



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال تنظيمي

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي (ل.م.د)

دفعه: 2019

بغنوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الرياضي للشباب

دراسة ميدانية حول تأثير موقع فايسبوك على الوعي الرياضي للشباب الجامعي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة العربي التبسي تبسة -

تحت إشراف الأستاذ:

عبد اللطيف عبد الحي

إعداد الطالبان:

- ضرار براكني

- محمد رمضان

لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	أستاذ محاضر - أ-	أمير علي فاطمة الزهراء
مشرفا	أستاذ محاضر - ب-	عبد اللطيف عبد الحي
عضوا	أستاذ مساعد - أ-	نويب أميرة

السنة الجامعية: 2019/2018



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

التخصص: إتصال تنظيمي

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي (ل.م.د.)

دفعه: 2019

بغوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الرياضي للشباب

دراسة ميدانية حول تأثير موقع فايسبوك على الوعي الرياضي للشباب الجامعي
لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة العربي التبسي تبسة -

تحت إشراف الأستاذ:

عبد اللطيف عبد الحي

إعداد الطالبان:

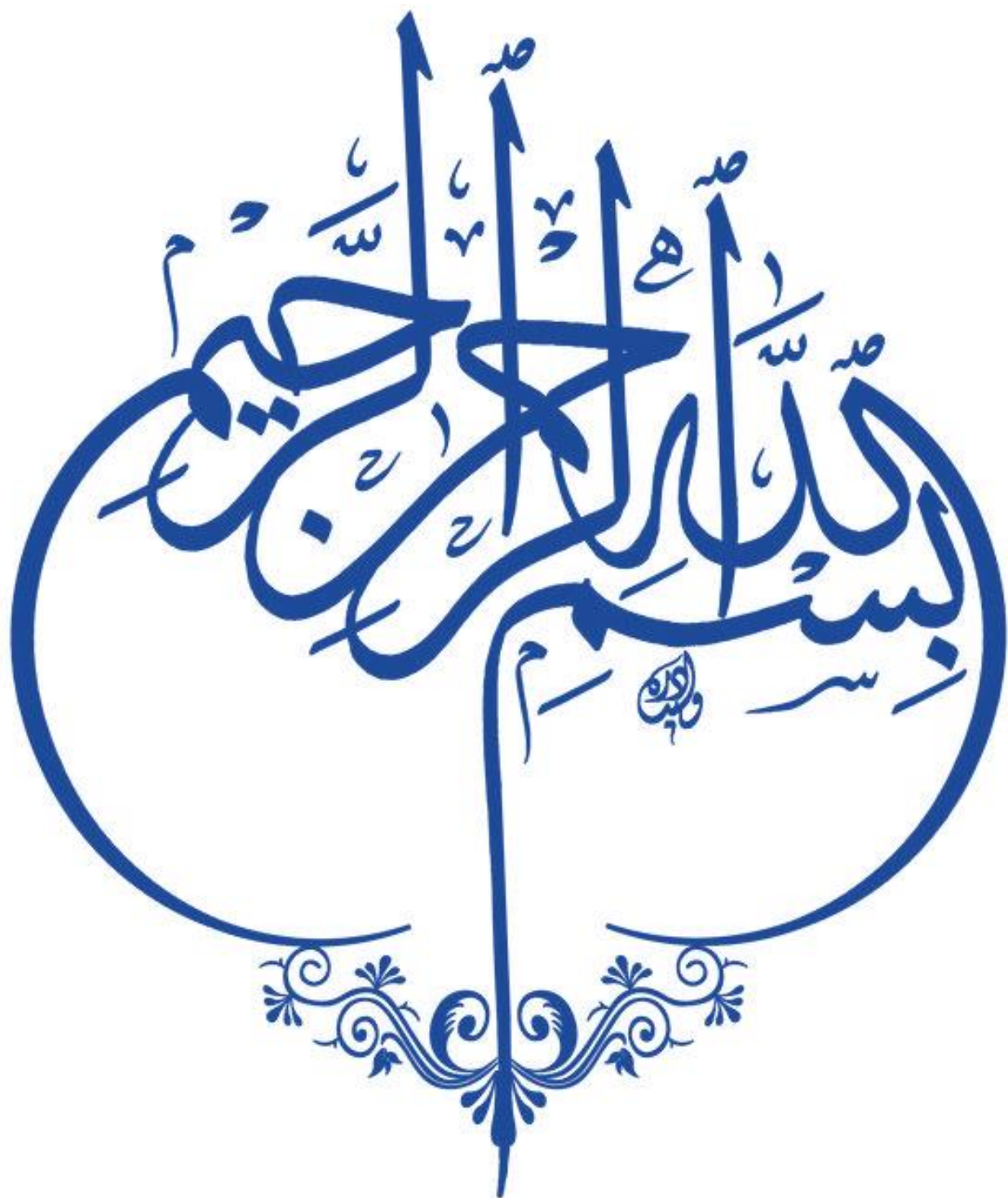
- ضرار براكني

- محمد رمضاني

لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	أستاذ محاضر - أ-	أمير علي فاطمة الزهراء
مشرفا	أستاذ محاضر - ب-	عبد اللطيف عبد الحي
عضوا	أستاذ مساعد - أ-	نويب أميرة

السنة الجامعية: 2019/2018





آیتہ الکرسی سورۃ البقرۃ آیت ۲۵۵

إهداء

الى الأولياء الأعمىاء أطل الله فى أعمارهم

والى الأخوة والأخوات

والى كل الأصدقاء والزملاء

والى كل أساتذة كلية العلوم الإنسانية

والإجتماعية فى جامعة الشىخ العربى التبسى - تبسة-

والى كل من درسنا فى مشوارنا الدراسى

والى كل من ساعدنا فى إنجاز هذه المذكرة

كلمة شكر

نشكر الله تعالى الذي فتح لنا أبواب التوفيق والعون.

نتقدم بالشكر الجزيل الى كل الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بنصيحهم وتشجيعهم.

خاصة الأستاذ " محمد اللطيف محمد العبي " الذي عاش معنا مشاق إمداد هذه المذكرة.
فله منا جزيل الشكر لعدم البخل على تقديم النماذج وكذا الجواب على كل الاستفسارات.

كما نتقدم بالشكر الحار الى " جدلة محمد مصدق "

الذين كان خير رفيق خلال كل فتواتر إمداد المذكرة خاصة من الجانب النفسي،

كما نوجه الشكر لكل من ساعد في إمداد هذا البحث.



فهرس المحتويات

الفهرس

فهرس المحتويات

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....	1
I. مقدمة.....	2
II. التأصيل المفاهيمي:.....	21
III. المقاربة النظرية.....	39
المحور الثاني: علاقة وسائل التواصل الاجتماعي ببناء الوعي الرياضي.....	46
I- مؤشرات التعصب في الوسط الرياضي.....	47
II- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الجماهير الرياضية:.....	53
III مجابهة التعصب وبناء الوعي الرياضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.....	55
المحور الثالث: الإطار الميداني للدراسة.....	57
خاتمة.....	79
قائمة المصادر والمراجع.....	87

قائمة الجداول

- الجدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس 61
- الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة 61
- الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي 62
- الجدول رقم (4): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01) 63
- الجدول رقم (5): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02) 63
- الجدول رقم (6): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03) 64
- الجدول رقم (7): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04) 65
- الجدول رقم (8): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05) 66
- الجدول رقم (9): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06) 67
- الجدول رقم (10): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07) 68
- الجدول رقم (11): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01) 69
- الجدول رقم (12): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 02 70
- الجدول رقم (13): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03) 70
- الجدول رقم (14): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04) 71
- الجدول رقم (15): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05) 72
- الجدول رقم (16): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01) 73
- الجدول رقم (17): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02) 74

- الجدول رقم (18): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03) 74
- الجدول رقم (19): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04) 75
- الجدول رقم (20): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05) 76
- الجدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06) 77
- الجدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07) 77



I. مقدمة

تمهيد:

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة وغير مسبوقه في كافة مناحي الحياة، ابرز هذه التطورات والتي ميزت وقتنا الحالي هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات ومنها ما اصبح يعرف بتكنولوجيا الاعلام والاتصال والاعتماد المكثف والمتزايد نحو استعمالها وتوظيفها بقوة في جل ان لم نقل كل الأنشطة البشرية. ففي الجانب الإيجابي نجد استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تعزيز وتنشيت القضايا الإنسانية الإيجابية ومحاربة الظواهر الإنسانية السلبية، ومن ابرز هذه الظواهر السلبية نجد ظاهرة التعصب، فالتعصب من الظواهر العالمية التي تعاني منها المجتمعات بصفة او بأخرى وفي أي نشاط من أنشطة الحياة. فبالرغم من التقدم الإعلامي الذي يعيش فيه الانسان فانه مازال يعاني من العديد من المشكلات التي تمارس تحت مسميات كثيرة للتعصب.

ومن الأمور المؤسفة التي التصقت بالمنافسات الرياضية وخاصة في الآونة الأخيرة ما يعرف بالتعصب الرياضي من طرف المشاهدين للرياضة فكم من انسان فقد حياته او أصيب إصابة خطيرة خلال مشاهدته لأحدى المباريات الرياضية، كما يعتبر تعصب الجماهير من العوامل المهمة التي تؤدي الى زيادة سرعة القابلية للاستثارة لدى اللاعبين اثناء المنافسة الرياضية، لذا من الأهمية مما كان اللجوء للتوعية الرياضية كعامل مساعد في الحد والتقليل من التعصب.

وهنا يظهر دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال والتي تعتبر الانترنت ابرز افرازاتها والتي تمثل مواقع التواصل الاجتماعي احدى اهم فواعلها والأكثر استخداما ورواجا في القضاء على هذه الظاهرة، فهذا الدور الكبير المنوط يؤدي لتغيير الكثير من السلوكيات والتصرفات غير المرغوبة من خلال تقويم السلوك غير المناسب وتوعية وتنقيف الشباب في كيفية التعامل مع التعصب والسيطرة على انفعالاتهم عن طريق تنمية الروح الرياضية والتوعية العامة بالأهداف النبيلة للرياضة وتطوير المعرفة الرياضية لدى الشباب وبالتالي بناء الوعي الرياضي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي ذات استعمال وانتشار واسعين لدى جميع شرائح المجتمع وحتى مؤسساته، هذا الانتشار المذهل خاصة وسط الشباب المثقف الذي يتقن التحكم في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال والولوج لمواقع التواصل الاجتماعي ولكن في نفس الوقت لا يمكنه التحكم في مسار المحتوى الإعلامي في هذه الوسائل وانعكاساتها وتأثيرها، فالعالم اليوم يعيش ثورة جديدة من نوع خاص فاقت في امكانياتها واثارها كل ما حققه الانسان من تقدم حضاري خلال وجوده على الأرض. وتبقى الفئة الأكثر قابلية للتأثر والأكثر استعمالاً لهذه المواقع هي فئة الشباب وعلى وجه الخصوص فئة الشباب الجامعي على اعتبار عوامل الثقافة والمستوى العلمي وكذا المرحلة العمرية.

ولأن الشباب هو أكثر فئات المجتمع عرضه للظواهر الاجتماعية السلبية التي انتشرت في مجتمعنا كالفطريات، ولعل أبرز هذه الظواهر انتشارا هي ظاهرة التعصب الرياضي فهذه الظاهرة حورت مفهوم المبادئ النبيلة للرياضة فبدل ان تجمع بين الافراد والشعوب أصبحت تشتت وتفرق، وبدل ان تحافظ وتصون الابدان وترفه عن الأرواح، أصبحت مرادفا للإصابات والتشنجات العصبية وحتى فقدان الأرواح، فلا يخفى عن أي كان ما يحدث في ملاعبنا وتجمعاتنا الرياضية مهما كان نوع الرياضة محل المنافسة، الى حد تعصبه لفريق يبعد عنه بقارات. فهذا هو واقع الشباب والطلاب الجامعيين اليوم، ولإيجاد علاج لهذه الافة وجب وضع برامج توعية وتثقيف واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي "خاصة الصفحات الرياضية" لتوجيه سلوكيات وتصرفات الشباب والطلبة لما يخدم ويطور الرياضة والحد من مظاهر التعصب الرياضي وبالتالي بناء "وعي رياضي"

- وانطلاقا مما سبق نطرح التساؤل المركزي التالي:

- كيف يمكن بناء الوعي الرياضي لدى الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كما نتبنى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية من طرف فئة

الشباب والطلبة الجامعيين؟

- الى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وعي رياضي يجابه ظاهرة التعصب الرياضي؟
- هل تسمح الصفحات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي في زرع قيم التسامح الرياضي وبناء الوعي

لدى فئة الشباب الجامعي؟

فرضيات الدراسة:

- الفرضية المركزية:

تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل والحد من ظاهرة التعصب الرياضي في الوسط الجامعي عبر بناء الوعي الرياضي من خلال نشر الثقافة وتوجيه السلوكيات.

- الفرضيات الفرعية:

- أصبح استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية أكثر رواجاً وذلك من خلال الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي.

- يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي في تكوين رأي عام رياضي متزن تكون نتائجه افعالاً وسلوكيات إيجابية.

- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دورها في التوعية والتثقيف الرياضي في بناء وعي رياضي ينبذ التعصب.

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الموضوعية:

- تتمثل أساساً في:

- معرفة الدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي الجديد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على ثقافة الجمهور عامة والشباب الجامعي خاصة.

- محاولة الرفع من مستوى البحث في الوعي الرياضي والثقافة الرياضية ومجابهة التعصب الرياضي.

الأسباب الذاتية:

- الميل والرغبة لدراسة موضوع دور وتأثير الإعلام الرياضي الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة والوعي الرياضيين لدى الشباب الجامعي.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا هذه الى ملأ الفراغ في مكتبتنا، فمن الملاحظ أن الدراسات من هذا النوع، وبالتالي لم تأخذ دورها المنشود من التقدم في بلادنا رو بالمقابل نجد أن مثل هذه الدراسات في المجتمعات المتقدمة حظيت بال العناية اللازمة، وعلى ضوء ما ذكرناه تتجلى أهداف البحث فيما يلي:

1- الكشف عن عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- التعرف على الاشباعات التي يحققها الطلبة من خلال استخدام مضامين وسائل الاعلام الرياضي

الجديد من خلال صفحات الفايسبوك في مجال البحث عن المعلومة الرياضية.

3- التعرف على ما إذا كان الإعلام الرياضي الالكتروني عبر مواقع التواصل يشجع الطلبة على إكتساب

الثقافة الرياضية النابذة للعنف ام لا.

4- الكشف عن مدى تأثير وسائل الاعلام الرياضي الجديد على الجانب التوعوي للشباب الجامعي في

المجال الرياضي.

أهمية الدراسة:

بما أن المضامين الرياضية عبر الفايسبوك تصل الى جمهور كبير من الناس في العالم تقريبا وتؤثر على

سلوكات الناس وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم، تظهر الحاجة الى هذه الدراسة وذلك من خلال النقاط الآتية:

1- يمكن للمضامين الرياضية الالكترونية أن تحقق الكثير من مهام الإعلام والتي تكمن في الأخبار

والتفسير والتنشئة الاجتماعية والتوجيه والترفيه.

2- الحاجة الى مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية هامة تساهم في تحقيق الكثير من أهداف الرياضة سواء كانت جسمانية أو اجتماعية أو معرفية لأنها تعد من أكثر وسائل الاتصال الحديثة استخداما ورواجا.

3- تطوير سلوكيات المجتمع من حيث توفير ونقل المعرفة والمعلومات الرياضية واستخدامها.

4- رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي لدى الطلبة.

5- إحاطة أفراد المجتمع بما فيهم الشباب الجامعي علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في المجال الرياضي.

6- زيادة تدفق المعلومات الرياضية وتنوع مصادرها وذلك بالتأثير في العادات والقيم وتشكيل الرأي العام.

7- معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي الجديد في تطوير الرياضة بتحديد مسؤولية كل العاملين في قطاع الاعلام الرياضي وكذا نشر القيم والمبادئ التي تغرس الروح الرياضية.

منهج الدراسة:

قبل التطرق الى منهج الدراسة وأدواتها، لا بأس أن نحدد طبيعة هذا الموضوع الذي يتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في الرفع من الوعي الرياضي لدى الشباب الجامعي، وهو الموضوع الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية ويتم التفصيل بخصوص المناهج المطبقة في الدراسة على النحو الآتي:

- ولأن تعريف المنهج بشكل واضح ومحدد ضروري لأنه يعطينا دلالات ومؤشرات¹. ولأهمية هذا الدور

تعددت الآراء واختلفت حول مفهوم المنهج في البحث العلمي.

فقد عرف المنهج بأنه هو الطريق الواضح في التعبير عن الشيء أو في تعليم الشيء طبقا لمبادئ معينة

ونظام معين بغية الوصول الى غاية معينة².

