة واحدة.¹

وتعد الحملات الإعلامية شكلا من أشكال الاتصال الاجتماعي يتأسس على استخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها وتدعمها بذلك باستخدام استراتيجية أو لأكثر من استراتيجية عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد، وهذه الجهود الاتصالية المخطط لها تهدف إلى إحداث تغييرات إدراكية واتجاهية أو سلوكية لدى جمهور محدد في مكان محدد خلال مدة محددة.²

ثانيا- أهداف الحملة الإعلامية

تنطلق الحملات الإعلامية العديد من النشاطات المشروعة وبالتالي فإن الأهداف تختلف بحسب النشاط الذي توجه إليه الحملة، ويمكن تحديد الأهداف التي تسعى الحملات الإعلامية الاجتماعية إلى تحقيقها بشكل عام على النحو التالي:

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة.
- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.³

¹ - محمد صالح سلمان، وسائل الاعلام والاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط7، الاردن، 2012، ص150

² - بوكرموش عيسى، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم

الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3 الجزائر، 2013/2014، ص 63

³ - تباني عيبر، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، رسالة لنيل شهادة الماجستير. جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2014، ص 115.

➤ ومن أهداف الحملات تغيير السلوك الذي يتناسب مع المحيط الاجتماعي عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به أو بيان المخاطر الناجمة عن ذلك السلوك، وتعداد الخصائص السيئة له وذلك بحمل الفرد على تغيير سلوكه إزاءه، وإنما في بعض الأحيان يكون الهدف هو تعديل السلوك لأنه ليس بالإمكان تغييره كلية، كالإشارات المقدمة للذهابين إلى البحر، إذ الهدف ليس هو منع الناس من الذهاب إلى البحر وإنما توشي الحذر¹.

إن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل هذه الحملات يجب أن تكون واضحة ومقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة توفر عنصري الشفافية والوضوح والتوازن قبل، أثناء وبعد محاولة تنفيذها² حيث ان لكل حملة إعلامية اهداف خاصة فحسب دراستنا في الحملات الإعلامية عبر قنواتBein Sport لتغطية كاس العالم قطر2022 تهدف الى استقطاب الجمهور العالمي لمتابعة كاس العالم وانجاح التظاهرة الرياضية.

ثالثا- أهمية الحملات الإعلامية:

أثبتت دراسات عدة، وخبرات متراكمة قدرة الحملات الإعلامية على إحداث التأثير المطلوب منها، وإمكانها تحقيق المهام المنوطة بها، ونجاحها في معظم الأهداف التي وضعت من أجلها، وجدواها في الإقناع والتغيير لكن ذلك كله منوط بالقيام بتخطيط سليم لمثل هذه الحملات، واتباع الأسس الصحيحة والخطوات العلمية والعملية التي تساعد على نجاحها وإلا فإن هذه الحملات ستواجه تحديات كبيرة وصعوبات بالغة.³

¹ - مصباح عامر، الإقناع الاجتماعي خلفيته وآلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2006، ص

² - بوخبرة نبيلة، أسس وتقنيات الإتصال العمومي، دار هومة، الجزائر، 2014، ص 93

³ - عابد زهير عبد اللطيف، الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية، د.ب، 2014، ص99.

كما أن الحملات الإعلامية باعتبارها جهداً منظماً إلى إقناع مجموعة مستهدفة بقول أفكار أو اتجاهات أو سلوكيات أو تعديلها أو الابتعاد عنها، تقوم بها جماعة من المجتمع أو جهة معينة، ويحدث عن طريق مراحل وتأثير تراكمي.¹

وتعتبر الحملات الإعلامية التي يقوم بها القائم بالاتصال ضرورة ملحة في عصرنا وتهدف هذه الحملات إلى الرفع من مستوى الوعي العام وتعزيز مشاركة الجماهير في العملية التنموية التي تديرها وتنفذها العديد من المؤسسات، للتعريف بالإنجازات وتقوية الثقة بينها وبين الجماهير، بالإضافة إلى الرفع من المستوى الثقافي مما يسهم في تحديث المجتمع، ويساعد في قبول الأفكار والأنماط السلوكية الحديثة ويعجل من عملية تنمية المجتمع ويزداد دور الحملات عندما تحدث فجوة حضارية في المجتمعات التي حدث بها تغيير غير مكافئ لأن عوامل التطور المادي من الممكن تأسيسها إذ توفرت التي تستطيع التعاقد مع أكبر الشركات العالمية لكي تقوم بتأسيس هذه المنجزات وإظهارها على أرض الواقع في غضون مدة محدودة جداً، ولكن التطور المعنوي أي رفع الوعي العام يحتاج إلى أعوام عديدة وجهود جبارة من تعليم وبرامج التوعية ووسائل الإعلام وغيرها مما يساعد في رفع الوعي العام للتعامل مع التقنيات الحضارية بالأسلوب الأمثل والصحيح، هذا ما دعا الكثير من الدول إلى الاعتماد على حملات إعلامية لتضييق الفجوة الحضارية التي تعاني منها.²

رابعاً - أنواع الحملات الإعلامية

هناك العديد من التصنيفات لأنواع الحملات حيث تنقسم الحملات الإعلامية حسب

الوسيلة وحسب الخدمات التي تقدمها:

1- من حيث خدماتها أو غاياتها :

¹ - بوكرموش عيسى، مرجع سابق، ص 63.

² - بوكرموش عيسى، مرجع سابق، ص 64.

- تتباين أحجام وأشكال الحملات الإعلامية وتتنوع باختلاف أهدافها وغاياتها، وبناء عليه يتم إعداد الحملة الإعلامية وفقا وتبعا لأهدافها.
- كما تبني أهداف الحملة الإعلامية بناء على الغاية من إعدادها، وتبعا لطبيعة نشاط الجهة التي تطلبها، ويمكن تفصيل أنواع الحملات الإعلامية حسب التالي:
- حملة تعريفية بالمنظمة وأهدافها ونشاطها وخدماتها.
- حملة لبناء الصورة الذهنية للمنظمة وهويتها الإعلامية.
- حملة لتسويق منتج أو خدمة.
- حملة للتعريف بنشاط مثل مؤتمر أو ملتقى.
- حملة توعية صحية أو اجتماعية...

2- من حيث وسائلها وأدواتها:

- الحملة التلفزيونية.
- الحملة الإذاعية.
- الحملة الإلكترونية.
- حملة العلاقات العامة.

3- حسب الهدف المرجو منها:

- 3-1- حملات التغيير المعرفي:** تهدف هذه الحملات إلى تزويد الجمهور المستهدف بمعلومة ما أو زيادة وعيهم بقضية ما أو تصحيح مفاهيم ومعلومات خاطئة وذلك بتوصيل بعض المعلومات المهمة التي قد تقتصر على مجرد معلومة، وتعتبر هذه الحملات من أسهل أنواع الحملات لأنها لا تهدف إلى التغيير في سلوك الأفراد وتغيير قناعات ولكنها مجرد زيادة في المعرفة.¹

¹ - عصماني سفيان، توظيف حملات التسويق الاجتماعي في التوعية لتعزيز مفهوم السلامة المرورية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد16، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة سطيف 01، الجزائر 2016، ص 152.

3-2- حملات التغيير السلوكي:

ويعرف هذا النوع بالحملات السلوكية، حيث [د]ف إلى حث الأفراد على تغيير بعض أنواع السلوك، تعتبر من أصعب أنواع الحملات حيث يصعب تغيير بعض أنماط السلوك والعادات التي دأب الأفراد على القيام بها لفترة طويلة، حيث يجب على الأفراد أن يتخلصوا من عادات قديمة ويتعلموا عادات جديدة مختلفة ويستمروا في ممارستها، وعادة لا تكفي رسائل ووسائل الإعلام الجماهيري وحدها لإحداث التغيير المطلوب وإنما يجب أن تصحبها أنواع أخرى من المقابلات والاتصال الشخصي ومن أمثلتها الحملات التي تحث الأفراد على الإقلاع عن التدخين أو تغيير عادات الأكل والشرب.¹

3-3- حملات التغيير في الفعل "العمل":

يهدف هذا النوع من الحملات إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل معين خلال وقت محدد، وهنا يبدو الأمر أصعب من النوع السابق لانه يستلزم قيام الجمهور بفعل شيء ما حيث أن الجمهور سيبدل جهدا أو وقتا أو مالا مما لا يشجع البعض على القيام بالفعل المستهدف، ولذا يجب أن ينتبه القائمون على مثل هذه الحملات بضرورة توفير الوسائل المعينة والمشجعة للقيام بالعمل المرغوب.²

3-4- حملات التغيير في المعتقدات:

تعتبر المعتقدات أقوى ما يؤمن به الإنسان، لما تمثله من إطار مرجعي وروحي ويمكن أن يكون أساسها دينيا، أو إيديولوجيا، أو اجتماعيا كالتقاليد والعادات الراسخة في الذاكرة الجماعية، وتعتبر الأسرة المصدر الأول في عملية ترسيخ المعتقدات، وتعدّ عملية تغيير المعتقدات الخاطئة من أصعب عمليات التغيير الاجتماعي، لأنها نتاج عشرات بل

¹ - تباي عبير، مرجع سابق، ص 96.

² - عبد الحي محمد، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، أمابارك مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية الأمريكية للعلوم والتكنولوجيا، العدد الثالث، 2012، ص153.

مئات السنين من التلقين والترسيخ، ففتحكم هذه المعتقدات في العديد من سلوكيات الأفراد ولعل ما يضيف على رسوخها في الأذهان هو اعتمادها على سند ديني أو عرفي، مما يتطلب معالجة هذه القضايا أولاً على مستوى القادة الروحانيين أو الاجتماعيين باعتبارهم ممثلين للجمهور الذي ينتمون إليه، ومن ثم اعتبارهم قادة للرأي يعملون على تحويل الأثر السلبي في تلك المعتقدات إلى قيم إيجابية.¹

كما حدد الباحثون في تقسيم آخر أربعة أنواع رئيسية لحملات التوعية وهي:

الحملات الإخبارية، الحملات التعليمية، حملات الصورة الذهنية، الحملات الإقناعية.
 (أ) الحملات الإخبارية: وتعمل على إيصال المعلومات إلى الجمهور وتقديم الحقائق والبيانات عن موضوع الحملة.

(ب) حملات الصورة الذهنية: المعنية أساساً بنشر وترسيخ صورة ذهنية عن الجهاز أو المؤسسة أو المشكلة وترسيخها في أذهان المتلقين.

(ج) الحملات التعليمية: والتي يكثر استخدامها أثناء الكوارث والأزمات وتعني بتعليم الناس كيف يتصرفون ويسلكون.

(د) الحملات الإقناعية: يمتاز هذا النوع بصعوبته وحاجته للتخطيط والتصميم والتنفيذ الدقيق حيث تعني أساساً بزرع اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة.²

خامساً: خصائص الحملات الإعلامية:

تتميز الحملات الإعلامية بجملة من الخصائص كنشاط اتصالي على أساس أنها تختلف عن غيرها من الأنشطة الاتصالية الأخرى وهذا التميز هو الذي جعلها تكتسب الكثير من المصداقية لدى جماهيرها لارتباطها الوثيق بالقضايا الاجتماعية وعلاجها للعديد من الظواهر.

¹ - بوكرموش عيسى ، مرجع سابق، ص 65

² - تبناني عبير، مرجع سابق، ص 96.

1. التعليم:

يهدف إلى تقديم المعلومات والعناصر كافة المرتبطة بالمشكلة أو القضية موضوع الحملة.

