

جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر
كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم السمي البصري



الشعبة: علوم إنسانية / الفرع: علوم الإعلام والاتصال التخصص: سمي بصري

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة
نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر
دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة 2

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إعداد الطالب (ة)

بلعطار ريمة

السنة الجامعية: 2024/2023

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة
نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر
دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة 2

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إشراف الأستاذة:

د. مريم زعتر

إعداد الطالبة

بلعطار ريمة

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

عضوا

عضوا

عضوا

عضوا

جامعة قسنطينة 3

جامعة قسنطينة 3

جامعة سكيكدة

جامعة سطيف

جامعة أم البواقي

أستاذ التعليم العالي

أستاذ محاضر (أ)

أستاذ التعليم العالي

أستاذ محاضر (أ)

أستاذ محاضر (أ)

أ.د. عادل جربوعة

د. أسماء زهري

أ.د. جمال بن زروق

د. ياسين قرناني

د. نبيلة جعفري

التصريح الشخصي

بعد الاطلاع على أحكام الأمر رقم 1082 المؤرخ في 27 / 12 / 2020 وخاصة المادة الثالثة منه، أصرح أن الأطروحة التي قدمتها للحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث من كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر، هي نتيجة جهد شخصي، احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي (وخاصة منها: السرقة العلمية واحترام خصوصية "المبحوثين")، وأتحمل مسؤولية محتوياتها. كما أعلن أنه يسمح بالاقتراس منها شريطة الإقرار بذلك وفق قواعد المنهجية العلمية. وأؤكد أن نص أطروحتي تمت مراجعته لغويا من قبل متخصصين.

بلعطار ريمة

الشكر

يستغيث القلم والحبر بيكي
في يد الجاهل رباه لا تدعني
بلطفك في يد عالم أودعني
لا تكسر جناحي ولا تكبل يدي
الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات

أتوجه في البداية بجزيل الشكر والحمد لله الواحد المنان الذي أعانني على إكمال هذه الدراسة، ووهبني
قوة الصبر في مجابهة المصاعب التي واجهتني.
كما أتقدم بالشكر والتقدير للأستاذة القديرة المشرفة الدكتورة "مريم زعتر" على نصائحها القيمة
وتوجيهاتها المفيدة حتى إتمامي هذه الدراسة.
كما أتقدم بشكري الخالص إلى أعضاء لجنة المناقشة
كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأساتذة الذين قبلوا تحكيم الاستمارة الخاصة بدراستي وعلى
توجيهاتهم وملاحظاتهم القيمة، وأخص بالذكر
أ،د بوزيان نصر الدين ، أ،د فتيحة كحل، أ،د قدواح منال، أ،د محمد مساهل، أ،د الهادي بوروبي (
جامعة قسنطينة 3) و أ،د بليلة سيف الدين (جامعة عنابة) و أ،د ليليا شاوي (جامعة الجزائر)
إلى الوالدين الكريمين اللذان لم يبخلا عليا يوما بالدعاء.
إلى زوجي الذي ساعدني كثيرا بنصائحه وتشجيعاته
كما أتقدم بجزيل الشكر إلى الصديقتان المخلصتان "خولة حزام" و "ليندة طبي" على تقديمهما يد
المساعدة في كتابة بعض فصول الأطروحة.
وإلى جميع الأساتذة والعاملين الإداريين بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري لجامعة
قسنطينة3.

الاهداء

إلى حبيب قلوبنا وشفيعنا يوم القيامة محمد صلى الله عليه وسلم
إلى من وهبوني الحياة والأمل، وعلموني معنى الأخلاق والأدب
إلى أُمي الغالية وأبي العزيز
إلى من كان سندي حين يطغى على التعب والفشل زوجي المخلص "مهدي"
إلى من كان وجودها كالشمس التي سطعت ذكرياتي وتملكتني بضحكة وجهها المستدير الذي غير
حياتي إلى فلذة كبدي "أنسام"
إلى روح ابني الطاهرة طير من طيور الجنة "محمد أوبس"
إلى رفيقتي في الحزن والضحكات أختي "تهاني"
يا من كانوا عكازي حين عجزت ومرضيت بنوا أُمي وأبي "إخوتي" "عصام"، "حسام"، "باكر" و "عماد"
"وزوجاتهم وأطفالهم"
إلى أهل زوجي وأخص بالذكر "الوالدين الكريمين"
وإلى كل الأصدقاء ومن مد لي يد العون

المخلص:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في إبراز الدور الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، اليوتيوب) في تزويد طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمعلومات الرياضية، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر واليوتيوب) في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية ونشر الثقافة الرياضية في الجزائر، باعتبارهم فئة عمرية شبابية تتميز باهتمامها واطلاعها الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي، كما نريد أيضا معرفة درجة اعتمادهم على هذه المواقع في الحصول على مختلف المعلومات الرياضية ومدى اهتمامهم بمتابعة المواضيع الرياضية عبر هذه المواقع. حيث تم الاعتماد على نظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كخلفية نظرية لهذه الدراسة. وتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية بالاعتماد على المنهج الوصفي، وقد استخدمنا استمارة الاستبيان استنادا على مقياس ليكرت، حيث تمثلت عينة الدراسة في 499 مفردة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- _ توجد علاقة ذات دلالات ارتباطية بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية.
- _ أغلب طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية.
- _ مواقع التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية بسرعة كبيرة، فهي تزود الأفراد بالمعلومات والأفكار الرياضية المبدعة.
- _ تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بصفة جيدة في تشكيل اتجاه الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية، فهي تقوم بدور فعال بتربية الفرد فكريا.
- _ مواقع التواصل الاجتماعي تغفل على تجسيد القيم والمبادئ السامية للرياضة لأنها غير ملمة كفاية بالمعاني الحقيقية للتنافس الرياضيين فهي تعد منبرا للمشادات الكلامية الغير أخلاقية بين الجماهير والتي تعمل على تضخيم الأحداث الرياضية.
- _ معالجة الأخبار والقضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى معايير وأسس الإعلامي الرياضي لأن أغلب مضامينها مجهولة الهوية والمصدر.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، اتجاه الطلبة، الثقافة الرياضية

Summary:

The importance of this study is evident in highlighting the role played by social networking sites (Facebook, Twitter, YouTube) in providing students of the Institute of Science and Technology of Physical Activities and Sports with sports information, as this study aims to identifying the role of the social media platforms (Facebook, Twitter, and YouTube). In shaping the students' tendencies towards increasing and spreading a sportive culture in Algeria, as they are a young age group characterized by their interest and constant knowledge of social networking sites. We also want to know the degree of their dependence on these sites in obtaining various sports information and the extent of their interest in following sports topics through these sites. The constructivist-functional theory and the media dependence theory were relied upon as a theoretical background for this study. Our study is recognized as a descriptive one as it is based on the descriptive approach. And we've utilized a questionnaire form based on a Likert scale, and so our study sample included 499 words.

The study found a series of results, the most important of which were:

- There's a relationship between the degree of exposure to social media and forming a move towards these platforms to build the sportive knowledge.
- The majority of the students in the institute of sportive science and technology always use social media platforms to get the sportive news and sports developments.
- Social media sites compete with traditional media in promoting sports information and news very quickly, they supply individuals with creative sport information and ideas.
- Social media sites contribute well to shaping students trend towards the development of sports culture, they play an active role in raising the individual intellectually.
- Social media omits the empathy the lofty values and principles of sport as insufficiently informed by the true meaning of a competition athletes are a platform for unethical rhetoric among audiences that amplify sporting events.
- Addressing news and sports issues on social media lacks the standards and foundations of the world sports until the majority of its contents anonymous and source

Keywords : social media, student orientation, sportive culture

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
2	التصريح الشخصي
3	الشكر
4	الإهداء
5	الملخصان
8	فهرس الجداول والأشكال
15	قائمة المختصرات
16	1. مقدمة
19	1.1 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
21	2.1 فرضيات الدراسة
22	3.1 أسباب اختيار موضوع الدراسة
22	4.1 أهمية الدراسة
23	5.1 أهداف الدراسة
24	6.1 تحديد مفاهيم الدراسة
28	7.1 الدراسات السابقة
36	8.1 الخلفية النظرية للدراسة (النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)
44	2. أدبيات البحث حول مواقع التواصل الاجتماعي، الاتجاه والثقافة الرياضية
45	1.2 مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي
45	2. 1.1 نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
46	2.1.2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
47	3.1.2 مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
49	4.1.2 محتويات وحقائق عن مواقع التواصل الاجتماعي
53	5.1.2 الآثار الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
55	6.1.2 الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر نماذج للدراسة
64	2.2 مدخل إلى الاتجاهات
64	1.2.2 الاتجاه والمفاهيم المشابهة له

65	2.2.2 خصائص الاتجاهات
66	3.2.2 وظائف الاتجاهات
67	4.2.2 مكونات الاتجاه
67	5.2.2 أنواع الاتجاه
68	6.2.2 العوامل التي تؤثر في الاتجاهات
68	7.2.2 عوامل تكوين الاتجاهات
69	8.2.2 شروط تكوين الاتجاهات
71	9.2.2 طرق تغيير الاتجاهات
73	10.2.2 مقياس الاتجاه وكيفية بناءه
75	11.2.2 مقياس ليكرت وأهم مزياء
76	3.2 ماهية الثقافة الرياضية
76	1.3.2 دور الثقافة الرياضية
76	2.3.2 أهمية الثقافة الرياضية
76	3.3.2 أهداف الثقافة الرياضية
77	4.3.2 وظائف المرصد العلمي للثقافة الرياضية
78	5.3.2 علاقة الرياضة بالثقافة
79	6.3.2 مدخل إلى الإعلام الرياضي
84	3. الإجراءات المنهجية للدراسة
85	1.3 منهج الدراسة
85	2.3 أداة جمع البيانات
86	3.3 مجتمع الدراسة
87	4.3 مجالات الدراسة
89	4، تحليل البيانات
90	1.4 تحليل البيانات وتفسيرها حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية
188	5. خاتمة
189	1.5 عرض النتائج العامة
192	2.5 عرض النتائج في ضوء الفرضيات
196	3.5 آفاق وتوصيات الدراسة

198	6. قائمة المصادر
212	7. قائمة الملاحق
213	الملحق "أ" استمارة الاستبيان
221	الملحق "ب" مقال التخرج

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول		
رقم الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
90	يوضح درجة كل استجابة في حالة العبارات الايجابية	1
90	يوضح درجة كل استجابة في حالة العبارات السلبية	2
91	يوضح تحديد اتجاه العينة	3
92	يوضح توزيع العينة وفق المتغير الجنس	4
93	يوضح توزيع العينة وفق متغير السن	5
94	يوضح توزيع العينة وفقا لمتغير المستوى الأكاديمي	6
95	يوضح توزيع العينة وفقا لمتغير التخصص	7
97	يوضح توزيع العينة وفقا لمتغير مكان الإقامة	8
99	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب شكل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك_ تويتر_ يوتيوب)	9
101	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب نسبة اطلاعهم على الأخبار والمستجدات الرياضية باستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي(فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	10
103	توزيع التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب فترات التعرض للأخبار والمستجدات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر- يوتيوب)	11
105	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	12
107	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب المكان المفضل لتصفح	13

	الأخبار والمستجدات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر-يوتيوب)	
108	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب تشاركتهم مع الأفراد أثناء الاطلاع على المستجدات الرياضية (فيسبوك_ تويتر_يوتيوب)	14
111	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب درجة اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية (فيسبوك_ تويتر_ يوتيوب).	15
113	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب دوافع متابعتهم للرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	16
114	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب متابعتهم لمختلف القضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	17
118	يبين التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب درجة اهتمامهم بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي(فيسبوك- تويتر-يوتيوب)	18
121	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة لنوع القرار الذي يتخذه مفردات العينة عند استلامهم لمنشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	19
123	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة وفق أشكال التفاعل التي يعتمدونها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حالة الإجابة بنعم	20
126	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب درجة ثقتهم بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر-يوتيوب)	21
128	يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب اعتمادهم على المواقع في توضيح المصطلحات الرياضية التي يتعذر عليهم فهمها داخل الجامعة.	22
131	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة العشرين	23
133	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الحادية والعشرين	24
134	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثانية والعشرين	25
138	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثالثة والعشرين	26

141	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة الرابعة والعشرين	27
143	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الخامسة والعشرين	28
145	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السادسة والعشرين	29
148	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السابعة والعشرين	30
150	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثامنة والعشرين	31
152	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة التاسعة والعشرين	32
154	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثلاثين	33
156	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الحادية والثلاثين	34
158	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثانية والثلاثين	35
160	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثالثة والثلاثين	36
163	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الرابعة والثلاثين	37
165	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الخامسة والثلاثين	38
166	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السادسة والثلاثين	39
169	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السابعة والثلاثين	40
171	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثامنة والثلاثين	41
174	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة التاسعة والثلاثين	42
177	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الأربعين	43
179	يوضح التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة على العبارة الحادية والأربعين	44
181	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثانية والأربعين	45
183	يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثالثة والأربعين	46
185	التحليل الإحصائي لنتائج السؤال الرابع والأربعين	47
192	يبين نتائج الفروق في اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	48
193	يوضح نتائج العلاقة بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية	49

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
93	يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير الجنس	1
94	يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير السن	2
95	يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير المستوى الأكاديمي	3
96	يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير التخصص	4
97	يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير مكان الإقامة	5
99	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	6
101	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أم لا	7
103	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول الفترات المفضلة لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية	8
105	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول عدد الساعات التي يستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	9
107	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول المكان المفضل لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	10
109	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حسب تشاركتهم مع الأفراد أثناء الاطلاع على المستجدات الرياضية	11
112	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية	12
114	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول دوافع متابعة الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	13
117	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول مختلف القضايا التي تتابعها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	14
118	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حسب درجة اهتمام الباحثين بتقديم معلومات رياضية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	15
121	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول القرار المتخذ عند استلام	16

	منشورات تدعو للمشاركة في القضايا الرياضية	
124	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول أشكال التفاعل	17
126	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول مدى ثقة الباحثين بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي	18
128	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول إمكانية مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي الباحثين على فهم بعض المصطلحات الرياضية التي يصعب فهمها داخل الجامعة	19
132	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة العشرين	20
134	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة إحدى وعشرون	21
137	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثانية والعشرين	22
139	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثالثة والعشرين	23
141	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الرابعة والعشرين	24
142	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الخامسة والعشرين	25
146	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السادسة والعشرين	26
148	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السابعة والعشرين	27
150	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثامنة والعشرين	28
152	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة التاسعة والعشرين	29
154	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثلاثين	30
156	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الحادية والثلاثين	31
159	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثانية والثلاثين	32
161	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثالثة والثلاثين	33
163	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الرابعة والثلاثين	34
165	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الخامسة والثلاثين	35
167	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السادسة والثلاثين	36
169	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السابعة والثلاثين	37
171	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثامنة والثلاثين	38
174	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة التاسعة والثلاثين	39
177	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الأربعين	40

180	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الواحدة والأربعين	41
182	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثانية والأربعين	42
184	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثالثة والأربعين	43
187	يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على السؤال الرابع والأربعين	44

قائمة المختصرات :

Sms_ (short messages service): خدمة الرسائل القصيرة.

Spam_ (Apecial Processed American Meat): اللحوم الأمريكية المصنعة.

Spss_ (Statistical package for social sciences): الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية.

www_ (World wide web): الحزمة شبكة الأنترنت العالمية.

1. مقدمة

1. مقدمة

أحدثت التكنولوجيا تغيرات نوعية وجذرية زادت من وتيرة التطور وغزت عالم الفكر المتطور، حيث سهلت أساليب العيش لدى جميع المجتمعات وأضحت وسيلة أساسية في عصرنا الحديث الذي لا يكاد يخلو من هذه التقنية الجد متطورة والتي تعلقت بظهور أجهزة حديثة شملت جميع مجالات الحياة كما اقترنت هذه التكنولوجيا بظهور دعامة الانترنت التي تعبر عن مظاهر الازدهار وتسهيل الاتصال وخدمة العلم والتخصصات العلمية بجميع أشكالها بغض النظر عن سلبياتها، فتخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال هو نتاج هذا التطور الذي تشكل بين التكنولوجيا والإعلام والاتصال والتي عرفهما العصر الحديث بظهور الأقمار الصناعية، الحواسيب، الهواتف النقالة الذكية وأجهزة التلفاز الذكية، فهذا النتاج لم يتوقف عند هذا الحد وإنما اجتمعت تكنولوجيا الإعلام والاتصال المقترنة بدعامة الانترنت مجددا لتشكل أداة اتصالية جد متطورة وفريدة من نوعها عرفت بمواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي أو كما تعرف أيضا بوسائط التواصل الاجتماعي وغيرها من المسميات الأخرى، التي ارتكزت أساسا عند إنشائها على دعم التواصل الاجتماعي بين البشر وإلغاء الحواجز الزمنية والمكانية، كما تسعى إلى تقديم خدمات إعلامية متنوعة تمس جميع التخصصات، بما فيها التخصص الرياضي الذي يجلب اهتمام العديد من الفئات خصوصا الشباب وتوجيه سلوكهم نحو تنمية ثقافتهم الرياضية.

إن نجاح هذه المواقع الاتصالية تخطى التوقعات وفاق التصورات حيث انبهر المختصون في الاتصال بالصدى الكبير وال جماهيرية التي حققتها في كل أنحاء العالم، بفعل الخصائص والميزات التي تتمتع بها من تواصل وتكوين صداقات شخصية من مختلف دول العالم، كما فتحت لهم فرص البحث عن المهن ومزاولة مختلف التعاملات والأنشطة المهنية خصوصا التجارية أو الاقتصادية في مكاتبهم وداخل منازلهم بطريقة مجانية دون عبئ التنقل إلى مختلف الأماكن.

هذه المواقع غيرت أيضا المفاهيم ورسمت معالم جديدة في عالم الاتصال وامتزجت أدوارها بين الاتصال والإعلام دون فرض قواعد وتعليمات تحد من ممارسة النشاط الإعلامي عبر الفضاء الافتراضي، كما اعتبرت أيضا بوابة لشهرة العديد من الأشخاص العاديين وتغيير حالتهم المادية دون الاكتراث بالثقافة والتكوين الدراسي، فهي مجرد مواقع افتراضية لكن كان لها تأثيرا كبيرا على سلوكيات المتابعين عموما وال جماهير الرياضية خصوصا حتى تجذب تفكيرهم وتشكل اتجاهاتهم نحو موضوع معين.

حيث نجد أن الجماهير الرياضية عبر وسائط التواصل الاجتماعي خصوصا الشباب الجامعي يستجمعون قواهم من الأنشطة الحيوية التي تنشط أبدانهم وعقولهم وتغير من مزاجهم وتنمي ثقافتهم الرياضية نحو ناديتهم المفضل ولاعبهم المميز، كما يسعون إلى جمع أفكار عن بناء اللياقة البدنية والتغذية السليمة الصحية، وإشباع ميولهم الرياضي بمختلف الأخبار والمضامين الرياضية باعتبارهم فئة نشطة ومهمة في المجتمع، فهم اللبنة الأساسية التي يبنى عليها أي مجتمع.

فالثقافة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تهدف بالدرجة الأولى وتسعى دائما إلى تنمية الفكر الإبداعي وتطوير أساليب الذات، وغرسها بالقيم الأخلاقية التي تساهم في تربية الفرد نفسيا وعقليا وجسديا، لأن الرياضة ليست لعبة ترفيهية فقط بل كونها تجمع بين الأخلاق والقيم وتسعى إلى تطوير سلوكيات المجتمعات وترقيتهم إلى الأفضل وتنمية ثقافتهم الرياضية التي تشمل جميع التخصصات الأخرى كعلم الاجتماع والعلوم الطبية و النفسية وغيرها من العلوم الأخرى ، فهدفها يكمن في تكوين الفرد السوي المحافظ على أخلاقه ومبادئه المجتمعية، لهذا السبب قمنا بالبحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر.

حيث قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى خمسة عناصر تتمثل في:

قمنا في العنصر الأول بطرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وعرضنا بعدها فرضيات الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، أهميته، وأهدافه، ثم بعد ذلك حددنا مفاهيم بحثنا وبعدها مباشرة قمنا بتحديد الخلفية النظرية لبحثنا والتمثلة في نظرتين أساسيتين هما «نظرية البنائية الوظيفية " و "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، ثم قمنا بعرض الدراسات السابقة.

وقد تناولنا في العنصر الثاني متغيرات الدراسة، بدءا بمتغير مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ذكر نشأتها وتطورها وخصائصها إضافة إلى مجالات استخدامها، محتوياتها وأثارها السلبية والإيجابية. في حين تمثل عنوان المتغير الثاني في مصطلح الاتجاه، حيث تطرقنا إلى مدخل الاتجاه والمفاهيم المشابهة له، خصائصه، وظائفه، مكوناته، أنواعه، العوامل التي تؤثر فيه، شروط تكوينه، طرق تغييره، مقياس الاتجاه وكيفية بناءه ومقياس ليكرت وأهم مزياء.

بينما المتغير الثالث المتمثل في الثقافة الرياضية، فقد تناولنا فيه ماهية الثقافة الرياضية مع ذكر عناصرها، دورها، أهميتها، أهدافها ووظائف المرصد العلمي للثقافة الرياضية بالإضافة إلى علاقة الرياضة بالثقافة ومدخل إلى الإعلام الرياضي.

أما بخصوص العنصر الثالث المعنون بالإجراءات المنهجية فقد تطرقنا فيه إلى منهج الدراسة وأداة جمع البيانات، وحددنا فيه مجتمع دراستنا ومجالاتها الزمنية والمكانية. وعرضنا في العنصر الرابع تحليل البيانات إحصائياً والمتمثل في عرض أشكال بيانية وجداول متضمنة للتكرارات، النسب المئوية المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما أضفنا في الجداول الخاصة بمحور الاتجاهات: الترتيب، اتجاه العينة، قيمة ت واحتمالية ت. وفي العنصر الخامس والأخير قمنا فيه بعرض النتائج العامة والنتائج في ضوء الفرضيات وآفاق وتوصيات الدراسة.

1.1 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

سعى الفرد جاهداً إلى إيجاد السبل والأدوات التي يتصل بها مع غيره، كون طبيعته البشرية تحتم عليه التفاعل والتواصل، فلم يعتمد على أداة بعينها وإنما تجلى تفكيره في اختراع أساليب جديدة يعبر من خلالها عن مختلف أفكاره فافرض نفسه في الوسط الذي يعيش فيه، معتمداً في البداية على أدوات بسيطة من الوسائل الاتصالية، وصولاً إلى اختراع التلغراف و الطابعة و الراديو والتلفزيون والكمبيوتر... فلم تتوقف سبل التواصل للفرد عند هذا الحد بل تجلى في ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرتبطة أساساً بتقنية الانترنت العالمية التي زادت من وتيرة تدفق الاتصال، حيث شاع استخدام هذه التقنية خصوصاً لما ارتبط استخدامها بمواقع التواصل الاجتماعي.

غيرت مواقع التواصل الاجتماعي المفاهيم الحقيقية للاتصال وساهمت في ربط حلقة التواصل البشري بين البلدان ملغية بذلك الحواجز الزمنية والمكانية، فهي مواقع افتراضية تقدم خدمات متنوعة ومعلومات مختلفة في شتى مجالات الحياة خصوصاً الرياضية منها، وهو السبب الذي جعل العديد من الدراسات تسعى إلى تسليط الضوء عليها لفهم مختلف الاتجاهات المتشكلة من طرف فئات المجتمع نتيجة تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة دورها الحقيقي فيما إذا كانت قادرة على تنمية أفكارهم ومعلوماتهم الرياضية من عدمها، كون مواقع التواصل الاجتماعي تشهد ديناميكية كبيرة على شبكة الانترنت لانفرادها بخصائص نوعية تميزها عن باقي المواقع الالكترونية، كما أن لديها عدد كبير جداً من المتابعين في كل أنحاء العالم، الأمر الذي ساعدها على حصد نتائج كبيرة في عالم ثورة المعلومات بفضل تدفقها الكبير وقدرتها على جمع الأفراد الذين تربطهم حاجات مشتركة، وذلك لأنها تسمح لهم بالتفاعل الحر دون قيود ولسهولة استخدامهم لها وعدم شعورهم بالوقت الذي يقضونه في استخدامها كما تقدم لهم سلسلة من الخدمات المتنوعة كالتعليق ومشاركة الصور وغيرها وتمكنهم أيضاً من الحصول على المعلومات في شتى مجالات الحياة ونقلها بينهم في أي وقت ومكان، وهذا ما يوحي بأنها علامة توحى على تأثيرها القوي والفعال في خلق أداة اتصال حديثة وفعالة في عصرنا الحالي.

هذه المواقع غيرت من قواعد الرسالة الإعلامية وأعطت بعداً آخر لها، وسنحت لكافة الأفراد خصوصاً الطلبة الجامعيين بتشكيل اتجاهات مختلفة سواء سلبية أو ايجابية نحو مختلف المواضيع الرياضية وممارسة الإعلام بدون شروط حيث مكنتهم من فتح قنوات افتراضية متنوعة المضامين لا تحكمها ضوابط محددة، فهي بذلك ألغت سرية المعلومات وجعلتها متاحة لجميع الشرائح والطبقات،

حيث أضحت ورقة ضغط على الدول وتغيير السلوكيات وتوجيهها نحو موضوع أو شخصية أو قضية معينة، وهذا ما بينته آراء العديد من الخبراء والمختصين في هذا المجال (الدليمي، 2019، الصفحات 15-16).

فإذا تحدثنا عن التأثيرات التي أحدثتها هذه المواقع على أفراد المجتمع، فلا بد أن نشير إلى الطلبة الجامعيين عموماً وطلبة معهد التقنيات البدنية والرياضية خصوصاً، باعتبار أن لهم ميولات تجمعهم بالرياضة بحكم تخصصهم، فهم يسعون إلى الحصول على المعلومات الرياضية التي ربما قد تفيدهم في الكشف عن الغموض الذي يسود بعض المصطلحات الرياضية أو الحصول على التشبع المعلوماتي من أخبار ومستجدات رياضية، ومن ثم تشكيل آراء بسيطة أو اتجاهات مختلفة بحسب كمية المعلومات التي يتلقونها وكثافتها حيث أن الاتجاهات المتشكلة اعتبرها "ألبرت" أنها 'وضعية تهيؤ ذهني تكون محددة بناءً على مجموعة من الخبرات السابقة، حيث تكشف تأثيراً على تلبية الفرد لمختلف المواضيع والمواقف المتعلقة بها" (إسماعيل، 2021، صفحة 45). هذا ما يعني أن الاتجاهات المتشكلة لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ما هي إلا مجموعة من التصورات والأفكار المنظمة وردود أفعال واستعدادات لتبني موقف معين تجاه شخص أو قضية ثقافية، رياضية، سياسية... الخ من خلال ما تعرضه وما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من محتويات تمس الميادين الحياتية المختلفة والجوانب الثقافية الرياضية.

فإذا نظرنا إلى عنصر الثقافة الرياضية سنجد عبارة عن منظومة تجمع بين القيم والعادات والتقاليد والأعراف والفنون والثقافات، فهدفها يكمن في تربية الفرد وتكوينه سلوكياً وتنظيم أفعاله على أساس الأعراف الثقافية حتى لا يخرج عن سياقها بحيث تكون داخل إطار رياضي، فالثقافة الرياضية لا تتكامل إلا إذا انسجمت جميع الميادين وتشابكت فيما بينها من أجل تكوين مجتمعات يميزها الرقي والحضارة لأن اكتسابها لا يقتصر فقط على المشاهير الرياضيين أو الهواة وإنما متاحة لكل الأفراد والأعمار والمستويات والفئات بما فيها الطلبة الجامعيين عموماً وطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية خصوصاً .

كونهم ملزمون بالفهم الجيد لمعاني الثقافة الرياضية وتاريخها الأصيل المتمثل في الألعاب القديمة والقوانين التي تسيرها وقواعد الغذاء الصحي السليم، فهي منبع للأخلاق ورمز للتنافس الحر والنزاهة وأداة مهمة لتعميق الروابط مع أوطانهم، فطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لا يبلغون مداهم الرياضي إلا بعد الاعتماد على مختلف الثقافات والميادين الأخرى كالميدان الثقافي،

الاجتماعي الفني، الاقتصادي، الصحي، المعرفي والتربوي... الخ، كما أن الثقافة الرياضية لا تبلغ أهدافها إلا بتكاملها مع المجالات الأخرى وهذا من أجل بناء الشخصية الثقافية الرياضية (العكلة، 2021، الصفحات 342-343).

من هنا أساسا تتجلى أهمية دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية، وهذا من أجل معرفة الخدمات الحقيقية والأهداف الخفية والمعلنة التي تقدمها هذه المواقع في إطار تنمية الثقافة الرياضية للطلبة أم لا.

ومن هذه الخلفية النظرية لموضوعنا المتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، تتبلور الصيغة التساؤلية لمشكلة دراستنا وهي: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات طلبة معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2 نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر؟ وتنبثق عن هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية متمثلة فيما يلي:

1. إلى أي مدى يعتمد طلبة معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2 على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار والمعلومات الرياضية؟
2. هل استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تزيد من معلومات طلبة معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2 حول القضايا الرياضية؟
3. هل هناك علاقة ارتباطية بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية؟

2.1. فرضيات الدراسة:

الفرضية هي اقتراح مؤقت لسؤال مطروح بحيث تبني الفرضية على شكل رابط بين المتغيرين الرئيسيين المستقل والتابع. (محمود، الوادي، و الزعبي، 2011، صفحة 39) فهي مهمة جدا لإظهار الروابط بين متغيرات الدراسة في الأسباب وفي النتائج. (رزازقة و أخارون، 2007، صفحة 77)

_الفرضية الأولى: يعتمد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2 بشكل كبير على متابعة الأخبار والمعلومات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

_الفرضية الثانية: توجد فروق في اتجاهات طلبة معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالات ارتباطية بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية.

3.1 أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن اختيار هذا الموضوع لم يكن بمحض الصدفة، بل هو ناتج عن دوافع وأسباب أدت إلى دراسة هذا الموضوع دون غيره وهي أسباب ذاتية متعلقة بالباحثين وأخرى موضوعية متعلقة بالموضوع.

الأسباب الذاتية:

- إشباع الفضول العلمي والميول الشخصي لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة في الجزائر نحو تنمية الثقافة الرياضية.
- الرغبة في دراسة البحوث التي تخص الإعلام الرياضي بصفة عامة والثقافة الرياضية بصفة خاصة.

الأسباب الموضوعية:

- لقيت مواقع التواصل الاجتماعي تزايدا كبيرا في عدد مستخدميها من جميع أنحاء العالم، خاصة بين الشباب، من أجل التواصل أو التعارف أو معرفة الأخبار والمستجدات، سواء أكانت سلبية أم إيجابية.
- إدراكنا إلى الأهمية التي يسعى إليها الإعلام الرياضي من أجل رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي في المجتمع، باعتبار أن الثقافة الرياضية لا تبلغ مداها التطبيقي إلا باعتمادها على ثقافات أخرى.
- محاولة البحث عن الأسباب التي أدت إلى غياب المفهوم الحقيقي للثقافة الرياضية من خلال المحتويات والمضامين التي تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي.

4.1 أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- إبراز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي تمارسه في نشر الوعي الثقافي الرياضي.
- إبراز الدور الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمعلومات الرياضية.

- محاولة التعرف على الأسباب التي تعيق مواقع التواصل الاجتماعي من تجسيد المبادئ السامية للثقافة الرياضية وإيجاد خطط بديلة لها.

5.1 أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية ونشر الثقافة الرياضية في الجزائر، باعتبارهم فئة عمرية شبابية تتميز باهتمامها واطلاعها الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي. وقد تبلورت أهداف أخرى تمثلت في:
- معرفة درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على مختلف المعلومات الرياضية.
- معرفة مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة المواضيع الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن التأثيرات المعرفية لتعرض المبحوثين للمواضيع الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد التأثيرات الوجدانية والسلوكية المترتبة عن تعرض المبحوثين للمواضيع الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل في تكوين الاتجاهات حول تنمية الثقافة الرياضية.
- التوصل إلى نتائج تساعد القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي من بلورة خطط مستقبلية لبناء برامج قادرة على جذب اهتمام طلبة المعاهد الرياضية خصوصا وطلبة باقي التخصصات عموما والرفع من مستوى الثقافة الرياضية.

6.1 تحديد المفاهيم:

المفاهيم هي عبارة عن أداة استدلالية تدل دائماً عن المفاهيم والخصائص المشتركة للوقائع والأشياء التي يلجأ إليها الإنسان للكشف عن مختلف الدلالات والصور الذهنية بهدف إبلاغ الآخرين بها (النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي - دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه-، 2004، صفحة 109). فيما يجب التأكيد على ضرورة أن يلتزم الباحث في بحثه بكتابة تعريفات شاملة ومكتملة المعاني وغير منفصلة ولا ناقصة. (النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، 2017، صفحة 108)

وسنتطرق في هذه الدراسة إلى المفاهيم التالية:

1.6.1 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع تفاعلية تعمل بتطبيق الويب 2.0، تمكن الأشخاص من التحرير والحصول على المعلومات والتعليق عليها، كما تسمح أيضاً بعض المواقع من إمكانية التحرير الجماعي للأخبار والاطلاع عليها بصفة مشتركة كموقع اليوتيوب. (الحجار، 2017، صفحة 14)

أنشأتها شركات كبيرة لجميع الفئات بغرض خدمة الاتصال البشري و التعارف الإنساني (ساري، 2014، الصفحات 104-103)، فهي برزت في منتصف تسعينات القرن الماضي، وتوالى بروزها حتى بداية القرن الواحد والعشرين، لا يتطلب إنشاؤها وقت وجهد بحيث يمكن لأي شخص أن ينشئ شخصية افتراضية عبر هذه التطبيقات في ظل ارتباطه بالإنترنت (إعداد وإصدار مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2016، الصفحات 27-28)، و تكوين علاقات سواء من أشخاص أو مجموعات أو شركات، بحيث نجد أن أعماق هذه العلاقات فاقت التصورات كاشتراكهم في تشجيع لناديهم المفضل (قرناني و بكار، 2017، صفحة 13). وهناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي نجدها عبارة عن تطبيقات خاصة بالتواصل فقط...، في حين هناك العديد من التطبيقات التي تقدم خدمات متنوعة في جميع المجالات كالفيسبوك، تويتر، يوتيوب، (الغفيلي، 2017، صفحة 32) فهي تتميز بتقديم لائحة من الأخبار الرياضية المستجدة (الشافعي، 2018، صفحة 60)، وهذا بفضل الطرق والمناهج المتطورة التي تستخدمها هذه المواقع" (الباب، 2018، صفحة 19).

✓ المفهوم الإجرائي:

هي مجموعة وسائل التواصل الالكترونية الاجتماعية المتمثلة في موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب المتاحة داخل الشبكة العنكبوتية، والتي يتم من خلالها إحداث عملية تفاعلية بين الأفراد

بهدف التواصل والتعارف والحصول على المعلومات والمستجدات الإخبارية، وتتنوع الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي على حسب خاصية كل موقع وهذا راجع إلى التقنيات الحديثة التي يتمتع بها كل موقع.

ويعتبر موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب مواقع مهمة في تقديم الخدمات الرياضية، والتي تهتم أساسا بنشر وتزويد الأفراد بالأخبار والمعلومات الرياضية المختلفة بطريقة سهلة ومجانية، وذلك بهدف تلبية رغبة الجمهور الرياضي والوصول إلى أكبر عدد من المتابعين.

2.6.1 مفهوم الاتجاه:

هي مجموعة التصورات العقلية والمعتقدات والتوقعات والمشاعر التي يكونها الأفراد تجاه تعرضهم لمختلف الرسائل الإعلامية أو الأفراد أو المواقف أو مواضيع معينة، بحيث تحدد هذه الاتجاهات استجابة إما بالقبول أو الرفض (الكريطي، 2018، صفحة 61).

يعرف أيضا بأنه "استجابة الشخص لنقد موضوع أو البحث عن دلالاته بأسلوب معين تجاه حدث أو موضوع معين أو غيره من الأشياء الموجودة في البيئة التي يعيش فيها" (السامراني ن.، علم النفس الدعوي مفاهيم ونظريات وتطبيقات، 2015، صفحة 95).

كما يعرف الاتجاه على أنه "تهيئ نسبي لدى الشخص يفرض عليه تكوين آراء ومواقف نحو (سلطانية و الجيلاني، 2012، صفحة 35) العديد من الأشياء والأشخاص والقضايا سواء متعلقة بالعمل أو بالمحيط الاجتماعي أو اتجاه مختلف الأفراد (الصعوب، 2021، صفحة 90)، والتي تدفعه إلى قبول أو رفض موضوع، كاتجاهه نحو جودة التعليم (خوالدة، 2012، صفحة 51).

✓ المفهوم الإجرائي:

هو مجموعة الآراء العميقة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المؤسسات، والتي تمكننا من تبني اتجاهات سلبية أو ايجابية أو محايدة، والاتجاه عادة ما يكون ناجما عن أفكار وصور سابقة مستمدة سواء من المحيط الذي نعيش فيه أو من وسائل الإعلام المختلفة، وهذا ما يطلق عليه بالاتجاهات الفطرية التي تولد مع الإنسان أو مكتسبة من المحيط الاجتماعي والتجارب المختلفة. ووفقا لهذه الدراسة يعرف الاتجاه بأنه مجموعة الآراء والمعتقدات والأفكار التي يكونها طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو المحتويات الرياضية التي تعرض عبر موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب وقدرتها نحو تنمية ثقافتهم الرياضية.

3.6.1 مفهوم الثقافة الرياضة:

✓ مفهوم الثقافة:

تباينت الآراء حول مفهوم الثقافة، لكن سنتخلص تعريفا شاملا وجامعا بأنها مختلف الانتاجات العقلية والملموسة التي أنتجها الفكر وشكلتها اليد البشرية، أو هي نتاج متوارث من الأجداد، أو هي تراث مستخلص من المحيط الاجتماعي الذي ينتسب إليه من خلال العادات، التقاليد المعنقات، الأفكار، منهج الحياة، القيم، الأعراف، المهارات، الفن بكل أنواعه، التاريخ، النظم وسائل النقل والاتصال والأخلاق (مجمد و غباري، 2009، صفحة 18).

يمكن تعريف الثقافة أيضا بأنها "منهج وطريقة معينة، تشمل أمثلة تعاقدية من التخمين والسلوك تشمل أعمال اقتصادية، معتقدات، مؤسسات اقتصادية، مقررات وغيرها، بحيث لا يتوارثها الأجيال عن طريق التوارث الحيوي وإنما بتعلمها" (محمد جواد و ترجمة نجف، 2008، صفحة 51).

✓ مفهوم الرياضة:

تعرف الرياضة بأنها "التمرن الجسدي بغية الوصول إلى حصيلة إيجابية تفيد في المنافسة بشكل خاص ولصالح الرياضة بشكل عام، مضيعة بأهمية التنافس الرياضي الذي يتميز بخاصية رئيسية تضيف للرياضة لمسة اجتماعية، ذلك لأن الفرد هو مخلوق اجتماعي تربطه ثقافة معينة كون الرياضة هي حصيلة ثقافية للسمة التنافسية الموجودة في الإنسان بشكل فطري" (الخولي، الرياضة والمجتمع، 1978، صفحة 25).

ومن خلال المفاهيم السابقة نستخلص مفهوم الثقافة الرياضية على أنه:

✓ مفهوم الثقافة الرياضية:

تعتبر الثقافة الرياضية ركيزة مهمة في حياة الأفراد فهي تشترك مع الثقافة بمفهومها العام، وهي حوصلة ما نتج إليه المجتمع من خبرات من أجل نمو الجسم الرياضي الصحي والسليم لأعضاء المجتمع وزيادة الدرجة التوعوية الصحية العامة، بداية من أولى المراحل العمرية، ولتحقيق ذلك لابد من توفر اللياقة المجتمعية والتربية الجسدية كأحد عناصر الثقافة الرياضية، فكل هذه الروابط ستساهم في دفع الفرد على الإبداع والعمل ومساعدة وطنه، كما يرجع المختصون بأن اهتمام المجتمع بالتربية الرياضية والجسدية له أثر رجعي لتحقيق الازدهار والرقى و العصرية، فالثقافة البدنية لا ينصب اهتمامها بالشخصيات القليلة المتميزة رياضيا فقط وإنما تسعى جاهدة إلى تعميم التربية المستمرة لكل فئات المجتمع مدى الحياة. حيث أصبح للرياضة صدى وأهمية كبيرة بالنسبة للمجالات الأخرى كالمجال السياسي

والاقتصادي لأن العالم المعاصر صنفها كمؤشر رئيسي في ازدهار المجتمعات والدفع بها إلى الرقي ومواكبة العصرية (عويس م.، المرصد العلمي للثقافة الرياضية، 2009، الصفحات 19-20).

كما تعتبر الثقافة البدنية والرياضية أيضا جزء رئيسي مهم يكمل الثقافة بصفة عامة فكلاهما ينتميان إلى نفس النمط فهي تمتلك خصائص مثالية خاصة عند ترابط الميزتين المادية والمعنوية ليشكلان بعدها جميع أشكال السلوك الذي يجب أن يسير عليه أعضاء المجتمع، كما تتميز أيضا بالنشاط والحركة، هذا وقد ارتبط مفهوم الثقافة الرياضية والبدنية بالقيم الأخلاقية والروابط المجتمعية والمفاهيم الثقافية التي تعزز روابط الانتماء بين الأفراد والمجتمعات والواقع المحيط بهم. (عبد الفتاح و شمسوهاني، 2019، صفحة 154)

✓ المفهوم الإجرائي:

هي مجموعة الخبرات ، السلوكات ،القيم الأخلاقية والثقافية التي تساعد الأفراد على بناء الشخصية السوية والسليمة ،فهي ذلك الجزء الذي لا يتكامل إلا بارتباط العديد من المجالات و التخصصات الأخرى كالمجال الصحي والتربوي ، كونها تقوم بدور فعال في تقدم المجتمعات وازدهارها، من خلال تكوين الأفراد وتنمية أفكارهم .كما تعرف الثقافة الرياضية بأنها مجموعة المعارف و المعلومات الرياضية و التي تختلف من شخص إلى آخر على حسب توجهاتهم ومعتقداتهم ومدرجاتهم الذاتية للأشياء .

ووفقا لدراستنا: الثقافة الرياضية هي مجموعة المعلومات والمعارف التي يمتلكها طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية عن الرياضة والتي تساهم في رفع مدرجاتهم الثقافية وتنمية أفكارهم نحو الأحداث والقضايا المختلفة.

7.1 الدراسات السابقة:

بعد البحث عن مختلف الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا وبعد القراءة المتعمقة لها، لم نجد الدراسات التي تجمع بين كل متغيرات دراستنا، لهذا سلطنا الضوء على الدراسات التي تناولت كل متغير على حدى، حيث استحوذ اهتمامنا على بعض الدراسات التي احترمت البناء المنهجي السليم في البحث العلمي ويهدف إتمام الصورة الذهنية حول هذه الدراسة اعتمدنا على الدراسات التالية:

1.7.1 دراسات سابقة متعلقة بالمتغير الأول (مواقع التواصل الاجتماعي):

✓ **الدراسة الأولى:** بعنوان: "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري"، وقد قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، من إعداد الباحث خالد منصر، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة1، السنة الدراسية: 2018/2017م.

تلخصت مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل رئيسي وتساؤلات فرعية، لخصنا أبرزها فيما يلي:

1. كيف يستخدم الشباب الجزائري مواقع الشبكات الاجتماعية؟
2. ما درجة مساهمة مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز مجالات قيم المشاركة المجتمعية لدى الشباب الجزائري من وجهة نظرهم؟
3. ما هو الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري؟
4. ما أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً لدى الشباب الجزائري من وجهة نظرهم؟
5. ما هي المشكلات التي تحد من دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري من وجهة نظرهم؟

وقد أجريت هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف تلخصت فيما يلي:

_ التدقيق النظري لمفاهيم الدراسة وتحديد دورهم في تنمية قيم الانتماء والمسؤولية الاجتماعية للشباب، كما تسعى للوصول إلى رؤية عامة ومقترحات تزيد من إسهامات الشبكات الاجتماعية في تنمية قيم المواطنة.

_ منهج وعينة الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما اعتمدت ميدانيا على منهج المسح بالعينة والعينة العشوائية، إضافة إلى اختيارها للاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات والمعلومات المرتبطة بموضوع البحث.

أما بخصوص النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فسنلخصها فيما يلي:

- من خلال النتائج تبين أن إسهام الشبكات الاجتماعية في تنمية قيم المشاركة المجتمعية كان متوسطا لأن أغلبيتهم يتصفحونها بسهولة الوصول إلى مختلف المعلومات، ولكونها منبع مهم لمختلف الأخبار الوطنية الاجتماعية والسياسية منها.
 - إن أهم العراقيل التي تقف عائقا أمام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة هي عدم ثقة المتابعين بالأخبار الموجودة في هذه المواقع وعدم التحكم الجيد على هذه الوسائل، إضافة إلى أن الجزائر تعرف ترديا في حرية التعبير واستحواد الفردية.
- وقدم الباحث توصيات منها:

- القيام بعمليات تحسيسية مكثفة حول مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحفيز الآباء على مراقبة أبنائهم عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- لا بد أن تكثف مؤسسات الدولة عملها نحو توعية الشباب بمعرفة أدوارهم كمواطنين.

_ مناقشة الدراسة: بعد عرض هذه الدراسة يمكن القول أن الدراسة ذات أهمية كبيرة بالنسبة للموضوع خصوصا أن هذه الدراسات تتقارب وموضوع دراستنا مع متغير أساسي وهو الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي، فكلاهما يحاولان معرفة أدوارها، إضافة إلى اعتمادها على المنهج الوصفي الذي هو مماثل لمنهج لدراستنا، كما اعتمدت الباحثة على أداة استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات و هو ما ينطبق مع الأداة التي اعتمدنا عليها في دراستنا.

✓ **الدراسة الثانية:** بعنوان: "الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك" و قد قدمت هذه الرسالة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه من إعداد طالبة بضياف سوهيلة، بقسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1. السنة الجامعية 2018/2017.

تلخصت مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل رئيسي و تساؤلات فرعية لخصنا أبرزها فيما يلي:

حاولت الباحثة الإجابة على مشكلة بحثها من خلال تساؤل رئيسي هو:

1. ما هي العلاقة بين شبكة الفيسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

2. ما هي تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفيسبوك؟

3. كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة الفيسبوك؟

4. ما هي مكانة شبكة الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام

الأخرى لدى الشباب الجزائري؟

وقد أجريت هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف تلخصت فيما يلي:

_ تسعى إلى إدراك قدرة الشباب في التأثير على الرأي العام من خلال إنتاجهم للمضامين السياسية عبر الفيسبوك، كما تسعى هذه الدراسة إلى البحث عن درجة اعتماد الشباب على الفيسبوك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية.

_ منهج الدراسة وعينة الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على منهجين هما المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب كما اعتمدت على العينة القصدية، في حين اعتمدت الباحثة على الملاحظة، الشبكة الترابطية، المقابلة نصف الموجهة، المقابلة الجماعية النقاش كأدوات لجمع البيانات.

أما بخصوص النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فسنلخصها فيما يلي:

- تبين من خلال النتائج أن المجال السياسي احتل المرتبة الأخيرة ب 18 خطاب، فيما احتل المجال الثقافي المرتبة الأولى ب 50 خطابا تم تلاه المجال الاجتماعي ب 47 خطابا، فيما تحصل المجال الترفيهي والرياضي على 30 خطابا.
- تبين من خلال النتائج أن أغلبية الشباب يستخدمون الفيسبوك بواسطة الجيل الثالث بنسبة 64 بالمائة، كما أظهرت النتائج أيضا أن 31 شابا لا يستخدمون الفيسبوك بأسمائهم الحقيقية وإنما بأسماء مستعارة.
- تبين نتائج الدراسة أن أغلبية عينة الدراسة تتحكم في الفيسبوك بشكل بسيط، فيما عبر 38 بالمائة عن تحكهم الجيد فيه.

وقدمت الباحثة توصيات منها:

- تفتح الباحثة من خلال دراستها مجالا للقيام ببحوث أخرى تشمل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي، مع ضرورة الاعتماد على المناهج الكيفية، واستنتاج أقوال الشباب نحو التكنولوجيا.

_ مناقشة الدراسة:

بعد عرض هذه الدراسة يمكن القول أنها تشترك مع دراستنا في عنصر أساسي ألا وهو متغير الشبكات الاجتماعية الالكترونية، حيث اختارت موقع الفيسبوك كمحل للدراسة، وهو ما يتناسب مع بحثنا الذي اعتمدنا فيه على الفيسبوك و اليوتيوب و تويتر نموذجاً، كما وجدنا أن هذه الدراسة تشترك مع دراستنا في كونها يهدفان إلى التعرف على درجة الاعتماد على الفيسبوك، كما أن كلا الدراستين يبحثان عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات و الآراء، إضافة إلى اعتماد كلا الدراستين على المنهج الوصفي.

2.7.1 الدراسات المتعلقة بالمتغير الثاني (الاتجاه):

✓ **الدراسة الأولى:** بعنوان "الاتجاهات النفسية نحو ممارسة النشاط البدني الرياضي وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية"، دراسة ميدانية بثنائية القرمي محمد ببلدية سيدي خالد بسكرة، وقد قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية تخصص النشاط البدني الرياضي التربوي، من إعداد الطالب ريوح صالح، بمعهد التربية البدنية والرياضية بالجزائر، السنة الدراسية 2012/2013.

تلخصت مشكلة الدراسة في الايجابية على تساؤل رئيسي وتساؤلات فرعية لخصنا أبرزها في النقاط التالية:

1. هل هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين أبعاد اتجاهات المراهقين نحو النشاط البدني الرياضي في المرحلة الثانوية ودرجة توافقهم النفسي الاجتماعي؟
 2. هل هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات نحو النشاط البدني الرياضي في المرحلة الثانوية والتوافق النفسي الاجتماعي حسب متغير الجنس (ذكور، إناث)؟
- قد أجريت هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف نلخصها فيما يلي:
- _ هدفت هذه الدراسة إلى إدراك طبيعة الاتجاهات التي تميز المرحلة العمرية لتلاميذ الطور الثانوي وأيضاً بالنسبة للتوافق الاجتماعي النفسي وإظهار العلاقات الارتباطية بين أبعاد الاتجاهات النفسية نحو التوافق الاجتماعي النفسي والنشاط الرياضي بناءً على متغيري المستوى الدراسي والجنس.

منهج وعينة الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي والعينة العشوائية واستخدم الباحث مقياس كينيون للاتجاهات النفسية نحو النشاط البدني الرياضي ومقياس التوافق النفسي الاجتماعي كأدوات لجمع البيانات من الميدان، حيث تكونت هذه الاستمارة من أقسام عديدة .

- أما بخصوص النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فسنلخصها في النقاط التالية:
- التوافق النفسي الاجتماعي يرفع من درجات أبعاد الاتجاهات النفسية نحو النشاط البدني الرياضي ويتمثل ذلك من خلال وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدراسة الاتجاه والتوافق.
- التوافق النفسي الاجتماعي يرفع من الاتجاه وذلك من خلال الخبرات المكتسبة من المحيط الاجتماعي.
- ساهم عامل الجنس على تعيين الصنف الايجابي والايجابي جدا تجاه التوافق والاتجاه.
- الانسجام العام يساهم في الظهور بشكل لا بأس به وجميل، وهذا من شأنه أن يرفع من صورته الجمالية.

انتهت الدراسة في الأخير إلى مجموعة من التوصيات ومن أهمها:

- الاهتمام أكثر بميدان التربية البدنية والرياضية كغيرها من المواد الأخرى وهذا راجع إلى الدور الذي تتمتع به في تشكيل الاتجاه نحو النشاط البدني.
- لا بد على القائمين في المؤسسات التربوية الحرص على برمجة التوقيت المناسب لحصص التربية البدنية لما لها من فوائد نفسية واجتماعية تعود على الفرد.
- الحرص على تقديم سلسلة من البرامج التوعوية والتي تهدف أساسا إلى تربية الفرد والنهوض به نحو تطوير ذاته.

مناقشة الدراسة: بعد عرض هذه الدراسة يمكن القول أنها تشترك مع دراستنا في عنصر أساسي ألا وهو متغير الاتجاهات و متغير الرياضة باعتبار أن ممارسة النشاط البدني الرياضي جزء من الثقافة الرياضية، حيث أننا اعتمدنا على مقياس ليكرت لقياس الاتجاهات في حين هذه الدراسة اعتمدت على مقياسان هما كينيون ومقياس التوافق النفسي الاجتماعي وهنا يكمن الاختلاف في حين اتفقت الدراستان في المنهج فكلاهما اعتمد على المنهج الوصفي.

✓ **الدراسة الثانية:** بعنوان "اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو مهنة التدريس في طور الثانوي" دراسة مقارنة مع طلبة المدارس العليا، وقد قدمت هذه الرسالة استكمالاً للحصول على شهادة الدكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، من إعداد

الباحث صالح بسة، بمعهد التربية البدنية والرياضية جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2017/2018.

تلخصت مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل رئيسي وتساؤلات فرعية، لخصنا أبرزها فيما يلي:

1. ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو مهنة التدريس؟

2. ما هي اتجاهات المدارس العليا نحو مهنة التدريس؟

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو مهنة التدريس

في الطور الثانوي، دراسة مقارنة بين طلبة معهد التربية البدنية وطلبة المدارس العليا.

_ منهج وعينة الدراسة: تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمد الباحث على العينة

العشوائية البسيطة، حيث استعمل الأساليب الإحصائية (المتوسط الحسابي الانحراف المعياري واختبار

ت لدراسة الفروق)، كما تم الاعتماد على مقياس ثلاثي الأبعاد (موافق، محايد، غير موافق).

وقد توصل الباحث إلى سلسلة من النتائج لخصت في النقاط التالية:

▪ تحقق الفرضية الأولى والتي مفادها بأن اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو

مهنة التدريس إيجابية، وهذا نظرا لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل الاتجاهات

وبين الدرجة المتحصل عليها.

▪ تحقق الفرضية الثانية نظرا لأن اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية تختلف

باختلاف متغير المستوى ومتغير الجنس.

▪ تحقق الفرضية الثالثة والتي مفادها بأن اتجاهات طلبة المدارس العليا نحو مهنة التدريس

إيجابية وذلك لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل الاتجاهات وبين الدرجة المتحصل

عليها.

وقدم الباحث توصيات منها:

▪ الاعتماد على نتائج هذه الدراسة للانطلاق في إجراء دراسة أخرى والتوصل إلى نتائج

أكثر دقة.

▪ لا بد على الأساتذة أن يتبعوا نفس الأسلوب خلال الإشراف.

مناقشة الدراسة: بعد عرض هذه الدراسة يمكننا القول بأنها تشترك مع دراستنا في عنصر

أساسي وهو متغير الاتجاهات، كما أن كلاهما يشتركان في مجتمع البحث وهو طلبة معهد علوم

وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، فكلاهما اعتمدا أيضا على الدراسة الوصفية واعتمدا

أيضا كلاهما على الأساليب الإحصائية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري) في حين يكمن الاختلاف في المقياس إذ أننا اعتمدنا على مقياس ليكرت الخماسي بينما اعتمدت هذه الدراسة على مقياس ثلاثي التدرج.

3.7.1 الدراسات المتعلقة بالمتغير الثالث: (الثقافة الرياضية)

✓ دراسة رائد داود سليمان بعنوان «دور الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية وعلاقته بشغب الملاعب لدى مشجعي الأندية الجماهيرية العراقية» وقد قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه عن أطروحة من جامعة ديالى بالعراق كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة.

تلخصت مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل الوحيد والمتمثل في:

1. ما هو الدور الذي يؤديه الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية؟ وما علاقته بظاهرة الشغب في ملاعب كرة القدم العراقية؟

_ وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية.

_ منهج وعينة الدراسة: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي وتمثلت عينة البحث في بعض جماهير الأندية الرياضية بكرة القدم، ولقد توصل الباحث إلى استخلاص مقياس الشغب الرياضي لجماهير كرة القدم العراقية.

ومن بين النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي:

▪ أن استخدام عينة الدراسة للإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان عشوائياً لهذا كان دورها متوسط في نشر الثقافة الرياضية، كما لها أيضاً دور سلبي في انتشار ظاهرة الشغب الرياضي في الملاعب العراقية.

▪ الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي له دور سلبي في انتشار ظاهرة الشغب الرياضي داخل ملاعب كرة القدم العراقية، كما أنه ساهم بشكل معتدل في نشر الثقافة الرياضية لأن العينة المختارة متنوعة ومتوسطة التحصيل العلمي.

وقد اختتم الباحث دراسته بجملة من التوصيات تلخصت في النقطة التالية:

▪ ضرورة تعامل الصحفيين الرياضيين بحيادية واحترافية، وأن يكون عملهم موضوعيا وملتزمًا بأخلاقيات المهنة، ودعوة الأندية الرياضية للاهتمام بمواقعها الالكترونية وصفحاتها الرياضية لتكون وجهة إعلامية.

✓ **مناقشة الدراسة:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية، وهو ما تسعى إليه دراستنا بشكل يتشابه مع هذه الدراسة لأن كلا الدراستين يشتركان في متغير مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة الرياضية، فكما يشتركان أيضا في نوع الدراسة وهي الدراسة الوصفية.

2 أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال عرض مجموعة الدراسات السابقة وعرض أوجه التشابه والاتفاق والاختلاف بين دراستنا وهذه الدراسات، واستعراض أهم الأهداف والنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات السابقة يمكننا القول بأن دراستنا هذه تتفق معها من خلال بعض متغيرات العنوان الرئيسي وفي بعض الأهداف، لهذا سنعرض فيما يلي أهم النقاط التي استقننا من خلال هذه الدراسات:

1. لقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد الجوانب النظرية ووضع تصورات مبدئية لخطة دراستنا.
2. لقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة منهجيا حيث تتفق مع دراستنا أحيانا في الجوانب المتعلقة بنوع الدراسة والمنهج ومجتمع الدراسة.
3. لقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة ميدانيا في تصميم أداة الاستبيان خصوصا مع الدراسات التي استخدمت مقياس ليكرت، كما ساعدتنا أيضا في الاستفادة من بعض النتائج التي توصل إليها الباحثين من أجل تعزيز التحليل بشكل علمي ومنهجي، إضافة إلى أنها مكنتنا من تفادي الوقوع في بعض الأخطاء المتعلقة بصياغة أسئلة الاستمارة.
4. ساعدت هذه الدراسات السابقة في صياغة تساؤلات الدراسة.
5. ساهمت هذه الدراسات السابقة من تحديد منظور الدراسة.

8.1 الخلفية النظرية للدراسة: سنعتمد في هذه الدراسة على نظريتين متمثلتين في النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

1.8.1 النظرية البنائية الوظيفية:

✓ النظرية الوظيفية:

هي ميل فكري في تخصص علم الاجتماع يقوم أساسا على مفهوم النسق، يتكون من مادتين متكاملتين يتمثلان في شكل تصوري للمجتمع وإطار تحليلي للمجتمع، وتعتبر الوظيفية من المفاهيم الكثيرة التي أحدثت نقاشا حولها في العلوم الاجتماعية لأنها أكثر استخداما في كل التخصصات خصوصا الانتروبولوجيا وعلم الاجتماع اللتان تعتمد أبحاثهما بصفة كثيرة على دراسة مصطلح الوظيفية ومنهجها وخصائصها وغيرها. (الزبياري، 2016، الصفحات 101-100)

حيث تهتم الوظيفية بتحليل العلاقة بين النظام ككل والوحدات المكونة لهذا النظام، وقد تناولته كل من العلوم البيولوجية والاجتماعية والسلوكية واعتمدت عليه في تحليل الوظائف التكاملية التي ينهض بها هذا النظام ككل، ولقد استعار علماء الاجتماع مفهوم الوظيفة من لغة علم الأحياء ومن لغة المنظمات وكان "إميل دور كايم" من بين مؤسسي علم الاجتماع الأكثر ارتباطا بالوظيفية؛ إذ كثيرا ما استخدم مماثلات بيولوجية التي كان أشهرها "المماثلة العضوية" التي بمقتضاها اعتبر المجتمع كيانا عضويا يعمل كل جزء من مكوناته على المحافظة على الأجزاء الأخرى، تماما كما تعمل أجزاء الجسم للمحافظة على بعضها البعض وعلى الجسد ككل. (شنب، 2013، صفحة 98)

ويتضمن مفهوم الوظيفية في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات، والوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية، و تمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة مثل: نقل الأخبار الثقافية، التوعية، الترفيه....، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام، وتتم ممارستها داخل بناء هو النظام الاجتماعي السائد في المجتمع، وينتج عن ممارستها مجموعة الوظائف تشمل آثار مرغوبة مثلا: يؤدي تقديم الإذاعة لمادة ثقافية إلى الارتقاء بالذوق الأدبي والفني والجمالي للأفراد زيادة المعلومات الثقافية، تعميق الوعي...، ومن ناحية أخرى يشير مصطلح الاختلال الوظيفي ضمن هذا المنظور إلى الآثار غير المرغوبة التي قد تحدثها هذه الوسيلة مثل نشر قيم وسلوكات ثقافية سلبية...، وبالتالي يمكن لهذه الوظائف أن تمنع من حصول "الاختلالات" فتقي بذلك المجتمع من الدخول في الأزمات. (نوال، 2018، صفحة 14)

✓ الوظيفية الجديدة: إعادة الاعتبار لتصورات بارسونز:

ظهرت الوظيفية الجديدة في الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا في ثمانينيات القرن الماضي انطلاقاً من الانتقادات الموجهة لتالكوت بارسونز، معتبرين بأن الوظيفية الجديدة ليست نظرية مطورة، وإنما هي ميل نظري، حيث صرح "جفري الكسندر" -الذي يعتبر أحد رواد هذه النظرية- في كتابه "الوظيفية الجديدة" بأن الجدل البارسوني قد أنهى سنة 1980 وأن العالم يعيش حياة ما بعد البارسونية، فهناك نظريات عديدة أكدت نقاط ضعفها أمثال نظريات الصراع والنظرية الماركسية ونظريات التفاعل وغيرها فهي حالياً تسعى إلى الربط بين النظريات قصيرة المدى والنظريات بعيدة المدى وذلك من أجل القضاء على الحروب القائمة بين المدارس، فالوظيفية الجديدة على رأسها "الكسندر" تعمل على تحقيق التوازن وتؤمن بفكرة التمايز لتحقيق التغيير الاجتماعي.

