

 Iraq Academic Scientific Journals	University of Baghdad College of Mass Communication	Vol (13) Issue (54) Year (2021) Pages (69-106)
ISSN: 2617-9318 (Online) ISSN: 1995-8005 (Print) Article history: Received: 6/6/2021 Accepted: 1/11/2021	Dr. Laila Ali Gomaa E-mail: laylaali@alkadhumi-col.edu.iq Mobile : 009647704833232	

Motives for public exposure to specialized sports satellite channels and the gratifications achieved from it: A survey study on the public of the city of Baghdad

The paper aims to identify the extent of public exposure to specialized sports satellite channels, and what gratifications are achieved from them, and to reach scientific results that give an accurate description of exposure, motives and gratifications verified by that exposure. The aims of this paper are: 1-Revealing the habits and patterns of public exposure to specialized sports satellite channels. 2-Identify the reasons for the public's preference for specialized sports satellite channels. 3-Disclose the motives and gratifications achieved by the public from exposure to specialized sports satellite channels. The researcher used the survey method to collect data by designing a questionnaire, as a tool to reveal the motives and gratifications achieved among the public from exposure to specialized sports satellite channels. areal), and it was paired with the non-probability (purpose) sample from the audience groups that watch specialized sports satellite channels, as it achieves the study objectives. The findings of this study can be summarized as follows:

1- The majority of the respondents watched the specialized sports satellite channels, on a continuous basis, "always" with a number of repetitions amounting to (120%), respondents and at a rate of (60%).

2- The respondents prefer watching specialized sports satellite channels in the second evening period from (6 pm - 10 pm), and the number of respondents was (127), with a percentage of (63.5%).

3-There is a statistically significant correlation between the public's exposure to specialized sports satellite channels and the related motives of this exposure, and the degree of need or motivation for exposure to specialized sports satellite channels is at a high level.

4-There is a statistically significant correlation between the public's motives for exposure to specialized sports satellite channels and the resulting gratifications from this exposure. The result indicates that the degree of saturation achieved from exposure to specialized sports satellite channels was at a high level.

Keywords:

- Motives
- Exposure
- Audience
- Specialized sports satellite channels
- Gratification

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

Dr. Laila Ali Gomaa , Media Department - Imam Al-Kadhimi - College of Islamic Sciences University

دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة منه

دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد

تلخصت مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الذي وضعته الباحثة وهو: ما مدى تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، وما الإشباع المتحققة منها؟، وتلخصت أهداف البحث في الكشف عن عادات وانماط تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟ ومعرفة أسباب تفضيل الجمهور القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟ فضلاً عن الكشف عن الدوافع والإشباع المتحققة لدى الجمهور من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟ وانطلق البحث من فرض استنباطية (من فروض نظرية الاستخدامات والإشباع)، وهي: (توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والدوافع المتعلقة من هذا التعرض)، (توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة من هذا التعرض)، والفرض الثالث (توجد فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة من هذا التعرض). واستخدمت الباحثة المنهج المسحي توصيفه المنهج الملائم لهذا البحث مستخدمة استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات من مفردات عينة البحث التي بلغت (٢٠٠) مبحوث من مدينة بغداد المركز الذي يضم أفضية الكرخ والرصافة ومدينة الصدر الأولى والثانية، تم اختيارهم على وفق العينة العشوائية المتعددة المراحل (المساحية)، وتمت مزاجتها بالعينة غير الاحتمالية (الغرضية)، من فئات الجمهور التي تشاهد القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، وقد توصل البحث إلى نتائج عدة من أهمها: إن غالبية المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، بصفة مستمره «دائماً» بعدد تكرارات بلغت (١٢٠٪)، مبحوثاً وبنسبة (٦٠٪). و أظهرت النتائج أن المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة في الفترة المسائية الثانية من (٦ مساءً- ١٠ مساءً)، والبالغ عددهم (١٢٧)، مبحوثاً وبنسبة (٦٣,٥٪). وتوصل البحث الى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والدوافع المتعلقة من هذا التعرض، و أن درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بمستوى مرتفع. فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المترتبة من هذا التعرض، وتشير النتيجة الى أن درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة كانت بمستوى عالٍ.

الكلمات المفتاحية :

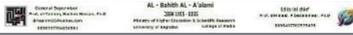
◀ دوافع

◀ تعرض

◀ الجمهور

◀ القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

◀ الإشباع



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة
والإشباعات المتحققة منه
دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد

الإطار المنهجي للبحث

المقدمة Introduction

تحظى القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة باهتمام كبير من الجمهور، وذلك لما تقدمه من تغطيات مباشرة للأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية، فضلاً عن تقديمها العديد من البرامج الرياضية، سواءً أكانت مباريات أم أخباراً رياضية أم غير ذلك، والتي يُقبل أفراد الجمهور على مشاهدتها تلبيةً لحاجاتهم وإشباعاً لرغباتهم، وقد رأت الباحثة ضرورة اختيار هذا البحث لمعرفة مدى تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة للوصول إلى نتائج علمية تعطي وصفاً دقيقاً للتعرض والدوافع والإشباعات المتوقعة منه.

أولاً: مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في ظاهرة تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، والحاجة إلى رصد عادات التعرض ودوافعه والكشف عن أسباب هذا التعرض وما ينتج منه من إشباعات لدى الجمهور وتأثير المتغيرات الوسيطة في ذلك، وأوجزت الباحثة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة وما دوافع التعرض والإشباعات المتحققة عنه؟ ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس تساؤلات فرعية عدة وهي كالاتي:

- ما أنماط وعادات تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟
- ما أسباب تفضيل الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟
- ما الدوافع والإشباعات المتحققة لدى الجمهور من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟

ثانياً: أهمية البحث

تأتي أهمية هذا البحث بوصفه يقف عند دوافع تعرض أفراد الجمهور واستخدامه للقنوات الرياضية المتخصصة، والإشباعات المتحققة من استخدامهم تلك القنوات، وعرفة العادات والأنماط التي اعتمدها أفراد الجمهور لتعرضهم للقنوات الرياضية المتخصصة، وأن معرفة دوافع التعرض تمنح المخططين والقائمين على هذه القنوات القدرة على تنسيق البرامج بما يتناسب وهذه العادات والأنماط التي إعتمدها الجمهور، وأن معرفة الإشباعات المتحققة يزيد من فرص نجاح هذه الفضائيات وكسب الجمهور لموادها المعروضة.

ثالثاً: أهداف البحث

يرمي هذا البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

- الكشف عن أنماط وعادات تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟
- التعرف عن أسباب تفضيل الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟
- الكشف عن الدوافع والإشباع المتحققة لدى الجمهور من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة؟

رابعاً: فروض البحث

يتبنى البحث فروضاً أستنباطية (من فروض نظرية الإستخدامات والإشباع)، وهذه الفروض هي:

- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والدوافع المتعلقة من هذا التعرض.
- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقاً للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة من هذا التعرض.

خامساً: منهج البحث ومجمعه وأدواته

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تسعى لتحليل خصائص مجموعة معينة (اسماعيل، 2011، صفحة 96)، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي بوصفه المنهج الملائم لمعرفة آراء المبحوثين باستخدام استمارة الأستبيان أداة لجمع المعلومات من مفردات عينة البحث، ومن ثمّ تنظيم تلك البيانات ومعالجتها والوصول إلى إجابات حاسمة عن التساؤلات أو التحقق من فروض معينة. (عبد العزيز، 2012، صفحة 37).

سادساً: عينة البحث وحجمه

جرى اختيار عينة البحث من مدينة بغداد المركز على وفق العينة العشوائية المتعددة المراحل (المساحية)، وتمت مزاولتها بالعينة غير الاحتمالية (الغرضية)، من فئات الجمهور التي تشاهد القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، وذلك لأن هذا النوع من العينات يحقق أهداف البحث، وقد جرى تحديد عدد العينة المطلوبة من مدينة بغداد المركز و للأفضية (200) مفردة توزعت بين مناطق بغداد المركز تم اختيارها بشكل عشوائي مراعيّاً فيها تمثيلها طبقات المجتمع العراقي الساندة، وكانت نسبة الخطأ المعياري للعينة لا تتجاوز (5%)، ونسبة ثقة (95%)، إذ تم احتساب حجم العينة على وفق الإحصائيات السكانية وذلك عن طريق نسبة السكان لكل قضاء وناحية ومحلة وبحسب المعادلة الآتية.

$$n = \frac{z^2}{\alpha^2 + \left(\frac{z^2}{N}\right)}$$

إذ إن ...

$$1.96 = Z$$

$\alpha = (0.05)$ تمثل خطأ المعاينة

$N =$ تمثل حجم المجتمع

$n =$ تمثل حجم العينة

سابعاً : مجالات البحث

أولاً: المجال الزمني: حددت الباحثة المدة من 1/1/2021 إلى 15/3/2021 مجالاً زمنياً وتم بناء استمارة الأسئلة وعرضها على الخبراء للتحقق من صلاحيتها. (نعمان ، 1988 ، صفحة 37)، فضلاً عن توزيعها على الجمهور وجمع البيانات الخاصة بها وإجراء العمليات الإحصائية.