2. التكرار:

تعمل الحملة الإعلامية على تحقيق أهداف ثلاثة من خلال عملية التكرار للرسائل حيث ان اهداف التكرار الثلاثة هي:

1-2. الهدف الأول: أن يعمل القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على تثبيت الرسائل في ذهن الجمهور المستهدف فيخزن المعلومات التي تلقاها في ذاكرته، فإذا جاء الوقت أو الظرف المناسب لاستخدامها فإنه يتم استرجاعها تلقائياً.

2-2. الهدف الثاني: من التكرار فهو الإلحاح لدفع الجمهور إلى تقبل الرسائل التي يتم بثها أو نشرها.

2-3. الهدف الثالث: هو إتاحة الفرصة لعدد من الجماهير الأخرى أن يتعرفوا على مضمون الرسائل.

3. التدبير:

ويركز على الإجراءات الإرشادية والتوجيهية كافة، التي تساعد الناس على التعامل مع القضية أو المشكلة موضوع الحملة بالشكل المطلوب.¹

4. الاستمرارية:

يعني الاستمرار هو عدم التوقف المؤقت أو النهائي عن بث الرسائل ضمن المدة الزمنية المحددة للحملة لمجرد نشر الرسائل أو بثها في أحد الوسائل حتى لا تنقطع الصلة بين القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية والجمهور المستهدف لأن الاستمرار

¹ - بن صغير زكرياء، الخدمة الاجتماعية، دار العلوم العربية، ط01، بيروت، لبنان، 2013، ص 01

في تنفيذ ومتابعة الأنشطة والبرامج دون انقطاع من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق الهدف المنشود.

5. التعزيز أو التدعيم:

قوم على إصدار القوانين والتعليمات التي تلزم الجمهور بالتعامل الإيجابي مع القضية المطروحة.

6. كثافة التغطية:

وهي عبارة عن الجهود المكثفة التي يتم خلالها إغراق الجمهور المستهدف بوابل من الرسائل أي بآراء وأفكار ومعتقدات القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ويمكن تمييز نوعين من الحملات في هذا المجال:

6-1. حملة إعلامية مكثفة: وتركز على التكرار بهدف ترسيخ الرسائل وإحداث الأثر الإعلامي المطلوب وهو النوع الذي عليه في الغالب.

6-2. حملات إعلامية موسعة: وتركز على مساحة التغطية بهدف إيصال الرسالة إلى أكبر شريحة من الجمهور دون مراعاة التأثير وعادة في حملات التوعية العامة مثل التلقيح ضد أمراض الأنفلونزا الموسمية أو الحفاظ على صورة ما لشخص طبيعي أو معنوي.

7. منهج العملية:

شمل عمليات التخطيط للرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة في ضوء خصائص الجمهور المستهدف، إضافة إلى وضع خطط لإدارة الحملة وتقويم نتائجها.

8. ذات مدة زمنية محددة:

وهي أن تكون الفترة الزمنية محددة البداية والنهاية على ألا تكون طويلة المدى وهذا ما يجعل الحملة الإعلامية تكثف جهودها للوصول إلى الهدف المنشود في أسرع وقت ممكن وبأقل التكاليف لتجنب الملل الذي قد يحدث للجمهور جراء الرسائل المستمرة

والمتكررة مما قد يحبط جهود القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ويحول دون تحقيق الهدف.

كما يجب ألا تزيد على الحد المعقول نظرا لانشغال الجمهور عن أعمالهم وفي الوقت نفسه ألا تقل عن المدة المعقولة حتى يتمكن القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية من القيام بنشاطات الحملة.¹

سادسا - مدخل عام للتعرف على التلفزيون

1-نشأة وتطور التلفاز :

ظهر التلفزيون بداية نتيجة الجهود الكبيرة لمجموعة من العلماء والباحثين الأمريكيين، الإنجليزيين، الفرنسيين والألمان، حدث هذا أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، كانت البداية في عام 1883 من قبل العالم الراد " نيكو" الذي توصل في تجاربه إلى مرئيات وبذلك نقل الصورة، وفي عام 1925 كانت البداية الحقيقية إذ أن العالم "جون بايرد" اخترع الاختراع الهام لنقل الصورة لجسم من مكان إلى مكان آخر عبر الشاشة، وبه تحقق أكبر إنجاز علمي لخدمة البشرية في أنحاء العالم، وعند استكمالنا لمراحل تاريخ البث التلفزيوني وتطوره يمكننا تقسيم هذا التاريخ إلى أربع مراحل زمنية نذكرها في ما يلي :

1-1-مرحلة البداية: في نهاية العشرينات وبداية الثلاثينات ظهرت التجارب حول

الصور المرئية، وبعد ذلك بدأ بث الصور المرئية مع شريط صوتي، وقد إعتبر التلفزيون شكل من أشكال الإذاعة " ففي بريطانيا كانت بداية البث التلفزيوني في نوفمبر 1922 على يد شركة الإذاعة البريطانية التي أصبحت تعرف في عام 1927 بهيئة الإذاعة البريطانية، وفي نوفمبر 1936 بدأت هيئة الإذاعة البريطانية B. B. C. البث التلفزيوني بصور منتظمة وفي ماي عام 1937 بدأ أو بث

¹ - بن صغير زكرياء، مرجع سابق، ص02

تلفزيوني خارجي، وتوقف التلفزيون عن الإرس مع إندلاع الحرب العالمية الثانية، ثم عاد إرساله مرة أخرى عام 1946، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد بدأت أول بث تلفزيوني في بداية الثلاثينات والبث التلفزيوني بصورة منتظمة، فقد بدأ عام 1939 ببرامج الشبكة N. B. C وبرامج شركة¹ C.B.C

1-2- مرحلة الانتشار السريع :

بدأت هذه المرحلة من عام 1945 إلى نهاية عقد الخمسينات، وفي هذه المرحلة تشكلت أسس وقواعد البناء التنظيمي في الدول الغربية المتقدمة، الذي كانت ركائزه تنظيمات تلفزيونية حكومية وتجارية وتعليمية، وحتى قبل 1948 لم يكن هناك سوى أربع دول فقط لديها الإرس التلفزيونية وهي :

بريطانيا، الاتحاد السوفياتي، الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، لكن في بداية الخمسينات بدأ الانتشار السريع لتلفزيون في الكثير من بلدان العالم بحيث هناك زيادة أيضا كبيرة في إنتاج أجهزة التلفزيون، وفي عام 1950 وصل التلفزيون إلى ألمانيا الغربية وكذلك وصل أول إرس تلفزيوني إلى بريطانيا من مدينة (كاليه) بفرنسا عبر القناة الإنجليزية، وفي عام 1952 أصبحت اليابان ثاني قوة تلفزيونية في العالم، وفي بداية عام 1953 بدأت شركة V. H. K الحكومية بث إرسالها إلى كافة أنحاء اليابان .

"أما في البلاد العربية، فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان بعد إستقلالها، ومنها الجزائر التي عرفت عام 1956، وفي السنة الموالية دخل التلفزيون العراق، ثم لبنان عام 1959، ومصر وسوريا عام 1960، والكويت عام 1961، والمغرب والسودان عام 1962²

1-3- مرحلة العصر الذهبي لتلفزيون: تمتد هذه المرحلة عقدي الستينات والسبعينات،

وهذه المرحلة مثلت مرحلة الانطلاقة للتلفزيون لكي يتصدر لكي يتصدر مكانة على رأس

¹ - الفرا عبد الله عمر، تكنولوجيا التعليم والاتصال، دار الثقافة، عمان، 1999، ص260.

² - دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص46.

وسائل الاتصال والإعلام الأخرى ويمكن القول بأن هذه المرحلة الإنطلاقية الكبرى لتلفزيون " 1

1-4- رقمنة التلفزيون :

آخر مرحلة توصل إليها التطور التلفزيوني هي المرحلة العصرية وعبرها تم نقل التلفزيون القياسي والى التلفزيون إلى التلفزيون الرقمي، وهذا نتيجة التطور التقني في

مج الإعلام الآلي ولإلكترونيك

2- خصائص التلفاز:

ان ماك لوهان هو صاحب فكرة أن "الرسالة هي الوسيلة " باعتباره وسيلة إعلامية باردة بعد تعريفه للبارد والساخن بين وسائل الإعلام، لأنه يشغل كل حواس الإنسان ولا يترك له الفراغ، وبالتالي فهو يشجع المشاركة والتفاعل بالاستحواذ على الحواس، " فمن وجهة المتلقي فإن وسيلة التلفزيون توحى للفرد أنه ذو شأن ويملك سلطة على العالم الخارجي، فهو مركز العالم أمام الشاشة المرئية، إذ أن كل المرئيات تأتي إليه ويقدر على تغييرها والتحكم فيها عن بعد، وينتقل من قناة إلى أخرى كيفما يشاء، وفي هذه العملية يحصل وهميا على تجربة مراقبة الحقيقية المقدسة، وتصبح الحقائق المرئية ملكية للفرد، ويحدث التحويل ذو الطبيعة المرضية، كأن تتحول قوة التلفزيون إلى قوة الفرد² " هنا يمكننا القول أن التلفاز يقدم للفرد الأفكار الوهمية كالسيطرة والتحكم في زمام الأمور الخارجية المعروضة أمامه لينتقل بين القنوات الفضائية والأخبار كما يريد، " وبالإضافة إلى هذه الخصائص المرتبطة بالتلفزيون وبالممارسة الاتصالية التلفزيونية للفرد المتلقي اتجاه العروض المرئية، فإن التلفزيون أيضا يتميز كوسيلة إعلام بصفات وخصائص

¹ - الفرا عبد الله عمر، تكنولوجيا التعليم والاتصال، المرجع السابق، ص 262 .

² - عزي عبد الرحمان، الإعلام والبعد الثقافي من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 13، 1996، ص 106.

إعلامية تتشابه معه فيها بعض وسائل الإعلام الأخرى، ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي :

- **الاستحواذ:** من أهم صفات التلفزيون استحواده على مشاهديه، فهو يسيطر على سمع الرائي وبصره، لأنه يركز إنتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة ومحصورة في إطار صغير محدود، ولا يكلف الرائي جهدا، بل يخدمه كما يحب إلى حد كبير، ينتقل معه في حجرة الجلوس أو قريبا من مائدة الطعام وفي أي مكان يراه مناسبا له ولا يكلفه مشقة الخروج من البيت للتسلية أو حجز تذاكر السينما.

التمييز الفني بالصورة والحركة والصوت:

إن أبرز ما يميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى إلى جانب حاسة السمع، أي أن إستعاب المعلومات يزداد بنسبة 35 % عند استخدام الصوت والصورة في وقت واحد، فالصورة في التلفاز في عامل جذب وإثارة نفسية لتقى الرسالة الإعلامية مهما كان نوع الرسالة ومضمونها .

فقد أضاف التلفاز إمكانية جديدة وهي الحركة لأنه يتم تقديم الحركة بشكل يشد المشاهد ويصرف عنه الملل وهذا ما يحقق الهدف الأساسي، ألا هو إيصال المعلومات والتأثير بها في جمهور المشاهدين، إضافة إلى استخدام الألوان فذلك زاد من قوته الإقناعية وفعاليتها في التأثير على المشاهدين بشكل كبير جدا .

القدرة على الوصول إلى الجمهور :

من أبرز أهداف وسائل الاتصال هي الوسائل تختلف من حيث القدرة على تحقيق الهدف حسب سعة انتشارها أو قدرتها على جذب الجمهور إليها، وتفاعله معهل وتأثره بمضامين الرسالة، يتميز التلفزيون عن غيره بقدرته الهائلة على الالتقاء بال جماهير، فالتلفزيون هو المثال، لوسائل الاتصال الجماهيري الذي يشاهده مجموعة كبيرة من الناس .