فيما كتب "الكسندر وبول كولمبي" مقالاً نحو وظيفة جديدة يتابعان فيه الدراسات التي قام بها "ازنشات" حول وظيفة بارسونز ونحو قدرة احتواء نظرية التفاضل الاجتماعي، التغيير والصراع والاتجاهات السوسولوجية المختلفة، والذي وجد بأنه بديل يثري العمل ويجعله مفيداً أكثر. لهذا فإن "ازنشات" قد احتفظ بطرح الانطلاق لبارسونز وقام بتغيير مضمونها مستعملاً الأقوال المعتمدة في النظريات الرمزية، الصراع، التفاعلية، لأن بارسونز اعترف بدوره بغلبة القوة على نظريته متحججاً بسعيها وراء تنفيذ العدالة الاجتماعية والمصلحة العمومية.

_ تشمل الوظيفية الجديدة اتجاهات معينة للعمل هي:

- إيجاد صورة متنوعة الأبعاد، ويشمل درجات تفسير بعيدة المدى وقصيرة المدى.
- سعي الوظيفية وراء عدم قبول ادعاء بارسونز بالعصرنة.
- السعي وراء العمل بدمقرطة التحليل.
- التأكيد على دمج التفاعلية الإبداعية.
- دمج اتجاه الصراع. (الهوراني، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع -تمدد أفاق

النظرية الكلاسيكية-، 2011، الصفحات 123-124)

✓ مفهوم النظرية البنائية الوظيفية:

قبل التحدث عن نظرية البنائية الوظيفية لا بد أن نشير أولاً إلى أن النظرية البنائية ظهرت في العشرينيات من القرن الماضي، حيث كانت إنجازاتها متواضعة وتطورها النظري متعلق فقط بالعلوم الطبيعية. (encyclopedia universalis, 2019)

ثم بعد ذلك تم تطويرها من طرف العالم الفرنسي جان بياجيه وتوسيعها في مجالي علم النفس والتربية. (xavierseron & jeannerod, 1998, p. 490) فهذه النظرية ظهرت كطريقة لشرح كيف تكتشف مسارات التنمية في العوامل الثقافية ومهارات التفكير. (joanchiao, 2009, p. 288) فالتفسير البنائي لهذه النظرية هو وظيفي (jacquemain & bruno, 2008, p. 118) وغرضها الرئيسي هو تحليل طبيعة كفاءة الاتصال الوظيفي ووضع مقترحات قابلة للاختبار حول هذه الكفاءة وفهم أشكالها ومحدداتها وسوابقها وعواقبها. (A, o, & braithwaite, 2008, p. 52)

فالبنائية الوظيفية هي نظرية اجتماعية تهتم بدراسة الأنساق الاجتماعية والصعوبات الوظيفية دراسة علمية منظمة من أجل إدراك ديناميكية التغيير، (مهورباشة، 2018، صفحة 126) فهذه النظرية تسلط الاهتمام على تكتل وتوازن العناصر الوظيفية المتمثلة أساسا في النسق والمجتمع بطريقة تعمل على سلامتهم واستقرارهم، حيث تتمثل هذه العناصر في الأشخاص والمجتمع الذين يعبرون عن روابط اجتماعية بين وحدات المجتمع، تحكمهم أنظمة وقوانين تنظم سلوكياتهم وأفعالهم بهدف جعل المجتمع أكثر أمانا، استقرارا و اتزاناً. (حاتم و أحمد، 2016)

لقد حاولت النظرية البنائية الوظيفية عن الكشف وشرح معنى الاستقرار والتوازن في المنظومة المجتمعية، فلم تبالي بمن لا يتوافق مع أطروحتها من أشياء قد تدفع إلى عدم الاتزان، أو التشتت أو الصراع، ومن بينها القوة وما ينجم عنها من انتهاز وصراع وتقلب، كما هي موجودة في نظرية الصراع هذه هي النقطة التي انطلقت منها البنائية الوظيفية معتبرة المجتمع كهيكلة ثابت نسبيا يتكون من وحدات مترابطة مع بعضها، كل عنصر يقوم بوظيفته لكي يخدم الهيكل العام، بحيث تعمل عناصر هذا الهيكل وفق الإجماع والاتفاق العام، ويمكن مراقبة مصطلح القوة وأثارها على المدلول في البنائية الوظيفية من خلال أبرز روادها: "ميرتون و بارسونز"، و جفري الكسندر في الوظيفية الجديدة. (الحوارني، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع التوازن التفاضلي صيغة توليفية بين الوظيفة والصراع، 2008، صفحة 109)

حيث يركز المدخل الوظيفي على دراسة وظائف وسائل الإعلام وتأثيراتها ومعرفة أهم الخدمات التي تقدمها للفرد والمجتمع، كما يدرس أيضا الطريقة التي تتعرض بها الجماهير لوسائل الإعلام لكونه من أهم المداخل التي تدرس نظريات الإعلام والاتصال، وتبنى الفكرة الرئيسية لهذه النظرية على اعتبار أن النسق يعتمد على التوازن الكلي لجميع أعضائه التي تقوم بوظائفها على حدا، حتى لا يفقد النسق تنظيمه وانسجامه. ويذكر أن إميل دوركايم هو السباق في تنظيمه لأفكار هذه النظرية

لتفسير جوانبها الاجتماعية، حيث استفسر بداية عن حقيقة العمل الفعلي الذي تقوم بها الدرجات الثلاثة الرئيسية للبناء الاجتماعي الكلي حيث أن الدرجة الأولى تتمثل في الوظيفة الفعلية للأفراد داخل مجتمعاتهم، في حين تعود الدرجات الثانية في ربط هذه الوظائف الفعلية في مدى اجتماعي معين، أما الدرجة الأخيرة ترتبط بكل المجتمع، بينما حل العالم تالكوت بارسونز وحدة المجتمع في تفسيره لهذه النظرية معتبرا المجتمع نسق تجمعه علاقات بين الأفراد تكون ثابتة نسبيا تتكون من القيم، المعايير، الجماعات والأدوار.

وفي عام 1957 ركز روبرت ميرتون على تحليل أدوار المجتمع، مشيرا إلى أن المجتمع نسق مترابط العناصر تتجه حركته نحو التوازن، بحيث أن القوى الاجتماعية سوف تستعيد هذا التوازن عند حدوث أي خلل. ولتلبية حاجات الأفراد لا بد من القيام بمجموع الأدوار الظاهرة والكامنة التي يبرمجها المجتمع للأنشطة المتكررة، حيث ربط ميرتون الأهداف المقصودة الظاهرة والموضوعية التي تسهم في الحفاظ على النسق الاجتماعي على أنها وظائف ظاهرة، في حين نجد أن الوظيفة الكامنة هي التي لم يكن حدوثها محتمل ومقصود.

وعند ممارسة الأسس التي تبنى عليها نظرية البنائية الوظيفية في مناقشة مجال الاتصال الإنساني والإعلام نجد أن هذا المجال هو نظام جزئي موجود داخل النظام الكلي يسعى إلى تحقيق حاجات ووظائف الأفراد، فوسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر على هذا النظام بالسلبية وخلق عدم الانسجام واختلاف الآراء، وإما أن يكون لها تأثير ايجابي في وحدة الرأي العام وخلق استقرار في الآراء. وقد عرفت نظرية البنائية الوظيفية الوظائف الاجتماعية مجموعة من النماذج. (العساف، سيسيولوجيا الشبكات الاجتماعية وحقوق الإنسان، 2021، الصفحات 32-34)

_ تتلخص نظرية البنائية الوظيفية في ستة أفكار هي:

1. لا بد من النظر إلى أن الأفراد والمجتمعات وكل الموجودات بهذا العالم هي نسق مترابط لا يمكن فصلها عن بعضها مثل أعضاء جسم الإنسان، ونفس الشيء ينطبق على شخصية الكائنات الحية والاجتماعية الموجودة بهذا العالم.
2. لا بد من الوفاء بالاحتياجات الأساسية التي يملكها كل نسق، وإلا سيتسبب في زواله.
3. يجب أن يتصف النسق الكلي بالتوازن لأنه عندما يختل أحد أعضاء الجزء سوف يؤثر سلبا على الكل ويصبح عدم متزنا.

4. يمكن أن تكون أحد أجزاء النسق تقلل من توازنه عندما تكون عديمة القيمة أو وظيفتها ضارة، في حين قد تسهم في توازن النسق الكلي عندما تكون أجزاءه وظيفية.
5. يحتاج النسق إلى بدائل ومتغيرات عديدة لتحقيق احتياجاته.
6. تحقيق وحدة التحليل الاجتماعي الوظيفي والتي تهدف إلى إبراز الكيفية التي يسهم فيها الجزء في دعم النسق الكلي، وقد أرجع علماء الاجتماع تسمية هذه النظرية بالبنائية الوظيفية محاولة منها لفهم البنيات والوظائف التي تؤديها هذه البنيات التي يتكون منها المجتمع. (مسعود، 2014، صفحة 17)

✓ أهداف النظرية البنائية الوظيفية:

- تتجلى أهداف النظرية في الانتفاع بها في ميدان اتخاذ القرار من خلال النقاط التالية:
- إن التأقلم مع المجتمع والسعي من أجل الوقوف أمام عدم الانسجام نقطة أساسية في اتخاذ القرار، وذلك لأن وظيفة الانسجام تعتبر جد أساسية للمحافظة على استقرار وتوازن النسق والمنظومة الاجتماعية.
 - إن اتخاذ القرار في المجال العام لا بد أن يخدم المصلحة العامة التي تحدث تكاملاً وترابطاً بين كل وحدات المجتمع، فالقرار لا يتخذ بشكل فردي بل يكون متكامل في إطار عام.
 - عند اتخاذ القرار لا بد أن يكون هناك التزام بمعايير المجتمع وقيمهم، لهذا نجد أنه يكون مقيد. (حاتم و أحمد، 2016، صفحة 194)

2.8.1 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

لابد أن نشير إلى أن في عام 1976م تم اقتراح كتاب نظرية التبعية على الوسائط لأول مرة بواسطة "روكيتش وديفلور" (rossler, 2017, p. 893) لمعالجة النظريات التي تعزز المواقف السابقة. (w, littlejohn, karena, & john, 2017, p. 203) والذي اقترح هذان الباحثان نموذج التبعية للاتصال الجماهيري. (S, Johnson-Cartee, & Copeland, 1997, p. 99)

حيث تقوم هذه النظرية على فكرة رئيسية هي: أن أعضاء المجتمع يعتمدون على الأخبار التي تبثها الوسائل الإعلامية من أجل تلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم المختلفة، فهي نظرية تركز على ثلاثة نقاط أساسية متمثلة في وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وهي تفاعلات تختلف عن نموذج الاستخدام والإشباع. (السامراني إ.، 2019، صفحة 17)

فنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تهتم على الإجابة عن التساؤل التالي: لماذا يشاهد المتلقين وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق الهدف؟ فهي تسعى لإدراك نوعية العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام كما تحاول أيضا فهم العلاقة والسلوك بين كل جزء من أجزاء النظام الاجتماعي، الذي يعتبر فيه الإعلام أيضا كأحد أجزاءه، فهو كركيزة تبنى على أساسها العلاقة بين الإعلام والجماهير.

ويرجع صنف اعتماد الجماهير ورتبته في المجتمع الذي نعيش فيه عن الأخبار المستقاة من الإعلام على ركيزتين مهمتين هما:

1. التقلبات والتحولت التي يعيشها المجتمع تساهم في لجوء الجماهير أكثر لوسائل الإعلام لاستقاء الأخبار منهم.
2. درجة مكانة الإعلام كمنبع للأخبار في المجتمع وذلك لإدراك العالم الذي يحيط بالمجتمع وتحسين سلوكهم ومزاجهم.

تختلف طريقة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام نتيجة التأثير بالقانون الاجتماعي الذي يعيش بداخله الجمهور، فالتأثير لا يتعلق فقط بالنظام الاجتماعي وإنما يتمثل أيضا في التأثير الذي تلعبه وسائل الإعلام في نفسية الجماهير، فكلما تعسرت التركيبة الاجتماعية تضاعف التواصل بين الأفراد داخل المجتمعات، هنا يزيد اعتماد الأفراد على الإعلام للحصول على الأخبار، لأنه قام بسد النقص الحاصل في البنية الاجتماعية.

برزت هذه النظرية من طرف "ملفين ديفلور" و"ساندرا بول روكيتش" في سبعينيات القرن الماضي والتي اندرجت في كتابهما "نظريات وسائل الإعلام"، حيث وصفت بأنها نظرية مضبوطة وشاملة وغير مألوفة شرحت تفاعلات واستخدامات وسائل الإعلام وتأثيراتها، وتصنف هذه النظرية ضمن نظريات التأثير المعتدل التي تتصور بأن الإعلام تتنوع تأثيراته بين الضعف والقوة في حالة ظهور ظروف محددة فهي لا تتقاسم الصورة الذهنية لجمهور المجتمع في قوة الإعلام لكون أن الأشخاص لا يستطيعون العيش دون تكوينهم للعلاقات الاجتماعية، بل هي تقترض بأن مصدر قوة الإعلام يكمن في التحكم بمنبع الأخبار وتوجب على الأفراد الوصول إلى غايتهم الذاتية، بالإضافة إلى ذلك أنه كلما كثر نطاق المبتغيات كلما اقتضى الحصول على المرجع الأصلي للمعلومة التي يقدمها الإعلام، وتعتمد روابط الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين هما الأهداف والمصادر.

بدأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من افتراض أن استعمال الوسائل الإعلامية يكون مقترن بالتفاعل مع الرأي العام، إذ أن قوة الإعلام يكمن في إحداث تأثير كبير عندما تقوم بأدوارها على أكمل وجه والوصول إلى منبع المعلومات وإذاعتها بشكل صحيح وغير غامض وفريد من نوعه للنظريات المرتبطة في القائم بالإعلام والاتصال. (نوري، 2020، الصفحات 31-34)

✓ الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمحور أفضلية الوسائل الإعلامية تبعاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في قدرة وسائل الإعلام على التحكم في أنظمة المعلومات التي تسمح للأشخاص عن طريقها إشباع مختلف حاجياتهم التي تتكاثر كلما تعقدت أهداف المجتمع أكثر وبالتالي أفراد المجتمع ستلجأ وتعتمد أكثر على وسائل الإعلام التي تزودهم بالأخبار والمعلومات المتنوعة المصادر حتى تلبي لهم مختلف أهدافهم. (زينب و حامد، 2018، صفحة 60)

✓ فرضيات النظرية:

1. تلعب البيئة المحيطة والتجارب السابقة دور في تأثير الإعلام الذي يتراوح بين القوة والضعف.
2. للنظام الإعلامي روابط مع الأشخاص والأطر الاجتماعية المختلفة والجماعات، فهو قطعة أساسية من النمط الاجتماعي للمجتمعات.
3. استعمال الجمهور للوسائل الإعلامية لا يجرى بمعزل عن تأثيرات النسق الاجتماعي.

4. تتفاعل الجماهير أثناء استعمالها لوسائل الإعلام نتيجة تأثرهم من أدوات الاتصال واحتكاكهم بمجتمعاتهم. (كنعان ع.، 2016، الصفحات 167-168)

_ لقد اخترنا نظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمنظور لهذه الدراسة لأنها تتفق مع معطياتها والمتمثلة أساسا في العديد من النقاط هي:

- البحث عن الوظيفة الحقيقية التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي في دعم وتنمية الثقافة الرياضية.
- معرفة الإسهامات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة الطلبة.
- معرفة الوظائف التي تقوم بها الثقافة الرياضية لخدمة المجالات الأخرى (الاجتماعية، الطبية، النفسية، التربوية ...) كونها تتداخل معها لخدمة الأفراد.
- البحث عن درجة اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتهم الرياضية.
- معرفة القرارات التي يتخذها الطلبة بخصوص اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصادر مهمة لاستقاء المعلومات الرياضية أم لا.
- معرفة طبيعة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في القضايا الرياضية.

2. أدبيات البحث حول مواقع التواصل الاجتماعي، الاتجاه والثقافة الرياضية

2. أدبيات البحث حول مواقع التواصل الاجتماعي، الاتجاه والثقافة الرياضية

1.2 مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

1.1.2 نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أسهم وجود شبكة الانترنت العالمية في ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعي والتي أحدثت نقلة تاريخية في مجال التواصل البشري وجعلت العالم قرية صغيرة، كما منحت للمستخدمين فرص أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود برقابة نسبية، وقد مرت مواقع التواصل الاجتماعي في نشأتها بمراحل متعددة نوضحها كالآتي:

✓ المرحلة الأولى:

بدأت هذه المرحلة أواخر التسعينات بظهور مجموعة من المواقع كموقع « Classemates.com » سنة 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع « Six degees » سنة 1997 الذي ركز على الربط المباشر بين الأشخاص كما ظهرت عديد المواقع الأخرى مثل: "لايفجورنال" "كليورد" سنة 1999، وقد ركزت هذه المرحلة على خدمة الرسائل القصيرة و تلك الخاصة بالأصدقاء.

✓ المرحلة الثانية:

تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية وقد شهدت ظهور مجموعة من تطبيقات الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة....) كما تبلورت برمجيات الويب (02) والتي سعت لتطوير التجمعات الافتراضية ، مركزة بدرجة كبيرة على التعاون و التفاعل والاندماج ، ويعد انطلاق الموقع الأمريكي المشهور " ماي سبيس " نقطة بداية هذه المرحلة يليه موقع "الفيسبوك" سنة 2003 .

✓ المرحلة الثالثة:

تعد مرحلة الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بظهور موقع " فرند يستر " بداية عام 2002 والذي حقق نجاحا باهرا دفع شركة غوغل لمحاولة شرائه سنة 2003 كما شهد في نفس السنة ظهور موقع "سكايروك" بفرنسا والذي حقق نجاحا جعله يحتل المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين سنة 2008.

كما شهدت بداية سنة 2005 ظهور موقع "ماي سبيس" الأمريكي الذي يعد من أوائل المواقع الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم، والذي تفوق بدوره على موقع "غوغل" وكانت سنة 2007 سنة

ازدهاره بالتوازي مع منافسه الشهير "فيسبوك" الذي نجح بالتفوق عليه بشكل كبير على مستوى مستخدميه في العالم.

كما ظهرت عديد المواقع الأخرى (تويتر، انستغرام، يوتيوب...) واستمرت منذ ذلك الوقت في التطور والتنوع إلى يومنا هذا محدثة ظاهرة عالمية في عالم الاتصال والتواصل. (قاسمي و جدلي، 2019، الصفحات 18-19)

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا لا مفر منه من حياتنا اليومية، وسواء أحببنا ذلك أم لا، فهي موجودة لتبقى على مر العصور والأيام. فمصطلح وسائل التواصل الاجتماعي لا يحتاج إلى تفسير، لأن الجميع متأكد تمامًا بفعاليتها، فهي عبارة عن وسائط تتيح للفرد أن يكون اجتماعيًا، عن طريق الاتصال الاجتماعي عبر الإنترنت من خلال مشاركة المحتوى والأخبار والصور... الخ مع أشخاص آخرين. وهناك المئات من التعريفات لمصطلح وسائل التواصل الاجتماعي ويتم إضافة تعريفات جديدة يوميًا مع استمرار تغير المفاهيم وتطورها مع مرور الوقت.

(Varinder Taprial & Priya, 2012, p. 8)

2.1.2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: تشترك هذه المواقع في جملة من الخصائص أهمها:

✓ التفاعلية التشاركية:

تمنح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها فرصة تبادل الآراء، التعليقات والمنشورات، ومن ثم مناقشتها وإبداء ردودا لأفعال المختلفة وبالتالي متابعة مدى تفاعل الأشخاص مع بعضهم، ما يتيح استمرارية التواصل ومشاركة مختلف المضامين.

✓ التلقائية:

يقصد بها التواصل دون قيود أو لوائح تنظيمية تحكمه، أي أن مواقع التواصل الاجتماعي تلقائية تفتقد لطابع الرسمية.

✓ قلة التكلفة:

أي أن التسجيل عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي يكون مجاني (من دون أية تكلفة).

✓ سهولة الاستخدام:

فأغلبية صفحات مواقع التواصل الاجتماعي سهلة التعامل، سواء من حيث التوجيه أو من حيث اللغة المعتمدة تنوعا للغات لخدمة كل المجتمعات.

✓ الحضور الدائم وغير المادي:

يمكن لأي مستخدم ترك رسالة صوتية ومعلومات مختلفة ولا يشترط حضوره الدائم، كما يمكنها لتحكم في إرسال الرسالة للمرسل إليه لتصل في وقت محدد.

✓ الانفتاح:

أي التفاعل بين مختلف الأعضاء المشاركين في العملية الاتصالية باعتبارهم منتجين للمحتوى عكس وسائط الاتصال التقليدية.

✓ دعم التجمعات:

يتاح للأشخاص فرصة إنشاء مجموعات تشترك في اختصاص معين أو في انتماء ديني واجتماعي معين كالفيسبوك مثلاً.

✓ المرونة:

تعني إمكانية الولوج لكل المواقع من أي جهاز آخر غير الحاسب المحمول "كالهواتف المحمولة" كون هذه الأجهزة تحتوي على أنظمة تشغيل خاصة تسمى (برامج التواصل الاجتماعي).

✓ عالم افتراضي للتواصل:

جعلت مواقع التواصل الاجتماعي العالم قرية صغيرة، إذ يمكن رؤية الأصدقاء والدراسة وحتى البيع والشراء عبر هذه المواقع دون شرط السفر والتنقل.

✓ إذابة التواصل الطبقي:

تمنح مواقع التواصل الاجتماعي فرصة الاتصال بالعلماء، الدعاة، الأدباء وحتى طلبة العلم مباشرة دون أي وسيط. (تبري و غراف، 2018)

3.1.2 مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

تمتاز معظم الشبكات الاجتماعية بعدة معالم جديدة من حيث بنائها واستخدامها، كالاشتراك المجاني وسهولة الخدمة من خلال المشاركة والاستفادة منها، وكذا تبادل الخدمات، الآراء والأفكار بين الأعضاء.

1. التعارف والصدقة: تعد من أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

2. إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة والأفراد: إذ يمكن إنشاء شبكات داخلية تجمع الأفراد تحت مظلتها، لغرض التعرف على مختلف الأخبار والأنشطة.

3. إنشاء مجموعات اهتمام: فمن خلال هذه الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك فيها، تقدم هذه الخدمة مجاناً بعدما كانت بمقابل مادي في بداية ظهورها.

4. البرمجيات المتوفرة داخل مواقع التواصل الاجتماعي: أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل لمختلف البرمجيات وعلى رأسها "الفيسبوك" الذي أصبح منصة لتطوير هذه البرمجيات سواء ما هو ترفيهي أو ما هو بحثي.

5. استخدامات ترفيهية: تضم الشبكات الاجتماعية عديد الألعاب الترفيهية والتي تعمل بفكر الويب 2.0 كما يمكن للأصدقاء التنافس داخل اللعبة الواحدة.

6. وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع: توفر هذه الشبكات عديد الطرق للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني ولعل أشهرها "البريد الإلكتروني" وكذا المحادثة الفورية بين الأعضاء.

7. الدعاية والإعلان: تستخدم الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، إذ تؤسس الشركات مجموعات بهدف الترويج أو عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر هذه الشبكة.

أجرت مؤسسة البحوث الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية دراسة مسحية، كشفت بأن عديد المواطنين الأمريكيين يتجهون للشبكات الاجتماعية للحصول على المعلومات الصحية وكان موقع (الفيسبوك) بإجماعها لخيار الأفضل تلاه موقع (اليوتوب) لعرض أفلام الفيديو، فيما أكد البعض أن موقعي (تويتر وماي سبيس) هما المقصد الأفضل، ورجح بعض المشاركين أن لهذه المواقع الاجتماعية تأثيراً كبيراً أو مرجعاً حياً لقراراتهما المتعلقة بالصحة مستقبلاً. (القندلجي، 2013، صفحة

4.1.2 محتويات وحقائق عن مواقع التواصل الاجتماعي:

1.4.1.2 محتويات مواقع التواصل الاجتماعي:

_ الصفحة الرئيسية: يظهر بها كل جديد من تعليقات، صور وروابط الأصدقاء أحيانا في حالة ما أتاح المستخدم مشاهدة محتويات صفحته عبر إعدادات الصلاحية.

_ الصفحة الشخصية: تعد شكل من أشكال صفحات البداية الفردية التي تسعى لتقديم وصف لكل عضو عن طريق الصور والفيديوهات الموضوعية من طرفه، كما أن بروفايل الموقع يتضمن عديد التعليقات لمختلف الأعضاء، إضافة لقائمة الأصدقاء داخل هذه الشبكة.

يسعى مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي لنشر مختلف المعلومات المتعلقة بهم وبوجهات نظرهم سواء السياسية وحتى الدينية، كذلك ميولاتهم ومفضلاتهم من أفلام وموسيقى.... عن طريق إنشاء ملف تعريف. ويمكن للمستخدم مشاركة الأصدقاء على المواقع، الروابط و الصور وكذا تقديم تسهيلات لإرسال الرسائل العامة و الفورية للمستخدمين، كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم فرصة التمتع بالخصوصية في أي وقت عن طريق التحكم بالمعلومات المتبادلة ومن يطلع عليها، فضلا على أن هذه الملفات الشخصية تساهم في معرفة الحالة النفسية للمستخدمين (كالضغط العصبي، الحنين للوطن...) وتساعد الطلاب على معرفة معلومات عن أصدقائهما الجدد، فغالبا ما تقوم الصداقة بين الأعضاء المتشابهين في (الأفكار الصفات، الهوايات و الاهتمامات....).

_ الأصدقاء: يستخدم معظم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التعرف على أفراد جدد وإقامة صداقات جديدة وكذا الحفاظ على العلاقات المختلفة، ولعل كلمة صديق في معناها الحقيقي بعيدا عن المفهوم العام هي تكوين صداقة مع أفراد جدد (غير معروفين سابقا) عن طريق هذه المواقع.

تشير النتائج إلى أن أغلبية الطلاب يستخدمون هذه المواقع لساعات طويلة من أجل التواصل مع الأصدقاء، البحث عن الصداقات القديمة، وكذا تكوين صداقات جديدة. (الكرخي و الأسوددي، 2018، الصفحات 21-23)

2.4.1.2 إحصائيات الانترنت والشبكات الاجتماعية:

▪ شهد عام 2011 نموا كبيرا لشبكة الانترنت، وبالتالي إقبالا كبيرا من طرف الأفراد على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي والويب، ما ساهم في إحداث تغييرات لم يشهد لها مثيل في حياة الأفراد والمجتمعات، ولا تزال هذه الشبكة تبهر العالم يوميا من خلال نموها وتطورها الدائم والسريع.

- يتجه العالم بشكل كبير إلى شبكة الويب من أجل بناء مجتمعات افتراضية متعددة، وهذا من خلال العدد الهائل للمواقع الالكترونية الموجودة في هذا الفضاء والمقدر ب (555موقع الكتروني) فقد قدر عدد المواقع سنة 2015 بحوالي 250 مليون موقع، فيما شهدت سنة 2011 ظهور حوالي 300 مليون موقع جديد وهو أكثر عدد المواقع منذ ظهور الانترنت (للإشارة فإن هذا الرقم شامل لمختلف المواقع سواء الفاعلة منها، أو تلك التي لا تزال مجرد إسم وقد قدر عدد المواقع الفعلية ذات المحتوى المعرفي والخدمات المفيدة ب175 مليون موقع.
- يمكن إنشاء عديد حسابات البريد الالكتروني دون تكاليف كون هذه الخدمة مجانية، وقد بلغ عدد الحسابات قرابة 3.146 مليار حساب الكتروني، ويعد عدد الرسائل المتبادلة كبير جدا (حوالي 122 بريد) لكن أغلبها أي قرابة (71%) عبارة عن رسائل مزعجة كالدعاية والإعلان ورسائل احتيال 19% منها تصل للمستخدم على شكل (Spam) رغم محاربتها من قبل مزودي خدمة البريد.
- تعد خدمة البريد الالكتروني المجانية (Hotmail) أكبر خدمة من حيث عدد المشتركين والذي بلغ 360 مليون مستخدم، ويعود ذلك لاتصال هذه الأخيرة بالبرنامج الأكثر شهرة للتواصل (لايف مسنجر) ناهيك عن قدم موقع (Hotmail) الذي بدأ بتوفير خدمات البريد الالكتروني مبكرا.
- تشير الإحصائيات إلى أن أكثر من ربع سكان العالم يستخدمون الانترنت والذي قدر ب 2.1 مليار مستخدم، وهو ما يوضح مدى تغلغل الانترنت في حياة الإنسان ومقدار اعتماده عليها في تسيير أمور حياته (بلغ عدد مستخدمي الشرق الأوسط فقط 68.6 مليون مستخدم).
- تشير الإحصائيات إلى أن ثلث مستخدمي شبكة الانترنت يستخدمون أكبر وأشهر شبكة للتواصل الاجتماعي ألا وهو «الفيسبوك» والذي بلغ عدد مستخدميه حوالي 800 مليون مشترك، وهو رقم مترشح للارتفاع مستقبلا (إمكانية الوصول للمليار)، وتسعى إدارة الفيسبوك جاهدة للحصول على أكبر عدد من المشتركين، ولم لا كل مستخدمي الشبكة العنكبوتية من خلال "الدعاية والإعلان «خصوصا وأن أغلبية المشتركين يلجئون للموقع يوميا ويعتبرونه جزء لا يتجزأ من حياتهم، ولعل أهم الإحصائيات المتعلقة بهذا الموقع ملخصة فيما يلي:
- 510 آلاف تعليق و136 ألف صورة تضاف كل دقيقة داخل هذا الفضاء.
- 350 مليون مستخدم يلجئون إلى موقع بهواتفهم المحمولة (وهنا تبرز أهمية الهواتف الذكية التي ساهمت في انتشار هذا الموقع بقوة نظرا للتصفح السلس و المريح الذي توفره).
- 255 مليون اشتراك في موقع تويتر.

- 250 مليون تغريدة (مشاركة مكتوبة) يومية عبر موقع تويتر.
 - 70 مليون مدونة تستخدم نظام التدوين المجاني - وورد بريس- الذي يعد أكثر نظام إدارة محتوى مستخدم عبر شبكة الانترنت نظرا لبساطته و تنوعه.
 - 39 مليون مدونة في موقع "تمبلر" والذي يعتمد على خدمة التدوين المصغر.
 - 3 ملايين مشاهدة يومية على موقع اليوتيوب.
 - 48 ساعة فيديو ترفع كل دقيقة إلى موقع اليوتيوب.
 - 250 مليون صورة ترفع يوميا لموقع الفيسبوك من قبل المشتركين.
 - 51 مليون مشترك بموقع (فليكر) أكبر موقع لمشاركة الصور و عرضها على الانترنت.
 - 60 صورة ترفع لموقع (Instagram) كموقع متخصص لمشاركة الصور لمستخدمي الهواتف الذكية.
- هذا ما جعل المؤسسات العالمية لمراقبة أداء الشبكات الاجتماعية على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) تتوقع زيادة في عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم لتصل إلى 1.43 مليار شخص نهاية 2012، خصوصا وأن قوة هذه الشبكات في تزايد يوما بعد يوم وخير دليل الدور الفعال الذي لعبه موقع "الفيسبوك" خلال ثورات الربيع العربي وإلى اليوم.
- كما تشير الإحصائيات أن مستخدمي شبكة الانترنت في تزايد مستمر فقد بلغ زوار الشبكات الاجتماعية سنة 2013 (63%) بمعدل مرة واحدة شهريا، ليلعب العدد بحلول 2014 (70.7%). (البياتي، 2014، الصفحات 383-390)

3.4.1.2 إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي في العالم:

تجدر الإشارة أنه وأثناء تحليل المعطيات الإحصائية الأخذ بعين الاعتبار مختلف الحسابات غير الاجتماعية (كالحسابات التجارية والتسويقية) أو تلك غير المشغلة وغير الناشطة والتي تصل نسبته إلى (80%) حسب بعض الدراسات التقنية، ولعل شركات التواصل العالمية تسعى لخدمة مصالحها من خلال تضخيم هذه الأرقام لغايات تجارية وإعلانية ولأهداف سياسية وأخرى ثقافية وأمنية.....

وقد بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي سنة 2013 حوالي 2 مليار مستخدم موزعين على أشهر المواقع كالتالي:

- الفيسبوك الأول عالميا: 1.483 مليار مستخدم.
- تويتر 982: مليون مستخدم.

-
- غوغل: نحو 340 مليون مستخدم. (إعداد وإصدار مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2016، الصفحات 67-68)

5.1.2 الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

1.5.1.2 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

مما لا شك فيه أن للشبكات الاجتماعية ولمواقع التواصل الالكترونية فضل كبير في تغيير حياة البشرية للأفضل من خلال إحداثها لتغييرات على كافة الأصعدة، ولعل أهم هذه الآثار الاجتماعية ما يلي:

1/ نافذة حرية مطلقة: من خلال الاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، إذ تعد منفذا لملايين أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة للتواصل السهل والمجاني دون جهد وسفر، ناهيك عن كونها متنفسا للهروب من الواقع المحبط والأليم، وكذا قيود العادات والتقاليد في دول العالم الثالث.

2/ فرصة لتعزيز الذات: بمجرد التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح للشخص كيان مستقل على صعيد عالمي، خصوصا أولئك الذين لا يملكون كيانا مستقلا يعبرون به عن ذواتهم داخل المجتمع، ويزداد شعور الفرد بهذه الذات الافتراضية من خلال التفاعل والتواصل المستمر مع عديد الأفراد من مختلف الحضارات والثقافات.

3/ أكثر انفتاحا على الآخر: من خلال التواصل مع الآخر رغم اختلافه (في الدين، العقيدة، الثقافة المظهر، الميول، العادات والتقاليد....) وقد يرى البعض أن الانفتاح وتقبل الآخر سلبية وهو ما أراه ايجابيا بامتياز كون هذا الانفتاح قضى بقوة على الفوارق الاجتماعية والطبقية والعرقية بين الشعوب العربية، كما ساهم في توحيد قلوب الملايين من الشباب العرب.

4/ منبر للرأي والرأي الآخر: تعد سهولة التعديل على الصفحات وكذا حرية إضافة المحتوى المعبر عن الفكر الخاص للفرد أهم خاصيتين في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي حرية الفرد في التعبير عن آرائه، أفكاره ومعتقداته حتى لو تعارضت مع غيره، وهو ما جعل هذه المواقع أداة قوية للتعبير خاصة اتجاه قضايا الأمة المصيرية.

5/ التقليل من صراع الحضارات: قد تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة العولمة الثقافية في الوقت الذي تسعى فيه لجسر الهوية الثقافية والحضارية من خلال ثقافة التواصل المشترك بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يساهم بشكل واضح في التقارب الفكري على جميع الأصعدة.

6/ تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فقد ساهم تطور هذه التكنولوجيا في تسيير تواصل العائلات ومتابعة أخبار بعضهم وكذا الاطمئنان على أحوال أقربائهم وأبنائهم من خلال مختلف الشبكات

(كالفيسبوك وحتى التحدث المرئي عبر السكايب) خصوصا وأن هذه الأخيرة أقل تكلفة مقارنة بنظيراتها من وسائل الاتصال الأخرى.

7/ تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة: إذ تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على البحث عن الأصدقاء القدامى رغم طول فترة الغياب وبعد المسافة، وذلك بإرسال طلب صداقة أو رسالة مرئية أو صوتية، كما لعبت هذه المواقع دورا فعالا في العثور على عديد الأشخاص المفقودين (اختطاف، هجرة تبني) وساهمت في لم شملهم بعائلاتهم بعد طول انتظار سواء من خلال صورهم أو بياناتهم الشخصية الموضحة على المواقع كالفيسبوك مثلا. (المقدادي، 2013، الصفحات 68-71)

8/ هنا كتتوع في مواقع التواصل الاجتماعي وكل فئة مختصة بمجال معين فهناك :

- المنتديات الإعلامية الثقافية والتربوية.
- مواقع خاصة بالتسوق والتجارة.
- شبكات التواصل من خلال الهواتف النقالة (بهدف تكوين صداقات، إجراء نقاشات ومحادثات، تبادل الآراء والمعلومات). (المليحي، 2015، صفحة 161)

2.5.1.2 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي: لعل من أبرز سلبيات هذه المواقع غياب أهم مقومات السلوك الاجتماعي المتمثلة في "المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي" وهو ما يؤدي إلى:

- ✓ نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- ✓ عدم تقبل الرأي الآخر وغياب النقاشات القائمة على الاحترام المتبادل.
- ✓ تضييع الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات.
- ✓ العزلة على الواقع الأسري والاجتماعي.
- ✓ أضرار معنوية، مادية ونفسية نتيجة انعدام الخصوصية.
- ✓ ظهور لغة جديدة في أوساط الشباب تهدد لغتنا وهويتنا العربية. (العلی، مهارات التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، 2015، صفحة 69)
- ✓ تشكيل تجمعات مخالفة للقيم والقانون ونشر الأفكار الهدامة.
- ✓ عرض المواد الإباحية والفاضة الخادشة للحياء.
- ✓ التحايل والابتزاز والتزوير.

✓ انتهاك الحقوق العامة والخاصة. (العلی، مهارات التواصل الاجتماعي أسس و مفاهيم و قيم، 2015، صفحة 125)

6.1.2 الفيسبوك، تويتر واليوتيوب نماذج للدراسة

1.6.1.2 موقع الفيسبوك:

يعد أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث سرعة التوسع والانتشار ويملك قيمة سوقية عالمية، ما جعل كبريات الشركات تتنافس على ضمه، ولعل نقطة قوته تبرز في "التطبيقات" التي تتيح فرصة برمجة مختلف تطبيقات المبرمجين عبر العالم، ناهيك عن إنشاء أكواد برمجة مساعدة «API» تسهل الاستفادة من التطبيق. (الشمالية، عزت اللحام، و مصطفى، 2017، صفحة 217)

الفيسبوك هو أكبر شبكة اجتماعية في العالم مع أكثر من 02 مليار مستخدم شهرياً (إحصائيات 2018) حيث يتيح الفيسبوك للمستخدمين مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والمقالات وتبادل الرسائل الفورية والتواصل مباشرة مع شبكتهم عن طريق الصوت أو مكالمة الفيديو ، كما يضم خاصية إنشاء مجموعات و الانضمام لها ، ويسمح للأفراد لعب ألعاباً عبر الإنترنت ، وينشأ أيضاً المستخدمون ملفاً شخصياً، حيث يمكن إدخال معلومات شخصية مثل تاريخ الميلاد ومكان الإقامة والحالة الاجتماعية والميدان ومؤسسات الدراسة ، في الملف الشخصي ، مرفقة بعدة صور و صور المستخدم بما في ذلك صور الملف الشخصي ، وتلك الموجودة على الغلاف ، ومحتوى "الصفحة الأولى" ، والصور بما في ذلك المستخدم ، التي تم التعرف عليها من قبل المستخدمين الآخرين ، والصور التي تم تحميلها من قبل المستخدم ، وألبومات الصور حيث يمكن العثور على جميع المنشورات المشتركة (Jolianne & T.S.I, 2018, p. 17).

أحدث الفيسبوك انقلاب كبيراً في موازين الشباب مؤخراً بعد انطلاق تطبيقاته بسرعة الصاروخ خصوصاً وأنه يقوم على فكرة خلق شبكة اجتماعية تساعد على إقامة علاقات دائمة بين الشباب صوتاً وصورة، ويعد من المواقع الأكثر شعبية، فهو يسعى من خلال معالمه المختلفة لمساعدة الناس على بناء وجودهم على الانترنت، ناهيك عن إشباع الحاجات الشخصية والاجتماعية للأفراد، فبعدما كان مجرد منتدى طلابي في البداية أصبح اليوم وسيلة اتصال ومنتعة بامتياز (كافي، 2016، صفحة 119).

➤ نمو موقع الفيسبوك:

عرف موقع الفيسبوك نمواً سريعاً فقد أعلن مسؤوله "مارك زوكربيرغ" في كانون الثاني سنة 2010 أن الموقع جمع قرابة 400 مليون مستخدم، فيما أعلن في وقت سابق و تحديداً في تموز 2009 أن الشبكة تجاوزت حاجز 250 مليون مستخدم منذ انطلاق الموقع سنة 2004، لتصل في أيلول 2009 إلى 300 مليون مستخدم أي بزيادة قدرت بـ (50 مليون مستخدم جديد) في أقل من شهر، للإشارة فقد أعلن "مارك زوكربيرغ" في نيسان من نفس السنة أن الموقع تجاوز 200 مليون مستخدم و قد استغرق هذا النمو نحو تسعين يوماً (250-200) في الوقت الذي استغرق فيه النمو (300-250) ستين يوماً فقط، بمعدل نمو بلغ 833 ألف مستخدم في اليوم، أي بدخول 35 ألف مستخدم كل ساعة أو 587 مستخدم كل دقيقة.

ففي كل مرة يحقق الفيسبوك نمواً قياسياً مقارنة بسابقتها، وبوصول هذا الأخير لحاجز 200 مليون مستخدم أنتج مقطع فيديو وقدم المقارنة التالية:

- استغرق سكان الأرض 20.000 عاماً للوصول بمجموع السكان إلى 200 مليون نسمة.
- تستغرق ولادة 200 مليون طفل في الولايات المتحدة الأمريكية 46.5 عاماً.
- لو كان الفيسبوك بلداً لكان خامس بلد في العالم من حيث عدد السكان متجاوزاً بذلك روسيا والبرازيل واليابان.
- باستطاعة الفيسبوك ضم مليار مستخدم فعال سنة 2012 إذا استقر معدل النمو عند 830 ألف مستخدم في اليوم. (السعدي، 2016، الصفحات 166-168)

➤ السمات العامة لموقع الفيسبوك:

- يتضمن الفيسبوك عديد السمات التي تتيح للمستخدمين فرصة التواصل مع بعضهم:
- ✓ سمة لوحة الحائط : وهي مساحة في الملف الشخصي للمستخدم مخصصة لإرسال الرسائل المختلفة له.
- ✓ سمة النكزة تهدف لإثارة الانتباه، فهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يرحب به مثلاً.
- ✓ سمة الصور: والتي تمكن المستخدم من تحميل الصور والألبومات من جهازه للموقع.
- ✓ سمة Statu: تتيح للمستخدم إمكانية إبلاغ الأصدقاء بمكان تواجدته ونشاطاته المختلفة. فأي شخص يمكنه الاطلاع على الملف الشخصي للمستخدم ومشاهدة لوحة الحائط الخاصة بذات المستخدم.

بحلول يوليو 2007 وفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل عدد هائل من الصور إلى الموقع، كما أتاح إمكانية إرسال رسائل مرفقة بأي شيء إلى لوحة الحائط و التي كانت حكرًا على الرسائل النصية فقط ناهيك عن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوماتهم الفردية، ومنه الحد من مجموعات المستخدمين الذين باستطاعتهم مشاهدة ألبوم معين فمثلا : يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم معين والتحكم في من يشاهده) إما لجميع مشتركى الفيسبوك أو الأصدقاء فقط (كما تحظى تطبيقات الصور بسمة "tagg" أي تسمية المشتركين في إحدى الصور، و يوفر الموقع كذلك سمة التعليقات "Face book notes" وهي سمة متعلقة بالتدوين تتيح فرصة لإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، ويمكن لمشتركى الفيسبوك التواصل مع أصدقائهم و إتاحة تطبيق إرسال الرسائل الفورية باستخدام برنامج "Comet" أو ما يعرف بـ "Chat 59" .

كما يوفر هذا الأخير سمة مميزة "Gifts" الهدايا "وهي عبارة عن إرسال هدايا افتراضية للأصدقاء يستقبلها المستخدم وتظهر على ملفها لشخصي ويمكن إرفاقها برسالة معينة.

ويساعد الفيسبوك مشتركيه على نشر إعلاناتهم مجانا عبر سمة "Market place" السوق ويمكن لمشتركى المواقع الاطلاع عليها. (جرار، 2012، الصفحات 57-58)

تحظى مختلف صفحات الفيسبوك باهتمام وتقدير جل محررات البحث وعلى رأسها "غوغل" ما جعل كبريات الشركات والمؤسسات تنشئ صفحات خاصة بها وبأنشطتها على مستوى الموقع، وتولي لها نفس الأهمية التي تحظى بها مواقع أخرى على شبكة الانترنت. (الجفيري، 2015، صفحة 32)

2.6.1.2 موقع اليوتيوب:

هو عبارة عن موقع فرعي من غوغل خاص بمقاطع الفيديو، يمكن من تحميل كم هائل من الفيديوهات منه وإليه، يطلع على هذا الموقع ملايين الأشخاص يوميا سواء ممن يمتلكون حسابات فيه أو لا، كما تعتمد عليه وسائل الإعلام أحيانا كمصدر للأخبار. (بسيوني، 2018، صفحة 75)

تأسس موقع اليوتيوب (الذي يحوي مقاطع متنوعة من أفلام السينما، التلفزيون، الفيديوهات و الموسيقى سنة 2005 على يد موظفين سابقين لشركة(باي بال) وهم" تشاد هارلي، ستيف تشن و جاود كريم"في ولاية كاليفورنيا بالو.م. أ و الذي اشترته شركة (غوغل) مقابل 1.6مليار دولار أمريكي، وقد اعتبرته مجلة التايم الأمريكية سنة 2006 شبكة التواصل الأولى، ورغم أن هذا الموقع لا يعد ربحي لخلوه من الإعلانات إلا أن شهرته فاقت الحدود لاستضافته لأفلام الفيديو الشخصية أو التابعة لشركات الإنتاج، وكذا ارتباط اسمه بكبرى الشركات التكنولوجية الفاعلة عبر العالم. (الشاعر، 2015، صفحة 65)

➤ 2.2 أول فيديو على اليوتيوب :

يعد فيديو " جاود كريم "أنا في حديقة الحيوان (Me in the zoo) (والذي بلغت مدته 18ثانية) أول فيديو يرفع على موقع اليوتيوب وذلك في 23 أبريل 2005. (قرناني و بكار، 2017، صفحة 130)

➤ نجوم ومنتجو يوتيوب الهواة:

يمكن لأي شخص يمتلك كاميرا أو هاتف محمول سواء كان هذا الشخص من المشاهير أو حتى من الهواة انجاز مقطع فيديو و تحميله عبر الموقع و يعد الفيلم الوثائقي (كوني) 2012 الذي تدور أحداثه حول عمليات نهب الأوغندي" جوزيف كوني"الفيديو الأسرع نموا في عدد المشاهدات في مارس 2012 بمعدل 75مليون مشاهدة في أسبوع ليصل فيما بعد إلى 85مليون مشاهدة فيما حصلت أغنية(جستين بيبير) في أبريل 2012 على أعلى نسبة مشاهدة بلغت 725مليون مشاهدة، أما (تشارلي عض إصبعي مرة أخرى) فبلغت 440 مليون مشاهدة،نازحة بذلك للمركز السادس بعدما كانت تنصدر المشاهدات.

كان لليوتيوب دور بارز في اكتشاف نجومية كل من" تشارلي وأخوه الأكبر "بعد الفيديو المطروح لهما وكذا" جستين بيبير"بأغنيته سنة2008 والذي أصبح أيقونة البوب في عالم الموسيقى متجاوزا بذلك موقع اليوتيوب، أما على صعيد التلفزيون فقد كان (سوبر بول) سنة 2012 الأكثر مشاهدة في تاريخ التلفزيون ب 111.3 مليون مشاهدة.

وبالتالي فقد تفوق الهواة الاثنتين بعرضهما على العرض الأكثر مشاهدة على التلفزيون (شارلي وأخوه الأكبر بأربعة أضعاف، والمغني جستين بيير بستة أضعاف عدد المشاهدين) ولكن هذه الأخيرة أي "سوبربويل" سجلت رقما قياسيا.

على الرغم من أن المقارنة بين التلفزيون واليوتيوب غير متكافئة كون مشاهدات اليوتيوب متراكمة على مدى السنة عكس التلفزيون التي تستمر لساعات إلا أن لكليهما جمهور ضخم. ومواصلة لسلسلة الأمثلة عن النجاح الباهر لموقع اليوتيوب هو ما حققته المطربة (سوزان بويل) في أبريل 2009 والتي لم تكن معروفة آنذاك رغم ظهورها على شاشة التلفزيون في برنامج "بريطاني" إلا أن مقطع الفيديو على موقع اليوتيوب حصل على أكثر من 1000 مليون مشاهدة في شهر، و في 2007 حصل (كريس كروكر) الذي لم يكن معروفا تماما على شهرة كبيرة من خلال فيديو في روسيا اشتهر باسم "دعوا بريتي و شأنها" والذي حقق أربعة ملايين مشاهدة في يومين، ناهيك عن فيديو "حرب الطعام" والذي تم تحميله على اليوتيوب في فبراير 2008، وحقق أكثر من 3.6 مليون مشاهدة بحلول فبراير 2009 فحقق بذلك شهرة كبيرة رغم الغياب الكامل للنجوم فيه وهذا ما يعرف باسم الانتشار الفيروسي التام لمقاطع اليوتيوب. (ليفنسون و ربيع، 2015، الصفحات 102-104)

➤ سلبيات اليوتيوب:

رغم ما يوفره موقع اليوتيوب من خدمات عظيمة كالتواصل والتفاعل إلا أنه لا يخلو من بعض السلبيات التي تعترض أداء مهمته:

- إمكانية اختراقه: سواء من قبل أشخاص أو جهات معينة فقد يتم تعطيل ما يبث من محاضرات وأفلام، كما قد يتم بث بعض البرامج التي تتناقض والهدف الأساسي من الموقع مثل: اختراق موقع إسلامي وبث أفلام أو مشاهد تنافى والقيم الإسلامية.
- قيام بعض الدول بحجب الموقع: فقد يتم استخدامه والاستفادة منه في حال قيام الموقع بنشر ما ترفضه بعض الدول: كالذي حصل في الصين عند نشر مقاطع فيديو تظهر ضباطا صينيين يعتدون على رهبان في الأديرة البوذية، وما حدث بأرمينيا حين انتشرت بعض المقاطع تظهر صور القمع المتظاهر عام 2008، وهو ما حدث كذلك في إيران سنة 2009 أثناء الانتخابات الرئاسية. (شقرة، 2014، الصفحات 96-97)

3.6.1.2 موقع تويتر:

يعرف كذلك بمواقع التدوين المصغرة، تسمح لكل مستخدم بإرسال تحديثات معروفة بالتغريدات «Tweets» المعبرة عن حالتهم المزاجية، وتحوي الرسالة الواحدة 140 حرف. (هارون، 2017، صفحة 201)

تعود تسميته بهذا الاسم لقصر الخبر المنشور ومحدودية عدد الأخبار (فلا وجود لطائر مغرد لساعات طويلة) ولعل ما زاد من انتشار هذا الموقع وأكسبه أهمية خاصة محدودية عدد خاناته، كون أغلبية الناس يهتمون بقراءة أخبار المشاهير لكن باختصار بعيدا عن التفاصيل المملة وهو ما يليه هذا الموقع. (جندي، 2018، صفحة 22)

كانت بداياته سنة 2006 على يد مبتكره المبرمج " جاك دورسي " وهو عبارة عن " نص موجز ومركز ". (بسيوني، 2018، صفحة 74)

ولعل ما زاد شعبية هذا الوسيط هو سهولة استخدامه، فيمكن لأي شخص بالاعتماد عليه إرسال رسالة نصية عبر الهاتف المحمول لأي رقم تلفون محمول بسرعة، وبما أن استخدام التكنولوجيا لم يبق حكرًا على البلدان المتطورة بل تعدها للبلدان الفقيرة فإن تميز تويتر على الفيسبوك وغيره من التطبيقات الاجتماعية أصبح واضحًا. (ديراج ميرثي و الحميد، 2014، صفحة 15)

يعرف تويتر بأنه أحد مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، يسمح بعدد مداخلات يقدر ب 140 حرفًا للرسالة الواحدة، هذه التحديثات ترسل مباشرة على شكل رسائل نصية مختصرة (sms) عن طريق الهاتف النقال، تظهر التحديثات على صفحة المستخدم ويمكن لأصدقائه الاطلاع عليها من صفحتهم الرئيسية عن طريق ملفه الشخصي أو البريد الإلكتروني للشخص، وقد كانت بداية ظهوره كمشروع بحثي لشركة "OBVIOUS" الأمريكية سنة 2006 ليطلق رسميًا للمستخدمين في نفس السنة . (شقرة، 2014، الصفحات 75-77)

حسب عدة تقارير صادرة فإن عدد مستخدميه سنة 2011 بلغ نصف مليار على مستوى العالم ما بين مدون نشيط ومدون خامل (نظرًا لعدد الحسابات الموجودة على مستواه) وبلغ عدد مغرديه في الوطن العربي مليون ومائة ألف مغرد حسب تقرير أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية في نوفمبر 2011 كما احتل المركز الرابع عشر ضمن قائمة المواقع الإلكترونية الأكثر تصفحًا عبر العالم وفق تصنيف أليكسا.

ينتشر عبر التويتر كغيره من مواقع الشبكات الاجتماعية مشاهير و نشطاء والذين يتجاوز عدد متابعيهم "الفولورز" مئات الآلاف أو ملايين المتابعين، إلا أن أهمية تويتر في عالم التغريد الرقمي لا تقاس بعدد المتابعين، فحسب الإحصائيات الرسمية فإن حساب المطربة الأمريكية "الليدي جاجا" الأكثر متابعة عبر التويتر، ووفقا لموقع "سوشيال بيكر" فقد بلغ عدد متابعيها 24 مليون، فيما احتلت المطربة شاكيرا المركز السادس بـ 16 مليون متابع، أما عربيا فيتصدر رجال الدين القائمة حيث تجاوز عدد متابعيهم 4 ملايين متابع ناهيك عن الرياضيين و السياسيين الذين تجاوزوا مئات آلاف المتابعين.

ولعل المعلومة الأكثر خطورة في هذا السياق، هو إمكانية شراء متابعين عن طريق مواقع أخرى تقدم هذه الخدمة بمقابل مادي، كما أن هناك عروض وآليات مختلفة لزيادة عدد المتابعين، كما أن عديد الشركات والأشخاص يعتمدون في دخلهم على هذه الطرق، إذ يمكن وبسهولة كشف هؤلاء، أي من يرغبون بالشهرة ويتباهون بعدد متابعين مزيف لخلو حساباتهم من الصور، ويبقى موقع التويتر أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي اكتسب قاعدة جماهيرية كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية. (أمين، 2015، الصفحات 219-221)

يتزايد إقبال المستخدمين على التويتر بشكل ملحوظ خلال الأحداث الهامة والأمثلة التالية خير دليل على ذلك:

- 2940 تغريدة في الثانية بعد تسجيل اليابان لهدف ضد الكاميرون ضمن بطولة كأس العالم لكرة القدم سنة 2010.
- 3085 تغريدة في الثانية بعد فوز لوس أنجلوس "ليكرز" بكأس كرة السلة في 17 يونيو سنة 2010.
- 3282 تغريدة في الثانية بعد فوز اليابان على الدانمارك ضمن بطولة كأس العالم لكرة القدم في 25 يونيو 2010.
- 7196 تغريدة في الثانية وهو رقم قياسي سجل خلال نهائي بطولة العالم سيدات لكرة القدم بين و.م.أ و اليابان في 18 جويلية 2011.
- تمارس أُل 177 مليون تغريدة في يوم واحد" يوم ضرب زلزال تسونامي اليابان "وذلك يوم 11 مارس 2011 أي زاد عدد التغريدات بـ 37 مليون تغريدة عن المعدل اليومي.

طبعاً لم يقتصر النمو على عدد التغريدات فقط بل تعداه لعدد المشتركين في الموقع والذي تزايد هو الآخر، فقد أضاف الموقع ألف مشترك جديد في 12 مارس 2011 "اليوم التالي لزلزال اليابان" فيما بلغ متوسط الاشتراكات الجديدة في جويلية 2011 (460 ألف حساب) كما زاد عدد المغردين بواسطة هواتفهم النقالة بمعدل %182 عن معدل العام الماضي، وتجدر الإشارة إلى أن معظم المعلومات المتداولة عبر التويتر تنشر عن طريق الأقلية من المستخدمين كون الأغلبية مجرد مستهلكين للمعلومات فقط.

أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية منصات لنشر الأخبار متجاوزة بذلك كونها مجرد أداة لنشر التعليقات ومشاركة الآخرين، ولعل أكبر مثال: أسبقية التويتر في نشر تقارير حول الهجمات الإرهابية على مومباي الهندية في نوفمبر 2008. (كنعان ع.، 2014، الصفحات 175-176)

➤ **مميزات تويتر:** على غرار مواقع التواصل الاجتماعي فإن التويتر يحظى بعدد المميزات أهمها:

- ✓ يدفع هذا الموقع مستخدميه للدخول مباشرة في الفكرة أو الخبر بعيداً عن الثثرة والحديث المسهب عكس موقع الفيسبوك تماماً، ما جعل التويتر يتفوق بنشره للأخبار أو الأفكار بكل سرعة وسهولة وسلاسة أي "خير الكلام ما قل ودل".
- ✓ سرعة نشر الخبر على الانترنت، فيمكن لملايين المشتركين الاطلاع على ما كتب والاستفادة منه بمجرد كتابة الشخص على حسابه، حتى لو لم يكن ضمن مشتركيه ومنها للاطلاع ومتابعة أخبار السياسيين والاقتصاديين الناشطين على الموقع ومختلف الأخبار.
- ✓ يمكن لمستخدمي التويتر التواصل عن طريق رسائل (sms) وبالتالي استقبال آخر أخبار الأصدقاء في كل زمان ومكان عن طريق رسالة قصيرة، ولتجنب الإزعاج أحيانا يمكن تحديد أوقات استلام الرسائل.
- ✓ متابعة آخر أخبار المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية والمدونات دون الحاجة لزيارة كل موقع على حدى.
- ✓ يلعب التويتر دوراً فعالاً في التسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية نظراً لميزة السرعة التي يتمتع بها.

3.3 سلبيات تويتر :

- ✓ لا يمكن بناء علاقات اجتماعية وتكوين صداقات مع الغير عن طريق التويتر كون هذا الأخير يسمح بعدد محدود من التحديثات.
- ✓ يمكن لسهولة وسرعة نشر الأخبار عن طريق التويتر أن توصل المستخدم لمرحلة الإدمان عليه وعلى متابعة مختلف الأخبار فيه حتى الشخصية منها والتي لا تعود عليه بالفائدة. (شقرة، 2014، الصفحات 75-71)

4.6.1.2 ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك/ يوتيوب/ تويتر)

تحظى مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك/ يوتيوب/ تويتر) بتأثير واسع جدا وأهمية خاصة في المجتمعات العربية، حيث تؤكد الإحصائيات على أهمية هذه المواقع في المجتمعات العربية خاصة الفيسبوك واليوتيوب، اللذان يحتلان مراتب متقدمة ويحظيان بشعبية عالمية، وقد تجاوز مستخدمو الفيسبوك 1.7 مليار مستخدم سنة 2017، فكان لا بد من تسليط الضوء عليه و على تأثيراتها المختلفة في المجتمع، وكذا قدرته على توجيه كثير من الشباب في مختلف القضايا. (الغفيلي، 2017، الصفحات 35-34)

2.2 مدخل إلى الاتجاهات:

1.2.2 الاتجاه والمفاهيم المشابهة له:

_ الاتجاه والرأي العام:

الرأي العام هو "سلسلة المعتقدات والمشاعر والمواقف المتعددة حول شخص معين وقضية محددة، فهو يهدف إلى تسوية السلوكيات الاجتماعية". (الدبيسي، 2011، صفحة 15) كما أن الرأي العام هو "الصورة الذهنية المستخلصة التي يحملها الأشخاص حول موقف معين، إذ تجمعهم منفعة مشتركة".

_ الاتجاه والدافع:

هو الغاية والمقصد نحو القيام بعمل معين من أجل التحرر من أعباء مختلفة أبرزها التعصب والاضطراب النفسي، ويعرفه نجاتي بأنه مجموعة العوامل المحفزة على القيام بمختلف الممارسات التي تحث على تحقيق أهداف مسطرة. (نجاتي و محمد، 1983، صفحة 32) ويعرفه البيلي وآخرون بأنها "وضع داخلي يوجه ويحرك السلوك ويسعى إلى صيانتها". (البيلي و آخرون، 1997، صفحة 18)

_ الاتجاه والميل:

يعرف على أنه خاصية تسعى لإبراز اتجاهات الأفراد، فهو يهتم أساساً بالقوى الباطنية لهم. (بوسنة، 2007، صفحة 68)

كما عرف: "سترونج" الميل بأنه "تلبية لاحتياجات الشخص إما بالقبول أو بالرفض". (السامراني ن.، علم النفس الإسلامي، 2007، صفحة 172)

وبالتالي تظهر لنا اختلافات بينهما في العديد من النقاط أبرزها أربعة فروق:

الأول: الفطرة العقلية تتفوق على الاتجاه، في حين الطبيعة الانفعالية كانت جد منخفضة وبارزة على الميل، والفطرة العقلية منخفضة.

الثانية: التباين في رتبة الثبات والديمومة، فالالاتجاه أكثر استقراراً وديمومة في الذات البشرية.

الثالث: التباين في الغاية والموضوع، فنجد أن الأكثر بروزاً في أمور الاتجاهات هي أنها اجتماعية والاهتمام بها واضح في المجتمع، وهذا ما نجده غائباً في الميل.

الرابع: الاتجاه يتصف بالدقة في بناء الفرد وأكثر اهتماماً له، وهذا راجع إلى تفوق الطبيعة العقلية على الاتجاه، كما أن الاتجاه أكثر عمقا في بناء الشخص وأشد أثرا من الاهتمام وذلك بسبب من غلبة الصبغة العقلية على الاتجاه. (الحميد، 2004، صفحة 329)

_الاتجاه والقيمة:

تعرف القيم على أنها "منهج مبهم يتضمن قرارات تتسم بالإيجاب أو السلب توجهها يكون فكري، نحو مختلف المواضيع والأشخاص والأشياء، إذ أن القيم أكثر شمولية ومكانة وأهمية من الاتجاهات، باعتبار أن أعداد كبيرة من الاتجاهات يمكن أن تتساوى مع أعداد قليلة من القيم.

_الاتجاه والمعتقد:

إن المعتقد أو الاعتقاد هو الاعتبار الصحيح لمفهوم معين. (حجاب، نظريات الاتصال، 2010، صفحة 61)

أما العلاقة بين الاتجاه والمعتقدات تكمن في أن تبديل الاتجاهات يعود أساساً إلى التحولات التي تطرأ على معتقدات الأشخاص حول موضوعات الاتجاه، بينما يتجلى الفرق الخفي بينهما في توسط المعتقدات على الاتجاه. (زغيب، 2004، صفحة 45)

_الاتجاه والسلوك:

هو الذي يجمع بين كل التصرفات والحركات والأعمال الناجمة عن الأفراد سواء بشكل علني أو خفي، وقد اعتبر أيضاً بأنه يعبر عن الصورة التي تجمع بين الأشخاص وبيئتهم التي يعيشون فيها والعلاقة التي قد تنشأ بينهم. (القسقوس، 2003، صفحة 177)

2.2.2 خصائص الاتجاهات: تلخص خصائص الاتجاهات في النقاط الآتية:

✓ يكتسب الأفراد الاتجاهات من التربية والتعليم وفق المعتقدات والآراء والخبرات فهي ليست فطرية تنتج من خلال الاحتكاك مع المحيط المادي والاجتماعي لدى الفرد، فهي تتطور عند هذا الاحتكاك المكتسب من البيت والمدرسة والمجتمع.

