

قسم إعلام واتصال
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الإجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الصفحات الإلكترونية الرياضية المتخصصة في الفيسبوك-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ(ة):

• أ.د أكرم بوطورة

من إعداد الطالبة:

• بسمة بوحملة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د عبد الغني بوزيان	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
أ.د أكرم بوطورة	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
د.محمد مالك	أستاذ محاضر (أ)	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية : 2023/2022



شكر وعرهان:

بكيت خوفاً من ضباع حلمي فأباكني الله بتحقيقه

لا شيء مستحيل عندما يكون الله معك

أقدم بكل ما يعبر عن الشكر والإمتنان والتقدير للأستاذ الدكتور المشرف

"بوطورة أكرم"

أشكرك لقبولك الإشراف على هذا البحث وعلى كل نصيحة وتوجيه زاد في بحثي رفعة،
وهذا البحث ثمار غراسك.

كما لا أنسى أن أقدم لكافة طاقم كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة تبسة
فرداً فرداً بالشكر والثناء على كل ما قدموه لنا طيلة الخمس سنوات.



بسمه بوحملة

الإهداء

وها نحن قد وصلنا إلى آخر خطوات مسيرتنا التي شارفت على الإنتهاء بذكريات لن
تنس بعد عناء طويل وتعب وجهد، وها أنا أختمها بمذكرة الماستر بكل هممة وعزيمة

أهدي عملي هذا إلى

روح أبي

إلى من كان يمهد لي الطريق لكي لا أتعثر

أمي

إلى من كانوا عوني وزادي في مشواري

أختي وأخي

إلى كل من كان لهم أثر في حياتي وأحيم قلبي



بسمه بوحملة



فصل المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ . ب	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
5	أولاً : إشكالية الدراسة
5	1. الإشكالية وتساؤلاتها
6	2. أسباب اختيار الموضوع
7	3. أهمية الدراسة
7	4. أهداف الدراسة
8	5. ضبط المصطلحات والمفاهيم
9	ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة
9	1. مجالات وحدود الدراسة
10	2. منهج الدراسة
10	3. أدوات جمع البيانات

فهرس المحتويات

13	4. مجتمع وعينة الدراسة
14	5. الدراسات السابقة
الإطار النظري للدارسة	
الفصل الثاني : مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الفيسبوك	
22	تمهيد الفصل
23	أولاً : مواقع التواصل الإجتماعي
23	1. تعريف مواقع التواصل الإجتماعي
24	2. نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
25	3. أنواع مواقع التواصل الإجتماعي
26	4. خصائص مواقع التواصل الإجتماعي
27	5. استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي
28	6. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
29	ثانياً : موقع فيسبوك
29	1. تعريف الفيسبوك
30	2. نشأة الفيسبوك
30	3. خصائص الفيسبوك
31	4. موقع فيسبوك ضمن المنصات الأخرى
34	5. إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

فهرس المحتويات

35	خاتمة الفصل
الفصل الثالث : الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر	
38	تمهيد الفصل
39	أولا : الصورة الذهنية
39	1. تعريف الصورة الذهنية
40	2. مراحل تكوين الصورة الذهنية
40	3. أنواع الصورة الذهنية
41	4. سمات الصورة الذهنية
42	5. أبعاد الصورة الذهنية
43	ثانيا : الرياضة
43	1. تعريف الرياضة
44	2. نشأة الرياضة
45	3. أبعاد الرياضة
46	4. الرياضة والمداخل الإقتصادية
48	5. الرياضات الشعبية في العالم
49	6. الرياضة في الجزائر
54	خاتمة الفصل

فهرس المحتويات

الفصل الرابع : الفصل التطبيقي	
57	تمهيد الفصل
58	أولا : تحليل البيانات
58	1. البيانات السوسيوديمغرافية
60	2. أنماط وعادات استخدام الأفراد لمواقع التواصل الإجتماعي
75	3. كرة القدم في الجزائر
95	4. الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر
104	ثانيا: نتائج الدراسة
104	1. نتائج التحليل
107	2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
108	3. النتائج العامة للدراسة
110	خاتمة
112	قائمة المصادر والمراجع
120	الملاحق



فصل الجداول

1

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
58	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
59	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
60	نوع المنصة الإجتماعية الأكثر استخداما من قبل أفراد العينة	03
62	عوامل انجذاب أفراد العينة للمنصات المفضلة لديهم	04
64	أكثر المواضيع متابعة على الشبكات الإجتماعية من قبل أفراد العينة	05
66	مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر تغطية للمواضيع الرياضية	06
68	تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة الفيسبوك	01-07
69	تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة اليوتيوب	02-07
70	تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة الانستغرام	03-07
71	تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة التيك توك	04-07
72	تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة التويتر	05-07
73	تغطية منصة الفيسبوك للمواضيع المتابعة من قبل أفراد العينة	08
74	تقييم المبحوثين لانتشار مواضيع كرة القدم في الجزائر	09
76	متابعة أفراد العينة لأخبار كرة القدم على منصة الفيسبوك	10
77	متابعة أفراد العينة لبطولات كرة القدم	11
79	نوع الرياضة لدى أفراد العينة والتي لديهم فكرة كاملة عن أداء المنتخب	12