ثانياً: المجال المكاني: وقد تمثلت في جمهور مدينة بغداد المركز، أي جميع الساكنين داخل الحدود الإدارية لاقضية مدينة بغداد المركز وهي الكرخ والرصافة ومدينة الصدر الاولى والثانية، وتم إختيار عينة ممثلة لهذا الجمهور.

ثالثاً: المجال البشري: تمثل المجال البشري للبحث في جمهور مدينة بغداد المركز من الذين يتابعون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والذين تم اختيارهم على وفق احصائيات الجهاز المركزي للإحصاء/ وزارة التخطيط بحسب التقديرات السكانية لمدينة بغداد من الذين أعمارهم (18 عاماً فأكثر)، وأصبحوا (العينة المختارة) والذين أجريت عليهم الدراسة الميدانية.

ثامناً: تحديد المفاهيم

- الدوافع: يمكن تعريف الدافع بأنه (مجموعة من العناصر الداخلية تتحكم بسلوك الفرد، باعتبارها تكوينات مفترضة لا يمكن قياس مدى الاندفاع والتوجه إلا عن طريق التصرف ومدى الإستجابة لما عرض، وقد تكون في بعض الأحيان مؤثرة باتجاه دفع السلوك والتوجه الصحيح إذا ما أشبعت بشكل تام من خلال التعرض للوسيلة الإعلامية المرغوبة). (مكاوي و السيد، 1989، صفحة 77).
- التعرض: هو ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختبارياً للرسائل الإتصالية التي يمرون بها، إذ يجدونها ملائمة لاتجاهاتهم وأرائهم ويتجنبون الرسائل التي لا تفيدهم أو لا تتلاءم مع اتجاهاتهم الراهنة. (العمرى، 1986، صفحة 172).
- الجمهور: يشير للدلالة «على اعداد الناس الذين يستقبلون وسيلة أو رسالة إتصالية جماهيرية». (الهيبي، 1988، صفحة 37).
- القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة: هي تلك القنوات المتخصصة في تقديم البرامج الرياضية المتنوعة والقنوات الرياضية بصفة عامة تصنف بحسب تصنيف «اتحاد إذاعات الدول العربية» ضمن القنوات المعرفية التي تشمل القنوات العمومية والخاصة والجامعة (المتنوعة، العامة) والمتخصصة، وهي قنوات ذات مضامين جادة تستجيب لإحتياجات المشاهد الى المعرفة و المعلومة و الثقافة و التربية و البهجة، وتستجيب الى المواصفات الحرفية للعمل التليفزيوني. (الظاهر، 2020، صفحة 111).
- الإشباع: المقصود بها تلك الإشباعات التي يحصل عليها الأفراد وتتحقق لهم

بالفعل عبر استعمال وسائل الاتصال الجماهيري وتعرضهم لمحتوى رسائلها، وتتمثل في المنفعة أو القيمة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طياتها أو الفائدة التي يتضمنها المحتوى، أو بالخصائص التي تتمتع بها الوسيلة وتحقق الإشباع الحقيقي لحاجات الأفراد ودوافعهم. (مكاوي، 2009، صفحة 165).

تاسعاً: النظرية الموجهة للبحث

اعتمد البحث نظرية الإستخدامات والإشباع التي تقرر كيفية قيام العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله بخلق توقعات لإشباع حاجاته التي تلبّيها وسائل الاعلام، بوجود العلاقة بين الحافز والحاجة الداخلية للفرد والاستجابة لذلك الحافز. (Conway, 1991, pp. 343-344)

ويحقق منظور الإستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية هي: (Rubin, 1985, p. 207):

- السعي لاكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري إذ يربط (الان روبن) الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي عن طريق التأكيد على نمط السلوك الفردي إذ يكون الفرد هو وحدة التحليل (UNIT) وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء (Structure) وتكون ملاحظة سلوك الافراد عند استخدامهم وسائل الإتصال هي الأنشطة (Activities) وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع وسائل الإتصال والمحتوى أو الإهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف (Functions).
- بحسب كاتز وزملاءه فان نموذج الإستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض، هي: (مكاوي و السيد، 2006، صفحة 241).
- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبّي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الافراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم ومن ثم يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الإستدلاء على المعايير الثقافية السائدة عن طريق استخدامات الجمهور

وسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

عاشراً: دراسات سابقة

دراسة (الزيود، 2013) (دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك).

ترمي الدراسة إلى معرفة دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك, وقد استخدم الباحث الاستبانة التي تشمل على (31) فقرة موزعة على أربعة مجالات (المجال المعرفي والاجتماعي، والتربوي، والصحي), تمثلت عينة الدراسة بطلبة جامعة اليرموك المقبولين للدراسة في عام (2010\2011) وعام (2011-2012) إي ممن هم الان على مقاعد الدراسة في السنة الثانية والسنة الثالثة والبالغ عددهم (15.135) طالباً وطالبة، وبلغت عينة الدراسة (327) طالباً وطالبة من جميع كليات جامعة اليرموك (باستثناء طلبة كلية التربية الرياضية)، وأظهرت النتائج أن للقنوات الفضائية الرياضية دوراً ايجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية، إن المجال الاجتماعي والمعرفي فقد احتلا أعلى المجالات وبدرجة مرتفعة وتبين من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجال (المعرفي) لنشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الجنس ولصالح (الذكور)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات الأخرى. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على (المجال المعرفي والاجتماعي) في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الكلية ولصالح (الكليات العلمية). دراسة (شعبان، 2018) (فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب، مجلة الباحث الإعلامي).

يرمي البحث الى تحديد مدى مشاهدة الشباب البرامج الرياضية التلفزيونية وتأثير المشاهدة في مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب وتأثير المتغيرات الديموغرافية للشباب على مدى مشاهدة البرامج الرياضية، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (200) طالب من الذكور والإناث من كليات جامعة بغداد، فقد أعدت استمارة استبيان مكونة من محاور وأسئلة عدة لقياس مدى فاعلية البرامج الرياضية في ثقافة الشباب، واستخدم البرنامج الإحصائي spss لتفريغ البيانات واستخراج النتائج بالتكرارات والنسب المئوية والعلاقات الارتباطية وحساب الفروقات، وتوصل البحث إلى نتائج عدة من أهمها أن هناك تأثيراً قوياً للبرامج الرياضية في ثقافة الشباب للحصول على متوسطات حسابية عالية وهو ما يوضح مدى استجابة الشباب للبرامج الرياضية وتأثيرها في معلوماتهم في مجال الرياضة، وتم إثبات صحة الفرض الأول بوجود فروقات دالة إحصائية في المتغيرات الديموغرافية نحو مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية، ولم تثبت صحة الفرض الثاني إذ تبين عدم وجود علاقة ارتباط دالة بين مستوى الثقافة الرياضية ونوع البرامج الرياضية التي تشاهدها العينة.

نتائج البحث الميدانية

يعنى هذا المحور بالدراسة (ميدانياً) عملية تحليل إجابات المبحوثين الذين تم توزيع استمارة الإستبانة عليهم ضمن البحث والتي أسفرت عن قراءة لنتائج جداول بيانات المبحوثين وتطبيق العمليات الإحصائية والخروج بجملة مؤشرات ونتائج علمية لاسيما بعد التعامل معها كمياً، ويمكن الإشارة إليها على النحو الآتي:
أولاً: خصائص المبحوثين: في الجدول (1) يمثل الخصائص العامة للجمهور ضمن عينة البحث بحسب إجاباتهم وو موضح في الآتي:

جدول (1) يبين توزيع أفراد العينة بحسب الخصائص الديموغرافية

النسبة	التكرار	الفئة	السمة
70	140	ذكر	النوع
30	60	انثى	
%100	200	المجموع	
22.5	45	18-25	العمر
24.5	49	26-35	
20.0	40	36-45	
20.5	41	46-55	
12.5	25	56 فأكثر	
%100	200	المجموع	
18	36	عالي	المستوى الاقتصادي
49	98	متوسط	
33	66	ضعيف	
%100	200	المجموع	

- نوع المبحوثين: توزع المبحوثون على وفق جنسهم إلى «الذكور» وبلغ عددهم (140)، مبحوثاً ونسبتهم (70%)، ومثلوا المرتبة الأولى، و«الإناث» بلغن

(60)، مبحوثة ونسبتهم (30%)، ومثلن المرتبة الثانية إذ أن نسبة الذكور كانت هي النسبة الأكثر تمثيلاً في العينة.

- الفئة العمرية للمبحوثين: توزعت المعدلات العمرية للمشاركين في البحث بين مستويات عدة تم تقسيمهم على وفق الآتي من مستوى (35- 26 سنة) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الأولى ومثل هذا المستوى أو الجيل من الفئات العمرية للمبحوثين المعدل أو النسبة الأعلى بواقع (49)، مبحوثاً ونسبة (24.5%)، ومن مستوى (25- 18 سنة)، جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثانية وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (45)، مبحوثاً ونسبة (22.5%)، أما من مستوى (55-46)، جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثالثة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (41)، مبحوثاً ونسبة (20.5%)، ومن مستوى (45-36)، جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الرابعة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (40)، مبحوثاً ونسبة (20.0%)، وأخيراً وبالمرتبة الخامسة حلت الفئة العمرية (56 سنة فأكثر)، بواقع (25)، مبحوثاً ونسبتهم (12.5%)، انظر الجدول (1).
- المستوى الإقتصادي للمبحوثين: حصل المستوى المتوسط على المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (98)، ونسبة (49%)، وجاء مستوى ضعيف بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (66)، ونسبة (33%)، وأخيراً حصل المستوى الإقتصادي على المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغت (36)، ونسبة (18%)، وهذا يدل على أن المبحوثين الذين يتمتعون بالمستوى الإقتصادي العالي نادراً ما يتابعون البرامج الرياضية المتخصصة.