¹ مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي في اعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2000، ص65.

² حامد خالد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، د ط، دار الجسور للنشر والتوزيع، 2008، ص 26.

- أما عبد الناصر جندلي فيعرف المنهج على أنه تلك الطريقة العلمية التي ينتهجها اي دارس أو باحث في دراسته وتحليله الظاهرة معينة أو لمعالجته لمشكلة معينة وفق خطوات بحث محددة من أجل الوصول إلى المعرفة اليقينية بشأن موضوع الدراسة والتحليل.¹

- يرتبط تحديد الأسلوب أو المنهج الذي قمنا باختياره في استخدامه وتطبيقه في دراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي وهو عبارة عن تجزئة الكل إلى وحدات أصغر بغية التعرف على درجة تمثلها في الوثائق والمراجع وميادين العمل وسبل هذه البحوث في التحليل.²

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية وهي دراسات تستخدم للتعرف على دور الإعلام الرياضي الجديد، وما تتبثق عنه من مضامين ثقافية مختلفة موجهة إلى الجماهير الرياضية، ويعرف انه يشمل جميع الدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بطبيعة ووضع جماعة معينة من الناس أو عدد من الاشياء ومجموعة من الظروف أو فصلية من الأحداث أو نظام فكري أو أي نوع آخر من الظواهر التي يمكن أن يرغب الشخص في دراسته.³

- تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تكشف عن ماهية الظاهرة والدراسات الوصفية التي تقف عند حد جمع المعلومات والبيانات بل وتحليلها تحليلا شاملا واستخلاص النتائج ودلالات مفيدة تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها. ومنه الدراسات المسحية هي محاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن الموضوع ما في بيئة محددة ووقت

¹ عبد الناصر جندلي، تقنيات ومناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3 2010، ص 14.

² وائل عبد الله محمود وآخرون، في كتاب تحليل المحتوى والمنهج في العلوم الإنسانية، دار النشر دار المسيرة، عمان، ط1، 2012، ص43.

³ يحيى مصطفى عليان ود، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط2013، 1، ص 72.

محدد،¹ ولإنجاز دراستنا قمنا باتباع المنهج المسحي باعتباره أفضل المناهج ملائمة. ومنه المنهج المسحي يعرف على انه الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجته بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية على ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول الى تعليمات،² ومن خصائص المنهج الوصفي إعتقاد الوصف العلمي على التحليل والعقل والموضوعية؛ يرتبط بالواقع قدر الامكان فلذلك فهو يهتم بالدراسات ذات صلة بواقع الافراد والجهات والجماعات والمؤسسات والدول ووصف الماضي والأنشطة وآثار ذلك ويكون شاملا . استخدام الأسلوب الكمي أو الكيفي أو الاثنين معا .يساعد على التنبؤ بمستقبل الظاهرة وذلك عبر متابعة معدلات التغيير وواقع الظاهرة. جيد في تفسير واقع الظاهرة أكثر من إيضاح أسبابها والمؤثرات عليها تميل البحوث الوصفية الاستخدام الأسئلة بدلا من الفروض وإلى استخدام كل أدوات جمع البيانات .الأكثر انتشارا في العلوم الانسانية والاجتماعية.³

أساليب وأدوات المنهج الوصفي:

الاستمارة:

قمنا بجمع بيانات الدراسة عن طريق استمارة، فهي تمثل وسيلة من وسائل جمع البيانات عن طريق مجموعة أسئلة توزع في شكل إستمارة للمبحوثين. وتعتبر دليلا أو مرشدا يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث، بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها، ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من المبحوث، وذلك من خلال تحديد الأسئلة الموجهة.⁴

¹ امين سعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي. المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، السعودية، ط1، 1999، ص 89.

² فاطمة عوض صابر وميرفت، علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط2002، ص1، 25.

³ ابو حطب فؤاد وصادق آمال، مناهج وطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، دار المسيرة للنشرط1، 2008، ص 159.

⁴ زيان محمد ، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، دار الشروق بيروت ،ط. 1983 ص 292

وتعد استمارة البحث أكثر الأدوات جمع البيانات شهرة وانتشارا في العلوم الاجتماعية فهي تستخدم في البحوث الكشفية لجمع أكبر عدد ممكن من المعلومات عن الظاهرة وموضوع الدراسة، وتستخدم أيضا بكفاءة في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع.¹

ويكمن القول أن استمارة البحث تستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة او مشكلة موضوع الدراسة.

تعريف المقابلة:

المقابلة في اللغة: المواجهة، والتقابل.

أما في اصطلاح فالمقابلة هي: لقاء بين شخصين فأكثر لتحقيق هدف ما، من خلال طرح الأسئلة الهادفة من قبل المقابل على شخص تجري معه المقابلة، والتي يصاحبها عادة الكثير من الانفعالات الناجمة عن سؤال ورد فعل على هذا السؤال، وكل هذه العملية تهدف إلى جمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات المقصودة من البحث ليستفيد منها في تحقيق هدفه من المقابلة.²

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، دط، 2002 ص 370.

² حسين سمير محمد، بحوث الاعلام، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1995، ص 55.

خصائصها:

- يمكن استخدامها في الحالات التي يصعب فيها استخدام الاستبانة كأن تكون العينة من الأميين أو من صغار السن.
- توفر عمقا في الإجابة لإمكانية توضيح إعادة طرح الأسئلة وحتى يتسنى ذلك فهي بحاجة إلى مقابل مدرب.
- تستدعي معلومات من المستجيب من الصعب الحصول عليها بأي طريقة أخرى لأن الناس بشكل عام يحبون الكلام أكثر من الكتابة.
- توفر إمكانية الحصول على اجابات من معظم من تتم مقابلتهم 95% وربما يزيد إذا ما قورنت بالاستبانة 40% تقريبا بدون متابعة.
- توفر مؤشرات غير لفظية تعزز الاستجابات وتوضح المشاعر كنفمة الصوت وملامح الوجه وحركة العينين والرأس.
- المرونة وقليلية شرح وتوضيح الأسئلة للمستجوب في حالة صعوبتها أو عدم فهمه له.
- وسيلة مناسبة لجمع المعلومات عن القضايا الشخصية والانفعالية والنفسية الخاصة بالمبحوث، وهي أمور من الصعب جمعها بطرق أخرى كالوثائق والاستبانات.
- مراقبة السلوك حيث يستطيع الباحث مراقبة سلوك وردود أفعال المستجيب وتخمين أقواله ومدى تعبيرها حقيقة عن الذات.
- التحكم بالبيئة المحيطة بالمقابلة من حيث الهدوء والسرية والظروف الأخرى.
- تسلسل الأسئلة حيث يضمن الباحث اجابة المستجيب بتسلسل منطقي دون القفز من سؤال إلى آخر ذلك أن الباحث يتحكم في طرح الأسئلة.
- التلقائية: وتعني قدرة الباحث على تسجيل الإجابة والعفوية للمستجيب.

- **توقيت المقابلة:** حيث يستطيع الباحث تسجيل زمان ومكان اجراء المقابلة.¹ وتم الاستعانة بالمقابلة في هذه الدراسة باعتبارها من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقاً، حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات المقابل، وكذلك اتجاهاته وميوله، وهذا ما لا يستطيع الوصول إليه إلا من خلال المقابلة من الأساليب شائعة الاستعمال في البحوث الميدانية، وهذا ما سنسعى للتأكيد عليه من خلال هذه الدراسة.

¹ احمد حسين الرفاعي، **مناهج البحث العلمي**، دار وائل للنشر، ط1، عمان- الأردن، 1998، ص 39

مجتمع الدراسة:

يتعين على البحث عند شروعه في تطبيق دراسة أن يحدد مجتمع ليتمكن من التوصل الى الاجابة عن التساؤلات المطروحة في الإشكالية عليه اسم العينة، فمجتمع الدراسة هو كل العناصر المراد دراستها، أن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها اسم المعاينة.¹

فدراستنا تشتمل على مجتمع بحث يتمثل في طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية شعبة الاعلام والاتصال، والتي لا يمكننا دراستها كلها لذا عمدنا إلى دراسة جزئية لهؤلاء الطلبة وهي عينة تحدد موضوع دراستنا وتحصره للتوصل إلى الإجابة عن التساؤلات الرئيسية والفرعية في إشكالية البحث.

العينة:

هي مجموعة جزئية من المجتمع؛ والعينة هي مفردات محددة تسحب، ويجب أن يكون السحب للحصول على عينة، لتمثل المجتمع المسحوب منه أفضل تمثيل.²

وتعرف العينة على انها عبارة عن مجموعة من المفردات أو العناصر التي تم أخذها من المجتمع الذي نريد بحثه، أو بتعبير آخر إنها جزء من الكل ويفترض في هذا الجزء ممثل للكل. وتتنوع العينات وتختلف حسب موضوع الدراسة، لذا قمنا باختيار العينة القصدية: وهي تلك العينة التي يقصد الباحث بإختيارها ليعمم نتائج هذه العينة على الكل، فكثير من الباحثين يختارون عينة لسهولة جمعها، ولسهولة مراجعتها، وتوفير مستلزماتها.³

¹ منذر الضامن : أساليب البحث العلمي، دار الميسر، عمان، ط1، 2007، ص 160.

² دلال القاضي، محمود المياتي، منهجية أساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية spss. دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص 157.

³ عدنان حسين الجادري، يعقوب عبد الله أبو حلو، أسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في العلوم التربوية والإنسانية، اثناء للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2009، ص 93.

كما يقوم الباحث بإنجاز مفردات هذه العينة بطريقة عملية، طبقا لما يراه من سيمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أفراد البحث¹.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى بعنوان: " دور البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري".

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة، جامعة منتوري- قسنطينة- للطالب منير طبي، سنة 2010- 2011.

اشكالية الباحث تمحورت حول موضوع الاعلام الرياضي بصفة عامة وما تذيعه محطات التلفزيون العربية والاجنبية العامة والمتخصصة في المضمون الرياضي بصفة خاصة، ومحاولة التعرف على مدى استفادة الجمهور الجزائري من هذه البرامج من ناحية الثقافة الرياضية ومستويات هذه الثقافة الرياضية، كذلك محاولة الكشف على مستوى الثقافة الرياضية التي يكتسبها الجمهور من خلال تعرضه لهذه البرامج الرياضية في التلفزيون، ومعرفة العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي للبرامج الرياضية والاشباع المحققة من ذلك في تشكيل ثقافتهم الرياضية.

اهمية الدراسة تمثلت في:

- الاثر الذي يتركه التلفزيون من خلال برامجه الرياضية على المستوى النفسي والثقافي والتعليمي والتربوي على الجمهور الرياضي خاصة، والمجتمع عامة من خلال الرسائل الاعلامية والمضامين التي تحقق اشباعا للجمهور.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العملي في الدراسات العملية، عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، ط2، 2004، ص 141.

وقد هدفت الدراسة الى:

محاولة اثراء المكتبة الاعلامية وذلك لندرة الدراسات المتخصصة حول المضامين والبرامج الرياضية وخاصة في مجال الدراسات المتعلقة بالثقافة الرياضية.

التعرف على حجم تعرض الجمهور الجزائري للبرامج الرياضية، ومعرفة دوافعه اثناء التعرض وكذا مدى التوازن الذي تقوم به البرامج الرياضية في تقديم الثقافة والمعلومات الرياضية.

التعرف على نوع الاستفادة الحاصلة للجمهور الجزائري من البرامج الرياضية في التلفزيون، ومدى اتفاق

ذلك مع الاهداف المعلنة لهذه البرامج كالتثقيف الرياضي ومعرفة المقترحات التي يقدمها الجمهور لتطوير البرامج الرياضية.

معرفة طريقة تقديم البرامج الرياضية وعلاقتها بجذب الجمهور .

التساؤل الرئيسي:

ما هو دور البرامج الرياضية بالتلفزيون في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري ؟

وجاءت التساؤلات الفرعية كالاتي:

ماهي دوافع تعرض الشباب للبرامج الرياضية التلفزيونية، وما هي الاشباع المحققة من ذلك؟

هل هناك تأثير للجماعة وقادة الرأي على الشباب بعد التعرض للبرامج الرياضية؟

- هل يعتمد الشباب الجزائري على البرامج الرياضية التلفزيونية لزيادة ثقافتهم الرياضية؟

ما هي الموضوعات التي تركز عليها البرامج الرياضية في تغطيتها للحركة الرياضية؟

ما هو اسلوب معالجة المواضيع والقضايا في البرامج الرياضية؟

وللاجابة علة هذه التساؤلات اختار الباحث في عينته مجموعة من الشباب الجزائري الذين تتراوح اعمارهم

بين 15 و45 سنة، وقد تكونت العينة من 400 مفردة معتمدا على المنهج الوصفي وذلك من اجل وصف

اتجاهات ودوافع الشباب الجزائري، ووصف الدور الذي تلعبه البرامج الرياضية في زيادة المعرفة والثقافة

الرياضية، ولتحليل ومناقشة الباحث لدرسته اعتمد على استمارة الاستبيان التي تناولت مجموعة من الاسئلة وزعت على اربعة محاور، كما استخدم اسلوب تحليل المضمون لتحليل البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون. وخلصت الدراسة الى محاولة الكشف على مستوى الثقافة الرياضية التي يكتسبها الشباب من خلال تعرضهم للبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري ومدى استفادة هؤلاء الشباب من هذه البرامج والاشباع المحققة من ذلك في تشكيل ثقافتهم الرياضية.

وهذه الدراسة تتفق مع دراستنا من حيث المنهج والموضوع باستثناء أن العينة الخاصة بدراستنا اهتمت بالطلبة الجامعيين.

الدراسة الثانية بعنوان " تأثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15 - 17 سنة)"

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في التربية البدنية والرياضية تخصص: تربية حركية عند الطفل والمراهق -

جامعة محمد خيضر بسكرة- للطالبة راجعي صابرة سنة 2011 - 2012

اشكالية الباحث تمحورت حول انماء العقل البشري وخاصة لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ببعض

المعلومات والثقافات الرياضية من خلال تأثير الاعلام الرياضي المرئي لكونه يختص بجزء واحد من طرق

ووسائل المعرفة والثقافة الرياضية. خاصة أن حصة التربية البدنية بالنسبة لتلاميذ المرحلة الثانوية تعتبر غير

كافية لاعطاء المعلومات النظرية الكاملة او بتعمق عن المعرفة والثقافة الرياضية لدى هؤلاء التلاميذ. عكس

الاعلام الرياضي المرئي

اهمية الدراسة: تمثلت اهمية هذه الدراسة في وجهتين:

الوجهة الأولى هي:

يمكن للوسائل السمعية البصرية التأثير على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية. وكذا التأثير في الجانب

المعرفي من خلال مضمون البرامج التي يعرضها التلفاز.

الوجهة الثانية هي:

اننا بحاجة الى التلفزيون كوسيلة هامة لتحقيق الكثير من المقاصد التربوية النفعية. اذ انها اقرب وسيلة للاتصال الموجه. فهو يجمع بين الرؤية الصوت والحركة.

وقد هدفت الدراسة الى:

معرفة اثر الاعلام الرياضى المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ كذلك التعرف على مدى متابعة تلاميذ المرحلة الثانوية للبرامج الرياضية المرئية. ومدى تأثيره على سلوك وعادات المراهقين. وكذلك من خلال مساهمة الاعلام الرياضي المرئي في الرفع من مستوى الثقافة الرياضية لدى هؤلاء المراهقين خاصة من الجانب المعرفي.

التساؤل الرئيسي:

هل يؤثر الاعلام الرياضى المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟

وكانت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- هل يتعرض تلاميذ المرحلة الثانوية لوسيلة التلفاز ؟

هل يؤثر الاعلام الرياضي المرئي على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية ؟

- هل يؤثر الاعلام الرياضي المرئي على الجانب المعرفي للتلاميذ ؟

او للاجابة عن هذه التساؤلات اختار الباحث عينة تلاميذ بعض ثانويات مدينة بسكرة وقدرت عينة البحث

ب 160 تلميذ معتمدا في ذلك على المنهج الوصفي وهذا لكي يتمكن من دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة

بطبيعة الظاهرة او مجموعة الأفراد. هذا ما يسمح له بتغطية موضوع الدراسة والتعامل مع افراد العينة والموضوع

عن قرب كما اعتمد الباحث في تحليل ومناقشة الدراسة على استمارة الاستبيان تناولت مجموعة من الأسئلة

المغلقة، المفتوحة والاختيارية.

النتائج المتوصل اليها:

يتعرض تلاميذ المرحلة الثانوية لوسيلة التلفاز باستمرار.

يؤثر الاعلام الرياضي المرئي على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية.

يؤثر الاعلام الرياضي المرئي على الجانب المعرفي للتلاميذ.