فهرس الجداول

	الوطني فيها	
80	درجة متابعة أفراد العينة لأحداث كرة القدم في الجزائر	13
81	رأي أفراد العينة في البطولة المحلية لكرة القدم	14
82	إبداء آراء المبحوثين في موضوعات رياضية	15
83	توزيع أفراد العينة حسب نوعية المنشورات الرياضية	01-15
85	رأي أفراد العينة في تغطية الصفحات الرياضية لأحداث المنتخب المحلي (الشان)	16
86	تفاعل أفراد العينة عند تضييع ركلة الترجيح للاعب المحلي (أيمن محيوص)	01-17
88	تفاعل أفراد العينة عند خسارة المنتخب الوطني وعدم تأهله لكأس العالم 2022	02-17
89	تفاعل أفراد العينة مع الحكم (بكارى غاساما) من خلال إدارته لمباراة الجزائر & الكامبيرون	03-17
91	تفاعل أفراد العينة على إعادة مباراة الجزائر & الكامبيرون	04-17
92	تفاعل أفراد العينة عند خسارة المنتخب الوطني وخروجه من الدور الأول في كأس إفريقيا 2021	05-17
94	تفاعل أفراد العينة عند فوز المنتخب الوطني بكأس إفريقيا 2019	06-17
95	تفاعل أفراد العينة على 35 مباراة دون هزيمة للمنتخب الوطني	07-17
96	رأي أفراد العينة في أداء المنتخب الوطني من خلال ماعكسته الصفحات الرياضية	18
97	رأي أفراد العينة لصورة المدرب الوطني من خلال ماعكسته الصفحات	19

فهرس الجداول

	الرياضية	
99	رأي أفراد العينة لصورة اللاعبين من خلال ما عكسته الصفحات الرياضية	20
100	رأي أفراد العينة في الهياكل الجزائية من خلال ما عكسته الصفحات الرياضية	21
101	مساهمة الصفحات الرياضية	22
102	تكوين الصفحات الرياضية إنطباعات حولها	23
103	شكل الإنطباع المكون من خلال الصفحات الرياضية	01-23



مقدمة :

أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي أداة رئيسة للتواصل والتفاعل بين الأفراد، فهي تعد دعائم لنقل التفاعل من أشكاله البسيطة في الفضاء التقليدي إلى أشكاله المعقدة في الفضاء السيبراني، منتجة صورا جديدة للتواصل بإزالة الحواجز الزمكانية وإنشاء مجتمع رقمي متصل ومتنوع ومفتوح للجميع فهي أداة للتعبير والتواصل والتفاعل في العصر الرقمي.

تعد منصة الفيسبوك واحدة من أبرز مخرجات شبكات التواصل الإجتماعي التي تحظى بشعبية واسعة الإستخدام في الجزائر، كونها مساحة رقمية تتيح للمستخدمين التواصل والتفاعل وتبادل المحتوى بشكل سلس ومرن، ومن بين الخدمات التي تقدمها منصة الفيسبوك نجد خدمة إنشاء الصفحات التي تعد فرصة هامة للمستخدمين لنقل تجربتهم وإهتماماتهم وميولاتهم إلى جمهور أوسع والتواصل معهم بشكل فعال ومستمر، فبات الفيسبوك منصة إعلامية متكاملة توفر خدمات إعلامية للجماهير، بفضل المحتوى المتنوع الذي يتم نشره. ومن بين هذه الصفحات نجد الصفحات المتخصصة في المجال الرياضي يتم إنشاؤها من قبل مؤسسات إعلامية أو هيئات رسمية رياضية أو إعلاميين رياضيين أو حتى أشخاص عاديين فهي تعد مصدرا هاما للمتابعين والمهتمين بالرياضة حيث توفر معلومات مفصلة وتغطية شاملة للأحداث الكروية والنتائج والتحليل مما يكوّن لجمهور المستخدمين صورة ذهنية حول واقع الرياضة في الجزائر.

وفي هذه الدراسة ستقوم الطالبة بتسليط الضوء على الرياضة في الجزائر والصورة الذهنية التي يمتلكها المستخدم في منصة الفيسبوك حول الموضوع، ونظرا لأهميته تمت الدراسة اعتمادا على دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك.

وقد توزعت دراستنا وفق ثلاث أطر: أولا الإطار المنهجي أين تم تناول إشكالية الدراسة بالإضافة إلى التساؤلات الفرعية مع ذكر أهم المفاهيم والمصطلحات الأساسية وكذا أهمية وأهداف وأسباب اختيار موضوعنا بالإضافة إلى تحديد مجالات الدراسة وتقديم المجتمع البحثي المتمثل في مستخدمي موقع الفيسبوك مع أدوات جمع البيانات حيث تم الاعتماد على الإستبيان الإلكتروني هذا فيما يخص الإطار المنهجي.

أما الإطار النظري من الدراسة قد قسم إلى فصلين، تمثل الفصل الأول بمواقع التواصل الاجتماعي حيث قدم تعريف لها وتم تناول نشأتها، أنواعها، خصائصها، استخداماتها والإيجابيات والسلبيات، بالإضافة لموقع الفيسبوك الذي تم تعريفه والحديث حول نشأته، خصائصه، موقعه ضمن المنصات الأخرى وأخيرا الإيجابيات والسلبيات.