ثانياً: حجم تعرض الجمهور للقنوات وشدته وأنماطه للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة:

جدول (2) يُبين مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

الدلالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الحرية	قيمة كاي المحسوبة	النسبة	التكرار	البدائل
دال لصالح دائماً	5.99	2	81.28	60	120	دائماً
				32	64	أحياناً
				8	16	نادراً
200						المجموع

يُبين جدول (2)، أن الأغلبية من المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، يشاهدونها بصفة مستمرة «دائماً» بعدد تكرارات بلغت (120%)، ونسبة (60%)، وأما الذين يشاهدون هذه القنوات بصفة غير مستمرة

«أحياناً» جاءت في الترتيب الثاني بعدد تكرارات بلغت (64)، وبنسبة (32%)، وأخيراً الذين يشاهدونها «نادراً» بعدد تكرارات بلغت (16)، وبنسبة (8%). بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (81.28)، فيما كانت كاي الجدولية (5.99)، عند درجة حرية (2)، ومستوى دلالة (0.05)، ولأن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً لصالح أشاهدها (دائماً). وترجع الباحثة ارتفاع نسبة المشاهدة الدائمة إلى تعدد القنوات الفضائية الرياضية من ناحية ومن ناحية أخرى حب الجمهور لمتابعة المباريات الرياضية، ومتابعة الأخبار والتحليلات الرياضية المتعلقة بها، فضلاً عن أن مقدمي البرامج الرياضية من المشاهير في لعبة كرة القدم من معلقين وللاعبين سابقين أو محرري الموضوعات الرياضية في بعض الصحف، وأيضاً اختيار الضيوف من مشاهير اللعبة ورغبة الجماهير في معرفة آرائهم وتعليقاتهم على الأحداث الرياضية.

جدول (3) يبين الفترات التي يفضلها المبحوثون في مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

البدائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
فترة المساء الأولى (من 3 مساءً - 6 مساءً)	7	3.5				
فترة المساء الثانية (من 6 مساءً - 10 مساءً)	127	63.5	108.01	2	5.99	دال لصالح المساء الثانية (من 6 مساءً - 10 مساءً)
السهرة (من 10 مساءً - بعد منتصف الليل)	66	33				
200						المجموع

يتضح من جدول (3)، الفترات التي يفضلها المبحوثون في مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، جاءت الفترة المسائية الثانية من (6 مساءً - 10 مساءً)، بالمرتبة الأولى من بين الفترات الأخرى، إذ بلغ عدد المبحوثين الذين يُفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، بهذه الفترة (127)، وبحوثاً وبنسبة (63.5%)، وجاءت فترة السهرة (من 10 مساءً - بعد منتصف الليل)، بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (66)، وبنسبة (33%)، وبلغ عدد المبحوثين الذين يحرصون على مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة في الفترة المسائية الأولى (من

3 عصرًا - 6 مساءً)، (7)، مبحوثاً وبنسبة (3,5%)، وبذلك حصلت هذه الفئة على المرتبة الثالثة والأخيرة من بين الفترات الأخرى. بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (108.01)، فيما كانت كاي الجدولية (5.99)، عند درجة حرية (5)، ومستوى دلالة (0.05)، ولأن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً لصالح الفترة المسائية الثانية (من 6 مساءً - 10 مساءً).

تشير هذه النتائج إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين يفضلون الفترة المسائية الثانية بين السادسة مساءً والعاشر مساءً أكثر من غيرها، ويعود ذلك إلى أن الأحداث الرياضية تقام في فترة المساء، وكذلك انتهاء أغلب المبحوثين من أعمالهم وتفرغهم لمشاهدة برامجهم المفضلة في تلك القنوات.

جدول (4) يُبين تفضيل المشاهدة لدى المبحوثين في هذه الأوقات

البدائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
الوقت الوحيد المتاح	43	21.5	58.52	3	7.81	دال لصالح الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة والمميزة لدى
اجتماع الأسرة	30	15				
لتمضية وقت الفراغ	31	15.5				
الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة والمميزة لدى	96	48				
المجموع	200					

تشير نتائج جدول (4)، إلى أن غالبية المبحوثين يفضلون «الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة والمميزة» بعدد تكرارات بلغت (96)، مبحوثاً وبنسبة (48%)، يليها بالتفضيل «الوقت الوحيد المتاح لديهم» والتي بلغت التكرارات (43)، مبحوثاً وبنسبة (21.5%)، في حين بلغت تكرارات المبحوثين الذين يفضلون المشاهدة بهذه الأوقات «لتمضية وقت الفراغ» (31) وبنسبة (15.5%)، وأخيراً جاءت فئة التفضيل بـ«اجتماع الأسرة» بعدد تكرارات بلغت (30)، وبنسبة (15%).

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (58.52)، فيما كانت كاي الجدولية (7,81)، عند درجة حرية (3)، ومستوى دلالة (0.05)، ولأن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً (لصالح الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة والمميزة).

جدول (5) يُبين عدد الساعات اليومية التي يشاهد فيها المبحوثون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

الدالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الحرية	قيمة كاي المحسوبة	النسبة	التكرار	البدائل
				21	42	أقل من ساعة
دال لصالح من ساعة	5.99	2	42.52	55	110	من ساعة إلى ساعتين
إلى ساعتين				24	48	من ساعتين إلى أربع ساعات
			200			المجموع

يتضح من جدول (5)، عدد الساعات اليومية التي يشاهد فيها المبحوثون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، «من ساعة إلى ساعتين» قد بلغت (110)، مبحوثين وبنسبة (55%)، في حين بلغ عدد المبحوثين الذين يشاهدون هذه القنوات «من ساعتين إلى أربع ساعات» قد بلغت (48)، مبحوثاً و بنسبة (24%)، أما الذين يشاهدونها «أقل من ساعة» فقد بلغ (42)، مبحوثاً و بنسبة (21%). بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (42.52)، فيما كانت كاي الجدولية (5.99)، عند درجة حرية (2)، ومستوى دلالة (0.05)، ولإن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً دال (لصالح من ساعة إلى ساعتين).

يرجع السبب في كثافة المشاهدة العالية لعدد الساعات اليومية للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة إلى أن البرامج الرياضية التي تذاع مدتها الزمنية تتراوح من (60-90) دقيقة فأكثر والتي تتضمن أخباراً رياضية تشبع حاجة المبحوثين لمعرفة آخر المستجدات الرياضية فضلاً عن أن هذه المدة قد تكون كافية لمشاهدة أكثر من مباريات كرة القدم أو غيرها من الألعاب.

جدول (6) يُبين ترتيب القنوات الرياضية المتخصصة التي يفضل المبحوثون مشاهدتها(*)

القنوات العراقية			القنوات العربية			
النسبة المئوية	التكرارات	البديل	النسبة المئوية	التكرارات	البديل	ت
	112	الرياضية العراقية	71.8%	191	Bein sport	1

2	ابو ظبي الرياضية	62	23.3%	شباب سبورت	89	34.8%
3	دبي الرياضية	13	4.9%	دجلة	55	21.4%
	المجموع	266	100%		256	100%

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

يُبين جدول (6)، ان المبحوثين يفضلون مشاهدة قناة «Bein sport» من الفضائيات الرياضية العربية اذ جاءت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (191)، وبنسبة (71.8%)، في حين حلت قناة «ابو ظبي الرياضية» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (62)، وبنسبة (23.3%)، أما المرتبة الثالثة فجاءت قناة «دبي الرياضية» بعدد تكرارات بلغت (13)، وبنسبة (4.9%)، اما ترتيب القنوات الفضائية العراقية بأفضلية المشاهدة لدى المبحوثين فقد حلت قناة «الرياضية العراقية» بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (112)، وبنسبة (43.8%)، في حين حلت قناة «شباب سبورت» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (89)، وبنسبة (34.8%)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة قناة «دجلة» بعدد تكرارات بلغت (55)، وبنسبة (21.4%).

جدول (7) يُبين أين يشاهد المبحوثين الفضائيات الرياضية المتخصصة(*)

الرتبة	النسبة	العدد	البدايل
3	14.07	37	أشاهد في غرفتي
1	63.88	168	أشاهد في صالة البيت
2	22.05	58	أشاهد في المقهى
	100%	263	المجموع

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

يُبين جدول (7)، أن أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة «في صالة البيت» بعدد تكرارات بلغت (168)، وبنسبة (63.88%)، ثم تليها فئة «أشاهد في المقهى» بعدد تكرارات بلغت (58)، وبنسبة (22.05%)، وأخيراً «أشاهدها في غرفتي» بعدد تكرارات بلغت (37)، وبنسبة (14.07%).