وعلاقة هذه الدراسة بدراستنا تملت في معرفة تأثير الاعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية.

الدراسة الثالثة بعنوان: "دور الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الاولى في نشر الثقافة الرياضية

وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في ميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية تخصص التربية

الحركية للطفل والمراهق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة- من اعداد الطالبة عروى عبلة مونية سنة 2013- 2014

- اشكالية الباحث تمحورت حول دور الإعلام الرياضي المرئي في المجتمع الحديث والذي أصبح يشكا

أداة ممتازة لنشر الثقافة. كما يلعب دور كبير في انتقاء المحتوى الثقافي واحداث التنمية. كما اعتبرت أن الاعلام

هو منهج يقوم على هدف التنقيف والاحاطة بالمعلومات الهادفة التي تناسب عقول الأفراد ووجدانهم فترقى

بمستوياتهم وتدفعهم إلى العمل من اجل رقي المجتمع. اي انه لا بد من وجود وسيلة اعلامية حتى تساهم في

نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة وتساهم في تثقيفهم والرفع من مستوياتهم المعرفية في المجال الرياضي

اهمية الدراسة تمثلت في:

محاولة الكشف على المستوى الثقافي لطلبة السنة الثالثة لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

الجامعة ورقلة، وابرار الدور الذي يلعبه الاعلام الرياضي المرئي في تشجيع الطلبة على اكتساب الثقافة

الرياضية واختيار التخصصات الرياضية التربوية.

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة

الرياضية، وكذلك معرفة الدور الذي يؤديه في توجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي.

التساؤل الرئيسي:

- هل للاعلام الرياضي المرئي دور في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي وسط طلاب معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة ورقلة ؟

وكانت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- هل يملك طلبة السنة الثالثة لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة ورقلة مستوى ثقافي؟

- هل الاعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية ؟

- هل تساهم البرامج الاعلامية الرياضية التلفزيونية للقناة الجزائرية الأولى في توجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي.

وللجابة على هذه التساؤلات استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق من فرضيات البحث التي

تضمنت ان للاعلام الرياضي دور في نشر الثقافة الرياضية، وكذلك له دور في توجيه الطلبة نحو ممارسة

التخصص الرياضي التربوي، وتمثلت عينة البحث في مجموعة من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات

البدنية والرياضية لجامعة ورقلة والبالغ عددهم (45) طالب بطريقة عشوائية، كما اعتمد الباحث على استمارة

الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات وقد احتوت على 16 سؤال موزعا على ثلاث محاور.

النتائج المتحصل عليها:

يملك طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية مستوى ثقافي عالي.

التساؤل الرئيسي:

هل للاعلام الرياضي المسموع دور في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب قسم التربية البدنية والرياضة ؟

وكانت التساؤلات الجزئية كالتالي:

هل التعرض للاذاعة له دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة ؟

هل الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على العادات لدى الطلبة ؟

هل الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على الجانب المعرفي لدى الطلبة ؟

وللاجابة على هذه التساؤلات اختار الباحث العينة بطريقة عشوائية تمثلت في 200 طالب من قسم التربية البدنية والرياضة معتمدا في ذلك على المنهج الوصفي والذي يناسب نوع هذه الدراسة من اجل الوصول و الوقوف على حقائق الظاهرة المدروسة كما قام الباحث في تحليل ومناقشة دراسته على استمارة الاستبيان

النتائج المتوصل اليها:

- للاذاعة دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على العادات لدى

الطلبة

- الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على الجانب المعرفي لدى الطلبة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا للدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة في مجال الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية نجد

أن معظم الدراسات اتفقت في نواحي كثيرة واختلفت في غيرها وكان من ابرز ما توصلنا اليه:

أن مجمل الدراسات التي تناولناها تهدف إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية

كما أن هذه الدراسات تشابهت في عدة نقاط خاصة في مجال الاعلام الرياضي والثقافة الرياضية كما أنها

قامت باستخدام المنهج الوظيفي في الوصول إلى أهداف الدراسات وكذلك استعمال نفس الادوات البحثية

للولصول إلى النتائج وكان اختلاف الدراسات عن دراستنا يكمن في نوعية العينات المستخدمة وعددها.

اختلاف طفيف في عدد المتغيرات التابعة والمستقلة وايضا اختلاف البيئة التي أجريت فيها الدراسات

بالإضافة إلى عنصري التأثير والدور الاعلام الرياضي في نشر أو تنمية الثقافة الرياضية.

لكن يبقى عدم التعرض لوسائل الاعلام الجديد وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في مجال

الوعي الرياضي انطلاقا من التوعية والتثقيف الرياضيين.

حدود الدراسة:

الحدود الزمنية:

تمت الدراسة الميدانية خلال شهر ماي 2019.

الحدود المكانية:

تمت الدراسة الميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية بجامعة العربي التبسي تبسة بالجمهورية

الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

II. التأصيل المفاهيمي:

تكنولوجيا الإعلام والاتصال: هو أحد أحدث المفاهيم الذي ارتبط بشكل مباشر بالتطور التقني والتكنولوجي والذي يقصد به استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في إيصال المعلومات، والتواصل مع العالم الخارجي بكافة الوسائل المرئية، والمكتوبة، والمسموعة، وخلال السنوات القليلة الأخيرة أدى دخول وسائل تقنية جديدة في مجال الاتصالات إلى التأثير على القطاع الإعلامي، وإحداث نقلة نوعية في الكيفية والمدة التي يصل بها الخبر عن الطرق المألوفة السابقة. مزايا استخدام التكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال من الطبيعي أن تؤثر التقنية الحديثة على أي قطاع تستخدم فيه بسبب ابتكار وسائل جديدة تستخدم في تطور القطاع المعني بإدخال التكنولوجيا عليه، ومن أهم هذه المزايا التي ظهرت في قطاع الإعلام والاتصال ما يلي:

زيادة الشفافية الإعلامية: وذلك من خلال وضوح الخبر، من خلال وجود موثقين للخبر بالصوت والصورة من موقع الحدث، من خلال تقنيات خاصة أهمها تقنية البث المباشر، التي تضعك في ذات المكان الذي يحدث في الخبر وكأن تعيشه لحظه بلحظة.

بحث المتلقي للخبر عن مصادر جديدة للمعلومة: حيث في ظل التخطب الإعلامي ووجود عدد كبير من المصادر الإخبارية التي تعرف بتحيزها لجهات معينة، والذي يؤثر على طريقة صياغة الخبر، وقد أدى ظهور إعلام مواقع التواصل الاجتماعي إلى الاعتماد عليه بشكل أكبر في الحصول على المعلومة بكل وضوح، والابتعاد عن الضبابية التي توجد في المصادر الإخبارية الأخرى.

تسهيل عملية التواصل الإنساني: فمن خلال وسائل الاتصال الحديثة أصبحت مسألة التواصل مع الأشخاص أسهل بصرف النظر عن المكان الذي يقطنون فيه، فتقنيات الاتصال الحديثة أتاحت الفرصة للتحدث بتقنية الصوت والصورة إلى أي شخص في العالم.

التعرف إلى ثقافات جديدة: تسهم عملية التواصل عبر الوسائل التقنية الحديثة في التعرف على شعوب وثقافات ولغات أخرى، كما سهل ذلك إمكانية تعلم الإنسان للغات أخرى واستخدامها في التواصل مع جهات لم يكن يستطيع التواصل معها من قبل.

الاعلام الرياضي:

تعريف اصطلاحي: هو "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والانشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية التنمية وتوعية من له اهتمام بالرياضة، هو جزء من الاعلام الخاص لكونه اعلاما خاصا يهتم بقضايا واخبار الرياضة والرياضيين"¹

تعريف اجرائي: الاعلام الرياضي هو ينتمي للإعلام المتخصص الذي يهتم بالجوانب الرياضية، وهو عملية نشر أو بث الأخبار والمعلومات والمعارف والحقائق والقوانين والقواعد والأساليب المتعلقة بالرياضة وايصالها للجمهور، وذلك باستخدام مختلف وسائل الاعلام والاتصال بهدف نشر ثقافة رياضية لدى المجتمع وتكوين وتنمية وعي رياضي لدى المهتمين بالرياضة.

2- مواقع التواصل الاجتماعي: تعريف اصطلاحي: هي "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم ومن ثم ربطها من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية"²

تعريف اجرائي: هي مجموعة من الشبكات والمواقع الالكترونية الموجودة على شبكة الأنترنت تتيح للمستخدم فتح حساب خاص يدون فيه معلوماته الشخصية (الاسم أو الكنية، السن، الجنس، وبيانات ومعلومات أخرى)، كما تحتوي على ميزات عديدة أهمها نقل وبث ونشر وتبادل المعلومات والصور والفيديوهات والملفات بين المستخدمين وغيرها من الخصائص التي تسهم في التعارف وتوطيد العلاقات الاجتماعية ومن أهمها فيسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام... الخ.

¹. خضور عبد الغفار، تحديات الاعلام الرياضي. عمان: دار البصيرة، 1994، ص77.

². راضي المنصور، مواقع التواصل الاجتماعي : قراءة في النداءيات الإعلامية. القاهرة : دارالنيل للطباعة، 2013، ص22.

الصفحات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي:

تعريف اجرائي: هي صفحات الكترونية متخصصة في المجال الرياضي تنشط عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تابعة لأشخاص معروفين أو وهميين أو القنوات إعلامية ومؤسسات رياضية معينة، تقوم بنشر الأخبار والمعلومات ومختلف المضامين الاعلامية المتعلقة بالرياضة.

الوعي الرياضي:

تعريف اجرائي: هو الاطلاع الدقيق والشامل على شؤون الرياضة بقوانينها وخصائصها ومنظمتها وتاريخها وأحداثها وقواعد ممارستها، وهو ادراك لأسمى معاني الرياضة وهي الالتزام بالروح الرياضية.¹

دور الاعلام الرياضي في تكوين وعي رياضي لدى أفراد المجتمع:

يسعى الاعلام الرياضي بمختلف وسائله الى تشكيل وعي رياضي لدى فئات المجتمع المختلفة عن طريق ما ينشره من مضامين اعلامية تختص بشؤون الرياضية، وتستخدم أساليبها الإعلامية في تحسين المتابع بأهمية ممارسة الرياضة والابتعاد عن مظاهر العنف والشغب وكذا تلقينه تعاليم الروح الرياضية، حيث تعد "وسائل الاعلام الة جبارة في تغيير وتعديل الاتجاهات الرياضية وتنميتها، وهي بذلك تمثل نقلة في عالم الاتصال الانساني ولاسيما في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية الراهنة أو ما يطلق عليه عصر العولمة.

في ظل هذا التطور التكنولوجي الحاصل في العالم أصبح الاعلام الرياضي يشكل حلقة أساسية في تقديم الاضافة للمجتمع لهذا " نرى الاعلام الرياضي يمتد ليصل الى كل زاوية من زوايا حياة المجتمع وافراده التشكل مصدرا رئيسيا في ملئ وقت الفراغ والتسلية بالإضافة إلى قدرته على تقديم المعلومات الرياضية بشكل واسع كما يقدم تفسيراً لكثير من الظواهر الرياضية في المجتمع الرياضي التي تساهم في تكوين واقع رياضي جديد.

الإعلام الرياضي في عصر وسائل التواصل الاجتماعي:

واكب الثورة الحديثة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي

¹ حسين الجابري، بناء الوعي الرياضي: دراسة لسلوك مشجعي نادي النصر السعودي، الرياض: مركز الملك فهد للأبحاث،

تعتبر شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من

الإعلام الرياضي المتخصص:

1 / مفهوم الإعلام الرياضي المتخصص:

يشير كل من خير الدين عويس وعط الله عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع، وتنمية الوعي الرياضي.

ويرى محمد الحماحي أن الإعلام المتخصص في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال، وبغرض تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة، وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية. وذلك من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات الرياضية المختلفة وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية.

ونظرا لأهمية الدور الذي يؤديه الإعلام في هذا المجال فإن الميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضية، قد أكد في مادته الثامنة على أهمية إدراك العاملين بمجال وسائل الإعلام الجماهيرية لمسؤولياتهم التربوية نحو الأهمية الاجتماعية والإنسانية للرياضة، مع التأكيد مع التربويين في هذا المجال في تقديم يتميز مضمونه بالموضوعية ومدعما بالوثائق المرتبطة بمادته الإعلامية.

كما أن اللجنة الأولمبية الدولية تؤكد على التواجد الإعلامي في مهرجانات الألعاب الأولمبية التي تنظمها

حين ينص الميثاق الأولمبي في مادته - 59- على ما يلي:

- ضمان التغطية الإعلامية الأنباء وأحداث الألعاب الأولمبية وإتاحة الفرص لمتابعتها، فإنه يجب اتخاذ

كافة الإجراءات الضرورية التي تمكن وسائل الإعلام المختلفة من أداء مهامها على أكمل وجه لتغطية كل

أخبارها وأحداثها.

- ينبغي تسجيل كل مهرجان للألعاب الأولمبية على أفلام أولمبية بطريقة التحليل الحركي وذلك حتى يتم التوثيق الإحداث هذه المهرجانات ومن ثم الرجوع لهذه الأفلام في الوقت المناسب.

- يكون المكتب التنفيذي للجنة الأولمبية الدولية مسؤولاً عن القضايا الإعلامية المرتبطة بالألعاب الأولمبية بما في ذلك إصدار أو سحب بطاقات الإعلام للإعلاميين.

- شبكات التواصل الاجتماعية:

يتكون من كلمة الشبكات والتواصل الاجتماعي:

أ. الشبكات: ورد في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة هي مجموعة من عناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة.

¹ وكلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعي réseaux في قاموس لاروس le petit rousse تعرف على

أنها: "بمجموعة العناصر كبيرة أو صغيرة أو دقيقة كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية،

أو كمبيوترات، أو بين الأفراد²، وفي اللغة الانجليزية network وهي شبكة قد تضم شبكة مواصلات أو

شبكة تجارية، شبكة حواسيب، أو محطات إذاعية أو تلفزيونية وغيرها³

وورد أيضا في معجم شرح للمصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات

المعلومات أن الشبكة تعي: "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات⁴

¹ : le petit rousse, 2010 ,p881 : Edition anniversaire de la semeuse

² : Wrd power oxford: Oxford university Press. 2008.p518

³ محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر 2001 ص 301

. شبكات التواصل الاجتماعي إجرائيا:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكة الانترنت يتصفحها الإعلاميون الرياضيون والمشرفون على البرامج الرياضية، بإذاعة المسيلة ويتفاعلون فيها مع الجمهور من اجل القيام بدورهم كالقائمين بالاتصال.

- هي مواقع الويب توفر لصحفي وتقني ومخرجي وكل القائمين على البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة إمكانية مشاركة اهتمامات الجمهور.

. التواصل الاجتماعي:

- لغة:

هو مشتق الفعل تواصل، الذي يحمل معنى التلطف، والتوصل، والتوسل، والتقرب في الوصول إلى الشيء، والتواصل ضد التصادم

و التواصل الاجتماعي هو الاتصال، والتفاعل الاجتماعي، الذي تفرضه العلاقات الاجتماعية الإنسانية، حيث يحصل هناك كل أنواع الاحتكاك، والتواصل الاجتماعي، وهذا ما تدعو له الأغراض الحياتية، و المعيشية للفرد والجماعة، في مجال الحياة العامة، التعليم.¹

- اصطلاحا :

- يعرفها زاهر راضي بأنها" منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص، به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها²

⁴- صورية ولهة. صهيب عيسي، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، جامعة المسيلة، مذكرة تخرج ماستر، 2011، ص 12

1- راضي زاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية عدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2003، ص 22

- كما تعرفها هبة محمد خليفة بأنها "صفحات الويب التي يمكن إن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء

المشاركين في هذه

الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على تفاعل

الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية والفيديو، الدردشة¹.....

المبحث الثاني: الثقافة الرياضية

مفهوم الثقافة الرياضية:

يعرفها الشافعي بأنها: "هي الزيادة الزاخرة للخبرة الانسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها

إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءا منها.²

كما تعرف بأنها: " ذلك النسيج الكلي المعقد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم

وأساليب التفكير والعمل وأنماط السلوك وكل ما يبني عليها من تجديلات وابتكارات أو وسائل في حياة الناس

, مما ينشأ في طلب كل عضو من أعضاء الجماعة الإنسانية.³

وتعتبر الثقافة الرياضية وجها ثقافيا وخضاريا مشرقا وثريا وجدير بأن بلم الانسان المعاصر الذي هو في

أمس الحاجة الى الصحة واللياقة والثقافة الرياضية.⁴

أهمية الثقافة الرياضية:

وتكمن أهمية الثقافة الرياضية في الاعتبارات التالية:

1- تنشيط الأطر المعرفية العامة واثارة الاهتمام لتوسيع دائرة المعرفة الانسانية المرتبطة بالرياضة.