أما الفصل الثاني من الإطار النظري فقد تناول الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر حيث من خلاله تم التعرف على الصورة الذهنية، مراحل تكوينها، أنواعها، سماتها، أبعادها والرياضة تعريفها، نشأتها، أبعادها، الرياضات الشعبية في العالم وختاما الرياضة في الجزائر.

وأخيراً الإطار التطبيقي تم فيه عرض الدراسة الميدانية من حيث تحليل البيانات وتقديم نتائج الدراسة الجزئية والعامة بالإضافة للخاتمة العامة للبحث، تلمها قائمة المصادر والمراجع والملاحق المعتمدة في الدراسة. وفي النهاية تم عرض ملخص الدراسة باللغتين العربية والإنجليزية.



الفصل الأول : الإطار المنهجي

أولا : إشكالية الدراسة

- 1 . إشكالية وتساؤلاتها
- 2 . أسباب اختيار الموضوع
- 3 . أهمية الدراسة
- 4 . أهداف الدراسة
- 5 . ضبط المصطلحات والمفاهيم

ثانيا : الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1 . مجالات وحدود الدراسة
- 2 . منهج الدراسة
- 3 . أدوات جمع البيانات
- 4 . مجتمع وعينة الدراسة
- 5 . الدراسات السابقة

خلاصة الدراسة

أولاً : إشكالية الدراسة

1 – الإشكالية وتساؤلاتها :

يتميز الرأي الجمعي والمجمعي باختلاف مذاهبه ومشاربه كإختلاف طبقات المجتمع ومستويات تعليمه وتكوينه ووظائفه، ولذا لا غرابة أن تختلف آراء الناس حول القضايا المختلفة، ولكن على الرغم من ذلك، إلا أن هناك دائماً قضايا ذات أبعاد إجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو غير ذلك تأخذ طابعا مشتركا من الجماهير سواء بالإتفاق حولها أو الإختلاف أيضا، وهذا مانصطلح عليه بالرأي العام، هذا الأخير الذي تختلف مسبباته وتختلف الركائز التي يبني عليها.

واليوم تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي واحدة من أهم المحددات المؤثرة وبشدة في تكوين الرأي العام، سواء بسبب عدد المستخدمين الهائل لها والذي يغطي معظم سكان الكوكب كمنصة الفيسبوك التي تحصى أكثر من ملياري مستخدم أو منصات ناشئة جديدة كالتيك توك والتي تعرف نمواً سريعاً جداً.

إن تواجد كل هؤلاء الأفراد في مكان واحد مع ما يوجد من تبادل لوجهات النظر وتركز الرأي عند فئة كبيرة ومحدودة في آن واحد يطلق عليهم إسم المؤثرين، أو صفحات كبيرة تتبنى اتجاهها واضحاً، يجعل من إمكانية التأثير على الرأي العام واردة جداً وأكيدة أيضاً، خاصة في القضايا التي تأخذ أبعاداً عاطفية وتحرك الجماهير، ولا أكثر من الرياضة كأحد أهم محركات الشعوب، الرياضة هي دائماً امتداد للسياسة ولكن بطرق أخرى، مما يجعل معظم الأحكام تستند على العاطفة قبل العقل، ويجعل إمكانية التأثير في الجماهير نقطة أساسية تؤدي في الأغلب إلى تبني وجهات نظر خاصة حولها، سواء قاد هذا الرأي المؤثرون أو الصفحات ذات الصفة الشعبية والتي تعتمد على الخطاب النفسي الإيجابي أو السلبي مما يدفع دائماً نحو الشحن العاطفي للمتابعين، ويشكل دائماً صورة ذهنية حول لاعب أو لاعبين أو فرق رياضية.

ومن المعلوم أن الصورة الذهنية تبني عن طريق مجموعة كبيرة من الآراء والصور ومقاطع الفيديو ذات محتويات مختلفة، في صورة عقلية تستقر في ذهن الفرد وتتسم بالمرونة والتفاعل في المواضيع. ولا تنأى الرياضة عن فرض وجودها في مواقع التواصل الإجتماعي من خلال صفحات

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تعنى بمنح الجمهور المستخدم معلومات تساهم في تشكيل صورة ذهنية محددة حول هذه المواضيع الرياضية.

استنادًا إلى هذا الطرح يتبلور الإشكال الجوهرى لهاته الدراسة والتي تم صياغتها على النحو التالي : ماهي الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الإجتماعي ؟

ولحصر الموضوع في جوانب متعددة نطرح التساؤلات الفرعية التالية :

1 - ماهي محدّدات الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر؟

2 - كيف تتفاعل الصفحات الرياضية مع الأحداث الكروية في الجزائر؟

3 - ماهي صورة الرياضة الجزائرية لدى متابعي الصفحات الرياضية الجزائرية ؟

2 - أسباب اختيار الموضوع :

تعتبر عملية اختيار موضوع الدراسة أو البحث هي أول خطوة يخطوها الباحث حيث يبرز الموضوع الذي أثار اهتمامه، وسبب اختيارنا لهذه الدراسة يرجع إلى أسباب موضوعية

- الأسباب الموضوعية :

- موضوع الدراسة جد مهم وحيوي وقابل للدراسة والبحث
- التوجه العام للأفراد نحو الإطلاع على الأخبار الرياضية والتفاعل معها
- الدور الذي تلعبه الصفحات الرياضية في التأثير على مستخدميها.