✓ الاتجاهات تساعد على توقع السلوكيات والتنبؤ بها من خلال الأنماط الظاهرة لسلوك الأفراد.

✓ الاتجاهات الاجتماعية: تتميز الاتجاهات بأن لها مكانة ذاتية واجتماعية، فهي ترى أن المجتمع له تأثير على سلوكيات الأشخاص وعلى استجاباتهم.

✓ الاتجاهات في حالة تهيؤ للاستجابة: بمعنى أن هناك تحفيز غير ظاهر يستعد من خلاله الفرد لتحقيق الاستجابة.

- ✓ للاتجاهات تهيؤ للاستجابة وجدانيا، فقد يعتبر العنصر العاطفي من أهم المكونات الأساسية للاتجاه.
- ✓ الاتجاهات راسخة نسبيا يصعب إدخال تعديلات عليها خصوصا المتعلمة مبكرا، لأنها متعلقة بصفة الشخص وحاجاته وتصوراته عن ذاته، ولكن تبقى الاتجاهات قابلة للتغيير كونها اتجاهات معرفية وليست فطرية.
- ✓ الاتجاهات قابلة للقياس: بمعنى أن الاتجاهات تقاس على مدى تقديرها وصعوبتها بناء على مقاييس الاتجاهات باعتبار أنها تحتوي على معايير تفضيلية في فقرات المقياس. (زيتون، 2010، الصفحات 139-141)

3.2.2 وظائف الاتجاهات:

- ✓ الاتجاه يفصل ويبين ويفسر طريق السلوك.
- ✓ الاتجاه يعمل على ضبط العمليات المعرفية، الذهنية، الانفعالية والدفاعية الموجودة في مختلف ميادين الحياة.
- ✓ الاتجاهات تظهر جليا في أقوال وأفعال وسلوك الأشخاص عند تفاعلهم اجتماعيا في مختلف الميادين.
- ✓ الاتجاه يعمل على استثارة افعال الأفراد تجاه الآخرين والأشياء المجردة الأخرى التي قد تميل إلى ثابتة.
- ✓ الاتجاهات توضح وتبين صورة الصلة بين الشخص ومحيطه الاجتماعي.
- ✓ الاتجاهات تسهل للأشخاص اتخاذ التعليمات المناسبة في المواقف النفسية دون تردد، حيث أن التفكير يكون مستقلا في كل موقف يحدث.
- ✓ الاتجاه يوجه الشخص نحو التفكير وإدراك الموضوعات الموجودة في العالم الخارجي بطريقة واضحة.
- ✓ الاتجاهات التي يصرح بها تعبر عما يعيشه الأشخاص في محيطهم الاجتماعي وما يحملونه من قيم وتقاليد ومعتقدات. (سليمان، 2012، الصفحات 52-51)

حدد "كاتز" الوظائف الحاصلة عن تكوين الاتجاهات، فيما يلي:

الوظيفة النفعية: حيث يقبل الشخص القليل من الاتجاهات كي لا يلقي معارضة من طرف البيئة الاجتماعية، لأنه سيتعرض حتما إلى العقاب من طرف المجتمع في حالة عدم الرضا والقبول لبعض

الاتجاهات. وهذا ما يجعل من الاتجاهات وسيلة للاندماج والقبول الاجتماعي حيث تتدخل المصلحة الذاتية في تبني الشخص لاتجاه محدد دون غيره.

_ **الوظيفة الدفاعية:** نجد أن الفرد يقبل بعض الاتجاهات كونه يسعى إلى الدفاع عن نفسه جراء ما قد يقابله من صراعات في محيطه الاجتماعي أو التقليل من حدة هذا الصراع.

_ **الوظيفة التعبيرية:** يتبنى الأشخاص بعض الاتجاهات التي يعبرون من خلالها عن القيم والمعتقدات التي ينتسبون إليها اجتماعيا.

_ **الوظيفة المعرفية:** يتبنى الأفراد بعض الاتجاهات من أجل تزويد مدركاتهم بمختلف المعارف التي يفهمون من خلالها بيئتهم الاجتماعية لتحقيق التوازن المعرفي. فالفرد دائما يسعى إلى تبني الاتجاهات التي تقدم له وظائف معرفية واضحة بحثا عن التكيف مع الآخرين أو الدفاع عن النفس أو من أجل التشبع المعرفي. (شبية، 2016، الصفحات 127-128)

4.2.2 مكونات الاتجاه:

يرى بعض الباحثين أن مكونات الاتجاه تكمن في مكون حس حركي، مكون إدراكي مكون معرفي، ومكون عاطفي، لكن نجد أن عامة الباحثين في الأدب قد اتفقوا على أن للاتجاه ثلاثة مكونات أساسية هي: (البكري و عجز، 2011، صفحة 113)

_ **المكون العاطفي:** هذا المكون هو المسئول عن استجابة رفض موضوع الاتجاه أو قبوله كونه منهج شعوري يتكون من العديد من الانفعالات كالفرح والقبول والرفض، لهذا نجد أن الشخص المسلم يجذب نحو المسلمين ويحب كل ما له علاقة بالإسلام.

_ **المكون المعرفي:** هو كل ما جمعه الفرد من معارف ومدركات وقيم ومعتقدات وأفكار لها علاقة بالاتجاه ويشمل ما يكتسبه من براهين ساعدته لقبول موضوع الاتجاه. (سالم و الفاخري، 2018، صفحة 27)

_ **المكون السلوكي:** يتدخل المكون السلوكي بطريقة معينة إما بالسلب أو بالإيجاب في استجابة الشخص لموضوع الاتجاه. (الغانمي، 2018، صفحة 165)

5.2.2 أنواع الاتجاه:

✓ الاتجاه العام والاتجاه النوعي:

_ **الاتجاه العام:** هو الذي يشمل الموضوع بشكل كلي علاوة على إيجابيته أو سلبيته، ومثال ذلك: اتجاه الأشخاص نحو بلد معين وطبيعة مساكنهم... الخ.

_ الاتجاه النوعي: هو الاتجاه الذي يركز على جزء من الموضوع الكلي.

✓ الاتجاه الفردي والاتجاه الجمعي:

_ الاتجاه الفردي: هو اتجاه خاص بشخص واحد من مجموعة معينة من حيث الدرجة والنوعية، حيث يتبنى اتجاه معين بناء على اهتماماته الذاتية، لهذا يتصف بأنه اتجاه فردي.

_ الاتجاه الجمعي: وهو الاتجاه الذي يتفق عليه ويتبناه عدد غير محدود من أفراد المجموعة مثل نادي كرة قدم أو لاعب مشهور...الخ.

✓ الاتجاه العلني والاتجاه السري:

_ الاتجاه العلني: وهو الاتجاه الذي يتبعه الشخص في قرارات حياته الروتينية دون تردد أو حذر، بالتراضي مع الرأي الغالب للجماعة ومعاييرها ونظمها وهذا الاتجاه ليس دائما وإنما يكون غالبا.

_ الاتجاه السري: يعرف هذا الاتجاه بأنه يكون غير معلن أمام الجماعة، وإنما يحرص الفرد على إخفائه والتكتم عليه لأنه يتنافر مع قيم ومعايير وقوانين وأعراف الجماعة. (عابد، 2014، الصفحات

(83 - 82)

6.2.2 العوامل التي تؤثر في الاتجاهات: هناك العديد من العوامل التي تساعد على ظهور الاتجاه ونموه عند الأفراد منها:

✓ تأثير الوالدين: تعد هذه الخاصية جد مهمة في بروز العديد من السلوكيات وتعزيزها عند الأطفال منذ ولادتهم.

✓ وسائل الإعلام: تعتبر وسائل الإعلام عاملا مهما في تكوين وتشكيل الاتجاهات نظرا للخصائص الفنية التي تتميز بها والخدمات التي تقدمها فهي تعد منبعا مهما لموضوعات عديدة.

✓ الرفاق: يعد الأصدقاء أيضا عاملا مهما في تطور الاتجاه ونموه خصوصا في فترة المراهقة فالرفاق يساعدون الفرد على قبول اتجاهات ومعتقدات وقيم المجموعة حتى يحصلون على القبول العام.

✓ التعليم: يعتبر التعليم منبعا رئيسيا ومهما في تكوين الاتجاهات في التعليم الأساسي. (عابد،

2014، الصفحات 64 - 65)

7.2.2 عوامل تكوين الاتجاهات:

_ الخبرات الطويلة والتفاعل مع البيئة:

تهدف هذه العوامل في عملية التكوين إلى بلورة الاتجاه على أطول مدى، لكونها عملية أساسية تساهم في التأثير على الاتجاهات بالتغيير أو التدعيم، بحيث أن كل عامل يتفاعل بشكل مختلف عن الآخر لكن كل عامل يكمل الآخر (شيبية، 2016، صفحة 131) ومن بين هذه العوامل:

نجد أن الاتجاهات تكون مكتسبة من المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الإنسان، وذلك بفعل تراكم الخبرات التي عاشها من قبل، والتي لها دور كبير في تكوين الاتجاهات كالتعليم، وأساليب التنشئة الاجتماعية المختلفة حيث نجد أن الأشخاص خلال احتكاكهم بالآخرين يكونون علاقات خاصة ويكتسبون من خلالها أفكار ومعلومات وسلوكيات وأراء مختلفة.

_ إشباع الحاجة النفسية:

يشعر الشخص بالقبول والرضا التام وذلك في حالة لما تكون نفسيته تحتاج إلى الاستقرار والتوازن النفسي وتقدير الذات.

_ الإيحاء:

يقصد به بأن الفرد يقبل المعلومات ووجهات نظر الآخرين دون نقد. بحيث نجد أن الأشخاص الذين تكون ثقتهم قليلة في أنفسهم تختلف قابليتهم في الإقناع بواسطة الإيحاء، فاتجاهاتهم تعتبر أكثر تغيراً، لأنهم يشبعون حاجاتهم بناء على الاستجابة لغيرهم، ويلعب الوالدين دور مهم في تشكيل الاتجاهات عن طريق الإيحاء في المستقبل تجاه قيم ومعتقدات المجتمع. (السامراني ن.، علم النفس الإسلامي، 2007، صفحة 106)

8.2.2 شروط تكوين الاتجاهات: من أهم شروط تكوين الاتجاهات هي:

_ التكامل:

تتمثل في كون أن الاتجاهات تتشكل لدى الأشخاص، عندما تجتمع الخبرات الشخصية التي تتشابه مع بعضها في الوحدة وتتكامل كلياً، وهذه الوحدة تظهر كمعيار عند استجابتنا للمواقف المتعددة التي تشبه المواقف القديمة، فالتكامل عامل مهم جداً في تكوين الاتجاهات.

_ التمايز:

تبرز وجهات النظر إلى أن تخطيط الاتجاهات المتتالية الفردية تعمل على تعيين الاتجاهات المتعلقة بالشخص تعينا دقيقاً وظهور معالمه وهذا ما يعمل على رقي ونمو ونضج الاتجاه وبهذا يصبح أكثر ذاتية ومنفرداً عن غيره.

_ الانفعالات الحادة:

تعتبر الانفعالات الحادة عاملاً مهماً في تكوين الاتجاهات، بحيث نجد أن حب الفرد لشعب ما هو دليل على اتجاهه العام وعادة ما يتحول هذا الاتجاه إلى اتجاه عكسي نظراً لاكتساب الشعب للانفعالات الحادة، والدليل على ذلك الاتجاهات التي شكلها العرب نحو احتلال إسرائيل لدولة فلسطين.

_ التقليد:

يكتسب الفرد مختلف الاتجاهات منذ نشأته من الأسرة وذلك من خلال تقليده لهم، لهذا يعتبر علماء الاجتماع أن الأسرة مهمة في تكوين الاتجاهات وأن التقليد هو العامل الأساسي في تكوينها. (إبراهيم ا.، 2020، الصفحات 147-149)

_ تغيير الاتجاه:

يعتبر الاتجاه أداة مهمة في عصرنا الحديث، لما له من فوائد عديدة تنعكس على المجتمعات والمؤسسات المختلفة وتساعد على تمتين العلاقات بين العاملين، بحيث يتميز الأفراد تجاه عملهم بالجدية في حالة ما تشكلت لديهم اتجاهات إيجابية، فهي عامل أساسي ومهم في تطوير روح الابتكار ومجابهة الاضطرابات والأزمات، وتوجد طريقتين مهمتين في تغيير الاتجاهات هما:

أ. التغيير من قرار موافق إلى غير موافق لجهة معينة أو شخص معين، أو من غير كاره إلى كاره.

ب. الحث فقط على تبديل قوة ورتبة الاتجاه من خلال التوثيق على سلبية أو ايجابية الموضوع الذي يتناول الاتجاه. فتغيير الاتجاه ليس هدفاً وإنما هو أمر طبيعي يسعى إلى اكتساب السلوك المرغوب، وذلك لعلاقته بالاتجاه.

وكما يظهر فإن تغيير أو تعديل الاتجاه ليس بالأمر السهل والهين، فهو يدل على تخلي الأفراد عن احتياجاتهم ورغباتهم فهو إجراء يحتاج إلى كفاءة وتجربة سابقة وطرق فعالة، فهي شبيهة بعملية إعادة تهيئة الذهن لاستقبال كل ما هو جديد، لأن الفرد ستكون له نظرة متجددة عن القيم التي اكتسبها من قبل بينما يجب علينا تحديد ما هو المستوجب علينا القيام به بالتفصيل عند إدخال تغييرات في الاتجاه.

لذلك يجب تعيين طريقة التصرف مع التغيير بعناية تامة، حتى لا تسفر على محصلات عكسية، فكما ذكر من قبل بأن الحاجات الثلاثة السالفة الذكر تؤثر وتتأثر ولكن لا تبتعد عن بعضها البعض، فقد تعتبر إجراءات التغيير والتعديل عمليات صعبة.

وعموما نجد هناك العديد من العوامل التي تساهم في تعديل الاتجاه أبرزها:

- مميزات الاتجاه وطبيعته.
 - خصائص الفرد مالك الاتجاه.
 - رتبة الاتجاه من حيث التعقيد والبساطة.
 - خصائص وصفات الموقف الذي تحدث فيه التعديلات.
- وحصيلة لما يظهره الشخص من مواجهة عفوية شديدة أثناء تجربة المساس باتجاهاته التي تتمثل في عملية لحماية المصالح الذاتية، فإن الاتجاهات كما ذكر مسبقا يصبح التعامل معها غير سهل وعسير غير أننا نجد أنفسنا في حالات عديدة نحتاج إلى تغيير الاتجاهات وتطويرها وتعديلها. لذلك توجد العديد من الشروط من أجل النجاح في تغيير اتجاهات الأشخاص والتأثير عليهم وذلك من خلال النقاط الآتية:

- درجة المعلومات المتوفرة حول محتوى الاتجاه المطلوب تبديله من حيث العدد والدقة.
- لا بد من وجود أدوات جديدة ومتطورة واستخدام طرق فعالة لتأثير في الاتجاه المطلوب.
- يجب على الشخص الذي سيحدث التغيير بأن يتسم بالإقناع والاتصال الفعال واستعمال الوسائل المطلوبة
- يجب على الشخص الذي سيحدث التغيير بأن يكون مثالا يقتدى به. (الحاج ر.، 2009، الصفحات 99-101)

9.2.2 طرق تغيير الاتجاهات: توجد العديد من الطرق التي تستخدم في تغيير وتعديل الاتجاهات هي:

- ✓ تبديل الجماعة التي ينتسب إليها الشخص: تتكون وتتغير اتجاهات الشخص بناء على المجتمع الذي ينتمي له، فهو يختلف من جماعة إلى أخرى.
- ✓ تبديل أحوال الشخص: يجتاز الشخص في حياته العديد من المراحل والتي ترتبط فيها اتجاهاته بسلسلة الأوضاع التي يعمل من خلالها على انسجامها مع الأوضاع الحديثة.
- تقديم لمحة عن ماهية الاتجاه: لوسائل الاتصال أهمية بارزة في تبديل الاتجاهات وتغييرها والذي يتطلب معرفة دقيقة حول موضوع الاتجاه.
- ✓ كفاءة مباشرة في الموضوع: عند تعرض الشخص للخبرة المباشرة في الموضوع تزيد حظوظه للتعديل والتبديل نحو موضوع ما.

-
- ✓ منهج قرار المجموعة: وهي من أنجع الأساليب لتبديل الاتجاهات، فأثناء تبديل أسس المجموعة المرجعية للشخص تتبدل أيضا مبادئ الأشخاص وتراجع مواجعتهم للتغيير.
 - ✓ أسلوب تقمص الأدوار: ويقصد به بأن الأشخاص مطالبون بتبديل اتجاهاتهم تجاه موضوع معين، أن يتقمصوا أدوارا لا تتماشى مع اتجاهاتهم.
 - ✓ التبديل ألقسري في السلوك: قد ينجم تحول في السلوك بالإكراه نتيجة عن ظهور حالة اضطرارية تفرض على الأشخاص تبديل اتجاهاتهم. (إبراهيم ع.، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، 2017، الصفحات 63-64)

10.2.2 مقياس الاتجاه وكيفية بناءه

2.2. 1.10 تعريف القياس:

➤ لغة: مشتق من كلمة قاس أي قدر.

➤ بينما عرف اصطلاحاً بأنه: "الطريقة التي تتعين من خلالها كمية ما تحتويه الأشياء من الميزات التي نقدرها"، وقد عرفه باحثون آخرون على أنه: "طريقة مرتبة ومنظمة لتحديد قيم عددية للصفة أو الشيء الذي نريد قياسه، فهذه القيم هي بمثابة المكيال الذي يعبر عن ممتلكات الفرد من أشياء وسمات طبقاً لتعليمات محددة، ولا يمكن إدراك الظواهر المختلفة إلا عن طريق القياس الذي يعتبر أداة للتقدير والفحص. (شيماء و عطوان، 2019، الصفحات 5-6)

➤ القياس: هو عملية عددية تعتمد على جمع حقائق وملاحظات عددية، بناء على وحدة قياس محددة بحيث يتم الوصول إلى العدد بواسطة وحدة مقياس متفق عليها.

وبعد عرض سلسلة التعريفات المختلفة يمكن أن نجمع على أنه عملية تقوم أساساً على جمع البيانات وذلك بهدف تقويم الأشياء وتقديرها عددياً، واستعمال أسس محددة في هذا التقدير. (الزيود و عليان، 2005، صفحة 12)

2.10.2.2 مقياس الاتجاهات:

➤ تعريف مقياس الاتجاهات:

هي مجموعة الأدوات التي نقيس من خلالها اتجاهات الأشخاص والمجموعات تجاه القيم المختلفة سواء دينية أو اجتماعية أو اقتصادية... الخ، حيث تتمثل مقياس الاتجاهات المهمة فيما يلي: مقياس ليكرت، مقياس البعد الاجتماعي وطريقة المقارنة الزوجية الثرستون. (النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، 2017، صفحة 189)

➤ **كيفية بناء مقياس الاتجاه:** تعتمد عملية بناء مقياس الاتجاه على العديد من النقاط هي:

- جمع عبارات ومقترحات تمثل المفاهيم التي يراد قياسها أو تكون معبرة عن الاتجاه.
- إخضاع هذه العبارات أو المقترحات للتجريب بغية توثيق توافقها مع الاتجاه المناسب.
- لا بد من وضع المقياس للفحص.
- إخضاع جميع المقياس وتجربتها بغية التوثيق من صدقها وتطابقها. (دليو، 2001، صفحة

(199)

11.2.2 مقياس ليكرت وأهم مزياء:

يشتهر استخدام هذا المقياس في الدراسات التربوية والنفسية، إذ أنه يشتمل على خمسة صفات من (5_1) مثل: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة، ثم يحول العبارات إلى أعداد ويدرسها إحصائياً، كما يعتمد هذا المقياس أيضاً على ثلاث صفات ويمكن عمل سلم بسبع صفات أو أكثر، فهذا المقياس تكون نتائجه مضبوطة وصحيحة كلما تعددت الخيارات لكن هناك العديد من الباحثين يفضلون السلم الثلاثي رغم قلة دقته، لأنه يوفر لهم الجهد إحصائياً. (الريماوي، 2017، صفحة 183)

في عام 1932م قام ليكرت بتطوير هذا المقياس بدون أخذ آراء المحكمين والمختصين في بنائه وإنما كان أسلوب بنائه مشابه لمقياس ثرستون، فقد اعتمد ليكرت على المستجيبين بدل الخبراء، وقلل عدد العبارات إلى 30 عبارة، يتم انتقاء 15 عبارة منها ليتكون بعدها المقياس في صورته النهائية، تقابلها عدد معين من الفئات استجابة لموافقتهم للعبارات أو عدم موافقتهم. ثم تعرض البيانات بعدها على المشاركين في دراسة تجريبية، يتم حساب إجمالي علامات المقياس، ثم يتم قياس الاتساق الداخلي بناءً على ارتباط كل عبارة بإجمالي علامات المقياس، يتم بعدها إسقاط بيانات الارتباط الضعيفة ويتم الاحتفاظ ببيانات الارتباط القوية، بعد تسوية البيانات المناسبة يتم تطبيق المقياس على جميع المستجيبين، ويحصل كل مستجيب على درجة لمركزه في كل عبارة، ويتم جمع درجاته، بحيث يكون مجموعها نتيجة لموقفه العام تجاه الموضوع المطروح. (سرحان، 2017)

➤ أهم مزايا مقياس ليكرت:

- يتميز مقياس ليكرت ببساطة صياغته وشرحه، إذ يتمكن الباحث من صياغة سلسلة كبيرة من العبارات انطلاقاً من الواقع الذي يعيش فيه، إضافة إلى أنه يستطيع أن يختبر عليها قوة ثباتها وصدقها كما أن تحليل نتائج المقياس جد بسيطة.
- يتميز هذا المقياس بالليونية في صياغة العبارات الموجبة والسالبة التي تمثل نوع اتجاه الدراسة كما يمكن أن يحتوي المقياس على كم كبير من العبارات للتفريق بين أفراد عينة البحث.
- يختلف مقياس ليكرت عن المقاييس الأخرى كمقياسي ثرستون أو جوتمان على أنه ليس أحادي البعد، بل تكمن قوته على تعامله مع المفاهيم المتعددة الأبعاد.

هناك من يرى بأن مقياس ليكرت هو مقياس فئوي والبعض الآخر يراه بأنه ترتيبية، حيث سيسمح للباحث باستخدام جميع الطرق المعلمية كالانحدار والارتباط والانحراف المعياري والمتوسط الحسابي. (القحطاني، العامري، و أخارون، 2020، صفحة 206)

_ لقد اعتمدنا في دراستنا هذه الموسومة ب"دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر على مقياس ليكرت "الخماسي"، باعتبار أنه مقياس ملائم لقياس اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية "جامعة قسنطينة 2" نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتهم الرياضية، وذلك لأنه مقياس سهل التطبيق.

3.2 ماهية الثقافة الرياضية

1.3.2 دور الثقافة الرياضية: سنيين دور الثقافة الرياضية في النقاط التالية:

- تنفيذ المبتغيات التي تطور الاقتصاد وتضيف من انجازات الأفراد ومتوسط نمائهم وتطورهم.
 - الفهم الجيد للتكنولوجيا المتطورة والسعي وراء إضافة القوة على البرمجة والتطبيق والإدارة.
 - زيادة قدرة الجنس الإنساني على التمتع ببنية جسدية، ذهنية، اجتماعية ونفسية جيدة.
 - المشاركة في عدم اختلال البيئة ووقايتها من التلوث والمشاركة في بناء حياة جديدة.
 - التهيؤ الجيد من أجل حماية الوطن وتحقيق الطمأنينة والهدوء، إضافة إلى نشر أسس الاتفاق والعمق بين الأشخاص والمجموعات في باطن المجتمع وبين باقي المجتمعات.
- وإذا كانت العناية الغالبة في التخصص الرياضي تشدد على قوة المنافسة في النطاق المحلي والإقليمي والعالمي، فإن النظرة المستقبلية تفرض علينا تبديل المسار، لكي نساهم في ترسيخ مبادئ محلية وإقليمية وعالمية جديدة ونشر الرياضة والرفع من قيمة الإنسان.

2.3.2 أهمية الثقافة الرياضية:

- إن الاعتناء بالثقافة الرياضية لها دور فعال في تكوين الإنسان النافع منذ الصغر من الجانب الجسدي، الفكري، الاجتماعي والنفسي داخل المبادئ البشرية الروحية العالية.
 - إضافة إلى أن الاعتناء بالثقافة الرياضية هو الدعامة المعقولة للفحص المبكر عن المتفوقين والمتقدمين في المجال الرياضي وذلك من أجل زيادة معيار التنافس فيما يخص البطولة هذا من جهة، أما من الجانب الآخر فنجد بأن الرياضة عندما يمارسها التلاميذ والطلبة داخل المدارس والجامعات فإنها تشارك بذلك في تكوين الإنسان السوي السليم والمعافى الذي يتمكن من ممارسة المهن وإحراز تقدم فعال في جميع الميادين.
 - إن الاعتناء بالثقافة الرياضية لها دور فعال في تكوين الفرد التام، وذلك من أجل خلق شخص يقدر على منافسة غيره من مختلف الدول القوية والسير نحو الالتحاق بركب المتطورين وتحقيق انجازات في مختلف المجالات التي تتفوق فيهم الخاصية النسبية.
 - إن الاهتمام بالثقافة الرياضية له توقعات إنتاجية مستقبلية ثمينة فعندما يشترك القائمون على وضع نمط متميز للمستقبل المطلوب تحقيقه، سنتمكن بكل سهولة من وضع منهاج لحاضرنا الحالي.
- (عويس م.، المرصد العلمي للثقافة الرياضية، 2009، الصفحات 24-30)

3.3.2 أهداف الثقافة الرياضية:

- ✓ تساهم الثقافة الرياضية في بلورة المعنى الحقيقي للوعي الثقافي الرياضي ونشره بين الشعوب.
- ✓ تعمل على تهذيب وتعليم وتنشئة الأفراد من ناحية البدن والذهن والنفس والسلوك.
- ✓ تساعد على اكتساب القدرات النافعة للحياة المهنية.
- ✓ للثقافة الرياضية آثار رجعية تهييية وتعليمية لجميع فئات المجتمع بمختلف أعمارهم. (ساغي، 2020، صفحة 219)

4.3.2 وظائف المرصد العلمي للثقافة الرياضية:

- ✓ وضع مقاييس الطرق الجيدة للأنشطة الرياضية على نطاق الأفراد والمؤسسات والمجتمعات.
- ✓ تعيين المقياس المراد الوصول إليه في ضوء تناسق الصفات الذاتية التي تتميز بها شخصية الإنسان من الجانب الجسدي، الاجتماعي، الذهني والنفسي، مع ضرورة الحث على تناسق شخصية الإنسان وتكاملها.
- ✓ مراقبة وتدوين مختلف الجهود المتعلقة بالمؤسسات التربوية التي تساهم في غرس الثقافة الرياضية للأجيال منذ الصغر سواء من طرف الأسرة أو من طرف المؤسسات الأخرى كالمدرسة، وسائل الإعلام المختلفة، المجتمع المدني، مراكز التكوين والأحزاب المختلفة.
- ✓ مراقبة وتدوين الأهداف التي تقوم بها الثقافة الرياضية بغرض حماية الأفراد من مختلف الأمراض والحفاظ على الصحة العمومية، وكذا بغية البحث عن المتميزين والأذكياء والناجحين في دراستهم والبحث أيضا عن الأفراد الأكثر عرضة للانحراف الاجتماعي والصحي والنفسي.
- ✓ مراقبة وتدوين النواحي المتميزة والآثار الإيجابية للثقافة الرياضية في رفع روح الانتساب والعبور والرياضة والتضامن والانجازات الجماعية.
- ✓ الفحص عن الاختبارات التي كللت بالنجاح في ميدان ممارسة الثقافة الرياضية ونشر هذه الثقافة للأفراد والمجتمعات في مجال البطولة في كافة الأندية والمؤسسات ... ولجميع الفئات والأعمار.
- ✓ تسليط الضوء على المجهودات الجبارة التي يقوم بها الرؤساء في المجالات المختلفة بغرض تقوية وتأييد الثقافة الرياضية والحث على ممارسة الأنشطة الرياضية والتحلي بالمعنى الحقيقي للروح الرياضية والعمل على عرض مثال تقي شخصي، جماعي، محلي، وطني وعالمي للاقتداء به.
- ✓ تدوين المجهودات التي يقوم بها القائمين على المؤسسات الحكومية الرياضية من خلال قيامها بالرعاية والإرشاد والبرمجة والتنفيذ بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

✓ تدوين الجهود التي تقوم بها الجهات السياسية والهيئات الغير حكومية ومجال الأعمال في تدعيم الرياضة ونشر هذه الثقافة بين مختلف الأوساط.

✓ اختراع طرق لتدوين ومراقبة مختلف الجهود الرياضية التي تقوم بها الهيئات المختلفة منها العربية والأفريقية والدولية كمنظمة الصحة العالمية واليونيسكو... الخ والتي تحرص على التضامن والانسجام والتنسيق على النطاق العربي والأفريقي والدولي. (عويس م.، المرصد العلمي للثقافة الرياضية، 2009، الصفحات 37-38)

5.3.2 علاقة الرياضة بالثقافة:

ظن العديد من الباحثين بأن الرياضة اتضحت معالمها اجتماعيا من ذات الرابط الثقافي للألعاب وللعب لأن الرياضة اكتسبت منها الخصائص الثقافية المندرجة أساسا في وسائل اللعب كالكرات المضارب والعصي... الخ من الخصائص الثقافية التي شهدتها الألعاب البسيطة التي يحبها أغلب الشعب والتي مثلت الجانب الثقافي والبيئي للألعاب التي تنتمي إليها، وقد ساهم التغير الحضاري الذي عرفه الإنسان إلى شهرة العديد من الألعاب فمنها من أصبحت اللعبة الشعبية الأولى في العالم ومنها من قلت شهرتها وحتى من اندثرت واختفت من عالم الألعاب.

يناصر هذا التأويل العديد من البراهين، فالعديد من الألعاب الرياضية الحالية كان منبتها قديم جدا أو حتى هي عبارة عن عادات دينية احتقلت بها الشعوب القديمة مثل ما قام به الإغريق، وحضارة الازتك بأمريكا اللاتينية، فقد قدمت شواهد بأن هناك من الحضارات من مارست لعبة شبيهة بكرة السلة، وفي أوائل القرن التاسع عشر قامت دولة إنجلترا بمنع لعبها إطلاقا لأنها كانت لعبة سميكة، هزيلة التنظيم تتصف بالعدوانية، متوحشة، سفاكة للدماغ.

إضافة إلى أن الرياضة الحالية لم تتحرر كليا من الأصول الانتوجرافية للألعاب التي استخلصت منها فالمهرجانات الرياضية لم تتوقف بعد عن اجتماعية الاحتفالات أو ما يعرف بالبطولات والمهرجانات وقد أوضح لينتون بأن المجتمعات المعاصرة أخذت سبيلها من الآثار الطوطمية، فهناك مسميات حيوانية لأندية كرة القدم الأمريكية و لعبة البيسبول كحيوان الدب والنمر.

هذه الدعامة الثقافية بين الرياضة والألعاب واللعب ليست مجهولة على الباحثين الانثروبولوجيين فالمؤرخ "هوزينجا" أثبت بأن الثقافة في أول ظهورها كانت لعبة وألعاب مارسها الأفراد، أين نجد بأن الحياة الاجتماعية تأخذ جانبا نشطا يضيف عليه اللعب أخلاق ومعتقدات المجتمع المعقولة. (الخولي،

الرياضة والمجتمع، عالم المعرفة، 1996، الصفحات 26-27)

6.3.2 مدخل إلى الإعلام الرياضي

1.6.3.2 ماهية الإعلام الرياضي:

هو عبارة عن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

إن الإعلام الرياضي هو "عملية نشر وتقييم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجح للجماهير تهدف إلى خدمة الصالح العام". كما أنه "عملية تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف والحقائق الرياضية وذلك عن طريق الوسائل المختلفة سواء المرئية أو المقروءة وذلك بهدف نشر المعرفة والثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع.

بينما أجمع محمد الحما وأحمد سعيد (2006) أن الإعلام الرياضي هو "زيادة درجة الثقافة الرياضية وتنمية الوعي بين الجماهير الرياضية من خلال تجسيد التربية الرياضية والحرص على تقوية العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص وذلك لأن الرياضة سمة إيجابية تنمي أخلاق المجتمع وتدفعه إلى السير وفق الحضارة السائدة. (عبدالله، 2018، الصفحات 9-10)

وهنا يقصد به أيضا بأنه "إعلام يزود ويشرح للجماهير مختلف القوانين المتعلقة بالألعاب، كما يقدم لهم النشرات الإخبارية والتقارير المفصلة بغرض نشر حقائق ومعلومات رياضية والرفع من السلوك الحضاري للجماهير وتنمية الثقافة الرياضية بينهم". (عباس، الإعلام المتخصص الحديث، 2018، صفحة 187)

➤ عناصر الإعلام الرياضي: تتحدد عناصر الإعلام الرياضي مما يأتي:

- المرسل: وهو الشخص مالك الرسالة الرياضية، فالمرسل لا يشترط فيه أن يكون شخصا وإنما يمكن أن تكون أي جهة معينة تصدر الرسالة الرياضية.
- المستقبل: هم الجهة التي ترسل إليهم الرسالة الرياضية.
- الوسيلة: هي الوسائل والأدوات التي يستخدمها القارئ على إيصال الرسالة الإعلامية الرياضية للجمهور المتلقين، فقد تتمثل في الإذاعة أو التلفزيون أو الجريدة... الخ. (الدليمي ع.، 2015، صفحة 119)

- الرسالة أو المضمون: هي المحتوى الرياضي الذي تحمله الرسالة بغية تبليغ المستقبل بها، حيث يتكل المضمون الذي تعرضه الرسالة في الوصول إلى الأهداف المنشودة على الأرقام وحقيقة المعلومات ومدى مطابقته للواقع والصورة الفنية المناسبة. (الخصاونة، 2012، صفحة 91)

➤ أهداف الإعلام الرياضي: للإعلام الرياضي أهداف عديدة أهمها ما يلي:

- الترويج وتسليمة الجمهور بالأساليب والكيفية التي تخفض وتهدأ عنهم المشقات اليومية للحياة. (عويس و عطا حسن، 1998، صفحة 24)
- تقديم توضيحات مختلفة للجمهور عن مختلف القوانين والقواعد الخاصة بالألعاب ومختلف الممارسات الرياضية والتغييرات التي قد تحدث عليها، وذلك بهدف نشر الثقافة الرياضية.
- التأكيد على القواعد والقيم والأخلاق والاتجاهات الرياضية والحرص الشديد على الإبقاء عليها من الزوال، لأن كل مجتمع له نمط قيمي خاص به يرسم ويعين أسلوب السلوك الرياضي الملائم لتلك القواعد الأخلاقية، فيصبح الانسجام والتفاهم خاصية من خصائص المجتمع.
- إيداع الحقائق والمعلومات والأخبار المرتبطة بالحوادث والمعضلات والقضايا الرياضية الحديثة والقيام بإيضاحها والتعليق عليها والكشف عنها للجماهير الرياضية، كذلك منح فرص متعددة للرأي العام لتسجيل اتجاهاتهم وآرائهم اتجاه هذه المعضلات والقضايا الرياضية.
- هذه أغلب أهداف الإعلام الرياضي الواضحة التي تهدف إلى تثقيف وتوعية الجماهير الرياضية من خلال تقديم الأخبار الرياضية المستجدة التي يستفيدون منها محليا وإقليميا ودوليا.

➤ وظيفة الإعلام الرياضي:

تتلخص وظيفة الإعلام الرياضي الأساسية في إمام الرأي العام بالمستجدات والأخبار المطابقة للواقع والحقائق الصادقة والمعلومات الثابتة التي تمكن الجماهير من تشكيل رأي عام صحيح تجاه حادثة أو معضلة أو محتوى رياضي مهم. (ياسين، 2011، الصفحات 48-49)

➤ أهمية الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي دور مهم في تقليص الفوارق بين أفراد المجتمع بواسطة تغيير وتبديل تصرفات أفعال ومظاهر الأفراد ونشر التجارب بما ينسجم مع عادات وتقاليد الرياضة الصحيحة لأن الإعلام الرياضي هو بمنزلة المدرسة العامة التي تتابع سير وظيفة المؤسسات الرياضية. ويلعب الإعلام الرياضي الذي ظهر بشكل كبير في القرن العشرين دورا أساسيا في تزويد الأفراد بالثقافة الرياضية وتقديم التعريفات الشاملة حول مكانة الإعلام الرياضي في حياتهم المختلفة وقوته الكبيرة في رقي الشعوب والتعريف بحضارتهم وكذا رفع وعيهم الرياضي، لهذا نجد حرص الدول على إعطاء أهمية قصوى لتخصص السمي البصري والمكتوب.

من خلال التغيرات التي شهدتها المجال الرياضي من ارتفاع علمي وتكنولوجي مبهز استطاع أن يزود الأفراد بالمستجدات الطارئة من وقائع وتغيرات في الميدان الرياضي، وذلك لكبر حجم السكان وبالتالي تجد المؤسسات الإعلامية مشقة كبيرة عند التواصل المباشر بالمراجع المختلفة وبالمنبع الحقيقي للأخبار والمعلومات.

2.6.3.2 الإعلام الرياضي وتقدم الشعوب:

لا يختلف إثنان حول الدور الفعال الذي يلعبه الإعلام الرياضي في تطور أو تدهور الشعوب، ويتخذ معيار تطور الشعوب رياضيا على أساس ما تعرضه من إعلام رياضي متقدم ومتعال في شتى وسائله فالوظيفة الحقيقية للإعلام الرياضي تكمن في عرض أحداث ومعلومات رياضية متمعة وغير كاذبة لأفراد المجتمعات بعيدة عن الذاتية بدون تحيز، وجمع المستندات الحقيقية التي تساهم في الفهم الجيد للمجريات التي تحيط بهم، وتشكيل مواقف واتجاهات سليمة حول الأحداث والمواضيع الرياضية التي تجذبهم وتستهوهم اهتمامهم.

من المؤلف عليه أن الإعلام الرياضي ينشر التجارب ويغير سلوكيات الأفراد سواء كانوا صغارا أو كبارا بما ينسجم مع عاداتهم وتقاليدهم، لأن الإعلام الرياضي هو مدرسة عامة تساهم في سيورة نشاط المؤسسات الرياضية وتقلص الفوارق بين الشعوب.

كما يظهر الإبداع الإداري في عرض المحتوى الرياضي بطريقة يؤكد بلوغها الحد الأقصى جغرافيا وجماهيريا. (ياسين، 2011، الصفحات 120-133)

2.6.3.3 الإعلام الرياضي والتخطيط:

يتميز الإعلام الرياضي بأهمية قصوى جعلت ثمرته تسهم في النهوض بالمجتمعات نحو التطور كما كان له الدور في تحقيق التأثير الشديد لدى الجمهور الرياضي، لهذا وجب على القائمين على هذه المؤسسات الإعلامية بذل جهود من أجل التخطيط العلمي الجيد وعمل دراسات دورية وبحوث معرفية لمعرفة رغبات الجماهير ورصد القرارات الإعلامية والتركيز على المضمون الإعلامي، وذلك بناء على سلسلة من القوانين والبنود التي تحتويها عملية التخطيط أهمها:

○ أن يتصف التخطيط للإعلام الرياضي بالانسجام مع التخطيط القومي التام للإعلام بشكل عام، فالنهج المتبع الناجح هو الذي يتميز بالتمام والازدهار والليونة والانسجام والشمولية وبالقوة التي تلبى مقدرتهم نحو تلبية أهداف المنفعة القومية المرموقة للدولة.

○ أن تصوب الدراسات العلمية لتخطيط الإعلام الرياضي نحو التركيز على دراسة الجمهور وسلوكه واتجاهاته وقيمه وعاداته وأفكاره وعقيدته وذلك من أجل إحداث تحولات لصالح المؤسسات الإعلامية الرياضية.

○ إن تحويل الفكرة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تطبيقية على أرض الواقع ليس مجرد خطة من أجل الوصول إلى تنسيق عملية الاتصال بالمتلقين، وأن تقييم هذه البرامج لكي تترك المؤسسات الإعلامية نسبة نجاحها وسبب الخلل في تنفيذ الأهداف.

○ لا بد في البداية من بناء خطة إعلامية ناجحة وواقعية نحترس جيدا عند وضعها ونتمعن وندقق أكثر في وضع الأهداف على المدى القريب أو على المدى البعيد حتى تتشكل لنا أهداف واضحة يمكن تحقيقها على أرض الواقع في ضوء الأدوات الموجودة أو المحتمل توفيرها. (كنعان ع،، الإعلام الرياضي، 2017، الصفحات 7-8)

2.3.6.4 أبرز المشكلات التي تواجه الإعلام الرياضي:

لوح المختص الرياضي "أيمن محمود جاسر" في دراسته الموسومة ب"واقع الإعلام الرياضي بالمملكة السعودية" والتي تتوافق مع البلدان العربية الأخرى على جملة العراقيل والصعاب التي تقف أمام الإعلام الرياضي من خلال النقاط التالية:

1. انعدام الاحتكاك المباشر الفعال، الصحيح والثابت بين الأطراف الفاعلين على الإعلام الرياضي والفرق والاتحادات الرياضية المشتغلة في وسائل الإعلام الرياضية المختلفة ومعرفة العراقيل التي تقف أمام الفرق والأنظمة والمؤسسات الناشطة في الميدان الرياضي والتي تعمل على فشلهم بالقيام بالأدوار المكلفين بها.

2. عدم مبالاة الإعلام الرياضي في أكثر الأحيان بالواقع الذي يعيشه الشباب الرياضي وانعدام الحقيقة البتة عند تقديم المحتوى الإعلامي، وهو ما يؤثر سلبا على الرياضة والقطاعات الرياضية خصوصا الشبابية، ويتسبب في تشتت وتشقق أفكار الجمهور ويقضي على ثقتهم بالمجال الرياضي، وقد يجعل الرياضي غير مكترث بالرياضة بصورة عامة.

3. يفتقد الإعلام الرياضي إلى البرمجة الهادفة بخصوص الإشهار عن البرامج التي تقوم بها الفرق والاتحادات والمؤسسات الرياضية والعمل الخاص بها في مساعدة المجتمع ورعايته، هذا ما يسبب في جعل مصطلح "الإعلام الاشهاري" غائب كليا عن المحتوى الإعلامي.

4. الإعلام الرياضي يستند في الغالب إلى بعث النقائص للفرق والاتحادات من جانب رأي معين فقط دون تعدد وجهات النظر الأخرى وإهمال الأطراف الايجابية، دون النظر والإدراك الحقيقي بسرية وجوهر الأحداث الإدارية والفنية التي تحدث بباطن هذه الجهات.
5. يقوم الإعلام الرياضي بإذاعة وعرض بعض المعلومات والأخبار التي تفتقد إلى المصداقية وتبتعد عن الواقع المحيط بنا دون توثيق مراجعها التي تحصلت عليها.
6. وسائل الإعلام الرياضية تفتقد إلى عرض مضامين تساعد على دعم المواهب الرياضية الشابة والتشهير بها.
7. عدم كثرة الإعلام الرياضي بتقديم العراقيل والصعاب التي تشوش وتعسر الحياة الرياضية المهنية للشباب والتي تقف أمام أحلامهم.
8. يغفل الإعلام الرياضي عن تقديم الغاية والبنود التربوية الفعالة التي أنشئت من خلالها المنظمات الرياضية بما فيها الفرق الرياضية... وغيرها وستره عن الجماهير.
9. عدم تكاتف مساعي الفاعلين في وسائل الإعلام المختلفة مع مختصين في التسويق الرياضي بالفرق الكروية والاتحادات الرياضية.
10. عدم تكاتف مساعي الفاعلين في المؤسسات الإعلامية المختلفة مع المختصين الإعلاميين بالاتحادات والفرق الرياضية.
11. عدم تضافر جهود القائمين في المؤسسات الصحفية والإعلامية مع اللجان الإعلامية بالأندية والاتحادات الرياضية. (ياسين، 2011، صفحة 135_137)

3. الإجراءات المنهجية للدراسة

3. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.3 منهج الدراسة

يعتمد المنهج على طريقة علمية صحيحة ومعلومات سليمة مرتبة بشكل واضح وأسلوب عرض محكم ومؤيد بالحجج المقنعة المزودة بالأمثلة التوضيحية دون الميل إلى الطرف الآخر أو التقليل في إعطاء الموضوع أهميته القصوى. (درويش، 2018، صفحة 17)

يقوم الباحث باختيار دراسته انطلاقاً من موضوع بحثه والمشكلة التابعة له، ويكون مدروس بطريقة علمية ليست اعتباطية. (غربي، 2009، صفحة 70)

ويعرف العلماء المنهج على أنه: "ممر موصل إلى البحث عن جوهر الحقيقة من خلال إتباع سلسلة من المراحل المنظمة والتقييد بممارسة قوانين معينة تسيطر على حركة الذهن وتعين إجراءاته العملية بغية بلوغ النتيجة المنشودة. (مرسلي، 2003، صفحة 83)

انطلاقاً من مشكلة دراستنا التي تبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، فإنه يمكن القول بأن دراستنا تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى الوصول إلى مميزات الظاهرة وتدقيقها جيداً سواء كانت ظاهرة كمية أو كفية. (مسلم و صلاح، 2011، صفحة 52) ووفقاً لذلك فإنه يتعين علينا استخدام المنهج الوصفي منهجاً لهذه الدراسة، والذي يعرف على أنه من أكثر المناهج التي تناسب الدراسات في العلوم الإنسانية نظراً لعسرة استعمال باقي المناهج على وجه الخصوص المنهج التجريبي هذا من جهة، ومن جهة أخرى هو جانب رئيسي في البحث العلمي، ومهم بشكل كبير لدى الباحثين. (ساعاتي، 2014، صفحة 93)

إذن تبعا لنوع دراستنا التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية واستناداً إلى المنهج الوصفي سنحاول وصف وتفسير اتجاهات الجمهور والمتمثل في طلبة معهد علوم التقنيات والنشاطات البدنية والرياضية جامعة قسنطينة 2 نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية، وذلك من خلال جمع البيانات والحقائق ومعالجتها وتصويرها كميًا باستخدام التحليل الكمي لها بعد حساب التكرارات والنسب المئوية، ومن ثم تفسيرها تفسيراً علمياً يسمح بالكشف والتعرف عن هذه الاتجاهات.

2.3 أداة جمع البيانات:

والتي يمكن تعريفها بأنها "سلسلة من التقنيات والمعايير التي يلجأ إليها الباحث للوصول إلى المعارف التي يريد إدراكها جيداً وفهم مشكلته وحلها معتمداً على مراجع متعددة، بحيث يلجأ الباحث

إلى أدوات متعددة كاستمارة الاستبيان والمقاييس والملاحظة والمقابلة والمعطيات الإحصائية المختلفة وتحليل المضمون. (إيهاب و طارق، 2017، الصفحات 21-22)

ولأن كل الدراسات تتطلق من مشكلة بحثية متبوعة بتساؤلات رئيسية وفرعية فإنها هي التي ترسم أهم الأدوات العلمية المنتقاة في هذا البحث. (عوض صابر و علي خفاجة، 2002، صفحة 115)

إذن، انطلاقاً من طبيعة دراستنا وإشكالياتها التي تبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، فإنه يتعين علينا استخدام مقياس ليكرت الذي يعتبر أحد مقاييس الاتجاهات التي تهدف إلى تقدير رأي الطلبة أو اتجاهاتهم المتشكلة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية، مما يؤدي إلى تصنيف أو تقدير آرائهم أو اتجاهاتهم، ولقد شملت استمارة الاستبيان الخاصة بقياس الاتجاه أربعة محاور أساسية هي:

_ المحور الأول: خصص لأسئلة البيانات الشخصية والتي نسعى بواسطتها إلى التعرف على مميزات مجتمع الدراسة.

_ المحور الثاني: خصص لعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

_ المحور الثالث: في هذا المحور أردنا التعرف على مدى اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية.

_ المحور الرابع: تضمن العبارات التي سنقيس بها اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية.

إضافة إلى سؤال أخير هو عبارة عن معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاه الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية.

و قد عرضت الباحثة استمارة الاستبيان على سبعة أساتذة مختصين في الإعلام و الاتصال لتحكيمها، حيث تم الإجماع على ملائمة أسئلة وعبارات الإستمارة لأهداف الدراسة ، كما وجهوا لنا بعض الملاحظات بخصوص الإستمارة من ناحية الشكل والتي أخذناها بعين الإعتبار.

3.3 مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه "مجموع الأفراد أو الأحداث أو البيانات أو المحتويات أو المضامين الإعلامية أو الحالات التي نطبق عليها الدراسة بغية تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى النتائج وتعميمها". (قنديلجي، 1999، صفحة 98)

يتمثل مجتمع دراستنا في جميع طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2 المسجلين في مرحلتي الليسانس والماستر، والذي بلغ عددهم 766 طالبا، لكن خلال توزيعنا لاستمارات الاستبيان واجهنا العديد من المشاكل وقفت أمامنا عائقا نحو استكمال جميع مفردات الدراسة وذلك بسبب رفض البعض التعاون معنا، إضافة إلى أن هناك طلبة مسجلين لكن توقفوا عن استكمال الموسم الدراسي، كما أننا وعند تفريغ البيانات وجدنا عددا من استمارات الاستبيان غير مملوءة، كل هذه العوامل قلصت مفردات البحث إلى 499 مفردة.

وبغية تحقيق نتائج أقرب للواقع وأكثر مصداقية تمكنا من الكشف الفعلي عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، سنعتمد على أسلوب المعاينة لاختيار مفردات التحليل، ومنه نتبين أن دراستنا تتجه نحو تبني أسلوب المسح الشامل لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2، والذي يقصد به إحصاء كل مفردات الدراسة والتي لا بد منها أن تتوافق مع متطلبات ومتغيرات البحث. (مطلق، 2010، صفحة 28) و لقد اعتمدنا في عملية تفريغ البيانات و تحويلها إلى جداول إحصائية على برنامج حزمة التحليل الإحصائي spss.

4.3 مجالات الدراسة:

هو حيز جغرافي معين مرتبط بأشخاص معينين تربطهم علاقات مختلفة في إطار زمني محدد. (حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، 2000، صفحة 113)

✓ المجال الزمني:

لقد تم اختيار موضوع الدراسة خلال بداية الموسم الجامعي 2018-2019 حيث تم اختيار موضوع الدراسة وضبط عنوانها ووضع خطة لها، وبعد حلول سنة 2019 قمت ببعض القراءات حول الموضوع وجمعت المادة العلمية التي تفيد موضوعي وذلك بالاطلاع على الدراسات السابقة والمراجع التي لها علاقة بموضوع هذا البحث، وبحلول سنة 2020 شرعت في تحرير فصول الدراسة وتصميم استمارة الاستبيان، وفي مطلع عام 2021 قمت بتوزيع الاستمارة على عينة الدراسة وفي عام 2022 قمت بتفريغ بيانات الاستمارة إلى جداول وقمت بقراءتها وتحليلها، وفي سنة 2023 أعددت الأطروحة بصفة نهائية، وسلمتها إلى الإدارة في مطلع سنة 2024.

✓ المجال المكاني:

لقد تم اختيار جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 مجالا مكانيا لهذه الدراسة، وفيما يلي نقدم نبذة تاريخية عن هذه الجامعة:

سميت جامعة قسنطينة 2 بعبد الحميد مهري نسبة إلى المجاهد عبد الحميد مهري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14_14 الصادر في سنة 23 أكتوبر 2014، إذ تحتوي هذه الجامعة على مخابر بحث وأماكن للإقامة الجامعية ومكتبة ومعهدين وأربع كليات وهي:

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، معهد علوم المكتبات ومعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

ولقد تمثلت عينة دراستنا في طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية والتي سنعرض عنها فيما يلي لمحة تاريخية:

عرفت ولاية قسنطينة افتتاح أول معهد للتربية البدنية والرياضية سنة 1989م، بوسط مدينة قسنطينة "حي القصبه"، يسعى للتكوين في الدبلوم العالي في تخصص التربية البدنية والرياضية و في سنة 1991م تم تغيير مقره حيث أصبح له قسم من أقسام كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بطريق عين الباي بمجمع زرزاره، فقد صار آنذاك يعمل على تكوين الطلبة في شهادة الليسانس، و في عام 2021 تم تغييره إلى بلدية علي منجلي المدينة الجديدة "الخروب" أما في سنة 2013 فقد تمت ترقيته إلى معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، إذ أنه أصبح ينتمي إلى جامعة قسنطينة 2 بناء على المرسوم التنفيذي رقم 11-401 المؤرخ في 28 نوفمبر 2011، والذي يفضي إلى جعل جامعة منتوري تنقسم إلى ثلاثة هي جامعة قسنطينة 1 و جامعة قسنطينة 2 و جامعة قسنطينة 3، ويشتمل المعهد على ثلاث تخصصات تابعة لقسم واحد وهو التربية البدنية والرياضية وهذه التخصصات هي:

*التسيير الرياضي.

* التربية البدنية والرياضية.

*التدريب الرياضي. (جامعة قسنطينة 2، بلا تاريخ)

4. تحليل البيانات

4. تحليل البيانات

1.4 تحليل البيانات وتفسيرها حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر:

تعتبر مرحلة تفريغ البيانات وتحليلها مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي، فهي تأتي بعد إكمال الدراسة الميدانية.

في هذا الفصل قمنا بتفريغ البيانات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان الموزع على العينة في جداول تحتوي على التكرار والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة ت، ثم قمنا بالتعليق والتحليل عليها، ثم بعد ذلك ربطنا النتائج المتوصل إليها بالجانب النظري ونظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

حيث تم إعطاء قيم عددية صحيحة من خلال تحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام والتعامل معها إحصائياً، حيث تمثل في إعطاء كل استجابة درجة تقابلها، ففي حالة العبارات الموجبة تكون الدرجات كالتالي:

جدول رقم (1): يوضح درجة كل استجابة في حالة العبارات الايجابية

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: إعداد الباحثة

_ أما في حالة العبارات السلبية فالدرجات تكون كالتالي:

جدول رقم (2): يوضح درجة كل استجابة في حالة العبارات السلبية

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: إعداد الباحثة

_ ولقد اعتمدنا في عملية الإحصاء على برنامج spss للوصول إلى نتائج دقيقة وفي وقت قصير، ولقد تم الاعتماد على تحديد اتجاه العينة من خلال تطبيق القانون الآتي:

تحديد اتجاه العينة = أكبر درجة - أقل درجة / أكبر درجة

أي 5 - 1/5 = 0.8

_ حيث أننا في كل مرة نضيف قيمة 0.8 كي نحدد اتجاه العينة كما يلي:

جدول رقم (3): يوضح تحديد اتجاه العينة

الاتجاه	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الفئة	5_4.21	4.20-3.41	3.40-2.61	-1.81 2.60	1.80 - 1

المصدر: إعداد الباحثة

✓ تحليل البيانات الشخصية:

جدول رقم (4): يوضح توزيع العينة وفق متغير الجنس

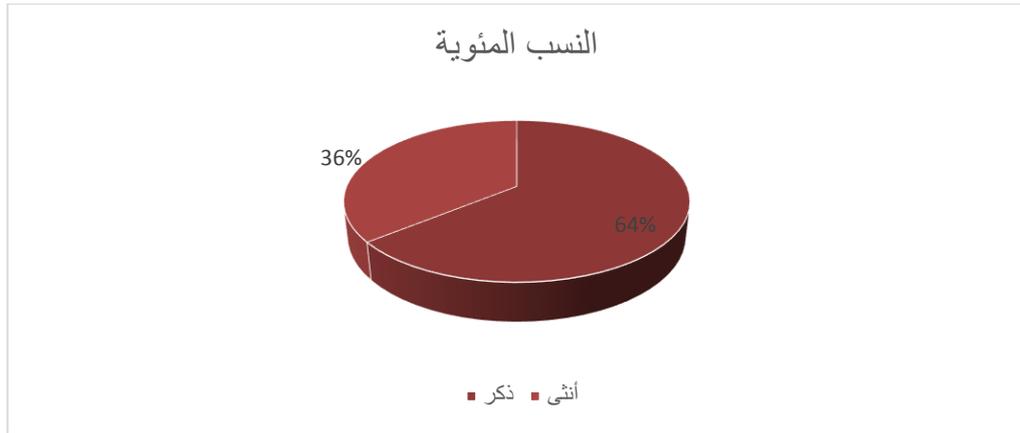
النسبة المئوية (%)	التكرارات	البديل
64	320	ذكر
36	179	أنثى
100	499	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن أعلى تكرار قد كان من نصيب الذكور (320) وبنسبة مئوية قدرت ب 64 %، في حين قد بلغ التكرار لفئة الإناث (179) وبنسبة مئوية 36%.

قدرت نسبة النجاح في شهادة البكالوريا لسنة 2023 ب 50.63 % أي ما يعادل أكثر من 260 ألف ناجح (87.750 من الذكور و 173.89 إناث) و هذا ما يدل على أن فئة الإناث هي النسبة الأكثر نجاحا في شهادة البكالوريا و الأكثر ولوجا الى الجامعة (النتائج المعلنة أمس كشفت عن أزيد من 260 ألف ناجح : 50.63 بالمئة نسبة النجاح في بكالوريا دورة جوان 2023، 2023) و يعتبر تخصص علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية من أبرز التخصصات الأكثر طلبا من طرف الناجحين حسب ما صرح به المسؤول عن جامعة الجزائر في السنوات السابقة ، و الذي أرجع أسباب الاختيار إلى كون هذا التخصص يعرف طلبا لابس به في ميدان التربية و التعليم ، كما لا يجد الطالب بعد تخرجه عراقيل تقف أمام بحثه عن التوظيف (حاملو البكالوريا الجدد يتزاحمون على تخصص التربية البدنية و الحقوق، 2013).

و من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن النسبة الأعلى في عينة هذه الدراسة هم من جنس الذكور ولهذا يعود إلى أن الذكور يميلون كثيرا إلى حب الرياضة والى دراسة هذا التخصص على عكس الفتيات، كما يلعب العامل الاجتماعي دورا مهما في اختيار هذا التخصص لكون أن الفتيات يجدن صعوبة في المجتمع على تقبل فكرة كونهن مدربات على سبيل المثال ، و تختلف درجة التقبل من مجتمع الى آخر و من بيئة إلى أخرى ومن بلد إلى آخر، لكن هذا لا يعكس بأن الفتيات لا يحبذن مجال الرياضة ودراستها، لكن الكفة تميل أكثر إلى جنس الذكور، وهذا ما ظهر جليا في الرسم البياني التالي.

شكل رقم(1): يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير الجنس

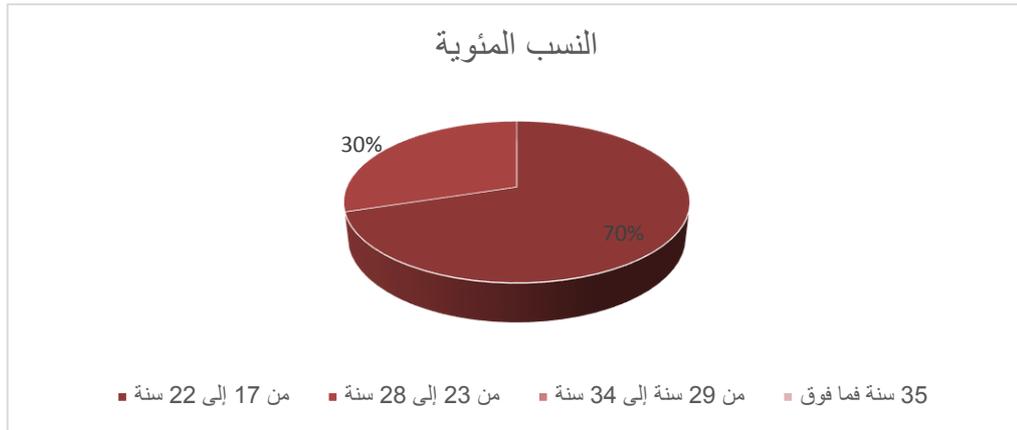


جدول رقم (5): يوضح توزيع العينة وفق متغير السن

النسبة المئوية (%)	التكرارات	البديل
70	350	من 17 إلى 22 سنة
30	149	من 23 إلى 28 سنة
00	00	من 29 سنة إلى 34 سنة
00	00	35 سنة فما فوق
100	499	المجموع

يظهر من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من المبحوثين في عينة الدراسة تتراوح أعمارهم من 17 إلى 22 سنة، حيث بلغت نسبتهم 70% أي ما يعادل 350 مفردة من إجمالي عينة الدراسة، أما بخصوص ثاني أعلى نسبة عادت للفئة العمرية ما بين 23 إلى 28 سنة فهي قدرت بـ 30% أي ما يعادل 149 مفردة، فيما تحصلت الفئات العمرية المتبقية على نسبة 0%، وهذا ما يوضحه الرسم البياني التالي:

شكل رقم (2): يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير السن



وهذا ما يعكس من خلال ما سبق بأن طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية والرياضية هم فئة عمرية صغيرة السن تحرص كغيرها من الشباب على مواكبة التكنولوجيا و تعلم التقنيات الحديثة و اكتسابها و الحصول على المعلومات الجديدة و الحصرية ، و البحث عن وسائل متطورة للتواصل الاجتماعي والمتمثلة أساسا في مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أحدث التقنيات الحديثة التي انبثقت من هذه التكنولوجيا ،حيث أنها لقيت رواجاً و إقبالا كبيرا لدى جميع شرائح المجتمع عموما و طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية خصوصا كونهم يبحثون عن المعلومات الرياضية التي تطور من ثقافتهم الرياضية التي تساعدهم في مسيرتهم الدراسية و العملية.

جدول رقم(6): يوضح توزيع العينة وفق متغير المستوى الأكاديمي

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
ليسانس	350	70
ماستر	149	30
المجموع	499	100

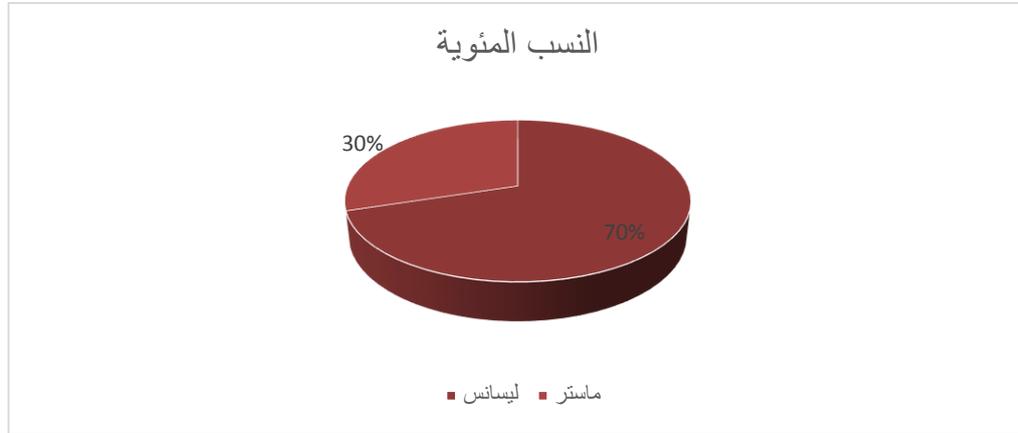
من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح لنا ما يلي:

بلغت أعلى نسبة فيما يخص المستوى الأكاديمي ليسانس بنسبة 70% أي ما يعادل (350) مفردة من إجمالي عينة الدراسة.