2- تأصيل المعرفة النظرية للرياضة والترويج وتأسيس بنية معرفية ضمن النظام الأكاديمي.

¹ - محمد منير حجاب المعجم الإعلامي ط1 دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2004 ص 301

² حسن أحمد الشافعي، التربية الرياضية وقانون البيئة مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية الإسكندرية ط1: 2001 ص76

³ محسن محمد حمص، مرجع سبق ذكره، ص 70.

⁴ جرمون علي مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة العلوم

الانسانية والاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 259.

- 3- زيادة الوعي بأهمية النشاط البدني على مختلف جوانب الشخصية الانسانية.
- 4- أن تكون الاهتمامات والاتجاهات الترويجية والرياضية مبنية على قواعد معرفية صحيحة وراسخة.
- 5- تزود الثقافة الفرد بالمعرفة وطرق التفكير وأساليب العمل وأنماط السلوك المختلفة والمعتقدات وطرق التعبير عن المشاعر.

6 - ان الثقافة تمثل قوة تشكيل شخصية الإنسان أي نمط سلوكه ومستويات طموحه ووعيها الاجتماعي¹.
ونستخلص من ذلك أن الثقافة تم ضرورة انسانية عامة ولازم أرقى المجتمعات وتقدمها.

أهداف الثقافة الرياضية:

- 1- / للثقافة دور متميز في نشر الوعي الثقافي الرياضي بين المجتمعات.
- 2- / تربية الفرد جسميا ونفسيا وسلوكيا وفكريا.
- 3- / اكتساب المهارات المفيدة للحياة العملية.
- 4- / أن الثقافة الرياضية ذات أثر تربوي في جميع أفراد المجتمع صغارا وكبارا ذكورا واناثا.²

وظائف الثقافة الرياضية:

1- / الثقافة وسيلة للتماسك الاجتماعي:

حيث توحد الثقافة من خلال عمومياتها أو خصوصياتها مفاهيم الناس وأفكارهم وأنظمتهم , فأعضاء المجتمع مشتركون في أساليب المعيشة مما يساعدهم على تكوين بنية اجتماعية متماسكة وبذلك فهي تنمي لدى الأفراد الشعور بالولاء والانتماء.

2- الثقافة تسهل عمليات التفاعل والتواصل:

¹ حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، الثقافة- دراسة في علم الاجتماع الثقافي. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 61.

² ناديم ميساء أحمد ومحمد إسماعيل مهدي، الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة. مجلة علوم التربية، العدد الثالث، معهد إعداد المعلمين، الديالي (العراق)، 2012، ص 145.

أي بين الناس من خلال رموزها وبفعل ما تتقنه من نظم وقوانين تيسر التعامل والتكيف بين أفراد المجتمع.

3- الثقافة تكسب الأفراد اتجاهات السلوك العام:

باعتباره عضو في مجتمع يتميز بسمة دينية أو اجتماعية أو خلقية معينة مثل عضوية الفرد في مجتمع

اسلامي أو مسيحي..... الخ.

4- الثقافة تشبع حاجات الناس حيث تزودهم بالآليات التي تمكنهم من الحصول على متطلباتهم اليومية

, والتصدي لمشكلاتهم الحياتية من خلال التكيف مع الحياة وتلعب التربية دورا مهما في هذا الاطار.

5- / الثقافة تقدم للفرد تفسيرات:

تكون مستمدة في الغالب من اطار أخلاقي أو عقائدي راسخ لكل المتغيرات الثقافية الايجابية منها أو

السلبية, مثل التفسيرات الخاصة بطبيعة الكون وأصل الانسان ودوره في الكون¹.

6- / رصد وتسجيل جهود مؤسسات التنشئة التربوية في غرس ثقافة ممارسة الرياضة في محيط النشئ

, بدءا من الطفولة المبكرة في الأسرة , وكذلك في مؤسسات التعليم العام والجامعي وأجهزة الاعلام

المسموع والمقروء والمرئي.... والمؤسسات الثقافية والمجتمع المدني والأحزاب السياسية وهيئات

العمل والإنتاج والأندية ومراكز الشباب

7- / رصد وتسجيل دور الثقافة الرياضية من أجل الصحة والوقاية من الأمراض والكشف عن الموهوبين

والناخبين والمتفوقين دراسيا..... والمتميزين اجتماعيا وكذلك الكشف المعرضين للانحرافات الصحية والنفسية

والاجتماعية.

8- / رصد وتسجيل الجوانب الايجابية للثقافة الرياضية في تنمية الانتماء والروح الرياضية والتسامح والتعاون

والتفاهم والتكافل والعمل الجماعي².

¹ راجحي صابر، مرجع سبق ذكره، ص 40.

² مسعد عويس، الثقافة الرياضية لغة عالمية، مقياس التربية الرياضية، مصر، ص 7.

9- ومن خلال الثقافة يستطيع الانسان أن يطور مفهومه عن الذات وعن المجتمع والألة رو من خلال الثقافة يحصد الانسان نواتج التعبير الخلاق ، والثقافة مسؤولة عن الأمن الداخلي والخارجي ، وهي أكثر عناصرها ديناميكية تمدنا بما يحقق التلاؤم والتكيف مع البيئات الطبيعية والاجتماعية والتنشئة المتغيرة.

10- / الثقافة تحدد المواقف: تمد الثقافة الانسان بنسق المعني والدافع والأحداث فهي تزود الانسان

بمعاني الأشياء والأحداث ، مما يمكنه من أن يستمد منها مفوماته الأساسية ، فيستطيع من خلالها أن يميز ما هو صواب وما هو خطأ.

11- / الثقافة تحدد الاتجاهات والقيم والأهداف: يتعلم الفرد من ثقافته الحق والخير والجمال ، وعليه يتحدد

لديه الاتجاهات والقيم والأهداف عن طريق الثقافة فهو يتعلمها في العادة بطريقة لا شعورية تماما¹

مجالات الثقافة الرياضية:

1- / المجال المعرفي (المعرفة الرياضية):

هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل معرفة قواعد وقوانين وخطط الألعاب التي

تخص المجال الرياضي.

2- / المجال الاجتماعي:

هو تنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا فضلا عن تلقينهم المعارف

والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.

3- / المجال التربوي:

اعداد الفرد وتقويم سلوكه جسديا ونفسيا وأخلاقيا واجتماعيا وفنيا واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية

والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة.

4- / المجال الصحي:

قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه والعناية به واشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية.¹

• ان الاهتمام بالثقافة الرياضية يسهر في اعداد الانسان المتكامل حتى يتنافس أطرافه في الدول الأكثر تقدما على المدى القريب والمتوسط البعيد التي علينا أن نلاحقها ونواكب انجازاتها ونسعى للتفوق في المجالات التي لدينا فيها الميزة النسبية.²

عناصر الثقافة الرياضية:

1- عموميات الثقافة:

هي التي تكون السمات الأساسية لهذه الثقافة والتي تؤدي الى تشكيل نمط مشترك من الاتجاهات يمتاز به أفراد ثقافة عن غيرها من الثقافات بحيث يستطيع الفرد اذا ما عرف هذه العموميات أن يميز الفرد الذي ينتمي اليها واشراك أفراد الجماعة في عموميات الثقافة يؤدي إلى ظهور الاهتمامات المشتركة التي تجمع بين هؤلاء الأفراد وهذا يولد بينهم شعور بالتضامن وبالمصير المشترك أما اذا كانت هناك اهتمامات متعارضة كان ذلك من أهم مصادر الصراع والتمزق ,و اذا كان أساس بقاء الجماعة هو تنمية روح الجماعة فان اشتراك الأفراد هذه العموميات خاصة النواحي الفكرية يؤدي الى اكتساب الأفراد هذه الروح الجماعية وهذه العموميات تشمل التاريخ المشترك للجماعة بما فيه ذكريات وماضي مشترك واشراك أفراد الثقافة الواحدة في العموميات يؤدي الى تشابه خبراتهم الاجتماعية المختلفة مما يؤدي الى تماسكهم الاجتماعي.

¹ عثمان محمد شحاتة، أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي، 2009، ص 256.

² جرمون علي، مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 20، الجزائر، 2015، ص 261.

2- خصوصيات الثقافة:

هي تلك العناصر من الثقافة التي تشترك فيها مجموعة معينة من الأفراد لها تنظيمها الاجتماعي الخاص والتي لا يشترك فيها جميع أفراد المجتمع والخصوصيات هي العادات والتقاليد والأنماط السلوكية المختلفة المتعلقة بمناشط اجتماعية بينها تأثير متبادل والتي حددها المجتمع للقطاعات المختلفة منه اثناء تقسيمه للعمل بين أفرادها والعناصر الثقافية التي تنطوي تحت الخصوصيات والتي تكون هذا القسم من اقسام الثقافة هي معظمها خاصة بالمهارات والمعرفة وعلى الرغم من أن هذه العناصر الثقافية لا يشترك فيها جميع افراد المجتمع فان الفوائد التي تنجم عنها مشترك بالنسبة لجميع الأفراد , وخصوصيات الثقافة تتصل بالناحية الفنية والطبقية فافراد المهنة الواحدة لهم خصوصياتهم ايضا وهم الى جانب هذا الاشتراك في هذه العناصر الخاصة بهم من الثقافة انما يشتركون ايضا مع أفراد المجتمع في عموميات الثقافة.

3- بديلات الثقافة او متغيراتها:

هي تلك العناصر الثقافية التي نجدها لدى أفراد معينين ولكنها لا تكون مشتركة بين أفراد الثقافة جميعهم, بل أنها لا تكون سائدة بين طبقات لها تنظيم اجتماعي معين , اي ان هذه العناصر ليست من العموميات, بحيث يشترك فيها جميع أفراد المجتمع وليست من الخصوصيات بحيث يشترك فيها أفراد طبقة اجتماعية وأفراد مهنة وهذه العناصر من الثقافة تتضمن مجال واسعا مختلفا ومتنوعا من الأفكار والعادات والأنماط السلوكية وطرق التفكير وهذه المتغيرات تمل استجابات مختلفة لمواقف متشابهة أو وسائل مختلفة لتحقيق أهداف متشابهة وهذه المتغيرات تظل مترددة وحائرة على سطح الثقافة , حتى تتحول إلى خصوصيات أو عموميات فتيبت وتستقر.¹

¹ د. محمد جمال علي وآخرون، الرياضة والتربية الرياضية في العصر الحديث، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2011، ص (140-141).

- المعتقدات:

هي مجموعة من الأفكار يؤمن بها أفراد الجماعة ويصدقون على حكمها في تصرفاتهم المختلفة فهي بمثابة الدستور غير المكتوب الذي يوح سلوكهم والمعتقدات مجموعة من الآراء حول عدد كبير من الموضوعات وعبرة عن تنظيم له نوع من الاستمرار.

- العادات:

هي نوع من السلوك المكتسب يصبح ثابتا لا يتغير مع التكرار والخبرة بدرجة تجعل من السهل التنبؤ بها إذا تهيأت الظروف التي تتناسب مع العمل وتقتضيه.

- التقاليد:

هي استجابات آلية لوضعيات ومواقف معينة يجرى اكتسابها نتيجة التكرار والتعلم والإنسان في العصر الحديث نجده يقبل بدون تساؤل ودون أن يتحقق كثيرا من تقاليد ثقافته مثل الأنماط التقليدية من الثياب والحديث والطعام والسلوك ومن الناحية العلمية قد يكون هذا ضروريا ، لأن الإنسان لا يستطيع أن يشك في كل شيء ولكن الخطأ أن يعتقد الإنسان كل ما جرت عليه العادات صحيح وأنه من الممكن الوصول إلى حقائق بالرجوع إلى ما تراكم حكمه في العصور السابقة فهي مظهر من مظاهر السلوك يميز هيئة خاصة في المجتمع فالعادة تصرف فردي ، أما التقاليد فهي تصرف جماعي.

- الاتجاهات:

أن الاتجاه حالة استعداد عقلي وعصبي نظمت عن طريق الخبرات الشخصية وتعمل على توجيب استجابة الفرد نحو الأشياء أو المواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد ومعنى ذلك أن اختلاف الأفراد في اتجاهاتهم يكون تبعا لاختلاف خبراتهم ، المواقف التي يتعرضون لها¹.

¹ محمد جمال علي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 147-148.

خصائص الثقافة الرياضية:

- الثقافة إنسانية:

أي خاصة بالإنسان وحده دون سائر الكائنات , فالإنسان هو الكائن الوحيد القادر على الاختراع والابتكار من أجل تلبية حاجاته المختلفة، وهذا يعود الى وجود جهاز عصبي متطور عنده مقدر عقلية متفوقة تصنع الأدوات والألات المختلفة بالإضافة الى وجود لغات خاصة به وقيم تتير له الطريق.

- الثقافة اجتماعية:

أي أنها تنشأ عن طريق الاتصال والتفاعل ما بين الأفراد في البيئة الاجتماعية ولا يوجد مجتمع دون ثقافة ولا ثقافة دون مجتمع , وبما أن كل مجتمع يتميز بثقافة معينة ومحددة بزمان ومكان معين , فان الفرد يكتسب ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه من الصغر دون أن تؤثر في ذلك العوامل البيولوجية.

- الثقافة أفكار وأعمال:

يقوم الإنسان بإقامة علاقات مع عوالم ثلاثة (المادي الاجتماعي الفكري أو الرمزي)، حيث يمكن له التحكم في البيئة المادية وتحويلها إلى آلات وادوات..... أي إلى أعمال إنسانية من تنظيمه من جميع جوانبه, أما عامل الأفكار قد يتمكن الإنسان من اختراع نظم اللغة والتعليم والفن.....

- الثقافة متغيرة:

تتغير ثقافة المجتمعات من وقت إلى آخر ولكن درجة التغير وأسلوبه ومحتواه يختلف من ثقافة إلى أخرى فقد يسير التغير ببطء شديد نتيجة الانتشار الثقافي وجهوده أو صغاره , وقد يحدث التغير بسرعة كبيرة نتيجة الانتشار الثقافي وانفتاح المجتمع وتوافر الحوافز فيه , وقد يتغير المجتمع بصورة معتدلة كما هو الحال في المجتمعات الزراعية في آسيا وإفريقيا والثقافة دائمة التغير لأن في نمو مستمر.

- الثقافة مادية ومعنوية:

مضمون الثقافة أما أن يكون ماديا أو معنويا والتغيير في الجانب المادي أسرع من التغير في الجانب

المعنوي.

- الثقافة متنوعة المضمون:

و هي ما نسميه بنسبية الثقافة حيث تختلف الثقافات في مضمونها بدرجة كبيرة قد تصل أحيانا إلى حد التناقض ,فهناك مجتمعات أخرى تعتبر هذه العملية جريمة يعاقب عليه القانون ,و يرجع هذا التباين في المضمون وقدرة العقل البشري على اختراع الأفكار والنظم المختلفة والمتعددة , ونوع الطاقة المستخدمة في المجتمع وطبيعة البيئة الجغرافية وحجم الجماعة الإنسانية والقيم ومدى الاتصال والتعاون بين الجماعات الإنسانية.

- الثقافة قابلة للانتشار والانتقال:

بطرق عديدة أهمها التعليم والإعلام حيث يلعب كل منهما دورا مهما في عملية النقل الثقافي بدليل بدء كل جيل من حيث انتهاء الجيل الذي سبقه , ويتم الانتشار أو الانتقال الثقافي أما أفقيا من ثقافة إلى أخرى أو رأسيا ضمن إطار الثقافة الواحدة للمجتمع عبر التاريخ.

- الثقافة مكتسبة:

بمعنى أنها متعلمة لا تولد مع الإنسان إنما يكتسبها من مجتمعه منذ ولادته عن طريق مؤثرات الخبرة الشخصية نتيجة مواجهة المشكلات الحياتية وتذليل الصعاب التي اعترضت طريقه¹.

- الثقافة سلوك: يمكن تعلمه من خلال اللعبة ما تتضمنه من رموز حيث أن كل المجتمعات الإنسانية

تمتلك انساقا من الرموز.

- الوجدانية: تختلف الثقافة من فرد إلى آخر وذلك رغم تشابه الأفراد في جوانبها بحكم نشأتهم في بيئة

اجتماعية وثقافية واحدة.²

¹ راجحي صابر، تأثير الإعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17 سنة)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، تخصص تربية حركية عند الطفل المراهق، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة 2012، ص 38-39.

² مصطفى السايح محمد، علم الاجتماع الرياضي، دار الوفاء ندين للطباعة والنشر، الاسكندرية، ص 13.