3 - أهمية الدراسة :

- ✓ تساعد الصفحات الرياضية الجزائرية أفراد المجتمع البقاء على إطلاع على آخر التطورات في عالم الرياضة من خلال ماتوفره من أخبار وتحليلات وتعليقات وتقارير
- ✓ توفر لأفراد المجتمع مجموعة متنوعة من المحتوى مثل الصور، مقاطع الفيديو... إلخ وهذا قصد مساعدتهم في توسيع معرفتهم الرياضية وفهم الأحداث الحالية وتطورها

✓ تساعد الصفحات الرياضية الجزائرية الأفراد على متابعة فرقهم المفضلة وللاعبينهم، من خلال تقديم تحديثات حول أخبار الفريق والتشكيلة والنتائج والتفاعل مع المشجعين الآخرين.

4 – أهداف الدراسة :

ترتبط أهداف الدراسة وأبعادها ارتباطاً مباشراً بمشكلة الدراسة وفروضها، فما تم صياغته في تساؤلات المشكلة وفروضها يتم تحويله إلى أهداف مصاغة بشكل دقيق، ويمكن قياسها وتحققها، وفي حدود القيود الزمانية والمكانية وقيود المجتمع والعينات المتعلقة بالدراسة،¹ وتمثل هذه الأهداف في فيما يلي :

- الكشف عن الإضافة التي تقدمها الصفحات الرياضية لإثراء الرياضة في الجزائر
- معرفة الدور الذي تؤديه الصفحات الرياضية في تكوين الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر
- معرفة تفاعل الصفحات الرياضية مع الأحداث الكروية في الجزائر
- تزويد القارئ بمادة علمية بسيطة قد تساعده في ميدان البحث.

5 – ضبط المصطلحات والمفاهيم :

من المهم توضيح المقصود بالمصطلحات المستعملة بالبحث حتى لا يساء فهمها أو تفهم بدلالة غير الدلالة الواردة في هذه الدراسة، وكثيراً ما تتعدى المعاني المستخدمة في هذه الدراسة، وقد يتم تحديد هذه المعاني بطريقة إجرائية (operational) أي بدلالة الإجراءات والبيانات والأدوات الخاصة بهذا الدراسة ويساعد تعريف المصطلحات في وضع إطار مرجعي ليستخدمه الباحث في التعامل مع المشكلة الخاصة بالبحث.² ومن المصطلحات الأساسية لهذه الدراسة سنعرض مايلي:

¹ - محمد سرحان على المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء، 2019، ص102.
² - رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة ناشرون ومزعون، عمان، الأردن، 2008، ص 50.

الصورة الذهنية : من خلال موضوع دراستنا يمكن تعريفها على أنها الصورة أو الفكرة التي تتشكل في ذهن مستخدمي الصفحات الرياضية عند الحديث عن الرياضة ومختلف جوانبها سواء بالإيجاب أو السلب وتشمل الصورة الذهنية لكرة القدم العديد من العناصر المختلفة (الأحداث الكروية، اللاعبين، الملاعب، الجماهير وروح المنافسة والحماس الذي يحيط بهذه الرياضة).

كرة القدم : من خلال موضوع دراستنا يمكن تعريفها على أنها رياضة تمارس بشكل جماعي في إطار الهيئة الكروية المعروفة ب FAF* تتكون من فريقين يحاول كل منهما تسجيل الأهداف في مرمى الآخر، تتألف فرق كرة القدم من 11 لاعبا، وتتميز هذه الرياضة بشدة المنافسة وسرعتها وتعدد الحركات الفنية التي يمكن للاعبين تنفيذها لتسجيل الأهداف أو إيقاف هجمات الفريق الخصم وتعتبر من الرياضات الأكثر شعبية ومشاهدة في الجزائر كونها تشمل المشاعر المختلطة بين الحماس والفرح والحزن والخيبة، وهذا يعكس قدرتها على إثارة المشاعر وترك أثر في الذاكرة .

مواقع التواصل الإجتماعي : من خلال موضوع دراستنا يمكن تعريفها على أنها منصات رقمية موجودة في الفضاء الافتراضي تسمح للمستخدمين بالتواصل مع بعضهم البعض عبر شبكة الأنترنت مثل (المدونات، المنتديات، الفيسبوك، اليوتيوب، الأنستغرام و التيك توك) والتي يعتمدون عليها في الحصول المعلومات والأخبار الرياضية التي تخص (كرة القدم) ونقصد بمواقع التواصل الإجتماعي في دراستنا هذه منصة الفيسبوك.

الصفحات الرياضية المتخصصة في الفيسبوك : من خلال موضوع دراستنا يمكن تعريفها على أنها صفحات فيسبوكية تابعة لهيئات رسمية أو مؤسسات إعلامية أو صفحات غير رسمية تابعة لأشخاص عاديين والتي تهتم وتختص في الجانب الرياضي وتنشر مضامين عن الأنشطة الرياضية والصور والفيديوهات والأخبار التي تخص كرة القدم ولاعبها ومشاهيرها وطنياً ودولياً ويمكن لأي شخص أن يصبح متابعاً لها، ومن خلال ذلك يتمكن من الحصول على المحتوى الذي يتم نشره في الصفحة والتفاعل معه بما في ذلك التعليقات والإعجاب والمشاركات، من بين هاته الصفحات نجد : DZAI R SPORT ، TV FOOT DZ ، ELFANAK DZ ، ELKHADRA .