- التكرار :

إن أغلب المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا يستوعبها بكاملها، ويفقد نسبة كبيرة منها بمرور الوقت مما يجعل عملية إعادة عرض المعلومات وتكرارها أمر مهم لتثبيتها، ومن مميزات التلفاز أنه يعرض المعلومات ويقدمها باشك متعددة ومتنوعة لإقناع الجمهور بهذه خاصية غير مباشرة لتأثير مما يجعل الأثر أبلغ وأشد .

نسبة الواقع إلى الخيال:

تمزج برامج التلفزيون الخيالي والواقعي معا، ويغلب عليها الجانب الخيالي خاصة مع تطور تقنية المؤثرات الخاصة .

3- مزايا التلفاز :

-التنفيس والإسقاط اي أن التلفاز " يثير الخيال، فيعيش الإنسان من خيالاته المستمدة مما يشاهده على الشاشة، فتجعله يسقط آماله وآلامه ومخاوفه وعقده النفسية على ما يشاهده من مشاهد وشخصيات وأحداث، ويشجع فيه أحلام اليقظة، وفيها يهرب الإنسان عن الواقع ليحقق رغباته المكبوتة التي يعجز عن تحقيقها في عالم الواقع والحقيقة، وفي ذلك نوع من التنفيس والإسقاط لتخفيف ما يعاني منه من مشاكل وأزمات نفسية.¹

-يساهم في تضج الشخصية وتنوع ميول الفرد ورغبته، أي أن من خلاب مشاهدته لبرامج تتضمن معلومات وخبرات وتجارب في كافة المجالات، لأنه يضيف إلى شخصيته مكتسبات فنية، ثقافة علمية، نمو قدرات وخبرات عديدة .

- الامتداد اللانهائي لأن ما تم إنتاجه من برامج تعليمية أو تربوية أصبح بالإمكان بثها إلى أعداد كثيرة من الجماعات والأفراد .

- وسيلة جامعة يمكن عن طريقه جمع المواد السمعية والبصرية من صورة ثابتة وشرائح ومجسمات واللوحات الإيضاحية.

¹ - إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال، الدار العالمية لنشر والتوزيع، الكويت، ط 1، 2003، ص 181.

- يتميز التلفاز بميزة الترفيه والتسلية لأنه يعرض مجموعة من البرامج والحصص تساعد على ملئ أوقات فراغه وتغيير روتين اليومي بأسلوب التشويق وجذب الجمهور .

4 - عيوب التلفزيون :

- نشر بعض المفاهيم والمصطلحات التي تتعارض مع العقيدة والأخلاق والقيم والعادات يقوم التلفزيون من خل برامجه بحمل الفرد علة القبول بكل شيء حتى يتمكن من النجاح والشهرة وتجبره على نسيان ذاته والتطبع بالطبائع التي يفرضها البرامج حتى وإن كانت رذيلة .

- يضعف ملكة المحادثة واللغة لدى المشاهد لاعتماده على السمع والبصر، ويؤثر على حاسة البصر .

- يمجذ التلفاز المشاهير من نجوم ورقص ويرسخ في ذهن الطفل والفنانات والممثلات ونجوم الكرة أكثر من العلماء والمهندسين والأطباء .¹

- تقليد العادات السيئة وإثارة الغرائز الجنسية وهذا ما أدى إلى تسميم وتخدير عقول الأفراد إضافة إلى زيادة الرغبة عند الفرد في ارتكاب الجرائم الجنسية مثل الاعتداء على الطفولة وغيرها .

- الخوف من أفلام الرعب وتأثيره على الفرد في ارتكاب الجرائم .

- تقليد الفتيات لمكياج ولبس الممثلات .²

خلاصة الفصل:

تعد الحملات الإعلامية من أبرز المضامين الإعلامية التي تستهدف الجمهور وتحاول التأثير فيه، حيث أصبحت من أهم العمليات التي يجب أن تطبق في المجتمع

¹ - طه أحمد الزبيدي وآخرون، التربية الإعلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص 281 .

² محمد صاحب السلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 1، 2012، ص 33.34

وذلك لمحاولة زرع الأفكار لترسيخها لدى الأفراد وهذه الحملات التي تبث عبر وسائل الإعلام والتلفزيون على وجه الخصوص تحاول أن تفتح المجال أمام أفكار جديدة سعياً لتحقيق أهدافها ومساعدة الجمهور يستطيع التصدي للصعوبات والتحديات المفروضة عليه وكل هذا وفق خطط اتصالية محددة متبعة عدة أساليب ووسائل للوصول لأهداف يمكن تحقيقها.

الفصل الثالث

تغطية قناة بين سيور

لكأس العالم قطر

2022

تمهيد :

يعتبر الاعلام وسيلة مهمة ليتمكن الاستغناء عنه بشئري انواعه فهو الذي قرب بين الشعوب ومجز بين الثقافات والعادات والتقليد ، فاصبح ذو اهمية واسع في تبادل المعلومات ونقلها وتخصص في عدة مجالات منها السياسية والاقتصادية والثقافية وترفيهية والرياضية وغيرها ومن اهم انواعه الاعلام الرياضي التي يغطي الاحداث الرياضية وكل ما يتعلق بها .

إن للإعلام الرياضي انعكاس دقيق على الحياة الرياضية، فالنظرة الأكثر شمولية وعمقا للحياة الرياضية، المستندة إلى معطيات العلم الرياضي في مجالاته المختلفة، وضعت الصحافة الرياضية أمام مسؤوليات جديدة. ومن خلال دراسة الإبداع في الممارسة الرياضية، وعبر الاستفادة من معطيات العلوم المختلفة، وفي هذا الفصل نقوم بعرض لمفهومه الإعلام الرياضي وأهدافه ، أنواعه واهميته ووظائفه وخصائصه ، كما نتطرق للقنوات الفضائية وكذلك قنوات Bein sport وتغطيتها لكأس العالم قطر 2022، التي يسعى من خلالها الى تغطية كافة الاحداث الرياضية والمساهمة في تطويرها .

اولا- الاعلام الرياضي:

1-تعريف الاعلام الرياضي :

يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام فهو إعلام يهتم بمجال واحد هو الاعلام الرياضي حيث يهتم بقضايا أخبار الرياضة الرياضيين يعتبرون الموضوع الأساسي له ، فالإعلام الرياضي يهدف أولاً وقبل كل شيء إلى إيصال كل المعلومات الأخبار إلى الرياضيين العاملين في الاعلام الرياضي بشكل عام . وفي هذا الاعلام يمكن لنا عرض بعض التعاريف الخاصة بالإعلام الرياضي ومن أبرزها التعريف الذي قدمه الدكتور أديب خضور الذي يعرفه على أنه عملية نشر الأخبار والمعلومات الحقائق الرياضية شرح القواعد القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع تنمية وعيه الرياضي ، الصحافة من أبرز الوسائل الإعلامية فهي تمثل عنصر جذب استقطاب للنشء المساهمة في تثقيفهم اكسابهم المهارات المعلومات العلمية والفنية الرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو المتكامل¹

ولتعريف الاعلام الرياضي يجب التعرف على الاعلام بصفة عامة وهو يمثل عملية نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها، وأحيانا يطلق عليه الاستعمالات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها.

والاعلام بحسب ما عرفه زيدان عبد الباقي هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة.

¹ - فيجل قويدر ، دور الاعلام الرياضي التلفزيوني في التقليل من العنف في الميادين الرياضية من خلال برامج التلفزيون

الجزائري ، دراسة ميدانية وسط الطلبة الجامعيين ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية .تحصص اعلام رياضي تربوي. معهد التربية البدنية والرياضية ،سيدي عبد الله ، الجزائر ، جامعة الجزائر 3 ، سنة 2012_2013 ص 22 .

وعليه فإن الاعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق على مستوى النشاط الرياضي ويهدف إلى شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي¹.

كما نستطيع تعريف الاعلام الرياضي التلفزيوني على أنه يختص: بعملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية ونشر القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بني أفراد المجتمع وتنمية عيه الرياضي².

2- أهداف الاعلام الرياضي :

يسعى الاعلام الرياضي من خلال وظائفه وبرامجه الى تحقيق العديد من الاهداف يذكرها خير الدين عويسي ، عطاحسين عبد الرحيم في كتابها الاعلام الرياضي :

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والانشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي تطرا عليها .

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث ان لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد انماط السلوك الرياضي التي تتفق مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع .

- نشر الاخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون امام الرأي العام في المجال الرياضي وعطاءه الفرصة لاتخاذ مايراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هي أوضح أهداف الاعلام الرياضي التي ترمي الى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال امدادهم بالمعلومات الرياضية التي تجسد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي

¹ - غيث سالم علي العمري : استخدام طلبة الجامعات الاردنية لشبكة قنوات BeIN Sports الاشباعات المتحققة منها ، طلبة الجامعتين الاردنية واليرموك نموذجا ، رسالة استكمال لمتطلبات الماجستير في الاعلام ، كلية الاعلام / جامعة

الشرق الاوسط ، 2016 ، ص 34

² - عطاء الله طريف ، الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون ودوره في تحقيق رضا المتلقي . ، مجلة تفوق في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، العدد 03 ، ماي 2017 ، جامعة الاغواط ، ص 129

- الترويج على الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تحفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.¹

انواع الإعلام الرياضي :

يعتمد الاعلام الرياضي على العديد من الوسائل من اجل تحقيق اهدافه التي يسعى اليها لقد تعددت انواع الإعلام الرياضي اشكاله، وانواعه هي :

• **الإعلام الرياضي المقروء** : وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات .

• **الإعلام الرياضي المسموع** : وهو الذي يعتمد على سمع الانسان مثل الراديو وشرطة التسجيل ووكالات الانباء .

• **الإعلام الرياضي المرئي** : وهو الذي يعتمد على بصر الانسان مثل السينما والفيديو وشبكة المعلومات (الانترنت) واهيانا يطلق عليه الإعلام الرياضي المرئي والمسموع لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد .

• **الإعلام الرياضي الثابت** : وهو الذي يتوجه اليه الناس للاطلاع عليه مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.²

كما انه هناك الاعلامي الرياضي الخاصة وهو الذي يختص في رياضة خاصة دون سواها

3- أهمية الاعلام الرياضي

يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي توصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا أو صغارا

1- خير الدين عويسي ، عطاحسين عبد الرحيم : الاعلام الرياضي ، ط1 ، ج1 ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، 1991 ، ص24

2- عمرون مفتاح ، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة استديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية ، دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية ،معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر ،سنة 2007-2008 من ص53 إلى ص 54

بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة ، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيون وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة ، واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والتي تعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة احاطة الأفراد بالمجتمع علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع وبالتالي صعوبة الإيصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار¹.

ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وعدم قدرة الفرد على ملاحقة ومتابعة هذا التدفق للمعلومات والذي يعد من الأمور الصعبة، فأقل ما يوصف به هذا العصر انه عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة الإنترنت ، وهنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه².