أما بخصوص المستوى الأكاديمي ماستر، فقد احتل المرتبة الثانية ب (149) مفردة وبنسبة قدرت ب 30%.

وهذا ما يظهره الرسم البياني التالي:

شكل رقم (3): يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير المستوى الأكاديمي



من خلال القراءة التي قمنا بها في هذا الجدول يتبين لنا أن عدد الطلبة المسجلين في الليسانس و الماستر يرتبط بشروط معينة تفرضها الوزارة أو الجامعات و المعاهد و المرتبط بعدد المقاعد المفتوحة و بشروط أخرى متعلقة أساسا بالمعدل ، حيث يفرض معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة قسنطينة 2 على الطلبة الملتحقين بالمعهد تحصلهم على معدل شهادة البكالوريا يساوي أو يفوق إحدى عشر من عشرين إضافة إلى تقديمهم لشهادة طبية طب عام ، باستثناء الطلبة المعترف بهم من قبل وزارة الشباب و الرياضة و التابعين للرياضة النخبوية يسمح لهم الالتحاق بالمعهد دون شروط المعدل المذكور سابقا. أما التسجيل في طور الماستر متعلق بحسب قاعدة التوجيه القائمة على ترتيب الطلبة (المعدل والرغبة).

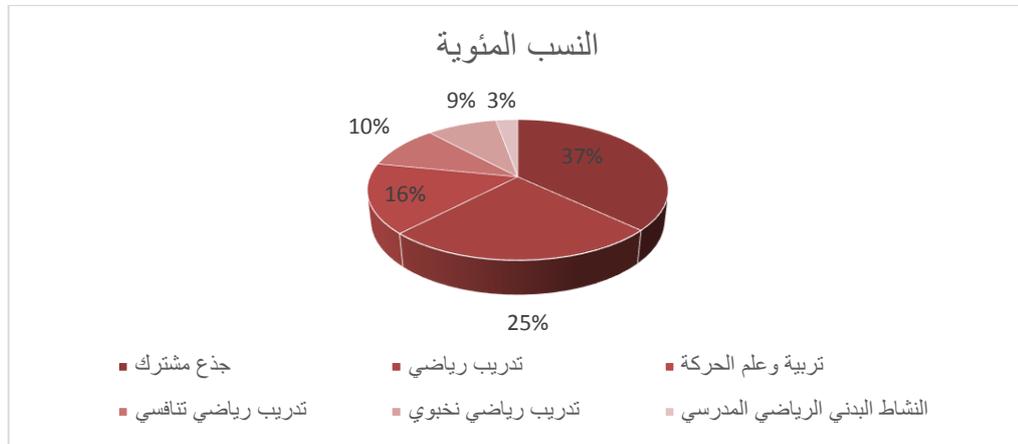
جدول رقم (7): يوضح توزيع العينة وفق متغير التخصص

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
جذع مشترك	185	37
تدريب رياضي	125	25
تربية وعلم الحركة	80	16
تدريب رياضي تنافسي	50	10
تدريب رياضي نخبوي	45	09
النشاط البدني الرياضي	14	03

المدرسي		
المجموع	100	499

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن نسبة تخصص جذع مشترك احتلت المرتبة الأولى بـ 37% أي ما يعادل (185) مفردة، أما تخصص تدريب رياضي، فقد جاء في المرتبة الثانية بـ (125) مفردة وبنسبة 25%، في حين توالى النسب الأخرى بالتقارب بين التخصصات تربية وعلم الحركة، تدريب رياضي تنافسي، تدريب رياضي نخبوي وتخصص النشاط البدني الرياضي المدرسي، كما يلي: 10%، 9%، و 3%، كما هو موضح في الرسم البياني التالي:

شكل رقم(4): يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير التخصص



حيث يحتوي المعهد على قسمين وهما: قسم التدريب الرياضي وقسم النشاطات التربوية الرياضية، وبعد سنة من التعليم القاعدي يتوجه الطلبة إلى التخصصات التالية: التدريب الرياضي التنافسي والتربية وعلم الحركة.

كما يضم الطور ماستر 2 تخصصين هما:

التدريب الرياضي النخبوي والنشاط البدني الرياضي المدرسي.

ويدرس الطلبة العديد من المقاييس نوجزها في النقاط التالية:

الرياضات الفردية والجماعية _ علوم التربية _ إعلام ألي _ لغات أجنبية (فرنسية أو انجليزية) _ علم النفس _ تاريخ وفلسفة التربية البدنية والرياضية _ المقاييس التي لها علاقة بفهم جسم الإنسان (بيو ميكانيك، الفيسيولوجيا، مورفولوجيا، علم التشريح...) _ مقياس الإحصاء...

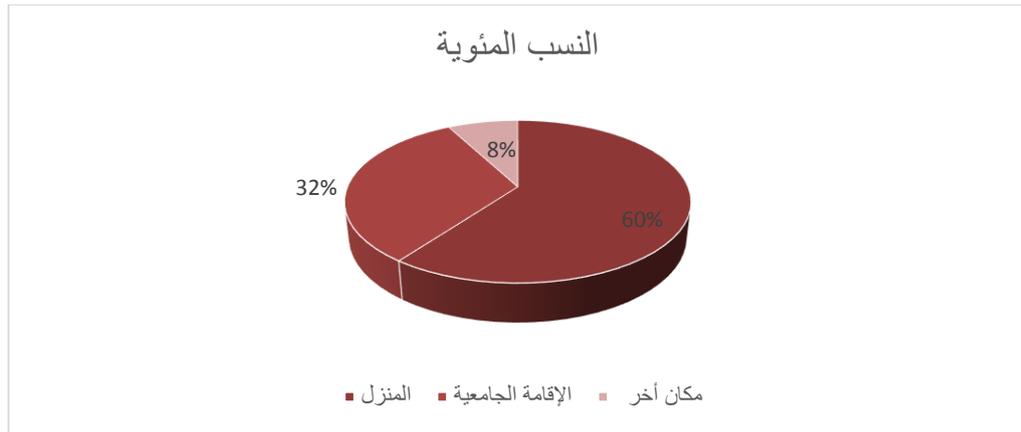
وكلما تفرغ الطلبة في دراسة التخصصات الممنوحة في طور الماستر كلما نجم عنه دراسة مقاييس جديدة متعلقة بالتخصص.

جدول رقم (8): يوضح توزيع العينة وفق متغير مكان الإقامة

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
المنزل	300	60
الإقامة الجامعية	160	32
مكان آخر	39	08
المجموع	499	100

_ من خلال استقراء بيانات الجدول أعلاه والرسم البياني التوضيحي التالي يتضح لنا ما يلي:

شكل رقم (5): يوضح النسب المئوية لتوزيع العينة وفق متغير مكان الإقامة



_ 300 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يقطنون بالمنزل، أي ما يعادل نسبة 60%.

_ 160 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يقيمون في الإقامة الجامعية، أي ما يعادل نسبة 32%.

_ 39 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يقيمون أثناء دراستهم في الجامعة في أماكن أخرى باستثناء المنزل والإقامة الجامعية، وذلك بنسبة 8%.

وهذا ما يوضح على أن هناك طلبة قاطنين بولاية قسنطينة وضواحيها، وهناك طلبة من الولايات الأخرى البعيدة، وهناك طلبة من لديه مسكن خاص أو مأجور أو في ضيافة أحد أقاربه أو أصدقائه.

فالطلبة المقيمين بالإقامة الجامعية لا يجدون الراحة الكاملة مثل بيوتهم ، فهم يخضعون لقانون الإقامة كاشترك عدة أشخاص لغرفة نوم واحدة ، و قس على ذلك الأكل و الضجيج الذي يميز الحرم الجامعي ، السبب الذي يجعل بعض الطلبة يلجئون لإيجار مسكنا خاصا بحثا منهم عن الراحة النفسية ، ولكن بعضهم سيضطر للعمل حتى يوفر حق الإيجار ، وهي عوامل اجتماعية قد تؤثر حتما على المردود العلمي للطلبة، بحيث يجدون أنفسهم منهكون من العمل و السهر ، وهو ما يؤثر على انضباطهم العلمي وحتى يدفعهم إلى الغياب عن بعض المقاييس في الجامعة.

✓ تفسير بيانات المحور الثاني: أنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك -تويتر -يوتيوب).

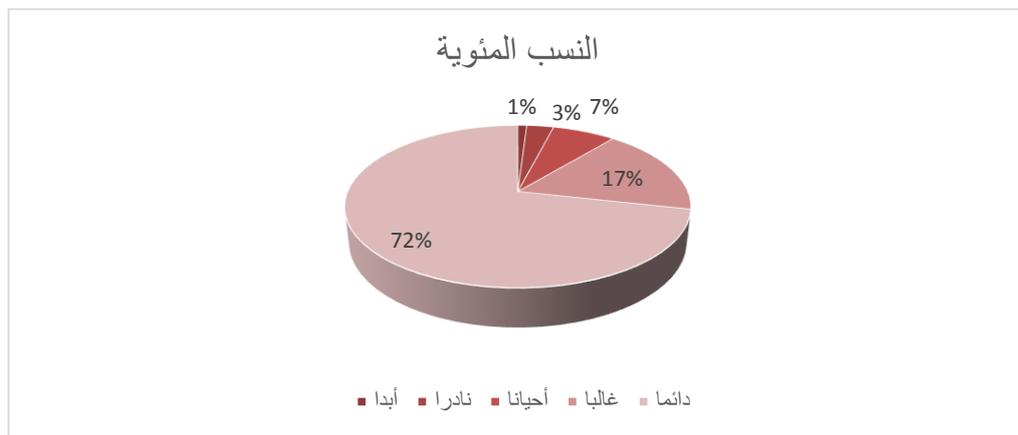
جدول رقم (9): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب شكل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك -

تويتر_ يوتيوب)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	التكرارات	البدل
0.83	4.56	01	05	أبدا
		03	15	نادرا
		07	35	أحيانا
		17.4	87	غالبا
		71.5	357	دائما
		100	499	المجموع

يشير الجدول أعلاه أن 357 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائما، حيث بلغت نسبتهم 71.5%، في حين يستخدم 87 طالب مواقع التواصل الاجتماعي غالبا أي بنسبة 17.4%، بينما نجد أن 15 طالب نادرا ما يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 3%، والرسم البياني التالي يوضح أكثر:

شكل رقم (6): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



ولقد بلغ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه العبارة: 4.56، 0.83، وهو ما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت وجهة مهمة لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية خصوصا في ظل التطور الذي تشهده هذه المواقع ومنافستها الشديدة لوسائل الإعلام التقليدية في

عرض كم هائل من المعلومات الرياضية التي قد يحتاجها الطلبة بطريقة مجانية و في أي وقت من الأوقات، فمن الطبيعي أننا نجدهم يميلون لمتابعة الأخبار الرياضية والاطلاع على المعلومات عبر هذه المواقع بحكم تخصصهم الدراسي و توجهاتهم العلمية .

فقد تبين من خلال الدراسات العلمية التي تناولت استخدام الطلبة من فئة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بأن هذه الفئة هي الأعلى نسبة اعتمادا على مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب، نظرا لمميزات عرضها لمختلف المعلومات وطرحها المتعدد للأفكار في مختلف المجالات وقدرتها على استقطاب أكبر عدد من المستخدمين في جميع القضايا خصوصا الرياضية منها. (فاضل، 2019، صفحة 67) فتتمثل الخصائص التي تميز موقعي الفيسبوك وتويتر في أنهما يقدمان معلومات رياضية تجمع بين النص والصوت والصورة، مع السماح للمستخدمين بالتعليق عليها ومشاركتها مع الآخرين.

حيث قدم موقع الفيسبوك لجمهوره الرياضي خاصية أطلق عليها تسمية ملعب الفضاء الأزرق للبطولات الرياضية وهذا من أجل جمع أكبر عدد من محبي الرياضة، حيث يجمع موقع الفيسبوك أعدادا كبيرة من المشجعين الرياضيين الذين يتشاركون في الاحتفالات ومواسمات بعضهم البعض، حيث تزيد أعدادهم عن 650 مليون مشجع.

فالفيسبوك مكن هذه الجماهير أثناء مشاهدتهم للمباريات الرياضية من الشعور برابط القرب من أصدقائهم بالرغم من بعدهم عنهم، فهو بمثابة البيت الرياضي الذي يجمعهم ببعض البعض نظرا لجملة الخصائص التي يتميز بها كعرضه للمباريات بتوقيتها الأصلي ومختلف المنشورات المتعلقة بها إضافة الى تقديم الاحصاءات المتعلقة بها، كما يتميز أيضا بسهولة البحث عن صفحات الاعيين والوصول اليها (اليمني، 2016).

أما بخصوص الاستخدامات الرياضية التي يوفرها موقع تويتر على سبيل الذكر وفقا لبعض الدراسات العلمية، تتمثل في:

_ حسب دراسة أجرتها شركة كنتار وتويتر تبين أن تويتر له علاقة كبيرة مع الثقافة لأنه يؤثر فيها بما يعادل 278 بالمائة، باعتبار أن الرياضة جزء رئيسي من الثقافة الإنسانية.

_ وفي مطلع سنة 2022 أجرى موقع تويتر استطلاع للرأي تبين فيه أن نسبة 67 بالمائة من المستخدمين يحبون العلامات التجارية التي نجدها مرفقة مع المجرىات الرياضية في تويتر.

_ يميل 70 بالمائة من المشجعين عبر تويتر إلى الاطلاع على القضايا الرياضية التي تهمهم والتعليق عليها مثل بطولة كأس العالم، ومشاهدة المقابلات التي تجرى مع اللاعبين والاطلاع على العناوين البارزة وأهم اللقطات. (دورني و هايلاي، بلا تاريخ)

في حين نجد أن موقع اليوتيوب من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر في المستخدمين من خلال تقنية الفيديو الرقمي التي تلعب دور رئيسي في الاهتمام بالرياضة وتعلم مختلف المهارات الرياضية، حيث يسمح اليوتيوب بمشاهدة ملايين الفيديوهات في أي وقت مع إمكانية إعادتها مرارا وتكرارا دون عوائق وهذا ما يؤدي حتما إلى ترسيخ المهارات والمعلومات الرياضية وهو ما يعزز حتما ثقافة متنوعة حول مختلف الرياضات والألعاب والشخصيات الرياضية. (عبيد، 2021).

جدول رقم (10): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب نسبة اطلاعهم على الأخبار والمستجدات الرياضية باستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك -تويتر-يوتيوب)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية المتوسطة (%)	الانحراف المعياري
لا	36	7.2	0.26
نعم	463	92.8	
المجموع	499	100	

يتضح من الجدول الأعلى أن أغلب عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية، وذلك بنسبة 92.8% ، أي ما يعادل 463 مفردة. بينما 7,2% أي ما يعادل 36 مفردة اختاروا الخيار لا، كما نلاحظ أن المتوسط الحسابي قدر ب 1,93، والانحراف المعياري بلغ 0.26.

وهذا ما يبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية مضامين رياضية متعددة تشمل جميع الرياضات وأخبار اللاعبين، فهي تضم كم كبير من الأخبار والمعلومات الرياضية، الأمر الذي جعل الطلبة يلجئون إلى استخدامها لكي يرفعون من ثقافتهم الرياضية ورصيدهم المعرفي الرياضي، وهو ما ظهر جليا في النسبة المرتفعة في المعطيات التي يبرزها الجدول والرسم البياني التالي.

شكل رقم(7): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أم لا



كما أن نسبة الاستخدام أيضا تعود للوظائف المختلفة التي تقوم بها هذه المواقع ، فعلى سبيل المثال نجد أن موقع اليوتيوب الذي يحتوي على كم هائل من الفيديوهات المتمثلة أساسا في تزويد مستخدميها بالأخبار الرياضية المختلفة ، فهذا الموقع يسمح بمشاهدة الأحداث العالمية بكل تفاصيلها بمجرد انتهائها بدقائق معدودة ، ناهيك عن نقل بعض القنوات لأحداث و مباريات بشكل حي و مباشر و مجاني على عكس القنوات الرياضية الغير مجانية ، فخلال مونديال قطر 2022 قام صانع المحتوى " نيبيراس بايرلي" بتغطية كأس العالم عبر قنواته في اليوتيوب بتقديم أخبار المونديال ، توقيت المباريات، نتائج المباريات ، تصريحات اللاعبين و المدربين ، تحليل للمباريات .

كما مكن اليوتيوب المستخدمين من اكتساب معلومات وخبرات وثقافة بشأن رياضات نادرة بشكل نظري وتطبيقي بدون بذل جهد التنقل وبتكاليف منعدمة، بوجود مدربين أكفاء ولاعبين متميزين، وحتى أننا نجد معلومات مسهبة عن حياتهم الشخصية والمهنية.

فهناك أيضا معلومة خفية متمثلة في أن اليوتيوب مكن المشاهير الرياضيين من تعلم مهارات كبيرة قد أفادتهم في مجالهم الرياضي. (بشرى، بلا تاريخ)

أما بخصوص الفيسبوك فقد توجد العديد من الصفحات الرياضية التي تلقى متابعة جماهيرية كبيرة مثل "الكرة فالتشبكة"، "الكرة والحكام"، "شجع كورة"، أخبار اللاعبين المحترفين"، "محبى لعبة التنس"، "محبى كرة السلة"... الخ. (أسماء صفحات رياضية للفيسبوك).

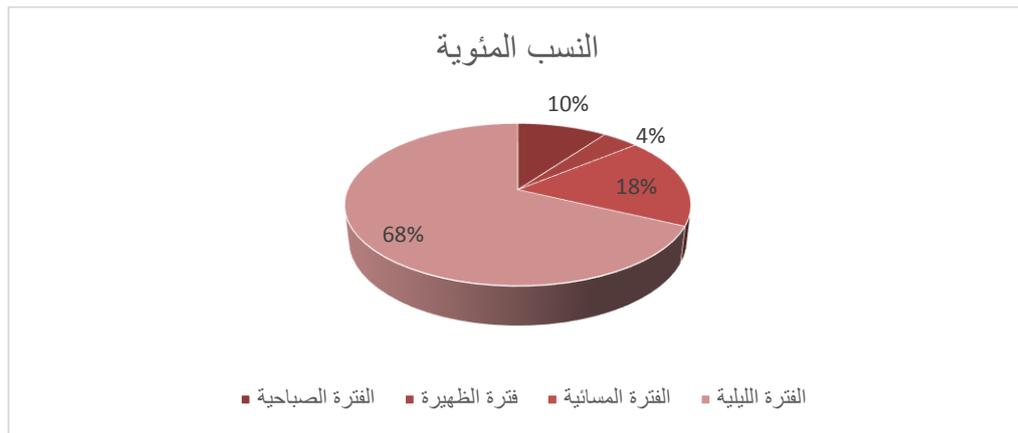
ونفس الامر بالنسبة لموقع تويتر، إذ يحتوي على عدد كبير من الصفحات المختصة في الرياضة سواء الصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية الرياضية كقناة يبين سبور، قناة أبو ظبي الرياضية، أو الصفحات التي تعرض برامج رياضية بحتة كبرنامج كورة، برنامج مساحة رياضية وغيرها.

جدول رقم (11): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب فترات التعرض للأخبار والمستجدات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسطة الحسابي (%)	التكرارات	البديل
0.96	3.44	10	الفترة الصباحية
		04	فترة الظهيرة
		18	الفترة المسائية
		67.9	الفترة الليلية
		100	المجموع

تشير معطيات الجدول أعلاه والرسم البياني التالي بالمعلومات التالية:

شكل رقم(8): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول الفترات المفضلة لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية



بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,44، في حين قدر الانحراف المعياري بـ0,96، كما نلاحظ أعلاه أيضاً أن أغلب عينة الدراسة تفضل الفترة الليلية من أجل تصفح الأخبار والمستجدات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 67.9%، لكونهم يتوجهون إلى الدراسة باكراً، والتزامهم بتأدية واجباتهم الدراسية، فهم يجدون أن الفترة الليلية هي فترة راحة من متاعب اليوم.

كما تسجل الفترة المسائية ثاني مرتبة بنسبة 18%، في حين تأتي الفترة الصباحية ثالثاً من حيث تفضيل فترات التصفح بنسبة 10%، بينما احتلت فترة الظهيرة المرتبة الأخيرة بنسبة 4%. وذلك للعديد من الأسباب أهمها أن هناك طلبة تتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية على مواقع التواصل

الاجتماعي حسب الظروف لكونهم يستغلون الفراغ الموجود بين الحصص الدراسية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث نجد أن هذه المواقع مكنت الطلبة من اللجوء والاعتماد عليها بشكل كبير بفترات محددة ومختلفة نظرا للميزات والخصائص المتمثلة في سهولة الولوج إليها وتعدد الأخبار والمصادر وطريقة عرض المعلومات. (هيو، رافي، و ترجمة عاصم، 2017)

فمثلا نجد أن أغلب مباريات كرة القدم تجرى في الفترة المسائية و تنتهي ليلا، هذا ما يجعل المستخدمين يلجئون إلى مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب ، الفيسبوك و تويتر) لمتابعة المباريات المباشرة لأن غالبا ما تكون مشاهدات المباريات في شاشات التلفزيون ليست مجانية وإنما تكون عن طريق الدفع .

فعلى سبيل الذكر نجد أن موقع اليوتيوب تمكن من عقد اتفاقيات مع عديد الدوريات الكروية بهدف نقل المباريات بشكل حي ومجاني، وهي تعتبر خطوة جد ايجابية لجذب أكبر شريحة من المتابعين.

فإذا نظرنا إلى علاقة موقع الفيسبوك بالرياضة و الوظائف التي يقوم بها نجد أنه يمكن المستخدمين من التواصل و الحصول على معلومات و أخبار رياضية في أي وقت و في أي مكان ، كما يمكنهم من مشاهدة المباريات بشكل مباشر و حصري و هذا ما يتوافق مع وقت الفراغ المناسب للطلبة من أجل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي دون مواجهة عوائق متعلقة بالوقت المحدد لمشاهدة برنامج أو مباراة أو قراءة منشور متعلق بموضوع رياضي معين ، لأن اختيار الطلبة للفترة التي تناسبهم في التصفح سيسمح لهم حتما بتحقيق جملة من الرغبات في ظل توفر الفيسبوك على العديد من الخصائص التي تتمثل في أنه يسمح لمستخدميه بتحليل السلوكيات و هو ما يقدم خدمات للمؤسسات الرياضية (تخص القرارات التي يتخذونها) ، كما تسمح لهم بالتفاعل مع المستخدمين و جمع معجبين جدد ، إضافة إلى أن موقع الفيسبوك يتمتع بخاصية التسويق للمنتجات و عرض إعلانات عن مختلف المنتجات الرياضية كما يمنح لهم خاصية الرعاية. (العنوم، 2023)

إضافة الى الفكرة السابقة نجد أيضا أن القائمين على موقع تويتر يسعون إلى جذب أكبر عدد من المستخدمين لتصفحه في جميع الفترات من خلال إضافة خصائص و تعديلات على الموقع كتغيير شعار تويتر الى " x " مع إمكانية منح الفرصة للمتابعين لمدة ساعة من أجل تغيير تغريداتهم ، كما تم زيادة عدد التويت الى 25000 حرف بدل من 280 حرف مع إمكانية التحكم في شكل الخط

، إضافة إلى ذلك سمح هذا الموقع للمتابعين من قدرتهم على تحميل فيديوهات تتراوح مدتها الى 3 ساعات و التقليل من نسبة ظهور الفيديوهات الاشهارية أثناء التصفح بنسبة خمسين بالمائة (ديموفينيف ltd، 2013).

فاختيار فترة التعرض المناسبة قائم على نوعية الخاصية التي سيختارها المستخدمين من موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب.

جدول رقم (12): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حسب عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

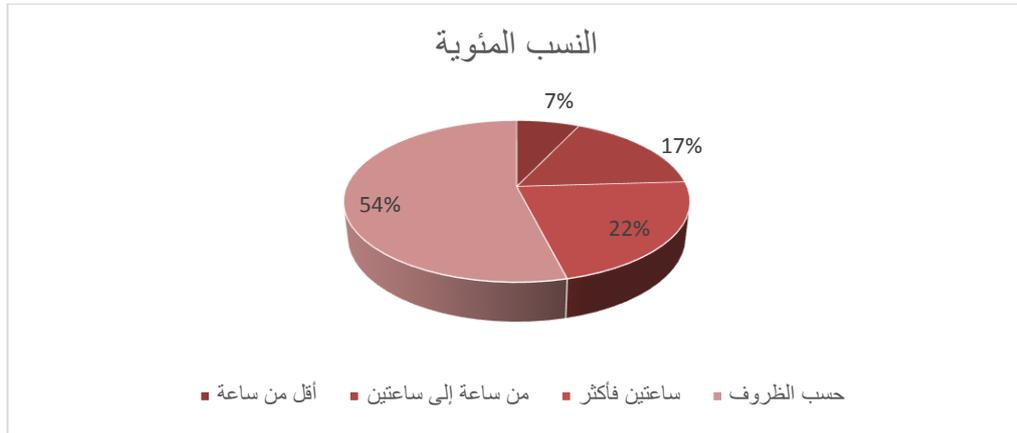
الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسطة الحسابي	التكرارات (%)	البديل
0.97	3.23	07	أقل من ساعة
		17	من ساعة إلى ساعتين
		22	ساعتين فأكثر
		53.9	حسب الظروف
		100	المجموع

تبين معطيات الجدول أعلاه أن أعلى نسبة 53.9% أي ما يعادل 269 مفردة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية حسب الظروف ، تليها نسبة 22% أي ما يعادل 110 من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية لمدة ساعتين فأكثر .

ثم جاءت بعدها وبنسبة متقاربة "من ساعة إلى ساعتين بنسبة 17% أي ما يعادل 85 مفردة، ليحل أخيرا البديل "أقل من ساعة" بنسبة 7% أي ما يعادل سبعة مفردات، وهذا ما تبينه نسب الرسم التوضيحي التالي:

شكل رقم(9): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول عدد الساعات التي يستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي

في اليوم



أما بخصوص المتوسط الحسابي لهذه العبارة فقد قدر ب 3,23 ، والانحراف المعياري سجل 0,97 وهو ما أرجع السبب إلى أن عينة الدراسة تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية لفترات معتبرة ، لكن غير محددة " حسب الظروف" سواء كانت فترات طويلة أو متوسطة أو قصيرة وهذا ما توضحه الأرقام في الجدول أعلاه ، لكن يمكن القول أن هناك فئة من المبحوثين يتصفحون هذه المواقع أكثر من ساعتين و هي مدة لبأس بها، لأنه ربما قد يكون المضمون و المادة التي يتعرضون قد تكون مدتها طويلة أو ربما قد يتصفحونها لوقت طويل سعيا منهم لإشباع رصيدهم المعرفي بحكم أنه يشترك ضمن تخصصهم "الرياضة" .

فلقد لوحظ من خلال الإحصائيات التي أجريت سنة 2022 بان متوسط تعرض المستخدمين العاديين لمواقع التواصل الاجتماعي قدر ب 147 د يوميا في سنة 2022، بينما قدر في سنة 2015 بساعة ، و هو ما يبين بأن معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في تزايد مستمر نتيجة تزايد عدد المستخدمين لها ، ففي سنة 2023 بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك ب2.96 مليار مستخدم ، اليوتيوب ب2.5 مليار مستخدم و تويتر 541 مليون مستخدم ، بحيث يختلف معدل التعرض من دولة إلى أخرى و من شخص إلى آخر فعلى سبيل المثال وجد بأن معدل التعرض لهذه المواقع في الدول النامية يكون أكثر من الدول الأوروبية ، (اليغرين، 2023) . فمن خلال دراستنا وجدنا أن أغلب طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية بحيث يختلف معدل تعرضهم لها حسب الظروف وحسب المضمون كتعلقهم بمتابعة أخبار المنتخب الوطني.

فيمكننا القول أن عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في تصفح موقع الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب قائم على نوعية الوظائف التي تقدمها هذه المواقع و مرتبط بموضوع المضامين الرياضية و جودة المعلومات الرياضية و مدى مصدقتها، كما تلعب الظروف التي تحيط بالطالب دورا رئيسيا في الوقت الذي يقضيه في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ، لهذا يقتضي على الطلبة عند الاعتماد على الفضاءات الافتراضية المذكورة سالفا التركيز على المحتويات الرياضية الهادفة التي تتميز بالثراء المعرفي و الوقت القصير ، و منه يتمكن الطلبة من ربح الوقت و توظيفه في تطوير حياتهم الدراسية و المهنية .

جدول رقم (13) :يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب المكان المفضل لتصفح الأخبار و المستجدات

الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

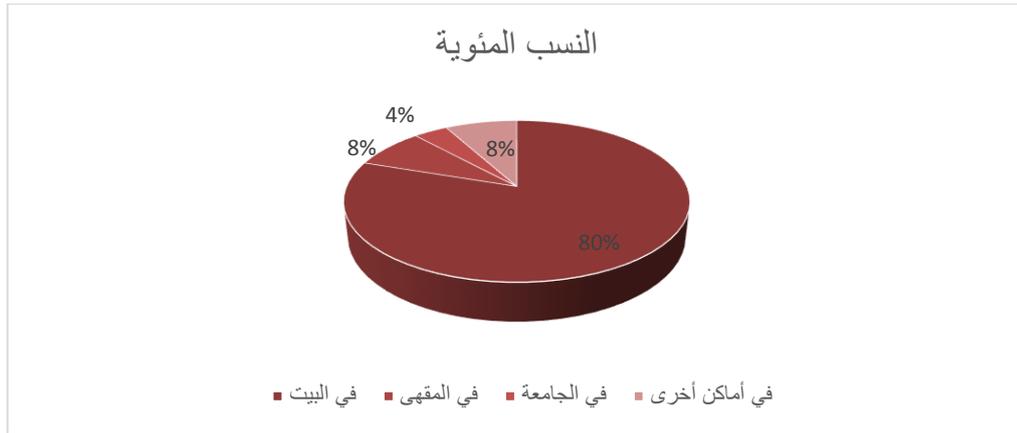
الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسطة الحسابي (%)	التكرارات	البديل
0.89	1.40	400	في البيت
		08	في المقهى
		3.8	في الجامعة
		08	في أماكن أخرى
		100	المجموع

الجدول أعلاه يبين لنا المكان المفضل لعينة الدراسة لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي والذي استخلصنا منه أن المتوسط الحسابي قدر ب 1,40 و الانحراف المعياري كان بقيمة 0.89 ، كما سجلنا أيضا الملاحظات التالية:

احتل البديل "البيت" المرتبة الأولى ب 400 مفردة أي ما يمثل نسبة 80,2%، في حين كانت الكفة متوازنة بين كل من البديلين "في المقهى، في أماكن أخرى" ب 40 مفردة أي ما يمثل نسبة 8% ، ليتوالى بعدها أخيرا البديل "في الجامعة" ب 19 مفردة، أي ما يمثل 3,8% ، وسيوضح الرسم البياني التالي أكثر هذه القراءات:

شكل رقم (10): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول المكان المفضل لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي



من خلال ما سبق نستنتج أن البيت هو المكان المفضل لعينة الدراسة للاطلاع على المستجدات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يكون مريح أكثر، بعيدا عن الضوضاء والحركة التي قد توجد في الأماكن الأخرى، كما يمنحهم درجة كبيرة في التركيز على المضامين الرياضية والتفكير السليم تجاه بعض القضايا الرياضية عكس الأماكن الأخرى التي يكون فيها اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي قليل نوعا ما لأنه يكون هناك تشويش على تكوين الرأي الرياضي سواء من ناحية الصناعة، المحتوى أو الأسلوب.

كما يمنح الجلوس في المنزل و تلقي الأخبار الرياضية عبر موقع الفيسبوك ، اليوتيوب و تويتر ميزة جد مهمة متمثلة في صفة الاتزان النفسي ، بحيث يتصرف الفرد بعفوية تامة و يكون أكثر على طبيعته ، وهذا راجع نوعا ما إلى ما تتميز به عينة الدراسة بصفتهم أكثر الأشخاص تركيزا على الأحداث الرياضية فهم شريحة مختصة في هذا المجال ، يتابعون الأحداث و القضايا و المحتويات الرياضية بأعين ناقدة و من زوايا مختلفة و ليسوا مجرد متعرضين عابرين لها ، ولهذا يفضل أغلبهم متابعة الأخبار و المضامين الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في البيت.

جدول رقم (14): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب تشاركتهم مع الأفراد أثناء الاطلاع على المستجدات

الرياضية (فيسبوك_تويتر_يوتيوب)

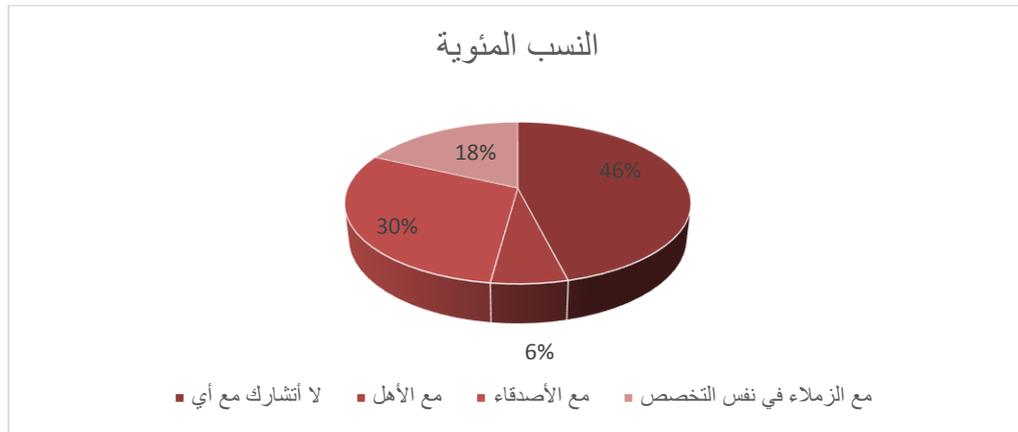
الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسط الحسابي (%)	التكرارات	البديل
	46.1	230	لا أشارك مع أي أحد
	06	30	مع الأهل

1.20	2.20	29.9	149	مع الأصدقاء
		18	90	مع الزملاء في نفس التخصص
		100	499	المجموع

تبين النتائج الإحصائية المئوية في الجدول أعلاه والرسم التوضيحي التالي ما يلي:

شكل رقم(11): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حسب تشاركتهم مع الأفراد أثناء الاطلاع على المستندات

الرياضية



_ أغلب عينة الدراسة تفضل عدم مشاركة أي أحد أثناء الاطلاع على المستندات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 46.4% ما يعادل 230 مفردة.

_ فضل 29.9% أي ما يعادل 149 مفردة الاطلاع على المستندات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء.

_ يسجل البديل «مع الزملاء في نفس التخصص» المركز الثالث بنسبة 18% أي ما يعادل 90 مفردة.

_ لتتخفص بعدها النسبة إلى 6% ما يعادل 90 مفردة عند البديل "مع الأهل".

كما نلاحظ أيضا أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه العبارة قد بلغ كل منهما 2.20 و 1.20. وهو ما يؤكد أن أكبر عدد من المبحوثين يفضلون عدم المشاركة مع أحد عند اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في تصفح الأخبار الرياضية ، وهذا راجع إلى تركيزهم الشديد على هذه المحتويات الرياضية فهي كما قلنا مسبقا تشترك ضمن تخصصهم ، كما يعتمدون أيضا على هذه المواقع للبحث عن العلاقة الموجودة بين مواقع التواصل الاجتماعي و الرياضة وفيما إذا كانت

تقدم لهم وظائف تزيد من ثقافتهم الرياضية أم لا ، كما نجد أن أغلب الطلبة يبحثون عن قوة التركيز و التمعن الشديد في ما يبث و يكتب عبر موقع الفيسبوك ، تويتر و اليوتيوب حرصا منهم على تقديم إضافات و تحليلات رياضية تفيد المجتمع من جهة و الاستفادة أكثر من المعلومات الرياضية التي تنمي رصيدهم الثقافي الرياضي و توظيفها في المجال الدراسي و الاجتماعي ، أما بخصوص تقارب النسب فيما يخص البدائل الأخرى ، فهي كما نعلم أن هناك من يستمتع مثلا بمشاهدة المباريات الكروية وسط حضور جماهيري مع مزيج من الهتافات وذلك من أجل صنع نوع من الحيوية داخل المكان والشعور بروعة حماس المباراة، فلهذا نجد الملاعب جد ممتلئة أثناء المباريات.

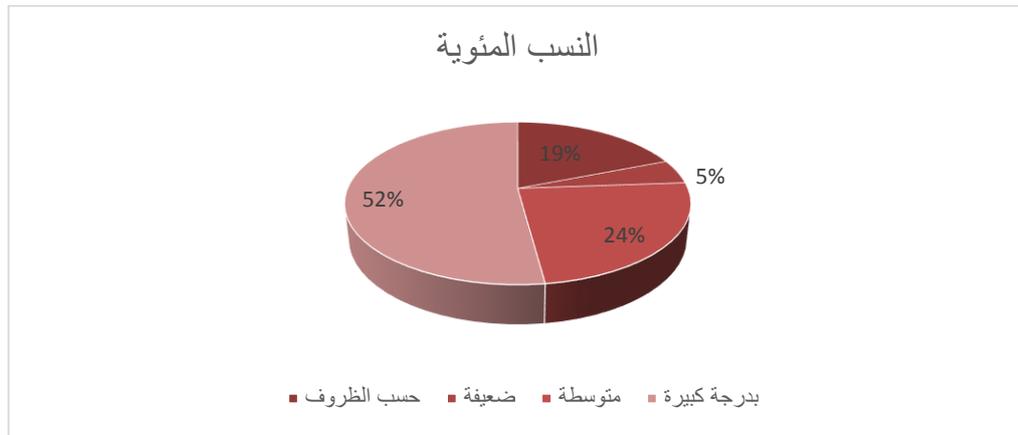
✓ تحليل بيانات محور الثالث: اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب).

جدول رقم (15): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب درجة اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية (فيسبوك_تويتر_يوتيوب)

الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسطة الحسابي (%)	التكرارات	البديل
1.15	3.09	260	درجة كبيرة
		24	ضعيفة
		120	متوسطة
		95	حسب الظروف
		499	المجموع

من خلال تأمل أرقام الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلب عينة الدراسة تعتمد بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية بنسبة 52.1 % ، بينما تقاربت النسب بين البديل " متوسط " والذي جاء ثانياً بنسبة 24%، وبين البديل "حسب الظروف " والذي جاء ثالثاً بنسبة 19%، في حين اختار 4,8% من المبحوثين أن يكون اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية ضعيفاً، والرسم التوضيحي التالي يوضح أكثر:

شكل رقم (12): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية



ولقد قدر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه العبارة ب 3.09 و 1.15.

من خلال هذه المعطيات يتبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها صفحات وقنوات مختصة رياضيا ، استطاعت أن توفر خدمات متنوعة تمكن طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من الاعتماد بشكل كبير عليها في استقاء المعلومة الرياضية نظرا لشمولية أخبارها وتنوع مصادرها و يعود سبب هذا الاعتماد إلى نقص كم المعلومات الرياضية التي تعرضها وسائل الإعلام التقليدية و إلى توقيت عرضها ، لكن في المقابل هناك طلبة يعتمدون على هذه المواقع في الحصول على المعلومات الرياضية بدرجات متفاوتة ، وقلّة قليلة منهم قد اعتبروا درجة اعتمادهم عليها ضعيفة وهذا ما يرجع سبب اختلافهم حولها ربما يعود إلى درجة مصداقية هذه المواقع و إلى اعتمادهم على وسائل أخرى للحصول على المعلومات الرياضية كالتلفزيون والإذاعة رغم قلّة معلوماتها، وغيرها من الأسباب الأخرى. الأمر الذي جعل مواقع التواصل الاجتماعي تلجأ إلى بدائل وظيفية لكي تلبي رغبات الأقلية و المتمثلة أساسا في حرية التفاعل و إنشاء قنوات خاصة بالملكية والمضمون و الحصول على عوائد مالية تكون مرتبطة بنسبة المشاهدات وعدد المستخدمين ، و تسمح لهم بتقمص دور الصحفي الهاوي على هذه المواقع، كما تمكنهم من ممارسة التسويق الرياضي المجاني و غيرها من الوظائف الأخرى .

فالفيسبوك يمنح لمستخدميه المقدرة على تشارك الأفكار والمضامين مع غيرهم بشكل مرن وهي خاصية مهمة لإدارة المجتمع الذكي ونجاحه في القيادة، فعندما تكون عملية التشارك ناجحة لا يهم إن كانت المجموعة صغيرة أم كبيرة، فالمهم هو أن يكون النقد الإيجابي أو السلبي حاضرا بين أطراف

المجموعة ونقطة محورية في الحوار وتبادل وجهات النظر بين كل عناصر المجموعة. (العلق، 2015، صفحة 97)

أما تويتر فهو يشترك في نفس الفكرة السابقة مع الفيسبوك و لا يقل أهمية عنه لكن يختلف عنه في كون رسائله أكثر اختصارا و فهما و شمولية، علاوة على تميز أخبارها بالسرعة في الوصول الى المتلقين خصوصا الاخبارية منها (فوزي، 2015، صفحة 187)، بحيث يمكن أنها تكون مزودة بفيديوهات تشرح أكثر تلك التغريدات ، خصوصا حينما تتعلق بالجانب الرياضي و هو ما بينته معطيات الجدول السابق المتمثل في أن الطلبة يعتمدون كثيرا على هذه المواقع من أجل الحصول على المعلومات الرياضية .

وبما أن اليوتيوب موقع جد مهم فهو يتميز بشهرة كبيرة بحيث يمتلك 2.3 مليار مستخدم، فهو يحتل المركز الثاني بعد الفيسبوك، بحيث قدر عدد المشاهدين لمقاطع الفيديو أزيد من مليار ساعة بشكل يومي، كما يحتل المركز الثاني بعد جوجل من ناحية المواقع الأكثر زيارة، (المدني، 2021، صفحة 122) وهذا راجع إلى قيامه بوظائف عديدة متعلقة أساسا بمشاركة فيديوهات عديدة تخص المجال الرياضي والألعاب العالمية سواء كانت مشهورة أو نادرة والاهتمام بجوانب الثقافة الرياضية. جدول رقم (16): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب دوافع متابعتهم للرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بحكم أنني أحب الرياضة وأدرس نفس التخصص	500	15	3.69	1.81
الحصول على معلومات وإشباع رصيدي المعرفي	387	12		
حب الاطلاع على جديد المنتخب الوطني	366	11		
مواكبة الأحداث الرياضية	346	10		
التعرف على ثقافات كروية	346	10		

			جديدة ونادرة في العالم
10	346		مشاهدة المباريات الرياضية حية أو مسجلة
7	252		مشاهدة الفيديوهات الرياضية السابقة
7	252		الاطلاع على نتائج المباريات
8	282		الاطلاع على أخبار الشخصيات الرياضية
1	18		المشاركة في حملات التوعية ضد التعصب الرياضي
9	292		أتابع الأنشطة البدنية المفيدة للصحة والجسم
100	3387		المجموع

تظهر النتائج الإحصائية المئوية في الجدول أعلاه والرسم البياني الآتي المعلومات التالية:

شكل رقم (13): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول دوافع متابعة الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



_ أغلب أفراد عينة الدراسة يتابعون الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدافع أنهم يحبون الرياضة ويدرسون نفس التخصص بنسبة 15%.

_ 12% من أفراد عينة الدراسة يتابعون الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدافع أنهم يحصلون على معلومات وإشباع رصيدهم المعرفي.

_ تقاربت النسب بين البدائل الأخرى المتبقية، فقد تحصل البديل " حب الاطلاع على جديد المنتخب الوطني" على نسبة 11%، بينما تعادلت نسب كل من البدائل " مواكبة الأحداث الرياضية"، " التعرف على ثقافات كروية جديدة ونادرة في العالم" مشاهدة المباريات الرياضية حية أو مسجلة" بنسبة 10%.

_ في حين نجد أن 9% من أفراد عينة الدراسة يتابعون الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الأنشطة البدنية المفيدة للصحة والجسم.

_ أما النسب المتبقية فقد انحصرت بين 8% و 7% لصالح البدائل " الاطلاع على أخبار الشخصيات الرياضية و" مشاهدة الفيديوهات الرياضية السابقة"، " الاطلاع على نتائج المباريات"، بينما نجد أن 1% من المبحوثين يتابعون الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدافع المشاركة في حملات التوعية ضد التعصب الرياضي كما نلاحظ أيضا أن المتوسط الحسابي قدر ب 3.69 والانحراف المعياري قدر ب 1.81.

من خلال استقراء نتائج الجدول السابق نستنتج أن عينة الدراسة تحب البحث في مواقع التواصل الاجتماعي عن كل ما هو متعلق بتتمية رصيدهم الرياضي المعرفي، من خلال اختيارهم لقائمة متعددة تبين مدى اختلاف أفكارهم وعدم انحصارها في مجال رياضي واحد، لكن تختلف من طالب إلى آخر، وهذا ما أظهرته بيانات الجدول.

تتمحور أفضلية اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة مباشرة من أجل إشباع مختلف حاجياتهم وتلبية رغباتهم، والمتمثلة أساسا بتزويدهم بالأخبار والمعلومات الرياضية المتنوعة المصادر وتشكيل آراء واتجاهات وأفكار تجاه مختلف القضايا الرياضية. بحيث ترتبط درجة إشباع الطلبة بالمعلومات الرياضية مع ساعات التعرض لهذه المواقع ومدى احتياجهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

فاعتماد طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي مرتبط بقدرتها على تلبية رغباتهم الرياضية المختلفة و إحداث تأثيرات على سلوكياتهم و آراءهم و التطوير من ثقافتهم الرياضية ، في ظل وجود العديد من الدوافع التي تؤدي بهم إلى الاعتماد على هذه المواقع سواء من أجل التشبع بالمعلومات الرياضية أو بدافع متابعة أخبار الرياضة الوطنية أو العالمية أو حتى بهدف تمضية الوقت أو غيرها من البدائل التي أشرنا إليها سابقا، فكل طالب يجد

في هذه المواقع وظيفة معينة لعلها قادرة على تنمية ثقافته الرياضية و هو ما عزز من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي . (الوطن، 2022)

فهذه المواقع في حد ذاتها تعمل على خلق بدائل وظيفية مدروسة لكي تزيد من نسبة المتابعين والمستخدمين لها، إذ تجعلها ساحة تجمع بين كل الأجناس والأعمار وتعمل على وضع باقات خدماتية متنوعة لكي تستقطب الفئة المطلوبة.

ولقد صنف كل من هاوس وكاتز وجيرفتش العديد من الدوافع جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمرتبطة أساسا بدافع التسلية والترفيه وتحقيق الإشباع المعرفي، الوجداني، النفسي والاجتماعي. (الجبوري، 2019، صفحة 37)

جدول رقم (17): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حسب متابعتهم لمختلف القضايا الرياضية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

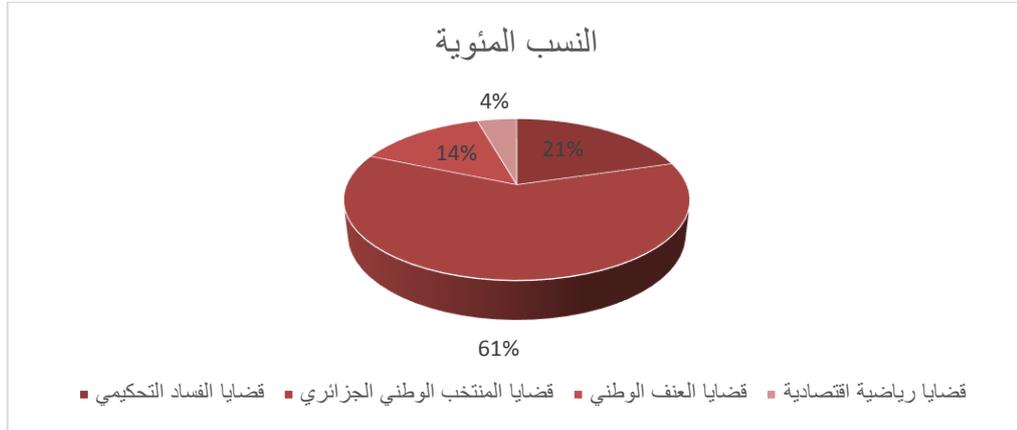
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	التكرارات	البديل
0.72	2.03	20.4	102	قضايا الفساد التحكيمي
		60.9	304	قضايا المنتخب الوطني الجزائري
		14.2	71	قضايا العنف الرياضي
		4.4	22	قضايا رياضية اقتصادية
		100	499	المجموع

تبيين النتائج الإحصائية المبوبة في الجدول أعلاه ما يلي:

- _ جاءت قضايا المنتخب الوطني الجزائري في المرتبة الأولى من حيث متابعة المبحوثين لمختلف القضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60.9% أي ما يعادل 304 مفردة.
- _ وقد احتلت قضايا الفساد التحكيمي المركز الثاني بنسبة 20,4% أي ما يعادل 102 مفردة.
- _ وفي المرتبة الثالثة قضايا العنف الرياضي بنسبة 14.2%، أي ما يعادل 71 مفردة.

_ أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب قضايا رياضية اقتصادية بنسبة متدنية 4.4% أي ما يعادل 22 مفردة وهذا ما يوضحه الرسم البياني الآتي:

شكل رقم (14): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول مختلف القضايا التي تتابعها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



كما نلاحظ أيضا من الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة قد بلغ 2.03، أما الانحراف المعياري قدر ب 0.72. وهذا دليل واضح على أن طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يحبون وطنهم و يدعمونه في المحافل الوطنية والدولية ، وذلك لأنهم متابعين أوفياء لأخبار المنتخب الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فجل الطلبة أشاروا إلى الظلم التحكيمي الذي واجهه المنتخب الوطني ضمن المباراة النهائية لتصفيات المؤهلة لمونديال قطر خاصة و التظلم الكروي الذي يتصف به حكام القارة الأفريقية عموما وهو ما ظهر جليا في بيانات الجدول . فعينة الدراسة هم كغيرهم من أفراد الوطن معترزين لانتمائهم له، فالوحدة الوطنية وحب الانتماء للوطن عاملان مهمان في تكوين الثقافة.

كما اتضح أيضا أن نسبة معينة من الطلبة يتابعون أيضا عبر مواقع التواصل الاجتماعي قضايا العنف في الملاعب وما تسبب من وفاة مناصرين ولاعبين داخل الملاعب بسبب غياب الروح الرياضية بين المناصرين وحتى بين اللاعبين داخل المستطيل الأخضر وهذا يعود إلى معرفتهم الحقيقية بجوهر المعاني الحقيقية للثقافة الرياضية، إضافة إلى حرصهم على متابعة انتقالات اللاعبين في الدوريات الأوروبية و ثمن انتقالاتهم وكل ما يخص الجانب الاقتصادي الكروي.

كل هذه المعطيات تشير إلى أن سبب اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كمكان مفضل لمتابعة مختلف القضايا الرياضية على أنها حيز افتراضي حر لا يفرض قيود معينة ، بل

سجد الطالب نفسه صانعا للرأي ومدافعا عنه بحجج و براهين ، وهذا يعود لجملة الوظائف التي تتميز بها المواقع ، لأن في هذا المجال الافتراضي كل شخص فيها يقوم بوظيفة معينة سواء القارئ على هذه المواقع أو المستخدمين (كالتعليق و النشر) وذلك من أجل نيل الرضا العام ، خصوصا كون هذه الفئة متشعبة بالرياضة بحكم تخصصهم فهي تساهم بدرجة كبيرة في خدمة الجمهور الرياضي من خلال نشر المعاني الحقيقية للثقافة الرياضية و رسم جوانب الروح الرياضية بينهم و تزويدهم بالأخبار الرياضية الصحيحة كما تضي على القضايا الرياضية الراهنة تحليلات منطقية و بناءة .

جدول رقم (18): يوضح التحليل الإحصائي حسب درجة اهتمامهم بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع

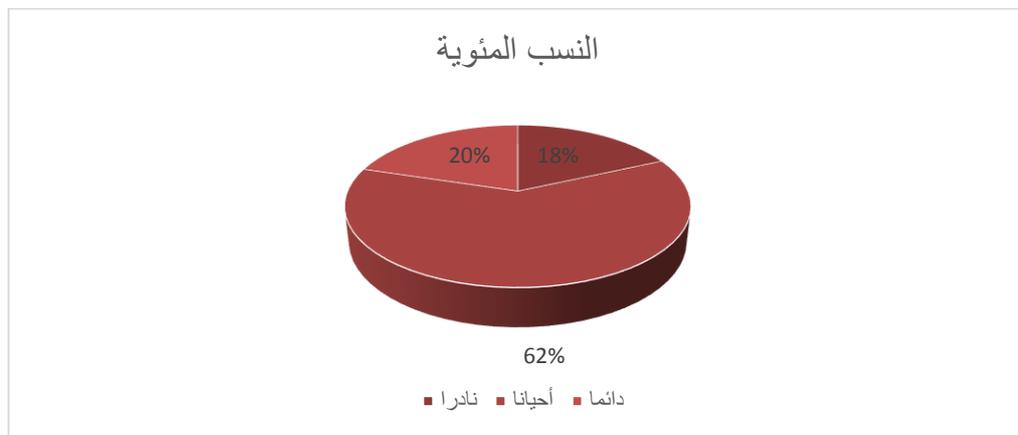
التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	التكرارات	البديل
0.62	2.02	18.2	91	نادرا
		61.5	307	أحيانا
		20.2	101	دائما
		100	499	المجموع

يوضح الرسم البياني الآتي أهم ما تشير إليه معطيات الجدول أعلاه من خلال جملة من الملاحظات التالية:

شكل رقم (15): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حسب درجة اهتمام المبحوثين بتقديم معلومات رياضية عند

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



_ يهتم أحيانا 307 من المبحوثين أي بنسبة 61.5% بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

_ يهتم دائما 101 من المبحوثين أي بنسبة 20.2% بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

_ يهتم نادرا 91 مبحوث أي بنسبة 18.2% بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما بلغ كل من المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.02 والانحراف المعياري 0.62.

نستخلص مما سبق أن أغلب الطلبة يهتمون نادرا بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاختفاء أغلبيتهم بمشاهدة وقراءة المحتويات دون إضافات و هذا قد يرجع إلى حسب قناعة الطلبة بالوظائف الحقيقية التي تؤديها هذه المواقع وما إذا كانت قادرة على تلبية أذواقهم ، فاعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي و التفاعل مع محتوياتها مبني على الوظيفة التي يؤديها كل موقع ، خصوصا في ظل طغيان الإعلام الجديد على الإعلام التقليدي ، في حين نجد أن هناك من الطلبة يفضلون بنسب قليلة التعبير عن محتوى رياضي أو عن قضية رياضية من وجهة نظرهم باعتبارهم فئة مختصة في هذا الجانب.

فكما نعلم بأن المضامين والمحتويات بصفة عامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تحكمها قوانين ولا تضبطها قواعد وإنما هي متاحة لجميع المستخدمين على اختلاف مستوياتهم وأعمارهم وتوجهاتهم، فبالتالي عند استلام طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لمنشورات وفيديوهات تخص الجانب الرياضي لا يتفاعلون مباشرة معها وإنما يقومون بغربلتها بحكم خبرتهم الدراسية، فهم أناس أكفاء يتفاعلون فقط مع المحتويات الرياضية الهادفة والتي تخدمهم وتنمي رصيدهم المعرفي.

أما إن تعلق الأمر بالمضامين الموثقة من طرف مختصين أو شخصيات مشهورة، فالأمر هنا يختلف فقد يتفاعلون ويشاركونها مع أصدقائهم لكي تعم الفائدة، لأنه متعلق بجدية ومصداقية وقيمة المعلومة.

فمثلا عندما نجد تغريدات على تويتر أو منشورات على الفيسبوك أو فيديوهات في اليوتيوب تتناول الأكل الصحي السليم، فتأثيرها سيختلف حتما ما إن كانت تعرض من طرف شخص عادي أو شخصية رياضية مشهورة.

فبعد اطلاعنا وتحليلنا للفيديوهات عبر اليوتيوب التي تعرض مثلا الغذاء الصحي السليم وجدنا أن الفيديوهات التي تنقل الحمية الغذائية التي يتبعها اللاعب كرستيانو رونالدو قد تحصلت على إعجاب ملايين المتابعين عكس الفيديوهات الأخرى التي تنقل معلومات عن كيفية إتباع حمية غذائية صحية دون الإشارة لشخصية رياضية مشهورة، وهو أمر جدي عادي لأن هذا مرتبط بالمصادقية فبالنظر إلى اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم مع المنشورات قائم على جوهر الوظائف ونوعيتها وما إن كانت ستقدم فوائد تخدم المجتمع أم لا. الشيء الذي يساعدهم على تكوين اتجاهات إيجابية وفقا لما يعرض، حيث يؤكد علماء النفس على أهمية الاتجاهات كدوافع للسلوك إذ تُعتبر نواتج عملية التنشئة الاجتماعية، حيث يكون كل فرد اتجاهات نحو الأفراد والجماعات والمواقف والموضوعات الاجتماعية، إذ أن كل ما يقع في محيط الفرد يمكن أن يكون موضوع اتجاه من اتجاهاته.

و لتشكيل اتجاهات إيجابية قادرة على تنمية الثقافة الرياضية فلا بد على الطلبة أن يخصصوا وقتا مهما للرياضة و يجعلونها ركيزة مهمة في حياتهم ، و أن يكون اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كدعامة مهمة في نشر الثقافة الرياضية و تتميتها من خلال الحرص على نشر المواضيع الخاصة بفوائد الرياضة و التحفيز على ممارستها ، و تكثيف الجهود نحو تشكيل مجموعات افتراضية تنبذ العنف الرياضي و تعزز فكرة التعاون بين الفاعلين في الأوساط الرياضية سواء بين الجماهير أو المدراء أو اللاعبين و تحسين السلوك الرياضي بين جميع الأوساط خصوصا بين الجماهير .

إضافة إلى ما سبق و يجب أيضا على مواقع التواصل الاجتماعي التفكير في إضافة مميزات تفاعلية أخرى وتعديل وتحسين من وظائف الخوارزميات وتعزيز عملها في المجال الأخلاقي، فوظيفتها هي غرلة المضامين والمحتويات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حتى تزيد من نسبة تفاعل الجمهور عموما والطلبة خصوصا وتجعلهم يهتمون أكثر بالتعليق على المواضيع الرياضية ومشاركتها مع الأصدقاء وهذا من أجل بناء أفكار تساعدهم في تكوين اتجاهات حولها.

ولزيادة التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، تويتر) يجب الاعتماد على العديد من الطرق أبرزها:

1. الاعتماد على المضامين المرئية كالصور، الفيديوهات، فيديوهات الموشن جرافيك والانفوغرافيك.

2. القيام بمسابقات دورية.
3. القيام بأسئلة دورية حول اهتمامات المستخدمين
4. أن يكون عارفا لوقت تفاعل المستخدمين (نارمان، 2022)

جدول رقم (19): يوضح التحليل الإحصائي لنوع القرار الذي يتخذه مفردات العينة عند استلامهم لمنشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسط الحسابي	التكرارات (%)	البديل
0.67	3.57	64.1	المشاركة بفاعلية
		01	حذفها مباشرة
		31.9	عدم المبالاة
		03	حسب نوع المنشور
		100	المجموع

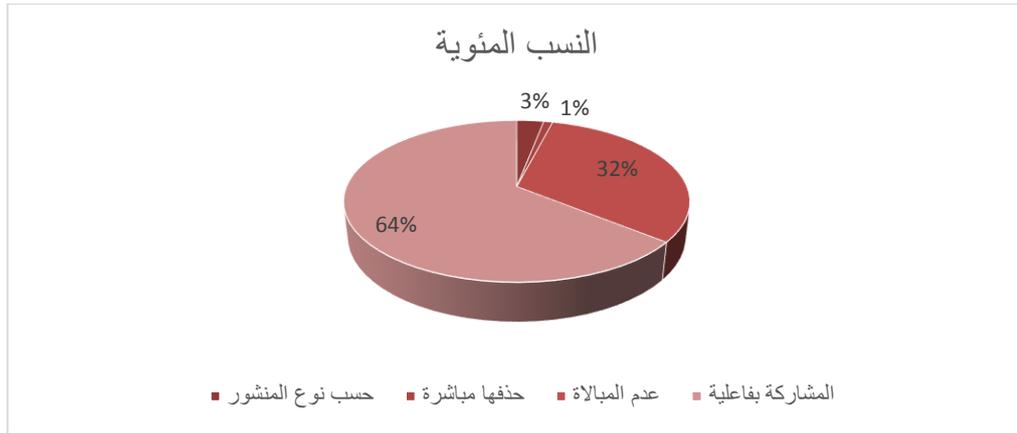
نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه والذي يمثل نوع القرار الذي تتخذه عينة الدراسة عند استلامهم

منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية، أهم النقاط التالية:

- _ احتل القرار "المشاركة بفاعلية" المرتبة الأولى ب 320 تكرار وبنسبة 64.1%.
- _ فيما جاء القرار "عدم المبالاة" ثانيا ب 159 تكرار وبنسبة 31.9%.
- _ بينما تقاربت النسب بين البديل «حسب نوع المنشور» والذي جاء ثالثا ب 15 تكرار و بنسبة 3%، وبين البديل "حذفها مباشرة" و الذي حل أخيرا ب 5 تكرارات وبنسبة 1%.
- _ وسيوضح الرسم البياني الآتي هذه القراءات:

شكل رقم (16): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول القرار المتخذ عند استلام منشورات تدعو للمشاركة في

القضايا الرياضية



أما المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه العبارة فقد بلغ كل منهما: 3.57 و 0.67.

فكما قلنا في تحليل العبارة السابقة بان طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية والرياضية لا يتفاعلون دائما مع المضامين الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بحكم أنهم يبحثون من جهة عن المحتويات الرياضية التي تنمي ثقافتهم الرياضية وتضيف لهم رصيد معرفي، فهي تشترك أساسا ضمن تخصصهم و سلوكياتهم واتجاهاتهم و ميولاتهم الرياضية و من جهة أخرى لا بد أن تقوم بوظائف تعود بالمنفعة على الجميع ، ففي حالة توفر هذه الشروط وجدنا أن أغلب عينة الدراسة تفضل المشاركة بفاعلية وتقديم اقتراحات وآراء عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية.