*الاتحادية الجزائرية لكرة القدم المعروفة بالفاف هي اللجنة المشرفة على كرة القدم في الجزائر. La Fédération algérienne de football.

ثانياً الإجراءات المنهجية للدراسة

1 - مجالات وحدود الدراسة :

أ - المجال المكاني : أجرينا دراستنا الميدانية في مواقع التواصل الإجتماعي وعلى مستخدمي منصة الفيسبوك تحديداً باستخدام أداة تم نشرها إلكترونياً.

ب - المجال الزمني : ويقصد به المدة التي استغرقتها دراستنا، هذه الأخيرة أنجزت في الموسم الجامعي 2023/2022 من خلال عدة مراحل :

مرحلة اختيار الموضوع : بداية من 01 أكتوبر إلى غاية 06 أكتوبر 2022

الجانب النظري : بداية شهر نوفمبر إلى نهاية شهر مارس 2023

الجانب التطبيقي : توزيع إستمارة الإستبيان في الفترة الممتدة من 29 أبريل إلى غاية 09 ماي 2023

ج - المجال البشري : يشمل المستخدمين والمتابعين للصفحات الرياضية موضوع الدراسة، المهتمين بالمجال الرياضي مهما اختلفت بياناتهم السوسيوديموغرافية.

2 - منهج الدراسة :

يعتبر المنهج هو الوسيلة والطريقة التي تستخدم للوصول إلى الحقيقة، ويسلكها العقل البشري للإقتراب من الحقائق والوصول إليها،¹ فهو فن تنظيم الأفكار للكشف عن حقيقة مجهولة أو لإثبات حقيقة معروفة.²

وقد تمّ الإعتماد في هاته الدراسة التي تسعى إلى معرفة "الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الإجتماعي"، على المنهج الوصفي المعتمد على التحليل، الذي يهدف إلى وصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً وحقيقياً؛ لإستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع

¹ - عبد الرحمان سيد سلمان، منهج البحث العلمي، ط1، كلية التربية، جامعة عين شمس، 2014، ص21.

² - سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2019، ص35.

محل البحث.¹ فمفهوم المنهج الوصفي يرتبط بتوضيح واقع الحوادث والأشياء عادة، ولا يتوقف توضيح أو وصف الواقع على تقرير حقائقه الحاضرة كما هي، بل يتناولها بالتحليل والتفسير لغرض اختيار الإستنتاجات المفيدة لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو إستكماله أو إستحداث معرفة جديدة به.² بغية الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها لاحقاً على بقية مجتمع الدراسة.

3 – أدوات جمع البيانات :

تعتبر وسائل جمع المعلومات مرحلة مهمة جداً في عملية البحث العلمي وتتعدد هذه الوسائل حسب الغرض الذي يستعمل كل نوع منها، وقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو الإجابة عن أسئلتها أو لفحص فرضيتها.³ وتم الإعتماد في هاته الدراسة على الوسائل التي من شأنها توصلنا إلى البيانات المستهدفة بأكثر دقة ومصداقية وهي كالآتي :

1 – الملاحظة البسيطة : تعد الملاحظة من أقدم طرق جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة ما كما أنها الخطوة الأولى في البحث العلمي وأهم خطواته.⁴ وتعني الملاحظة بمعناها البسيط : قيام الباحث بمراقبة الجماعة عن كثب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به هذه الجماعة : موضوع الملاحظة، فهي لا تتضمن أكثر من النظر والإستماع ومتابعة موقف إجتماعي معين دون مشاركة فعلية فيه.⁵ فهي تعني مراقبة مجتمع الدراسة وتسجيل الملاحظات، ولا يتم إخضاعها للضبط العلمي. تم استخدام الملاحظة البسيطة في مراقبة تفاعل المستخدمين مع مواقع التواصل الاجتماعي، من حيث ردود الفعل، التفاعل مع المنشورات، عدد مرات إعادة المشاركة، وحتى قراءة التعليقات لتكوين صورة عامة بالإيجاب أو السلب نحو قضايا كروية معينة أو نحو أداء المنتخب الوطني أو أي فريق رياضي يمثل الجزائر بصفة عامة.

¹ - سعد سلمان المشهداني، المرجع نفسه، ص66.

² - محمد زياد حمدان، البحث العلمي كنظام، د ط، دار التربية الحديثة، عمان، الأردن، 1989، ص 66 .

³ - حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي، ط2، 2018، ص 125.

⁴ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي-أساسياته النظرية وممارسته العلمية-، ط1، دار الفكر، دمشق، 2000، ص 318.

⁵ - عمار بخوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2007،

ص 82.