¹ - مرشيش خالد: دور الصحافة الرياضية الجزائرية المتخصصة في الحد من التعصب الرياضي وسط الطلبة الجامعيين ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية ، تخصص الاعلام والاتصال الرياضي ، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله زلالدة . جامعة الجزائر . الجزائر . ص . ص 20 . 21

² - فيجيل قويدر ، المرجع السابق ص ص 22، 23

والإنسان في نظر رجال الإعلام عبارة عن نفس إعلامية تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر ، ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدونها الموجه ، فإذا وجهة نحو الخير كانت وسيلة لا تضاهي في البناء وإذا وجهت العكس صارت شرا مستتيرا ، فالإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي .

4-وظائف الاعلام الرياضي

تكمّن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في احاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالإعلام الرياضي ،ومن أهم وظائف الإعلام الرياضي نجد

1. الوظيفة الإخبارية: ¹

هي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام بشكل دائم وثابت ومستمر، كما تقدم المعلومات والمعارف والقوانين الخاصة بالرياضة للجمهور عبر وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية ،فهي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل ،كما أنها تواكب الحياة الرياضية وترصد النشاطات الرياضية وتغطي الفعاليات الرياضية ،وتنشر كل ما هو جديد وآني على الساحة الرياضية .

2. الوظيفة التثقيفية:

يعني ثقافة رياضية ،فالإعلام الرياضي يسعى إلى تعميم رؤية وتفهم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية والظواهر الرياضية والقضايا الصحية والنفسية والاجتماعية والثقافية، ذات

¹ - رياض غزلان محمد ،محمد نيبوش :استخدام الشباب الجامعي الجزائري لقناة الهدف الرياضية والاشباعات المحققة منها ،دراسة ميدانية على جامعة الاغواط ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ،كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة ،جامعة عمار ثلجي الاغواط ،الجزائر ،سنة،2017-

الصلة الوثيقة بالرياضة، فالموضوعات التي يقدمها الإعلام الرياضي بمختلف وسائله يسعى إلى تحقيق مهمة التثقيف في المجال الرياضي.

3. الوظيفة الترويحية والترفيهية :

يقوم الإعلام الرياضي بالترويح والترفيه عن الجمهور ،وذلك بالتخفيف عن الجمهور من آثار التوتر والمعاناة اليومية ،ومساعدتهم على قضاء اوقات فراغهم بأسلوب مناسب يحقق لهم المتعة، وهذا من خلال نشر الثقافة الرياضية ،وبث القصص الرياضية والمسابقات الخاصة بالمجال الرياضي ،وكذا نشر الصور الرياضية الطريفة كالمجازفات الرياضية، الرياضات الاستعراضية.¹

4. الوظيفة التجارية والخدماتية :

فيما يخص الخدمة ،تم هذه الوظيفة على أساس تقديم المعلومات والأخبار، كذلك تعريف الجمهور بمواعيد المباريات الرياضية التي تفيد الجمهور مباشرة ،وأماكن إقامتها ومواعيد بثها أو إذاعتها وتقديم بعض الاستفسارات في المجال الرياضي، فهي بهذا تحقق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي بمختلف انتماءاتهم ورغباتهم من أجل المشاركة بالنهوض بالرياضة على جميع المستويات، بينما الوظيفة التجارية تتم عن طريق إبلاغ الرسائل الإعلانية لمختلف السلع أو الخدمات أو الأفكار إذ يعتبر الإعلان بمثابة نشر المعلومات عن السلع التجارية وغيرها.²

5- خصائص الاعلام الرياضي:

يمتاز الإعلام الرياضي بالعديد من الخصائص عن الاعلام العام نذكر منها :
يتضمن جانب كبير من الاختيار ،حيث انه يجتاز الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول اليه ، فهذا مثلا برنامج اذاعي رياضي موجه الى جمهور كرة القدم ، وهذه مجلة خاصة بكرة السلة ، وهذا حديث تلفزيوني موجه الى جمهور كرة اليد

¹المرجع نفسه 56

²- المرجع نفسه 57

يمتاز بانه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ويخاطب قطاعات كبيرة من الجماهير¹

كما انه في سعيه لاجتذاب اكبر عدد من الجمهور , يتوجه الى نقطة متوسطة افتراضية يجتمع حولها اكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه الى قطاعات محددة من الناس الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع ,² وحتى يمكن فهمه لهذا المجتمع لابد اولاً من وسائل اعلامية رياضية تتلاءم مع القيم والعادات السائدة في المجتمع ولإعلام الرياضي بمثابة المرأة.

¹ - خير الدين عويس , عطاءه عبد الرحيم , مرجع سابق ص25

² - راجحي صابر , تأثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية 15_ 17 , مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية , تخصص تربية حركية عند الطفل المراهق , قسم التربية البدنية والرياضية , كلية العلوم الانسانية والاجتماعية , جامعة محمد خيضر بسكرة سنة 2011_2012 , ص24 .

ثانيا- القنوات الفضائية الخاصة المفهوم والنشأة

1- مفهوم القنوات الفضائية:

تعرف القنوات الفضائية بأنها "القنوات التي تبث فقط عبر الأقمار الصناعية ولا تلتقط بالهوائيات السلمية التي تستخدم في التقاط البث التلفزيوني العادي، ومن برج الإرسال مباشرة، وبدون استخدام دش الرسيفر".¹

وتعرفها **هناك السيد** بأنها "المحطات التلفزيونية التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال، حيث يمكن استقباله من دولة أخرى عبر أجهزة خاصة لالتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي".²

2- نشأة القنوات الفضائية³

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي مجال تطور وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية، فلا يكاد يمر يوم إلا وتشاهد فيه ميلاد قناة فضائية جديدة، أو إعلان عن الشروع في البث عبر الأقمار الصناعية.

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية في مطلع السبعينيات، عندما صنع الاتحاد السوفياتي سابقا مركبة فضائية تزن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبيريا، وبعدها وضع الاتحاد السوفياتي سابقا برنامجا للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعى "كران"، أطلق الأول منها 1976.

¹- خيرة بن مفتاح: الفضائيات والصراع القيمي لدى الطفل- دراسة ميدانية على عينة من الاسر الريفية بمنطقة تيارات، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، 2018-2017، ص43.

²- المرجع نفسه ص44

³ - نسيمه طبشوش: القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر-باتنة- كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية 2008-2007، ص 24-25

وقد شاهدت 1976 أيضا الانطلاقة الاولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر بالقارة الأوروبية، وتبعتها مبادرات انفرادية أو ثنائية على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا في أكتوبر 1989، والتي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي الفرنسي TDF1 ، و TVSH الألماني في 1989.¹

وفي جوان 1989 أطلقت وكالات الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي، خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ آريان، ويسمى هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية Olympus ، وقررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام ذات القدرة العالية بموجب عقد مدته 5 سنوات .

وانطلاقا من سنة 1987 دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الأوروبية، ميدان البث التلفزيوني المباشر، وأصبحت ساعتها مساحة البث تمتد من اسبانيا والبرتغال ، الى دول أوروبا الشرقية ومن بريطانيا والدول الاسكندنافية الى دول شمال أوروبا، ومازالت العمليات التكنولوجية جارية التسهيل لوصول البث التلفزيوني المباشر الى دول العالم بوسائل سهلة، الأمر الذي أدى بشاكر البكري الى التوقع بأن العالم بأن العالم سيشهد أكبر صراع وتنافس بين الشبكات والقنوات التلفزيونية².

3- أهداف القنوات الفضائية:

تسعى القنوات الفضائية الى تحقيق اهدافها من اجل التطور ومواصلة العمل لاستقطاب عدد اكبر من الجماهير ونيل رضاهم فهي تهدف إلى التأثير على المتلقي بإقناعه بالقيام بالهدف الذي تسعى القناة إلى تحقيقه ، ومن أبرز أهدافها :

1-التحرير :

من خلال ما تبثه هذه القنوات الفضائية من برامج مختلفة فهي تسعى من خلال ذلك إلى تحرير المشاهد من إطاره البيئي ومحيطه الذي نشأ فيه وذلك بمحاولة تغيير أفكاره ونظراته

¹ - المرجع نفسه ، ص 25

² - المرجع نفسه ، ص 26

للحياة ليصبح ذلك الفرد المطيع والمشاهد المروض ؛حيث يتم تحريره من كل الأفكار والقيم التي كان يحملها وكانت سدا منيعا من أجل تغيير فكره وعواطفه.

2-التعويد:

مع مرور الوقت وبفضل عملية تكرار وإعادة البرامج التلفزيونية وباستخدام الوسائل التكنولوجية في الإخراج والتقديم والإنتاج، وإدخال العناصر الفعالة التي تمتلك التأثير على المجتمع والشباب بالخصوص ومن بين الأشخاص الفاعلين مثل الفنانين والرياضيين واصحاب الرأي المصطنعين ؛ يتعود المشاهد على هذه العمليات لتصبح جزء لا يتجزء من حياته وبذلك تشكل أنماط اجتماعية وثقافية جديدة تكرر باستمرار من خلال البرامج المقدمة لتصبح قنوات ثم سلوكيات وأفعال في واقعة .¹

3- إعادة التشكيل :

لا يستطيع أي فرد ان ينكر تعلق الشباب بالقنوات الفضائية ،وقضائهم وقت طويلا في متابعتها ...، فإذا كانت القنوات تعمل ضمن أهدافها تحرير المشاهدين من قيود تراثه وخلفيته الثقافية والفكرية ثم سعيه من أجل تعويده على قيم ثقافية واجتماعية بديلة فإن مرحلة إعادة التشكيل أصبحت سهلة ومسيرة بحيث تعمل على إعادة تأهيله من كل الجوانب ليصبح قابلا للتشكيل لتصنع منه مشاهد يتفاعل مع ما يقدم له خلال الممارسة في الواقع الاجتماعي في تشكيل مواقف أو تصرفات أو أفعال، ومن النماذج التي يتعرض لها الشباب يوميا من القنوات الفضائية منها ما هو مؤثر ومنها التي تتصف بالكفاءة الشخصية .²

4-التعزيز :

¹ - ابراهيم يحيوي: القنوات الفضائية وثقافة الشباب الطالب الجامعي الجزائري نموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، فرع علم الاجتماع ، جامعة محمد لمين دباغين،سطيف2،كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية،2018-

2017 ،ص، ص، 62،63

² - نفس المرجع السابق ، ص 63

لا يمكن ان وسائل الإعلام على تشكيل مشهد دون أن تعمل على تعزيز هذه المواقف التي أصبح يتبناه المشاهد من خلال المتابعة المتكررة لبرامج الفضائيات . ان تعزيز هذه التغيرات الثقافية والاجتماعية تكون باستمرار من خلال محكاتها بالموقع الاجتماعي للشباب بحيث تقدم لهم جرعات تحميه من التراجع والتخلي عن المواقف التي أصبح يتبناه . انه بتعزيز المواقف تكون القنوات الفضائية قد حققت الكثير من أهدافها لكون الشباب أصبح يحاكي كل النماذج التي تضعها هذه القنوات الفضائية.¹

اهمية القنوات الفضائية ووظائفها

4-1- اهمية القنوات الفضائية

للقنوات الفضائية اهمية بالغة في المجتمع وتتمثل في:

أ-**الأهمية التربوية** : لقد انتقلت عملية التربية للأجيال من عصرنا الحالي من الأسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية إلى وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الحديثة . القنوات الفضائية التي أصبحت الوسيلة الهامة التي تجذب مختلف الفئات الاجتماعية وتقدم لهم المادة الإعلامية مزودة بالثقافة والقيم التربوية المحلية والعالمية ،ومن بين الفئات التي أصبحت أكثر عرضة للقنوات الفضائية فئة الشباب من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية لهؤلاء من أجل تشكيل محيط تربوي يكون هو الوجهة لسلوكهم.