جدول (8) يبين وجهة نظر المبحوثين بشأن مميزات القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة المفضلة لديهم(*)

الرتبة	النسبة	العدد	البدائل
1	34.52	146	نقل الأحداث الرياضية ساعة وقوعها
4	17.97	76	تستضيف محللين ومتخصصين في المجال الرياضي
5	6.38	27	التقنيات الحديثة المستخدمة في البث
3	19.39	82	تبت أخبار وتغطي جميع أنواع الرياضة
2	21.75	92	تقدم برامج متنوعة تلبي الرغبات والحاجات للجمهور الرياضي
	%100	423	المجموع

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

يُبين نتائج جدول (8)، أن الجمهور يفضل مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة التي تهتم «بنقل الأحداث الرياضية ساعة وقوعها» إذ حصلت على المرتبة الأولى بواقع (146)، مبحوثاً وبنسبة (34.52%)، في حين جاءت بالمرتبة الثانية في تفضيلاتهم «تقدم برامج متنوعة تلبي الرغبات والحاجات للجمهور الرياضي» بواقع (92)، مبحوثاً وبنسبة (21.75%)، تلتها المرتبة الثالثة في تفضيل المبحوثين المرتبطة بـ «تبت أخباراً وتغطي جميع أنواع الرياضة» بواقع (82)، مبحوثاً وبنسبة (19.39%)، فيما جاءت بالمرتبة الرابعة «تستضيف محللين ومتخصصين في المجال الرياضي» بواقع (76)، مبحوثاً وبنسبة (17.97%)، فيما حل تفضيل المبحوثين للميزات المتعلقة بـ التقنيات الحديثة المستخدمة في البث» بالمرتبة الخامسة والأخيرة بواقع (27)، مبحوثاً وبنسبة (6.38%)، وترجع الباحثة أن مشاهدة المبحوثين القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تتحكم فيه أسباب عدة يرتبط بعضها بالوسيلة فضلاً عن الدوافع المسبقة للمبحوثين في التعرض لمثل هذه القنوات الرياضية.

جدول (9) يبين ترقب المبحوثين للوقت المحدد لمشاهدة البرامج المفضلة لديهم في القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

البدائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
دائماً	104	52	32.83	2	5.99	دال لصالح دائماً
أحياناً	55	27.5				
نادراً	41	20.5				
المجموع			200			

يُبين نتائج جدول (9)، أن غالبية المبحوثين يترقبون بشكل «دائم» القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة إذ بلغ عدد التكرارات (104)، مبحوثٍ وبنسبة (25%)، وبلغ عدد المبحوثين الذين «أحياناً» ممن يترقبون الوقت المحدد بعدد تكرارات بلغت (55)، وبنسبة (27.5%)، وأخيراً بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى «نادراً» ما يترقبون الوقت المحدد لمشاهدة البرامج إذ بلغ (41)، مبحوثاً وبنسبة (20.5%). بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (32.83)، فيما كانت كاي الجدولية (5.99)، عند درجة حرية (2)، ومستوى دلالة (0.05)، ولإن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً دال (لصالح دائماً).

جدول (10) يُبين الفنون البرمجية التي يفضلها المبحوثون في القنوات الفضائية الرياضية (*)

الرتبة	النسبة	العدد	البدائل
2	25.55	127	الأخبار الرياضية
3	15.29	76	اللقاءات الرياضية
1	30.99	154	المباريات الرياضية
5	7.85	39	التحقيقات الرياضية
4	10.26	51	برامج التعريف بقواعد وقوانين الألعاب
6	5.84	29	برامج تعليم الألعاب والرياضات المختلفة
7	2.82	14	برامج الأرشيف الرياضي
8	1.41	7	برامج تعرض المنشآت الرياضية
	%100	497	المجموع

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

يُبين جدول (10)، أن معظم المبحوثين يفضلون «متابعة المباريات الرياضية» بعدد تكرارات بلغت (154)، وبنسبة (30.99%)، ثم تليها «الأخبار الرياضية» بعدد تكرارات بلغت (127)، وبنسبة (25.55%)، وتأتي بالدرجة الثالثة «اللقاءات الرياضية» بعدد تكرارات بلغت (76)، وبنسبة (15.29%).

جدول (11) يبين مناقشة المبحوثين لموضوعات القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بعد مشاهدتها.

الدلائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
دائماً	108	54	101.80	3	7.81	دال لصالح دائماً
أحياناً	37	18.5				
نادراً	44	22				
لا أناقش	11	5.5				
المجموع				200		

تبين من جدول (11)، نتائج إجابات المبحوثين «دائماً» يناقشون موضوعات القنوات الفضائية الرياضية وبواقع (108)، مبحوثاً ونسبتهم (54%)، وحلت بالمرتبة الأولى، وجاءت بالمرتبة الثانية من أشار إلى أنه «نادراً» يناقشون موضوعات القنوات الفضائية الرياضية وبواقع (44)، مبحوثاً ونسبة (22%)، فيما جاءت بالمرتبة الثالثة من أشار إلى أنهم «أحياناً» يناقشون موضوعات القنوات الفضائية الرياضية وبواقع (37)، مبحوثاً ونسبة (18.5%)، وأخيراً «لا أناقش» أشار (11)، مبحوثاً ونسبة (5.5%)، بالمرتبة الرابعة. إن مشاهدة المبحوثين لمضامين العديد من المواد في القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة قد هيئ الأرضية الصالحة لمناقشة هذه المضامين مع الآخرين فضلاً عن رغبة المشاهدين أنفسهم في تأكيد ما تعرضوا إليه من معلومات عبر مناقشتها مع الآخرين، وهذا مؤشر على إيجابية الجمهور ونشاطه بعد التعرض والتي تتمثل في تعليقات ومناقشات، وتتمثل في زيادة المعلومات بعد التعرض.

جدول (12) يبين مناقشة موضوعات القنوات الرياضية المتخصصة مع الآخرين

الدلائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
مع أفراد اسرتي	28	14.8	43.84	2	5.99	دال لصالح مع أصدقائي
مع أصدقائي	102	54.0				
في العمل	59	31.2				
المجموع				189		

يتضح من جدول (12)، إجابات المبحوثين لتبادل الرأي والنقاش مع الآخرين فيما

يخص المعلومات المحصلة من القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة على وفق المعطيات الآتية:

ارتفاع نسبة استخدام المعلومات لدى أفراد العينة عبر نقاشات «مع أصدقائي»، التي جاءت بالمرتبة الأولى، بعدد تكرارات بلغت (102)، وبنسبة (54.0%)، وتأتي بعدها تبادل الرأي والنقاش مع الزملاء» في العمل» والتي جاءت بالمرتبة الثانية، بعدد تكرارات بلغت (59)، وبنسبة (31.2%)، فيما أتت فئة «مع أفراد الاسرتي» بالمرتبة الأخيرة بعدد تكرارات بلغت (28) وبنسبة (14.8%)، بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (43.84) فيما كانت كاي الجدولية (5.99) عند درجة حرية (2)، ومستوى دلالة (0.05)، ولأن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً لصالح مع أصدقائي. وتدل تلك النتائج على أن نسبة كبيرة ممن يتابعون ويناقشون موضوعات القنوات الفضائية المتخصصة، مع الأصدقاء متفوقين بنسب أعلى كل من أفراد الأسرة وزملاء العمل، وهذا ما يؤشر دور الجماعة في تشكيل آراء متابعي هذه القنوات إذ تثار مناقشات في أثناء المشاهدة، ويتم تبادل وجهات النظر حول البرامج الرياضية، لاسيما في أثناء عرض مباراة كرة القدم الأمر الذي يسمح بتقييمها وتحليل نتيجة المباراة.

جدول (13) يبين مظاهر الاستمتاع للمباريات الرياضية لدى المبحوثين (*)

الرتبة	النسبة	العدد	البدائل
1	51.96	186	أستمع بالتعليق على المباريات
2	23.46	84	أستمع بطريقة الجمهور في التشجيع
3	13.69	49	معرفة أسماء المدن والأماكن التي تجري فيها هذه المباريات
4	7.54	27	تقليد تسريحات مشاهير اللاعبين
5	3.35	12	شراء الملابس والإكسسوارات والإعلام لفريقي المفضل
	100%	358	المجموع

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

جدول (13)، أظهرت نتائج التحليل أن فئة «استمتع بالتعليق على المباريات» قد حلت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (186)، وبنسبة (51.96%)، في حين حلت فئة «استمتع بطريقة الجمهور في التشجيع» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (84)، وبنسبة (23.46%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة «شراء الملابس والإكسسوارات والإعلام لفريقي المفضل» بعدد تكرارات بلغت (12)، وبنسبة (3.35%).

جدول (14) يبين كيفية اختيار المبحوثين للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة في المنزل

الدالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الحرية	قيمة كاي المحسوبة	النسبة	التكرار	البدائل
دال لصالح لدينا أكثر من جهاز	7.81	3	225.88	18.5	37	بالتشاور بين أفراد الأسرة
				8.5	17	أحترام رغبة رب الأسرة
				3	6	تقسيم الوقت بين أعضاء الأسرة
				70	140	لدينا أكثر من جهاز
200						المجموع

أظهرت نتائج التحليل في الجدول (14)، (كيفية اختيار المبحوثين للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة في المنزل)، فقد حلت فئة «لدينا أكثر من جهاز» بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (140)، وبنسبة (70%)، في حين حلت فئة «بالتشاور بين أفراد الأسرة» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (37)، وبنسبة (18.5%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة «تقسيم الوقت بين أعضاء الأسرة» بعدد تكرارات (6)، وبنسبة (3%)، أما قيمة كاي المحسوبة كانت (225.88)، ودرجة حرية (3)، فيما كانت قيمة كاي الجدولية (7.81)، وهو ما يؤشر دلالة لصالح الفئة الأولى والأعلى في تكراراتها وبنسبها المنوية (لدينا أكثر من جهاز).