2 – الإستبيان :

يُعد الإستبيان مجموعة من الأسئلة والإسفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.¹

وتعرف إستمارة الإستبيان على أنّها أداة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين أو ظاهرة محددة، وذلك في ضوء مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين الذين توجه لهم إستمارة الإستبيان الإجابة عليها²، فهي وسيلة للدخول في إتصال بالمخبرين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدًا واحدًا وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد، انطلاقًا من الأجوبة المتحصل عليها.³ وفي هذه الدراسة تم الإعتماد على الإستمارة الإلكترونية التي صممت باستخدام خدمة غوغل (google drive) وتم تعبئتها بتقنيات الوسائل الحديثة وإرسالها للمبحوثين عن طريق التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أساسًا، سواء من حيث المشاركة على صفحات رياضية متخصصة، أو مجموعات رياضية متخصصة أيضًا، أو عن طريق تطبيق المسنجر لمن شملتهم عينة الدراسة.

مزايا الإستمارة الإلكترونية :

- ✓ الوصول السهل إلى الإستمارة وتعبئتها في أي وقت وأي مكان
- ✓ توفير الكثير من الوقت والجهد في جمع البيانات فهي تلغي التنقل الجسدي والتعامل مع العديد من المشاركين بشكل فردي
- ✓ تتميز بالمرونة فيمكن للمستخدمين تعديلها بسهولة وتحديثها في أي وقت
- ✓ تعتبر أكثر فعالية وتوفيراً للتكاليف وذلك لتوزيعها عبر الأنترنت.

وبهذا تضمنت الإستمارة النهائية لدراستنا بعد إجراء التعديلات عليها بناءً على رأي المشرف والموافقة النهائية عليها، (23) سؤال موزع على (04) محاور أساسية كالآتي :

¹ - محمد سرحان على المحمودي، المرجع سبق ذكره، ص35.

² - سعد سلمان المشهداني، المرجع سبق ذكره، ص 170.

³ - موديس أنجرس، *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية*، ت : بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دارالقصبة للنشر، الجزائر، 2006، ص 204.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1 - محور البيانات السوسيوديمغرافية : يتمحور على البيانات الأولية الخاصة بالعينة (الجنس، السن)

2 - المحور الأول : يتمحور حول عادات وأنماط استخدام الأفراد لمواقع التواصل الإجتماعي (الأسئلة 3 - 9)

3 - المحور الثاني : يتمحور حول كرة القدم في الجزائر (الأسئلة 10 - 17)

4 - المحور الثالث : يتمحور حول الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر (الأسئلة 18 - 23)

4 - مجتمع البحث وعينة الدراسة

1 - تحديد مجتمع الدراسة الأصلي :

مجتمع الدراسة هو كل العناصر المراد دراستها، إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه إسم العينة، والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة¹، و مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو: "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات."² كما يقصد به جميع الأفراد أو المفردات الذين لهم خصائص مشتركة والتي يجرى عليها الباحث دراسته. فدراستنا تشتمل على مجتمع بحث يتمثل في مستخدمي منصة الفيسبوك الذين يتابعون الصفحات الرياضية.

2 - تحديد عينة الدراسة :

هي مجموعة من الوحدات المستخرجة من مجتمع بحثي واحد، والتي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث أن يدرسها³، ويتم اختيارها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً تُؤخذ منه وتطبق عليها الدراسة للحصول على معلومات صادقة بهدف الوصول إلى تقديرات تمثل المجتمع الذي سحبت منه وإنها الأجزاء التي تستخدم في الحكم على الكل.⁴ وهي جزء من الكل؛ أي مجموعة جزئية من مجتمع البحث الأصلي التي تكون له خصائص مشتركة يمكن من خلالها الإجابة عن تساؤلات الدراسة أو إختبار الفرضيات، وتتنوع العينات حسب موضوع الدراسة، لذا قمنا بإختيار عينة (كرة الثلج): وتستخدم عندما لا يكون هناك إطار للعينة، فيقوم الباحث بالتعرف على فرد ممن تنطبق عليه معايير الدراسة وبعد إجراء الدراسة معه واطمئنانه للأمر يطلب منه الباحث مساعدته في الوصول لأفراد من جماعته يحملون نفس الخواص⁵، وهي من العينات غير

¹ - منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 160.

² - موريس أنجريس، المرجع السابق، ص 298.

³ - سعد الحاج بن جخل، العينة والمعاينة؛ مقدمة منهجية قصيرة جدا، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2019، ص 13.

⁴ - علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، ط1، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2008، ص 184.

⁵ - راوية بنت أحمد القحطاني، النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد العشرون، جامعة الفيوم، ص 446.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإحتمالية يتم فيها التوجه إلى مفردات محدّدة يختارها الباحث ضمن عينته وعن طريقهم يتم الوصول إلى مفردات أخرى وهكذا دواليك إلى أن وصلنا إلى الحد المطلوب.