- الثقافة الرياضية تؤثر في تشكيل شخصية الفرد والجماعة عن طريق المواقف الثقافية العديدة ومن خلال

التفاعل الاجتماعي المستمر لتزويد الفرد بنظرة مطابقة للحياة الاجتماعية.¹

- المعلومة الرياضية:

لغويا: هي مشتقة في اللغة العربية من كلة علم، وترجع إلى كلمة معلم، أي الأثر الذي يستدل به إلى

الطريق، وكلمة معلوم أصلها في اللغة اللاتينية هي كلمة informatia والتي تعني شرح أو توضيح شيء ما،

وتستخدم الكلمة كفحوى لعملية الاتصال بهدف توصيل الإشارة أو الرسالة التي هي المعلومة والغلام عنها،

كما تتصل الكلمة بأي فحوى تفاعل بشري، بين فرد وجماعة، أو بين مجموعة واخرى.²

إصطلاحا:

حسب تعريف معجم Dictionnaire de melias لفرنسيس بال: "هي نتائج الاستعمالات حول موضوع

معين، تصف وتوضح العلاقات، توضع في متناول الشخص المعن، أو الهيئة المعنية بها³ وفي بحثنا هذا

نقصد بالمعلومات الرياضية: هي مجموعة الرسائل الإعلامية التي تخص المجال الرياضي، والتي يتلقاها

الجمهور الرياضي لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، عبر مواقع التواصل الاجتماعي،

خاصة الفيس بوك.

- يتم اعتماد كافة المراسلين للألعاب الاولمبية وفقا لما حددته نصوص "مرشد دليل الإعلاميين" حيث تقوم

اللجان الاولمبية بإرسال طلبات مشاركة الإعلاميين إلى اللجنة الأولمبية الدولية في الموعد المحدد لذلك،

ويستثنى من ذلك

¹ راجحي صابر، تأثير الإعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17 سنة)، مذكرة

³- شريف درويش لبنان، تكنولوجيا الاتصال، الدار المصرية اللبنانية، سلسلة المكتبة الإعلامية، القاهرة، مصر، ط1، 2000،

ص 101.

الهيئات الإعلامية المتعاقدة على تغطية هذا الحدث ووكالات الأنباء المعتمدة وحيث يرسل مراسلوها طلباتهم

مباشرة إلى

اللجنة الأولمبية الدولية.

- يمنح الاعتماد للمراسلين الإعلاميين من الدخول إلى المكان المتابعة أحداث الألعاب الأولمبية ومجرياتها .
ولم يتوقف اهتمام اللجنة الدولية عن هذا الحد بالإعلام في المجال الرياضي بل عقدت مؤتمر الفترة من " 29
أوت إلى 3 سبتمبر من عام 1994م" بباريس وقد تابع موضوعات ومناقشات هذا المؤتمر ما يقارب (3427)
مسؤولا من أعضاء اللجنة الأولمبية الدولية وممثلي اللجان الأولمبية الأهلية وبعض الرياضيين، كذلك مثلي
عن الإعلام، وكانت الرياضة ووسائل إعلامها مدرجة في الموضوعات التي قام المؤتمر بمناقشتها، وفي ختام
أعمال المؤتمر اصدر سبع قرارات ترتبط بمجال الإعلام هي:

- إن الاتصال الذي استمر لقرن من الزمن بين الحركة الأولمبية ووسائل الإعلام كان مؤثر في دعم التربية

البدنية

والرياضية، وساهم في تطويرها، كما أسهم في الارتقاء بالمنافسات الرياضية.

- يجب توجيه وإرشاد الإعلاميين في مجال الصحافة إلى فرص التدريب المتاحة لهم، لزيادة معرفتهم
ومعلوماتهم، حتى يتسنى تأكيد مزايا الحركة الأولمبية والرسالة الإنسانية للرياضة.

- يجب توفير التسهيلات للمراسلين الإعلاميين للأداء عملهم بكفاءة، مقابل بعض التكاليف المادية التي

يتطلبها استخدام وسائل الاتصال في تغطية الأحداث الرياضية| .

- التأكد على وصول تغطية الألعاب الأولمبية إعلاميا إلى كافة دول العالم، مع توجيه اهتمام خاص

بتغطية أحداث الرياضات المدرجة بالبرنامج الأولمبي، كما تم التأكد على أهمية المساواة في التغطية الإعلامية

بين الأداء الرياضي لكل من الرجال والسيدات.

- التأكد على ضرورة التزام الإعلاميين العاملين بالصحافة بأخلاقيات المهنة التي ينص عليها ميثاق شرف

المهنة.

- ضرورة أن تتم وسائل الإعلام من خلال رسائلها بالتوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة أعمال العنف والشغب الجماهيري.

- ومن خلال دراستنا لمفهوم الإعلام في المجال الرياضي، اتضح طبيعة هذا النوع من الإعلام. وتؤكد المنظمات أو الهيئات الدولية والعالمية على أهمية وضرورة تواجده في المحافل الرياضية، حتى يتحقق لها النجاح من خلال تغطية أحداثها وإعلام جمهورها بكل ما يدور من أحداث على المستوى المحلي والدولي. وتوعيته بالثقافة المرتبطة بمجال الرياضة، وكذلك استثمار أوقات فراغ هذا الجمهور من خلال متابعته عبر وسائل الإعلام المتعددة للإحداث الرياضية التي يتم تناقلها أو تغطيتها إعلامياً.

و عينة الدراسة التي إختارناها هي مجموعة من الشباب الجامعي بجامعة أم البواقي من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية شعبة الاعلام والاتصال (ليسانس - ماستر)، ويعود السبب في إختيارنا لهذه العينة باعتبارها الفئة الأكثر ميلا الى الرياضة والأكثر متابعة للبرامج الرياضية، إذ أنه شباب مثقف يملك خلفية معرفية حول الثقافة الرياضية.

III. المقاربة النظرية:

مدخل الإستخدامات والإشباعات:

تحاول هذه النظرية أن تنتظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف.. بناء على هذه النظرية ليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الاعلامية التي يتلقاها , بل أن إستخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام. لذلك ترى نظرية الإستخدامات والإشباعات أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الإشباع رغبات معينة لديه , قد تكون للحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الإجتماعي أو حتى تحديد الهوية.¹

فهذه النظرية تصنف في الدرجة الأولى المتلقي كمحطة انطلاق بدلا من الرسالة وتفسر سلوكه فيما يتصل بتجربة المتلقي المباشرة مع وسائل الإعلام , لأن الأشخاص يستخدمون محتوى الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها , فالجمهور وفقا لهذه النظرية عنصر أساسي في العملية الاتصالية , إذ يقوم الفرد المتلقي دائما بإنتقاء المضامين الإعلامية من بين الكم الهائل من الرسائل اليومية الكثيرة التي يريد هو نفسه أن يتلقاها.

و حاليا أصبح الجميع يعرف ويميز القدرات المختلفة لوسائل الإعلام على تحقيق إشباعاته, فالراديو ليس كالتلفزيون أو الصحيفة من حيث قدرته على تحقيق الإشباع , فقد يرى الجمهور أن الصحيفة أقدر على إشباع احتياجاتها للأخبار والمعلومات في حين يرى أن التلفزيون أقدر على إشباع إحتياجاته من الإسترخاء، التسلية والترفيه. بمعنى أن النظرية الإستخدامات والإشباعات منظور مختلف تكمن من حيث إدراك أهمية الفروق الفردية والإختلاف الإجتماعي وأثرهما في إدراك السلوك المتصل بوسائل الإعلام.²

¹ محمد عبد الرحمان، الدراسة في النظريات والاساليب , الرياض. دط، 1998, ص 26

² / 2 Casy. bernadette and others. Television studies. The key concepts. New york tout ledge2

وتقدم نظرية الاستخدامات والاشباع تفسيراً منطقياً للتغيرات التي تحدث في استخدام الأفراد لوسائل

الاعلام متبوعة بتبني تكنولوجيا اعلامية جديدة رو طبقاً لهذه الرؤية يستخدم الافراد وسائل الاعلام ايماناً

امنهم بانها سوف تحقق أهدافهم، غير أن عدداً قليلاً من هذه الوسائل هو ما يمكنه تحقيق كل الأهداف،

لذا فالناس يختارون من بين البدائل المناسبة ما يمكنه أن يلبي رغباتهم، ويتأثر معدل التعرض لوسائل الاتصال،

بالعديد من المتغيرات الوسيطة مثل (النوع العمر، المستوى التعليمي والثقافي... وغيرها) ومن ذلك طبيعة

المهنة أو العمل بصفة خاصة التي تؤثر في تحديد الوقت المناسب للتعرض. ويتأثر هذا الوقت أيضاً بنوعية

المحتوى خاصة في الصحف والموضوعات الجادة عادة ما توجّل قراءتها إلى غير أوقات الصباح بعكس

الموضوعات الخفيفة أو الصفحات الاخبارية التي يمكن قراءتها في أول النهار. وبالمثل تؤثر طبيعة المهنة

على معدل التعرض اليومي لوسائل الاعلام، فالفرد الذي يقضي وقتاً طويلاً في معمله أو بين أبحاثه ودراساته

قد لا يتاح له سوى ساعات قليلة لمشاهدة التلفزيون ومن ثم فهو يستعوض عن التلفزيون بوسائل أخرى كالإذاعة

مثلاً التي لا تحتاج جهداً في متابعتها كالذي يحتاجه التلفزيون.

ومن الواضح أن نظرية الاستخدامات والاشباع تنطلق من مفهوم شائع ومعروف في علم الاتصال و

هو مبدأ التعرض الاختياري. وتفسير هذا المبدأ أن الإنسان يعرض نفسه اختياريًا لمصدر المعلومات الذي

يلبي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير. ولأن النظرية أيضاً نشأت في الغرب، وفي أمريكا بالذات فهي متأثرة

بالجو الليبرالي أو مناخ الحرية السائد هناك.¹ وكملخص لمفهوم هذه النظرية فهي تعطي صيغة الإيجابية

والتفاعلية على الجمهور المستقبل الرسائل ووسائل الاعلام، فمنظور الاستخدامات والاشباع لا يرى الجماهير

المستقبلية لمختلف المضامين الإعلامية مجرد مستقبلين سلبيين لتلك المضامين، وإنما ينتقي ويختار الجمهور

وسائل الاتصال التي يريدون التعرض إليها، والمضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال

مختلف وسائل الاعلام.

¹ محمد عبد الرحمان الحضيف. مرجع سابق، ص 27

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

من اهم الفروض التي يسعى مدخل الاستخدامات والاشباعات لقياسها:¹

- 1- ان اعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها اعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- 3- التأكيد أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالافراد هم الذين يستخدمون وسائل الاعلام، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

أهداف مدخل الاستخدامات والاشباعات:

يحقق مدخل الاستخدامات والاشباعات عدة اهداف منها:

- 1- محاولة اكتشاف وتفسير كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة لاشباع حاجاته وتوقعاته.
- 2- فهم دوافع التعرض لوسائل الاتصال والأنماط المختلفة للتعرض والتفاعل الناتج عن هذا التعرض.
- 3- محاولة معرفة النتائج المترتبة على الوظائف المقدمة في وسائل الاتصال المختلفة بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

•عناصر مدخل الاستخدامات والاشباعات:

¹ حسن عماد مكايي وليمي حسين السيد الاتصال ونظريته المعاصرة. دار المصرية اللبنانية، د ط، القاهرة، 2007، ص 253

كانت النظريات القديمة تنظر الى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسائل وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض اليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى¹، فالملتقى حر في اختيار ما يشاء من الوسائل المتاحة له من وسائل الاعلام المختلفة... وهذا الاختيار متوقف على العلاقة بين الفائدة التي ينتظرها المستقبل من جهة، والجهد الذي يبذله من جهة اخرى.

• الاصول النفسية والاجتماعية لإستخدامات وسائل الاتصال:

ان اعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاعلام باعتبارهم افرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات إجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة. وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحي الاستخدامات والاشباعات الذين يعارضون دوما مصطلح الحشد التمييز جمهور وسائل الاعلام، وطبقا لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة. كما أكدت العديد من الدراسات على دور العوامل الديموغرافية والإجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.²

¹ حسن عماد مكاوي ووليلي حسين السيد، مرجع سابق ذكره، ص 243

² حسن عماد مكاوي ووليلي حسين السيد، مرجع سابق ذكره، ص 244

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام:

و تختلف دوافع التعرض لوسائل الاتصال باختلاف الجمهور وخصائصه وتبعاً لاختلاف كل وسيلة على احدة.. فالجمهور أصبح يدرك الآن دوافعه بدقة، والوسيلة المناسبة لتحقيق هذه الدوافع. و تقسم معظم دراسات استخدامات وسائل الاتصال دوافع التعرض الى فئتين هما:

- الدوافع النفعية: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات¹ وتتعكس في نشرات الأخبار وبرامج التعليم المختلفة وبرامج المعلومات والمسابقات والبرامج التثقيفية.

- الدوافع الطقوسية: وتستهدف تضيئة الوقت، الاسترخاء والصدقة والالفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتتعكس هذه الفئة في المسلسلات والافلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.²

إشباعات وسائل الاعلام:

يتم وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات وصف جمهور يختار بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي يقدمها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته³ , من اجل الوصول الى نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات بفرق الباحثين بين نوعين من الإشباعات هما:

- اشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمضامين مختلف وسائل الاعلام وتنقسم الى:
- اشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
- اشباعات اجتماعية: وتعني ربط المعلومات التي ياخذها الفرد بشبكة من خلال علاقاته الاجتماعية في والمجتمع.

- اشباعات عملية: وتنتج عن عملية الاتصال نفسها وانتقاء وسيلة اعلام معينة ولا ترتبط مباشرة

¹ حسن عماد مكاوي وسامي الشريف. نظريات الاعلام القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 246

² Rubin.M.A. ritualized and instrumental television viewing. in journal of broadcasting media, 3 Vol
no.1.1984.p.67.1.

³ محمد البشر، فصول النظرية في الدراسات الإعلامية في المجلة العربية للعلوم الانسانية الرياض. العدد 83. 2003 ص99

بخصائص المضامين الإعلامية وتنقسم الى:

- اشباعات شبه توجيهية: وتظهر من خلال تخفيف الشعور بالقلق والتوتر والدفاع عن الذات، وتتضح في برامج التسلية والاسترخاء والابهار والترفيه.

- اشباعات شبه اجتماعية: وتتضح من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام، وتزيد مع ضعف اتصال الفرد مع الشبكة الاجتماعية داخل المجتمع وزيادة الشعور بالهروب والعزلة.

• التوقعات من وسائل الاعلام:

تتفق معظم الدراسات بأن التوقعات تنتج عن دوافع الجمهور والأفراد للتعرض لوسائل الاعلام، وذلك حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد وتعد هذه التوقعات سببا كذلك في عملية التعرض لمختلف وسائل الاعلام. وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الاعلام وفقا للفروق الفردية وتنوع الفئات الاجتماعية وتباين العلاقات الاجتماعية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات والشعوب.

وكملخص الاستخدامات لهذه النظرية كإطار نظري لموضوع دراستنا، فهذه النظرية تعطي صبغة إيجابية وتفاعلية على الجمهور المتابع للبرامج والمضامين الرياضية بشكل عام التي يعرضها التلفزيون، فمنظور الاستخدامات والاشباعات لا يرى الجماهير المستقبلية لمختلف المضامين الرياضية مجرد مستقبلين سلبيين لتلك المضامين، وإنما ينتقي ويختار الجمهور المضامين الرياضية التي يريدون التعرض لها، والمضمون الذي يلبي حاجتهم الرياضية والنفسية والاجتماعية من خلال مختلف محطات التلفزيون لتحقيق الاشباعات وأهداف محددة.

- تطبيق الاستخدامات والاشباعات في دراسة استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت:

أصبحت نظرية الاستخدامات والاشباعات تستخدم بشكل واسع وذلك لأنها الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الانترنت، ويعتقد رايس ووليمز Rice و Williams أن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختيار العديد من النظريات والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والاشباعات وبالإضافة إلى رايس ووليمز، فقد اشارت مقالات ستور فرو قرانت بين 1994 وديسمبر 1996 إلى مدى ملائمة نظرية الاستخدامات والاشباعات البحوث الإعلام الجديد ويرى neurhagen و rafaeli بان نظرية الاستخدامات والاشباعات ستكون صالحة خاصة في ظل تحويل الانترنت.