جدول (15) يبين مصادر المبحوثين في معرفة اوقات عرض المواد الرياضية المضلة لديهم (*)

الرتبة	النسبة	العدد	البدائل
1	45.72	123	المتابعة الشخصية
3	18.22	49	توجيهات الأهل والأصدقاء
2	23.42	63	ترويجات وإعلانات البرامج
4	12.64	34	بالصدفة
	100%	269	المجموع

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

أظهرت نتائج التحليل أنّ فئة «المتابعة الشخصية» قد حلت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (123)، ونسبة (45.72%)، في حين حلت فئة «ترويجات وإعلانات البرامج» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (63)، ونسبة (23.42%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة «بالصدفة» بعدد تكرارات (34)، ونسبة مئوية (12.64%).

جدول (16) يُبين نوع جهاز الاستقبال الذي يمتلكه المبحوثين

البدائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
مفتوح	21	10.5	124.82	2	3.84	دال
مشفر	179	89.5				لصالح مشفر
المجموع			200			

أوضح جدول (16)، نتائج تحليل البيانات من إجابات الجمهور إذ أنّ الذين يملكون جهاز استقبال «مشفر» جاء بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (179)، مبحوثاً ونسبة (89.5%)، أما المرتبة الثانية فكانت للذين يملكون جهاز استقبال «مفتوح» بعدد تكرارات بلغت (21)، مبحوثاً ونسبة (10.5%). بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (124.82)، فيما كانت كاي الجدولية (3.84)، عند درجة حرية (2)، ومستوى دلالة (0.05)، ولأن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية فهي دالة إحصائياً دال لصالح مشفر.

جدول (17) يُبين تأثير مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الرياضية المشفرة نسبة الى القنوات الفضائية الرياضية المفتوحة

البدائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
دائماً	121	67.6	173.87	3	7.81	دال
أحياناً	21	11.7				لصالح دائماً
نادراً	22	12.3				
لا تؤثر	15	8.4				
المجموع			179			

في جدول (17)، أظهرت نتائج التحليل أنّ فئة «دائماً» قد حلت بالمرتبة الأولى بعدد

تكرارات بلغت (121)، وبنسبة (67.6%)، في حين حلت فئة «نادراً» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (22)، وبنسبة (12.3%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة «لا تؤثر» بعدد تكرارات بلغت (15)، وبنسبة (8.4%). وبنسبة لقيمة كاي المحسوبة كانت (173.87)، ودرجة حرية (3)، فيما كانت قيمة كاي الجدولية (7.81)، وهو ما يوشر دلالة لصالح الفئة الأولى الأعلى في تكراراتها (دائماً).

جدول (18) يبين أسباب مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الرياضية المشفرة (*)

الرتبة	النسبة	العدد	البدائل
4	20.55	90	مشاهدة برامجها المميزة
3	20.78	91	الرغبة في الحصول على كل ما هو جديد
1	29	127	الفورية في نقل وتغطية الأحداث الرياضية
5	8.22	36	لتمييزها عن الفضائيات الأخرى
2	21.46	94	تنفرد في نقل البطولات العالمي
	100%	438	المجموع

(*) يمكن اختيار أكثر من بديل

في جدول (18)، أظهرت نتائج التحليل أن فئة «الفورية في نقل وتغطية الأحداث الرياضية» قد حلت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (127)، وبنسبة (29%)، في حين حلت فئة «تنفرد في نقل البطولات العالمي» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (94)، وبنسبة (21.46%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة «لتمييزها عن الفضائيات الأخرى» بعدد تكرارات بلغت (36)، وبنسبة (8.22%).
ثالثاً: الدوافع والإشباع المتحققة لدى الجمهور من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة.

جدول (19) يبين الإشباع المعرفية المتحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

البدائل	التكرار	النسبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
كثيراً	126	63	80.29	2	5.99	دال لصالح كثيراً
إلى حد ما	43	21.5				
قليلاً	31	15.5				
المجموع			200			

في الجدول (19)، اظهرت نتائج التحليل لفئة أن فئة «كثيراً» قد حلت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (126)، ونسبة (63%)، في حين حلت فئة «الى حد ما» بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (43)، ونسبة (21.5%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة «قليلاً» بعدد تكرارات بلغت (31)، ونسبة (15.5%). وبالنسبة لقيمة كاي المحسوبة كانت (80.29)، ودرجة حرية (2)، فيما كانت قيمة كاي الجدولية (5.99)، وهو ما يؤشر دلالة لصالح الفئة الأولى الأعلى في تكراراتها ونسبها المئوية (كثيراً).

جدول (20) يبين الأوساط المرجحة والأوزان المئوية لفقرات مقياس درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

الرتبة	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	النسبة	التكرار	البدائل	الفقرة	ت
7	93.67	0.49	2.81	4	8	غير موافق	متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديك	1
				11.5	23	محايد		
				84.5	169	موافق		
9	90.33	0.63	2.71	9.5	19	غير موافق	متابعة نشاط الفريق المفضل لديك	2
				10.0	20	محايد		
				80.5	161	موافق		
1	100	0	3	0	0	غير موافق	الحصول على المعلومات الرياضية	3
				0	0	محايد		
				100	200	موافق		
2	100	0	3	0	0	غير موافق	متابعة آخر الأخبار الرياضية	4
				0	0	محايد		
				100	200	موافق		
5	94	0.5	2.82	5	10	غير موافق	الترفيه والتسلية	5
				8	16	محايد		
				87	174	موافق		

14	40.67	0.56	1.22	85	170	غير موافق	الهروب من المشاكل الاسرية	٦
				8	16	محايد		
				7	14	موافق		
13	59.67	0.69	1.79	36.5	73	غير موافق	الهروب من الضغوط الإجتماعية	٧
				48	96	محايد		
				15.5	31	موافق		
11	73.67	0.65	2.21	12.5	25	غير موافق	الأستماع للتعليق باللغة العربية	٨
				54	108	محايد		
				33.5	67	موافق		
10	79.67	0.89	2.39	27.5	55	غير موافق	متابعة الأستوديو التحليلي الخاص بالأحداث	٩
				6.5	13	محايد		
				66	132	موافق		
8	91	0.45	2.73	0	0	غير موافق	أجد فيها معلومات لا أجدها في القنوات الرياضية الأخرى	١٠
				27.5	55	محايد		
				72.5	145	موافق		
12	68.67	0.78	2.06	28	56	غير موافق	غياب المنافس في القنوات الأخرى	١١
				38.5	77	محايد		
				33.5	67	موافق		
3	96.67	0.31	2.9	0	0	غير موافق	متابعة البرامج الرياضية التي تقدمها القنوات	١٢
				10.5	21	محايد		
				89.5	179	موافق		
6	93.67	0.41	2.81	0.5	1	غير موافق	أحترافية النقل وتغطية الاحداث	١٣
				18	36	محايد		
				81.5	163	موافق		

				4.5	9	غير موافق	متابعة تغطية غالبية الأحداث الرياضية	
			2.89	2.5	5	محايد		١٤
4	96.33	0.44		93.0	186	موافق	على مستوى العالم.	

بُغية الكشف عن أهم الحاجات أو الدوافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، إذ جرى وضع مقياس ثلاثي على وفق خيارات (غير موافق، محايد، موافق)، لأجل الوقوف عند درجة اتفاق المبحوثين بشأنها، إذ جاءت اجابات المبحوثين ان (200)، فرد من افراد عينة البحث وبنسبة بلغت (100%)، يتفق مع أن الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة هو «الحصول على المعلومات الرياضية» وقد بلغ الوسط المرجح (3%)، وبانحراف معياري (0%) وبوزن منوي (100%)، ويعني ذلك أن إجابات المبحوثين كانت تتجه نحو الاتفاق. وجاءت بالمرتبة الثانية فئة «متابعة آخر الأخبار الرياضية» إذ وافق (200)، مبحوث وبنسبة بلغت (100%)، وقد بلغ الوسط المرجح (3%)، وبانحراف معياري (0%) وبوزن منوي (100%)، ويعني ذلك أن إجابات المبحوثين كانت تتجه نحو الاتفاق، وجاءت بالمرتبة الأخيرة فئة «الهروب من المشاكل الأسرية» بواقع (174)، مبحوثاً غير موافق وبنسبة بلغت (85%)، إذ وافق (14)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (7%)، وبلغ عدد اجابات المحايد (16)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (8%)، وقد بلغ الوسط المرجح (1.22%)، وبانحراف معياري (0.56%) وبوزن منوي (40.67%)، كما موضح في الجدول (20).