3 - حجم العينة :

ونظرا لضيق الوقت والصعوبة في الوصول إلى جميع مفردات العينة المطلوبة، تكونت عينة الدراسة من 196 مستخدما لمواقع التواصل الإجتماعي وتم توزيع إستمارة الإستبيان عبر منصة الفيسبوك في الفترة الزمنية الممتدة من 29 فيفري إلى غاية 09 ماي 2023

5 - الدّراسات السابقة :

تعتبر الدّراسات السابقة نقطة انطلاق في بحث جديد، تكون ذات علاقة بمجال البحث الذي نقوم بدراسته، قد تكون تدرس نفس المتغيرات في فترة زمنية سابقة أو تدرس أحد المتغيرات وهي خطوة أساسية لمساعدة الباحث في البناء المفاهيمي والمنهجي للدراسة وتذليل الصعوبات حوله ومن خلال الإطلاع على المواضيع السابقة تم التطرق لبعض الدراسات التي تعالج الموضوع وتشابهه وهي كالاتى :

❖ الدراسة الأولى :

دراسة بعنوان : "دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية الإذاعية بالمسيلة من وجهة نظر طلبة الإعلام والاتصال الرياضي" قدمها د.بن البار وآخرون في إطار إعداد مقال علمي جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي سنة 2019

تتلخص إشكالية الدراسة في : معرفة دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية المسموعة بما أنها وسيلة هامة في طرح الآراء وتبادلها وتتيح فرصة كبيرة لربط الأصدقاء والزملاء وتعرف بالأشخاص ومختلف مشاريعهم وكذا الإستفادة الكبيرة منها من خلال توافرها على معلومات هامة حيث أصبحت تشكل مصدرا في إستقاء المعلومات، وعليه فالسؤال العام يتمحور حول : هل لمواقع التواصل الإجتماعي دور في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية المسموعة ؟

التساؤلات الفرعية :

1 - هل يعتمد مذيعي البرامج المسموعة على مواقع التواصل الاجتماعي مع جمهورهم ؟

2 - هل الآراء المرتدة لجمهور المواقع التفاعلية تساهم في تطوير البرامج الإذاعية المسموعة ؟

منهج الدراسة : قام الباحث بالإعتماد على المنهج الوصفي للوصول إلى النتائج

عينة الدراسة : إعتمد على العينة العشوائية تمثل في 40 طالب من مجموع 211 طالب بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية بجامعة المسيلة

أدوات الدراسة : إعتمد الباحث على الإستمارة الإستبائية التي استعملها من أجل الوصول إلى الحقيقة ، موجه إلى الطلبة

أهم نتائج الدراسة : أن أغلبية الطلبة لديهم علم بأسماء معدي البرامج الرياضية وكذلك لديهم حساباتهم على الفيسبوك وذلك لأهمية هذا المواقع لدى جمهور الرياضة، إضافة إلى أن هناك تفاعلا وتوصلا قويا بينهم وهذا ما يؤكد أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في تفاعلية معدي البرامج الرياضية مع الجمهور، حتى إلى درجة مشاركة الجمهور مع معدي البرامج الرياضية في الأفكار ويقابل ذلك الرقي والإزدهار والنمو.

وأن معظم المبحوثين يتطلعون على البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، إضافة إلى حرصهم على المشاركة في البرامج الرياضية عبر هذه المواقع في أي مكان كانوا وهذا ما يوضح أهمية ودور مواقع شبكات التواصل لدى المبحوثين وخاصة جمهور البرامج الرياضية، وفي المقابل تلقوا اهتماما من قبل مقدم البرامج هذا يتفاعله الآتى، مما يزيد من قيمة البرامج.

أوجه التشابه : تتشابه هاته الدراسة مع دراستنا الحالية من خلال متغير مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا المنهج المعتمد

أوجه الاختلاف : تختلف هاته الدراسة مع دراستنا في متغير الصورة الذهنية للرياضة بينما هذه الدراسة تدرس تفاعل الجمهور الرياضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ومن حيث الفترة

الزمنية أجريت الدراسة في سنة 2019 بينما الدراسة الحالية أجريت في الفترة الممتدة بين 2023/2022، ومن حيث نوع العينة وحجم العينة فعينة الدراسة الحالية تقدر بـ 196 مفردة بينما عينة هذه الدراسة تمثل 40 طالب، بالإضافة إلى طبيعة المبحوثين هذه الدراسة أجريت على طلاب بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية بجامعة المسيلة أما دراستنا متمثلة في مستخدمي الصفحات الرياضية المتخصصة.

❖ الدراسة الثانية :

دراسة بعنوان : "الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الإجتماعي بين الواقع والمأمول"
قدمها عبد الرزاق

سعيد في إطار إعداد ملتقى دولي (8) كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3

تتلخص إشكالية الدراسة في : إبراز واقع الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الإجتماعي ومستقبل الصفحات الرياضية على هذا الموقع في تكريس إعلام رياضي يواكب التطورات التكنولوجية، والتعرف على دوره في تكوين وعي رياضي لدى المتابعين وعليه فالسؤال الرئيسي هو: معرفة دور صفحة Gym Algérie في تكوين وعي رياضي لدى المتابعين وحثهم على المشاركة بفعالية في الأنشطة الرياضية وكذا معرفة مستقبلها في تكريس إعلام رياضي يواكب التطورات التكنولوجية

الساؤلات الفرعية :

1 – ما دور الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تكوين وعي رياضي لدى المتابعين ؟

2 – ما دور صفحة Gym Algérie على موقع فيسبوك في تكوين اتجاهات إيجابية حول الأنشطة الرياضية ؟

منهج الدراسة : إعتد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تطرق بالوصف والتحليل لأراء متابعي الصفحة.