ب-**الأهمية الاجتماعية** : لقد كان ظهور الفضائيات وخاصة المتخصصة منها والموجهة لفئة الشباب قوة تحدي جديدة داخل الانساق الاجتماعية ،ومع بداية القرن 20 ازدادت القنوات الفضائية لتلبي احتياجات العالم وادى انتشارها إلى نشأة اهتمامات خاصة ومحددة للجمهور .

ان بظهور الفضائيات كقوة داخل الانساق الاجتماعية أحدث اهتزازات في معاييرها الحاكمة للسلوك ،وتراجعت مؤسسات التنشئة الاجتماعية بشكل كبير فلم تعد مركز التشكيل الثقافي .

¹ المرجع نفسه، ص 64

ونتيجة لهذه التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية برزت الحاجة إلى وجود قنوات فضائية من أجل تلبية الاحتياجات المتنوعة للمشاهد¹

ج- الأهمية الثقافية : استطاعت القنوات الفضائية بتطورها التقني ان تحمل نوعا جديدا من الثقافة التي لم يعرفها العالم من قبل، وهي ثقافة الصورة الناطقة بدلا من اللغة المكتوبة والتي أصبح تأثيرها في المشاهد في كل مكان في العالم .

ان ثقافة الصورة الجديدة تمكنت من تشكيل عالم جديد أحدث تغيرات في جميع مناحي الحياة وعمل على فتح الأسواق، وكسر الحدود السياسية والاقتصادية والثقافية وبدأت تتهاوى حدود الزمان والمكان وتشكيل بيانات ثقافية جديدة . ان أهمية الصورة على الواقع الثقافي للمجتمع تركته يستقي منها يوميا كثيرا من القيم الثقافية من أجل تجسيدها في الواقع الاجتماعي على شكل سلوكيات تظهر مدى المواكبة لما يحدث في العالم، أصبحت الصورة قادرة على توجيه سلوك المستهلك ، والتحكم بذوقه وعقله وماذا سيشرب وكيف يلبس وكيف يتصرف .. الخ.

4-2- وظائف القنوات التلفزيونية :

تقوم القنوات التلفزيونية كبقية الوسائل الاتصالية بوظائف متعددة منها :

- الوظيفة الإعلامية والإخبارية: ذلك بجمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والرسائل والحقائق ،ولقد "لاسويل" على هذه الوظيفة وظيفة مراقبة البيئة والأخبار عما جرى فيها .
- وظيفة خلق الدوافع الاجتماعية :في توفير المعرفة والوعي الاجتماعي ونقل التراث من جيل لآخر وهناك من يطلق على هذه الوظيفة وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه .
- وظيفة الحوار والنقاش وتبادل الحقائق والمعارف :وهو ما يعرف بالوظيفة التشاورية حيث يقوم الاتصال بمسايرة التطورات والتحولات الاجتماعية والسياسية الواقعة في

¹ المرجع نفسه ص 61-60

المجتمع من باب تنوع خدماتها الإعلامية وذلك لتوطيد العلاقة بين الأفراد والمسؤولين .

• وظيفة التربية: في نشر المعارف وتعزيز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات .

• وظيفة النهوض الثقافي والإبداع والمحافظة على التراث ،الى جانب دعم الثقافة وتطويرها وتميبتها .

• الوظيفة الترفيهية على الصعيدين الشخصي والجماعي للتخفيف من المعاناة والصعوبات التي يعاني منها الأفراد.

• وظيفة التكافل بتوفير الفرص لكل الأفراد للحصول على المعرفة والحقائق .

• وظيفة تفسير الظواهر الجديدة ومتابعة كل جديد في كافة المجالات .

• وظيفة الترويج للسلع والخدمات التجارية بين الأفراد.¹

ثالثاً- القنوات الفضائية بيان سبور:

1- تاريخ قنوات بيان سبور:

أ- تأسيس قناة الجزيرة الرياضية

صدر قرار إنشاء الجزيرة الرياضية من قبل رئيس مجلس إدارة قناة الجزيرة الفضائية في 5 أغسطس 2003 ، وبدأ البث التجريبي في 30 أغسطس 2003 من نفس الشهر والسنة، حيث اقتصر البث على مباريات الدوري الإسباني يومي السبت والأحد فقط من كل أسبوع. وكان يوم السبت 1 نوفمبر 2003 تاريخ بداية البث الرسمي، وقد صادف هذا التاريخ الذكرى السابعة لانطلاق قناة الجزيرة الإخبارية.²

¹ - طرابلسي أمينة: اعلانات القنوات الفضائية المتخصصة في برامج الاطفال -دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة

"سبيستون" الفضائية -،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

،جامعة منتوري قسنطينة ،كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، 2010-2009 ، ص 105-104

² - اخبار سبورت - الفيديو الرياضة العربية والدولية - العربية beIN SPORTS - تصفح: نسخة محفوظة 29 ديسمبر 2013 على موقع واي باك مشين.

ب- شراء قنوات art سبورت

في يوم الثلاثاء 24-11-2009 أعلنت الجزيرة الرياضية رسميا بعد شائعات في مواقع الإنترنت الرياضية عن شرائها ل قناة الرياضة وعلامتها التجارية، في مؤتمر عقد في فندق ريتز كارلتون بالعاصمة الدوحة واتضح بالمؤتمر أن المفاوضات أسفرت عن انتقال كافة الحقوق إلى الجزيرة الرياضية بما فيها بطولتي كأس العالم في جنوب أفريقيا والبرازيل، لتضاف إلى رصيد القناة من البطولات الأخرى كبطولة دوري أبطال أوروبا والدوري الإسباني والدوري الإيطالي.

ج- توحيد الاسم وإطلاق بي إن سبورت العربية:

أصبحت القناة منذ 2014 تسمى بي إن سبورت، وأصبحت القنوات موزعة حسب التوزيع الجغرافي، منها: بي إن سبورت العربية وبي إن سبورت الفرنسية، وغيرهم¹.

2- بطاقة فنية عن قناة Bein Sport

النوع	قناة رياضية مدفوعة
المالك	مجموعة بي إن الإعلامية
تاريخ التأسيس	1 أغسطس 2003
تاريخ أول بث	<ul style="list-style-type: none"> • 01 نوفمبر 2003 قناة واحدة بإسم الجزيرة الرياضية • 27 أغسطس 2005 باقة كاملة بإسم الجزيرة الرياضية • 01 يناير 2014 باقة كاملة بإسم بي إن سبورت
البلد	قطر
اللغة	اللغة العربية - اللغة الإنجليزية - اللغة الفرنسية اللغة الإسبانية
اسم قديم	الجزيرة الرياضية
المقر الرسمي	الدوحة، قطر
الموقع الرسمي	الموقع الرسمي
دقة العرض	عالية الوضوح 1080i ، وتقنية 4k
البث التماثلي	فضائي، كبلي، دي أس أل ، أي بي تي في ،ويب

¹ - عيد العالی صاحبي، عبد الرحمان مزياي، مظاهر الريادة والابتكار لباقة Bein Sport من وجهة نظر الاعلام والاتصال ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص علام واتصال ، جامعة ام البوقي ، 2022/2021 ، ص 44-45

جهاز استقبال بي إن سبورت	البث الرقمي
انظمة التغطية	
سهيل 1 - نايلسات	عبر الساتل
منطقة الشرق الأوسط ومنطقة شمال أفريقيا	التغطية
الموقع الرسمي: BeIN Connect	الإنترنت

جدول يوضح البطاقة التقنية لقناة بيان سبور

المصدر: <https://areq.net/m> تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/31 على

الساعة 13:22

رابعا- كأس العالم:

1-تعريف كأس العالم:

كأس العالم هي أهم مسابقة لرياضة كرة القدم تقام تحت إشراف الاتحاد الدولي لكرة القدم، وتقام بطولة كأس العالم كل أربع سنوات منذ عام 1930، ما عدا بطولتي عام 1942 و1946 اللتين ألغيتا بسبب الحرب العالمية الثانية، يشارك في النظام الحالي للبطولة 32 منتخبا وطنيا، منذ 1998، مقسمين على ثماني مجموعات، يتنافسون للظفر بلقب البطولة لشهر كامل على ملاعب البلد المستضيف، تتأهل هذه المنتخبات إلى البطولة عن طريق نظام للتصفيات يقام على مدى ثلاث سنوات.¹

2- كأس العالم قطر 2022

بطولة كأس العالم لكرة القدم 2022 (2022 FIFA World Cup) - هي النسخة الثانية والعشرين من بطولات كأس العالم لكرة القدم واستضافتها قطر في الفترة ما بين 21 نوفمبر و 18 ديسمبر 2022 بسبب حرارة الصيف الشديدة في قطر، وكانت هي البطولة الأخيرة التي يشارك فيها 32 فريقًا مع زيادة إلى 48 فريقًا مقررة في بطولة 2026 في الولايات المتحدة والمكسيك وكندا ، وهي أول بطولة كأس العالم تقام على الإطلاق في العالم

¹ - <https://areq.net/m> تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/31 على الساعة 13:22

العربي والأولى في دولة ذات غالبية مسلمة كما انها ثاني بطولة كأس العالم التي تقام بالكامل في قارة آسيا بعد كأس العالم 2002 في كوريا الجنوبية واليابان، حيث تحصل منتخب الأرجنتين على لقب كأس العالم قطر 2022.¹

3- تغطية قناة Bein Sport لكأس العالم قطر 2022:

قناة Bein Sport بصفتها الناقل الرسمي للبطولة في 24 دولة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، لعبت دوراً مهماً في تعزيز مكانة دولة قطر وتسليط الضوء على البطولة المميزة، حيث سجلت قنوات beIN SPORTS أكثر من 5 مليار مشاهدة منذ انطلاق أكبر فعالية رياضية في العالم في 20 نوفمبر 2022.

¹ - <https://areq.net/m> تم الاطلاع عليه يوم الاربعاء 2023/05/31، على الساعة 13:52

الفصل الرابع

الاطار التطبيقي للدراسة

اولا- عرض وتحليل نتائج الدراسة

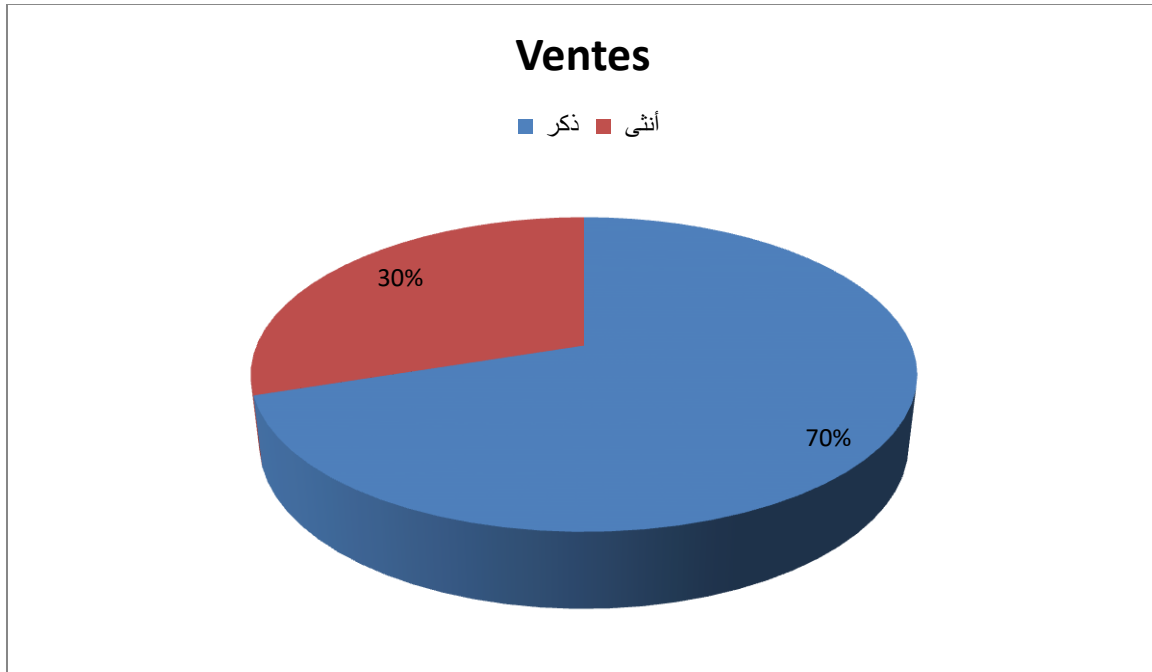
1- تحليل نتائج ال بيانات الشخصية

الجدول رقم 01 : يمثل متغير الجنس

جنس افراد العينة	التكرار	%
ذكر	35	70
أنثى	15	30
المجموع	50	100

من خلال قراءتنا للجدول اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 70% من اجمالي افراد العينة ذكور في حين ان نسبة 30% اناث ومنه نسبة الذكور اكثر من نسبة وهذا يرجع الى طبيعة الدراسة التي تدرس قنوات Bein sport ومنافسة في كرة القدم التي هي عبارة عن نهائيات كأس العالم قطر 2022 والتي هي اكثر مشاهدة من طرف الذكور.