جدول (21) يُبين الأوساط المرجحة والأوزان المنوية لفقرات مقياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

الرتبة	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	النسبة	التكرار	البدائل	الفقرة	ت
4	98.33	0.23	2.95	0	0	غير موافق	عززت معلوماتك الرياضية	1
				5.5	11	محايد		
				94.5	189	موافق		
2	99	0.18	2.97	0	0	غير موافق	معرفتي لآخر الأخبار الرياضية	٢
				3.5	7	محايد		
				96.5	193	موافق		

7	95.67	0.46	2.87	4.5	9	غير موافق	3	ساعدتني على متابعة الأحداث الرياضية المفضلة
				4.5	9	محايد		
				91	182	موافق		
3	98.67	0.2	2.96	0	0	غير موافق	4	زيادة المعرفة بالأحداث الرياضية في العام
				4	8	محايد		
				96	192	موافق		
14	70	0.88	2.1	34	68	غير موافق	5	ساعدتني في تكوين ميولي الرياضية
				22	44	محايد		
				44	88	موافق		
9	88.33	0.53	2.65	2.5	5	غير موافق	6	معرفة أنماط رياضات الشعوب الأخرى
				30.5	61	محايد		
				67	134	موافق		
6	96.67	0.31	2.9	0	0	غير موافق	7	التسلية والاستمتاع ببرامج رياضية جديدة
				10.5	21	محايد		
				89.5	179	موافق		
5	97	0.29	2.91	0	0	غير موافق	8	ساهمت في تعزيز حبك في الألعاب الرياضية
				9.5	19	محايد		
				90.5	181	موافق		
13	70.67	0.9	2.12	35.5	71	غير موافق	9	ساهمت في تنمية طموحك في المجال الرياضي
				17.5	35	محايد		
				47	94	موافق		
8	89.67	0.63	2.69	9	18	غير موافق	10	ساهمت في تعزيز الثقة في النفس واتباع العادات الصحية السليمة
				13.5	27	محايد		
				77.5	155	موافق		

11	74	0.86	2.22	28	56	غير موافق	تساعدني على توقع مسارات الأحداث الرياضية في المستقبل	11
				22.5	45	محايد		
				49.5	99	موافق		
10	74	0.81	2.22	24.5	49	غير موافق	ساهمت في تحسين ثقافتي القانونية في الألعاب الرياضية	12
				29.5	59	محايد		
				46.0	92	موافق		
1	100	0	3	0	0	غير موافق	لأهتمامي بأخبار نجوم الرياضة وأخبار اللاعبين	13
				0	0	محايد		
				100	200	موافق		
12	70.67	0.94	2.12	39	78	غير موافق	ساهمت في توسيع مداركي لاتخاذ القرار والرأي الرياضي	14
				10.5	21	محايد		
				50.5	101	موافق		

جدول (21)، يُبين الأوساط المرجحة والأوزان المئوية لفقرات مقياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، إذ جاءت فئة « لأهتمامي بأخبار نجوم الرياضة وأخبار اللاعبين » في مقدمة الفئات إذ وافق (200)، مبحوثٍ وبنسبة بلغت (100%)، وقد بلغ الوسط المرجح (3%)، وبتحرف معياري (0%) وبوزن منوي (100%)، ويعني ذلك أن إجابات المبحوثين كانت تتجه نحو الاتفاق، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة « معرفتي لآخر الأخبار الرياضية » إذ وافق (193)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (96.5%)، وبلغ عدد اجابات المحايد (7)، وبنسبة بلغت (3.5%)، وقد بلغ الوسط المرجح (2.97%)، وبتحرف معياري (0.18%) وبوزن منوي (99%)، ويعني ذلك أن إجابات المبحوثين كانت تتجه نحو الاتفاق، وجاءت بالمرتبة الأخيرة فئة « ساعدتني على تكوين ميولي الرياضية » إذ وافق (88)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (44%)، وبلغ عدد اجابات المحايد (44)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (22%)، وبلغ عدد المبحوثين غير الموافقين (68%)، وبنسبة مئوية (34%)، وقد بلغ الوسط المرجح (2.1%)، وبتحرف معياري (0.88%) وبوزن منوي (70%). انظر جدول (21).

الفرض الأول: قياس درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة.

ولتحقيق هذا الفرض قامت الباحثة بصياغة الفرضية الصفرية الآتية: الفرضية: لا يوجد فرق دال احصائياً عند مستوى (0.05)، بين الوسطين الحسابي والفرضي

(النظري) على مقياس درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة.

وللتحقق من هذه الفرضية قامت الباحثة بتطبيق المقياس على أفراد عينة البحث البالغ عددهم (200)، فرد وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجاتهم على المقياس بلغ (35.45)، درجة وبانحراف معياري مقداره (3.48)، درجة وعند موازنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي⁽¹⁾ للمقياس والبالغ (28)، درجة وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة تبين أن الفرق دال إحصائياً ولصالح المتوسط الحسابي، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1.96)، بدرجة حرية (199)، ومستوى دلالة (0.05)، والجدول (22)، يوضح ذلك.

جدول (22) يُبين الاختبار التائي للفرق بين متوسط العينة والمتوسط الفرضي لمقياس درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	الدلالة
200	35.45	3.48	28	30.27	1.96	199	دال

تشير نتيجة الجدول (22)، الى ان درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بمستوى مرتفع. الفرض الثاني: قياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة.

لتحقيق هذا الفرض قامت الباحثة بصياغة الفرضية الصفرية الآتية: الفرضية: لا يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05)، بين الوسطين الحسابي والفرضي (النظري)، على مقياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة. وللتحقق من هذه الفرضية قامت الباحثة بتطبيق المقياس على أفراد عينة البحث البالغ عددهم (200)، فرد وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجاتهم على المقياس بلغ (36.63)، درجة وبانحراف معياري مقداره (3.96)، درجة وعند موازنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي⁽²⁾ للمقياس والبالغ (28)، درجة ، وباستعمال الاختبار التائي (t-test)، لعينة واحدة تبين أن الفرق دال إحصائياً ولصالح المتوسط الحسابي، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1.96)، بدرجة حرية (199)، ومستوى دلالة (0.05)، والجدول (23)، يوضح ذلك.

1 تم استخراج المتوسط الفرضي للمقياس وذلك من خلال جمع أوزان بدائل المقياس الثلاث وقسمتها على عددها ثم ضرب الناتج في عدد فقرات المقياس والبالغة (14) فقرة.

2 تم استخراج المتوسط الفرضي للمقياس وذلك من خلال جمع أوزان بدائل المقياس الثلاث وقسمتها على عددها ثم ضرب الناتج في عدد فقرات المقياس والبالغة (14) فقرة.

جدول (23) يُبين الاختبار التائي للفرق بين متوسط العينة والمتوسط الفرضي لمقياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	الدلالة
200	36.63	3.96	28	30.83	1.96	199	دال

تشير نتيجة الجدول (23)، الى ان درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بمستوى مرتفع.

الفرض الثالث: يُبين لنا العلاقة الارتباطية بين الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة ودرجة الإشباع المتحققة من هذه القنوات.

لتحقيق هذا الفرض قامت الباحثة بصياغة الفرضية الصفرية الآتية: الفرضية: لا توجد علاقة دال احصائياً عند مستوى (0.05)، بين الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة ودرجة الإشباع المتحققة من هذه القنوات.

لتحقيق هذا الهدف تم استعمال معامل ارتباط (بيرسون)، Pearson لحساب معامل الارتباط بين الدرجات الكلية التي حصل عليها أفراد العينة على مقياس الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة ومقياس ودرجة الإشباع المتحققة من هذه القنوات، وقد تبين من النتائج أن هناك علاقة طردية دالة إحصائياً بين الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة ومقياس ودرجة الإشباع المتحققة من هذه القنوات إذ كانت قيمة الارتباط المحسوب والبالغة (0.35)، أعلى مقارنة مع قيمة معامل ارتباط بيرسون الجدولية البالغة (0.14)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (198) .

الفرض الرابع: التعرف إلى دلالة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (النوع).

ولتحقيق هذا الفرض قامت الباحثة بصياغة الفرضية الصفرية الآتية: الفرضية: عدم وجود فروق دالة احصائياً عند مستوى (0.05)، في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (النوع): ولتحقيق هذه الفرضية قامت الباحثة باستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين، والجدول (24)، يوضح ذلك:

جدول (24) يُبين الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لتعرف الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (النوع)

العينة	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	التائية المحسوبة	التائية الجدولية	الدلالة
200	ذكر	140	35.60	2.80	0.93	1.96	غير دال
	أنثى	60	35.10	4.71			

يتبين من الجدول (24)، أنه ليس هناك فرق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بحسب متغير النوع، وذلك لأن القيمة التائية المحسوبة أقل من القيمة التائية الجدولية البالغة (1.96)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (198)، لذا تقبل الفرضية الصفرية وترفض البديلة. الفرض الخامس: معرفة دلالة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (النوع). لتحقيق هذا الفرض قامت الباحثة بصياغة الفرضية الصفرية الآتية: الفرضية: عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (النوع): ولتحقيق هذه الفرضية قامت الباحثة باستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين والجدول (25)، يوضح ذلك:

جدول (25) يُبين الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للتعرف إلى الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (النوع)

العينة	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	التائية المحسوبة	التائية الجدولية	الدلالة
200	ذكر	140	37.41	3.78	4.47	1.96	دال
	أنثى	60	34.80	3.79			

تبين من الجدول (25)، أن هناك فرقاً في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بحسب متغير النوع ولصالح الذكور، وذلك لأن

القيمة التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (1.96)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (198)، لذا تقبل الفرضية البديلة وترفض الصفرية. الفرض السادس: التعرف على دلالة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر). الفرضية: عدم وجود فرق ذي دلالة أحصائية عند مستوى (0.05)، في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر): ولتحقيق هذه الفرضية استعملت الباحثة تحليل التباين الأحادي Way One Anova، والجدولين (26-27)، يوضحان ذلك.