المحور الثاني:

علاقة وسائل التواصل الاجتماعي ببناء

الوعي الرياضي

I - مؤشرات التعصب في الوسط الرياضي:

تتمثل ابرز مؤشرات التعصب الرياضي في:

- **التوتر والقلق النفسي:** يمثل القلق النفسي المرتبة الأولى في الانتشار بين الأمراض النفسية، وهناك فرق بين القلق الطبيعي المرغوب: كالقلق مثلاً أيام الامتحانات والقلق المرضي الذي يحتاج إلى تدخل الأطباء، وهذان النوعان ينتشران في أوساط الجماهير الرياضية، ولكن النوع الثاني ينتشر أكثر لدى المتعصبين لأنديتهم، وتظهر الأعراض النفسية لهذا النوع من القلق النفسي على شكلين هما: الشعور بالعصبية أو التحفز والخوف وعدم الإحساس بالراحة، والأعراض الفسيولوجية الجسمية: كخفقان القلب أو رعشة اليدين أو آلام الصدر وبرودة الأطراف واضطرابات المعدة وغير ذلك. والقلق النفسي أيضاً يؤثر في التفكير والتركيز مما يكون له مردود سلبي على التحصيل الدراسي أو العملي.¹

- عدم قبول الرأي الآخر:

من أهم الأعراض التي تظهر على الشخص المتعصب عدم تقبله آراء الآخرين، فهو يجنح إلى مقاطعة المحاورين له ومعارضتهم بشدة من غير مبرر مقنع، لأن آراءهم لا تكون في مصلحة النادي أو الجهة التي يشجعها فقط؛ فتجده دائماً يركز على سلبيات الرأي المخالف، ولا يعترف بالخطأ تجاه المخالف، فضلاً عن أن يعتذر عنه، ويحاول أن يفرض رأيه على الآخرين، ولا ينصت لسماع الطرف الآخر، ولا يتمتع بأداب الحوار، وتتكون لديه حواجز نفسية مسبقة من البغض والكراهية والغيرة، وعدم صفاء القلب، وسلامة النية، بحيث لا يستمع للطرف الآخر ولا يفكر فيما يقوله.

- التحيز للرأي:

عندما لا يقبل المتعصب رأي الآخرين؛ فإنه بذلك يتمسك برأيه ويتحيز له ويدافع عنه، بغض النظر عن صواب رأيه أو خطئه، ولعل ذلك مشاهد بصورة واضحة في البرامج الحوارية، حيث تجد المتحاورين المتعصبين يدافعون عن آرائهم، ويحاولون نصرها ويتجنبون الهزيمة، ليس من أجل إيجاد حلول وسطية تخدم قضية معينة؛ فلو التزم الجميع أدب الاختلاف بهدف الوصول إلى الحق، لما وجدنا العامل البشري وحظ النفس في التنافس

¹ أمين الخولي، الرياضة والمجتمع : ص، 51.

والفوز بالنقاش حتى لو كان على خطأ هو الأهم بغض النظر عن النتيجة التي من أجلها تم النقاش، بل المهم هو كسب المعركة.

- سرعة الغضب:

الغضب حالة نفسية، ومعناها تغير قد يحصل عند التعرض لموقف معين، بقصد الوصول إلى حالة من التنفيس والاستقرار النفسي مرة أخرى؛ فإذا حدث لأحد ما يغضبه فينبغي عليه تذكر وصية النبي صلى الله عليه وسلم: (لا تغضب)¹،

ومن الأسباب التي تجعل المتعصب سريع الغضب، إعجابه بالفريق الذي يشجعه، وعدم تقبله انتصارات الآخرين وإنجازاتهم، وعدم تفهمه الخسارة التي يمكن أن تحل بفريقه، وعدم احترامه مشاعر الآخرين واحترام انتماءاتهم.

ومن أهم مظاهر الغضب بذاءة اللسان وفحشه بشتم أو سب أو تعيير، وأسوأ من ذلك أن تتحول الكلمات إلى أفعال، فيبدأ العنف والضرب والتحطيم للممتلكات دون التفكير في عواقب الأمور.

- عدم التمتع بالروح الرياضية:

الروح الرياضية مصطلح يطلقه الرياضيون على ما يشيع روح الود والمحبة والتسامح والتعاون بين الرياضيين، وهو مصطلح يمثل كل الأقوال والأفعال التي تمهد الطريق نحو رياضة خالية من العنف والتعصب؛ ومن لا يملك الروح الرياضية لا يستطيع أن يتقبل النتائج إذا كانت سلبية، ومن ثم تصدر عنه ردود أفعال سلبية تضر به بوصفه فردا وبالمجتمع الذي يعيش فيه .

- العيش في أوهام والإيمان بصحتها:

يقوم المتعصب الرياضي ببناء صورة ذهنية فائقة الكمال للفريق الذي يشجعه، ويؤمن بذلك لدرجة أنه يستنكر جميع الآراء التي تحاول أن تتال مما في ذهنه من جمال وكمال لفريقه، ويحاول الدفاع عن تلك الأوهام وإيجاد التبريرات في حالة

تعرض تلك الصورة لأي اهتزاز نتيجة خسارة فريقه أو اصطدامه بأي عقبة تحاول زعزعة تلك الأوهام، وينتج من ذلك كله بعض التصرفات السلبية، والتي قد تصل إلى مرحلة العنف وإيذاء الآخرين.

¹ (1) أخرجه البخاري في صحيحه، رقم (٦١١٦).

- قلة الأصدقاء:

نتيجة آرائه المتزمتة، وعدم احترامه آراء الآخرين، وتوتره وقلقه الدائم، يفتقد المتعصب الرياضي - في الغالب الأصدقاء، فتجده وحيداً لا يشاركه أحد أفراده ولا أحزانه، فقد تتكون لديه بعض العلاقات الطارئة وفقاً لظروف معينة، ولكن سرعان ما تنتهي تلك العلاقات ويعود وحيداً؛ فصديقه الدائم هو الفريق الذي يشجعه، يتفاعل معه بكل جوارحه، يسعد بانتصاره، ويحزن لخسارته، ويكتفي بتعصبه وحبه له عن الحاجة إلى الأصدقاء

- لون فريقه المفضل يتحكم في حياته:

يعيش المتعصب الرياضي كالأعمى، فهو لا يرى الحياة إلا من منظور فريقه المفضل، فهو لا يذكر لفريقه إلا الإيجابيات والمزايا وينكر السلبيات، ولا يذكر للفرق الأخرى سوى العيوب والنقائص، ويحاول تأويل التاريخ وتفسيره بما يتماشى وعشقه لفريقه؛ كل ما يصدره من أحكام يكون مرتبطاً بلون فريقه المفضل لا يستطيع أن يعيش خارج ذلك النطاق الذي حصر نفسه داخله، ومن ثم يتحكم لون فريقه المفضل في حياته تحكماً كبيراً.

- ثقافته هشّة:

الثقافة تتكون بما تنتجه الحياة من مواقف وأحداث وتجارب، وكلما ازدادت فرصة الإنسان في الاحتكاك بالآخرين ازدادت فرصه لتوسيع دائرة ثقافته، وبما أن المتعصب الرياضي يحصر نفسه في الغالب في إطار فريقه المفضل فقط، فإنه من الصعب عليه اكتساب معارف ومهارات وثقافات مختلفة، فهو يستقي جل معارفه من خلال إطاره الذي وضع نفسه فيه، وبذلك تتكون لديه ثقافة هشّة، ويكون نتيجة لهشاشة ثقافته بعده عن النقاش والمشاركة فيه، فهو لا يحب الخوض في مواضيع ذات بُعد ثقافي حتى لا تقتضح ضحالة ثقافته ومعرفته، ويحاول البعد عن الحوار البناء.

مظاهر التعصب الرياضي:

تتمثل مظاهر التعصب الرياضي فيما يأتي:

- ما يتعلق بال جماهير:

من أبرز مظاهر التعصب الرياضي لدى الجماهير ما تشهده الميادين العامة والشوارع من بعض التصرفات والسلوكيات الخاطئة التي تصدر عن فئات متعصبة، سواء كان ذلك ابتهاجاً بالنصر أو احتجاجاً على الهزيمة، ويظهر ذلك جلياً عندما تخرج تلك الفئات في مسيرات صاحبة ترتفع فيها الصيحات وتخرب فيها الممتلكات العامة، والاعتداء على الآخرين والمشاجرات والمضاربات والشتائم والسباب، وإتلاف شعارات الفريق المنافس، ومن دون شك فإن مثل

هذه التصرفات تتسبب في إيذاء الآخرين، وتعطيل حركة المرور، وإشغال رجال الأمن، وإعاقة مصالح المواطنين، وتكديس وسائل النقل، وقد تتيح مثل هذه الأجواء الفرصة لأصحاب النفوس الضعيفة للقيام بالتخريب وحث الجماهير على ارتكاب كثير من التصرفات التي تسبب أضراراً في المجتمع وأفراده.

- ما يتعلق بوسائل الإعلام:

تتمثل مظاهر التعصب الرياضي لدى وسائل الإعلام فيما تبرزه تلك الوسائل من عناوين ومقالات تقدح في النادي الخاسر وتذمه وتعيبه، وتقلل من مكانته؛ مما يشعر أنصار ذلك النادي بالغضب والظلم، ويزيد الاحتقان لديهم، وينبهي الإعلاميون المنتمون إلى ذلك النادي الخاسر للدفاع عن ناديهم، ولا يتوانون في سبيل ذلك عن استخدام كل الأساليب، التي قد يكون بعض منها خارجاً على التقاليد والأعراف الإعلامية في المجتمع السعودي، فهم بدورهم يقومون بتمجيد ناديهم، والتغني بتاريخه الحافل، وذكر مناسبات أخرى حقق منافسهم فيها النصر على النادي المنافس، ويقللون من قيمة النصر الذي حققه منافسهم، بل ويقدمون في ذلك النصر، ويسردون كثيراً من المبررات التي أدت إلى خسارة ناديهم. ولا شك أن مثل تلك الممارسات الإعلامية تؤثر تأثيراً سلبياً في الناشئة وترسخ في قلوبهم وأذهانهم التعصب الأعمى لأندية التي ينتمون إليها، بل والبعض الشديد للأندية المنافسة.

. ما يتعلق بالإداريين واللاعبين:

من مظاهر التعصب الرياضي لدى الإداريين العاملين في الأندية الرياضية أن بعضاً منهم يتبنى مبدأ: الغاية تبرر الوسيلة. ويسعى إلى جلب المصالح لناديه بكل الوسائل المشروعة وغير المشروعة؛ فتراه تارة يستخدم وسائل الإعلام لنشر بعض الشائعات والأكاذيب لإحداث خلل في الأندية المنافسة، أو يلجأ إلى تقديم الشكاوي الكيدية؛ لانتزاع نصر غير مستحق لناديه، أو يرفض التعاون مع الأندية الأخرى لتحقيق مصالح مشتركة، وقد تكون مصالح وطنية، أو يثير جماهير النادي المنافس من خلال توجيهه بعض العبارات التي تقلل من شأنهم أو من شأن لاعبيهم أو رموزهم الرياضية التي يعتزون بها. لاشك أن اللاعبين في الرياضات المختلفة، ولاسيما كرة القدم بوصفها اللعبة الشعبية الأولى في المملكة، تأثيراً كبيراً في الناشئة فهم يقلدونهم في لباسهم وسلوكهم، ومن ثم فإن بعض الممارسات غير المسؤولة من اللاعبين؛ سواء كانت مقصودة أو غير

مقصودة، أو غير ذلك تزيد من نار التعصب لدى الجماهير، ومن ذلك ما يصرح به اللاعبون لوسائل الإعلام من تصريحات غير مسؤولة لا تحترم المنافسين، بل وتقلل من شأنهم.¹

- ما يتعلق بالمهتمين بالمجال الرياضي:

تبرز أهم مظاهر التعصب الرياضي لدى بعض المسؤولين عن النشاط الرياضي والمهتمين به، والحكام في تحيزهم لناد معين دون الآخرين، ومن ثم تكون الأحكام والقرارات متحيزة لذلك النادي، ومن ثم تشعر الجماهير أن هناك أندية معينة مميزة عن غيرها، مما يشعرهم بالغبن والحقد على تلك الأندية ولا شك أن ذلك يساعد مساعدة كبيرة في نشر ظاهرة التعصب الرياضي، ويسهم في التشكيك في النتائج، ويعطي صورة للجماهير أن تحيز الحكام والمسؤولين عن الرياضة لصالح المنافس قد أسهم إسهامًا واضحًا وصريحًا في خسارة ناديهم ومن هذا المنطلق يمكن أن نشير إشارة مختصرة إلى أهم الأسباب التي تسهم في انتشار التعصب لدى الجمهور الرياضي وهي كالتالي:

- المواقع الإلكترونية.
- الأقوال والأفعال غير المتزنة وغير الصادقة.
- الفوضى في الشوارع والميادين.
- المواجهات في المدارس والمدرجات والشوارع.
- تصريحات رؤساء الأندية والشرفيين والإداريين واللاعبين.
- اللوحات الاستغزائية بالعبارات التي تحملها.
- ظاهرة الرشاوى.
- انتشار المراهنات.
- تزيف الحقائق.
- حب التسلط.
- ضعف التحكيم.

¹ أمين الخولي، الرياضة والمجتمع : ص، 51.

- عدم وضوح اللوائح والقوانين وتناقضها
- التفاوت في تطبيق اللوائح والقوانين
- ضعف الجهات واللجان صاحبة القرار
- المعلومات المغلوطة
- العناوين المثيرة للجدل والتي تحمل عبارات استفزازية.
- المقالات غير المحايدة.

أما خصائص المتعصب وكيفية التعامل معه، فيمكن إجمالها في الجوانب التالية:

- عدواني ومثير للمشكلات.
- سهل الإثارة.
- متمسك برأيه.
- متوتر الأعصاب ومتقلب المزاج.
- يستخدم أسلوب الهجوم على الجوانب الشخصية ورفع الصوت
- ويمكن التعامل معه من خلال الأمور التالية:

- الحفاظ على الهدوء في التحدث مع المتعصبين وعدم الانفعال أمامهم.
- الإصغاء الجيد إليهم حتى يتم امتصاص انفعالهم.
- عدم أخذ حديثهم أنه يمس شخصيتك.
- التمسك بوجهة النظر والاستدلال بالحجج والبراهين.
- تركيز الحديث على النقاط المتفق عليها.
- استخدام أسلوب المنطق مع المتعصب والبعد عن العاطفة.
- استخدام أسلوب المرح والإجابة بنعم ولكن.
- ولعل في تلك الإشارات ما يغني عن العبارات الكثيرة.¹

¹ب محمد البشر، فصول النظرية في الدراسات الإعلامية في المجلة العربية للعلوم الانسانية الرياض. العدد 83. 2003

II- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الجماهير الرياضية:

يوعز عدد من الباحثين إنتشار ظاهرة التعصب الرياضي إلى عدد من الأسباب ومنهم من يرى بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دورا أساسيا في توجيه الجماهير الرياضية، فحسب المدون "انس العكرودي" فإن المشجع الرياضي أضحي بعيدا عن المعاني الحقيقية للرياضة والمتمثلة في التنافس الشريف والاستمتاع والتحلي بالروح الرياضية، وإن كانت هذه الظاهرة ليست جديدة، إلا أن ما ساهم في تفاقمها وتغذيتها هو بالأخص شيوع إستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي. وبما أن شريحة الشباب والمراهقين هي الشريحة الأكثر ممارسة وإهتماما بالأنشطة الرياضية بشكل عام والأكثر إستعمالا لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كذلك، فإنه من الطبيعي أن ينتشر التعصب الرياضي في اوساطها بنسبة كبيرة وهو الامر الذي أصبح ملحوظا في السنوات الأخيرة إلى حد أضحي معه الأمر عاديا، بل وكلما زاد تعصب المشجع أو المناصر تجاه فريقه كلما حسنت سمعته بين زملائه من المشجعين وعظم ولاءه لهذا الكيان الرياضي، وهكذا فقد تحولت الكثير من الصفحات والمجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى ساحات حرب إفتراضية بين مشجعي الأندية الكروية على وجه الخصوص، فيصل الأمر إلى حد السب والقذف والتشهير ولا يقتصر الأمر فقط على التعصب في تشجيع الأندية الكروية الأجنبية التي لا يربطها رابط جغرافي مباشر¹. بل يتعداه ليصل إلى الأندية المحلية، حتى لا تكاد تصدق أن المتحاربين هم في الحقيقة أبناء البلد نفسه والمدينة ذاتها بل وربما الحب نفسه، إلا أن التعصب للفرق التي يشجعونها يجعلهم كما لو كان لبعضها الحقد والبغض حتى أصبح الأمر يشبه الحرب الأهلية!!

- وفي الوقت الذي تعتبر فيه الرياضة عامل ربط بين بني البشر على إختلاف إنتماءاتهم وتوجهاتهم، فإن التعصب الرياضي يدمر هذه الروابط ويساهم في تفتيتها، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي ولسوء الحظ لا تظل وحدها ساحة للصراعات الرياضية، وإن كانت تساهم في إشعالها وإنتشارها، إلا أن الأمور قد تصبح أكثر خطورة حينما تتحول إلى عنف مباشر في الحياة الواقعية.