الشكل رقم 01: الدائرة النسبة لمتغير الجنس

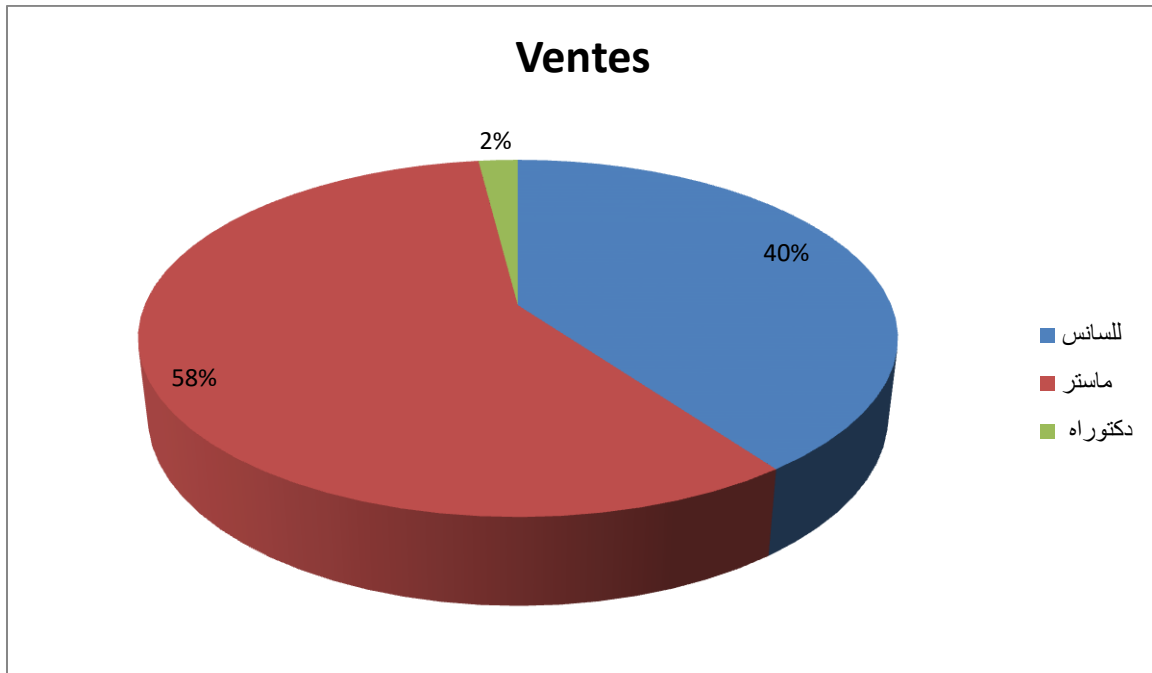


الجدول رقم 02: يمثل متغير المستوى الدراسي لأفراد العينة

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي لأفراد العينة
40	20	للسانيس
58	29	ماستر
02	01	دكتوراه
100	50	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 58% من اجمالي افراد العينة يملكون مستوى دراسي جامعي ماستر اكايمي في حين ان نسبة 40% من اجمالي افراد العينة يملكون مستوى دراسي جامعي للسانس، اما نسبة 2% من اجمالي افراد العينة يملكون مستوى دراسي جامعي دكتوراه وهذا كون افراد العينة طلبة جامعيين اذا ان افراد العينة طلبة جامعين يملكون مستويات دراسية مختلفة اكثرهم طلبة الماستر.

الشكل رقم 02: يمثل الدائرة النسبة لمتغير المستوى الدراسي

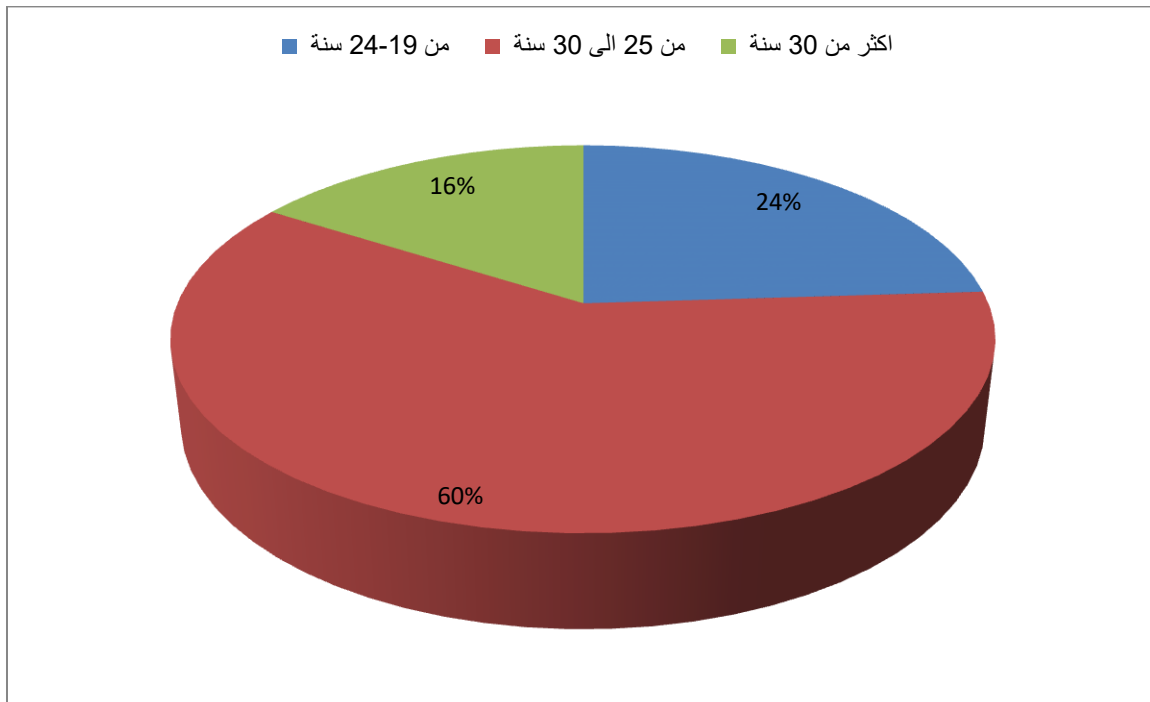


الجدول رقم 03 : : يمثل متغير السن

النسبة %	التكرار	سن افراد العينة
24	12	من 19-24 سنة
60	30	من 25 الى 30 سنة
16	08	اكثر من 30 سنة
100	50	المجموع

التعليق على الجدول: من خلال قراءتنا للجدول اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة 60% من افراد عينة الدراسة يتراوح سنهم ما بين 25 سنة الى 30 سنة في حين ان نسبة 24% من اجمالي افراد العينة يتراوح سنهم ما بين 19 سنة الى 24 سنة ، اما نسبة 16% من اجمالي افراد العينة يبلغ سنهم اكثر من 30 سنة ومنه يمكننا القول ان طلبة جامعة عمار ثليجي تختلف أعمارهم وان معدل الاعمار يتراوح ما بين 19 و30 سنة ومنه نستنتج ان معد العمر بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الاغواط يبلغ 25 سنة

الشكل رقم 03: يمثل الدائرة النسبة لمتغير السن



2-تحليل نتائج المحور الأول : عادات مشاهدة قنوات بين سبور

الجدول رقم 04: متابعة افراد العين لقنوات Bein sport

متابعة قنوات Bein sport	التكرار	النسبة%
دائما	30	60
أحيانا	06	12
نادرا	04	08
حسب الفعاليات الرياضية	10	20
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 60% من كل افراد العينة دائما ما يتابعون قنوات Bein sport في حين ان نسبة 20% من كل افراد العينة يتابعون قنوات Bein sport حسب الفعاليات والمنافسات الرياضية، اما نسبة 12% من كل افراد العينة احيانا ما يتابعون قنوات بين سبور، اما نسبة 08% من كل افراد العينة نادرا ما يتابعون قنوات بين سبور، وهذا يرجع الى اختلاف افراد العينة في متابعتهم للمنافسات الرياضية فهناك من يهتم بالمنافسات الرياضية اليومية ويتابع الدوريات الأوروبية وله فرق يتابعها وهناك من يتابع المنافسات العامة ككأس العالم وكاس افريقيا وعليه ان طلبة قسم الاعلام والاتصال يتابعون قنوات Bein sport حسب طبيعة ميولهم للمنافسات الرياضية واكثرهم دائمو المتابعة لقنوات Bein sport .

الجدول 05: يمثل العلاقة بين مدة مشاهدتها والاقدمية في متابعة القنوات

المجموع		اكثر من 2 سنة		من 1-2 سنة		اقل من سنة		سنوات مشاهدة القنوات مدة المشاهدة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
00	00	00	00	00	00	00	00	ساعة
00	00	00	00	00	00	00	00	ساعتين
100	50	100	43	100	04	00	00	اكثر من ساعتين
100	50	100	43	100	07	00	00	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان كل افراد العينة بنسبة 100% يشاهدون قنوات Bein sport لأكثر من ساعتين في اليوم وهذا يرجع الى طبيعة المنافسات الرياضية فمثلا مباريات كرة القدة تفوق مدتها الساعتين من خلال الاستوديو التحليلي للمباراة ووقت المباراة، منهم 43 فردا بنسبة 100% ممن يتابعون قنوات Bein sport منذ أكثر من سنتين، ومنهم 07 افراد بنسبة 100% ممن يتابعون قنوات Bein sport منذ سنة الى سنتين، وهذا راجع لاهتمام افراد العينة بقنوات Bein sport وتغطيتها للأحداث الرياضية الكبرى وعليه معظم طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال يشاهدون قنوات Bein sport اكثر من ساعتين في اليوم واغلبهم يتابعها منذ اكثر من سنتين.