في حين نجد أن أغلبية المستخدمين تكون مشاركتهم بفاعلية نحو البطولات الأوروبية و بطولة كأس العالم عكس البطولات العربية التي لا تلقى متابعة كثيفة للجماهير على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تحظى الصفحات الرسمية للأندية العالمية على عدد كبير من المتابعين و تشهد تفاعل شديد مع المضامين التي تعرضها الأندية على صفحاتها ، فلقد كشف تقرير حديث أن الناديين الاسبانيين برشلونة و ريال مدريد يحتلان المراكز الأولى عالميا من حيث نسبة عدد المتابعين على جميع المواقع (الفيسبوك ، تويتر، و اليوتيوب) و الذي قدر بـ 300 مليون متابع. (ترتيب أكبر قاعدة جماهيرية في العالم...ما ترتيب الأندية العربية؟، 2023)

هذا المثال الذي يعبر على نجاح هذه الأندية في استقطاب أكبر كم من المتابعين دليل على أنها وظفت تقنيات ناجحة ومدرسة متمثلة في تحقيق المتعة والشغف الكروي وشراء لاعبين محبوبين جماهيريا وتحقيق الألقاب وتجسيدهم لأسس الثقافة والتربية الرياضية، هذه البدائل جعلت الجماهير

يعتمدون على موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب كوجهة متميزة للاطلاع على أخبار اللاعبين وأنديتهم ومعرفة جدول وتوقيت المباريات والحصول على نتائجها.

في حين وجدنا من خلال تحليل هذه العبارة بأن هناك من الطلبة من يضيف رأيه على حسب نوع المنشور وهناك نسبة قليلة جدا من يتعارض مع هذه الفكرة و هذا راجع إلى اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على المحتويات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في ثراء رصيدهم الثقافي وتنمي من إدراكهم المعرفي نحو القضايا الرياضية ، لهذا وجب على مواقع التواصل الاجتماعي أن تعتمد على وظيفة خوارزميات الذكاء الاصطناعي التي تعمل على تكوين محتويات و صناعة المضامين بناء على ما يريد المستخدم و ما يفضل ، بشرط أن يتم توظيفها بالشكل الصحيح لأنها تقوم بدور متميز بحجب المنشورات و المحتويات التي تحت على العنف ، الكراهية و العنصرية ، كما يتم توظيفه أيضا في مجابهة الأخبار الكاذبة عن طريق تقنية التدقيق البصري رغم بعض الصعوبات التي قد تواجهها في التحليل بسبب اختلاف اللهجات اللغوية .
(عائشة، 2022، صفحة 408)

فعندما يجد الطالب مضامين رياضية هادفة ومغريلة من عبارات العنف والمجسدة لقيم الثقافة الرياضية فحتما سترتفع نسب تفاعله معها وستساعده حتما في تشكيل اتجاهاته نحو مختلف القضايا.

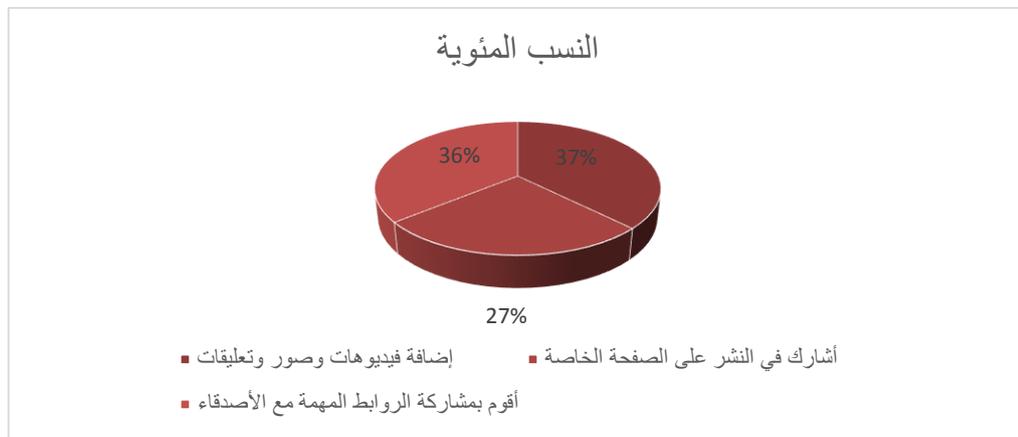
جدول رقم (20): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة وفق أشكال التفاعل التي يعتمدونها عند استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي في حالة الإجابة بنعم

الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسطة الحسابي	التكرارات (%)	البديل
0.86	1.98	37.5	إضافة فيديوهات وصور وتعليقات
		26.6	أشارك في النشر على الصفحة الخاصة
		35.9	أقوم بمشاركة الروابط المهمة مع الأصدقاء
		100	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن النسبة الكبيرة المقدرة بـ 37.5 % أي ما يعادل 120 طالب يضيفون فيديوهات وصور وتعليقات أثناء مشاركتهم بفاعلية عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية، بينما 35.9% أي ما يعادل 115 طالب يقومون بمشاركة الروابط المهمة مع الأصدقاء أثناء مشاركتهم بفاعلية عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية، في حين يتشاركون الطلبة في النشر على صفحاتهم الخاصة بنسبة 26.6% أي ما يعادل 85 طالب، وللتوضيح أكثر سنعرض الرسم البياني الآتي:

شكل رقم(17): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول أشكال التفاعل



حيث قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 1.98، والانحراف المعياري بلغ 0.86. نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة هم فئة نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي يهتمون بإبداء آراءهم ووجهات نظرهم حول المواضيع الرياضية التي تضيء لهم رصيد معرفي، فهم يقومون عبر موقع الفيسبوك بمشاركة صورهم وتعليقاتهم ومشاركة المواضيع على صفحاتهم الخاصة ووضع إعجابا ومشاركة الروابط مع الأصدقاء ومشاهدة الفيديوهات المتنوعة من أجل توسيع دائرة المعارف الرياضية. كما يتفاعلون عبر اليوتيوب من خلال اشتراك الطلبة في القنوات وكتابة تعليقات حول الموضوع الذي يهمهم (الحكيم و مجدي، 2021، صفحة 176) و وضع إعجاب في حالة ما يرون بأنه محتوى متميز . فمن خلال اطلاع الطلبة على العديد من القنوات التي تحمل في طياتها معلومات رياضية، سيتمكنون من خلالها حتما من تنمية ثقافتهم الرياضية.

ومن أجل تنمية الثقافة الرياضية عبر تويتر يجب على المستخدمين التفاعل مع المضامين الرياضية الهادفة والالتزام بالعدد المحدد للتغريدات كما يجب تفعيل الهاشتاق.

وإضافة إلى ما سبق نضيف أساليب أخرى للتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في الإشارات، مكالمة صوتية أو فيديو، إرسال رسائل ومناقشة جماعية (العساف، سيسولوجيا الشبكات الاجتماعية و حقوق الانسان، 2021)

إن النتائج المتوصل إليها دليل على أن الاتجاهات تمثل عوامل مؤثرة في مشاعر الفرد الوجدانية واستعداداته حيث يقوم بتوجيه سلوكه على نحو معين في البيئة التي يعيش فيها ويتكون الاتجاه من ثلاثة عناصر يتمثل الأول في الشعور الايجابي أو السلبي اتجاه شيء ما، والثاني يشكل حالة الاستعداد العقلية تتمثل في تقييم الفرد للأشياء، والعنصر الثالث هو الاتجاه الذي يتضمن مشاعر وأفعال وإدراك. وإذا ما طبقنا العناصر الثالث على اتجاهات فئة الطلبة عينة الدراسة من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو مواقع التواصل في علاقتها بالثقافة الرياضية وجدنا:

العنصر المعرفي يشكل الأفكار والمعلومات والخبرات التي يتعرض لها طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية أثناء التكوين الأكاديمي من جهة ومن جهة أخرى مجموع المعارف والمكتسبات الفكرية التي توفرها لهم مواقع التواصل الاجتماعي والتي تؤثر في وجهة نظرهم.

وهذا ما يؤدي إلى تشكيل العنصر الوجداني الذي يتمثل في النواحي الانفعالية التي تحدد رغبة الطلبة في التعرض أكثر لمواقع التواصل الاجتماعي وربطها بتخصصهم، فمن غير الممكن الفصل بين المكون المعرفي والوجداني لاتجاه الطلبة نحو مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إكسابهم ثقافة رياضية مدعمة لتخصصهم.

أما المكون السلوكي لاتجاه الطلبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم نحو تنمية الثقافة الرياضية فيمثلهم ميولهم نحو التعرض للمواقع ودرجة تفاعلهم فيها وطريقتهم في ذلك، وما قد يتضمنه من أبعاد اجتماعية ونفسية ساعدت على تكوين الاتجاه نحو التخصص.

جدول رقم (21): يوضح التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب درجة ثقتهم بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

الانحراف المعياري	النسبة المئوية المتوسط الحسابي (%)	التكرارات	البديل
1.11	2.56	20.2	عالية
		6.2	ضعيفة
		44.7	متوسطة
		28.9	حسب نوع المنشور
		100	المجموع

تظهر بيانات الجدول الخاص بالتساؤل "ما مدى ثقتك (ي) بالمعلومات الرياضية التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟ (فيسبوك-تويتر-يوتيوب) الملاحظات التالية:

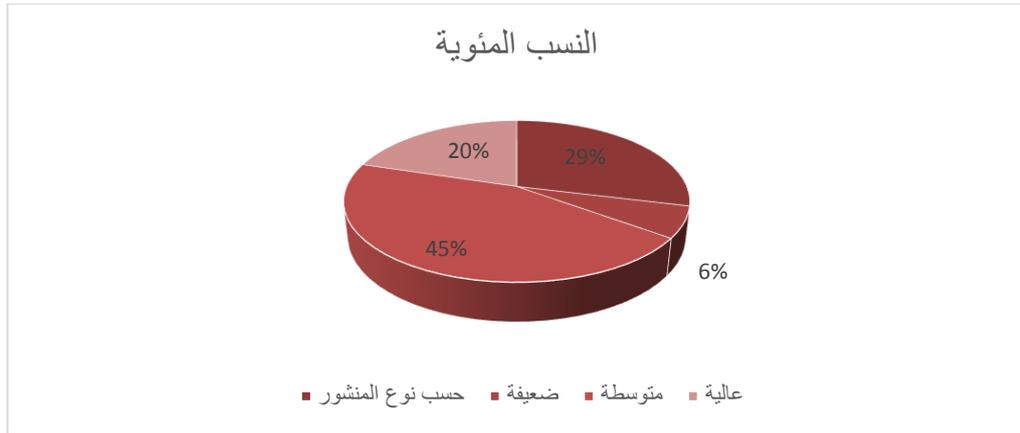
_ قرر أغلب المبحوثين بأن المعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة، وذلك بنسبة 44.7% أي ما يعادل 223 مفردة.

_ صرح 144 طالب بأن درجة ثقتهم بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي تتعلق بطبيعة نوع المنشور، وذلك بنسبة 28.9%.

_ كما نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن هناك 101 من المبحوثين من يرى بأن المعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي عالية، حيث كانت نسبتها 20.2%.

_ أقل عدد من الطلبة قد بينوا بأن درجة ثقتهم بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي هي ضعيفة، أي بنسبة 6.2% ما يعادلها 31 مفردة، هذا ما تؤكد النسب المئوية في الرسم البياني الآتي:

شكل رقم (18): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي



في حين بلغ المتوسط الحسابي 2.56، وقدر الانحراف المعياري لهذه العبارة ب 1.11. نستنتج مما سبق أن البيانات المجدولة أعلاه أكدت أن: أغلب عينة الدراسة تعتبر درجة ثقة المعلومات الرياضية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة وذلك بسبب غياب الاحترافية، المصداقية والموضوعية عن بعض من مسيري الصفحات، فقد نجد أن أي شخص يستطيع كتابة أي منشور في أي وقت كان وفي أي تخصص بمصادر مغلوبة، فلهذا استنتجنا من خلال إجابات الباحثين أن درجة ثقتهم تكمن في نوع المنشور ومصدره وكاتبه.

لهذا وجب على القائمين على هذه المواقع من وضع وظائف بديلة حتى تنظم نشاط المستخدمين و وضع حد للمعلومات المفبركة والمغلوبة من طرف الأشخاص الذين يسعون للحصول على أكبر عدد من المعجبين و اكتساب عائدات مالية، فطلبة معهد و علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية يعتمدون أكثر على هذه المواقع حينما تتسم مضامينها و محتوياتها بالثقة و المصداقية.

قد قامت الولايات المتحدة الأمريكية بسبر آراء رقمي حول درجة ثقة مواقع التواصل الاجتماعي بأعين المنتبعين لهم، حيث بينت نتائجها بأن الفيسبوك قد تحصل على أصغر درجات الثقة بحلوله في المركز التاسع والأخير مقارنة بالمواقع الأخرى، في حين نال موقع اليوتيوب المركز الثالث ثم تلاه موقع تويتر سابعاً، وتجدر الإشارة بأن درجات الثقة شملت خمس فئات. (الحرّة/ترجمات واشنطن، 2020)

كما تبين أيضاً أن الطلاب يبدون تشككهم حول صدق المحتويات عبر موقع تويتر وهذا لقصر التغريدات. (عمرو و محمد، 2019، صفحة 147)

مما يعني بأنه كلما قلت ثقة المعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي، كلما قل اعتماد الطلبة عليها وكلما زادت ثقة المعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد اعتماد الطلبة عليها.

فعند الحديث عن تكوين الاتجاهات ينبغي التأكيد على أنها حصيلة تأثر الفرد بالمتغيرات العديدة التي تصدر بالبيئة وأنماط الثقافة والتنشئة الاجتماعية والممارسات الاجتماعية التي تصدر عن اتصاله بالبيئة التي وجد فيها ويتفاعل معها، فهي التي تحدد قواعد السلوك وسط المجموعة.

جدول رقم 22: يبين التحليل الإحصائي لإجابات العينة حسب اعتمادهم على المواقع في توضيح المصطلحات الرياضية التي يتعذر عليهم فهمها داخل الجامعة.

البديل	التكرارات	النسبة المئوية المتوسطة (%)	الانحراف المعياري
لا	65	13	0.34
نعم	434	87	
المجموع	499	100	

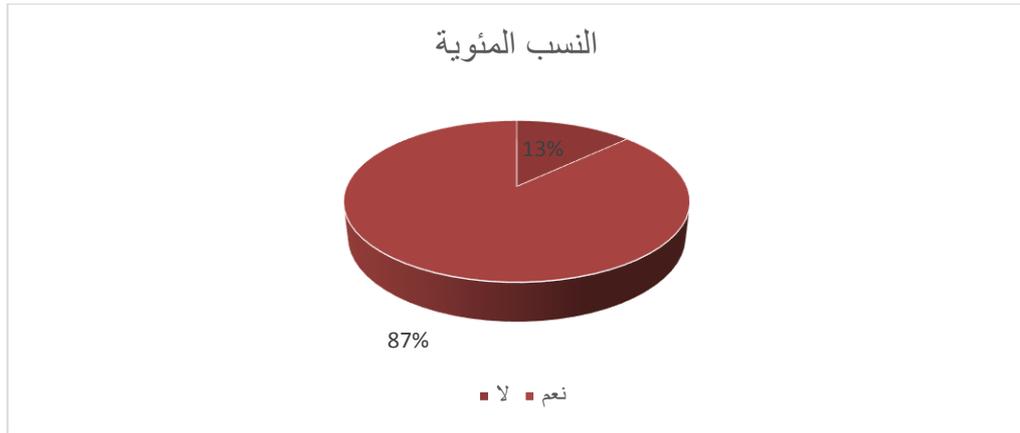
تشير البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري قد بلغ كل منهما: 1.87 و 0.34، كما نلاحظ أيضا :

_ وافق 434 مبحوث أي بنسبة 87% على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على فهم بعض المصطلحات الرياضية التي صعبت عليهم فهمها داخل القسم.

_ فند 65 طالب أي بنسبة 13% على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على فهم بعض المصطلحات الرياضية التي صعبت عليهم فهمها داخل القسم.

_ وفيما يلي الشكل البياني سيوضح أكثر المعلومات السابقة:

شكل رقم (19): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة حول إمكانية مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين على فهم بعض المصطلحات الرياضية التي يصعب فهمها داخل القسم



من خلال ما سبق يمكننا أن نحكم من أرقام الجدول بأن طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يعتمدون في دراستهم على مواقع التواصل الاجتماعي التي قدمت لهم بدائل وظيفية سهلت لهم ما تعسر من مواضيع ومصطلحات رياضية و علمية ، فهي أضحت عامل مهم في تكوين الطلبة و مساعدتهم في البحث العلمي و توفير روابط إلكترونية للكتب و المجالات العلمية و الرسائل الجامعية ، فقد حلت محل الأستاذ والمكتبات و اختصرت الجهد في الذهاب إلى المكتبة و إعداد البحوث ، وهي وظائف مدروسة بشكل جيد و هدفها واضح وأساسي و هو استقطاب اهتمامات فئة الطلبة.

و بعد الاطلاع على العديد من القنوات عبر اليوتيوب المختصة بتقديم معلومات عن المفاهيم التي تخص تخصص التربية البدنية والرياضية اخترنا قناة I.B cours d'eps (هي قناة لفئة مغربية أنشئت في 10 ديسمبر 2019، يبلغ عدد متابعيها k6.88، و 363856 شخص شاهد الفيديوهات ، و لديها 49 فيديو في هذا المجال ،)، وجدنا أنها تقوم بعرض مختلف المصطلحات الرياضية و تقوم بشرحها جيدا بإسهاب وحتى أنها تتحدث أحيانا بالدارجة المغربية لكي توضح أكثر المفهوم الذي يكون مدعم بالصور ، وهذا يعتبر نقطة جد أساسية لمساعدة الطلبة على فهم ما تعسر عليهم فهمه داخل الجامعة من جهة و تساعد في نشر الثقافة الرياضية من جهة أخرى و تساعد أيضا على تجنب الوقوع في الأخطاء أثناء ممارسة الرياضة .

بينما وجدنا أثناء البحث في موقع تويتر على العديد من الصفحات التي تهتم بنشر معلومات وتوضيحات بخصوص الصحة البدنية والمفاهيم الرياضية سواء بالنصوص أو تقديم فيديوهات تعريفية لمختلف الأمراض والمفاهيم الرياضية، ولقد اخترنا بعض النماذج هي:

- برنامج حالة رفاة # يهتم بالنشر عن الصحة النفسية # الصحة البدنية #.

- د. باسم يهتم بالنشر عن الصحة البدنية #الصحة النفسية #الصحة الاجتماعية #.
- Forum of physical education and sports sciences هذه الصفحة تقدم محتوى رياضي بحث يزود المتابعين بمعلومات عديدة أهمها كفوائد الإعداد البدني و يقدم تعريفات للمصطلحات الرياضية كمصطلح الشد العضلي.

كما قمنا أيضا بالاطلاع على العديد من الصفحات عبر الفيسبوك التي تهتم بنشر المصطلحات الخاصة بالرياضة، فقد اخترنا صفحة التربية البدنية وعلوم الرياضة والتي تميزت بعرضها لمفاهيم رياضية ومعلومات متميزة عن الصحة الجسدية وحركات رياضية عن طريق منشورات وفيديوهات توضيحية، والتي قد ساهمت في نشر المفهوم الحقيقي للثقافة الرياضية بين مختلف الأوساط خصوصا الوسط الطلابي.

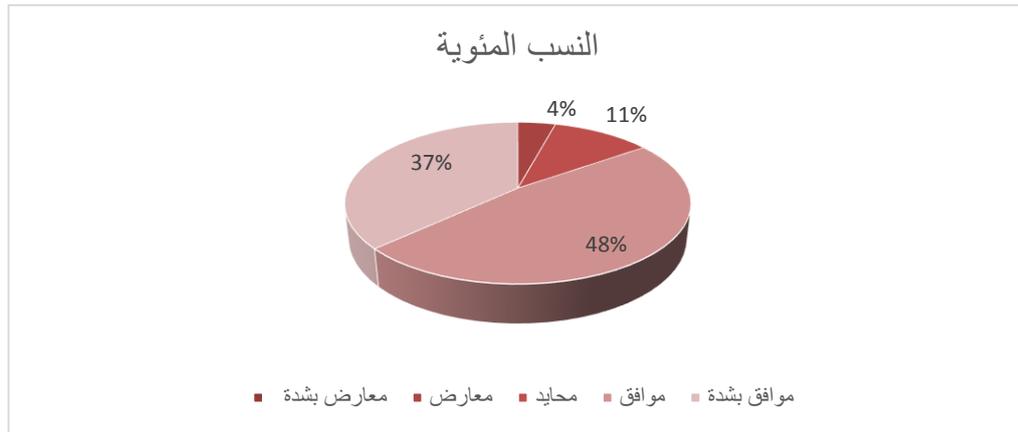
✓ تحليل بيانات المحور الرابع: اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب).

جدول رقم(23): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة العشرين (تنافس مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام التقليدية في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية بسرعة كبيرة).

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	00	00	4.17	0.79	6	موافق	118.60	0.000
معارض	21	4.2						
محايد	55	11						
موافق	239	47.9						
موافق بشدة	184	36.9						
المجموع	499	100						

يشير الجدول رقم (20) أن 47% من المبحوثين وافقوا على العبارة القائلة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية بسرعة كبيرة، في حين وافق بشدة عليها 36.9%، وقد لوحظ أيضا أن 11% فضلوا عدم إبداء آراءهم بخصوص هذه العبارة، بينما كانت نسبة المعارضين 4.2%، والمعارضين بشدة 0%، والرسم البياني التالي يوضح ذلك:

شكل رقم(20): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة العشرين



كما نلاحظ من خلال الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000 أقل من نسبة الخطأ 118.60 و هذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق. حيث قدر المتوسط الحسابي ب 4.17، والانحراف المعياري بلغ 0،79 ، و احتلت هذه العبارة المرتبة السادسة ، وهو ما يعكس اتجاهها موافقا لهذه العبارة .

تسعى الثقافة الرياضية إلى تكوين الفرد فكريا بتجميع كم كبير من المعلومات الرياضية القادرة على الرفع من مستوى تفكيره و سلوكه من خلال الحصول على شخصية راقية و مبدعة بأفكارها و المحافظة على جسمها الصحي و التي تساهم بأفعالها على الحفاظ على سياق المجتمع و ثقافته و الدفع به نحو التطور، إذ تشترط الثقافة الرياضية على الفرد أن يكون جامعا و ملما بمختلف العلوم الأخرى و الميادين المحيطة به حتى يكون شخصا سويا يحمل معارف و قيم تستطيع النهوض بغيره و مجتمعه نحو الازدهار ، و السعي من أجل الحفاظ عليها من الاندثار و الزوال ، خصوصا في ظل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي بدورها تروج لكم كبير من المعلومات الرياضية حسب ما أظهرته بيانات الجدول.

هذا ما يوحي أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بوظائف متعددة سهلت لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية مشاهدة الأخبار وتصفح الجرائد الرياضية في أي وقت وأي مكان بسرعة بكل التفاصيل والحيثيات على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تخفي أحيانا تفاصيل قد تضر بمصالحها ومستقبلها، فقد نجد أن وسائل الإعلام التقليدية بحد ذاتها لديها صفحات وقنوات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا دليل على قوة هذه المواقع في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية وهو ما ظهر جليا في رأي المبحوثين.

لهذا نجد أن اعتماد الطلبة على الفيسبوك و اليوتيوب و تويتر كمرجع لاستيفاء الأخبار الرياضية نظرا لقوة دعامة الانترنت و أهميتها و فعاليتها في وقتنا العصري ، فهي تنافس التلفزيون و الإذاعة و الصحف في الأهداف ، كونها تملك أكبر كم من المعلومات و تتميز أخبارها بالسرعة و الحصرية و الآنية، إضافة إلى كونها فضاء مهم للتسلية و الترفيه (صلاح، 2017، صفحة 106)، و تتجلى أوجه التنافس بين وسائل الإعلام التقليدية و مواقع التواصل الاجتماعي في نوعية الوظائف، فالمواقع الافتراضية قدمت لمستخدميها خاصية تحرير أخبار و نشرها دون قيود مثل موقعي الفيسبوك و اليوتيوب ، و التي أضحت وسائل جد فعالة و مصادر مهمة خصوصا للأماكن التي تعرف حروبا (إبراهيم ع.، التكامل بين الإعلام التقليدي و الجديد، 2017، صفحة 312)

كما نعتبر خاصية حرية الرأي والتعبير التي تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي على أنها عاملا أساسيا في الترويج للمعلومات الرياضية_ بغض النظر عن مدى صدقها _.

وقد استبدلت مواقع التواصل الاجتماعي بعض المفاهيم التي كانت رائجة في وسائل الإعلام التقليدية بظهور ما يعرف "بصحافة المواطن" ، فهي مكنت هذه الجماهير بكل فئاتها ومستوياتها من ممارسة مهنة الصحافة بطابع مغاير عن ما تعارفت عليه في الوسائل الإعلام التقليدية ، فقد أصبحت هذه الأخيرة تستعين بصحافة المواطن في نشرتها الإخبارية من خلال بث فيديوهات هاوية مصورة بالهاتف النقال من مكان الحدث بسرعة فائقة في ظل الأحداث الرياضية المفاجئة والغير متوقعة ، وهو ما يزيد من نسبة انتشار الأخبار الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة فائقة و مساعدة المتلقين على تشكيل اتجاهات سواء إيجابية أو سلبية تجاه مختلف القضايا ، بحيث تتشكل هذه الاتجاهات بناء على خبرات شخصية أو عن طريق الملاحظات التي استخلصت من المحيط الاجتماعي.

جدول رقم (24): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الواحدة والعشرين (تعد مواقع التواصل الاجتماعي

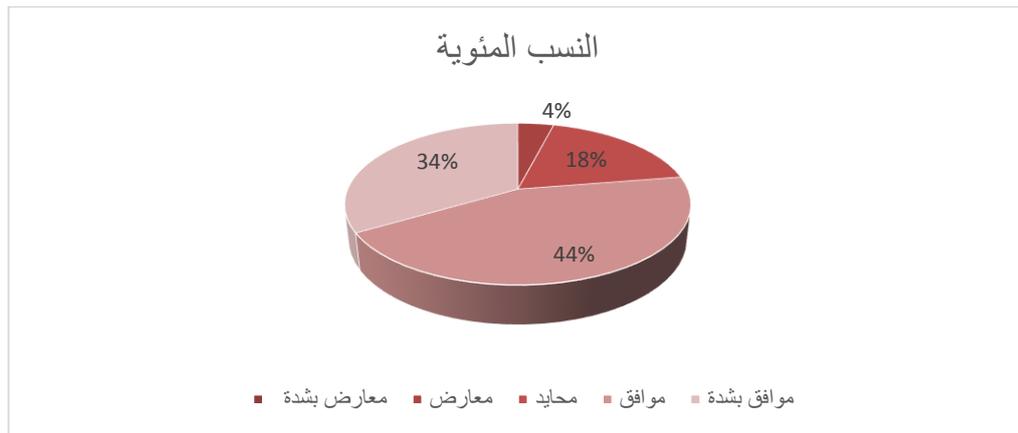
منبرا للمشادات الكلامية غير الأخلاقية بين الجماهير)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	00	00						

0.000	110.60	موافق	8	0.82	4.07	04	20	معارض
						18.4	92	محايد
						44.1	220	موافق
						33.5	167	موافق بشدة
						100	499	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من الطلبة والتي تمثل 44,1% يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد منبرا للمشادات الكلامية غير الأخلاقية بين الجماهير، في حين سجل الموافقين بشدة نسبة 33.5%، والمحايدون نسبة 18.4% بينما النسبة الأقل في هذه العبارة سجلت نسبة 4% لصالح المعارضين، والمعارضين بشدة كانت نسبتهم منعدمة، وهذا ما نجده واضحا في هذا الشكل البياني:

شكل رقم (21): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الحادية والعشرين



كما نلاحظ أيضا من أعلى الجدول أن احتمالية اختبارات والبالغة 0.000 أقل من نسبة الخطأ 110.60 و هذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق. حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,07 ، والانحراف المعياري قدر ب 0,82، واحتلت هذه العبارة المرتبة الثامنة ، في حين كان اتجاه هذه العينة موافقا تجاه هذه العبارة .

من خلال الأرقام الإحصائية السابقة يتضح لنا أن الوظائف المتعددة التي تقوم بها كل من موقع الفيسبوك، اليوتيوب وتويتر كانت لها سلبيات ومخاطر على المستخدمين في ظل اعتمادهم الزائد على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تكمن في تشويه الصورة الحقيقية لمعاني الثقافة الرياضية والمتمثل أساسا في دعم أخلاقيات مهنة الرياضة ونشر مفهوم الروح الرياضية على أوسع نطاق.

هذا ما يفسر أن السبب وراء جعل مواقع التواصل الاجتماعي منبرا للمشادات الكلامية الغير أخلاقية بين الجماهير هي نتيجة استجابة عاطفية ، مزاجية و سلوكية تشكلت جراء موقف معين أو تجارب حياتية لأن الجانب العاطفي للشخص له دور مهم في طريقة التفكير و اتخاذ القرارات و تكوين الاتجاهات و كمثال على ذلك بعد نهاية مباراة نهائي كأس الجمهورية بين الفريقين جمعية أولمبي الشلف و شباب بلوزداد _ و التي انتهت بفوز جمعية أولمبي الشلف _ ، تحولت منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك ، تويتر و اليوتيوب) إلى منبرا للمشادات الكلامية غير أخلاقية بين المناصرين. كما نجد أيضا أن غياب الرقابة القانونية التي جعلت الجماهير لا يفهمون معنى الوعي الفكري والسلوك الراقي وكيفية تقبل الرأي الآخر والخوض في أساليب الحوار دون تجريح خصوصا أن هذه المواقع تجمع بين كل الفئات العمرية والمستويات الفكرية والثقافية.

فالضغينة، الحقد، التعبئة الجماهيرية، تقديس الأنا هي أيضا عوامل أساسية في تفشي هذه الظاهرة بين الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنهم يتمتعون بالحرية خلف هذه الشاشات الصغيرة، فهم ينقلون سلوكياتهم الغير أخلاقية إلى هذه الفضاءات الرقمية. كما تعتبر غياب حملات التوعية بخطر المشادات الكلامية الغير أخلاقية من طرف الأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي عاملا أساسيا في انتشار هذه الظاهرة السلبية التي تعكس الذوق العام، لذا ينصح بتضافر جهود وسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات الاجتماعية والحكومات والمنظمات في توعية الأفراد.

كما يمكننا إضافة جزئية بخصوص الأفكار السابقة بأن هذه الجماهير لم تفهم بعد الغاية التي تسعى الثقافة الرياضية للوصول لها والمتمثلة أساسا:

- الرياضة ليس مجرد ألعاب ترفيهية فقط بل هي ذلك الجزء الذي لا يكتمل إلا إذا اجتمعت جميع العلوم الأخرى.
- الرياضة علم شامل لجميع الأخلاق والمبادئ والقيم الحميدة التي تسعى الثقافة الرياضية للحفاظ عليها بين الأجيال والعمل على تجسيدها في الواقع.
- الحرص على إعلاء الدرجة العلمية للفرد وتوسيع مجالاته الثقافية.
- الثقافة الرياضية تحرص على دفع الفرد لممارسة الرياضة بهدف الترويح عن النفس، الإيمان بفكرة العقل السليم في الجسم السليم، تكوين جسم رشيق ومحاربة أثر الشيخوخة المبكرة، واغتنام الفرصة لتوظيف أوقات الفراغ في ممارسة النشاط البدني.

- تعمل الثقافة الرياضية على تكوين الفرد المسؤول القيادي وهي سمات يحتاجها في حياته اليومية.
- الرياضة تعرف جماهيرها من خلال البطولات العالمية على تاريخ البلدان وثقافتها (الباس، الطعام، اللغة...).
- تسعى الثقافة الرياضية إلى نشر مفهوم الانسانية، السلم و الأمان بين المجتمعات (إبراهيم إ.، بلا تاريخ).

الثقافة الرياضية لا تتجسد معانيها على أرض الواقع إلا إذا اشتركت عديد الأطراف ومواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأطراف التي ينبغي أن تكثف جهودها للرفع بالثقافة الرياضية بالاشتراك مع الجماهير الرياضية وذلك من خلال الكف عن عبارات العنف اللفظي والتحلي بالروح الرياضية.

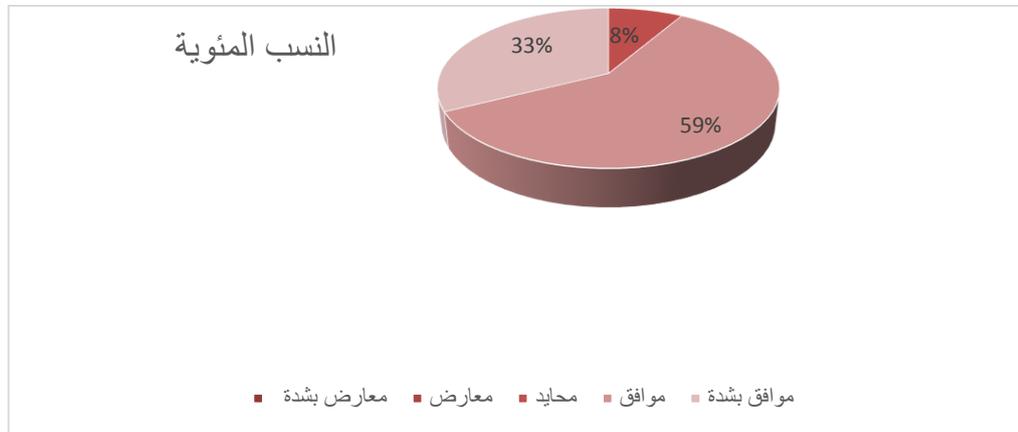
جدول رقم (25): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثانية والعشرين (تزود مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد بالمعلومات والأفكار الرياضية المبدعة)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	00	00	4.24	0.59	4	موافق جدا	159.73	0.000
معارض	00	00						
محايد	42	8.4						
موافق	295	59.1						
موافق بشدة	162	32.5						
المجموع	499	100						

تبين نسب الجدول أعلاه أن أكبر نسبة سجلت من التأييد على الرأي القائل بأن مواقع التواصل الاجتماعي تزود الأفراد بالمعلومات والأفكار الرياضية المبدعة توزعت بين الموافقين ب 59.1% والموافقين بشدة ب 32.5%، ثم بلغت نسبة المحايدين ب 8.4%، بينما المعارضين بشدة

والمعارضين لم يكن لهم نصيب حيث كانت نسبتهم 0%، والنسب المئوية الظاهرة في هذا الشكل التوضيحي تبين ذلك:

شكل رقم (22): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثانية والعشرين



كما نلاحظ أيضا من الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات وبالغة 0.000 أقل من نسبة الخطأ 159.73 و هذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

كما بلغ المتوسط الحسابي 4.24، والانحراف المعياري قدر ب 0.59 بينما احتلت هذه العبارة المرتبة الرابعة، وهو ما يعكس اتجاه موافق جدا لهذه العبارة.

فلا بد من اعتماد الطلبة على الفيسبوك، اليوتيوب، وتويتر كأدوات ووسائل مهمة لتنمية القدرات الإبداعية لهم واغتنام الفرص المقدمة لهم والمتمثلة أساسا في استخدام الوظائف الإبداعية لهذه التقنيات من أجل تحقيق الأهداف والمبتغيات التي تفيدهم في حياتهم الدراسية والمهنية والاجتماعية. فالباحثون المختصون في مجال التفكير الإبداعي أكدوا على ضرورة اختيار منهج الحلول المبدعة للمعضلات التي تواجه الأفراد و استخدام عمليات تستخدم العقل في دراسة هذه المعضلات وتقديم مختلف الحلول و جعل كل ما هو مجهول معروف و واضح المعالم والاعتماد كذلك على أسلوب التحليل الظاهري التي تطور من صفات الشخصية المبدعة ، كما يجب على القائمين تقديم نصائح دورية تنص على ضرورة تغيير الاتجاهات السلبية التي تعيق العملية الإبداعية عن طريق تغيير الاستجابات العاطفية، المزاجية و السلوكية التي تشكلت في السابق .كل هذه العوامل ستعمل حتما على نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في استلهاهم أكبر شريحة من المبحوثين حول تزودهم بأفكار رياضية مبدعة .

تتمية التفكير الإبداعي الرياضي للمبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي نتج من خلال تحفيزهم على فهم معنى التفكير الهادف وجعله هدفا ظاهرا وتوليد صور إيجابية عن أنفسهم، كما وجدوا عبر هذه المواقع سلسلة من الأنشطة التي تحثهم على القضاء على الفشل وتقليد الآخرين والثقة بالقدرات الذاتية والاقتداء بمختلف النماذج الناجحة والغوص في البحث عن مراحل فشلها ونجاحها والتي ستولد حتما معنى لمفهوم المسؤولية الأخلاقية. (الحوري، 2019، الصفحات 320-334)

فالثقافة الرياضية تسعى جاهدة من أجل تنمية قدرات الابداع والتفكير السوي الذي يبني الفرد السليم والدفع بيه نحو عجلة التطور في ظل الاعتماد العقلاني على مختلف الوظائف الايجابية التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي واستغلالها الجيد في الحياة الاجتماعية، وهذا من أجل مواجهة الصعاب التي تواجهها في الحياة وايجاد سبل تخلصنا منها وهي تتعلق بالقدرات المهارية التي يمكن لأي شخص عادي اكتسابها وتعلمها من خلال ما تمنحه مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها.

فلا بد على الجماهير الرياضية أن لا يقتصر اهتمامها فقط في الأمور الرياضية، بل يجب التركيز أكثر على المجالات الأخرى في ظل وجود ملايين الفيديوهات التحفيزية التعليمية في شتى الميادين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال وضع أهداف قبلية و بعدية قبل عملية اتخاذ القرار و اغتنام الوقت الضائع في تصفح المعلومات المفيدة، كما يجب أيضا تعلم تقنيات النقد البناء بدل النقد الهدام و العمل على استخلاص الاتجاهات الايجابية و الانخراط مع أناس مبدعين.

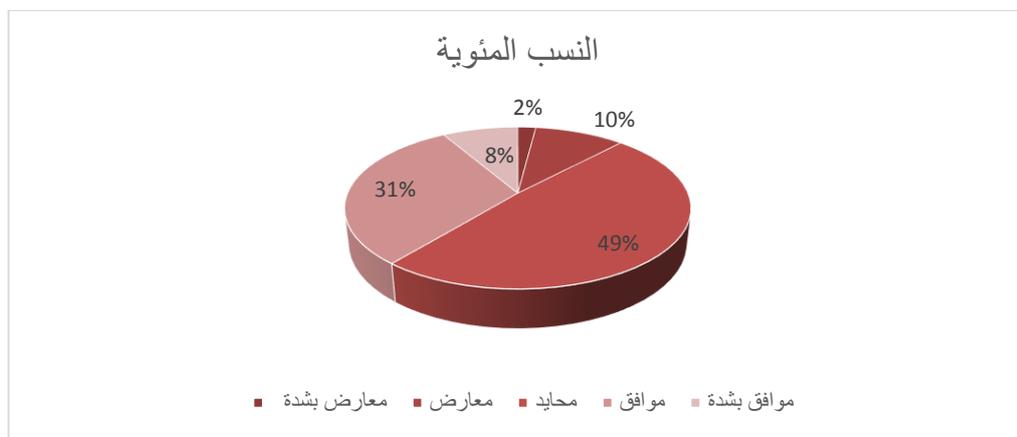
جدول رقم (26): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثالثة والعشرين (تعمل مواقع التواصل الاجتماعية على تشويه وتحريف الحقائق الرياضية)

البدل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف الترتيب المعياري	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	10	02	3.33	0.84	محايد	88.21	0.000
معارض	50	10					
محايد	244	48.9					
موافق	153	30.7					

						8.4	42	موافق بشدة
						100	499	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة كان رأيهم محايد حول العبارة القائلة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تشويه وتحريف الحقائق الرياضية إذ قدرت ب 48.9%، في حين تحصل الموافقين على نسبة 30.7%، و المعارضين كانت نسبتهم 10%، بينما تحصل كل الموافقين بشدة و المعارضين بشدة على نسبة 8.4% و 2% وهذا ما يظهره الرسم البياني التالي:

شكل رقم (23): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثالثة والعشرين



كما نلاحظ أيضا من الجدول أن احتمالية اختبارات وباللغة 0.000 أقل من نسبة الخطأ 88.21 و هذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق. وقد أظهرت أيضا بيانات الجدول أن هذه العبارة قد احتلت الرتبة 19 ، في ما قد بلغ المتوسط الحسابي 3.33 و الانحراف المعياري قدر ب 0.84، وهذا ما يعكس اتجاه محايد .

ففي ظل اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على كل من موقع الفيسبوك، اليوتيوب و تويتر كوسائل مهمة في تنمية ثقافتهم الرياضية التي تشترط عليهم أن تكون أفكارهم و سلوكياتهم متزنة مع القيم و الاخلاق و الاتجاهات التي تحملها المبادئ الرياضية، خصوصا في ظل اكتساح المجال الرياضي عالم السوشيل ميديا و بروز عدد كبير من الناشرين الذين تختلف مصادرهم من شخص لآخر، السبب الذي جعل هذه المواقع مكانا يحد من تحقيق جميع مبادئ الثقافة الرياضية و ذلك لبروز جهات تعمل على خلق تعميم للحقائق الرياضية .

فلا بد إذا على الطلبة قبل الاعتماد على موقع الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب كوسائل مهمة في تنمية ثقافتهم الرياضية من غربلة المحتويات الرياضية والانتقاء الجيد للصفحات والقنوات الموجودة

على هذه المساحات الافتراضية ومعرفة الوظائف الحقيقية المنوطة بها، وعدم الانسياق وراء العناوين الرياضية البارزة دون التأكد من هوية كاتبها، وهذا من أجل تفادي الوقوع في فخ التضليل وتشويه الحقائق الرياضية.

وضح الكاتب والصحفي " فيصل الملا" أن مواقع التواصل الاجتماعي خلقت مفهوم جديد عرف بـ"الإعلام الاجتماعي الحر الرياضي" والذي يتميز بإنتاج المحتوى الرياضي والمشاركة في إنشاء القرار حوله وإمكانية صنع التأثير فيه إضافة إلى توجيه الجمهور حوله، كل هذه المؤشرات جعلت هذه المواقع قبلة لجميع الفئات البشرية وجميع الوسائل بما فيها وسائل الإعلام التقليدية وهيكلها البشري المتكون أساسا من الصحفيين والإعلاميين، وهذا العامل الأساسي الذي غير من وظيفة الإعلام التقليدي.

فمن المفروض عمل مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في نقل الحقائق المعروضة من وسائل الإعلام التقليدية، فكما نعلم أن وسائل الإعلام التقليدية لا تنقل المعلومات الرياضية الغير صحيحة لأنها تبحث عنها وتحللها جيدا ثم توثقها من مصادر جد رسمية، لكن هذه الخاصية كما أشار "فيصل الملا" تراجعت في ظل ظهور السوشيل ميديا التي اغتتمت الفرصة وحلت محل وسائل الإعلام التقليدية وغيرت من وظيفتها الاتصالية إلى الوظيفة الإعلامية التي تنشر الحقائق والمعلومات الرياضية دون التأكد من مصدقتها.

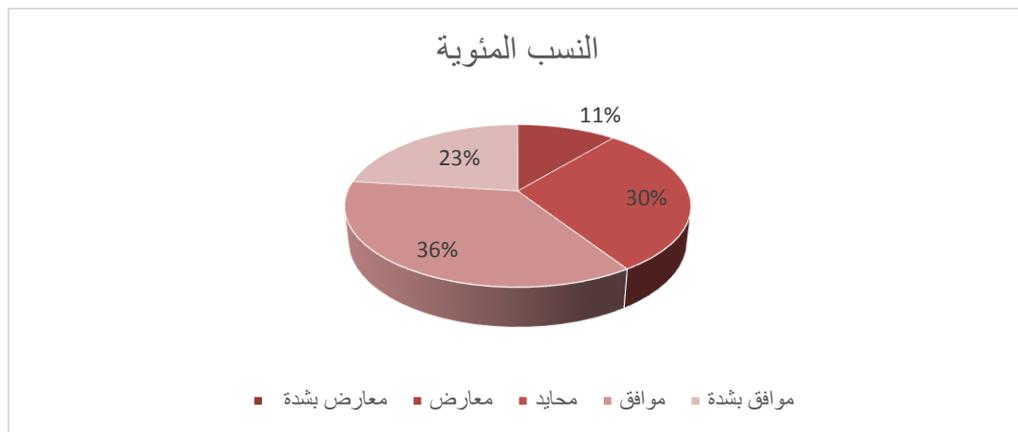
ومن الأسباب التي جعلت أيضا مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تشويه وتحريف الحقائق الرياضية هي ظهور "الصحفيون الهواة" أو ما يسمى "بصحافة المواطن" والذي يقصد به أن أي شخص يمتلك هاتف نقال و يكون متصل بالإنترنت يمكنه ممارسة مهنة الإعلام دون امتلاكه لشهادة أو ترخيص من هيئة معينة دون تقيده بالشروط الإعلامية كعدم التقيد بقوالب الكتابة الصحفية للمقالات الرياضية و غياب المصدقية و الحيادية و توظيف الاتجاهات التي تشكلت فيما سبق حول القضايا و الأحداث و المجتمعة أساسا في الانفعالات و المعتقدات و الأفكار و المواقف و السلوكات سواء كانت إيجابية أو سلبية ، بحيث يشترط أن يكون المواطن و الواقع المرتبط به هو الأساس الذي يبنى عليه الموضوع . ولقد عرفت صحافة المواطن قبول كبير من طرف الجماهير وحتى من طرف وسائل الإعلام التي خصصت وقتا مخصصا لعرض فيديوهات مصورة من طرف المواطنين لأنها وجدت صدى كبير من طرف الجماهير الواسعة. (الملا، 2022).

جدول رقم (27): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الرابعة والعشرين (معالجة الأخبار والقضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى معايير وأسس الإعلام الرياضي)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	00	00	3.71	0.94	12	موافق	87.96	0.000
معارض	55	11						
محايد	149	29.9						
موافق	180	36.1						
موافق بشدة	115	23						
المجموع	499	100						

يشير الجدول أعلاه أن كفة الاتجاه مالت إلى الموافقة على أن معالجة الأخبار والقضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى معايير وأسس الإعلام الرياضي والتي بلغت 36.1 %، وقد قرر 29.9% من الطلاب عدم إبداء آراءهم، و23% وافقوا بشدة على هذا الرأي، في حين المركز الأخير كان من نصيب المعارضين بنسبة 11% لأن المعارضين بشدة كانت نسبتهم 0%، والرسم البياني التالي يوضح ما تم التحدث عليه

شكل رقم 24: يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الرابعة والعشرين



من خلال أيضا ما تبينه معطيات الجدول نلاحظ أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 87.96، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.71 ، والانحراف المعياري 0.94 في حين بلغت رتبة هذه العبارة 12، و هو ما يعكس اتجاه موافق .

وافق أغلب المبحوثين أثناء اعتمادهم على الفيسبوك ، تويتر و اليوتيوب على أن معالجة الأخبار والقضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى معايير وأسس الإعلام الرياضي لأنها تفتقد إلى معايير عدة منها غياب الموضوعية والاحترافية ، كما نجد أيضا أنها تقع في فخ الشائعات هدفها تغليب وتضليل الرأي العام والانسحاب تجاه شخص معين أو موضوع محدد وخلق العنف والكراهية والعنصرية بين مشجعين الرياضة و التي تبدأ في الأساس بتشكيل أفكار سلبية انطلاقا من مثيرات واقعية حتى تستلهم شعور و وجدان الجماهير و مشاعرهم و تحويلها إلى سلوكيات تدفعهم للقيام بأعمال عنف و شغب.

ففي ظل الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي والوظائف التي تقوم بها لصالح مستخدميها بغض النظر إن كانت سلبية أو إيجابية، فلا بد أن تعيد ترتيبات بعض النقاط التي تمس خصوصا الجانب الإعلامي وفرض قيود وشروط أثناء نشر أو إذاعة خبر معين، وهذا من أجل المساعدة في تشكيل اتجاهات إيجابية وضبط ممارسات المستخدمين أثناء اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وعدم الانسياق في نشر معلومات وأخبار رياضية قد تضر بهيئات وأشخاص ومصالح معينة.

لأن من بين أهم أهداف الاعلام الرياضي هو السعي وراء نشر الثقافة الرياضية و التعريف بجوهرها ، فهما يوضحان الروابط التبادلية التي تبني العلاقة بينهما ، فلا وجود لإعلام دون ثقافة ، فالأخبار و المعلومات و المضامين الرياضية التي تنقل من طرف الاعلام الرياضي تبني بطريقة صحيحة و بمصادر ثابتة تراعى فيها جميع الأطر الثقافية و الأخلاقية أو ما تعلق بمنهجية كتابة المواضيع الرياضية ، كما أنه يقوم عليها أشخاص أكفاء مختصين في هذا المجال (روى، 2006، صفحة 28)، فلا يمكن لأي أحد أن يجعل وسائل الاعلام الرياضية متساوية مع مواقع التواصل الاجتماعي فالفرق واضح بينهما في الكفاءة المهنية و المصداقية و مراعاة جوانب الثقافة الرياضية.

فيجب إذن على القائمين على هذه المواقع إعادة النظر في القوانين التي تسيروها وإعادة ضبط عملها ومعرفة الفرق الحقيقي بين العمل الإعلامي الاحترافي والعمل الإعلامي للهواة، كما يجب الفهم بأن الثقافة الرياضية لا تتحقق مساعيها إلا إذا تجسدت معايير الاعلام الرياضي على المضامين الرياضية حتى لا تكون هناك آثار رجعية قد تكون وخيمة على البناء الفكري والأخلاقي للمجتمعات.

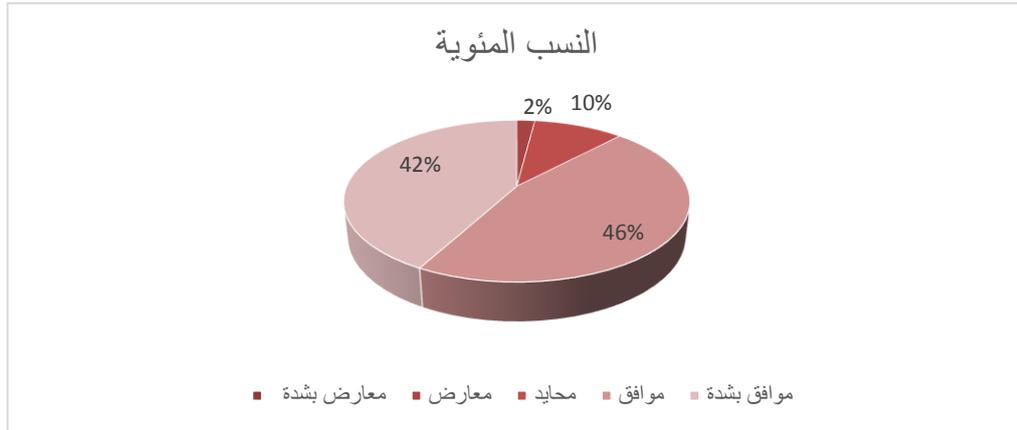
جدول رقم (28): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الخامسة والعشرين (تسمح مواقع التواصل

الاجتماعي بالتعبير عن الآراء الرياضية بحرية)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	00	00	4.28	0.72	3	موافق بشدة	132.15	0.000
معارض	10	02						
محايد	50	10						
موافق	229	45.9						
موافق بشدة	210	42.1						
المجموع	499	100						

يبين الجدول أعلاه أن 45.9% من المبحوثين وافقوا على الرأي القائل بأن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بالتعبير عن الآراء الرياضية بحرية، بينما وافق بشدة 42.1% عليها، ووقف عليها 10% موقف الحياد، في حين نسبة ضئيلة 2% عارضوا عليها، والمعارضين بشدة كانت نسبتهم منعدمة، ولتوضيح هذه القراءات أكثر سنعرض الشكل التوضيحي التالي:

شكل رقم (25): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الخامسة والعشرين



من خلال أيضا ما تبينه معطيات الجدول نلاحظ أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 132.15، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

كما نلاحظ أيضا من الجدول أن المتوسط الحسابي بلغ 4.28، وقدر الانحراف المعياري 0.72 كما احتلت هذه العبارة المركز الثالث، هذا ما يعكس اتجاه موافق بشدة.

مما يجعلنا نستنتج بأن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر و اليوتيوب) هي منصات اتفق عليها أغلب المبحوثين أثناء اعتمادهم عليها بأنها سُنحت لهم فرصة للتعبير عن آراءهم الرياضية بحرية في ظل غياب المعنى الحقيقي لمفهوم المسؤولية الذاتية للنشر وكذا انتقادها أيضا للرقابة والقوانين التي تنظم المحتويات الرياضية ، هذه العوامل جعلتها حلقة لتبادل الآراء الرياضية بدون عوائق بغض النظر عن سلبياتها ، فالجماهير الرياضية نقلت أفكارها وآراءها وتوجهاتها ومعتقداتها إلى العالم الافتراضي التي عجزت عن التعبير عنه في العالم الحقيقي المحيط بالقوانين التي تمنع التجريح والعنف والسب والشتم والفاعل حتما سيعاقب من طرف القانون الداخلي للبلاد.

لهذا نجد بان هذه المواقع لديها مجموعات تضم رابطة المشجعين لمختلف الأندية والمنتخبات،المنتجات الرياضية وكل ما يخص رشاقة الجسم والتغذية الصحية وغير ذلك ، فهم يتفاعلون مع هذه المنشورات ويقدمون وجهات نظرهم و ينقلون تجاربهم حول مدى استفادتهم منها ،كما يعبرون عن حسهم التشجيعي الذي يكونه لنادي أو منتخب معين ، لكن هذا لا يعكس بان الحرية المطلقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليس لديها سلبيات بل خلقت ما يسمى بالعنصرية وخطابات الكراهية والعنف الرياضي وغياب الوعي الرياضي وهذا ما أظهرته أرقام الجدول الأخرى، لهذا يجب على

القائمين على هذه المواقع السعي و العمل من أجل ضبط الوظائف التي تديرها و تعمل عليها و التفكير في تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة كما يجب السعي وراء ضبط سلوكيات المستخدمين التي تتعلق بالاتجاهات و تعزيز فكرة تبني اتجاهات إيجابية نحو الشخصيات الرياضية المتميزة بالأخلاق والقيم المحبوبة .

حيث أن جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يعتقدون أنها فضاء افتراضي يمكن التنقل و التعبير فيه دون أي قيود، فعادة الأشخاص يخشون من التعبير عن آراءهم بشكل علني أمام الأشخاص لذا يلجؤون للتعبير عنها في العالم الافتراضي دون خوف باعتبارها فضاء افتراضي يتمتع بالحرية و لا يسع لأي طرف امتلاكه، الامر الذي أدى إلى اتساع فوهة التعبير في عدد من القضايا، و لكن الأمر المفروغ منه أن الحرية المفرطة في التعبير تؤدي الى فوضى حتمية ، لذلك تم تقييد حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي بشرط أساسي و هو أن لا تتجاوز حرية التعبير حدود الآخر ، لكن الأمر يبقى نسبي.

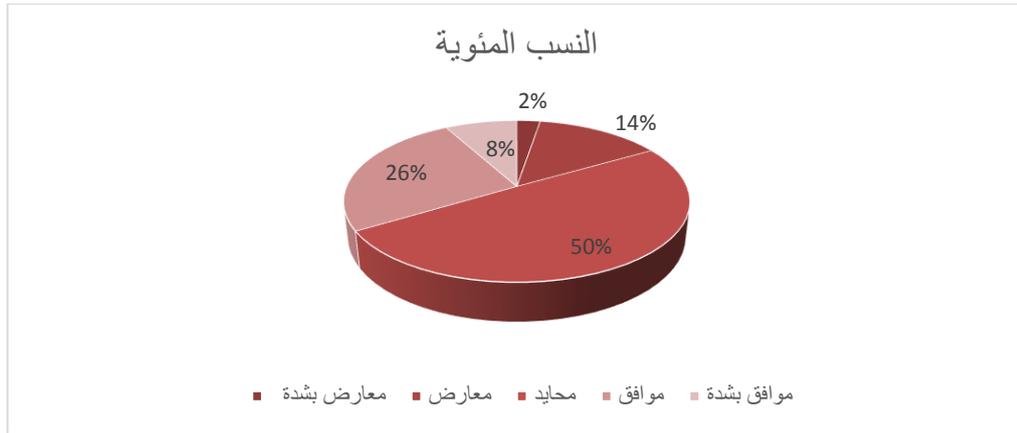
جدول رقم (29): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السادسة والعشرين (الثقافة الرياضية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي هي عملية تسويقية لا غير)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	13	2.6	3.22	0.88	21	محايد	81.94	0.000
معارض	70	14						
محايد	248	49.7						
موافق	128	25.7						
موافق بشدة	40	08						
المجموع	499	100						

من خلال استقراء البيانات من الجدول أعلاه وعرض الشكل التوضيحي تبين لنا ما يلي:

شكل رقم (26): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السادسة والعشرين



إن نسبة 49.7% من الطلبة اتخذوا موقف الحياد من العبارة التي مفادها بأن الثقافة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي عملية تسويقية لا غير، بينما تحصل كل من الموافقين على نسبة 25.7% والمعارضين على نسبة 14%، أما الموافقين بشدة والمعارضين بشدة تحصلوا على نسب جد ضئيلة قدرت ب 8% و 2.6%، و نلاحظ أيضاً من خلال بيانات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 81.94، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل محايد.

كما احتلت هذه العبارة الرتبة 21 و بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3.22 والانحراف المعياري قدر ب 0.88، وهو ما يعكس اتجاه محايد نحو هذه العبارة.

و بعد تحليل بيانات الجدول تبين لنا أن أعلى نسبة من المبحوثين لم تبين وجهة نظرها حول هذا الرأي، وهذا ما يدل على انقسامها إلى شقين، فمنهم من يعتبر أن الوظائف التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي تخدم مصالحهم وتحقق لهم مطالبهم وأهدافهم المسطرة وتستجيب لرغباتهم من خلال تنوع الخدمات الرياضية واختلاف الأخبار والمعلومات الرياضية عبرها و الاعتماد عليها سيطور حتما من مستوى ثقافتهم الرياضية، في حين اتفق بعض المبحوثين على أن هذه الفضاءات الرقمية تقتصر وظائفها على كسب أرباح فهي مكانا لعرض المنتجات، و مجرد عملية تسويقية ربحية بالدرجة الأولى يستغل فيها المشجعين الرياضيين لرؤية مختلف المنتجات وذلك للعديد من الأسباب أهمها:

_ تستغل الشركات المصنعة حب الجماهير للشخصيات الرياضية المعروفة والأندية الرياضية لتسويق منتجاتها حتى تستلهم أكبر عدد ممكن من الجماهير عبر العالم الافتراضي.

_ تعتبر الشركات المصنعة هذه الفضاءات الافتراضية مكانا فعالا لتسويق منتجاتها من حيث أنها غير مكلفة على عكس وسائل الإعلام التقليدية هذا من جهة ومن جهة أخرى من حيث تميزها بالقوة التأثيرية إذ تستقطب أكبر عدد ممكن من المستخدمين.

_ يعتمد القائمين على الصفحات والقنوات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تكوين اتجاهات محفزة على تقبل الأفكار والاستجابة لها بالقيام بسلوك الشراء، وعادة ما يعتمدون على العناوين الرياضية المهمة التي تتميز بالحدثية والتأثير الكبير من أجل جلب أكبر عدد من الجماهير إلى مشاهدة الإعلانات التسويقية الموجودة بداخلها.

_ ولقد أوضح موقع أمارك اتر (موقع يهتم بعمل دراسات حول التسويق الالكتروني) من خلال تقرير قام به بأن التسويق الالكتروني يشهد نموا ملحوظا وتطورا كبيرا على متن فيديوهات تويتر واليوتيوب والفيسبوك حيث بلغت 1,3 مليار مشاهدة، كما أشار هذا التقرير إلى أن الإعلان في موقع اليوتيوب احتل المرتبة الأولى من حيث أكبر المشاهدات، والفيسبوك في المرتبة الثانية.

كما أظهرت دراسة أخرى للتسويق على أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تظفر باهتمامات كبرى الشركات والمؤسسات، إذ وصل إنفاقها الإعلاني إلى 3.5 مليار دولار و بنمو يقدر ب 9.6 بالمائة (شفيفة، 2018، صفحة 308)

وبينت عديد الدراسات المختصة في الاعلانات بأن المستخدمين يشاهدون فيديوهات اليوتيوب لمدة طويلة أزيد من عشر مرات مقارنة بموقع الفيسبوك وتويتر وهو ما يدل على أنه موقع ناجح في الترويج للسلع والمنتجات بشكل سمعي بصري (شريتج، 2017، صفحة 458).

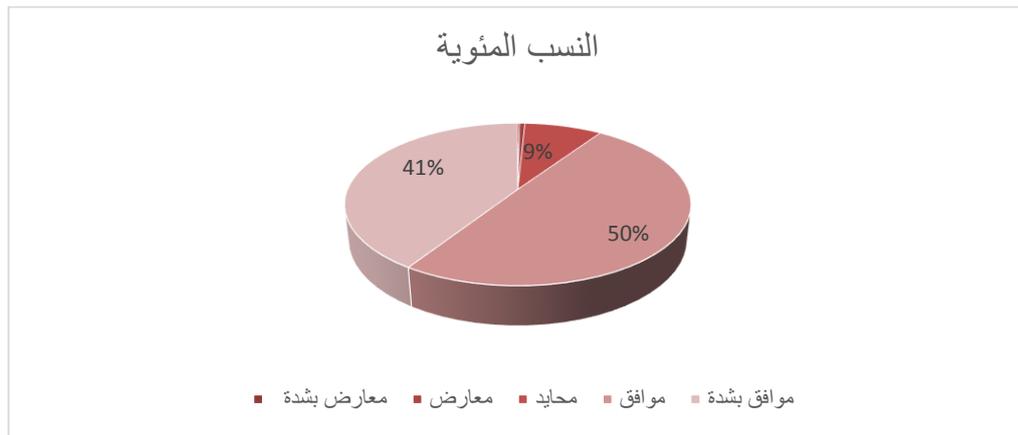
جدول رقم (30): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السابعة والعشرين (تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من التعريف بثقافة الألعاب الرياضية)

البدل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	01	0.2						
معارض	03	0.6						

0.000	144.12	موافق	1	0.67	4.30	8.6	43	محايد
		بشدة				49.7	248	موافق
						40.9	204	موافق بشدة
						100	499	المجموع

من خلال استقراء معطيات الجدول أعلاه ووضع الرسم التوضيحي تبين لنا ما يلي:

شكل رقم (27): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السابعة والعشرين



49.7% من المبحوثين وافقوا على الرأي القائل بان مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التعريف بثقافة الألعاب الرياضية، تليها نسبة 40.9% والتي تمثل الموافقين بشدة في حين قدرت نسبة المحايدين ب 8.6%، بينما ضعفت النسبة بين 0.6% و 0.2% لكل من المعارضين والمعارضين بشدة.