جدول (26) يُبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر)

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
18-25	45	37.22	1.96
26-35	49	34.37	2.26
36-45	40	35.13	2.00
46-55	41	35.68	5.94
فاكثر 56	25	34.52	2.90
الكلي	200	35.45	3.48

جدول (27) يُبين تحليل التباين الاحادي للكشف عن دلالة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	الدلالة
S.of.v	S.of.s	D.F	M.S	F	Sig
بين المجموعات	226.841	4	56.710	5.06	دال
داخل المجموعات	2184.659	195	11.203		
الكلي	2411.500	199	---		

تشير النتيجة أعلاه الى أن هناك فرقاً دال احصائياً في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر)، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (5.06)، وهي أعلى من القيمة الفائية الجدولية والبالغة (2.37)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (195-4). لمعرفة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً للمستويات العمرية المختلفة تم استعمال اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، والجدول (28)، يوضح ذلك:

جدول (28) يُبين قيم الفروق بين الأوساط وقيم شيفيه الدرجة لمعرفة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً العمر

المقارنات	العدد	المتوسط الحسابي	الفرق بين الوسطين	قيمة شيفيه الدرجة	الدلالة
18-25	45	37.22	2.85	2.13	دال عند 0.05 لصالح 18-25
26-35	49	34.37			
18-25	45	37.22	2.10	2.24	غير دال عند 0.05
36-45	40	35.13			
18-25	45	37.22	1.54	2.22	غير دال عند 0.05
46-55	41	35.68			
18-25	45	37.22	2.70	2.57	دال عند 0.05 لصالح 18-25
فاكثر 56	25	34.52			
26-35	49	34.37	0.76	2.20	غير دال عند 0.05
36-45	40	35.13			
26-35	49	34.37	1.32	2.18	غير دال عند 0.05
46-55	41	35.68			
26-35	49	34.37	0.15	2.53	غير دال عند 0.05
فاكثر 56	25	34.52			
36-45	40	35.13	0.56	2.29	غير دال عند 0.05
46-55	41	35.68			
36-45	40	35.13	0.61	2.63	غير دال عند 0.05
فاكثر 56	25	34.52			
46-55	41	35.68			
فاكثر 56	25	34.52	1.16	2.62	غير دال عند 0.05

الفرض السابع: التعرف على دلالة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للفتوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر).
الفرضية: عدم وجود فرق ذي دلالة أحصائية عند مستوى (0.05)، في درجة

الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تتبعاً لمتغير (العمر): ولتحقيق هذه الفرضية أستعملت الباحثة تحليل التباين الاحادي -Way Ano- One va، والجدولين (29-30)، يوضحان ذلك.

جدول (29) يُبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر)

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
18-25	45	39.11	2.88
26-35	49	36.43	3.40
36-45	40	36.40	4.35
46-55	41	34.10	3.43
فاكثر 56	25	37.04	4.27
الكلي	200	36.63	3.96

جدول (30) يُبين تحليل التباين الاحادي للكشف عن دلالة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر)

مصدر التباين s.of.v	مجموع المربعات s.of.s	درجة الحرية D.F	متوسط المربعات M.S	القيمة الفاتية F	الدلالة Sig
بين المجموعات	548.261	4	137.065	10.41	دال
داخل المجموعات	2566.614	195	13.162		
الكلي	3114.875	199	---		

تشير النتيجة أعلاه الى أنّ هناك فرقاً دال احصائياً في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (العمر)، إذ بلغت القيمة الفاتية المحسوبة (10.41)، وهي أعلى من القيمة الفاتية الجدولية والبالغة (2.37)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (4-195). ولمعرفة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً للمستويات العمرية المختلفة تم استعمال اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، والجدول (31)، يوضح ذلك:

جدول (31) يُبين قيم الفروق بين الاوساط وقيم شيفيه الدرجة لتعرف الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير العمر

المقارنات	العدد	المتوسط الحسابي	الفرق بين الوسطين	قيمة شيفيه الدرجة	الدلالة
18-25	45	39.11			دال عند 0.05
26-35	49	36.43	2.68	2.31	لصالح 18-25
18-25	45	39.11			دال عند 0.05
36-45	40	36.40	2.71	2.43	لصالح 18-25
18-25	45	39.11			دال عند 0.05
46-55	41	34.10	5.01	2.41	لصالح 18-25
18-25	45	39.11			غير دال عند 0.05
فاكثر 56	25	37.04	2.07	2.79	
26-35	49	36.43			غير دال عند 0.05
36-45	40	36.40	0.03	2.38	
26-35	49	36.43			غير دال عند 0.05
46-55	41	34.10	2.33	2.36	
26-35	49	36.43			غير دال عند 0.05
فاكثر 56	25	37.04	0.61	2.75	
36-45	40	36.40			غير دال عند 0.05
46-55	41	34.10	2.30	2.48	
36-45	40	36.40			غير دال عند 0.05
فاكثر 56	25	37.04	0.64	2.85	

غير دال عند			34.10	41	46-55
0.05	2.83	2.94	37.04	25	فاكثر 56

الفرض الثامن: التعرف على دلالة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي).
الفرضية: عدم وجود فرض ذي دلالة أحصائية عند مستوى (0.05)، في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي): ولتحقيق هذه الفرضية أستعملت الباحثة تحليل التباين الاحادي (One Way Anova، والجدولين (33-34)، يوضحان ذلك.

جدول (33) يُبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي)

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عالي	36	36.03	1.99
متوسط	98	35.28	2.51
ضعيف	66	35.39	5.03
الكلي	200	35.45	3.48

جدول (34) يُبين تحليل التباين الاحادي للكشف عن دلالة الفروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي)

الدلالة Sig	القيمة الفائية F	متوسط المربعات M.S	درجة الحرية D.F	مجموع المربعات s.of.s	مصدر التباين s.of.v
غير دال	0.63	7.604	2	15.209	بين المجموعات
		12.164	197	2396.291	داخل المجموعات
		---	199	2411.500	الكلي

تشير النتيجة أعلاه الى أنه ليس هناك فرقاً دالاً أحصائياً في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي)، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (0.63)، وهي أقل من القيمة الفائية الجدولية وبالغلة (3)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (2-197).

الفرض التاسع: التعرف على دلالة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي).
الفرضية: لا يوجد فرق ذو دلالة أحصائية عند مستوى (0.05)، في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي): ولتحقيق هذه الفرضية ستعملت الباحثة تحليل التباين الأحادي **Way One Anova**، والجدولين (35-36)، يوضحان ذلك.

جدول (35) يُبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي)

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عالي	36	38.31	3.84
متوسط	98	36.15	3.35
ضعيف	66	36.41	4.62
الكلي	200	36.63	3.96

جدول (36) يُبين تحليل التباين الأحادي للكشف عن دلالة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي)

الدلالة Sig	القيمة الفائية F	متوسط المربعات M.S	درجة الحرية D.F	مجموع المربعات s.of.s	مصدر التباين s.of.v
دال	4.17	63.289	2	126.577	بين المجموعات
		15.169	197	2988.298	داخل المجموعات
		---	199	3114.875	الكلي

وتشير النتيجة أعلاه الى أن هناك فرق دال احصائياً في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً لمتغير (المستوى الاقتصادي)، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (4.17)، وهي أعلى من القيمة الفائية الجدولية والبالغة (3)، عند مستوى (0.05)، ودرجة حرية (2-197). ولمعرفة الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً للمستويات الاقتصادية المختلفة تم استعمال اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، والجدول (37)، يوضح ذلك.