الجدول رقم 06: يمثل الوسيلة المفضلة لمشاهدة قنوات Bein sport

الوسيلة	التكرار	النسبة %
التلفاز	12	24
الهاتف الذكي واللوح الالكتروني	34	68
الحاسوب	04	08
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 68% من كل افراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي واللوح الالكتروني لمشاهدة قنوات بين سبور، اما نسبة 24% من كل افراد العينة يستخدمون جهاز التلفاز لمشاهدة قنوات بين سبور، اما نسبة 08% من كل افراد العينة يستخدمون جهاز الحاسوب لمشاهدة قنوات Bein sport وهذا راجع كون ان قنوات Bein sport قنوات مشفرة مدفعة يجب الاشتراك بها وتوفير جهاز Bein sport الخاص بالقنوات كي تشاهدوها على التلفزيون لذا نجد ان افراد العينة يستخدمون الهاتف النقال واللوح الالكتروني لمشاهدة قنوات Bein sport وهذا من خلال الأنترنت وبعض التطبيقات لبث قنوات Bein sport كتطبيق ياسين تيفي ومنه الوسيلة المفضلة لمشاهدة قنوات Bein sport عند طلبة قسم الاعلام والاتصال الهواتف الذكية واللوح الالكتروني كون ان القنوات مشفرة ومدفوعة على التلفزيون.

الجدول رقم 07: يمثل المنافسات الأكثر مشاهدة عبر قنوات Bein sport

النسبة %	التكرار	
80	40	كرة القدم
06	03	كرة السلة
02	01	كرة اليد
04	02	العاب القوى
06	03	كل المنافسات
100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 80% من كل افراد العينة يتابعون منافسات كرة القدم عبر قنوات Bein sport اما نسبة 20 من كل افراد العينة يتبعون منافسات رياضية أخرى ككرة السلة وكرة اليد والعباب القوى والتنس وهذا راجع الى ان منافسات كرة القدم هي المنافسات الأكثر شعبية وامتلاك قنوات Bein sport لحقوق بعض معظم منافسات كرة القدم كالدوريات الاوربية (الإنجليزي والاسباني والفرنسي والألماني) ومنافسات القرية والعالمية في كرة القدم تجعل اكثر مشاهديها ومتابعيها من جمهور كرة القدم وعليه معظم طلبة قسم الاعلام والاتصال يتابعون منافسات كرة القدم عبر قنوات بين سبور.

3- تحليل نتائج المحور الثاني: تغطية قنوات Bein sport لكأس العالم قطر 2022 وانعكاسها على الجمهور

الجدول رقم 08: يمثل مشاهدة الطلبة لكأس العالم قطر 2022 عبر قنوات Bein sport ورايهم في حملاتها الاعلامية في الترويج لها.

المجموع		جيدة		حسنة		سيئة		حملات الترويج لكاس العالم مشاهدة كاس العالم 2022
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	50	100	50	00	00	00	00	نعم
00	00	00	00	00	00	00	00	لا
100	50	100	50	00	00	00	00	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان كل افراد العينة بنسبة 100% تابعوا منافسات كأس العالم قطر 2022 عبر قنوات Bein sport وكلهم بنسبة 100% يرون ان الحملات الاعلامية التي روجت من خلالها قنوات Bein sport لكأس العالم قطر 2022 كانت جيدة وهذا يظهر من خلال الاهتمام الكبير من قبل القناة بكاس العالم حيث منذ اعلان قطر بلادا مستضيفا لنهائيات كأس العالم 2022 بدأت حملت الترويج من قبل قناة Bein sport للظاهرة كونها على بلد القناة الا وهي قطر ومنه طلبه قسم الاعلام والاتصال شاهدوا نهائيات كأس العالم قطر 2022 عبر قنوات Bein sport ويرون ان حملات الاعلامية التي قامت بها القناة للترويج لكأس العالم قطر 2022 جيدة.

الجدول رقم 09: يمثل استقطاب حملات Bein sport حول كأس العالم قطر 2022 للجمهور وجلهم يشتركون في القناة .

المجموع		لا		نعم		الإشتراك في القناة انتظار كأس العالم
%	ت	%	ت	%	ت	
100	50	100	22	100	28	نعم
00	00	00	00	00	00	لا
100	50	100	22	100	28	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان كل افراد العينة بنسبة 100% يرون ان الحملات الاعلامية لمنافسات كأس العالم عبر قناة Bein sport لكأس العالم قطر 2022 جعلت الجمهور الجزائري ينتظر المنافسات، منهم 28 فردا بنسبة 100% ممن دفعت بهم الحملات الاعلامية التي قامت بها قناة بين ترويجا لكأس العالم 2022 الى الاشتراك في باقة Bein sport المشفرة ومنهم 22 فردا بنسبة 100% ممن لم تدفع بهم الحملات الاعلامية التي قامت بها قناة بين ترويجا لكأس العالم 2022 الى الاشتراك في باقة Bein sport المشفرة ولكن دفعتهم الى انتظار كأس العالم والبحث عن كيفية مشاهدته وعدم تفويت فرصة مشاهدة كأس العالم قطر 2022 ومنه الحملات الاعلامية التي قامت بها قنوات Bein sport لتغطية كأس العالم قطر 2022 استقطبت الجمهور الجزائري لمشاهدة الحدث العالمي وجلعت معظمهم يشتركون في باقة Bein sport المشفرة وانتظار كاس العالم كما جعت فئة اخرى تبحث عن حلول غير الاشتراك في الباقة من اجل مشاهدة كأس العالم قطر 2022.

الجدول رقم 10: العلاقة بين نجاح قناة **Bein sport** في تغطية كأس العالم قطر 2022 وأحقية كأس العالم

المجموع		لا		نعم		احقية بالتغطية نجاح التغطية
%	ت	%	ت	%	ت	
90	45	00	00	93.75	45	نعم
10	05	100	02	6.25	03	لا
100	50	100	02	100	48	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 90% من كل افراد العينة يرون ان التغطية الاعلامية لكأس العالم قطر 2022 كانت ناجحة بكل المقاييس منهم 45 فردا بنسبة 93.75% ممن يرون ان منافسات كأس العالم قطر 2022 تستحق تلك التغطية الاعلامية التي قامت بها قنوات **Bein sport** وهذا راجع كون ان القناة انطلقت في الترويج لكأس العالم وتغطيته قبل سنة من انطلاق المنافسات وعملت على ايصال كل معلومات التحضير لكأس العالم قطر 2022 الى جمهورها ومن هنا كانت الانطلاقة في تغطية كأس العالم التي كانت ناجحة ومنه طلبه قسم الاعلام والاتصال بجامعة الاغواط يرون ان تغطية قنوات **Bein sport** لكاس العالم قطر 2022 كانت ناجحة ونسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كأس العالم قطر 2022 يستحق تلك التغطية الاعلامية التي حظي بها من قبل قنوات **Bein sport** .

الجدول رقم 11: يمثل انعكاسات تغطية Bein sport لكأس العالم قطر 2022 على الجمهور

النسبة %	التكرار	
100	50	الاطلاع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية
100	50	معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات
100	50	الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022
100	50	متابعة المباريات وتحليلها
100	50	المجموع

ملاحظة الجدول بهم اجابات متعددة من قبل افراد العينة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان كل افراد العينة بنسبة 100% يرون ان الحملات الاعلامية لقناة Bein sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 جعلت الجمهور الجزائري يطلع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات و الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022 و متابعة المباريات وتحليلها وانعكس عليه ومنه طلبة قسم علوم الاعلام واتصال الحملات الاعلامية لقناة Bein sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 جعلت الجمهور الجزائري يطلع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات والإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022 و متابعة المباريات وتحليلها وانعكس.

ثانيا - نتائج الدراسة

- 1-نسبة الذكور اكثر من نسبة وهذا يرجع الى طبيعة الدارسة التي تدرس قنوات Bein sport ومنافسة في كرة القدم التي هي عبارة عن نهائيات كأس العالم قطر 2022 والتي هي اكثر مشاهدة من طرف الذكور
- 2-افراد العينة طلبة جامعيين اذا ان افراد العينة طلبة جامعيين يملكون مستويات دراسية مختلفة اكثرهم طلبة الماستر .
- 3-معدل العمر بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الاغواط يبلغ 25 سنة .
- 4-طلبة قسم الاعلام والاتصال يتابعون قنوات Bein sport حسب طبيعة ميولهم للمنافسات الرياضية واكثرهم دائمو المتابعة لقنوات Bein sport .
- 5-معظم طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال يشاهدون قنوات Bein sport اكثر من ساعتين في اليوم واغلبهم يتابعها منذ اكثر من سنتين.
- 6-الوسيلة المفضلة لمشاهدة قنوات Bein sport عند طلبة قسم الاعلام والاتصال الهواتف الذكية واللوح الالكتروني كون ان القنوات مشفرة ومدفوعة على التلفزيون.
- 7-طلبة قسم الاعلام والاتصال يتابعون منافسات كرة القدم عبر قنوات بين سبور .
- 8-طلبة قسم الاعلام والاتصال شاهدوا نهائيات كأس العالم قطر 2022 عبر قنوات Bein sport ويرون ان حملات الاعلامية التي قامت بها القناة للترويج لكأس العالم قطر 2022 جيدة
- 9-الحملات الاعلامية التي قامت بها قنوات Bein sport لتغطية كأس العالم قطر 2022 استقطبت الجمهور الجزائري لمشاهدة الحدث العالمي وجعلت معظمهم يشتركون في باقة Bein sport المشفرة وانتظار كاس العالم كما جعلت فئة اخرى تبحث عن حلول غير الاشتراك في الباقة من اجل مشاهدة كأس العالم قطر 2022.

10- طالبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الاغواط يرون ان تغطية قنوات Bein sport لكأس العالم قطر 2022 كانت ناجحة ونسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كأس العالم قطر 2022 يستحق تلك التغطية الاعلامية التي حظي بها من قبل قنوات Bein sport .

11- طالبة قسم علوم الاعلام واتصال الحملات الاعلامية لقناة Bein sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 جعلت الجمهور الجزائري يطلع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات و الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022 و متابعة المباريات وتحليلها وانعكست على الجمهور في جعله يهتم بكأس العالم ويتابعه

ثالثا- الاستنتاج العام للدراسة :

من خلال تحليلنا لنتائج الاستبيان توصلنا الى ان قنوات Bein sport اولت اهمام كبير بكأس العالم قطر 2022 كونهم على ارضها وفي بداها قطر حيث خصصة حملات اعلامية لتغطية كأس العالم فمنذ اعلان قطر بلاد منظمًا لكأس العالم 2022 انطلقت حملات قنوات Bein Sport لتغطية كأس العالم حيث انعكس ذلك على الجمهور الجزائري بانتظار كأس العالم وتحضير له من خلال الاشتراك في باقة قنوات Bein sport ، كما ان الحملات الاعلامية التي قامت بها قنوات Bein sport لتغطية كأس العالم قطر 2022 استقطبت الجمهور الجزائري لمشاهدة الحدث العالمي وجعلت معظم يشتركون في باقة Bein sport المشفرة وانتظار كأس العالم كما جعلت فئة اخرى تبحث عن حلول غير الاشتراك في الباقة من اجل مشاهدة كأس العالم قطر 2022، كما وضعت قنوات Bein sport جمهورها في قلب الحدث ومكنته من الاطلاع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية ومعرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات و الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022 و متابعة المباريات وتحليلها .