و نلاحظ أيضا من خلال بيانات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 144.12، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

وقد لوحظ أيضا أن المتوسط الحسابي بلغ 4.30 والانحراف المعياري قدر ب 0.67، كما احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى، وهو ما يعكس اتجاه موافق بشدة.

إذ أن الثقافة الرياضية تسعى منذ القدم الى التعريف بالألعاب الرياضية على أنها ثقافة رياضية مهمة لابد من توارثها عبر الأجيال وأنها مهمة لجميع الأفراد باختلاف أعمارهم بهدف الارتقاء بسلوكياتهم وتربيتهم، وحماية أجسامهم من مختلف الأمراض. فقد عرفت الرياضة اهتماما من طرف الأفراد قبل ظهور الاسلام في عصور مختلفة و قد مارسها الاغريق، الهنود، الفرس ... و أستمرت

في التطور إلى أن شهدت تطورا فائقا في عصرنا الحديث الذي أضفى عليها قوانين جديدة، فلم تعد الألعاب الرياضية مجرد ألعاب ترفيهية وإنما أضحت ألعاب تحمل في طياتها رسائل سياسية، إنسانية و أخلاقية تسعى إلى تكوين الفرد المتكامل (الجلاد، البحث العلمي في التربية الإسلامية في الأردن دراسة تحليلية ببيوغرافية، 2011، صفحة 309).

ومن أجل التعريف بثقافة لألعاب الرياضية لم يقتصر فقط على الاعتماد على وسائل إعلامية كالصحف، الراديو، التلفزيون، وكالات الأنباء، وإنما تعدت ذلك إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب) التي عرفت شهرة كبيرة في عصرنا الحديث لتمييزها بالسرعة في نقل المعلومات وهذا ما ظهر في بيانات الجدول أعلاه.

هذا ما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي مكنت مستخدميها من اكتساب ثقافة جديدة متعلقة بالألعاب الرياضية ومعرفة القوانين الخاصة بها وطريقة التحكم في تلك اللعبة والخصائص التي تتميز بها واللياقة الجسدية التي يكتسبها ممارسي هذه اللعبة والنظام الغذائي الذي يتبعه اللاعبون فيها. فلقد اعتبرت هذه المواقع أيضا كأداة للتعريف بمختلف الألعاب الرياضية الغير المعروفة في الوسط الرياضي والنادرة في العالم والأقل شعبية لدى الجماهير عكس كرة القدم والتنس، من خلال تقديم نبذة عنها وقوانين اللعب بها وعدد لاعبيها وغيرها.

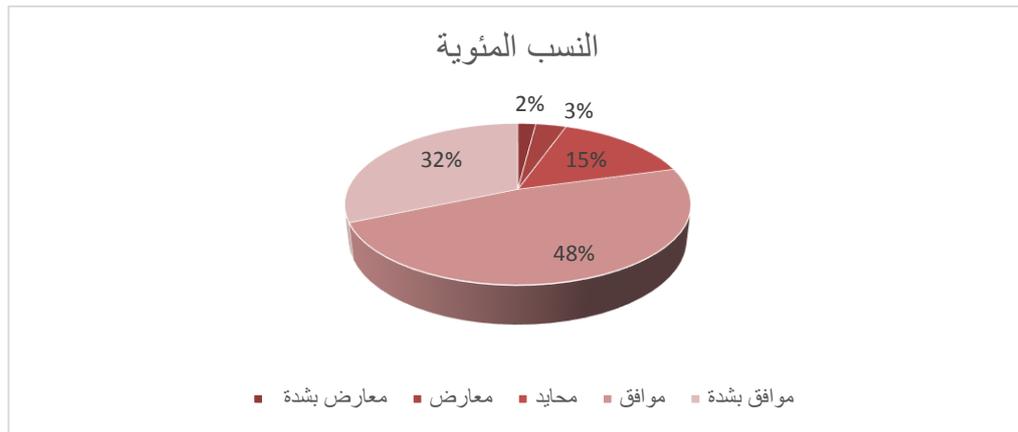
لهذا أقرت عينة الدراسة بأن الاعتماد على موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب تزيد من التعريف بالألعاب الرياضية لتمكنهم من معرفة وظيفة كل شخص ينتمي للعبة معينة ودوره الحقيقي كتقمص دور الحكم في معرفة الأخطاء ومدى أحقية اللاعبين في منحهم البطاقات الصفراء والحمراء وحتى تمكّنهم من تقييم حكام المباريات أثناء إدارتهم للمباريات كأنهم مختصين في التحكيم، وبالتالي هي نقطة جد مهمة في رفع مستوى الثقافة الرياضية وعلامة واضحة على وجود علاقة وجدانية بين الجماهير واتجاهاتهم نحو الألعاب الرياضية.

جدول رقم (31): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثامنة والعشرين (مواقع التواصل الاجتماعي تحفز على ممارسة الرياضة واكتساب اللياقة البدنية والمهارات الرياضية)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	10	02	4.03	0.89	9	موافق	101.78	0.000
معارض	17	3.4						
محايد	76	15.2						
موافق	239	47.9						
موافق بشدة	157	31.5						
المجموع	499	100						

يشير الجدول أعلاه أن الموافقين على مواقع التواصل الاجتماعي تحفز على ممارسة الرياضة واكتساب اللياقة البدنية والمهارات الرياضية قد بلغت نسبتهم 47.9%، تليها نسبة الموافقين التي بلغت 31.5%، في حين سجل المحايدون 15.2%، بينما تقاربت النسب بين المعارضين والمعارضين بشدة ب 3.4% و 2%، كما هو موضح في الشكل البياني الآتي:

شكل رقم (28): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثامنة والعشرين



و نلاحظ ايضاً من خلال بيانات الجدول أن احتمالية اختبار ت و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 101.78، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

كما لاحظنا أيضا أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري قد بلغ كل منهما 4.03 و 0.89 ، بينما كانت رتبة هذه العبارة تسعة وهو ما يعكس اتجاه موافق .

ما يؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحفيز الأفراد على ممارسة الرياضة من خلال وجود مجموعات وصور وفيديوهات تقدم نصائح جوهرية تفيد في بناء رشاقة الجسم ولياقته البدنية ، فهي تعمل على شرح مختلف التمارين الرياضية وتقدم لايفات مباشرة من طرف أشخاص لهم كفاءة أو أنهم يملكون تجارب ناجحة في هذا المجال يمكن أن تفيد المتابعين في بناء حركة أجسامهم تغنيهم عن الذهاب إلى مراكز التدريب، كما يحفزون على تكوين اتجاهات و الميل نحو الاقتداء بالمشاهير الناجحة من خلال وضع في البداية مكونات معرفية عن تلك الشخصية الرياضية المشهورة كوضع صورهم و بطاقة فنية تعريفية له ، ثم بعد ذلك وضع مكونات عاطفية كعرض لمحة عن قصصهم وتجاربهم الفاشلة في البداية وكيفية صنع نجاحهم حتى يستلهمون منها قوة الإرادة والقضاء على الفشل والضعف عن تحقيق هذا المبتغى ثم الوصول بهم إلى تجسيد تلك الاستجابات التي تتحول إلى سلوكيات إيجابية بناء على الاتجاه المراد تشكيله.

كما ظهرت تطبيقات متميزة عبر هذه المواقع يمكن للرياضيين تطبيقها في المنزل بمجرد إتباع النصائح والتعليمات دون الذهاب إلى صالات الرياضة، بحيث تكسب الجسم لياقة بدنية عالية ومهارات رياضية تفيدهم مستقبلا في مهنتهم أو حتى في حياتهم الخاصة.

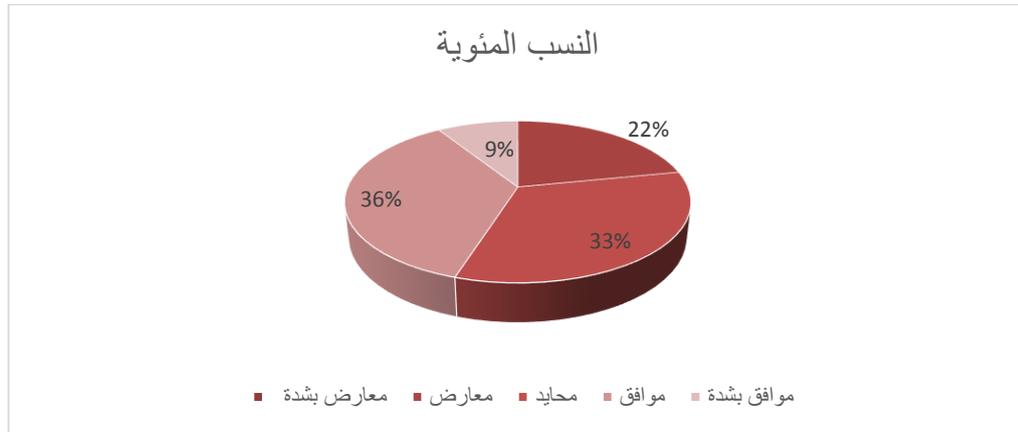
فمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر واليوتيوب) لما تعتمد فعليا على العمل على تجسيد الوظائف الفعلية للثقافة الرياضية وتطبيقها على المحتويات والمضامين التي تنص على تعلم المهارات الرياضية واستغلال فرصة الاعتماد على مختصين رياضيين في إدارة هذه المواقع جيدا، فسيتمكنون حتما من النجاح وتقديم منفعة تعود على الجميع.

جدول رقم (32): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة التاسعة والعشرين (أغلب المضامين الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر والهوية)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف الترتيب المعياري	اتجاه العبارة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	00	00	3.32	0.92	محايد	81.11	0.000
معارض	109	21.8					
محايد	165	33.1					
موافق	180	36.1					
موافق بشدة	45	09					
المجموع	499	100					

يشير هذا الجدول والشكل التوضيحي إلى ما يلي:

شكل رقم (29): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة التاسعة والعشرين



تقاربت نسب كل من الموافقين والمحايد بنسبة 36.1% و 33.1% على العبارة التي مفادها أن أغلب المضامين الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر والهوية، في حين توالى نسبة المعارضين ب 21.8%، بينما انخفضت نسبة الموافقين بشدة إلى 9% وأحتل المعارضين بشدة المرتبة الأخيرة ب 0%.

و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 81.11، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

كما أن المتوسط الحسابي قدر ب 3.32، والانحراف المعياري قدر ب 0.92 في حين احتلت هذه العبارة الرتبة 20، وهو ما يعكس اتجاهها محايدا.

يتضح لنا من القراءة الرقمية أعلاه أن النسب تباينت بين الموافقين والمحايدين لكن الكفة مالت للخيار الأول، لهذا نجد أن أغلبية الأخبار والمحتويات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر والهوية نظرا لوجود العديد من الصفحات الغير رسمية التي تعتمد كثيرا على الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب كوسائل فعالة لتشكيل اتجاهات معينة و نقل الشائعات والتي غيرت من الوظائف الحقيقية التي تقوم عليها الثقافة الرياضية حتى يكون لها مردود مالي و تأثير قوي على تغيير الاتجاهات و تعديلها خاصة في المواضيع الرياضية الحساسة التي تمس المنتخبات الوطنية أو الأندية المحبوبة أو الشخصيات الرياضية المؤثرة فعلا، فعلى ذكر الأمثلة نذكر :

أعتبر موضوع إقصاء المنتخب الوطني من التصنيفات المؤهلة لكأس العالم قطر موضوع مهم ترك أثار نفسية في قلوب الجزائريين، لهذا اغتتم البعض الفرصة لتكوين اتجاهات سلبية للجماهير معتمدين على الانفعالات التي تشكلت عقب إقصاء المنتخب الوطني و تعزيز سلوكياتهم السلبية وذلك من خلال عرض و تكرار الأخبار الغير صحيحة الملفقة حول هذه القضية في محاولة منهم المساس بشعور الجزائريين و إشباع لمختلف احتياجاتهم الفكرية، الاجتماعية و النفسية، و بالتالي كسب تعليقاتهم والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الريح المادي، وفس على ذلك باقي المضامين الكثيرة مجهولة الهوية والمصدر التي تغزو مواقع التواصل الاجتماعي وتجد إقبالا وصدى جماهيريا كثيفا وربما الخلل في ذلك وجود بعض المتابعين الذين يعتبرونها أخبار صحيحة ويتفاعلون معها .

بل ونجح المنتحلون عبر الفيسبوك، تويتر واليوتيوب في تقمص أدوار الشخصيات المشهورة والمعروفة في الساحة الرياضية، حيث يدلون بتصريحات مكتوبة تمس أخبارهم الحصرية لكي يتفاعل معها الجمهور، وتنتقل بعدها تلك الأخبار من صفحة إلى أخرى حتى يشاع تماما ذلك الخبر وما هو إلا مجرد تصريح كاذب صدر من حسابات غير رسمية وشكل صدى كبير بين الجماهير.

ويؤكد المختصون أن أغلب وسائل الإعلام التقليدية بما فيها التلفزيون تراعي مبادئ الثقافة الرياضية وأسسها فهي تقدم أخبارا صادقة واضحة الهوية والمصدر على عكس وسائل التواصل

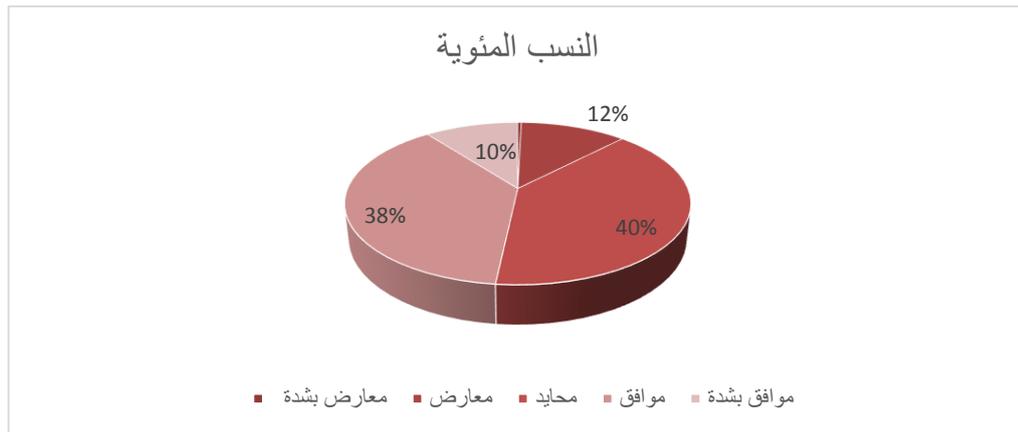
الاجتماعي الناطقة باسم أشخاص وصفحات مجهولة المصدر والهوية، لذا يجب التأكد جيدا من هذه الأخبار حتى لا نفع في فخ الشائعات.

جدول رقم (33): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثلاثين (عدم الإلمام الكافي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمعاني الحقيقية للتنافس الرياضي)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	02	0.4	3.46	0.85	17	موافق	91.19	0.000
معارض	59	11.8						
محايد	197	39.5						
موافق	189	37.9						
موافق بشدة	52	10.4						
المجموع	499	100						

بعد تحليل بيانات الجدول وعرض الرسم البياني اتضح لنا الملاحظات التالية:

شكل رقم (30): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثلاثين



و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 91.19، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل محايد.

كما بلغ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه العبارة التي تقول بأن مواقع التواصل الاجتماعي غير ملمة كفاية بالمعاني الحقيقية للتنافس الرياضي مقدار 3.46 و 0.85 ، كما نلاحظ أيضا من الجدول أن المحايدين والموافقين تقاربت نسبهم حيث بلغت 39.5% و 37.5% ، كما عارض أيضا على هذه العبارة 11.8% ووافق عليها بشدة 10.4% ، بينما احتل المعارضون الدرجة الأخيرة بنسبة 0.4% ، كما احتلت هذه العبارة المرتبة 17 ، وهو ما يعكس اتجاه موافق.

وهو ما يوضح بأن مواقع التواصل الاجتماعي وظفت المجال الرياضي بطريقة غير مدروسة جيدا في ظل أن الاعتماد عليه يختلف من شخص إلى آخر كل حسب توجهه و تخصصه و معتقداته و ميوله و تفكيره، حيث أصبح مؤخرا يتميز بأعمال عنيفة لا تمت بصلة لمبادئ الرياضة (التنافس الشريف والروح الرياضية)، فالخبراء يرجعون السبب وراء اندثار معنى التنافس الحقيقي من سلوك الجماهير الرياضية هو الاستخدام الكثيف للشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر فئة مهمة كثيرا بالرياضة ، و ارتباط اتجاه الجماهير بالمواقف و السلوكيات الاجتماعية ، مما سمح بانتشار التعصب الرياضي بنسبة كبيرة بل أضحى سلوك جد عادي وكافئ عليه ذاك الشخص ويتم تشجيعه من طرف زملائه والثناء عليه.

ولقد أصبحت الصفحات والمجموعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن حلقات مصارعة تقدم فيها جميع أشكال السب والشتم والقذف في الأعراس، بل انتقل شغف الجماهير العربية حتى إلى الدوريات الأوروبية والأمريكية، فهم يظهرون تعصبهم للأندية التي يحبونها ويحولون هذه المنافسة الرياضية النزيهة إلى حرب أهلية كل مشجع يعلن انتمائه لناديه المفضل دون السماح بتقبل خسارته أو المنافسة عليه.

فهذا التعصب الرياضي وانعدام الروح الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هدم تلك الروابط الأخلاقية التي بنتها وجمعتها الثقافة الرياضة وجعلها مكان لتضارب الآراء وممارسة العنف بشتى أنواعه من العالم الافتراضي إلى العالم الحقيقي.

هنا تكمن خطورة الوضع من خلال نقله إلى الواقع والملاعب ويصبح الأمر ليس سهلا ومن الصعب التحكم والسيطرة عليه.

فيجب على القائمين والدول والمنظمات الرياضية التشاور ووضع استراتيجيات وخطط تأطر المشجعين وتبعث فيهم رسائل توعوية بضرورة التحلي بروح التنافس الرياضي الشريف والروح الرياضية ومعرفة معناه الحقيقي واحترام المنافس وتقبل نتيجة المباراة، (العكرودي، 2018) كما يجب

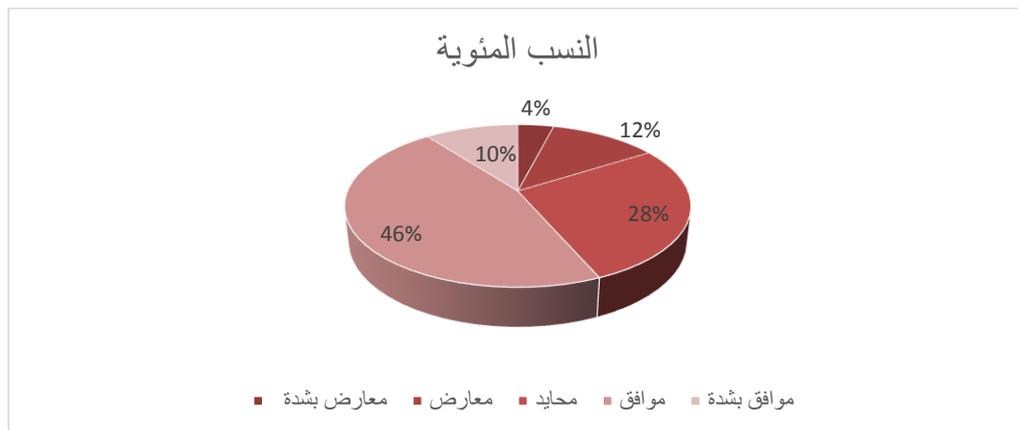
على الجماهير الرياضية معرفة وظيفتهم الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهي تكاثف جهودهم من أجل تجسيد مبادئ الثقافة الرياضية.

جدول رقم (34): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الحادية والثلاثين (تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدافع تمضية الوقت)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	20	04	3.47	0.97	16	موافق	79.91	0.000
معارض	60	12						
محايد	137	27.5						
موافق	230	46.1						
موافق بشدة	52	10.4						
المجموع	499	100						

معظم الطلبة يوافقون على العبارة القائلة بأن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدافع تمضية الوقت، إذ قدرت نسبتهم بـ 46.1%، بينما احتلت نسبة المحايدون المركز الثاني بـ 27.5%، بينما 12% من المبحوثين عارضوا عليها، لتتوالى بعدها النسب بين من وافقوا بشدة على هذه العبارة بنسبة 10.4% وبين من عارضوا عليها بشدة بنسبة محتشمة قدرت بـ 4%، كما هو موضح في الشكل التوضيحي الآتي:

شكل رقم (31): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الحادية والثلاثين



و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 79.91، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

كما نلاحظ أيضا أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري قدر كلاهما ب 3.47 و 0.97 حيث احتلت هذه العبارة الرتبة 16 وهو ما يعكس اتجاه موافق.

بعد تحليل البيانات استنتجنا أن أغلبية طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع تمضية الوقت لأن هناك من الطلبة من يعتمد أساسا على موقع الفيسبوك وتويتر واليوتيوب لتضييع الوقت من خلال الدردشة مع الأصدقاء ومشاهدة فيديوهات معينة... الخ، وفي هذه الحالة سيجني الطالب نتائج وخيمة وسيعرف حتما تأخر في دراسته وسيصبح مهدد بالإدمان والإصابة بأمراض نفسية خطيرة وستسبب له عزلة اجتماعية.

ومن الطلبة من يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمتنفس لأنهم يلجئون إليها للاسترخاء والتخلص من تعب النهار المتمثل في الدراسة والانتهاء من واجباتهم الدراسية إضافة إلى الأعمال المهنية الأخرى كما يعتبرونها وسيلة لنسيان مشاكلهم.

فبالتالي ترتبط المدة التي يقضيها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والهدف المرجو من التصفح يرتبطان بالوظائف المحددة التي سطرها الطلبة قبل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إن كانت وظائف دراسية أو اجتماعية أو ثقافية أو لمجرد تمضية الوقت. إذ يستخدم طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية بنسبة 92.8 بالمائة وبصفة دائمة بنسبة تقدر ب51.5 بالمائة، و تقدر عدد الساعات التي يستخدم فيها أغلب الطلبة لهذه المواقع حسب الظروف والتي قدرت بنسبة 53.9 بالمائة حسب ما بينته نتائج دراستنا. وهذا ما يدل بأن الطلبة يستغرقون مدة لبأس بها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يسبب لهم مضيعة في الوقت.

فقد اعتبرت وظيفة التسلية و الترفيه عبر موقع الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب من أهم المواضيع التي نالت اهتمام الخبراء و المختصين ، لتمييزها بجاذبيتها القوية لدرجه أنه قد يمر الوقت فيها بشكل خيالي دون الشعور به و هو ما قد يسبب مضيعة للوقت ، (إبراهيم ع.، التكامل بين الإعلام التقليدي و الجديد، 2017، صفحة 90) حيث قام موقع نيويورك تايمز بدراسة على العديد من الشباب و بينت النتائج بان 50 بالمئة من الشباب الذكور يركز كلامهم حول التحدث عن غيرهم عبر هذه المواقع

و70 بالمائة من الفتيات يركزن كلامهن أيضا عبر هذه المواقع حول التحدث عن غيرهن . (حسني، 2019)

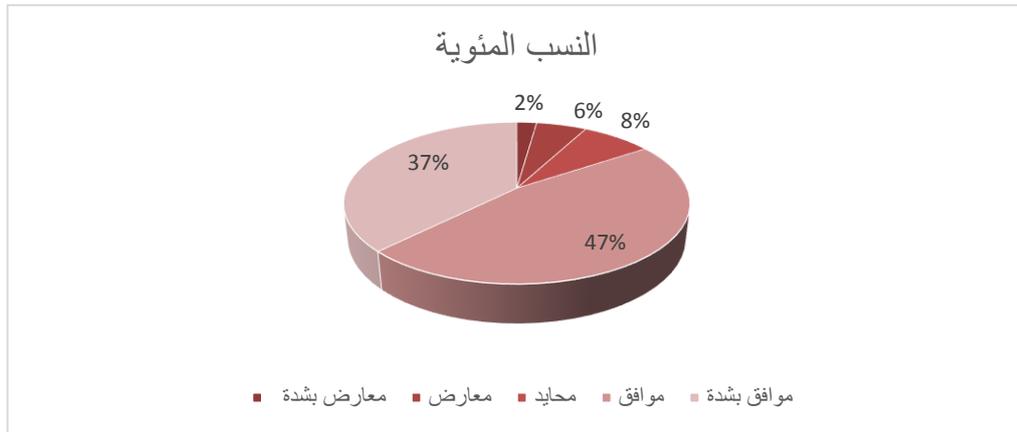
وتهدف الثقافة الرياضية الى توجيه الطلبة نحو الاستغلال الأمثل لأوقات فراغهم وعدم الانسياق وراء الأشياء التي تشتت تفكيرهم من خلال جعل وقت ممارسة الرياضة وقت مهم ضمن برنامجهم اليومي بدل تضييعه في أشياء أخرى كمجرد تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدون غاية أو هدف، فمثلا اغتنام وقت الفراغ في الانضمام الى مجموعات تدريبية عبر هذه المواقع بهدف اكتساب مهارات حديثة وتعلم معارف جديدة.

جدول رقم (35): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثانية والثلاثين (تصفح مواقع التواصل الاجتماعي زاد من اطلاعي على الأخبار الرياضية)

البدل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	11	2.2	4.12	0.93	7	موافق	99	0.000
معارض	28	5.6						
محايد	39	7.8						
موافق	234	46.9						
موافق بشدة	187	37.5						
المجموع	499	100						

يشير الجدول التكراري أعلاه والرسم التوضيحي الآتي إلى النقاط التالية:

شكل (32): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثانية والثلاثين



نلاحظ أن الكفة مالت إلي الموافقين بنسبة 46.9 % على هذه العبارة: تصفح مواقع التواصل الاجتماعي زاد من اطلاعي على الأخبار الرياضية، بينما وافقوا عليها بشدة بنسبة 37.5%، في حين انخفضت كثيرا باقي النسب، إذ قدرت نسبة الذين لم يبرزوا أي اتجاه نحو العبارة ب 7.8%، وقد عارض أيضا 5,6% ، كما عارض بشدة 2.2% عليها.

و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 99، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق.

وقد احتلت هذه العبارة الرتبة السابعة، كما قدر المتوسط الحسابي 4,12، في حين بلغ الانحراف المعياري 0,93 ، وهو ما يعكس اتجاه موافق لهذه العبارة .

هذا ما يوحي بأن أغلبية الباحثين يستفيدون من الوظيفة الإخبارية للمواضيع الرياضية الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظرا للانتشار الكبير للمواقع الالكترونية الرياضية ، وكذا وجود حسابات العديد من القنوات الفضائية الرياضية المشهورة ، كما نجد أن الأندية الرياضية تعتمد في خدمة جماهيرها افتراضيا من خلال تقديم أخبار عن لاعبيها ومختلف الصفقات والانتقالات الجارية وأهم المباريات والنتائج وحتى تزويدهم بأسماء الملاعب التي ستجرى فيها المباريات ، دون أن ننسى أيضا الخدمات الرياضية التي تقدمها مختلف الحسابات التي تعود لأشخاص عادييين ينقلون أخبارا رياضية تدخل ضمن اهتماماتهم، وفي المقابل تلقى هذه الصفحات الإخبارية الرياضية رواجاً ومتابعة بأعداد كبيرة تفوق التصور.

فالأخبار الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تقتصر فقط على أخبار كرة القدم وإنما تشمل جميع الألعاب واللاعبين، فهي عبارة عن موسوعة رياضية تشمل معلومات موسعة نحصل عليها بمجرد التصفح أو البحث عنها بكلمات مفتاحية، لكن تبقى مصداقية هذه الأخبار قائمة على نوع المصدر .

حيث كشفت تقارير عالمية في سنة 2021 أن المستخدمين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر مهمة للأخبار بحيث أنهم يلجئون لهذه المواقع لمعرفة المضامين الإخبارية وتقدر نسبتهم ب:

- _ قدرت نسبة الفيسبوك كمصدر مهم للأخبار ب44 بالمائة.
- _ قدرت نسبة اليوتيوب كمصدر مهم للأخبار ب29 بالمائة.
- _ قدرت نسبة تويتر كمصدر مهم للأخبار ب13 بالمائة. (الدلقموني، 2021)

هذه المواقع (فيسبوك، تويتر واليوتيوب) حلت محل الإعلام التقليدي لا تسمح فقط للمتابعين بالتعليق ومشاركة أصدقائهم بها بل هي فضاء مهم لنشر الأخبار (صالح، 2019، صفحة 86)

لهذا يفترض أن تعمل هذه المواقع أكثر على البحث عن تفعيل مفهوم المصداقية والموضوعية في الأخبار الرياضية و السعي وراء تغيير اتجاهات الأفراد السلبية التي تشكلت جراء الأخبار المزيفة و المضللة للرأي العام ، وذلك من خلال الحث على معرفة الفرق بين الاتجاه الذي يبني على المعارف الحقيقية و الاتجاه الذي يبني على المشاعر لأن هذا الأخير في كثير من الأحيان يكون خاطئ ، فمن المعروف أن اتجاهات الطلبة بصفة عامة تتكون بناءا على تجميع الخبرة تجاه الأشياء و الأشخاص و الموضوعات الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و ما يصاحبها من تأثيرات تساهم حتما في تعزيز السلوكات سواء إن كانت ايجابية أو سلبية ، بحيث يتكون الاتجاه السلبي حينما يجد الطلبة عسر شديد في اكتساب معارف رياضية أو التأكد من أنها مصادر غير صادقة و هذا بناءا على تكرارهم لهذه المصادر و عدم ارتباطها مع مواقفهم و اتجاهاتهم ، كما أنها لم تكن قادرة على تلبية حاجياتهم المعرفية ، في حين إذا توفرت هذه العوامل سوف تتكون حتما لدى الطلبة اتجاهات ايجابية نحو الأخبار و المعلومات الرياضية المقدمة من طرف مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر و اليوتيوب) .

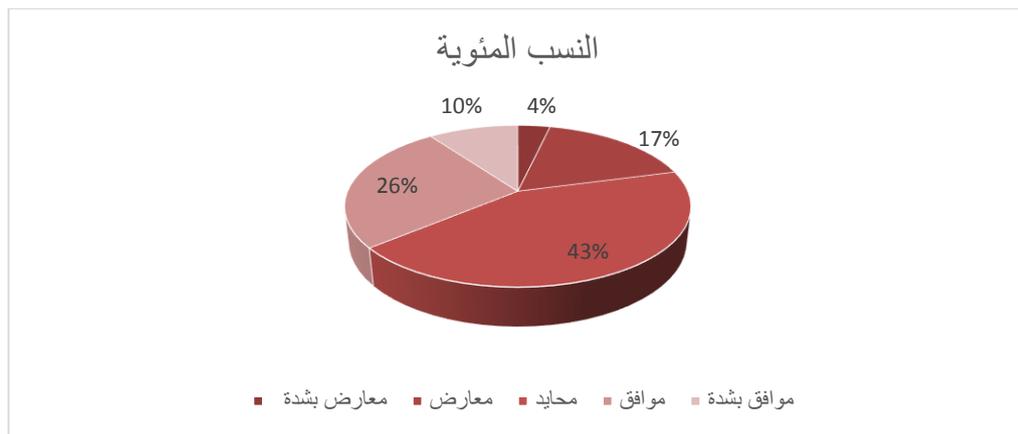
جدول رقم(36): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثالثة والثلاثين (مواقع التواصل الاجتماعي عززت

فكرة العنف في الملاعب)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	18	3.6	3.22	0.97	22	محايد	74.39	0.000
معارض	86	17.2						
محايد	215	43.1						
موافق	130	26.1						
موافق بشدة	50	10						
المجموع	499	100						

تبين معطيات الجدول أن أعلى نسبة سجلت من قبل المحايدين للرأي القائل بأن مواقع التواصل الاجتماعي عززت فكرة العنف في الملاعب إذ قدرت بنسبة 43.1%، وجاءت نسبة 26.1% ثانياً للتعبير عن الموافقين، يليها المعارضون بنسبة 17.2%، ثم الموافقون بشدة بنسبة قدرت بـ 10%، ليحتل بعدها المعارضون بشدة المرتبة الأخيرة بنسبة جد ضعيفة قدرت بـ 3.6%، وهذا الرسم التوضيحي يبين ذلك:

شكل رقم (33): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثالثة والثلاثين



و نلاحظ أيضاً من بيانات الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 74.39، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل محايد.

كما بلغ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كل منهما مقدار: 3.22 و 0.97، بينما كان رقم ترتيب هذه العبارة 22، وهو ما يعكس اتجاه محايد.

تعرف الملاعب الرياضية والمحافل الكروية حضوراً جماهيرياً واسعاً نظراً لتشجيعهم لنادي أو منتخب أو لاعب معين، لكن نجد في أغلب الأوقات أن تصاحب هذه المباريات أعمال عنف وشغب سواء في حالة الخسارة أو في الربح وقد تسبب في خسائر مادية وبشرية تعود بالضرر على المجتمع وهي صور غير حضارية لا تعكس القيم الأخلاقية للرياضة، كما أنها تمثل ظاهرة خطيرة تقلق جميع المجتمعات والمنظمات الرياضية والعالمية. (عكلة و جرو، 2021، صفحة 263) و تتدخل العديد من العوامل في نشر العنف الرياضي أبرزها ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في ظهور سلوكيات عنيفة تؤكد على اتجاهات الجماهير السلبية تجاه قضايا و أحداث رياضية مختلفة ، بحيث يتخذ العنف الرياضي عبر موقع الفيسبوك على شكل منشور كتابي يحتوي على نصوص تروج للعنف الرياضي أو على شكل صور تحمل معاني للسب و الشتم و احتقار لاعب أو مدرب... ، في حين يتخذ العنف عبر اليوتيوب على شكل فيديوهات تمثل لقطات عن العنف داخل الملاعب أو خارجها، أما العنف عبر تويتر يكون على شكل هاشتاغ . (عيد، 2023، صفحة 448)

هذا يعني بأن الفضاء الرقمي غير نوعاً ما من وظيفة الثقافة الرياضية و بات اعتماد الجماهير عليها كوسيلة فعاكة لنشر السلوكيات العدوانية ، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مواقع ناجحة في تعزيز فكرة العنف في الملاعب و تفشيها بين جميع الأوساط الرياضية خصوصاً بين الشباب ، فهي تهدف إلى تغليب الرأي العام الرياضي من خلال نشر شائعات تخص الأندية و اللاعبين و تركيب فيديوهات مفرجة تسعى من خلالها إلى خلق شحنة توترية في نفوس الجماهير ، فباتت هذه المواقع متنفساً ملائم للجماهير الغاضبة التي تنقل ما يحدث في العالم الافتراضي من رسائل تحمل السب و الشتم و القذف إلى الواقع الحقيقي، ليتحول بعدها إلى أعمال عنيفة كالضرب و الكسر و حتى التسبب في القتل العمدي للأشخاص .

فالرياضة عموماً وكرة القدم خصوصاً هي لعبة ترفيهية تحظى باهتمام جماهيري واسع، كانت تحمل رسائل إنسانية هادفة ومعاني سامية، لكن للأسف انتقلت تأثيراتها وتداعياتها إلى المجالات الأخرى خصوصاً السياسية منها، وأصبحت محل صراعات بين الجماهير وحتى بين الشعوب والدول. فبالتالي لا بد من الإسراع في تكوين جمعيات ومنظمات تحث على تثقيف الجماهير الرياضية واغتنام فرصة الاستفادة من موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب لتنمية الوعي الجماهيري والثقافي

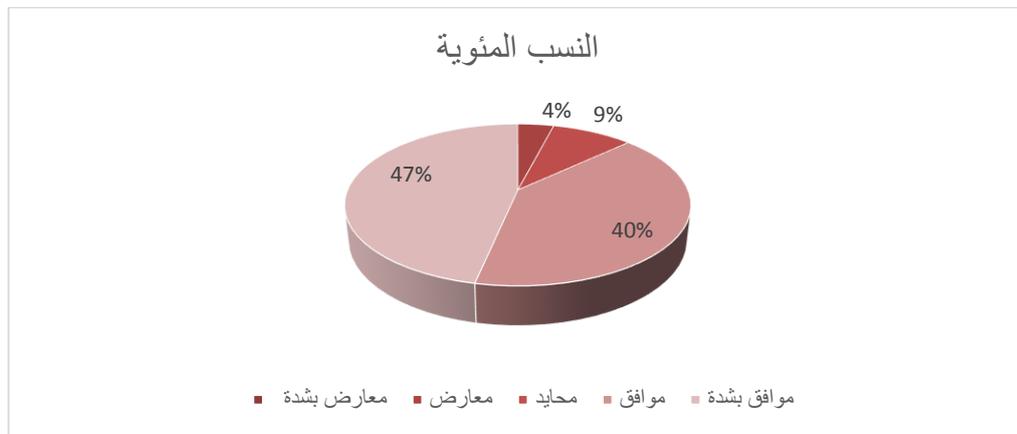
واكتساب خاصية المشجع الإيجابي عوض نشر محتويات تحرض على الفتنة والكره والتعصب الرياضي. (الحاج خ.، 2016، صفحة 158)

جدول رقم (37): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الرابعة والثلاثين (مواقع التواصل الاجتماعي كانت سببا في فضح الكثير من الأخطاء من الحكام واللاعبين على أرضية الملعب)

البدائل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	00	00	4.30	0.79	2	موافق بشدة	120.85	0.000
معارض	20	04						
محايد	45	09						
موافق	201	40.3						
موافق بشدة	233	46.7						
المجموع	499	100						

بعد تحليل نتائج العبارة التالية: مواقع التواصل الاجتماعي كانت سببا في فضح الكثير من الأخطاء من الحكام واللاعبين على أرضية الملعب، وبعد عرض الشكل التوضيحي التالي، تبين لنا ما يلي:

شكل رقم 34: يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الرابعة والثلاثين



وافق بشدة 46.7% من المبحوثين على هذه العبارة، ووافق عليها أيضا 46.7%، في حين قرر 9% من المبحوثين عدم إبداء آرائهم حولها، كما عارض عليها 4%، بينما المعارضون على هذه العبارة كانت نسبتهم منعدمة.

و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أعلاه أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 120.85، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق بشدة .

وتشير معطيات الجدول أيضا أن رتبة هذه العبارة هي 2، بينما المتوسط الحسابي والانحراف المعياري قد بلغ كل منهما 4.30 و 0.79، وهذا ما يعكس اتجاه موافق بشدة.

فقد يتضح لنا من خلال ما سبق أن مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت بعض المفاهيم التي يصعب نوعا ما تحليلها ومحاكاتها في عصر التلفزيون الذي كان آنذاك وسيلة العصر الوحيدة التي يعتمد عليها المشاهد و التي تربطه بالوقت والمكان حيث يقوم بوظيفة استقبال المعلومة و فقط ، على عكس الوسائط الاجتماعية التي حررت المشاهد من حاجزي الزمان والمكان وخاصة الجماهير الرياضية العاشقة للمباريات التي وجدت ملائمة شاسعة مع هذه الخاصية والتي تمكنهم من إعادة المباريات وقت ما يشاءون ، خاصة أنهم وجدوا في موقع الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب مساحة شاسعة من التحليل الحر والنقد اللاذع بعد نهاية المباريات بالأدلة والبراهين، والكشف عن الأخطاء الناجمة عن الحكام واللاعبين وعرضها بالفيديوهات والصور وفضح أخطائهم وبالتالي مكنتهم هذه المواقع من تقمص أدوار عديدة و القيام بوظائف إرسال و استقبال الرسالة والرد عليها في أن واحد .

فلم تعد العملية الرياضية التحليلية تقتصر على الأستوديوهات التلفزيونية وإنما تخطت ذلك إلى العالم الافتراضي وكونت جمهورا مدركا للقوانين الرياضية بالرغم من عدم احترافيتهم وتخصصهم و ميلهم لنادي أو منتخب أو لاعب معين ، لكن تبقى في المجمل دافعا مهما للتقليل من أخطاء اللاعبين والحكام داخل أرضية الملعب ، لأن تلك الأخطاء قد غيرت من مصير المنتخبات وحتى الدول ونجمت عنها ظهور شحنة من الصراعات بين الجماهير ، فعلى سبيل المثال التحايلات التي قام بها الحكم قاسما و مساهمته الفعلية في تأهل منتخب الكامبيرون على حساب الجزائر ضمن التصفيات النهائية المؤهلة لكاس العالم "قطر" وقس على ذلك باقي الحكام سواء في القارة الأفريقية أو باقي القارات ، لهذا يجب أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي سلاحا للحد من هذه الأفعال الغير مهنية التي يقوم بها الحكام على أساس التحيز لمنتخب معين أو الحصول على رشوات من المنتخبات

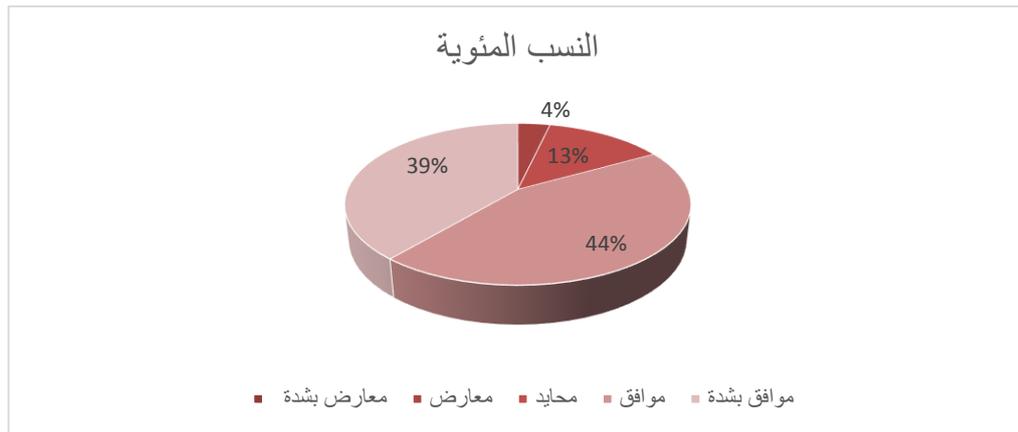
الفائزة بطريقة تعكس رقي الرياضة وجانبها الإنساني و الأخلاقي و تعمل على تهديم مبادئ و أساسيات الثقافة الرياضية.

جدول رقم (38): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الخامسة والثلاثين (تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتضخيم الأحداث الرياضية)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	00	00	4.18	0.80	5	موافق	117.52	0.000
معارض	18	3.6						
محايد	66	13.2						
موافق	221	44.3						
موافق بشدة	194	38.9						
المجموع	499	100						

تشير أرقام الجدول أعلاه والشكل التوضيحي إلى جملة من الملاحظات أبرزها:

شكل رقم (35): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الخامسة والثلاثين



وافق 44.3% على العبارة التي مفادها بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتضخيم الأحداث الرياضية، ووافق عليها بشدة 38.9% من المبحوثين، بينما حل المحايدون ثالثاً بنسبة 13.2%، في

حين جاءت نسبة المعارضون في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.6 % لان نسبة المعارضون بشدة كانت 0%.

كما نلاحظ أيضا أن هذه العبارة كانت رتبته 5، ونلاحظ أيضا من بيانات الجدول ان احتمالية اختبار ت و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 117.52، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق .

حيث أن المتوسط الحسابي قدر ب 4.18 والانحراف المعياري قد بلغ 0.80، وهذا ما يعكس اتجاه موافق.

هذا ما يدل أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الفاعل الرئيسي لظهور التعصب والعنف بسبب تقديم أحداث رياضية مضخمة ، وهو الأمر الذي فتح مجالا للجماهير للتعليق على هذه الأحداث بطريقة غير لائقة ، فالعديد من الأحداث الرياضية تحولت إلى حلبات مصارعة بسبب تقديم الأحداث ومعالجتها والمبالغة في نقل الواقع الحقيقي عنها بمصادر مغلوبة وتحويل تلك القضية إلى قضية رأي عام وتشويش تفكيرهم و تعزيز هذه الاتجاهات السلبية و صمودها لفترة طويلة من الزمن ، وذلك لسبب وحيد وهو الحصول على أكبر عدد من الجامات من طرف المتابعين ومن ثم بلوغ أهدافهم المادية على حساب الجماهير .

فبالتالي نستخلص أن تضخيم الأحداث الرياضية عبر الفيسبوك، تويتر واليوتيوب تعتمد على تضليل وتعظيم الأحداث ونشر الشائعات على أنها حقيقة وتوظيف صور وشواهد وأحداث مفبركة، وهذا من أجل خلق بلبلة جماهيرية والحصول على عوائد مالية ربحية.

كما أن لها آثار رجعية ليس فقط على الرياضة وإنما شملت جميع المجالات الأخرى سياسية، اقتصادية، ثقافية واجتماعية، وهذا راجع إلى غياب الاحترافية والموضوعية والرقابة الإعلامية عن المنشورات، إضافة إلى عدم وجود قوانين تنظم العمل الإعلامي عبر هذه المواقع وهو ما سبب خروقا وصراعات التي لم تشمل الأفراد فقط وإنما تعدت إلى نشوب نار الفتنة وقطع العلاقات بين الدول.

جدول رقم (39): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السادسة والثلاثين (أتاحت مواقع التواصل

الاجتماعي الفرصة أمام الطلبة من إمكانية تحرير أخبار رياضية ومشاركتها)

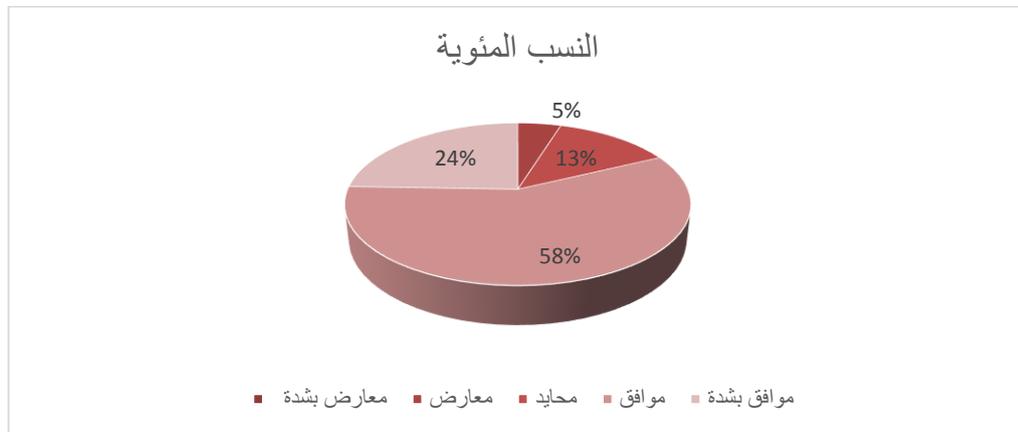
البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة	قيمة ت	احتمالية
معارض	00	00					

						بشدة		
0.000	119.1	موافق	10	0.75	4.02	4.8	24	معارض
						13	65	محايد
						57.7	288	موافق
						24.4	122	موافق بشدة
						100	499	المجموع

وضحت الأرقام التي في أعلى الجدول الملاحظات التالية:

أكثر من نصف عينة الدراسة وافقت على أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت الفرصة أمام الطلبة من إمكانية تحرير أخبار رياضية ومشاركتها وذلك بنسبة 57.7%، في حين وافق بشدة 24.4%، بينما كان المحايدون نسبتهم قريبة من المتوسط إذ قدرت بـ 13%، أما باقي النسبة كانت جد ضعيفة لصالح المعارضين بـ 4.8%، والمعارضين بشدة بـ 0%، هذا كما يظهره الشكل التوضيحي الآتي:

شكل رقم (36): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السادسة والثلاثين



و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 119.1، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق .

هذه العبارة احتلت المرتبة العاشرة وبخصوص المتوسط الحسابي فقد بلغ 4.02، والانحراف المعياري بلغ 0.75، وهو ما يعكس اتجاه موافق.

نستنتج أن من الأسباب التي مكنت الطلبة من اعتمادهم على موقع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب كوسيلة لتحرير الأخبار الرياضية ومشاركتها مع المجموعات المختلفة ومع أصدقائهم هي:

_ مواقع التواصل الاجتماعي سمحت للأفراد تقمص وظيفة الإعلامي الحر أو ما يسمى بالصحفي الهواة، أي أن أي شخص يمكنه تحرير الأخبار ومشاركتها مع الآخرين.

_ غياب عناصر الاحترافية والجدية والموضوعية عن الأخبار التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا لجهلهم التام حول وظائف الإعلام الرياضي.

_ غياب القوانين والرقابة التي تحرص على حماية الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما سهل للأفراد كتابة وتحرير الأخبار وتوظيف ميولاتهم وتوجهاتهم المختلفة دون الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين.

_ لقد ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي على انتشار كبير للشائعات وروجها بشكل لافت وطغيان التضليل الإعلامي، كما لعبت دورا كبيرا في اضمحلال العديد من المصطلحات الإعلامية كالموضوعية، مصدر المعلومة، الصدق والثبات.

فجل هذه النقاط تدل على أن هذه المواقع تعمل على خلق ثقافة جديدة متمثلة في مفهوم الإعلام الذاتي أو الشخصي ، بمعنى يستطيع أي شخص عند اعتماده على موقع من مواقع التواصل الاجتماعي أن يمثل وسيلة إعلامية سمعية ،سمعية بصرية أو مكتوبة، وستكون وجهة مهمة لأكثر عدد من المستخدمين ، (الحريري، 2017، صفحة 48) فهي تساعد الأفراد على تشكيل اتجاهات فعلية لمواضيع معينة عن طريق تكوين استجابة لسلوك مزاجي أو عاطفي أو معرفي ، فقد نجد أن عينة الدراسة استطاعت أن تكون الاتجاه الفعلي تجاه عديد المواضيع و القضايا الرياضية جراء تبنيها للإعلام الذاتي أو ما يسمى بالإعلام الشخصي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، فهو قد أتاحهم الفرصة عن إبداء آرائهم و التعبير عن أفكارهم و وجدانهم و مواقفهم و عن تجاربهم و هذا من أجل تشكيل وسائل إقناعيه تبدي توجهاتهم الفعلية سواء إيجابية أم سلبية .

بحيث يتميز الإعلام الشخصي بخصائص عديدة ملخصة في النقاط التالية:

○ يتميز بخاصية التعبير عن الآراء بحرية ونشرها في الفضاء الافتراضي في ظل وجود الانترنت.

○ يركز على عنصر أساسي وهو المواطن وتعزيز الديمقراطية.

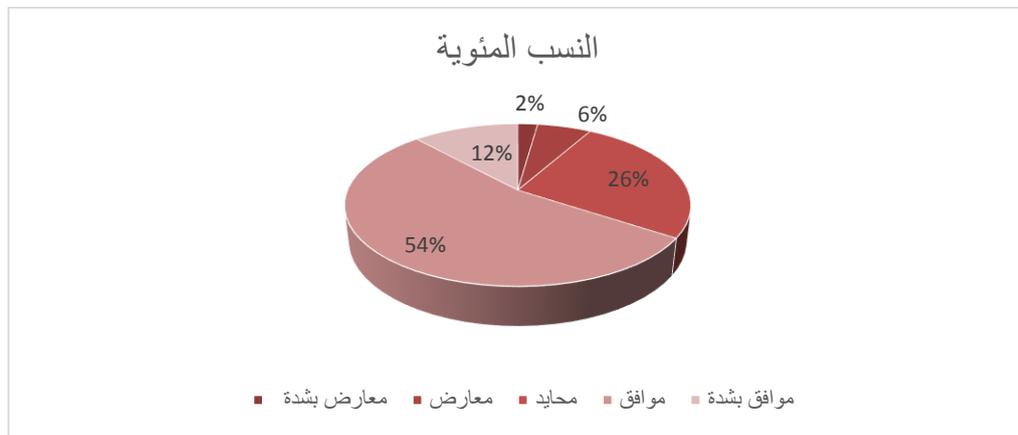
○ صحافة المواطن هي وليدة الإعلام البديل. (علي، 2018)

جدول رقم (40): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة السابعة والثلاثين (مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على تجسيد مفهوم التعاون في الأوساط الرياضية)

البدائل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	11	2.2	3.67	0.84	13	موافق	97.26	0.000
معارض	30	06						
محايد	130	26.1						
موافق	269	53.9						
موافق بشدة	59	11.8						
المجموع	499	100						

تشير بيانات الجدول أعلاه والرسم التوضيحي إلى الملاحظات التالية:

شكل رقم (37): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة السابعة والثلاثين



إن نسبة معتبرة وافقت على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على تجسيد مفهوم التعاون في الأوساط الرياضية بنسبة 53.9%، حيث أن 26.1% من عينة الدراسة فضلوا عدم إبداء رأيهم حول هذه العبارة، كما تقاربت النسب بين الموافقين بشدة والمعارضين حيث قدرت بـ 11.8% و 6%، بينما عادت النسبة الضعيفة لصالح المعارضين بشدة بـ 2.2%.

و نلاحظ أيضا من بيانات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 97.26 ، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية في إجابات العينة لصالح البديل موافق .

كما نلاحظ أيضا أن رتبة هذه العبارة احتلت 13 في حين نجد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري قد بلغ كلاهما: 3.67 و 0.84، وهذا ما يعكس اتجاه موافق.

يتبين لنا من خلال ما سبق أن الرياضة لم تكن فقط لعبة ترفيهية وإنما حملت في طياتها وظائف سامية وكل معاني الخير و الصفات المحبوبة، فهي منظومة إنسانية قبل أن تكون رياضية ، فهي دائما تسعى إلى الحرص على تكوين اتجاهات إيجابية تدفع بال جماهير نحو الرقي و التطور خصوصا ارتباطها بمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب) التي أبرزت دورها الفعال في تجسيد مختلف الصور التي تعكس التعاون والتضامن في الأوساط الرياضية ، وهذا ما ظهر جليا في نتائج الجدول ، فقد نجحت العديد من التبرعات والمساعدات للفقراء والمرضى وحتى المساعدات المعنوية تجاه شخص أو نادي أو لاعب معين تعرض لموقف غير لائق أو تعرض للعنصرية أو غير ذلك ، فهناك العديد من المجموعات الخاصة بالتعاون والتضامن عبر المواقع تكونت من هيئة تسمى بالمجتمع الرياضي البسيط التي فرضت اسمها و موقعها واستطاعت أن تتجح في مساعدة أشخاص معتمدين على الأسس الأخلاقية للرياضة .

وقد قامت الأسماء الرياضية الشهيرة أيضا بالمبادرات الخيرية وتقديم مختلف المساعدات المادية والمعنوية من خلال إعطائهم مبالغ مالية أو وضع الحالات على صفحاتهم الخاصة حتى تكون هناك مصداقية وتسهل عملية المساعدة هذا من جهة أو التعبير عبر صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي عن الوقوف المادي تجاه شخص معين أو بلد معين...مثل مساندتهم للقضية الفلسطينية أو تعرض بلد للزلزال أو مرض شخصية رياضية سواء كان تضامنا ماديا أو معنويا.

وكمثال على التضامن المعنوي نشير إلى تضامن العديد من اللاعبين والأندية الأوروبية عبر تويتر مع الطفل المغربي ريان إثر وقوعه في البئر الارتوازي، حيث كتب محرز تغريدة بعنوان: " حافظ على شجاعتك"، كما شارك نادي برشلونة في هذه الحملة التضامنية بتغريدة بعنوان: " الكل في البارصا يتمنون إخراجك من البئر بخير والرجوع إلى منزلك وعائلتك بصحة جيدة وكتب أيضا المعلق التونسي "الشوالي عبر الفيسبوك داعيا الله تعالى بالفرج على هذا الطفل وخروجه في تمام صحته.

لكن نجد أن هناك من اغتتم نجاح هذه المساعدات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بجمع أموال وتشكيل حسابات وهمية تعكس حالة مرضية تحتاج المساعدة الفعلية حتى تستعطف الرأي العام الرياضي سواء أشخاص عاديين أو مشاهير، فقد وجدنا من يضع حالات كاذبة في التعليقات الخاصة بصفحات الرياضيين حتى تستلهم تعاطف المتابعين. لهذا يجب التحري الجيد عن هذه الحالات والتنقل إليها واقعيًا حتى لا تستغل مواقع التواصل الاجتماعي والرياضة في مساعدة المنتحلين.

فالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كأداة مهمة في تدعيم التعاون بين الأوساط الرياضية وتوظيفها في نشر الثقافة الرياضية سوف يزيد من مستوى التربية الفكرية لدى الأفراد المترابطين والمتماسكين بأخلاقهم وقيمهم وتوظيفها في خدمة مجتمعاتهم والمساهمة في تطورها.

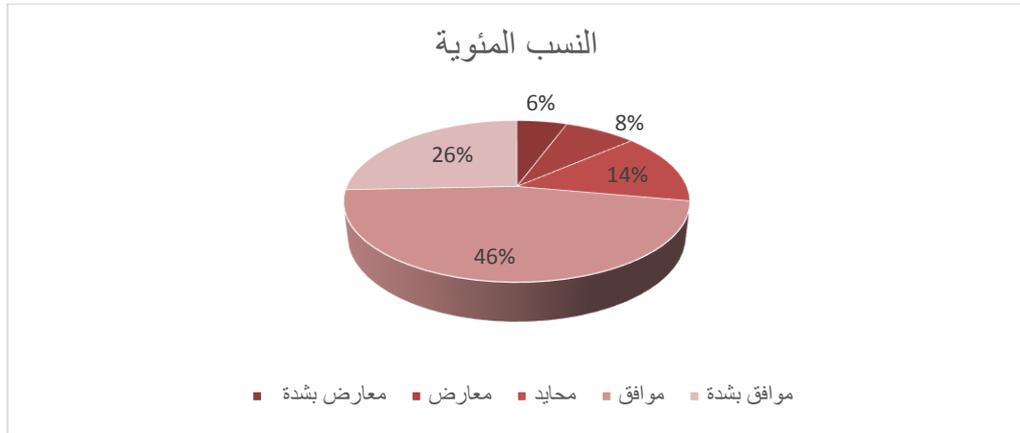
جدول رقم(41): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثامنة والثلاثين (تتيح مواقع التواصل الاجتماعي

الفرصة للهواة والمحترفين للتحليل للقاءات الرياضية)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية ت
معارض بشدة	28	5.6	3.79	1.09	11	موافق	77.82	0.000
معارض	40	08						
محايد	71	14.2						
موافق	232	46.5						
موافق بشدة	128	25.7						
المجموع	499	100						

اتضح من البيانات المبوبة في أعلى الجدول و الرسم التوضيحي التالي:

شكل رقم (38) : يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثامنة و الثلاثين



46.5% وافقوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للهواة والمحترفين للتحليل اللقاءات الرياضية، كما جاء الموافقون بشدة في المركز الثاني بنسبة 25.7%، في حين حل المحايدون ثالثا بنسبة 14.2%، بينما قدرت نسب كل من المعارضين والمعارضين بشدة 8% و 5.6%.

و نلاحظ أيضا من معطيات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 77.82 ، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق .

كما يتضح لنا أيضا أن المتوسط الحسابي بلغ 3.79، والانحراف المعياري قدر ب1.09، بينما احتلت هذه العبارة المركز 11، هذا ما يعكس اتجاه موافق.

وهو ما يفسر أن مواقع التواصل الاجتماعي أعطت الفرصة لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية خصوصا والهواة عموما على تجسيد أحلامهم التحليلية على الفضاء الرقمي، فلم تعد هذه العملية تقتصر فقط على القنوات الفضائية الرياضية التحليلية وإنما تخطت ذلك للمحللين الهواة لإبراز مواهبهم ، فقد تحولت منصات التواصل الاجتماعي بعد انتهاء المباريات الرياضية إلى أستوديوهات افتراضية لتحليل اللقاءات والمباريات الرياضية وتقديم ملخصات عنها بطريقة تسمح للمتلقين الحصول على نتائج المباريات وأهم ما حصل فيها، بل و أصبح الجمهور الرياضي يعتمد كثيرا على التحليلات الرياضية عبر الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب كدعامة مهمة لأنها فضاء يقبل تدخلاتهم و آرائهم و توقعاتهم بكل حرية عكس الإعلام التقليدي ، إضافة إلى معرفتهم لأهم خباياها كطريقة اللعب و أداء اللاعبين والحكام، وإبراز سلبيات وإيجابيات المباريات .

فهذه التحليلات الافتراضية لم تقتصر على جانب محدد وإنما تعدت جميع الجوانب الرياضية، فهم تقمصوا دور المدربين واللاعبين والمشجعين وحتى أدوار الحكام، وهذا ما يجعلنا نحكم على اهتمامهم الشديد بأخبار الأندية والمنتخبات الرياضية وحبهم الشديد للرياضة.

إذن مواقع التواصل الاجتماعي جمعت بين كل عناصر الرياضة في أن واحد وأعدت تشكيل اتجاهات وفق ترتيبات مضبوطة وهادفة، من خلال جمع الجماهير الرياضية الواسعة في الفضاء الافتراضي ومنح لهم فرصة ممارسة أبجديات التحليل والتعليق الرياضي على المباريات الرياضية بدون شروط أو حتى تحصلهم على شهادة إعلامية، بل وصلت هذه التحليلات إلى نطاق واسع من الجماهير مع إمكانية الرد عليها وتبادل الآراء ووجهات النظر.

لكن لا نستطيع التأكيد بان هذه التحليلات التي تقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنها تحليلات بناءة و تعالج المباريات بطريقة موضوعية وهادفة ، فقد نجد أن هناك ميل و تحيز ذاتي لنادي أو منتخب أو لاعب معين ، فالمحلل الرياضي يمتاز بقدرته على وصف ما يحدث داخل الملعب و خارجه ، فلا بد عليه أن يكون شخصا يتمتع مستمعيه بأدائه و فصاحته و ثقافته الواسعة بجميع العناصر الموجودة داخل الملعب من لاعبين و مدربين و جماهير ، فالتحليل الرياضي هو فن قبل أن يكون أداء فهذا يلجأ المحللون للتحليل الرياضي من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- وضع تصورات لطرق اللعب التي تتناسب ومهارات اللاعبين.
- التوصل الى أساليب المتميزة للعب.
- التوصل الى معرفة العوامل التي تساهم في قوة الفريق وفي ضعفه.
- محاولة ايجاد حلول لأهم المشاكل التي تواجه الفريق ومعالجتها.
- معرفة أهم النقاط الفنية للفريق الخصم.
- دراسة أهم العراقيل التي وقفت أمام خسارة الفريق.
- تقديم لائحة تضم اللاعبين الاقل قوة وعطاء.
- دراسة أهم العوامل التي تسببت في فوز الفريق (بديري، 2018، صفحة 18، 19).