جدول (37) يُبين قيم الفروق بين الأوساط وقيم شيفيه الدرجة لتعرف الفروق في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة تبعاً للمستوى الاقتصادي

المقارنات	العدد	المتوسط الحسابي	الفرق بين الوسطين	قيمة شيفيه الدرجة	الدلالة
عالي	36	38.31	2.15	1.86	دال عند 0.05 لصالح عالي
متوسط	98	36.15			
عالي	36	38.31	1.90	1.98	غير دال عند 0.05
ضعيف	66	36.41			
متوسط	98	36.15	0.26	1.52	غير دال عند 0.05
ضعيف	66	36.41			

النتائج

- بعد استعراض نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة قوامها (200) مبحوث، وتناولت (دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة عنه)، توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج وهي كالآتي:
- أوضحت نتائج البحث أن غالبية المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، بصفة مستمرة «دائماً» بعدد تكرارات بلغت (١٢٠٪)، مبحوثاً وبنسبة (٦٠٪)
 - أظهرت نتائج البحث أن المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة في الفترة المسائية الثانية من (٦ مساءً - ١٠ مساءً)، بعدد تكرارات بلغت (١٢٧)، مبحوثاً وبنسبة (٦٣,٥٪)،
 - بينت نتائج البحث أن عدد الساعات اليومية التي يشاهد فيها المبحوثون القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، هي «من ساعة إلى ساعتين» بعدد تكرارات بلغت (١١٠)، مبحوثاً وبنسبة (٥٥٪).
 - كشفت نتائج البحث عن أن المبحوثين يفضلون مشاهدة قناة «Bein sport» من الفضائيات العربية إذ جاءت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (١٩١)، وبنسبة (٧١,٨٪)، فيما حلت قناة «الرياضية العراقية» بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (١١٢)، مبحوثاً وبنسبة (٤٣,٨٪)، من ضمن القنوات العراقية المفضلة لدى المبحوثين.
 - أن أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة «في صالة البيت» بعدد تكرارات بلغت (١٦٨)، مبحوثاً وبنسبة (٦٣,٨٨٪).
 - كشفت نتائج البحث عن أن الجمهور يفضل القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة

- التي تهتم «بنقل الأحداث الرياضية ساعة وقوعها» بواقع (١٤٦)، مبحوثاً وبنسبة (٣٤,٥٢٪)، ويتربعون الوقت المحدد لمشاهدة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بواقع (١٠٤)، مبحوثاً وبنسبة (٢٥٪).
- يُفضل غالبية المبحوثين «متابعة المباريات الرياضية» بواقع (١٥٤)، مبحوثاً وبنسبة (٣٠,٩٩٪)، و«دائماً ما» يناقشون موضوعات القنوات الفضائية الرياضية بواقع (١٠٨)، مبحوث وبنسبة (٥٤٪)، ويتبادلون الرأي والنقاش مع أصدقائهم فيما يخص المعلومات المحصلة من القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بعدد (١٠٢٪)، مبحوثاً وبنسبة (٥٤,٠٪).
- بينت نتائج البحث أن المصدر الرئيس لمعرفة أوقات عرض المواد الرياضية المفضلة لدى أفراد العينة هو «المتابعة الشخصية» بعدد تكرارات بلغت (١٢٣)، مبحوثاً وبنسبة (٤٥,٧٢٪).
- أظهرت نتائج البحث ان من أبرز اسباب مشاهدة المبحوثين للفضائيات الرياضية المشفرة هي «الفورية في نقل وتغطية الأحداث الرياضية» فقد بلغت عدد التكرارات (١٢٧)، مبحوثاً وبنسبة (٢٩٪).
- أوضحت نتائج البحث أنّ القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة أشبعت كثيراً الفضول المعرفي للأفراد العينة عن تداعيات الأحداث الرياضية» بعدد تكرارات بلغت (١٢٦)، وبنسبة (٦٣٪).
- بينت نتائج المقياس أنّ من أهم الحاجات أو الدوافع المتحققة لأفراد عينة البحث نتيجة التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، هو«الحصول على المعلومات الرياضية» إذ جاءت اجابات المبحوثين ان (٢٠٠)، فرد من أفراد عينة البحث وبنسبة بلغت (١٠٠٪)، يتفق مع أنّ الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة هو«الحصول على المعلومات الرياضية»، وكذلك، متابعة آخر الأخبار الرياضية» وقد بلغ الوسط المرجح (٣٪)، وبتأخراف معياري (٠٪)، وبوزن منوي (١٠٠٪)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفئة «الهروب من المشاكل الأسرية»، بوسط مرجح بلغ (١,٢٢)، وبتأخراف معياري (٠,٥٦)، وبوزن منوي (٤٠,٦٧٪).
- بينت نتائج المقياس أنّ من أهم الإشباع المتحققة للأفراد عينة البحث نتيجة التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، هو«الاهتمام بأخبار نجوم الرياضة وأخبار اللاعبين» إذ وافق (٢٠٠)، مبحوث وبنسبة بلغت (١٠٠٪)، وقد بلغ الوسط المرجح (٣٪)، وبتأخراف معياري (٠٪) وبوزن منوي (١٠٠٪)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة« معرفتي لآخر الأخبار الرياضية » إذ وافق (١٩٣)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٦,٥٪)، وبلغ عدد اجابات المحايد (٧)، وبنسبة بلغت (٣,٥٪)، وقد بلغ الوسط المرجح (٢,٩٧٪)، وبتأخراف معياري (٠,١٨٪) وبوزن منوي (٩٩٪)، ويعني ذلك أنّ إجابات المبحوثين كانت تتجه نحو الاتفاق، اما بالمرتبة الأخيرة جاءت الفئة «ساعدتني على تكوين ميولي الرياضية » إذ وافق (٨٨)، مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٤٪)، وبلغ عدد اجابات المحايد(٤٤)، مبحوثاً

وبنسبة بلغت (٢٢٪)، وبلغ عدد المبحوثين غير الموافقين (٦٨٪)، وبنسبة مئوية (٣٤٪) وقد بلغ الوسط المرجح (٢,١٪)، وبتحرف معياري (٠,٨٨٪) وبوزن منوي (٧٠٪).

- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والدوافع المتعلقة من هذا التعرض، وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجات المبحوثين على المقياس بلغ (٣٥,٤٥)، درجة وبتحرف معياري مقداره (٣,٤٨)، وتشير النتيجة إلى أن درجة الحاجة أو الدافع بهذا التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بمستوى مرتفع.
- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المترتبة من هذا التعرض، وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجات المبحوثين على المقياس بلغ (٣٦,٦٣)، درجة وبتحرف معياري مقداره (٣,٩٦) درجة، وتشير النتيجة إلى أن درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بمستوى مرتفع.
- عدم وجود فروق في درجة الحاجة أو الدافع من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بحسب متغير(النوع)، وذلك لأن القيمة التائية المحسوبة أقل من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦)، عند مستوى (٠,٠٥)، ودرجة حرية (١٩٨)، لذا تقبل الفرضية الصفرية وترفض البديلة.
- عدم وجود في درجة الإشباع المتحققة من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة بحسب متغير(النوع) ولصالح الذكور، وذلك لأن القيمة التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦)، عند مستوى (٠,٠٥)، ودرجة حرية (١٩٨)، لذا تقبل الفرضية البديلة وترفض الصفرية.

المصادر العربية

- أبو النجا العمري. (١٩٨٦). الاتصال في الخدمة الجامعية. دمشق: دار المعرفة الجامعية.
- أفنان محمد شعبان. (٢٠١٨). فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب: دراسة ميدانية. مجلة الباحث الإعلامي، ١٠(٤٠)، الصفحات ١٣١-١٤٢.
- بركات عبد العزيز. (٢٠١٢). مناهج البحث الاعلامي: الاصول النظرية ومهارات التطبيق. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- حسن عماد مكاوي. (٢٠٠٩). نظريات الإعلام. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (٢٠٠٦). الإتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد ٦). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (١٩٨٩). علم النفس التربوي. مصر: دار الفكر العربي.

- حمدي عبد الظاهر . (٢٠٢٠). القنوات الفضائية المتخصصة. الجزائر: دار ضمة للنشر والتوزيع.
- خالد محمود الزيود. (٢٠١٣). دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٢١٤.
- محمود حسن اسماعيل. (٢٠١١). مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: دار الفكر العربي.
- هادي الهيبي نعمان . (١٩٨٨). الإتصال الجماهيري: المنظور الجديد، الموسوعة الصغيرة. بغداد: دار الشؤون الثقافية.

Referenses

- Conway, J. C. (1991). Psychological Predictors of T.V Viewing Motivation. *Communication Research*, 18(4), pp. 443-463.
- Rubin, A. M. (1985). *Uses and Gratifications: Quasificational Analysis* In g R Dominick Sage Fletcher eds *Broadcasting. Research Methods* Massachusetts: S Bacon Inc.
- Abu Naga Omari. (1986). *Contact the university service*. Damascus: University Knowledge House.
- Afnan Mohamed Shaaban. (2018). The effectiveness of sports television programs in developing sports culture among youth: a field study. *Journal of the Media Researcher*, 10(40), pages 131-142.
- Barakat Abdel Aziz. (2012). *Media research methods: theoretical foundations and application skills*. Cairo: Modern Book House.
- Hassan Emad Makkawi. (2009). *media theories*. Cairo: Arab House for Publishing and Distribution.
- Hassan Imad Makkawi, and Laila Hussein Al-Sayed. (2006). *Communication and its contemporary theories (Volume 6)*. Cairo: The Egyptian Lebanese House.
- Hassan Emad Makkawi, and Layla Hussein El-Sayed. (1989). *Educational psychology*. Egypt: Arab Thought House.
- Hamdi Abdel-Zaher. (2020). *Specialized satellite channels*. Algeria: Dar Damma for Publishing and Distribution.
- Khaled Mahmoud Al-Zyoud. (2013). The role of watching sports satellite channels in spreading sports culture among Yarmouk University students. *Journal of the Islamic University of Educational and Psychological Studies*, 214.
- Mahmoud Hassan Ismail. (2011). *Media research methods*. Cairo: Arab Thought House.
- Hadi Al-Hiti Noaman. (1988). *Mass Communication: The New Perspective, The Small Encyclopedia*. Baghdad: House of Cultural Affairs.