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون بين سبور لتغطية كأس العالم قطر 2022 بقطر وانعكاساتها على الجمهور الجزائري يمكننا القول ان كأس العالم قطر 2022 حظيت بتغطية اعلامية كبيرة من قبل قناة bien sport اذا قامت بحملات ترويجية لهذا الحدث العالمي الذي كان الاول من نوعه في العالم العربي الاسلامي حيث جرى في دولة قطر بالخليج العربي وهي دولة القناة، حيث ان القناة كان لها تغطية خاصة للكأس العالم وانطلقت في حملاتها الاعلامية قبل سنة من انطلاق منافسات كأس العالم قطر 2022 والتي جعلت العالم كله ينتظر كأس العالم الرابعة وعشرون بفارغ الصبر والتحضير لها من خلال الاشتراك في باقة القنوات وايجاد السبيل لمشاهدة هذا الحدث الرياضي العالمي الذي حظي بتغطية اعلامية وحملات اعلامية من واحد من اكبر القنوات الرياضية في العالم قنوات bien sport

ومن خلال دراستنا توصلنا الى مجموعة من النتائج نذكر منها:

✓ الحملات الاعلامية التي قامت بها قنوات Bein sport لتغطية كأس العالم قطر 2022 استقطبت الجمهور الجزائري لمشاهدة الحدث العالمي وجعلت معظمهم يشتركون في باقة Bein sport المشفرة وانتظار كاس العالم كما جعلت فئة اخرى تبحث عن حلول غير الاشتراك في الباقة من اجل مشاهدة كأس العالم قطر 2022.

✓ تغطية قنوات Bein sport لكاس العالم قطر 2022 كانت ناجحة ونسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كأس العالم قطر 2022 يستحق تلك التغطية الاعلامية التي حظي بها من قبل قنوات Bein sport

✓ الحملات الاعلامية لقناة Bein sport في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022 جعلت الجمهور الجزائري يطلع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات و الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم

2022 و متابعة المباريات وتحليلها وانعكست على الجمهور في جعله يهتم بكأس العالم ويتابعه.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

الكتب:

1. احسان محمد الحسين :الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي الاجتماعي ،دار الطليعة والنشر ،ط3 ، بيروت 1994.
2. أحمد عارف العساف ،محمود الوادي :منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية (مفاهيم وأدوات)،دار الصفاء ،ط1،عمان 2011.
3. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال، الدار العالمية لنشر والتوزيع، الكويت، ط 1، 2003.
4. بن بوزيان عبد الرحيم، الإعلانات الصحفية.دراسة في الاستخدامات والاشباعات، دار الفجر، مصر 2014.
5. بن صغير زكرياء، الخدمة الاجتماعية، دار العلوم العربية، ط01، بيروت، لبنان، 2013.
6. بوخبزة نبيلة، أسس وتقنيات الإيصال العمومي، دار هومة، الجزائر، 2014.
7. خير الدين عويسي ، عطاءالله حسين عبد الرحيم : الاعلام الرياضي ،ط1 ، ج1 ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، 1991.
8. دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.
9. ربيجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم أساليب البحث العلمي، الاسس النظرية والتطبيق العلمي دار صفاء لنشر والتوزيع ،ط2، عمان ،2008،ص88.
10. رجاء محمود ابوعلام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية دار نشر للجامعات ط5،مصر 2006.
11. زعموم خالد، التسويق الاجتماعي، ط1، مكتبة الجامعة، الإمارات 2006

12. زعموم، خالد، التسويق الاجتماعي، مكتبة الجامعة، ط1، الإمارات، 2006.
13. سلم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
14. طه أحمد الزيدي وآخرون، التربية الإعلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
15. عابد زهير عبد اللطيف، الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية، د.ب، 2014.
16. عبد الحي محمد، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، أمابارك مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية الأمريكية للعلوم والتكنولوجيا، العدد الثالث، 2012.
17. عزي عبد الرحمان، الإعلام والبعد الثقافي من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 13، 1996.
18. عمار بوحوش وآخرون : منهجية البحث العلمي وتقنياتها في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1، الجزائر، 2019.
19. عميرات آمال، الاتصال الاجتماعي العمومي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان. 2014.
20. الفرا عبد الله عمر، تكنولوجيا التعليم والاتصال، دار الثقافة، عمان، 1999.
21. مبروكة عمر محيرق: الدليل الشامل في البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، ط1، مصر 2008.
22. محفوظ جودة، أساليب البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.

23. محمد صاحب السلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 1، 2012.
24. محمد صالح سلمان، وسائل الاعلام والاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط7، الاردن، 2012
25. محمد فريدة ومحمود عزت، المصطلحات الإعلامية، ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1980.
26. مصباح عامر، الإقناع الاجتماعي خلفيته وآلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2006.
27. منال هلال مزاهره، " بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ " دار الكنوز لمعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
28. المنجد، في اللغة والاعلام، ط جديدة منقحة، دار المشرق، بيروت، لبنان، 2003.
29. ناصر قاسمي، دليل مصطلحات علم اجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- المذكرات ورسائل:
30. ابراهيم يحيوي: القنوات الفضائية وثقافة الشباب الطالب الجامعي الجزائري انموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، فرع علم الاجتماع ، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، 2017-2018
31. بوكرموش عيسى، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3 الجزائر، 2014/2013.

32. تباني عبير، الحملات الاعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، رسالة لنيل شهادة الماجستير. جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2013.
33. خيرة بن مفتاح: الفضائيات والصراع القيمي لدى الطفل- دراسة ميدانية على عينة من الاسر الريفية بمنطقة تيارات ،أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة وهران ،كلية العلوم الاجتماعية،2018-2017 .
34. راجحي صابر ، تاثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية 15_ 17 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية ، تخصص تربية حركية عند الطفل المراهق ، قسم التربية البدنية والرياضية ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر بسكرة سنة 2011_2012.
35. رياض غزلان محمد ،محمد نيبوش :استخدام الشباب الجامعي الجزائري لقناة الهداف الرياضية والاشباعات المحققة منها ،دراسة ميدانية على جامعة الاغواط ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ،كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة ،جامعة عمار ثليجي الاغواط ،الجزائر ،سنة،2017-2016.
36. طرابلسي أمينة: اعلانات القنوات الفضائية المتخصصة في برامج الاطفال -دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة "سبيستون" الفضائية -،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة ،جامعة منتوري قسنطينة ،كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية ،2010-2009 ، ص 105-104

37. عبد العالي صاحبي، عبد الرحمان مزياني، مظاهر الريادة والابتكار لباقةBein Sport من وجهة نظر الاعلام والاتصال ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص علام واتصال ، جامعة ام البوقى ، 2022/2021.
38. عصماني سفيان، **توظيف حملات التسويق الاجتماعي في التوعية لتعزيز مفهوم السلامة المرورية**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد16، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.جامعة سطيف 01، الجزائر2016.
39. **عطاءالله طريف** ، الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون ودوره في تحقيق رضا المتلقي. ، مجلة تفوق في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، العدد 03 ، ماي 2017 ، جامعة الاغواط .
40. **عمرون مفتاح** ، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة استديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية ،دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية ،معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر ،سنة 2008-2007.
41. **غيث سالم علي العمري** : استخدام طلبة الجامعات الاردنية لشبكة قنوات BeIN Sports الاشباكات المتحققة منها ، طلبة الجامعتين الاردنية واليرموك نموذجاً ، رسالة استكمال لمتطلبات الماجستير في الاعلام ، كلية الاعلام / جامعة الشرق الاوسط ، 2016 .
42. **نسيمة طبشوش**: القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر-باتنة- كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية 2008-2007
43. **مرشيش خالد**: دور الصحافة الرياضية الجزائرية المتخصصة في الحد من التعصب الرياضي وسط الطلبة الجامعيين ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في

- نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية , تخصص الاعلام والاتصال الرياضي
معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله زبالدة . جامعة الجزائر . الجزائر .
44. فيجل قويدر , دور الاعلام الرياضي التلفزيوني في التقليل من العنف في
الميادين الرياضية من خلال برامج التلفزيون الجزائري , دراسة ميدانية وسط الطلبة
الجامعيين , مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية
والرياضية .تخصص اعلام رياضي تربوي. معهد التربية البدنية والرياضية ,سيدي
عبد الله , الجزائر , جامعة الجزائر 3, سنة 2012_2013
المواقع الالكترونية:
45. اخبار سبورت - الفيديو الرياضة العربية والدولية - العربية beIN -
SPORTS - تصفح :نسخة محفوظة على موقع واي باك مشين.
46. <https://areq.net/m> تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/31 على
الساعة 13:22
47. <https://areq.net/m> تم الاطلاع عليه يوم الاربعاء 2023/05/31،
على الساعة 13:52
48. كأس_العالم_2022#المراجع/ <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تم
الاطلاع عليه يوم 2023/05/22 على الساعة 19 H14

الملاحق

جامعة عمارة ثليجي الأوغاوا
كلية العلوم الانانية و العلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال



استمارة استبيان

هذه الاستمارة تندرج ضمن مشروع اولي مقدم لنيل شهادة الماستر في تخصص إدارة الموارد البشرية
بمعنوان:

دور الحملات الاعلامية عبر التلفزيون قناة BEIN
SPORT لتغطية كأس العالم 2022 بقطر وانعكاساتها
علم، الجمهور الجزائري

تحت اشراف

د/ محمد تريح

من اعداد الطالبة:

*- مريم عبد الحاكم

*- بن فنيش و داد

العام الجامعي 2023/2022

البيانات الشخصية:

أنثى

1. الجنس: ذكر

2. السن:

دكتوراه

ماستر

3. المستوى الدراسي: للسانس

المحور الأول: عادات مشاهدة قنوات بين سبور

4. هل تتابع القنوات الرياضية بين سبورت؟

دائماً نادراً أحيانا حسب الفعاليات الرياضية

5. منذ متى وأنت تتابع القنوات الرياضية بين سبورت؟

أقل من سنة من سنة الى سنتين أكثر من ذلك

6. كم من المدى تستغرقها في مشاهدة القنوات بين سبورت؟

ساعة ساعتين ساعتين فما فوق

7. ماهي الوسيلة التي تتابع عبرها القنوات الرياضية بين سبورت ؟

التلفاز الحاسوب اللوح الإلكتروني الهاتف الذكي

8. ماهي الاحداث الرياضية التي تتابعها عبر قنوات بيان سبور؟

كرة القدم كرة اليد كرة السلة العاب القوى

غير ذلك

المحور الثاني: تغطية قنوات بين سبور لكأس العالم قطر 2022 وانعكاسها على الجمهور

9. هل تابعة القنوات الرياضية بين سبورت اثناء كاس العالم قطر 2022؟

نعم لا احيانا

10. اذا كانت اجابتك بنعم : كيف ترى حملات قناةBein Sport للترويج لكاس العالم؟

ممتازة جيدة متوسطة سيئة

11. هل جعلتك حملاتBein Sport للترويج لكاس العالم تنتظر كأس العالم ؟

نعم لا

12. هل ترى ان كاس العالم قطر 2022 يستحق تلك التغطية الاعلامية قطر 2022

نعم لا

13. هل جعلتك قناةBein Sportعبر حملاتها الاعلامية تشترك في باقتها الرياضية من اجل

مشاهدة كأس العالم قطر 2022؟نعم لا

14. كيف ترى تغطية قناةBein Sportلكاس العالم قطر 2022؟ ناجحة غير ناجحة

15. ماهي مكتسباتك من متابعة لقنواتBein Sportخلال كاس العالم قطر 2022؟

• الاطلاع على مختلف اخبار المنتخبات الوطنية

• معرفة مواعيد وأماكن إقامة المباريات

- الإحاطة بكل ما هو جديد عن كأس العالم 2022
- متابعة المباريات وتحليلها