لهذا وجب على المحللين الهواة أن يعرفوا جيدا وظيفة هذا المجال المتمثل في عرض الوقائع الرياضية بكل حياد و موضوعية و صدق و ضمير مهني ،وأن يمتلك المحلل ثقافة رياضية شاسعة و معلومات رياضية كبيرة وأن يبيت في نفوس المتلقين المعاني السامية للروح الرياضية و احترام المنافس و تقبل نتيجة المباراة بعيدا عن الشغف و العنف و أن يبعث في نفوسهم و عقولهم رسائل جوهرية

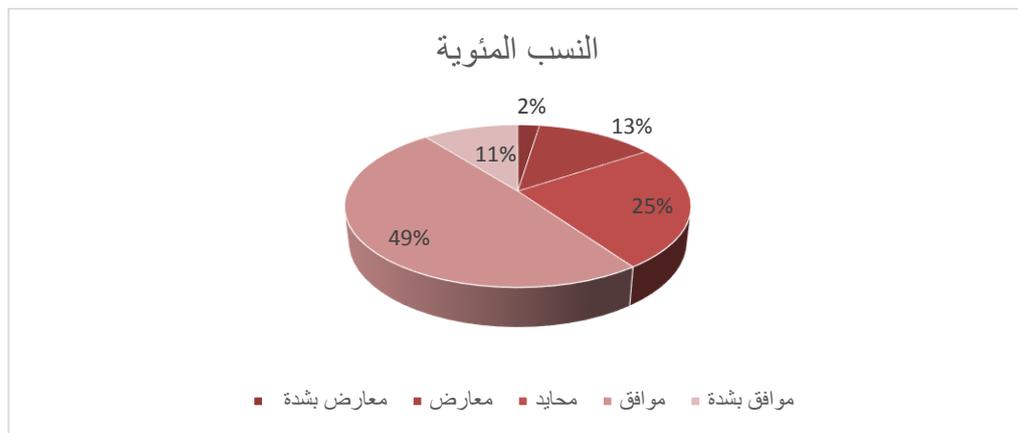
بأن الرياضة هي تربية و ثقافة قبل أن تكون لعبة ، فهي متعة كروية بحثة تتعارف من خلالها الثقافات و تنتشر من خلالها القيم ، وأن الرياضة تستطيع أن تحقق ما لم تحققه المجالات الأخرى ، لأنها أصلا مجتمعة كلها في الثقافة الرياضية.

جدول رقم (42): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة التاسعة والثلاثين (مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور تربوي فعال من خلال تربية الفرد فكريا)

البدل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	12	2.4	3.52	0.93	15	موافق	84.26	0.000
معارض	66	13.2						
محايد	123	24.6						
موافق	245	49.1						
موافق بشدة	53	10.6						
المجموع	499	100						

تبين معطيات الجدول أعلاه أن أعلى نسبة سجلت من طرف فئة الموافقين على الرأي القائل بان مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور تربوي فعال من خلال تربية الفرد فكريا بنسبة 49.1%، تلتها فئة المحايد بنسبة 24.6%، ثم بعدها تقاربت نسبة المعارضين والموافقين بشدة بـ 13% و 10.6%، ليحل أخيرا المعارضون بشدة بنسبة جد محتشمة قدرت بـ 2.4%، هذا ما أظهره الشكل التوضيحي الآتي:

شكل رقم (39): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة التاسعة والثلاثين



و نلاحظ أيضا من معطيات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 84.26 ، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق .

كما أشار أيضا الجدول إلى أن هذه العبارة رتبها 15، في حين نجد أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري قدر كل منهما ب3.52 و 0.93، هذا ما يعكس اتجاه موافق.

فالنسبة الكبيرة من أفراد عينة الدراسة كانت أرائهم موافقة على هذا الرأي مما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور تربوي فعال من خلال تربية الفرد فكريا، فهي توجه الفرد بحسب موافقة الأغلبية إلى التفكير السوي والابتعاد عن كل ما يعكر صفواه ، والوصول به إلى أعلى درجات التطور الفكري خصوصا أن المرحلة الفكرية هي أولى المراحل التي تكون الاتجاهات و هو عامل مهم يساعدهم على تقبل أفكار اجتماعية بطريقة منظمة و هادفة و هذا ما يجعلها تتسم بالإيجابية في ظل نشر الأفكار المبدعة و البناء لأنه يمكن الإنسان من التعرف على واقعه الاجتماعي بطريقة صحيحة .

فعندما تكون المرحلة المعرفية عند تكوين الاتجاه مشبعة بالقيم والأخلاق والثقافة والأفكار السوية فحتما سينتج عنه مصطلح التربية الفكرية.

والتربية الفكرية هي درجة عالية من الرقي الفكري تضم جميع المجالات حتى تمكن الفرد من التعايش مع المجتمع بطريقة حضارية.

و من أهم الوظائف التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي هي أنها وسيلة ناجعة في التعليم و تطويره متعديا المجال الزمكاني ، فهي أضحت عاملا تعليميا اجتماعيا من خلال جمع بين كل عناصر العملية التعليمية في آن واحد و منح فرص للطلبة لتخلص من الخجل الذي يصاحبهم أثناء النقاشات مع الآخرين ، فهذه المواقع لها قدرة كبيرة لخلق المهارات و رفع قدرات النمو الفكري و من أمثلة على ذلك تطوير مهارات الحوار مع جميع أطراف المجتمع افتراضيا و هي فرصة مهمة لإعداد شخصية قوية متكاملة في الواقع الحقيقي .

كما أضحت هذه المواقع وسائل مهمة لتلقين الطلبة لمختلف المعلومات والمعارف التي يحتاجونها في حياتهم الدراسية والمهنية إذا ما أحسنوا توظيفها (العودات، 2014).

فعند إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي سطر القائمون عليها وظائف و أهداف مختلفة منها ما يعود بالفائدة على المستخدمين و منها ما هي سلبية ، و من خلال استقراء بيانات الجدول أعلاه تبين أن لهذه المواقع صفة إيجابية متمثلة أساسا في تربية الأفراد فكريا من خلال تقديم مواضيع ومنشورات

تنمي أفكارهم وتدفعهم إلى التطور الفكري ، لكن من جهة أخرى سمحت الحرية المطلقة للمستخدمين الاعتماد على الفيسبوك ، تويتر و اليوتيوب بشكل غير مخطط و غير مدروس و هو ما أدى إلى اختلاف وجهات النظر تجاه هذا الموضوع و هذا ما ظهر من خلال بيانات الجدول حيث وجدنا أن المركز الثاني كان من نصيب المحايدون الذين لم يبرزوا وجهات نظرهم وهو ما يدفعنا إلى التأويل بآراء أخرى تعكس الوجهة الأولى والتشكيك في الدور الفعال الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي نحو تربية الفرد فكريا ، وهذا راجع إلى أسباب مختلفة أهمها كثرة الحسابات الوهمية عبر هذه المواقع و التي تهدف إلى زعزعة التفكير المبدع للأفراد وتهديم أفكارهم السوية.

و في ظل انقسام آراء الطلبة نحو قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تربية الفرد فكريا ، فيجب عليهم أن يسطروا مجموعة من الأهداف الذاتية التي تستطيع أن تغير من وظيفة هذه المواقع (الصفحات التي تبت و تنشر الأفكار والسلوكيات والاتجاهات التي تهدم أسس الثقافة الرياضية) و تطور مفهوم التربية الفكرية و المساهمة في اكتسابه لدى جميع الأوساط ، بمعنى أن يهتم كل طالب باكتساب أسس ترفع من مستويات التربية الفكرية و توظيفها داخل هذه المواقع حتى تعم الفائدة على جميع المستخدمين، وبهذا نستطيع بتر التوجهات التي تسعى إلى تهديم مبادئ الثقافة الرياضية و الأفكار المبدعة . كما تساهم أيضا الأسرة، المجتمع، المنظومة التربوية، وسائل الإعلام وهيئات المجتمع المدني على تدعيم مبادئ التربية الفكرية داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

ولتطوير أفكار الطلبة وتنميتها يجب عليهم إتباع النقاط التالية:

_ إتباع المنهج الإسلامي الذي يحث على التربية والأخلاق وتغذية الفكر بالقرآن وبتعاليم سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام.

_ تطوير القدرة على تقبل آراء الآخرين بدون نرفزة وحياد، والفهم الجيد للقضايا بجميع حيثياتها.

_ لا بد عليهم أن يكون لهم رصيد معرفي ومهارات فكرية تضمن لهم المشاركة في مختلف القضايا والأنشطة التي تتطلب استدلال وحجج وبراهين والوصول إلى خلاصة منطقية.

_ يجب على الطالب أثناء تفكيره ألا يغفل على المعارف المكتسبة من المحيط الاجتماعي والثقافي والسياسي... وغيرها وتوظيفها في النقاش.

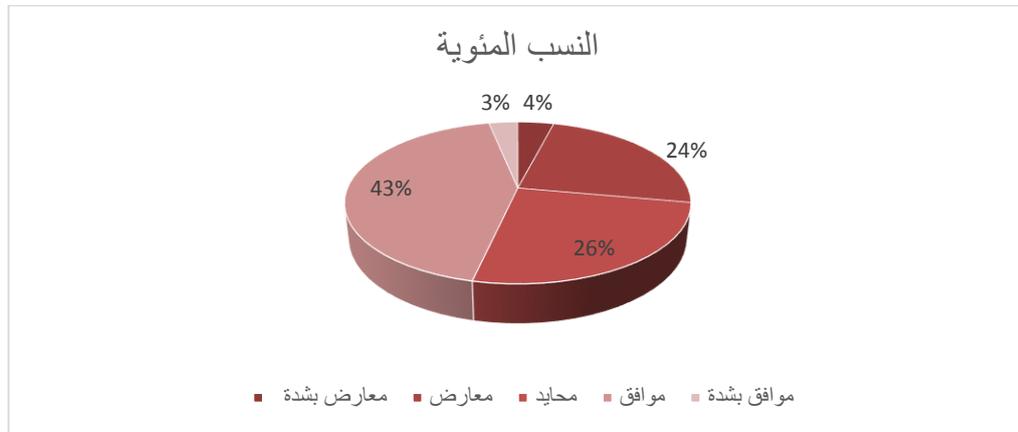
_ أن يكون الطالب يعرف جيد مصطلح المسؤولية وكيف تتشكل هذه المصطلحات وأن يعلم جيدا بأن أفكاره مستقلة عن الآخرين. (عماد الدين و اخارون، 2020، صفحة 93)

جدول رقم (43): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الأربعة (تفتقد مواقع التواصل الاجتماعي إلى التعريف بثقافة نظام التغذية التي يحتاجها الرياضيون)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	20	04	3.18	0.96	24	محايد	73.62	0.000
معارض	119	23.8						
محايد	128	25.7						
موافق	216	43.3						
موافق بشدة	16	3.2						
المجموع	499	100						

وضحت البيانات المبوبة أعلاه أن أعلى نسبة سجلت من التأييد على العبارة التي مفادها بأن مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى التعريف بثقافة نظام التغذية التي يحتاجها الرياضيون بنسبة وصلت إلى 43.3%، في حين فضل 25.7% عدم إبداء آرائهم ، ثم بلغت نسبة المعارضين 23.8%، ولم يكن للمعارضين بشدة نصيب وافر من هذه العبارة حيث قدرت ب 4 %، كما يوضحه الشكل البياني الآتي:

شكل رقم(40): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الأربعة



و نلاحظ أيضا من معطيات الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 73.62 ، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق .

بلغ كل من المتوسط الحسابي 3.18، والانحراف المعياري، 0.96، بينما كانت رتبة هذه العبارة 24، وهذا ما يعكس اتجاه محايد.

تهتم الثقافة الرياضية أشد الاهتمام بصحة الأفراد فهما عنصران جد متكاملان مع بعضهما البعض، فهي تحثهم دائما على اتباع برنامج غذائي صحي يكون مصحوب بممارسة نشاطات بدنية منتظمة حتى يتمكن من خلالها الأفراد من تفادي أمراض مختلفة كمرض السكري و القلب و الاصابة بجلطات دماغية، فالثقافة الرياضية تشترط تكامل عنصري الرياضة و التربية الغذائية بغية تشكيل توجهات إيجابية تعود أثارها بالمنفعة على الفرد من جميع النواحي (النفسية، الاجتماعية ، الصحية)، وذلك بالاعتماد على خبراء و مختصين في الرياضة و الغذاء أو بالاعتماد على وسائل معينة تكون ذات فاعلية و لا تتطلب وقت و امكانيات مادية.

هذا ما يتضح لنا من قراءة أرقام الجدول بأن اعتماد عينة الدراسة على الفيسبوك ، توير و اليوتيوب كوسيلة لتنمية ثقافتهم الغذائية الصحية مرهون بالوظيفة التي يقوم بها كل موقع إن كان فعلا ينشر مضامين متعلقة بالأكل الرياضي الصحي وفقا لمختصين في هذا المجال ، أم هم مرتبطين فقط بعرض إشهار لماركات غذائية رياضية و غايتهم واضحة ألا وهي تحصيل عوائد مالية على حساب ضحايا عبر هذه المواقع بالرغم عن مدى صدق أو كذب هذا المنتج الغذائي الرياضي ، و هنا تكمن جوهر المشكلة و ينجم عنه أسئلة قد تخطر في بال كل طالب باعتبار أنهم يدرسون تخصص الرياضة.

فمواقع التواصل الاجتماعي تعج بالحميات الغذائية التي تصدر من أشخاص لهم تأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي لكن في الحقيقة قد تكون لها انعكاسات جد خطيرة على صحة الجسم، خصوصا بصورها من أناس غير متخصصين في الرياضة.

فقد يقدم المشاهير والفنانين الوصفات والمكملات الغذائية قصد التنحيف والحصول على جسم رشيق، لكنها في الواقع مجرد أكاذيب تهدف بالدرجة الأولى إلى الحصول على الأموال على حساب صحة الأشخاص، وذلك من خلال تهيئة الظروف لإحداث تغيير في اتجاهات ومواقف الجماهير التي تشكلت مسبقا حول منتج معين بوضع أشخاص مشهورين ومختصين في هذا المجال وهي عملية

ديناميكية لإحداث تأثير في عقول ونفوس المتلقين وبالتالي يحدث قبول لهذا المنتج وينجحون في الترويج له.

لهذا وجب على المتلقين توخي الحذر وعدم الوقوع في فخهم حتى لا تكون النتيجة سلبية تعود على صحة أجسامهم.

فمواقع التواصل الاجتماعي نجحت في تغيير نظام التغذية الصحية الذي يقدم عبرها، لأنها تقدم من طرف أشخاص غير أكفاء دون أدلة علمية، فقد أقيمت العديد من الدراسات على نظام التغذية الصحية الذي يقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووجد أن أغلب هذه المضامين غير صحية ومصادرها مجهولة وغير موثوقة، فقد تبين من خلال الدراسة أنه يوجد شخص واحد فقط من الولايات المتحدة الأمريكية من أصل تسعة مشهورين، كان يقدم نصائح قيمة وغير مكذوبة بخصوص الصحة الغذائية، حيث تبين أن المعايير الغذائية الصحيحة والعلمية تغيب عن صفحات المؤثرين.

فبالتالي بالرغم من نجاح العديد من الصفات الصحية التي يحتاجها الرياضيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لكن في الأغلب قد تكون وصفات غذائية وخيمة وتسبب أمراض خطيرة، لهذا وجب أن تتخذ إجراءات صارمة ضد الحسابات الكاذبة المختصة في التغذية الصحية. (سليم، بلا تاريخ)

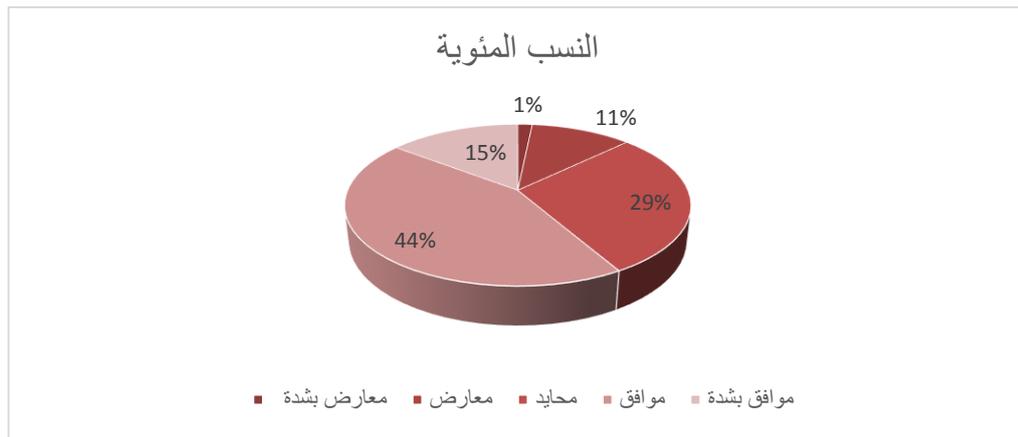
جدول رقم (44): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الحادية والأربعين (تغفل مواقع التواصل

الاجتماعي على تجسيد القيم والمبادئ السامية للرياضة)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	08	1.6	3.59	0.93	14	موافق	86.48	0.000
معارض	56	11.2						
محايد	144	28.9						
موافق	218	43.7						
موافق بشدة	73	14.6						
المجموع	499	100						

من خلال استقراء أرقام الجدول أعلاه اتضح لنا أن أعلى نسبة سجلت من طرف فئة الموافقين على الرأي القائل بأن مواقع التواصل الاجتماعي تغفل على تجسيد القيم والمبادئ السامية للرياضة ب43.7%، ثم تلتها فئة المحايدين ب28.9%، أما نسبة 14.6% عادت إلى فئة الموافقون بشدة، في حين اعترض 11.2% على هذه العبارة واعترض عليها بشدة 1.6%، وهذا الشكل البياني يوضح أكثر هذه القراءات:

شكل رقم(41): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الحادية والأربعين



و نلاحظ أيضا من أعلى الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 86.48 ، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق . بلغ المتوسط الحسابي 3.59 والانحراف المعياري قدر ب0.93 وتحصلت هذه العبارة على الرتبة 14، وهو ما يعكس اتجاه موافق.

هذا ما يعني لنا أن الرياضة هي عنصر أساسي من عناصر الثقافة الرياضية تحمل في طياتها مهام و وظائف نبيلة، فهي تعبر في مجملها عن القيم الأخلاقية التي تجسدها بين اللاعبين وحتى بين المشجعين أنفسهم، فهي لعبة تروح عن النفس وتبعث فيها مبادئ سامية تحافظ من خلالها على مبادئ عديدة أهمها مبدأ الروح الرياضية واحترام المنافس الآخر مهما كان دينه وعرقه و بلده. لكن الملاعب الرياضية تعبر عن معاني أخرى عكس ما تحمله الرياضة في طياتها فقد نقلت هذه الوقائع إلى مواقع التواصل الاجتماعي والتي بدورها غيرت الاتجاهات_ باعتبارها دوافع مكتسبة و متشعبة بالأفكار الوجدانية_ و خالفت المبادئ الأخلاقية للرياضة وحولت صورتها الحسنة إلى صورة سيئة ، فهي أصبحت مجالا لتشجيع السب والقذف والتعصب والعنصرية وعدم تقبل الخسارة وعدم احترام الخصم، فالمشجعين عبر هذه المواقع يقومون بسلوكات لا تمت بصلة بأخلاق الرياضة ولا

يقبلها العقل السوي والسلوك الطبيعي، فهي عادات خاطئة انتشرت كثيرا بين الأوساط الرياضية وانتقلت من الواقع إلى المواقع.

فهناك سلوكيات خاطئة وغير حضارية حاضرة بقوة في الملاعب الرياضية، تجسدها السلوكيات العنيفة وغير محترمة عبر الفضاءات الرقمية تحمل في طياتها مشادات كلامية بين المشجعين متمثلة في عدم احترام المنافس، عدم تقبل نتائج المباريات، وتقشي العنصرية بشكل رهيب. (قنص، 2015) ومن الأسباب التي جعلت هذه الظاهرة تنتشر في فيسبوك، تويتر، اليوتيوب هي:

_ غياب الرقابة والقوانين الصارمة التي تحد من التعصب الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
_ عدم معرفة الجماهير لجوهر الرياضة الحقيقي.
_ قلة الدراسات التي تدرس هذه الظاهرة الخطيرة.
_ غياب الحملات التحسيسية التوعوية بخطر انهزام القيم الأخلاقية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

_ الحرص على إعادة النظر والدراسة الجيدة في الوظائف المنوطة بعنصر الثقافة الرياضية والمتمثل أساسا في نشر القيم الأخلاقية الحميدة بين المشجعين في ظل اعتمادهم على هذه المواقع كأداة فعالة للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية والسماح لهم بالتعبير عن آرائهم الرياضية بكل حرية لكن في إطار سلمي ومحترم بعيدا عن الهمجية والسب والشتم.

جدول رقم(45): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثانية والأربعين (مواقع التواصل الاجتماعي تهتم

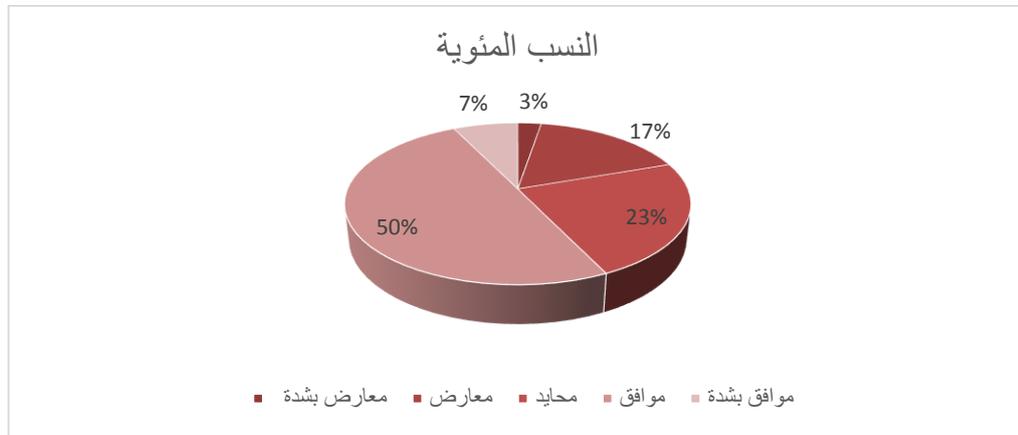
بعرض محتويات على إعادة التأهيل البدني بعد الإصابات)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	13	2.6	3.42	0.94	18	موافق	81.15	0.000
معارض	85	17						
محايد	116	23.2						
موافق	249	49.9						
موافق بشدة	36	7.2						

						100	499	المجموع
--	--	--	--	--	--	-----	-----	---------

تحصلت العبارة التي مفادها بأن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بعرض محتويات على إعادة التأهيل البدني بعد الإصابات على نسبة 49.9% من التأييد، بينما 23.2% امتنعوا عن إبداء آرائهم، فقد تحصل أيضا المعارضون على المرتبة الثالثة بنسبة 17%، في حين انخفضت النسب كثيرا لفئتي الموافقين بشدة والمعارضين بشدة فكانت كالتالي: 7.2% و 2.6%، والشكل البياني التالي يوضح هذه القراءات:

شكل رقم(42): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثانية والأربعين



و نلاحظ أيضا من أعلى الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 81.15 ، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق . كما قدر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ب 3.42 و 0.94 حيث احتلت هذه العبارة المركز 18، وهو ما يعكس اتجاه موافق لهذه العبارة.

فطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية وجدوا من خلال اعتمادهم الكثيف والمتواصل على الفيديوهات والمنشورات الرياضية عبر الفيسبوك، تويتر واليوتيوب بأنها تهتم بشكل كبير بتقديم الوظائف التي تتعلق بعرض محتويات عن التأهيل البدني بعد الإصابات، والتي من شأنها أن تنمي ثقافتهم الرياضية بخصوص هذا الجانب ونفادي الإصابات الرياضية.

فالمختصين أرجعوا أن أسباب الإصابات الرياضية راجع إلى عدم إلمام الجسم بجميع الحركات اللازمة، إضافة إلى الوقوع في تمارين رياضية خاطئة، وهو ما يؤدي حتما إلى الإصابة، وللعلاج بعدها يجب القيام بإعادة التأهيل البدني والمتمثل أساسا بالاعتماد على أخصائي العلاج الطبيعي

الرياضي، جراح العظام والاعتماد على مرافق إعادة التأهيل ، ففي المقابل أضحت مواقع التواصل الاجتماعي منصات للاهتمام بعرض محتويات حول إعادة التأهيل البدني بعد الإصابات ، وهذا ما وافق عليه أغلب المبحوثين، فهذه المواقع توفر لهم أطباء طبيعيين وجراحين يقدمون لهم نصائح وتعليمات لكيفية العلاج ، بل وتحاول إظهار معدات بسيطة موجودة في كل منزل لكل من تعذر عليه الذهاب والتنقل إلى مقر الرياضة.

وتهدف المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أساسا التي تتناول إعادة التأهيل البدني بعد الإصابات إلى التركيز على الرعاية الصحية المثلى والوقاية من الإصابات وتحقيق مستوى كبير من اللياقة رغم التقدم في العمر، كما يصف المختصون العديد من الطرق للتمارين الرياضية وإعادة تكييف العضلات، وتعد هذه المحتويات وظيفة من وظائف التنوير وإزالة الغموض عن مفاهيم الثقافة الرياضية. (مجمع عيادات أندلسية، بلا تاريخ)

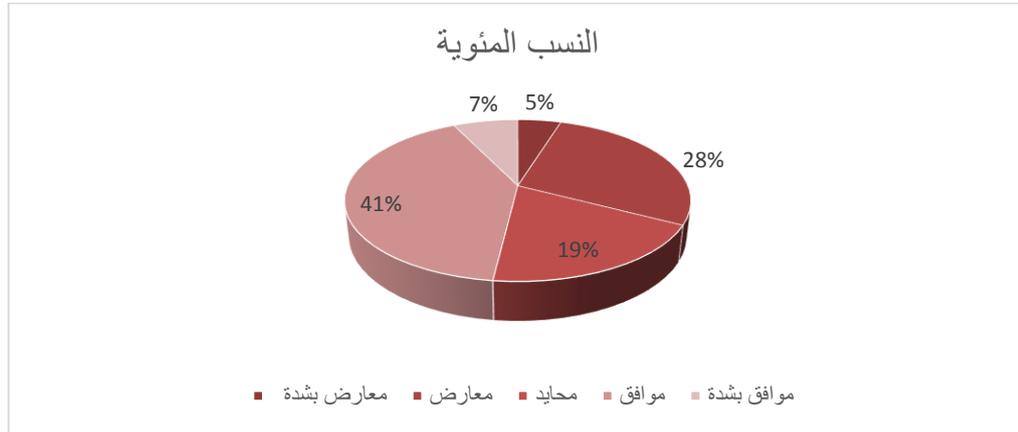
جدول رقم (46): يبين التحليل الإحصائي لنتائج اتجاه العينة للعبارة الثالثة والأربعين (مواقع التواصل الاجتماعي تغفل على التنويه بتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي)

البديل	التكرارات	النسبة المئوية (%)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة	قيمة ت	احتمالية
معارض بشدة	24	4.8	3.18	1.07	23	محايد	66.53	0.000
معارض	139	27.9						
محايد	96	19.2						
موافق	204	40.9						
موافق بشدة	36	7.2						
المجموع	499	100						

يبين الجدول أعلاه أن 40.9% من المبحوثين وافقوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي تغفل على التنويه بتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي، وفي المقابل اعترض على هذه العبارة نسبة 27.9%، أما 19% من المبحوثين قرروا عدم إبداء آرائهم، في حين كانت نسبة الموافقين

بشدة جد ضعيفة قدرت ب 7.2%، وتوالت بعدها نسبة المعارضين بشدة ب4.8%، كما هو موضح في الشكل البياني التالي:

شكل رقم(43): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على العبارة الثالثة والأربعين



و نلاحظ ايضا من أعلى الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 66.53، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة لصالح البديل موافق . قدر المتوسط الحسابي ب3.18، في حين بلغ الانحراف المعياري 1.07، وتبين أيضا أن رتبة هذه العبارة هي 23، وهو ما يعكس اتجاهها حياديا.

أشارت منظمة الصحة العالمية أن النشاط البدني له فوائد على العقل والجسم والقلب كما يقي من أمراض ضغط الدم والسكري والسرطان، ولممارسة النشاط البدني يجب التقيد بتعليمات حتى لا يقع الرياضي بأخطاء تكلفه صحة بدنه، لهذا وافق أغلب عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تغفل عن التنويه بتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي والمتمثلة أساسا في:

_ اعتماد الرياضي على تمارين الجهد القلبية فقط دون امتزاجها بتمارين القوة وهذا ما يجعل الجسم غير قادر على حرق الحريرات خلال اليوم ومع الوقت يخسر الجسم الكتلة العضلية للجسم.
_ عدم منح الجسم الوقت الكافي للإحماء وهو ما يؤثر على الجهاز المناعي.
_ عدم منح استراحة للجسم أثناء التمارين وهو ما يسبب مرض التهاب العضلات والإصابة بالشيخوخة المبكرة.

_ التركيز على تمارين القوة فقط، هذا ما يجعل الجسم أكثر إصابة بتمزق الأربطة.

_ إتباع أداء رياضي منخفض القوة والذي يسبب حتما هشاشة العظام.

_ إدراك أن عضلات الحوض لا يحتاج إلى التمارين والتي تسبب بعدها ترهلات البطن.

_ الاعتماد على الآلات الرياضية فقط أثناء التمارين.

_ فقدان تمارين الطاقة أثناء التدريب.

_ لبس رياضي رخيص الثمن وهو ما يسبب أمراض في الظهر. (القباني، بلا تاريخ)

بينما النتائج الإحصائية القليلة الأخرى في الجدول أعلاه تبين أن هناك من المبحوثين من يرفض أن المحتويات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي تغفل عن التنويه بتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط البدني الرياضي وهذا دليل على وجود بعض الصفحات القليلة التي تشير محتوياتها إلى هذه العادات الخاطئة.

فقد لوحظ حسب عينة الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تغفل أحيانا في تجسيد الأطر السليمة و المرجعية الحقيقية التي تبنى عليها الثقافة الرياضية و المعروفة أساسا بتطوير المجتمع بالمعاني السامية للنشاط البدني الرياضي ، و هذا ما يوضح بأن الطلبة أثناء اعتمادهم على المعلومات و الفيديوهات التي تشرح لهم العادات الخاطئة التي يجب عليهم تفاديها أثناء قيامهم بالنشاط البدني الرياضي، فهم يجدونها أحيانا بأنها لا تقدم وظائف تشبع رصيدهم المعرفي الرياضي ، بحيث تتميز بأن بعضها منها يكون عاما و سطحيا لا يتناول التفاصيل و الحثيات التي يحتاجها ممارسي الرياضي و التي تمنعهم من الوقوع في الأخطاء التي تسبب لهم أمراضا في العضلات و القلب ... وغيرها ، كالتنبيه بضرورة تفادي الحمام الساخن مباشرة بعد التمارين نظرا لخطورته على الأوعية الدموية، كما يجب الحرص على تمارين الإحماء في البداية و غيرها من النقاط الأخرى التوضيحية .

جدول رقم (47): يوضح التحليل الإحصائي لنتائج السؤال الرابع والأربعون (توزيع عينة الدراسة حسب درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك _ تويتر _ اليوتيوب) في تشكيل اتجاههم نحو تنمية الثقافة الرياضية بعدد النقاط التي يمنحونها)

الاحتمالية ت	الانحراف قيمة ت المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	التكرارات	البديل
			00	00	01
			0.4	02	02

0.000	108.06	1.52	7.29	0.6	03	03
				4.6	23	04
				8.4	42	05
				09	45	06
				27.1	135	07
				32.9	164	08
				11	55	09
				06	30	10
				100	499	المجموع

توضح أرقام الجدول أعلاه الملاحظات التالية:

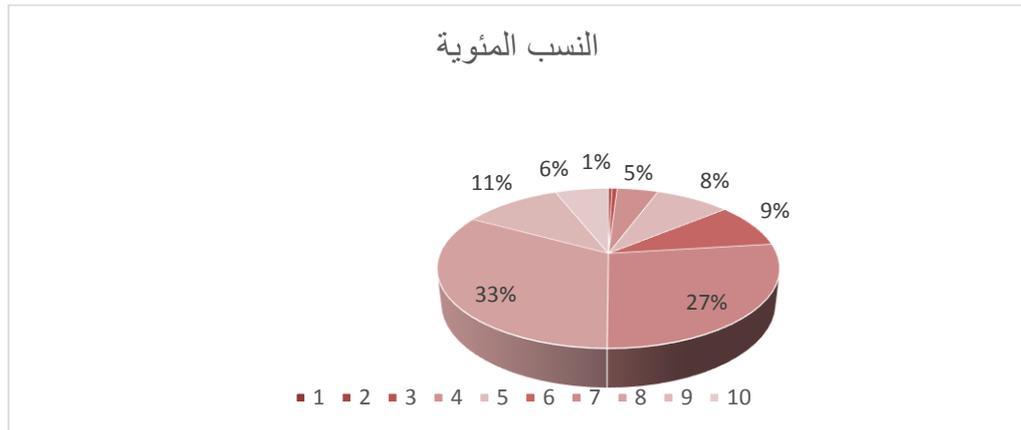
- _ احتلت الدرجة "الثامنة المركز الأول بتكرار 164 وبنسبة 32.9%.
- _ في حين قرر 135 مبحوث أي ما يعادل نسبة 27.1% اختيار الدرجة "السابعة".
- _ أما الرتبة الثالثة احتلتها النقطة "التاسعة" بمجموع تكرار قدر ب 55 أي ما يعادل نسبة 11%
- _ بينما عادت الرتبة الرابعة للنقطة "السادسة" بتكرار 45 وبنسبة 9%.
- _ وجاءت المرتبة الخامسة للنقطة "الخامسة" بتكرار 42 أي ما يعادل نسبة 8.4 %
- _ كما اختار 30 طالب النقطة " العاشرة" بنسبة 6% أي ما يعادل المرتبة السادسة.
- _ ونلاحظ أيضا تقارب النسب الباقية تواليا كما يلي:
- _ المرتبة السابعة النقطة "4" بنسبة 4.6%.
- _ المرتبة الثامنة النقطة "3" بنسبة 0.6%.
- _ المرتبة التاسعة النقطة "2" بنسبة 0.4%.
- _ المرتبة العاشرة النقطة "1" بنسبة منعدمة.

كما و نلاحظ أيضا من بيانات أعلى الجدول أن احتمالية اختبارات و البالغة 0.000، أقل من نسبة الخطأ 108.06، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إجابات العينة .

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة منحوا النقطة "الثامنة " لمدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاههم نحو تنمية الثقافة الرياضية، وهي نقطة لا بأس بها، وهي دلالة عن رضا الطلبة عن المضامين الرياضية التي تقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن النقائص والسلبيات الموجودة والتي تحيل دون تحقيق التنمية المثالية للثقافة الرياضية، وهو

ما ظهر جليا في احتلال النقطة العاشرة المرتبة السادسة ووجود النقطة التاسعة في المركز الثالث كما هو موضح في الرسم البياني التالي:

شكل رقم(44): يوضح النسب المئوية لإجابات العينة على السؤال السابع والأربعين



5. خاتمة

5. خاتمة

1.5 عرض النتائج العامة للدراسة:

بعد الانتهاء من تحليل بيانات الجداول توصلنا إلى النتائج التالية:

_ أغلب عينة الدراسة من جنس ذكر، فهم يعتبرون فئة عمرية صغيرة السن تتراوح أعمارهم بين 17 إلى 22 سنة.

_ أغلب طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية في البيت في الفترة الليلية دون مشاركة أي أحد أثناء الاطلاع، لمدة زمنية حسب الظروف، وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على كم كبير من المعلومات الرياضية المتاحة في أي وقت وفي أي مكان يناسب المستخدمين لتصفح هذه المواقع.

_ أغلب عينة الدراسة تعتمد بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية، وذلك بدافع حبهم للرياضة وبحكم دراستهم لنفس التخصص، فهم يفضلون متابعة قضايا المنتخب الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأن حب الانتماء للوطن عامل مهم في تكوين الثقافة.

_ يهتم أحيانا أغلب عينة الدراسة بتقديم معلومات رياضية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى درجة اقتناع عينة الدراسة بأهمية هذا المضمون نوعه ومصدره، وفيما إن كان هذا الموضوع يستلهم توجهاتهم الفكرية والوجدانية.

_ يفضل أغلبية طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية إضافة فيديوهات وصور وتعليقات أثناء المشاركة بفعالية عند استلامهم لمنشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا الرياضية.

_ أغلب عينة الدراسة تثقهم متوسطة بالمعلومات الرياضية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي لكونها حيزا افتراضيا مهما لنشر المعلومات المغلوطة والكاذبة بمصادر مجهولة، وهذا راجع إلى الحرية الكبيرة التي منحتها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها وهو ما يؤثر سلبا على طبيعة الأخبار وشفافيتها.

_ مواقع التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية بسرعة كبيرة فهي تزود الأفراد بالمعلومات والأفكار الرياضية المبدعة، وهذا دليل على قوة هذه المواقع في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية السمعية البصرية والمكتوبة بجميع تفاصيلها وحيثياتها.

_ معالجة الأخبار والقضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى معايير وأسس الإعلام الرياضي لأن اغلب مضامينها مجهولة الهوية والمصدر وهذا راجع إلى أن المعالجة الإعلامية للمواضيع تفتقد للموضوعية، المصداقية والاحترافية.

_ مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بالتعبير عن الآراء الرياضية بحرية، فهي تزيد من التعريف بثقافة الألعاب الرياضية وتحفز على ممارسة الرياضة واكتساب اللياقة البدنية والمهارات الرياضية، فهي قد ساهمت في فضح أخطاء الحكام واللاعبين لأن من بين أهداف الثقافة الرياضية هي تزويد الجماهير بقوانين الألعاب الرياضية وتوضيحها لهم كما أنها تحث على ممارسة الرياضة وبناء الجسم الصحي السليم.

_ يتصفح طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية مواقع التواصل الاجتماعي بدافع تمضية الوقت وذلك نظرا للميزات التي تتمتع بها هذه المواقع كخاصية التواصل الاجتماعي والردشة مع الأصدقاء ومشاهدة فيديوهات مختلفة... الخ.

_ مكنت مواقع التواصل الاجتماعي طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من تحرير أخبار رياضية ومشاركتها كما ساهمت لإتاحة الفرصة للهواة والمحترفين لتحليل اللقاءات الرياضية وذلك نتيجة ظهور مصطلح "صحافة المواطن" أو "الصحفي الهاوي" دون التقيد بشروط الصحافة والإعلام.

_ مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بعرض محتويات بخصوص إعادة التأهيل البدني بعد الإصابات، لكنها تغفل على التنويه بتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي كما تفتقد أيضا إلى التعريف بثقافة نظام التغذية التي يحتاجها الرياضيون و ذلك راجع إلى اختلاف أهداف الصفحات و القنوات الافتراضية فمنها من يهدف إلى إفادة المتلقين بمعلومات عن الثقافة الغذائية الصحية السليمة و عن أهم التمارين الرياضية التي تجرى قبل و بعد الرياضة و منها من تكون أهدافه مادية و ربحية بالدرجة الأولى متعلقة بعدد الإعلانات التي تمرر في صفحته أو قناته .

_ مواقع التواصل الاجتماعي تغفل على تجسيد القيم والمبادئ السامية للرياضة لأنها غير ملمة كفاية بالمعاني الحقيقية للتنافس الرياضي فهي تعد منبرا للمشادات الكلامية الغير أخلاقية بين الجماهير والتي تعمل على تضخيم الأحداث الرياضية، وهذا راجع إلى العديد من الأسباب التي تتمثل أساسا في غياب الرقابة عن المضامين وغياب استراتيجيات التخطيط المنظم والهادف.

_ ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على تجسيد مفهوم التعاون في الأوساط الرياضية وهذا راجع إلى دورها الفعال في نجاح العديد من المساعدات المادية والمعنوية من قبل شخصيات رياضية مشهورة وغير مشهورة.

_ تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور فعال بتربية الفرد فكريا، فهي تساهم بصفة جيدة في تشكيل اتجاه الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية، لأن التربية الفكرية تدفع المستخدمين نحو الرقي الفكري والتعايش مع المجتمع وهي من أساسيات الثقافة الرياضية.

2.5 عرض النتائج في ضوء الفرضيات

1.2.5 عرض نتائج الفروق في اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب).

لمعرفة نتائج الفروق في اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو

تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب) تم استخدام

اختبارات لمجموعة واحدة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم(48): يبين نتائج الفروق في اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات

مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)

المحور	المتوسط النظري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	Sig
اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب)	03	3.39	0.47	159.78	498	0.000

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة احتمالية اختبارات والتي تساوي 0،000، وهي أقل

من نسبة الخطأ 0،05 ، ، هذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه طلبة معهد

علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة

الرياضية ، حيث نقارن أن المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط النظري والذي قدر ب 3،39 .

نستنتج من خلال ما سبق انه تم التأكد من أن أغلب عبارات محور الاتجاه تحمل أهداف

ايجابية نحو تنمية الثقافة الرياضية على الرغم من وجود بعض السلبيات.

2.1.5 عرض نتائج العلاقة بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو

هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية:

الجدول رقم (49) يبين عرض نتائج العلاقة بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية

نسبة الخطأ	احتمالية بيرسون sig	قيمة بيرسون المحسوبة	اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية		
			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
			97.09	18.17	
0.05	0.000	0.854-	16.75	المتوسط الحسابي	أنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
			2.78	الانحراف المعياري	
	0.000	0.805	17.16	المتوسط الحسابي	اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية
			4.25	الانحراف المعياري	

هذا الجدول يبين عرض نتائج العلاقة بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية ، بلغ المتوسط الحسابي للمحور اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية 97.09، والانحراف المعياري 18.17، فيما بلغ المتوسط الحسابي لأنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي 16.75 والانحراف المعياري 2.78 ، أما المحور الثالث بعنوان اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية ، بلغ متوسطه الحسابي 17.16، والانحراف المعياري 4.25 .

كما نلاحظ أن قيمة احتمالية اختبار بيرسون بين أنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية ، واعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية و اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية بلغت 0.000 لكل منهما ، وهذا على ما يدل على وجود علاقة إرتباط معنوية بين أنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية ، و اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية و اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية ، حيث كانت العلاقة بين أنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية سلبية، حيث تدل قيمة قيمة بيرسون المحسوبة على ذلك - 0.854، فيما كانت العلاقة إيجابية بين اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية واتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية حيث قدرت قيمة الإشارة الموجبة لقيمة بيرسون المحسوبة وتدل على ذلك 0.805.

نستنتج من خلال ما سبق أنه كلما زاد تعرض الطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية قل اتجاههم نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية لأن بينهما علاقة سلبية، وهذا راجع إلى بعض السلبيات التي تخللتها المحتويات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد ذكرناها سلفا في تحليلنا لمحور الاتجاهات، وهذا هو السبب الرئيسي الذي وقف عائقا أمام تحقيق العلاقة الايجابية بين المحور الثاني والمحور الرابع.

بينما تحققت العلاقة الايجابية بين المحورين الثالث والرابع ، أي كلما زاد اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية زاد اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية في تنمية الثقافة الرياضية، لأنه من خلال التحليلات التي قمنا بها سابقا في المحور الرابع وجدنا أنه توجد العديد من الايجابيات التي تخص الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، فكلما إكتشف الطلبة الصفحات و الفيديوهات والمواقع الرياضية المفيدة ، ظل اعتمادهم لها وتشكل بعدها اتجاهات ايجابية نحوها. فبعد الانتهاء من تحليل الجداول السابقة رقم (48) و(49) تمكنا من التوصل إلى:

- ✓ **تحقق الفرضية البحثية الأولى القائلة بأن:** طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة قسنطينة 2 يعتمدون بشكل كبير على متابعة الأخبار والمعلومات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما لوحظ في بيانات الجدول رقم (49)
- ✓ **تحقق صحة الفرضية الثانية القائلة بأنه:** توجد فروق في اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، وهذا ما لاحظناه في الجدول رقم (48).
- ✓ **تحقق صحة الفرضية الثالثة القائلة بأنه:** توجد علاقة ذات دلالات ارتباطيه بين درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه نحو هذه المواقع في تكوين المعارف الرياضية، هذا ما وضحته أرقام الجدول (49).

3.5 أفاق وتوصيات الدراسة:

في الأخير يمكننا القول بأن هذه الدراسة الموسومة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر فقد بينت مدى تعلق طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن المعلومات و الأخبار الرياضية، فهي كما أشرنا سابقا مكنتهم من الحصول على قدر كافي من المعلومات الرياضية بخصوص جميع الألعاب و قوانينها و ساعدتهم كثيرا في توضيح المصطلحات و المفاهيم الرياضية، إضافة إلى قدرتها على خلق الأفكار المبدعة و تنميتها... الخ، هذا من جهة ومن جهة أخرى نجد أن لهذه المواقع دور فعال في الوقوف عائقا دون تحقيق بعض جوانب الثقافة الرياضية و المبادئ السامية لها كمساهمتها في نشر العنف الرياضي بين الأوساط الرياضية و عدم تجسيد مبادئ الروح الرياضية بينهم.

وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية التي توصلنا إليها وجب وضع مجموعة من التوصيات التي تخص القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي والمستخدمين لها بل وتخص جميع أفراد المجتمع باعتبارهم مساهمين فعالين في هذه المواقع ونلخصها في النقاط التالية:

- توصلت العملية البحثية في دراستنا هذه إلى إعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتاج إلى إعادة النظر في هيكلتها والتعمق في حيثياتها أكثر حتى تضبط أكثر الحرية الكبيرة التي تميز الفضاء الافتراضي والتي من شأنها أن تنتشر العصبية والتطرف الرياضي وتقلل من أهمية الثقافة الرياضية.
- ضرورة إتحاد الدول والحكومات من أجل تشكيل هيئات خاصة تراقب المضامين الرياضية وتنظم نشاطات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى ترفع من قيمة الثقافة الرياضية.
- ضرورة تشكيل جمعيات تختص بالتعريف بالثقافة الرياضية وأهميتها لدى كل شرائح المجتمع في بناء الفرد السليم والسوي والسعي الدائم على برمجة دورات تدريبية على كيفية الاستخدام الصحيح لمواقع التواصل الاجتماعي وتجنب سلبياتها وإغتنام الفرص التي تنتجها هذه المواقع في تنمية القدرات الإبداعية الفكرية.

-
- الحرص على إجراء بحوث دورية مع جميع فئات المجتمع فيما يخص الدراسات المتشابهة مع دراستنا حتى نبحت أكثر عن السلبيات ونجد حلول لها.
 - توصي هذه الدراسة بضرورة جعل مواقع التواصل الاجتماعي منصة لتبادل الخبرات العلمية والاستفادة من محاسنها في تنمية ثقافتهم الرياضية.
 - تساعد نتائج دراستنا القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي من بلورة خطط مستقبلية لبناء برامج قادرة على جذب اهتمام طلبة المعاهد الرياضية خصوصا وطلبة باقي التخصصات عموما والرفع من مستوى الثقافة الرياضية.

6. قائمة المصادر

6. قائمة المصادر:

- أبو القاسمي، محمد جواد. (2008). *نظرية الثقافة* (حيدر نجف، مترجم). مكتبة مؤمن قريش.
- أبو شنب، جمال محمد. (2013). *نظريات الاتصال والإعلام المفاهيم-المدخل النظرية للقضايا*-. دار لمعرفة الجامعية.
- أحمد ، جارالله عبدالله. (2018). *الإعلام الرياضي في مواجهة التعصب والعنف*. مؤسسة عالم الرياضة.
- أحمد ، طاهر مسعود. (2014). *علم الاجتماع العام*. دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
- أحمد العلق، فاتن . (2015). *طلاب فيسبوكيون*. شمس للنشر و الإعلام.
- إسماعيل خليل، إبراهيم. (د.ت). *الثقافة الرياضية*. <https://iraqi-forum2014.com/%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9>
- آل عبيد، أميرة سعيد سعيد. (2021). *أثر استخدام تقنية اليوتيوب في تنمية مهارات النشاط الرياضي لطالبات المرحلة المتوسطة*. مجلة شباب الباحثين، د.رم. (العدد 10)، الصفحات 164-200.
https://jyse.journals.ekb.eg/article_208715_ffc75cea7eb5ae7cf19aae648c3f1733
- آل ناصر القحطاني، سالم بن سعيد. العامري، أحمد بن سالم . آل مذهب ، معدي بن محمد. بن عبد الرحمن العمر ، بدران. (2020). *منهج البحث في العلوم السلوكية مع تطبيقات على spss* . العبيكات للنشر .
- بديري ،سلطان منصور أحمد. (2018). *أسس و مبادئ التحليل الفني في كرة القدم*. مركز الكتاب للنشر .
- بروكس ،هيو . غوبتا ،رافي. (2017). *وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على المجتمع* (عاصم سيد عبد الفتاح ،مترجم). المجموعة العربية للتدريب و النشر .
- بسيوني ،أحمد عبد الغفار . (2018). *الإعلام الرقمي الجديد -الإعلام البديل و دوره في دعم المجتمع المدني و أثر التقنيات الحديثة على تشكيل الرأي العام المدونات الالكترونية مواقع التواصل الاجتماعي* . مؤسسة شباب الجامعة.

- بشرى ،تيسير عباس. (2018). الإعلام المتخصص الحديث. الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- البكري، أمال . عجوز ،ناديا. (2011). علم النفس المدرسي. دار المعترف للنشر و التوزيع.
- بليغ حمدي ،إسماعيل. (2021). المرجع في تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق. وكالة الصحافة العربية ناشرون.
- بن براهيم الشاعر، عبد الرحمان .(2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني . دار صفاء للنشر و التوزيع.
- بن مرسلي، أحمد. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية.
- بوسنة، محمود. (2007). علم النفس القياسي المبادئ الأساسية. ديوان المطبوعات الجامعية، سلسلة الكتب الأساسية في العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- البياتي ،ياسر خضير. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الأولى. دار البداية ناشرون و موزعون.
- البيلي، محمد عبد الله . عبد القادر، عبد الله قاسم. الصمادي، أحمد عبد المجيد .(1997). علم النفس التربوي وتطبيقاته . مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع.
- تيري، سامية .غراف ، نصر الدين. (2018). مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة العملية التعليمية. دار الأيام للنشر و التوزيع.
- جرار، ليلي أحمد جرار. (2012). الفيسبوك و الشباب العربي. مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع.
- الجزائر أون لاين.(2023). النتائج المعلنة أمس كشفت عن أزيد من 260 ألف ناجح : 50.63 بالمئة نسبة النجاح في بكالوريا دورة جوان 2023. www.eldjazaironline.dz
- الجفيري، محمد. (2015). التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي. دار صناع الإبداع للإنتاج و التوزيع.
- الجلاذ ، ماجد زكي. (2011). البحث العلمي في التربية الإسلامية في الأردن دراسة تحليلية بليبوغرافية. دار ورد الأردنية للنشر و التوزيع.
- جامعة قسنطينة2. (د.ت). (د.ع). <https://www.univ-constantine2.dz>

- جنيدي، مها حامد. (2018). *السوشيال ميديا*. دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع.
- جهاد، أبو قينص. (2015). الأخلاق الرياضية قيم ومبادئ. <https://www.maanneews.net>
- حاتم عبد المنعم، عبد اللطيف أحمد. (2016). *تقييم الأثر البيئي لمشروعات التنمية والقرارات من المنظور الاجتماعي -دراسة نظرية ميدانية-*. بورصة الكتب للنشر والتوزيع.
- الحاج، خالد تميم. (2016). *إدارة الملاعب الرياضية*. الجنادرية للنشر و التوزيع.
- حجاب، محمد منير. (2000). *الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية*. دار الفجر للنشر و التوزيع.
- حجاب، محمد منير. (2010). *نظريات الاتصال*. دار الفجر للنشر و التوزيع.
- الحجار، وسيم شفيق. (2017). *النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي -واتساب، فيسبوك، تويتر-*. المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية.
- حجازي العساف، فريال. (2021). *سيولوجيا الشبكات الاجتماعية و حقوق الإنسان*. دار الورد الأردنية للنشر و التوزيع.
- الحرة،ترجمات واشنطن. (2020). *في استطلاع رأي فيسبوك يحوز على اقل نسبة ثقة بين المنصات الاجتماعية*.
<https://www.alhurra.com/tech/2020/09/24/%D9%81%D9%8A->
- الحريري،جاسم يونس. (2017). *الدور الخليجي في العراق دراسة حالة أحداث الموصل*. دار الجنان للنشر و التوزيع.
- الحوراني،محمد عبد الكريم. (2008). *النظرية المعاصرة في علم الاجتماع التوازن التفاضلي صيغة توليفية بين الوظيفة والصراع*. دار مجدلاوي للنشر و التوزيع.
- الحوراني، محمد عبد الكريم. (2011). *النظرية المعاصرة في علم الاجتماع -تمدد أفق النظرية الكلاسيكية-*. دارمجدلاوي للنشر والتوزيع.
- الحوري، علكة سليمان. (2019). *مفاهيم حديثة في علم النفس الرياضي سليات ومعالجة*. شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

- الحوري، عكلة. جرو، حميدة. (2021). *المجتمع العربي و الرياضة التنافسية*. دار الأكاديميون للنشر و التوزيع.
- الحوري، عكلة سليمان. (2021). *أسلوب حياة الرياضي الدليل إلى تكامل الأعداد وجوده الأداء*. شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- الخصاونة، إبراهيم فؤاد. (2012). *الصحافة المتخصصة*. دار المسيرة للنشر و التوزيع.
- خليل، عماد الدين. (2020). *الفكر الإسلامي المعاصر*. مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، المجلد 25. (العدد 100).
- خوالدة، أكرم صلاح محمود. (2012). *التقويم اللغوي في الكتابة والتفكير التأملية*. دار الحامد للنشر والتوزيع.
- الخولي، أمين أنور. (1996). *الرياضة والمجتمع*. المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الاداب.
- خيرالله سبهان، عبد الله الجبوري. (2019). *مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في التحولات السياسية*. شركة دار الأكاديميون للنشر و التوزيع.
- الدبيسي، عبد الكريم علي. (2011). *الرأي العام - عوامل تكوينه و طرق قياسه*. - دار المسيرة للطباعة و النشر.
- درويش، محمود أحمد. (2018). *مناهج البحث في العلوم الإنسانية*. مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع.
- الدسوقي، عبده إبراهيم. (2020). *وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية - تحليل نظري*. - دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر.
- الدلقموني، رماح. (2021). *وسائل التواصل الاجتماعي حقائق و أرقام*.
<https://www.aljazeera.net/tech/2021/10/6/%D9%88%D8%B3%D8%A>
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2015). *الإعلام المتخصص*. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- الدليمي، عثمان محمد. (2019). *مواقع التواصل الاجتماعي - نظرة عن قرب*. دار غيداء للنشر والتوزيع.

- دليو، فضيل. (2001). قضايا منهجية في العلوم الاجتماعية. ديوان المطبوعات الجامعية.
- دورني. هايلاي. (د ت). كيفية المشاركة في المحادثات الرياضية على تويتر. business .twitter.com
- ديفيد، روى. (2006). الرياضة و الثقافة و وسائل الاعلام _الثالوث الصعب . مجموعة النيل العربية.
- ديموفينيف، ltd. (2013) . 15 طريقة لزيادة التفاعل على x تويتر سابق 2023. www.dimofinf.net
- رائد يوسف ،الحاج. (2009). إدارة السلوك التنظيمي والإنساني. دار غيداء للنشر و التوزيع.
- رزاقية، فيروز. (2007). سلسلة البحوث الاجتماعية في منهجية البحث العلمي. منشورات مكتبية اقرأ.
- رضا ،أمين. (2015). الإعلام الجديد .دار الفجر للنشر و التوزيع.
- الريماوي ،عمر طالب. (2017). بناء وتصميم الاختبارات والمقاييس النفسية والتربوية. دار أمجد للنشر و التوزيع.
- زغيب ،شيماء ذو الفقار .(2004). نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام .الدار المصرية اللبنانية.
- الزبياري ،طاهر حسو. (2016). النظرية السوسولوجية المعاصرة. دار البيروني للنشر والتوزيع.
- زيتون ،عايش محمود. (2010). الاتجاهات العالمية المعاصرة في مناهج العلوم وتربيتها . دار الشروق للنشر و التوزيع.
- الزيود ،نادر فهمي . عليان ،هشام عامر. (2005). مبادئ القياس والتقييم في التربية. دار الفكر.
- ساري .حلمي خضر. (2014). التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات. كنوز المعرفة العلمية للنشر.

- ساغي، عبد القادر. (2020). *الثقافة الرياضية في زمن العولمة -مدخل استراتيجي لإحداث التغيير التنظيمي وتفعيل المواطنة في الجزائر*-. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12. (العدد 1)، 214-232.
- السامرائي، نبيهة صالح. (2007). *علم النفس الإسلامي*. دار المناهج.
- السامرائي، نبيهة صالح. (2015). *علم النفس الدعوي مفاهيم ونظريات وتطبيقات*. دار الجنان للنشر والتوزيع.
- السامرائي، إحسان رمضان. (2019). *الفضائيات الإخبارية و دورها في توجيه الرأي العام سياسيا*. العربي للنشر والتوزيع.
- سرحان، باسم. (2017). *طرائق البحث الاجتماعي الكمية*. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- السعدي، مؤيد نصيف جاسم . (2016). *فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك*. ألفا للوثائق.
- سلاطينية، بلقاسم . الجيلاني، حسان. (2012). *أسس المناهج الاجتماعية*. دار الفجر للنشر و التوزيع.
- سلفيا، بشرى. (د.ت). *فوائد اليوتيوب: كيف تستفيد من موقع يوتيوب في شتى مجالات الحياة*. <https://www.ts3a.com/%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%A6%D8%A>.
- سناء، سليم. (د.ت). *لأن النصائح الغذائية من مؤثري وسائل التواصل ربما تكون قاتلة*. <https://www.aljazeera.net/midan/miscellaneous/2022/8/21/%D9%84>
- سهيلي، نوال. (2018). *البرامج الثقافية الإذاعة الجزائرية*. دار اليازوري العلمية.
- الشافعي، حسن أحمد. (2018). *مصطلحات في الإعلام الرياضي-تكنولوجيا المعلومات والاتصال والصحافة الالكترونية والأداء الإعلامي*-. مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء لدنيا الطباعة.
- شدوان، عبي شيبية. (2016). *الإعلان - المدخل والنظرية*-. دار المعرفة الجامعية.
- شروق، سامي فوزي. (2015). *التأثيرات الاعلامية على جمهور المستقبلين*. دار الكتب و الوثائق القومية المصرية.

- شروق أون لاين .(2013).حاملو البكالوريا الجدد يتزاحمون على تخصص التربية البدنية و الحقوق . <https://www.echoroukonline.com/%D8%AD>
- شريتح، ريم عمر . (2017). الاعلان الالكتروني مفاهيم و استراتيجيات معاصرة. دار التربية الحديثة.
- شقرة، علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة للنشر و التوزيع.
- صالح ،العلی. (2015). مهارات التواصل الاجتماعي أسس و مفاهيم و قيم. دار الحامد للنشر و التوزيع.
- صالح، العلی. (2015). مهارات التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني. دار صفاء للنشر و التوزيع.
- صبحي، أبو شعبان شيماء. عطوان، أسعد حسين. (2019). القياس والتقويم التربوي . دار الكتب العلمية.
- الصعوب ،شفاء صلاح. (2021). الصراع القيمي المؤدي إلى الجرائم الموجه ضد النساء على أساس النوع الاجتماعي . دار الخليج للصحافة والنشر والتوزيع.
- طارق عبد الرؤوف ، إيهاب عيسى. (2017). المقاييس والاختبارات-التصميم-الإعداد - التنظيم .المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- عابد،زهير عبد اللطيف. (2014). الرأي العام وطرق قياسه. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- عباس، بشرى تيسير. (2018). الإعلام المتخصص الحديث . الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- عبد الحكيم، مي مجدي. (2021). اليوتيوبرز : كيف تبدأ قناة و تحقق الربح منها. دار العربي للنشر و التوزيع.
- عبد الحلیم مهورياشة. (2018). علم الاجتماع في العالم العربي من النقد إلى التأسيس. مركز معرفة الإنسان للدراسات والأبحاث والنشر والتوزيع.

- عويس، مسعد. (2009). المرصد العلمي للثقافة الرياضية. المكتبة الأكاديمية.
- غازي المدني، أسامة. (2021). ذكاء الإعلام كيف توظف تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في صناعة الإعلام الوجه الآخر للخوارزميات... إدارة عقول البشر. مكتبة الملك فهد الوطنية.
- غازي ساعاتي، فهد سيف الدين. (2014).. الإدارة الرياضية - مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية- . العربي للنشر والتوزيع.
- غربي، علي. (2009). أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. دار الفائز مخبر علم اجتماع الاتصال.
- الغفيلي، فهد بن عبد العزيز. (2017). الإعلام الرقمي - أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية. دار المجدد للنشر والتوزيع.
- الفاخري، سالم عبد الله سعيد. (2018). علم النفس العام الجزء الثاني. مركز الكتاب الأكاديمي.
- فاطمة، عوض صابر. ميرفت، علي خفاجة. (2002). أسس و مبادئ البحث العلمي. مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- فتح الباب، عصام عبد الرزاق. (2018). التواصل الاجتماعي. المكتب الجامعي الحديث.
- فيحان الغانمي، منى محمد. (2018). التلفزيون والحرب - دراسة في اتجاهات الأخبار وتأثيراتها وانعكاساتها-. دارأمجد للنشر والتوزيع.
- قاسمي ، أحمد. جدلي، سليم . (2019). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و الاقتصادية و السياسية.
- القباني، سامي. (د.ت). عادات رياضية خاطئة قد تضررك. <https://www.sehatok.com/>
- قرناني، ياسين . بكار أمينة. (2017). تطبيقات الإعلام الجديد. دار الأيام للنشر والتوزيع.
- القسقوس، عدنان أحمد. (2003). أساليب تعجيل السلوك الإنساني. دار الكتاب الحديث.