- وإذا كان التعصب الممارس في القضاء الرقمي أقل إزعاجا وتأثيرا وقد لا يعيره الكثيرون إهتماما يذكر فإنه وكما أسلفنا يصبح خطير حينما ينتقل إلى الواقع، فتتم ممارسة العنف الناتج عنه في الشوارع والمقاهي وكذا

¹ زياد الشابي ، اخلاق الرياضة الحديثة، ص102

الجامعات والمدارس وفي مدرجات الملاعب على وجه الخصوص، بل وداخل أروايتها في أحيان كثيرة وحينها يصبح من الصعب السيطرة عليها.

- وهنا نتساءل عن كيفية جعل منصات التواصل الاجتماعي منأى عن الإهمال والعبثية في توجيهها للجماهير الرياضية حيث يظهر ما لذلك من سلبيات وآثار وخيمة.
- وعليه يظهر جليا ضرورة تكاتف جهود جميع الفاعلين لجعل منصات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة في توجيه الجماهير الرياضية نحو النقاش المفتوح والبناء والهادف لترسيخ الأخلاق والروح الرياضية.¹

¹ عمر راوحي، مكانة الاعلام الجديد في ظل تصاعد تيارات العولمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم

السياسية والدولية:2014، ص 110.

III مجابهة التعصب وبناء الوعي الرياضي من خلال مواقع التواصل

الاجتماعي:

بناء على ما سبق يمكن القول بأن مجابهة التعصب الرياضي على مواقع التواصل الاجتماعي يتم أساسا من خلال جعل الصفحات الإلكترونية تعمل بصفة احترافية، وذلك يكون بالعمل على مضاعفة كتابة ونشر المبادئ السامية للروح الرياضية لترسيخ القيم التربوية وإدراج صفحة خاصة ودائمة في جميع وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال لنشر وبث المواضيع الخاصة بكل ما له صلة بالروح الرياضية ونشرها، كما لا بد من توجيه مشاعر وحماس الشباب نحو الإنتماء والإعتزاز الوطني بدلا من نشر الإنتماء القلبي لبناء حب الوطن الأمة لا الوطن الجهة أو القبيلة أو الفريق. كما يجدر وضع معايير خاصة عند إنتداب الصحفيين العاملين بالصحف والقنوات الإلكترونية ويكون المعيار الأخلاقي أساسا لهذه المعايير مع العمل على رسكلة دورية لهؤلاء الصحفيين وذلك لخلق ما يسمى بالصحفي الرياضي المتخصص والذي تقتضيه بلادنا.

- كما أن وضع تشريعات وقوانين رادعة لنشر محتوى يدعو للكراهية أو التعصب يعتبر أمر جد ضروري خاصة مع قصور المنظومة التشريعية بالجزائر فيما يخص المضامين التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما لا بد من مسيري الصفحات الإلكترونية وكذا أصحاب المجموعات والمتابعين من التحقق من مصادر المعلومة وتحري الخبر الرياضي الصادق وعدم الجري وراء أخبار الإثارة والتشهير باللاعبين على الخصوص مقابل مكاسب تجارية أو تحقيقا للسبق أو من أجل زيادة عدد متابعي الصفحات أو منتدبي المجموعات. حيث أن عدم المراعات للآثار المترتبة عن المعلومات الخاطئة قد يؤدي إلى صدمات وثرغات سلبية تعزز من التعصب والكراهية.

- كما أنه من الضروري الإشارة دوما والتعرض بالشرح لقوانين وقواعد اللعب الرياضية الأكثر شهرة ومتابعة، وذلك من أجل الرفع من الثقافة الرياضية للجمهور وتجنب الدخول في جدال ومناوشات سببها في الغالب الجهل بقوانين وقواعد اللعبة الرياضية.

- كما أن نشر تسجيلات ومقاطع فيديو وتصريحات لنجوم الرياضة ونشره عبر الصفحات والمجموعات الإلكترونية يعتبر وسيلة لرفع الوعي الرياضي والإسهام في التغلب على كل مظاهر التعصب الرياضي.

- وتجدر الإشارة إلى ضرورة أن يتحلى مسيرو الصفحات الإلكترونية وأصحاب المجموعات بحس أخلاقي عال خلال المنافسات من خلال المنافسات من خلال النشر الدائم والمستمر لتوجيهات تسهم في عدم وقع أي إنزلاقات أو صدمات وضرورة أن يرفعوا دوما شعارات تعزز الروح الرياضية وتحول دون إستفحال مشاعر البغضاء والكراهية بين مختلف التشكيلات الرياضية ومشجعيها.¹

¹ المرجع السابق، ص 112.



يمكن وصف البحث العلمي على انه مغامرة شاقة مليئة بالنشاط والمجازفات، هذه المغامرة تستدعي الصبر الموضوعية، الجهد المتواصل، التخيل والفتنة الحادة، قابلية التحكم الجيد في الظروف الجديدة إلى غير ذلك من هذه العناصر الضرورية لنجاح البحث.

في هذا الفصل سنتطرق إلى أهم الاجراءات الميدانية التي إتبعناها في هذه الدراسة، ومن أجل الحصول على نتائج يمكن الوثوق واعتبارها نتائج موضوعية.

وكما هو معلوم فإن ما يميز أي بحث علمي هو مدى قابليته للموضوعية العلمية، وهذا لا يمكن أن يتحقق إلا إذا إتبع صاحب الدراسة منهجية علمية دقيقة وموضوعية ولذا حاولنا أن نبرز أهم المراحل التي اتبعناها في دراستنا.

الدراسة الاستطلاعية:

البحوث الاستطلاعية هي تلك البحوث التي تتناول موضوعات جديدة لم يتطرق إليها أي باحث من قبل ولا تتوفر عنها بيانات أو معلومات او حتى يجهل الباحث كثيرا من أبعادها وجوانبها وفي دراستنا الاستطلاعية، توجهنا إلى طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة العربي التبسي تبسة، من أجل إختيار عينة بحثنا وتقديم الاستبيان لهم، وهذا من أجل تشخيص وجمع المعلومات والأفكار والتحقق من الفرضيات.

ومن خلال هذه الدراسة تمكنا من وضع الاستبيان .

المجال المكان والزمني:

المجال المكاني:

تم توزيع استمارة الاستبيان على مجموعة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة العربي التبسي تبسة، ويقدر عددهم بـ 50 طالب وطالبة.

المجال الزمني:

كانت بداية القيام بالدراسة في أوائل شهر ماي إلى غاية أواخر نفس الشهر، حيث تم تحضير وتوزيع أسئلة الاستبيان على الطلبة وجمعها.

الشروط العلمية للأداة:

الصدق:

يقصد بالصدق "شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل وفي وضوح فقراتها ومفرداتها بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" وللتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا باستخدام صدق المحكمين كأداة للتأكد من أن الاستبيان يقيس ما أعده له حيث قمنا بتوزيع الاستبيان على عدد الطلبة من قسم الاعلام والاتصال الرياضية بنات العربية وباعتماد على الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون، قمنا بإجراء التعديلات التي إتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم حذف بعض العبارات والأسئلة وتغيير صياغة بعضها الآخر.

الموضوعية: يجب أن تكون تعليمات الاختبار ومحتويات الاستبيان واضحة ومفهومة، وكلما تحقق الثبات تحققت الموضوعية.

- أدوات الدراسة:

من أجل الإلمام بالموضوع من كل جوانبه تم استخدام أداة لجمع البيانات وهي، استمارة استبيان. الاستبيان: تعرف على أنه أداة من أدوات الحصول على الحقائق والبيانات والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات عن طريق الاستبيان من خلال وضع إستمارة الأسئلة، ومن بين مزايا هذه الطريقة والاقتصاد في الوقت والجهد، كما أنها تساهم في الحصول على بيانات من العينات في أقل من وقت بتوفير شروط صدق وثبات وموضوعية. وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.

الاستمارة الاستبائية هي مجموعة من الأسئلة المترابطة بطريقة منهجية. لقد استعملنا من أجل الوصول إلى الحقيقة، الاستبيان الموجه إلى الطلبة كي نحصل على أكبر عدد من المعلومات، وللتأكد من صحة

الفرضيات بعد تحليل النتائج، وإعطاء إقتراحات وتوضيحات لفتح المجال أمام دراسات أخرى أكثر تعمقا في هذا الموضوع.

ينقسم الاستبيان من حيث أنواع الأسئلة المطروحة إلى ثلاثة أنواع:

• الأسئلة المغلقة أو محدودة الإجابات:

في هذا النوع من الأسئلة يحدد الباحث الإجابات الممكنة أو المحتملة لكل سؤال ويطلب من المحيب إختيار أحدها أو أكثر.

• الأسئلة المفتوحة أو الحرة:

في هذا النوع من الأسئلة يترك للمبحوث حرية الإجابة عنها بطريقته ولغته وأسلوبه الخاص الذي يراه مناسبا.

• الأسئلة المغلقة المفتوحة:

في مثل هذا النوع من الأسئلة يطرح الباحث في البداية سؤالاً مغلقاً أي يحدد فيه الإجابة المطلوبة ويترك للمبحوث تليل إجابته.

*إعتمدنا في هذا الاستبيان على الطريقة الأولى وهي الأسئلة المغلقة أو محدودة الإجابة.

ويعرف في مجال التربية والتعليم بأنه كل إستقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية، كما هي قائمة من الحاضر، يقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية.

- المعالجة الإحصائية:

الغرض الخروج بنتائج موثوق بها علمياً إستخدماً الطريقة الإحصائية لبحثنا، ليكون الإحصاء هو الوسيلة والأداة الحقيقية التي نعالج بهما النتائج على أساس فعلي يستند عليها في البحث والاستقصاء وعلى ضوء ذلك إستخدمنا مايلي:

النسبة المئوية: بما أن البحث كان مختصراً على البيانات التي يحتويها الاستبيان فقد وجد أن أفضل وسيلة

إحصائية لمعالجة النتائج المتحصل عليها هو استخدام النسبة المئوية.

الاختبارات ذات الدلالة الاحصائية

الثبات: يعي الثبات أن يحقق الاختبار نفس نتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس الأفراد، ويتم التعرف على

صدق النتائج بعدة طرق من بينها إعادة الاختبار

الجدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
84%	42	ذكر
16%	8	أنثى
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرد، نلاحظ أن

عدد الذكور قدر بـ 42 فرد أي بنسبة 84%، في حين نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ 8 أفراد أي ما نسبته

16%.

الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	الإقامة
64%	32	الحي الجامعي
36%	18	المنزل
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرد، نلاحظ أن

فئة الأفراد الذين يقيمون في "الحي الجامعي" قدرت بـ 32 فرد بنسبة 64%، أما فئة الأفراد الذين يقيمون في

المنزل " قدرت بـ 18 فرد أي بنسبة 36%.

الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
16%	8	الأولى ماستر
30%	15	الثانية ماستر
30%	15	سنة ثالثة
24%	12	سنة ثانية
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرد، نلاحظ أن فئة الأفراد الحاصلين على المستوى التعليمي " الأولى ماستر " قدرت بـ 08 أفراد بنسبة 16%، أما فئة الأفراد الحاصلين على المستوى التعليمي " الثانية ماستر " قدرت بـ 15 فرد أي بنسبة 30%، في حين نلاحظ أن فئة الأفراد الحاصلين على المستوى التعليمي "سنة ثالثة" قدرت بـ 15 فرد أيضاً أي بنسبة 30%، أما فئة الأفراد الحاصلين على المستوى التعليمي "سنة ثانية" قدرت بـ 12 فرد أي بنسبة 24%.

عرض النتائج وتفسيرها:

1/ عرض وتحليل النتائج

أ/ تحليل البيانات الوصفية:

ب / تحليل ومناقشة أسئلة الاستبيان:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال مواقع شبكات التواصل

الاجتماعي أثناء البحث عن المعلومة الرياضية

السؤال 01: اين يتم استخدامك لشبكة الانترنت؟

الجدول رقم (4): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
68%	34	المنزل
8%	4	الجامعة
24%	12	مقاهي الأنترنت
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (4) والشكل رقم (4) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل " المنزل " وقد بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية بلغت 68%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الجامعة " والبالغ عددهم (04) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 08%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مقاهي الأنترنت" والبالغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 24%

السؤال 02: منذ متى وانت تشترك في موقع الفيس بوك؟

الجدول رقم (5): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
6%	3	سنة
6%	3	سنتان
88%	44	أكثر من ثلاث سنوات
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (5) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل " سنة " وقد بلغ عددهم (03) أفراد بنسبة مئوية بلغت 6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " سنتان " والبالغ عددهم (03) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 6%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ثلاث سنوات " والبالغ عددهم (44) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 88%.

الإستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد العينة يشتركون في موقع الفاييس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.

السؤال 03: ما هي الفترة المفضلة لك في استخدام الفاييسبوك؟

الجدول رقم (6): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
14%	7	الصباح
12%	6	المساء
74%	37	الليل
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (6) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل " الصباح " وقد بلغ عددهم (07) أفراد بنسبة مئوية بلغت 14%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " المساء " والبالغ عددهم (06) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ

12%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الليل " والبالغ عددهم (37) فرد بنسبة مئوية قدرت ب74%.

الاستنتاج:

كم خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد العينة المفضلة لديهم لإستخدام الفايسبوك هي أثناء فترة الليل.

السؤال 04: زيارتك لموقع الفايسبوك هل تكون؟

الجدول رقم (7): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
50%	25	بصفة يومية
4%	2	أسبوعية
46%	23	في أوقات الفراغ
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (7) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل " بصفة يومية" وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أسبوعية" والبالغ عددهم (02) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 04%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " في أوقات الفراغ والبالغ عددهم (23) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 46%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة تكون زيارتهم لموقع الفايسبوك بصفة يومية.

السؤال 05: ما هو معدل الوقت الذي تقضيه في استخدامك لموقع الفايسبوك؟

الجدول رقم (8): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
34%	17	أقل من ساعة
12%	6	ساعة
14%	7	ساعتان
40%	20	أكثر من ساعتان
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (8) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 34%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ساعة" والبالغ عددهم (06) أفراداً بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ساعتان" والبالغ عددهم (07) أفراداً بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، أما المجموعة الرابعة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ساعتان" والبالغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 40%.

السؤال 06: ما هي اللغة التي تستعملها في استخدامك لموقع الفايسبوك؟

الجدول رقم (9): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
50%	25	العربية
44%	22	الفرنسية
6%	3	الإنجليزية
% 100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (9) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل " العربية" وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الفرنسية " والبالغ عددهم (22) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 44%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الانجليزية" والبالغ عددهم (03) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 06%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد العينة اللغة التي يستعملونها في

استخدام موقع الفاسيبوك اللغة العربية.

السؤال 07: ماهي الحاجات التي تلبّيها لك هاته الخصائص؟

الجدول رقم (10): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
26%	13	الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي
34%	17	الحاجة إلى الحصول على المعلومات المتنوعة
4%	2	الحاجة إلى الهروب من ضغوط الحياة اليومية
36%	18	الحاجة إلى الاسترخاء واللهو والتسلية وقضاء وقت الفراغ
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (10) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل " الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي " وقد بلغ عددهم (13) فرد بنسبة مئوية بلغت 26%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحاجة إلى الحصول على المعلومات المتنوعة " والبالغ عددهم (17) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 34%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحاجة إلى الهروب من ضغوط الحياة اليومية " والبالغ عددهم (02) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 04%، أما المجموعة الرابعة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحاجة إلى الاسترخاء واللهو والتسلية وقضاء وقت الفراغ " والبالغ عددهم (18) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 36%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة الحاجات التي تلبّيها

موقع الفيسبوك لمستخدميه اللجوء إلى الاسترخاء واللهو والتسلية وقضاء وقت الفراغ.

المحور الثاني: الاشباكات في انية المعلومة الرياضية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ومدى اسهامها في تكوين رأي عام رياضي متزن.

السؤال 01: ماهي المعلومات الأكثر استقطابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم (11): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
2%	1	سياسية
40%	20	اجتماعية
58%	29	رياضية
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (11) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "سياسية" وقد بلغ عددهم (01) فرد بنسبة مئوية بلغت 02%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اجتماعية والبالغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "رياضية والبالغ عددهم (29) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 58%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد العينة يهتمون بالمعلومات الرياضية عبر موقع التواصل الاجتماعي.

السؤال:02: هل تجد ان المعلومات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي موضوعية؟

الجدول رقم (12): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 02

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
86%	43	لا
14%	7	نعم
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (12) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى من الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل " لا" وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نعم" والبالغ عددهم (07) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 14.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة لا يجدون أن المعلومات الرياضية المواقع التواصل الاجتماعي موضوعية.

السؤال 03: هل تحاول التأكد من صحة المعلومة الرياضية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي من

مصادر أخرى؟

الجدول رقم (13): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
64%	32	نعم
36%	18	لا
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (13) والشكل رقم (13) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 64%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 36%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة انهم يحاولون التأكد من صحة المعلومة الرياضية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى.

السؤال 04: هل تدخل في مجموعات مع زملائك على الفيسبوك وتتحدث معهم حول الشؤون الرياضية ؟

الجدول رقم (14): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
68%	34	نعم
32%	16	لا
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (14) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية بلغت 68%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 32%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يدخلون في مجموعات مع زملائهم على الفيسبوك ويتحدثون معهم حول الشؤون الرياضية.

السؤال 05: إذا اجابتك بنعم، هل تجد أن ذلك يسهم في بناء وعي رياضي؟

الجدول رقم (15): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
% 100	34	نعم
% 00	00	لا
% 100	34	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (15) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (34) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية بلغت 100%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (00) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 00%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج ان اغلب افراد عينة الدراسة يعتقدون بان تبادل المعلومات الرياضية في المجموعات يسهم في بناء وعي رياضي.

المحور الثالث: دور المضامين الرياضية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في زرع قيم التسامح وبناء الوعي الرياضي.

السؤال 01: كيف تقيم طبيعة المناشير الرياضية التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص

زرع قيم التسامح والروح الرياضية؟

الجدول رقم (16): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
20%	10	جيدة
56	28	مقبولة نسبيا
12%	6	متعصبة
%12	6	متعصبة جدا
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (16) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "جيدة" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مقبولة نسبيا" والبالغ عددهم (28) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 56%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متعصبة" والبالغ عددهم (06) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الرابعة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متعصبة جدا" والبالغ عددهم (06) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 12%.

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج ان اغلب افراد عينة الدراسة يجدون أن

طبيعة المناشير الرياضية التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص زرع قيم التسامح والروح الرياضية مقبولة نسبيا.

السؤال 02: هل تجد أن تبادل الاخبار والأفكار الرياضية مع الاخرين يسهم في الرفع من الروح الرياضية

في حال اتسمت طبيعة المناشير بالموضوعية ؟

الجدول رقم (17): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (17) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً

قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02)

بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (43) فرد بنسبة مئوية بلغت 86%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين

كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (07) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن اغلب افراد عينة الدراسة يحاولون تبادل الاخبار

والأفكار الرياضية مع الآخرين.

السؤال 03: هل تشترك في مجموعات الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم (18): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
62%	31	نعم
38%	19	لا

من خلال الجدول رقم (18) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (31) فرد بنسبة مئوية بلغت 62%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (19) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 38%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن اغلب افراد عينة الدراسة يجدون أن تبادل الاخبار والأفكار الرياضية مع الآخرين يسهم في الرفع من الروح الرياضية في حال اتسمت طبيعة المناشير بالموضوعية والابتعاد عن العنصرية.

السؤال 04: هل تثق في المضامين الرياضية مجهولة المصدر أو تلك المنشورة من طرف الهواة / غير المتخصصين؟

الجدول رقم (19): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
48%	12	نعم
58%	92	لا
% 100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (19) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية بلغت 42%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (29) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 58%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج ان اغلب افراد عينة الدراسة لا يثقون في المضامين الرياضية مجهولة المصدر أو تلك المنشورة من طرف الهواة أو غير المتخصصين.

السؤال 05: هل تدخل في حوارات حول قضايا رياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الجدول رقم (20): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
60%	30	دائما
20%	10	أحيانا
20%	10	نادرا
100%	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (20) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (30) فرد بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا" والبالغ عددهم (10) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج ان اغلب افراد العينة يدخلون في حوارات حول قضايا رياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال 06: هل تجد أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركوي الفيسبوك يعزز الوعي الرياضي وقيم

التسامح خاصة في الصفحات الرياضية؟

الجدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
68%	34	نعم
32%	16	لا
%100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (21) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً

قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06)

بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية بلغت 68%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين

كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا" والبالغ عددهم (16) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 32%.

الاستنتاج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج ان اغلب افراد عينة الدراسة يجدون أن الدخول في

حوارات رياضية بين مشتركوي الفيسبوك يعزز الوعي الرياضي وقيم التسامح خاصة في الصفحات الرياضية.

السؤال 07: كيف تقيم قدرة مضامين الصفحات الرياضية في نشر الوعي ونبذ التعصب الرياضي؟

الجدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
4%	2	عالية جداً
26%	13	عالية

الإطار الميداني للدراسة		المحور الثالث
60%	30	متوسطة
10%	5	ضعيفة
% 100	50	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (22) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل " عالية جداً " وقد بلغ عددهم (02) فرد بنسبة مئوية بلغت 04%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عالية " والبالغ عددهم (13) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 26%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسطة " والبالغ عددهم (30) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المجموعة الرابعة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ضعيفة " والبالغ عددهم (05) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 10%.

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون بأن قدرة مضامين الصفحات الرياضية في نشر الوعي ونبذ التعصب الرياضي هي متوسطة.



من خلال الدراسة اتضح ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في بناء الوعي بصفة عامة وفي الجانب الرياضي يبرز دوره بصفة جلية خاصة وان المضامين الرياضية تمثل المضامين الأكثر تداولاً واستقطاباً، وذلك يرجع لكون الفئة الأكثر اشتراكاً بمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فايسبوك هي فئة الشباب.

ومن خلال الدراسة الميدانية اتضح ان أكثر المضامين الرياضية التي يتم تداولها عبر فايسبوك لا تتسم بالموضوعية ولا تساهم بشكل فعال في بناء الوعي الرياضي ونبذ التعصب ومجابهة العنف والكراهية، ويرجع هذا بصفة أساسية لكون القائمين على الصفحات الرياضية بالموقع لا يتحرون الموضوعية وصدق الاخبار في كثير من الأحيان، إضافة الى عدم التزامهم بقيم الروح الرياضية والتعريف بقواعد ومبادئ الرياضة والاحكام والقوانين الخاصة بكل لعبة او نشاط رياضي.

وعليه نجد انه من الضروري ان يتجه القائمون على الصفحات الرياضية للعمل بشكل احترافي و توجيه مضامينهم نحو الاعلام الرياضي المتخصص، كما يظهر جليا ضرورة التذكير بشكل دوري بالقوانين والضوابط الحاكمة للألعاب الرياضية ، فعلى سبيل المثال بالنسبة للرياضة الأكثر شعبية و متابعة و رواجاً في العالم نجد كرة القدم ،و التي من المفترض ان تروج للأخلاق الرياضية و القيم و المبادئ الإنسانية وفقاً لميثاق الاتحاد الدولي لكرة القدم، الا ان عدم التذكير و توضيح المبادئ السامية للعبة جعل الصفحات الرياضية بمواقع التواصل الاجتماعي منصات لنشر التعصب و منابر لزرع الفتن و الكراهية؛ كما أنه من الضروري أن تكون التشريعات و القوانين في كل بلد و منها الجزائر أكثر صرامة في تعاملها مع كل ما ينشر من مضامين رياضية من شأنها زرع الفتن و إنكاء التعصب و ذلك لما يسببه من عواقب لا تحمد عقباه.

في الأخير، يجب أن يتم العمل بشكل مكثف و جاد على الترويج لثقافة نقد المضامين والتحري بين أوساط الشباب خاصة منه المثقف، وذلك قصد التمييز بين الأخبار والموضوعات الحقيقية وتلك الزائفة والمغلوطة، وهذا يكون من خلال المناهج الدراسية والجامعية والحصص التلفزيونية والإذاعية وكذا غير مواقع التواصل الاجتماعي نفسها، مع إقامة ندوات وملتقيات حول هذه الظاهرة.



1- محور البيانات الشخصية:

الجنس:

 ذكر أنثى

الإقامة:

 الحي الجامعي المنزل

المستوى الجامعي:

 الثانية ماستر الأولى ماستر الثالثة الثانية

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال مواقع شبكات التواصل

الاجتماعي أثناء البحث عن المعلومة الرياضية.

1- اين يتم استخدامك لشبكة الانترنت:

 المنزل الجامعة مقاهي الانترنت

2- منذ متى وأنت تشترك في موقع الفاييس بوك ؟

 برة سنتان أكثر من ثلاث سنوات

3- ما هي الفترة المفضلة لك في استخدام الفاييس بوك ؟

- الصباح
- المساء
- الليل

4- زيارتك لموقع الفاييس بوك هل تكون:

- بصفة يومية
- أسبوعية
- في أوقات الفراغ

5- ما هو معدل الوقت الذي تقضيه في استخدامك لموقع الفاييس بوك ؟

- اقل من ساعة
- ساعة
- ساعتان
- أكثر من ساعتان

6- ما هي اللغة التي تستعملها في استخدامك لموقع الفاييس بوك؟

- العربية
- الفرنسية
- الانجليزية
- لغات أخرى

7- ماهي الحاجات التي تلبّيها لك هاته الخصائص ؟

- الحاجة الى التفاعل الاجتماعي
- الحاجة إلى الحصول على المعلومات المتنوعة
- الحاجة الى الهروب من ضغوط الحياة اليومية
- الحاجة إلى الاسترخاء واللهو والتسلية وقضاء وقت الفراغ

المحور الثاني: الاشباعات في انية المعلومة الرياضية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ومدى اسهامها في تكوين رأي عام رياضي متزن.

1- ماهي المعلومات الأكثر استقطابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

<input type="checkbox"/>	سياسية
<input type="checkbox"/>	اجتماعية
<input type="checkbox"/>	رياضية

2- هل تجد ان المعلومات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي موضوعية؟

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

3- هل تحاول التأكد من صحة المعلومة الرياضية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر

اخرى ؟

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

4- هل تدخل في مجموعات مع زملائك على الفايسبوك وتتحدث معهم حول الشؤون الرياضية ؟

<input type="checkbox"/>	- نعم
<input type="checkbox"/>	- لا

5- إذا اجابتك بنعم، هل تجد أن ذلك يسهم في بناء وعي رياضي ؟

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

6- إذا كانت إجابتك نعم، هل تحاول تبادل المعلومات الرياضية في حينها:

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

المحور الثالث: دور المضامين الرياضية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في زرع قيم التسامح وبناء الوعي الرياضي.

السؤال 01: كيف تقيم طبيعة المناشير الرياضية التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص

زرع قيم التسامح والروح الرياضية؟

- جيدة
- مقبولة
- متعصبة
- متعصبة جدا

2- هل تجد أن تبادل الاخبار والأفكار الرياضية مع الاخرين يسهم في الرفع من الروح الرياضية في حال

اتسمت طبيعة المناشير بالموضوعية؟

- نعم
- لا

3- هل تشترك في مجموعات الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم
- لا

4- هل تثق في المضامين الرياضية مجهولة المصدر أو تلك المنشورة من طرف الهواة / غير

المتخصصين؟

- نعم
- لا

5- هل تدخل في حوارات حول قضايا رياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- دائما
- احيانا
- نادرا

6- هل تجد أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفيسبوك يعزز الوعي الرياضى وقيم التسامح

خاصة في الصفحات الرياضية؟

اءادر

اققع

7- كيف تقم قءرة مضامىن الصفحات الرياضية فى نشر الوعى ونبذ التعصب الرياضى؟

عالىه ءءا

عالىه

متوسطة

ضعفة



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

باللغة العربية:

- 1- ابو حطب فؤاد وصادق آمال، **مناهج وطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية**، دار المسيرة للنشر، ط1، 2008.
- 2- احمد حسين الرفاعي، **مناهج البحث العلمي**، دار وائل للنشر، ط1، عمان- الأردن.
- 3- أمين الخولي، **الرياضة والمجتمع**
- 4- امين سعاتي، **تبسيط كتابة البحث العلمي**. المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، السعودية، ط1، 1999.
- 5- الانسانية والاجتماعية، العدد 20، الجزائر، 2015.
- 6- ب محمد البشر، **فصول النظرية في الدراسات الإعلامية في المجلة العربية للعلوم الانسانية الرياض**. العدد 83. 2003
- 7- جرمون علي مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، **مجلة العلوم**
- 8- حامد خالد، **منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية**، د ط، دار الجسور للنشر والتوزيع، 2008.
- 9- حسن أحمد الشافعي، **التربية الرياضية وقانون البيئة مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية الإسكندرية ط1: 2001 .**
- 10- حسن عماد مكاوي وسامي الشريف. **نظريات الاعلام القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.**
- 11- حسين الجابري، **بناء الوعي الرياضي: دراسة لسلوك مشجعي نادي النصر السعودي، الرياض: مركز الملك فهد للأبحاث، 2003.**
- 12- حسين سمير محمد، **بحوث الاعلام، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1995.**
- 13- حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، **الثقافة- دراسة في علم الاجتماع الثقافي**. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.
- خضور عبد الغفار، **تحديات الاعلام الرياضي**. عمان: دار البصيرة، 1994 -14
- 15- دلال القاضي، محمود المياتي، **منهجية أساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية spss**. دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص 157.

- 16- راجحي صابر، تأثير الإعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15) - 17 سنة)، مذكرة
- راضي المنصور، مواقع التواصل الاجتماعي : قراءة في التداعيات الإعلامية. القاهرة : دارالنيل -17 للطباعة، 2013، ص22
- 18- راضي زاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، محلة التربية عدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2003،
- 19- زياد الشابي ، اخلاق الرياضة الحديثة، ص102
- 20- زيان محمد , **البحث العلمي ومناهجه وتقنياته**, دار الشروق بيروت ,دط. 1983.
- 21- شريف درويش لبنان، تكنولوجيا الاتصال، الدار المصرية اللبنانية، سلسلة المكتبة الإعلامية، القاهرة، مصر، ط1، 2000.
- 22- صورية ولهة. صهيب عيسي، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، جامعة المسيلة، مذكرة تخرج ماستر، 2011/2012.
- 23- عبد الله محمد عبد الرحمان، **سوسيولوجيا الإعلام والاتصال** , دار المعرفة الجامعية , القاهرة , دط,2002.
- 24- عبد الناصر جندلي، **تقنيات ومناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3 2010.
- 25- عثمان محمد شحاتة، أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي، 2009.
- 26- عدنان حسين الجادري، يعقوب عبد الله أبو حلو، **أسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في العلوم التربوية والإنسانية**، اثناء للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2009.
- 27- عمر راوحي ،مكانة الاعلام الجديد في ظل تصاعد تيارات العولمة ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والدولية:2014.
- 28- فاطمة عوض صابر وميرفت، علي خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط2002.
- 29- محمد البشر، فصول النظرية في الدراسات الإعلامية في المجلة العربية للعلوم الانسانية الرياض. العدد 83. 2003.

- 30- محمد جمال علي وآخرون، الرياضة والتربية الرياضية في العصر الحديث، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2011.
- 31- محمد عبد الحميد، البحث العملي في الدراسات العملية، عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، ط2، 2004.
- 32- محمد عبد الرحمان، الدراسة في النظريات والاساليب ، الرياض. دط، 1998.
- 33- محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر 2001.
- 34- محمد منير حجاب المعجم الإعلامي ط1 دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2004.
- 35- مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي في اعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2000.
- 36- مسعد عويس، الثقافة الرياضية لغة عالمية، مقياس التربية الرياضية، مصر.
- 37- مصطفى السايح محمد، علم الاجتماع الرياضي، دار الوفاء ندين للطباعة والنشر، الاسكندرية.
- 38- منذر الضامن : أساليب البحث العلمي، دار الميسر، عمان، ط1، 2007.
- 39- ناديم ميساء أحمد ومحمد إسماعيل مهدي، الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة. مجلة علوم التربية، العدد الثالث، معهد إعداد المعلمين، الديالي (العراق)، 2012.
- 40- وائل عبد الله محمود وآخرون، في كتاب تحليل المحتوى والمنهج في العلوم الإنسانية، دار النشر دار المسيرة، عمان، ط1، 2012.
- 41- يحيى مصطفى عليان ود، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط2013.

باللغة الأجنبية:

- 42- Casy. bernadette and others. Television studies. The key concepts. New york tout ledge,
- 43- Francis balle Dictionnaire de medias, la rousse, paris, 1998,
- 44- Le petit rousse, 2010: Edition anniversaire de la semeuse
- 45- Rubin.M.A. ritualized and instrumental television viewing. in journal of broadcasting media, Vol
- 46- Wrd power oxford: Oxford university Press. 2008.

ملخص:

-تهدف الدراسة لتسليط الضوء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك على وجه الخصوص) في بناء الوعي الرياضي لدى الشباب.
-وقد ظهر أن الصفحات الرياضية بالفيسبوك ليست مؤهلة لتكون منصات إعلامية رياضية جديدة لكونها لم تلعب الدور المنوط بها في مواجهة التعصب وزرع القيم الرياضية النبيلة .

Abstract:

-This study aims to shed light on the impact of social media (Facebook in particular) on the sport's awareness of youth .
-it was shown that Facebook sport's pages are not qualified to be as new sport's media. They don't play their role in order to avoid violence and keeping awareness towards its users.