- قنديلجي، عامر إبراهيم. (1999). *البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات*. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع .
- قنديلجي، عامر إبراهيم. (2013). *الإعلام و المعلومات و الانترنت*. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- كافي، مصطفى يوسف. (2016). *الإعلام التفاعلي*. دار الحامد للنشر و التوزيع.
- الكرخي، علي عبد الهادي . الأسدودي، نها نبيل. (2018). *الإعلام الجديد و المشاركة السياسية*. دار المناهج للنشر و التوزيع.
- الكريطي، حيدر شلال متعب الكريطي. (2018). *وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي - دراسة في دور التلفزيون-*. دار أمجد للنشر والتوزيع.
- كريكط، عائشة. (2022). *خوارزميات الذكاء الاصطناعي و اخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ و أي علاقة؟*. مجلة الاعلام و المجتمع، المجلد 6. (العدد 2)، 407-
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/215518.421>
- كنعان، علي عبد الفتاح. (2014). *الإعلام و المجتمع*. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- كنعان، علي. (2016). *نظريات الاتصال*. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- كنعان، علي عبد الفتاح. (2017). *الإعلام الرياضي*. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- ليفنسون، بول. (2015). *أحدث وسائل الإعلام الجديدة (هبة ربيع ، مترجمة)*. دار الفجر للنشر و التوزيع.
- مجمد، خالد أبو شعيرة . غباري ، نائر أحمد. (2009). *الثقافة وعناصرها*. مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- مجمع عيادات أندلسية. (د.ت). *إعادة تأهيل الإصابات الرياضية*.
<https://www.andalusiaticlinic.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B>

- محمد وليد ،صلاح. (2017). محتوى الاتصال في العلاقات العامة التوعوية. دار امجد للنشر و التوزيع.
- محمد، زينب. حسن حامد. (2018). فتاوى الفضائيات وتأثيرها على سلوكيات الجمهور.العربي للنشر والتوزيع.
- محمد، عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب.
- محمود حنفي، سليمان. (2012). التفكير المخاطر -كيف يفكر مدير المستقبل بعد الأزمة العالمية-. المكتبة الأكاديمية.
- محمود طارق ،هارون. (2017). الشبكات الاجتماعية على الانترنت و تأثيرها في المعرفة البشرية النظرية و التطبيق. دار الفجر للنشر و التوزيع.
- محمود عبد السلام ،علي. (2018). الحملات الاعلامية. دار المعزز للنشر و التوزيع.
- مدحت محمد، أبو النصر. (2004). قواعد ومراحل البحث العلمي -دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه-. مجموعة النيل العربية.
- مدحت محمد ،أبو النصر. (2017). مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية. المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- مركز الحرب الناعمة للدراسات. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي -منصات للحرب الأمريكية الناعمة-. مكتبة مؤمن قريش.
- مشتاق ،طلب فاضل. (2019). مواقع التواصل و دورها في التوجهات السياسية. شركة دار الأكاديميون للنشر و التوزيع.
- المشهد اليمني. (2016). فيس بوك تطلق خدمة Facebook Sports لتكون مكانا يجمع عشاق الرياضة، المنتج، و صحافة 24
<https://m.sa24.co/article/389412/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%>
- المشهد. (2023). ترتيب أكبر قاعدة جماهيرية في العالم...ما ترتيب الأندية العربية؟.
<https://almashhad.com/article/218257510540304-sports/114186373781122>
- مصطفى ،حسني. (2019). فن الحياة، دار نهضة مصر للطباعة والنشر. دار نهضة مصر للطباعة و النشر.

- مطلق ،حسين علوان. (2010). جمع البيانات وطرق المعاينة. العبيكان للنشر و التوزيع.
- المقدادي ،خالد غسان يوسف. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. دار النفائس للنشر و التوزيع.
- الملا، فيصل. (2022). إعلام السوشيل ميديا الرياضي. <https://www.alarabiya.net/sport/views>
- المليحي ،علاء الدين محمد عفيفي. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية . دار التعليم الجامعي.
- مهري ،شفيقة. (2018). قضايا و رهانات بحثية راهنة الإعلام الجديد "التأثيرات و التطبيقات" قضايا بيئية راهنة "الداء و الدواء" الإعلام و الاتصال في ظل التنمية المستدامة". دار اليازوري للنشر و التوزيع.
- ميرثي ،ديراج ميرثي. (2014). تويتر التواصل الاجتماعي في عصر تويتر (محمود عبد الحميد، مترجم). دار الفجر للنشر و التوزيع.
- نارمان، خالد.(2022). 7 طرق لزيادة التفاعل على السوشيل ميديا/. <https://planing-solutions.com>
- نجاتي، عثمان محمد. (1983). علم النفس في حياتنا اليومية. دار القلم.
- نوري ،علاء . (2020). المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة. دار غيداء للنشر والتوزيع.
- الوادي ،حسين محمود. الوادي، الزعيبي ،علي فلاح. (2011).أساليب البحث العلمي -مدخل منهجي تطبيقي. دار المناهج للنشر.
- ياسين فضل، ياسين. (2011). الإعلام الرياضي. دار أسامة للنشر و التوزيع.
- اليغرين، مات. (2023). إحصائيات و حقائق و اتجاهات لوسائل التواصل الاجتماعي لعام 2023. <https://www.websiterating.com/ar/research/social-media-statistics-facts>
- A, l., o, b., & braithwaite. (2008). *engaging theories in interpersonal communication*. university of nebraska.

-
- encyclopadia universalis. (2019). *IDées A NOTION en littérature et en théâtre*. encyclopadia universalis.
 - jacquemain, m., & bruno, f. (2008). *épistémologie de la sociologie :paradigmes pour le XXIe siècle* .De Boeck Supérieur.
 - joan y.chiao. (2009). *cultural neuroscience cultural influences on brainfunction*.Ist edition.
 - Jolianne, P., & T.S.I. (2018, 8 31). *RESEAUX SOCIAUX ET IMAGE CORPORELLE*, Faculté des sciences sociales. Faculté des sciences sociales. Université d'Ottawa.
 - rossler, p. (2017). *the international encyclopedia of media effects* .Emerald Publishing Limited.
 - S, K., Johnson-Cartee, & Copeland, G. A. (1997). *Inside Political Campaigns: Theory and Practice*. Bloomsbury Academic.
 - Varinder Taprial, t., & Priya, K. (2012). *Understanding Social Media*. Bookboon.Com.
 - w, s., littlejohn, karena, & john, f. a. (2017). *theories of human communication*. Waveland.
 - xavierseron, & jeannerod, m. (1998). *neuro- psychologie humaine*. Mardaga.

7. قائمة الملاحق

7. قائمة الملاحق:

الملحق "أ" استمارة الاستبيان:

جامعة صالح بوبنيدر "قسنطينة 3"

كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم السمعي البصري

استمارة استبيان

في إطار التحضير لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د.، تحت عنوان :

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر

دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة 2

إعداد الطالبة:

إشراف

ريما بلعطار

د/مريم زعتر

ملاحظة : في إطار انجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، تم تحضير هذه الاستمارة من اجل معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر ، وهي دراسة على جميع طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، وقد تم تحضير هذه الاستمارة بطريقة تتوخى الحفاظ على سرية هوية الباحثين ، فهي لا تحمل معلومات شخصية ، وجميع الأسئلة فيها هدفها علمي وأكاديمي بحت، ويتعهد الباحث بالمحافظة على سرية المعلومات واحترام آراء الباحثين ، وعليه نتمنى منكم التعاون بوضع (X) أمام الإجابة التي ترونها مناسبة.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

ملاحظة: المقصود في الدراسة كل مواقع التواصل الاجتماعي الثلاثة المذكورة (فيسبوك -تويتر - يوتيوب)

السنة الجامعية: 2021/2020

البيانات الشخصية لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

- 1/ الجنس : ذكر أنثى
- 2/ السن : من 17 إلى 22 سنة من 23 إلى 28 سنة
- من 29 سنة إلى 34 سنة سنة فما فوق
- 3/ المستوى الأكاديمي: ليسانس ماستر
- 4/ التخصص:
- 5/ مكان الإقامة : المنزل الإقامة الجامعية مكان آخر

المحور الثاني: أنماط تعرض طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - يوتيوب)

6 / هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟ (فيسبوك_ تويتر_ يوتيوب)

- دائما
- غالبا
- أحيانا
- نادرا
- أبدا

7/ هل تستخدم (ة) مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية؟

(فيسبوك - تويتر - يوتيوب)

- نعم
- لا

8 / ما هي الفترات المفضلة لديك (ي) لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ (فيسبوك - تويتر - يوتيوب)

- الفترة الصباحية
- فترة الظهيرة
- الفترة المسائية
- الفترة الليلية

9/ كم عدد الساعات التي تستخدم (ي) فيها مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد للاطلاع على الأخبار والمستجدات الرياضية؟ (فيسبوك -تويتر -يوتيوب)

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- ساعتين فأكثر
- حسب الظروف

10/ ما هو المكان المفضل لديك (ي) لتصفح الأخبار والمستجدات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ (فيسبوك -تويتر -يوتيوب)

- في البيت
- في المقهى
- في الجامعة
- في أماكن أخرى

11/ مع من تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على المستجدات الرياضية؟ (فيسبوك -تويتر -يوتيوب)

- لا أشارك مع أي أحد
- مع الأهل
- مع الأصدقاء

مع الزملاء في نفس التخصص

المحور الثالث: اعتماد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية (فيسبوك - تويتر - يوتيوب)

12/ هل تعتمد (ي) على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الرياضية؟ (فيسبوك_ تويتر_ يوتيوب)

بدرجة كبيرة

متوسطة

ضعيفة

حسب الظروف

13/ ما دوافع متابعتك (ي) للرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (فيسبوك-تويتر-يوتيوب) (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

بحكم أنني أحب الرياضة وأدرس نفس التخصص

الحصول على معلومات وإشباع رصيدي المعرفي

حب الاطلاع على جديد المنتخب الوطني

مواكبة الأحداث الرياضية

التعرف على ثقافات كروية جديدة ونادرة في العالم

مشاهدة المباريات الرياضية حية أو مسجلة

مشاهدة الفيديوهات الرياضية السابقة

الاطلاع على نتائج المباريات

الاطلاع على أخبار الشخصيات الرياضية

المشاركة في حملات التوعية ضد التعصب الرياضي

أتابع الأنشطة البدنية المفيدة للصحة والجسم

14/ اذكر (ي) مختلف القضايا الرياضية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (فيسبوك - تويتر - يوتيوب)

.....

15/ هل تهتم (ي) بتقديم معلومات رياضية عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

دائما

أحيانا

نادرا

16/ ما هو القرار الذي تتخذه عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في القضايا الرياضية؟

المشاركة بفاعلية

عدم المبالاة

حذفها مباشرة

حسب نوع المنشور

17/ إذا كانت الإجابة بالمشاركة بفاعلية ما هي أشكال التفاعل التي تعتمد عليها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

إضافة فيديوهات وصور وتعليقات

أشارك في النشر على الصفحة الخاصة

أقوم بمشاركة الروابط المهمة مع الأصدقاء

18/ ما مدى ثقتك (ي) بالمعلومات الرياضية التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟

(فيسبوك - تويتر - يوتيوب)

عالية

متوسطة

ضعيفة

حسب نوع المنشور

19/ هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في فهم بعض المصطلحات الرياضية التي يتعذر عليك فهمها داخل الجامعة؟

نعم

لا

المحور الرابع: اتجاه طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الرياضية (فيسبوك -تويتر-يوتيوب)

20/ تتنافس مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام التقليدية في الترويج للمعلومات والأخبار الرياضية بسرعة كبيرة

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

21/تعد مواقع التواصل الاجتماعي منبرا للمشادات الكلامية غير الأخلاقية بين الجماهير:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

22/ تزود مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد بالمعلومات والأفكار الرياضية المبدعة:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

23/ تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تشويه وتحريف الحقائق الرياضية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

24/ معالجة الأخبار والقضايا الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تفتقد إلى معايير وأسس

الإعلام الرياضي: موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

25/ تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بالتعبير عن الآراء الرياضية بحرية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

26/ الثقافة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي عملية تسويقية لا غير:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

27/ تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من التعريف بثقافة الألعاب الرياضية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

28/ مواقع التواصل الاجتماعي تحفز على ممارسة الرياضة واكتساب اللياقة البدنية والمهارات

الرياضية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

29/ اغلب المضامين الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر والهوية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

30/ عدم الإلمام الكافي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمعاني الحقيقية للتنافس الرياضي:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

31/ تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدافع تضيعة الوقت:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

32/ تصفح مواقع التواصل الاجتماعي زاد من اطلاعي على الأخبار الرياضية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

33/ مواقع التواصل الاجتماعي عززت فكرة العنف في الملاعب

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

34/ مواقع التواصل الاجتماعي كانت سببا في فضح الكثير من الأخطاء من الحكام واللاعبين على

أرضية الملعب:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

35/ تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتضخيم الأحداث الرياضية :

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

36/ أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام الطلبة من إمكانية تحرير أخبار رياضية ومشاركتها:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

37/ مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على تجسيد مفهوم التعاون في الأوساط الرياضية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

38/ تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة للهواة والمحترفين للتحليل اللقاءات الرياضية:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

39/ مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور تربوي فعال من خلال تربية الفرد فكريا :

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

40/ تنقد مواقع التواصل الاجتماعي إلى التعريف بثقافة نظام التغذية التي يحتاجها الرياضيون:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

41/ تغفل مواقع التواصل الاجتماعي على تجسيد القيم والمبادئ السامية للرياضة:

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

42/ مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بعرض محتويات على إعادة التأهيل البدني بعد الإصابات

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

43/ مواقع التواصل الاجتماعي تغفل على التنويه بتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

44/ إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك_ تويتر_ اليوتيوب) ساهمت في تشكيل اتجاهك

نحو تنمية الثقافة الرياضية، فكم نقطة تمنحها؟

10	09	08	07	06	05	04	03	02	01

في الأخير تقبلوا مني أسمي معاني الشكر والامتنان على تعاونكم معنا

الملحق "ب" مقال التخرج:

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: عدد: السنة:

الثقافة الرياضية وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي

" فيسبوك _ يوتيوب _ تويتر نموذجاً "

Sports culture and its relationship to social networking sites "Facebook_ Youtube_ Twitter as a model."

بلعطار ريمة¹

طالب دكتوراه جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر

مخبر علم اجتماع الاتصال

rima.belattar@univ-constantine3.dz

د. مريم زعتر

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3

zatermeriem@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2020/11/27 القبول 2021/04/06 النشر على الخط 2021/11/30

Received 27/11/2020 Accepted 06/04/2021 Published online 30/11/2021

ملخص:

تهدف هذه الورقة العلمية إلى التعرف على الدور الذي تمارسه مختلف مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالقيم الصحية والتربوية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية ، لاكتساب المهارات الحياتية وتكوين الفرد الصالح، الفعال بشكل إيجابي، من خلال الاطلاع على المحتويات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فالفيسبوك، اليوتيوب وتويتر من أهم المواقع التي تستهوي الجماهير لمعرفة كل ما هو جديد وحصري فيما يخص الرياضة، خاصة أنها تجمع ما بين النص، الصورة والصوت والتقنية في معالجة المعلومة ، لكن مع ذلك نطرح استفسار حول أحقية مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة الجماهير الرياضية. وعليه سنحاول في هذه الورقة البحثية أن نعالج الأساس المفاهيمي للثقافة والثقافة الرياضية والإعلام الرياضي ومواقع التواصل الاجتماعي، مع ذكر الخصائص والأهداف والأدوار وغيرها من النقاط الأخرى.

الكلمات المفتاحية : الثقافة الرياضية _ مواقع التواصل الاجتماعي.

البريد الإلكتروني: belattar@univ-constantine3.dz

1 - المؤلف المرسل: بلعطار ريمة

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد : عدد : السنة :

Abstract:

This scientific paper aims to identify the role played by various social networking sites in introducing health and educational values related to sports concepts, to acquire life skills and to form a good, effective individual in a positive manner, by looking at sports content through social networking sites, such as Facebook, YouTube and Twitter from The most important sites that appeal to the masses to know everything that is new and exclusive regarding sports, especially as they combine text, image, sound and technology in processing information, but nevertheless we raise an inquiry about the eligibility of social networking sites in developing the culture of sports fans. Accordingly, in this research paper, we will try to address the conceptual basis of culture, sports culture, sports media and social networking sites, with a mention of characteristics, goals, roles and other points

key words: sports culture _ social media

1. مقدمة:

تعمل الثقافة على المحافظة على قيم الإنسان وعاداته وتقاليده وروابطه المجتمعية التي تدفع بالمجتمع للإبقاء على هذا النسيج الثقافي المتراكم منذ القدم من جهة ومسايرة الثقافات العالمية من جهة أخرى، فالثقافة الرياضية بدورها تسعى إلى تزويد الأفراد بالمعلومات الرياضية المتنوعة وتعديل سلوكهم من ناحية الحفاظ على الأخلاق والتربية الذاتية والمجتمعية والحفاظ على الجسم من الأمراض سواء الجسمية أو النفسية والدفع بالمجتمع للسير في ركب التطور التكنولوجي في ظل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي اجتاحت بقوة جميع مجالات الحياة وبالخصوص المجال الرياضي.

_ الإشكالية:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تقريب المسافات وتوطيد العلاقات وتسهيل الحصول على المعلومات من والاستفادة من الخدمات الأخرى المختلفة، الأمر الذي جعل الجماهير تختارها على أنها أفضل وجهة وأنجع وسيلة لتقديم الأفضل والمناسب لها.

فمواقع التواصل الاجتماعي أيضا تهتم بنقل وتقديم مختلف الأخبار المتداولة في شتى مجالات الحياة، والمجال الرياضي من بين أهم التخصصات التي تفرض نفسها عبر

مواقع التواصل الاجتماعي، بسبب اهتمام الجماهير به، إضافة إلى الدور الذي تلعبه الرياضة، فعلى غرار التسلية فهي تنشط الجسم وتجعله رشيقاً وصحياً وغيرها من الفوائد الأخرى. والجمهور الرياضي كباقي الجماهير الأخرى يلجأ إلى مواقع التواصل الاجتماعي لاستقاء منها ما هو مناسب لرغباتهم وتوجهاتهم وتوسيع مداركاتهم وثقافتهم الرياضية، باعتبار هذه الأخيرة جزء لا يتجزأ من الثقافة العامة للجماهير فهي تعكس الثقافة الواسعة التي يتميز بها المجتمع.

فالمجالات الاجتماعية، الثقافية، الصحية والتربوية، تربطها علاقة وطيدة بالثقافة الرياضية التي تؤثر عليها وتتأثر بها، فهي مظهر من مظاهر المجتمع لأنها تساهم بدرجة كبيرة في رفع وعي المجتمع، وهذا الأخير بدوره لا بد من أنه يحتاج بدرجة كبيرة إلى الثقافة لكي يتمتع بسلوك متحضر تميزه العقلانية وعدم التعصب والفهم الحقيقي لمعاني الأشياء والموجودات، بما فيها التجسيد الحقيقي لمعنى الروح الرياضية وقبول الخسارة ونبذ العنف والتطرف.

لهذا أردنا أن نسلط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة العلاقة بينها وبين الثقافة الرياضية، هل هي علاقة انسجام بين مضامينها ومحتوياتها وبين مبادئ الثقافة الرياضية؟، أم هي علاقة تنافرية لا تمت بأية صلة لمبادئ وأهداف الثقافة الرياضية؟.

فالإشكال المطروح هو المتمثل في الكشف عن أحقية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، اليوتيوب، تويتر)، نحو تنمية الثقافة الرياضية.

من هذه الخلفية النظرية نأتى لمعالجة الإشكال المطروح والمتمثل في التساؤل التالي: ما هي العلاقة التي تربط مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، اليوتيوب، تويتر) والثقافة الرياضية؟

— أهمية الدراسة:

— التعرف على العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة الرياضية، باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر) وسيلة هامة تستقطب جماهير عديدة ومتنوعة.

إحاطة أفراد المجتمع بسمات وخصائص الثقافة الرياضية.

معرفة الأسباب الحقيقية التي ساهمت في بروز العنف والتعصب الرياضي، في محاولة منا لرفع مستوى الثقافة الرياضية وتطوير الإعلام الرياضي والرياضة بصفة عامة.

— أهداف الدراسة:

معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر) في نشر الوعي الثقافي المتعلق بالثقافة الرياضية.

تربية الفرد نفسياً وسلوكياً وتربوياً وجسدياً.

توضيح العلاقة الوطيدة بين الثقافة الرياضية والمجالات الحياتية الأخرى.

إثراء المكتبة العلمية الرياضية.

_ تحديد المفاهيم:

_ تعريف الثقافة:

لقد تعددت الآراء حول مفهوم الثقافة، ولكننا يمكن أن نجمع كل هذه التعاريف معا لنخرج بتعريف شاف وهو الذي سنتبناه مركزين على عناصره المختلفة، فالثقافة إذن هي: مجموعة الأفكار والقيم والمعتقدات والتقاليد والعادات والأخلاق والنظم والمهارات وطرق التفكير وأسلوب الحياة والعرف والفن والنحت والتصوير والرقص الشعبي والأدب والرواية والأساطير والفلسفة والتاريخ ووسائل الاتصال والانتقال، وكل ما صنعته يد الإنسان وأنتجه عقله من نتاج مادي وفكري، أو توارثه من الأجيال السابقة، أو إضافة إلى تراثه نتيجة عيشه في مجتمع معين.¹

فمن خلال هذا التعريف يتبين لنا أن الثقافة هي الركيزة التي يبنى عليها أي مجتمع، من أجل الحفاظ على تماسكه وقوامه، فهي لا تخص مجال بعينه، ولا تخص الأشخاص فقط، فهي تتعدى ذلك إلى الأشياء والمعاني، فهي ذلك الكل المتكامل الذي يعكس الصورة الحقيقية للمجتمع، وما يحيط به من عادات، تقاليد، قيم، سلوكيات...، فكلما تعددت الثقافات وتوارثتها الأجيال وانتقلت من مكان إلى مكان، كلما سادت كل معاني التطور والتحضر والتمدن.

_ تعريف الرياضة:

تعرف كوسولا الرياضة بأنها "التدريب البدني بهدف تحقيق أفضل نتيجة ممكنة في المنافسة لا من أجل الفرد الرياضي فقط، وإنما من أجل الرياضة في حد ذاتها. «وتضيف كوسولا أن التنافس سمة أساسية تضيف على الرياضة طابعا اجتماعيا ضروريا، ذلك لأن الرياضة نتاج ثقافي للطبيعة التنافسية للإنسان من حيث هو كائن اجتماعي ثقافي.²، فلهاذا تعتبر الرياضة كتطور ثقافي للعب والألعاب: فالكثير من الباحثين يعتقد بان الرياضة تبلورت اجتماعيا من نفس النسيج الثقافي للعب والألعاب، فمنها أخذت الرياضة السمات الثقافية المتمثلة في أدوات اللعب كالمضارب والعصي والكرات والشباك، وغير ذلك من سمات ثقافية عرفتها الألعاب الشعبية البسيطة والتي كانت انعكاسا للواقع البيئي والثقافي الذي تنتسب إليه هذه الألعاب، وعبر المسيرة الحضارية للإنسان تطورت الأشكال التنظيمية لهذه الألعاب فاتخذ بعضها أطرا اجتماعية رسمية وبعضها ناله التطور والذيعوع إلى تخطي مجال المحلية الو الإقليمية إلى العالمية، فأصبح رياضة عالمية أو اولمبية.

¹ خالد مجمد أبو شعيرة، ثائر احمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص18.

² أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع، عالم المعرفة، الكويت، 1978، ص25.

ويؤيد هذا التفسير الكثير من الدلائل، فاصل كثير من الرياضات المعاصرة الذائعة الصيت كانت ألعاباً فجأة في الماضي السحيق، أو ربما كانت طقوساً دينية ذات طبيعة احتفالية كما فعل الإغريق، وفي حضارة الازتك بأمريكا الجنوبية هناك دلائل تشير إلى ما يشبه رياضة كرة السلة، وفي بداية القرن التاسع عشر كانت كرة القدم لعبة خشنة، ضعيفة التنظيم تنسم بالدموية والهمجية حتى أن محاكم انجلترا أصدرت حكماً رسمياً يمنعها بتاتا.

كما أن الرياضة المعاصرة لم تتخلص تماماً من الجذور الاثنوجرافية لي الألعاب التي اشتقت منها، فمزالق المهرجانات الرياضية تحتفظ كاحتفالية اجتماعية ببعض السمات الطوطمية، فيما يعرف بتميمة المهرجان أو البطولة أو ما يطلقون عليه في الثقافة الغربية ماسكوت.

كما فسر رالف لينتون تسمية فرق كرة القدم الأمريكية والبيسبول بأسماء الحيوانات (الدب- النمر. الخ) على أنها آثار طوطمية وجدت طريقها للمجتمع المعاصر.

وهذا الربط الثقافي بين اللعب والألعاب والرياضة ليس بغريب على باحثي الاثنوبولوجي، فقد أكد المؤرخ هوزينجا على أن الثقافة نفسها نشأت ومورست كلعب والعاب في بدايتها الأولى، حيث تأخذ الحياة الاجتماعية شكلاً حيويًا يضيء عليه اللعب قيم المجتمع المقبولة¹.

وعليه نستنتج من خلال ما سبق بأن الرياضة عبارة عن نسيج اجتماعي ثقافي، صحيح أن الألعاب تمثل أندية ولاعبين ومشجعين وأشخاص وأموال وإدارة وغيرها، إلى أنها تحمل في طياتها قيم عديدة وسمات محببة فهي تقي النفس من الأمراض وتبعث لها الروح الايجابية وتجسد لها المعنى الحقيقي للديناميكية والنشاط، فهي أيضا تعلم الأنصار واللاعبين كيف يتعاملون مع الخصم والمنافس، بطريقة متأدبة ومتحضرة من خلال قبول الخسارة واكتساب معنى الروح الرياضية، فهي أيضا تنشر التضامن وتدخل الفرحة والسرور إلى قلوب عشاقها. فاللاعب هو إنسان والرياضة هي أخلاق، وهذا ما جعل الرياضة بشكل كبير تساهم في نشر كل معاني الثقافة الإنسانية عن طريق الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية.

_ تعريف الإعلام الرياضي:

يشير حسن الشافعي (2003) إن الإعلام الرياضي هو "عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجح للجماهير تهدف إلى خدمة الصالح العام.

-ويتفق محمد الحما حمي واحمد سعيد (2006) أن الإعلام الرياضي هو "خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير من خلال إيجاد العلاقات الايجابية بين

أمين أنور الخولي، مرجع سابق، ص 26، 27.

الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفاتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع¹. فبالنظر إلى ما يتبين لنا أن للإعلام الرياضي مكان أساسي ضمن باقي الاختصاصات الإعلامية، فهو يملك فضاء كبير ضمن القائمة الإعلامية، لاهتمامه بدرجة واسعة بقضايا رياضية مهمة لها وزنها وثقلها في المجتمع، باعتبار أن الرياضة تشغل اهتمام ملايين الناس، وهذا ما يتطلب منه بذل المزيد من الجهود لتتقرب والكشف عن السلبيات والمشاكل واقتراح حلول من شأنها الرفع من قيمة الرياضة داخل الوطن وحتى خارجه والتخلي بالموضوعية والمصداقية، و تجسيد الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين الأفراد.

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع الكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمستخدميها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، بمعنى أن هذه المواقع تهدف بدرجة عالية إلى تحقيق رغبات مستخدميها من خلال تنمية ثقافتهم وتوسيع مفكرتهم نحو الوقائع والأحداث والشخصيات وتوسيع دائرة تواصلهم وتفاعلهم، فهذه المواقع تؤسسها شركات كبرى لجميع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات، أو البحث عن هوايات واهتمامات مشتركة، وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم. بمعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي قائمة على دراسة الجمهور المستهدف، من خلال البحث عن علاقة المضامين والمحتويات ببنية الجمهور حتى تضعه في قالب الذي يريد. وفي الحقيقة، عملت هذه المواقع على إنهاء العديد من المفاهيم الإعلامية والاتصالية التي كانت سائدة في مجال الاتصال والإعلام، وبخاصة الجماهيري، كمفهوم حارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة الإعلامية وهرمية الاتصال، وأدخلت بعض المفاهيم الجديدة، واضطلعت بأدوار ومهام جديدة تتناسب وتتوافق مع التغيرات الاجتماعية والإعلامية والسياسية الجديدة². لأن مواقع التواصل الاجتماعي قلصت عاملي الزمان والمكان بأقل تكلفة، فهذه المواقع لها سمة أساسية حيث أننا نستطيع معرفة آراء الأفراد حول القضايا دون اللجوء إلى مراكز لقياس الرأي العام، فهي بحد ذاتها أداة مهمة، فهي أيضا تعتبر أداة ضغط تستعملها لشعوب تجاه الدول والحكومات في شتى القضايا المهمة.

وهناك العشرات من شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها: فيسبوك، تويتر، يوتيوب، لينكد إن، بنتر ايست، جوجل بلس، تمبلر، أنستجرام، فليكر، ماي سبيس، أوركات، بالإضافة إلى التطبيقات الخاصة بالتواصل ومنها على سبيل المثال: "واتساب"، و"سنا بشات"، و"كيك" و"بروسكوب" وغيرها كثير جدا³. فيمكننا أن نستخلص أن الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب، من بين أهم المواقع الاجتماعية التي فرضت نفسها بقوة من خلال أحقيتها في تقديم وتنويع الشبكة الرياضية من برامج ومباريات

1 احمد جار الله عبد الله، الإعلام الرياضي في مواجهة التعصب والعنف، مؤسسة عالم الرياضة، الإسكندرية، 2018، ص 9، 10.

2 حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، كنوز المعرفة العلمية للنشر، عمان، 2014، ص 104 و 103.

3 فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي - أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية، دار المجدد للنشر والتوزيع، الرياض، 2017، ص 32.

واقترحات وتعليقات وغيرها، فالرياضة اجتاحت بقوة هذه المواقع حتى تلبى رغبات الجماهير المتمثلة أساساً في تنمية ثقافتهم الرياضية.

_ منهج الدراسة:

اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الموضوع ومشكلة البحث.

2. علاقة الإعلام الرياضي بالثقافة الرياضية:

2.1.1. الإعلام الرياضي:

من هذا المنطلق هناك عدة أهداف للإعلام الرياضي منها:

الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية¹.

- تثبيت القيم والاتجاهات والمبادئ الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ فيكون التوافق سمة من سمة المجتمع.

- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات.

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها². لان الإعلام الرياضي يتميز بشعبية كبيرة لهذا يطلق عليه بالجماهيري فهو يخاطب جمهور خاص ، يختار المضامين على أساس تنوع الرياضة ، فكل جمهور له توجه معين نحو رياضة معينة وموضوع معين، لهذا وجب على الإعلام الرياضي مراعاة الضوابط المجتمعية ومراعاة جميع فئات المجتمع مثلا رياضة ذوي الاحتياجات الخاصة. إضافة إلى أن جمهور الإعلام الرياضي هو جمهور مميز وذواق ينتمي ما هو مناسب لفكره وتوجهه بطريقة مسلية ومرحة وهو ما يتناسب مع هدف الإعلام الرياضي.

_ وشدّد كدر على أن تنوّع منصات النشر الرقمية زاد من ضرورة استخدام المنصّات المناسبة في الإعلام الرياضي لتقديم الجنس الصحفي المناسب لقراءها، فعلى سبيل المثال يُستخدم موقع التواصل "تويتر" من أجل نشر الحقائق السريعة والانطباعات المباشرة، في حين يُستخدم موقع "فيسبوك" من أجل الأفكار الأكثر توسّعاً وتفصيلاً، ويوتيوب من

¹ خير الدين علي عويس و م-م- عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص24.

² ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، 2011، ص 48، 49 .

أجل التحليل المصوّر، وذلك لكون الإعلام الرياضي يعتمد على الصورة التي تُحلّل في المباريات¹.

2.2. دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية :

فمن خلال هذه القراءات تبين أن للإعلام الرياضي دور كبير في التعريف ونشر كل ما يخص بالثقافة الرياضية التي تعد الثقافة البدنية جزءا من الثقافة بمفهومها الشامل، وهي خلاصة ما توصل إليه المجتمع من خبرات للوصول إلى النمو البدني السليم لأعضاء المجتمع، بدءا من المراحل السنوية الأولى، ومن أجل رفع المستوى الصحي العام، ويتطلب ذلك الثقافة البدنية الكثير من العناصر، ومنها التربية البدنية والياقة القوامية، فجميعها تساعد الشخص على أن يساهم في العمل والإنتاج والدفاع عن الوطن، ويعتبر الاهتمام بالتربية البدنية و الرياضية للجميع، من المؤشرات التي تحدد مستوى التقدم الحضاري في المجتمع الإنساني المعاصر، حيث لا يقتصر اهتمام الثقافة البدنية على الاهتمام بالقلّة المتميزة من المتفوقين رياضيا. بل يتسع اهتمامها لكي تكون في إطار التربية المستمرة مدى الحياة لكل أعضاء المجتمع على اختلاف فئاتهم وشرائحهم الاجتماعية والمهنية، بالإضافة إلى مدى استخدام وسائل الثقافة البدنية في حياة الناس اليومية، وتهتم الرياضة بالمتميزين رياضيا من ذوي المستويات العليا في قطاع البطولة، كما برزت الرياضة في وقتنا الحاضر كمؤشر تقدم المجتمعات، وأصبح لها وزنها وثقلها السياسي والاقتصادي².

ففي مجمل هذا الحديث يتأكد لنا بان الثقافة الرياضية هي مطلب أساسي لا بد منه في الرياضة، فالجماهير تولى هذه الأخيرة اهتماما كبيرا، هذا ما جعل من حتمية ترسيخ الثقافة الرياضية في الحياة اليومية للأفراد. خصوصا بان الثقافة الرياضية هي حصيلة لثقافات متنوعة أو بالأحرى هي مرتبطة بمجالات كثيرة منها المجال الاجتماعي ، التربوي ، والمجال الصحي ، فلهذا اغلب أهداف الثقافة الرياضية نلخصها في النقاط التالية هي:

- للثقافة الرياضية دور متميز في نشر الوعي الثقافي الرياضي بين المجتمعات.

- تربية الفرد جسديا ونفسيا وسلوكيا وفكريا.

- اكتساب المهارات المفيدة للحياة العملية.

¹ احمد حاج حمدو (2018)، الإعلام الرياضي بعيون الصحفي همام كدر: (9/ 2020)

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/359>

² مسعد عويس، المرصد العلمي للثقافة الرياضية، مرجع سابق، ص 19، 20.

² عبد القادر ساغي، الثقافة الرياضية في زمن العولمة مدخل استراتيجي لإحداث التغيير التنظيمي وتفعيل المواطنة في الجزائر، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2020، ص 219.

- إن الثقافة الرياضية ذات اثر تربوي في جميع أفراد المجتمع صغارا وكبارا ،ذكورا وإناثا¹. فالبطولات العالمية الرياضية استطاعت أن تجمع الشعوب ببعضها البعض من خلال التعرف على ثقافة أكلهم ولبسهم ومعالمهم الخاصة وحتى التعرف على تاريخ الدول و مشاهيرها وغيرها...، وهذا كله عن طريق الثقافة الرياضية التي ربما عجزت المجالات الأخرى عن القيام بهذا الدور المتكامل المتمثل في:

-تحقيق أهداف النمو الاقتصادي وزيادة إنتاج الفرد ومعدل نموه وتطوره ..وزيادة الدخل القومي العام.

-الاستيعاب الأفضل للتكنولوجيا المتقدمة وزيادة القدرة على التخطيط والتنفيذ والإدارة.

-رفع مستوى العنصر الإنساني ويعني صحة الفرد بدنيا ونفسيا واجتماعيا وعقليا.

-المساهمة في توازن البيئة وحماية البيئة من التلوث والمساهمة في صياغة جديدة للحياة.

-الاستعداد الأمثل للدفاع عن الوطن من اجل السلام العادل، فضلا عن إرساء دعائم التفاهم والتسامح بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع الواحد ... ومع المجتمعات الأخرى.

وإذا كان الاهتمام السائد في المجال الرياضي يركز على التنافس الشديد على المستويات المحلية والإقليمية والدولية.. فان الرؤية المستقبلية تحتم علينا تعديل المسار من اجل نشر الرياضة للجميع وإرساء معالم نظام رياضي عالمي وإقليمي ومحلي جديد ..يعطي من شأن الإنسان بدلا من الطفولة المبكرة وطوال مراحل التربية المستمرة مدى الحياة².

3. علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالرياضة:

1.3 مواقع التواصل الاجتماعي:

² مسعد عويس، مرجع سابق، ص30،29.

² مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مركز الحرب الناعمة للدراسات، بيروت، 2016، ص 68.

³ فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي –أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية، دار المجدد للنشر والتوزيع، الرياض، 2017 ص 34.

⁴ إحصائيات السوشيال ميديا في 2020 : (2020) Dimofinf Blog (2021/4 /10) [https://www.dimofinf.net/blog\(2021/4 /10\) Dimofinf Blog\(2020\) : 2020](https://www.dimofinf.net/blog(2021/4 /10) Dimofinf Blog(2020) : 2020)

⁵ الشروق أون لاين (2021)، هذه آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل بالجزائر : (2021 /4 /10)

بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العام 2013م (مع تقدم طفيف بين عامي 2014-2015) حوالي 2 مليار مستخدم¹ و تحظى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك ، تويتر، يوتيوب) بأهمية خاصة في المجتمعات العربية². بمعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، تعرف ازدياد رهيب في عدد مستخدميها خصوصا على شبكات الفيسبوك و تويتر و اليوتيوب التي تحولت إلى منصة عالمية لتضارب الآراء وخصوصا الرياضية منها. فهذه المواقع تقدم وتعالج مواضيع رياضية مهمة بسرعة فائقة ، فهي تتميز بالأنية والسبق الصحفي ، فكل مستقبّل للرسالة هو صحفي نفسه يصنع من الخبر ما يريد، وهذا ما يعكس نوعا ما من أحقية الفيسبوك ، تويتر و اليوتيوب في تنمية الثقافة الرياضية.

حسب التقرير السنوي لعام 2019 بمنصة " هوت سويت "العالمية وصل عدد مستخدمي المواقع ل 3.484 بليون مستخدم حول العالم، منهم 136.1 مليون شخص في الوطن العربي، أي نحو 53% من عدد سكان المنطقة.

وهذا قد يعكس أهمية ودور وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويوضح ضرورة الاهتمام بدور وقيمة السوشيال ميديا في مثل هذه الدول الأكثر تقدماً واستقراراً اقتصادياً³.

وبلغ مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 25 مليون شخص بنسبة 56.5 بالمائة، من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة⁴.

أما بخصوص إحصائيات سنة 2021 لا يزال موقع فايسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية، حيث يستخدم أكثر من مليار شخص بنشاط موقع التواصل الاجتماعي هذا بنسبة تصل إلى 65،75 بالمائة⁵.

وتتعدد مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال : التعارف والصدقة، إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة والأفراد، إنشاء مجموعات اهتمام، البرمجيات المتوفرة داخل مواقع التواصل الاجتماعي، استخدامات ترفيهية، وسائل

⁵ جراي وويليامز (2021)، 23 إحصائية مذهلة عن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي 2021 <https://ar.wizcase.com/blog>: 10)

الاتصال بين أفراد المجتمع، الدعاية والإعلان¹ و الحصول على معلومات تتعلق بالصحة².

في هذا السياق بإمكاننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديوك_ تويتز_ اليوتيوب) أضحت قبلة متميزة للجماهير المتنوعة التي تخلت نوعاً ما على الإعلام التقليدي التي لم تجد فيه متنفساً لحريتها على عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي خلقت مفهوم جديد ألا وهو الجمهور النشط، و فتحت لهم المجال لتعبير عن آرائهم بحرية والردشة والتواصل وإنشاء صفحات خاصة ومتابعة جديد المشاهير ومتابعة الأخبار والمعلومات الآنية أول بأول بما فيها الأخبار الرياضية، فلم يعد هنالك هامشاً يقف أمامهم. فمواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن حلقة وصل بين الجماهير وعالمها الخارجي عن طريق عالم افتراضي يفسح لهم المجال لتفريغ ذلك الكبت الذي سايرهم لسنوات وسنوات مع وسائل الإعلام التقليدية. لكن السؤال المطروح هل مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدورها الحقيقي المتمثل في تنمية الثقافة الرياضية للجماهير؟

2.3. الرياضة في عصر التواصل الاجتماعي:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، في قياس مدى شعبية الأندية الرياضية، ولعبت دوراً كبيراً في انتشار قاعدة محبي هذه الأندية في مختلف أنحاء العالم، وعلى الرغم من تصدر أندية كرة قدم شهيرة مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن أندية أخرى لا تمارس كرة القدم، نجحت في فرض نفسها بين الكبار، بسبب مواقع التواصل الاجتماعي. فبالتالي السوشل ميديا الآن هو العامل الأبرز إعلامياً بالنسبة إلى استقطاب الجماهير والحوار والمناقشة وتبادل الآراء³. بمعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديوك_ تويتز_ اليوتيوب) تغير دورها نوعاً ما، فبدايتها كانت مرتكزة على التعارف وتكوين صداقة والتفاعل إلى أن أصبحت وجهة للمنظومة الرياضية من أندية ولاعبين وألبسة رياضية وحتى المحتويات الرياضية للترويج والإشهار، وهو ما يخلق للجماهير من جهة تعزيز حب الوطن والانتماء، ومن جهة أخرى يخلق مفهوم التوجه الذاتي والتسلط والعصبية الذي يقضي حتماً على مبادئ السلوك الرياضي المتحضر، فبالتالي سينقص نوعاً ما من القيمة الحقيقية لهذه المواقع والمتمثل في نشر وتنمية الثقافة الرياضية بين الأوساط الرياضية.

فشبكات التواصل الاجتماعي لديها العديد من التأثيرات فمنها ما هو سلبي، ومنها ما هو ايجابي، فشبكات التواصل سلاح ذو حدين، وسنتناول التأثير الايجابي لشبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة على ممارسة الرياضة.

¹ علي عبد الهادي الكرخي و م.م. نها نبيل الاسوددي، الإعلام الجديد والمشاركة السياسية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 18، 19، 20.

² عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 343.

³ خالد يوسف (2018)، تأثير السوشيل ميديا على الرياضة: (8/ 2020/9)

<https://www.alayam.com/Article/sport-article/409195/Index.html>

- لشبكات التواصل الاجتماعي الأثر الأكبر على ممارسة الرياضة بما يسمى بمجال الإعلام الرياضي الذي أصبح بارزا في العصر الحالي وبرز ما تشهده الساحة الرياضية من تأثير لهذه الشبكات.

- أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة للكثير من الجماهير والمعجبين التواصل مع لاعبيهم المفضلين حول العالم والاطلاع على أخبارهم بشكل دوري ومستمر ، وسنحت للاعبين فرصة لتدوين مقالاتهم الخاصة على هذه المواقع لينالوا إعجاب المتابعين ولتعزير العلاقة بينهم.

وارتاحت الفرصة في نشر العديد من الفيديوهات التوعوية حول طرق ممارسة الرياضة سواء على موقع فيسبوك أو تويتر أو يوتيوب ، ولعلنا نشاهد الكثير من البرامج الصباحية التي تعرض فقرات مختصة بممارسة الرياضة ووجود العديد من خبراء التغذية على تلك الشبكات الذين يشجعون الناس على الأكل الصحي وممارسة الرياضة وفوائدها على الصحة والجسد، ولا ننسى الدور الكبير لتلك الشبكات في مجال الدخل المادي وإيجاد وظائف للكثير.

-وكما برزت العديد من الصفحات الرياضية تلعب دورا تثقيفيا و توعويا.

-وأصبح بإمكان الكثير من يستخدمون هذه الشبكات ولاسيما من غير الصحفيين المشاركة في التعبير عن وجهات نظرهم الرياضية وإظهار انتمائهم للكثير من الفرق الرياضية. كما وتعد هذه الشبكات وسيلة يستخدمها الكثير لمشاهدة المباريات من داخل البيت ، عبر مواقع الانترنت المتخصصة في عرضها. كما وساهمت في معرفة مدى شعبية الأندية الرياضية ومحبيها وخلق روح المنافسة والتحدي¹.

-فهذه الايجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي لا تعكس غياب السلبيات ، فصفحات التواصل الرياضية تقلدت دور الإعلام الرياضي، حيث أضحت قادرة على أن تعلي من شأن شخص أو جهة أو نادٍ معين وتحط منه، وتصنع النجوم وتسقطها وتدمرها، وتشذذ النفسيات وترفع المعنويات والهمم، وتغتالها متى شاءت . وعلى حد قول أحدهم أن المواقع الرياضية تمتلك قوة تأثير خارقة، لا يجاريها فيها غيرها، تؤثر في اللاعبين والإداريين والحكام والمسؤولين في الأجهزة الرسمية الرياضية! وتؤثر أولاً وقبل كل شيء في المجتمع؛ في الشارع العام، في كافة طبقات البشر وفئاتهم العمرية والثقافية والاجتماعية، أولئك الشغوفين بالرياضة حد الهوس، المشجعين بهدوء أو بتعصب، والمتابعين بدقة أو ببساطة. فالرياضة لم تعد هواية أو نشاطاً جسدياً أو ترفيهياً، الرياضة في عالم اليوم هي ملاذ روحي، إدمان من نوع مختلف، متنفس للمكبوتين والخاسرين والمحبتين، هي في شكل من أشكالها هروب محموم، ركض مجنون مطاردي بكوابيس

¹ أية أبو علي(2020)، التأثير الايجابي لوسائل التواصل الاجتماعي على ممارسة الرياضة بقلم أية أبو علي:

الواقع وويلات الحياة التي لا تلين لتجد في المواقع الرقمية وسيلة سريعة لخلق العنف والتعصب بكل أشكاله وألوانه¹.

وعليه فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للجمهور بان يحسن من معارفه الرياضية سواء الكروية أو الجسدية من خلال ثقافة التغذية والتمارين الرياضية، وحتى انه يمكن أن يصنع من نفسه إعلاميا رياضيا مبدعا، إضافة إلى أنها تساعد بشكل رهيب على تشهير مختلف الأطراف الرياضية سواء أكانوا أشخاصا عاديين أم لاعبين مشهورين أو غير مشهورين أم أشياء، ولكن لما تكون المضامين الرياضية غائبة عنها الرقابة والضوابط المهنية فحتما ستصبح بدون قيمة إعلامية، وسينتشر حينئذ التضليل والتعتيم الإعلامي الذي بدوره يخلق العنف والشغب الجماهيري، وهذا ما يجعل الثقافة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عنوانا بدون هوية.

3.3. مجالات توظيف مواقع التواصل الاجتماعي للثقافة الرياضية:

تربويا: هناك دراسة أكدت أنا أغلب مفردات الجمهور ترى أن لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيرا على علاقاتهم الاجتماعية و لكنها لا تؤثر على احترامهم للآخرين، كما تباينت الآراء حول التأكد من صحة ما ينشر والتعرض للأذى أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وحول استخدام بعض الأخلاقيات غير الجيدة مثل مشاهدة محتويات غير لائقة عبر اليوتيوب و الفيسبوك ونسب ما يكتبه الآخرين أو استخدام ألفاظ بذيئة. وهناك آراء أخرى اختلفت حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفكر والأخلاق والمستوى الدراسي والعقيدة فالبعض يرى أنها تؤثر سلباً والبعض يرى أنها تؤثر إيجابا والبعض ينفي تأثيرها².

في حين يمكن لنخبة من المفكرين والمتقنين ترويج أفكارهم من خلال شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي، والعمل على تشكيل وعي المستخدمين عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسله للتأثير عليهم، وتشكيل وعيهم تجاه القضايا المختلفة. وبالفعل فقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في بروز قادة رأي مؤثرين في العالم العربي لهم منابرهم الإعلامية التي تحظى بالمتابعة من ملايين المستخدمين في العالم العربي، وبإمكان هؤلاء التأثير في متابعيهم بدرجة أو بأخرى في ما يتعلق بالقضايا المثارة.

¹ ت روية (2016)، الصفحات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي بين النقد والتجريح وإثارة التعصب " الكرة في شرك الشبكة العنكبوتية":

(2020/9/ 8)//www.djazairress.com/eldjournhouria/69570

² ميمونة عبد الرحمن الموسى ، واقع المنهج في تزويد الطلاب بقيم أخلاقية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي،المجلة العلمية،المجلد الخامس والثلاثون، العدد الحادي عشر، 2019، ص540.

وهناك ادوار خطيرة وشائكة لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في: تضليل الرأي العام، توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في نشر التطرف والترويج لخطاب الكراهية، نشر الشائعات الهدامة، التحريض على الفوضى وإثارة الاضطرابات¹.

نستنتج من خلال ما سبق أن بعض محتويات مواقع التواصل الاجتماعي تركز على القيم الأخلاقية والضوابط المجتمعية التي يبني عليها أي مجتمع، في حين نجد بعض المحتويات الأخرى تسعى لهدم القيم الأخلاقية، وهذا ما أثر سلباً على قيم المجتمع واتجاهاته. فظهر ما يسمى بالسلوك العدواني والعنف الرياضي والكراهية والتشتت المجتمعي.

جسدياً ونفسياً (التأثير في الوعي): في أحدث الدراسات الأمريكية بجامعة نيويورك التي أُقيمت على مستخدمي "فيسبوك" على وجه الخصوص فقد أظهر الباحثون أن 76% من المشاركين قاموا باستخدام الموقع أثناء المشي على القدمين، و40% أثناء القيادة، و63% أثناء التحدث مع آخرين، وأكد الباحثون أن زيادة معدل استخدام مواقع التواصل يزيد من عدم التوازن بين النظام المعرفي والنظام السلوكي في المخ، وإن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يتسبب في حدوث خلل بوظائف المخ².

صحياً : هناك دراسة حول دور الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، فكانت أبرز نتائجها كالتالي:

إن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة "التنوع". ظهر أن مسألة تخفيف الوزن والبحث عن الرشاقة وطرق الحماية الغذائية من أكثر الموضوعات التي خرج بها البحث. هناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء والطب التجميلي والثقافة الصحية العامة، والاكتشافات الطبية الحديثة فضلاً عن الطب العربي.

¹ اشرف العيسوي(2020)، وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي:

<https://trendsresearch.org/ar/insight/> (2021 /4/ 10)

² العين الإخبارية(2020)، أضرار خطيرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

<https://al-ain.com/article/harms-excessive-social-media> (2021 /4/ 12)

أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفيسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي¹.

وهذا يعني أن أسلوب مواقع التواصل الاجتماعي يتماشى والثقافة الرياضية في تثقيف الفرد صحيا ، بخصوص الحماية الغذائية الواجب تناولها للتقليل من الأمراض والحصول على جسم رشيق ، وكل ماله علاقة بصحة الفرد.

معرفيا: كشفت دراسة أن أغلب المبحوثين يتابعون المواضيع الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وان المضامين الرياضية المتداولة في المواقع دائما ما تساهم بتزويدهم بالمعارف الرياضية. فالدراسة بينت بان موقعي الفاسبوك و تويتر ساعدهما في التعرف على اقتصاديات الرياضية من ناحية أسعار الاعبين ، وإرادات الأندية، والتسويق الرياضي وتعريفهم كذلك بأغلب الشخصيات البارزة في كل دول العالم .

غالبية أفراد عينة الدراسة قد ساعدهم الفاسبوك و تويتر في تعريفهم بالنواحي القانونية للألعاب الرياضية من خلال مواضيعه المتداولة، إضافة إلى تعرفهم على مختلف أنواع الألعاب الرياضية والوسائل التي تستخدمها في ممارستها من خلال مضامينه الرياضية ، فهي تطلعهم كذلك على معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها².

وهذا يعني أن الثقافة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جسدت مفهومها المعرفي للرياضة بشكل حقيقي، وهذا ما ظهر جليا من خلال نتائج هذه الدراسة ، فالجمهور يحصل على كل المعلومات التي يحتاجها من اجل تحصيل معارفه الرياضية ومسايرة ما يحدث من مستجدات عالمية في المجال الرياضي.

اجتماعيا: يتضح من خلال إحدى الدراسات أن لمواقع الاتصال الاجتماعي أطروحتان مختلفتان، الأولى ترى أن لهذه المواقع دور كبير وفرصة للبشرية لتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتزيد من تقارب الناس وترفع من درجة تفاعلهم ولها الدور الكبير في تكوين علاقات اجتماعية جديدة، فيما تنظر الأطروحة الثانية لهذه الشبكات نظرة كارثية إذ ترى أنها مصدر الخطر الحقيقي على العلاقات الاجتماعية والتفكك الأسري وتؤدي إلى ولادة مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية كما تؤدي إلى العزلة وتفكك نسيج الحياة الاجتماعية حيث انه اقتحمت الحياة العائلية وقللت فرص التفاعل والتواصل داخل الأسرة³.

¹ محمد فاضل علي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الشرق الأوسط، 2017، ص 96.

² شوانر بلال ،دور الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ، شهادة الماستر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف ،قسم الإعلام والاتصال الرياضي، المسيلة، 2019، ص123، 124.

³ نبراس النانلي(2017)، الفيسبوك بين الاندماج والتفكك الاجتماعي: 3

فهناك دراسة مصرية للباحثة "عليه هشام جمال الدين"، كشفت الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في ارتفاع مستويات التعصب الرياضي بين روادها وخاصة المراهقين منهم، حيث لوحظ أن ظاهرة التعصب والعنف الرياضي قد انتقلت من الملاعب إلى صفحات التواصل الاجتماعي التي تهتم بتداول أخبار الرياضة، فعلي الرغم من دور هذه الصفحات في توصيل المعلومات والمعارف إلا أنها أصبحت ساحات حرب كلامية حول الرياضة¹.

من خلال الاطلاع على مختلف الدراسات العربية والجزائرية التي تناولت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالثقافة الرياضية وجدنا أن النتائج تتباين بين الايجابيات والسلبيات ، وهذا ما يدل على أن هذه الوسائل سلاح ذو حدين ، فهي تعود إلى طبيعة عمل هذه المواقع من جهة و شخصية القائم على الصفحات والقنوات عبر هذه المواقع من جهة أخرى و ما إن كان يهدف إلى تطبيق مبادئ و أهداف الثقافة الرياضية أم لا ، فعلى سبيل المثال لما قمنا بتحليل إحدى الصفحات عبر الفيسبوك و إحدى القنوات عبر اليوتيوب ورؤية مدى تجسيدها لأهداف ومبادئ الثقافة الرياضية، لاحظنا من خلالها أن نتائج التحليل لا تعمم على باقي الصفحات والقنوات و التغريدات ، لأننا نجد محتويات تسعى إلى إضفاء قيم الثقافة الرياضية ، في حين نجد أخرى تركز العنف والسلوك العدواني ولا تمت بصلة لأخلاق الرياضة.

الصفحة الرسمية لقناة الهدف الرياضية: تعتمد صفحة الهدف على نقل كل الأخبار الرياضية وخاصة أخبار كرة القدم المحلية والوطنية والعالمية سواء المتعلقة بالمباريات أو النتائج أو صفقات انتقال اللاعبين وغيرها، دون الإشارة في منشوراتها على الحث على التعصب والعنف الرياضي بالعكس من ذلك ، فهي ضد العنصرية والتجريح والعنف في الملاعب. كما لاحظنا أيضا أنها لا تعتمد فقط على الأخبار الرياضية وإنما تعدت ذلك إلى تثقيف الجمهور بمنشورات متنوعة خاصة الدينية منها، كما نجد أن القائمين على الصفحة يحرصون على إبراز حب الوطن وهذا ما ظهر جليا من خلال تشجيعهم للمنتخب الوطني والإشارة إلى الأعياد الوطنية والدينية . فقد حرصت أيضا هذه الصفحة على توعية جمهورها من الأمراض والفيروسات وطرق الوقاية منها.

قناة دنيا يا دنيا عبر اليوتيوب: من خلال تحليل بعض الفيديوهات وجدنا أن هذه القناة تهدف بامتياز إلى نشر الثقافة الرياضية من خلال النقاط الآتية:

تزويد المتلقي بمختلف المعلومات حول الأمراض وكيفية العلاج منها عن طريق تقديم حمية غذائية صحية وطبية ، تقدم أيضا هذه القناة الطريقة التي تجعل الجسم رشيقا من خلال التعريف بمختلف التمارين الرياضية التي تحرق الدهون والسعيرات الحرارية، ومن بين البرامج التي قدمتها هذه القناة نذكر: أغذية تساعد على التخلص من الإمساك،

¹ محمد القاضي (2019)، دراسة تكشف دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التعصب الرياضي:

تحسين المزاج النفسي من خلال الأطعمة، كيفية الحفاظ على البشرية ، كيفية التخلص من الدهون تمارين لرفع نبضات القلب.

5. خاتمة:

في الأخير يمكننا القول أن المجال الرياضي فرض نفسه بقوة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر واليوتيوب) بفعل الشعبية الجماهيرية الكبيرة للرياضة، التي وجدت ما تحتاجه من مضامين مختلفة سواء أكانت معلومات وأخبار أو صفحات رياضية عنوانها الأنية رمز للأخبار الرياضية. فمواقع التواصل الاجتماعي تحصي أرقام خيالية لعدد متابعي الرياضة بفعل الخدمات المتطورة التي تقدمها لجمهورها ، إلى أن هناك نقائص حالت دون بلوغها المستوى الحقيقي في نشر القيم الحقيقية للثقافة الرياضية وتجسيدها الفعلي على أرض الواقع . الأمر الذي يفرض إعادة مراجعة بعض الضوابط التي تسيّر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتكثيف الجهود للقضاء على العنصرية والتجريح والمغالاة الشعبية التي تنتشر العنف الرياضي والسلوك الأمتحضر بين الأوساط الرياضية، ووضع مقترحات لتفعيل الموضوعية والمصادقية التي تطور من الشأن الرياضي وتجسيد الرسالة الحقيقية له على أرض الواقع من تربية وثقافة وصحة ولياقة بدنية وتعایش سلمی بین الشعوب .

6. قائمة المراجع:

- (1) خالد مجمد أبو شعيرة، ثائر احمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ،(عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ،2009)،ص18.
- (2) أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع، عالم المعرفة ، (الكويت، عالم المعرفة، 1978)، ص25.
- (3) أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع، عالم المعرفة، (الكويت، عالم المعرفة، 1978)، ص26،27.
- (4) احمد جار الله عبد الله، الإعلام الرياضي في مواجهة التعصب والعنف، مؤسسة عالم الرياضة، (الإسكندرية، مؤسسة عالم الرياضة ، 2018)، ص9،10.
- (5) حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات ، كنوز المعرفة العلمية للنشر (عمان، كنوز المعرفة العلمية للنشر ، 2014)، ص104 و 103.

(6) فهد بن عبد العزيز الغفيلي ، الإعلام الرقمي – أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية، دار المجدد للنشر والتوزيع ، (الرياض ،دار المجدد لنشر والتوزيع، 2017) ، ص 32.

(7) خير الدين علي عويس و م-م- عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، (القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 1998)، ص 24.

(8) ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2011)، ص 48، 49 .

(9) احمد حاج حمدو (2018)، الإعلام الرياضي بعيون الصحفي همام كدر:

(9/ 2020) <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/359>

(10) مسعد عويس، المرصد العلمي للثقافة الرياضية، المكتبة الأكاديمية، (القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2009)، ص 19، 20.

(11) المؤلف عبد القادر ساغي، الثقافة الرياضية في زمن العولمة مدخل استراتيجي لإحداث التغيير التنظيمي وتفعيل المواطنة في الجزائر، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2020، ص 219.

(12) مسعد عويس، المرصد العلمي للثقافة الرياضية، المكتبة الأكاديمية، (القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2009)، ص 30، 29.

(13) مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مركز الحرب الناعمة للدراسات، (بيروت، مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2016)، ص 68.

(14) فهد بن عبد العزيز الغفيلي ، الإعلام الرقمي – أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية ، دار المجدد للنشر والتوزيع ، (الرياض ،دار المجدد لنشر والتوزيع، 2017) ص 34.

(15) Dimofinf Blog (2020)، إحصائيات السوشيال ميديا في 2020 :

(10/ 2021/4) <https://www.dimofinf.net/blog>،

(16) الشروق أون لاين (2021)، هذه آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل بالجزائر:

<https://www.echoroukonline.com>(2021 /4 /10)

(17) جراي ويليامز (2021)، 23 إحصائية مذهلة عن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي 2021 :

<https://ar.wizcase.com/blog>(2021 /4/ 10)

(18) علي عبد الهادي الكرخي و م.م نها نبيل الاسوددي ،الإعلام الجديد والمشاركة السياسية،دار المناهج للنشر والتوزيع (عمان،دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2018)، ص 18،19،20.

(19) عامر إبراهيم القندلجي ، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013)، ص 343.

(20) خالد يوسف(2018)، تأثير السوشيل ميديا على الرياضة:

<https://www.alayam.com/Article/sport-article/409195/Index.html>
(2020/9/ 8)

أية أبو علي(2020)، التأثير الايجابي لوسائل التواصل الاجتماعي على ممارسة (21)الرياضة بقلم أية أبو علي:

(2020 /9/9)

<https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/516568.html>

(22)ت روحية (2016)، الصفحات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي بين النقد والتجريح وإثارة التعصب " الكرة في شراك الشبكة العنكبوتية":

[//www.djazairress.com/eldjournhouria/69570](http://www.djazairress.com/eldjournhouria/69570) (2020/9/ 8)

(23) ميمونة عبد الرحمن موسى ، واقع المنهج في تزويد الطلاب بقيم أخلاقية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي،المجلة العلمية ،المجلد الخامس والثلاثون، العدد الحادي عشر،2019، ص540.

- (24) أشرف العيسوي(2020)، وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي:
[https://trendsresearch.org/ar/insight/\(2021/4/10\)](https://trendsresearch.org/ar/insight/(2021/4/10))
- (25) العين الإخبارية(2020)، أضرار خطيرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:
[https://al-ain.com/article/harms-excessive-social-media\(2021/4/12\)](https://al-ain.com/article/harms-excessive-social-media(2021/4/12))
- (36) محمد فاضل علي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الشرق الأوسط، 2017، ص 96.
- (27) شوادر بلال، دور الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، شهادة الماستر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، المسيلة، 2019، ص 123، 124.
- (28) نبراس النائلي(2017)، الفيسبوك بين الاندماج والتفكك الاجتماعي:
[https://annabaa.org/arabic/studies/11904\(2021/4/12\)](https://annabaa.org/arabic/studies/11904(2021/4/12))
- (29) محمد القاضي (2019)، دراسة تكشف دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التعصب الرياضي:
[https://www.elmal3b.com/51516\(2021/4/12\)](https://www.elmal3b.com/51516(2021/4/12))



Full name: belattar rima

The role of social media sites in shaping students attitudes towards the development of sports culture in Algeria _field study at the university of Constantine 2
A Thesis Submitted for the PhD Degree in Media and Communication

Summary :

The importance of this study is evident in highlighting the role played by social networking sites (Facebook, Twitter, YouTube) in providing students of the Institute of Science and Technology of Physical Activities and Sports with sports information, as this study aims to identifying the role of the social media platforms (Facebook, Twitter, and YouTube). In shaping the students' tendencies towards increasing and spreading a sportive culture in Algeria, as they are a young age group characterized by their interest and constant knowledge of social networking sites. We also want to know the degree of their dependence on these sites in obtaining various sports information and the extent of their interest in following sports topics through these sites. The constructivist-functional theory and the media dependence theory were relied upon as a theoretical background for this study. Our study is recognized as a descriptive one as it is based on the descriptive approach. And we've utilized a questionnaire form based on a Likert scale, and so our study sample included 499 words.

- There's a relationship between the degree of exposure to social media and forming a move towards these platforms to build the sportive knowledge.
- The majority of the students in the institute of sportive science and technology always use social media platforms to get the sportive news and sports developments.
- Social media sites compete with traditional media in promoting sport information and news very quickly; they supply individuals with creative sports information and ideas.
- Social media sites contribute well to shaping students trend towards the development of sports culture, they play an active role in raising the individual intellectually.
- Social media omits the empathy the lofty values and principles of sport as insufficiently informed by the true meaning of a competition athletes are a platform for unethical rhetoric among audiences that amplify sporting events.
- Addressing news and sports issues on social media lacks the standards and foundations of the world sports until the majority of its contents anonymous and source

Keywords : social media, student orientation, sportive culture

Supervisor : Meriem zater –University of Constantine 3

2023/2024