عينة الدراسة : الإعتداد على العينة القصدية، حيث شملت العينة 142 متابعا قام بإدلاء رأيه حول الصفحة في فترة بين 15 جوان 2017 – 15 سبتمبر 2017 من جملة 8703 رأي

أدوات جمع البيانات : استخدم الباحث أداة الملاحظة حيث تابع الصفحة وماتحويه من مادة ومضامين ومختلف الآراء

أهم نتائج الدراسة :

- يقر المتابعون بنسبة 60.56 % بالدور الكبير للصفحة في تكوين وعي رياضي وذلك من خلال الإشادة الكبيرة بالصفحة ومدحها ومشرفيها، وكذا من خلال التصريح بالإستفادة الكبيرة من هذه الصفحة بنسبة 19.71 %

- إن للإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الإجتماعي دور كبير في تكوين وعي رياضي لدى المتابعين

- يلعب الإعلام الرياضي بمختلف وسائله في تكوين وتعميق الوعي لدى الجمهور

- إن لصفحة Gym Algérie على موقع فيسبوك دور كبير في تكوين اتجاهات إيجابية حول رياضة كمال الأجسام والرياضة بشكل عام وبالتالي النتائج تؤكد صحة الفرصيات

أوجه التشابه : تتشابه هاته الدراسة بدراستنا الحالية من خلال متغير مواقع التواصل الإجتماعي وكذا معرفة الدور الذي تقدمه في تكوين إتجاهات حول الصفحات الرياضية وتتشابه أيضا مع المنهج المعتمد - الوصفي التحليلي -

أوجه الإختلاف : تختلف دراستنا مع هاته الدراسة في متغير الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر حيث تهدف دراستنا إلى معرفة الصورة الذهنية للرياضة من خلال مواقع التواصل الإجتماعي أما هذه الدراسة تهدف إلى معرفة دور الإعلام الرياضي في تكوين وعي لدى متابعين الصفحات الرياضية ونوع عينة الدراسة فهذه الدراسة اعتمدت العينة القصدية أما دراستنا الحالية فاعتمدت عينة كرة الثلج واختلفت أيضا في حجم العينة.

❖ الدراسة الثالثة :

دراسة بعنوان : " دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى

الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين" قدمتها رنا مروان العيسي في إطار

إعداد رسالة الماجستير في الإعلام قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط،

حزيران 2020

تتلخص إشكالية الدراسة في : أن هناك مفاهيم خاطئة ومغالطات لدى الشباب في فهم الرياضة بشكل صحيح أهمها أن الرياضة هي مجرد تمارين لشد ونحت الجسم وهناك خالف حول لعب الحديد للإناث وأن هناك أشخاص تقوم بتمارين رياضية بناء على نصيحة وتجربة شخص آخر والتي ممكن أن تؤدي إلى الإصابات. ومن هنا جاء دور المدربين في تغيير الأفكار الخاطئة وذلك باستخدام أهم منتجات عصر التكنولوجيا والسرعة، وهي مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة باعتبارها وسيلة أساسية في توعية المجتمع وخاصة فئة الشباب بأهمية الرياضة في حياتنا، مروراً بتقنيات لعب التمارين من حيث الأوزان أو أجهزة الحديد أو عدد تكرارات التمرين، إضافة إلى أنها يجب أن تكون أسلوب حياة وليس مجرد تمارين نؤديها. وعليه فالسؤال الرئيسي هو : إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين ؟

التساؤلات الفرعية :

- 1 – ماهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني ؟
- 2 – ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المدربون الرياضيون في التثقيف الرياضي لدى الشباب الأردني ؟
- 3 – كيف يوظف المدربون الرياضيون لمواقع التواصل في التوعية الرياضية للشباب الأردني ؟
- 4 – ما مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني ؟

فرضية الدراسة : عدم وجود فروق دالة إحصائية في استجابات المدربين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني تعزى إلى المتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي وسنوات الخبرة)

منهج الدراسة : اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

عينة الدراسة : استخدمت الباحثة العينة العشوائية البسيطة

أدوات جمع البيانات : استخدمت الباحثة أداة الإستبانة التي تم توزيعها إلكترونيا على عينة الدراسة، وتم استخراج النتائج باستخدام الرزمة الإحصائية (spss)

أهم نتائج الدراسة : أن مواقع التواصل الإجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، وأن الفيسبوك والانستغرام واليوتيوب هم أكثر المواقع استخداما من قبل المدربين الرياضيين حيث يشجعوا الشباب الأردني على ممارسة الرياضة عبر هذه المواقع وتغيير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول بعض التمارين الرياضية وتوضيح طرق اللعب الصحيحة للتمارين داخل النادي الرياضي. كما اكتسب الشباب بدرجة متوسطة وعيا جيدا بأهمية الرياضة في حياتنا والمعرفة الجيدة لطريقة اللعب في النادي الرياضي.

أوجه التشابه : تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من خلال متغير مواقع التواصل الإجتماعي والمنهج المعتمد وكذا أداة جمع البيانات (إستمارة إلكترونية)

أوجه الإختلاف : تختلف دراستنا مع هذه الدراسة من خلال عينة الدراسة فاستخدمت الباحثة العينة العشوائية البسيطة أما دراستنا اعتمدنا على عينة كرة الثلج ومن حيث المكان الجغرافي أجريت هذه الدراسة خارج بلد الجزائر أما دراستنا الحالية في الجزائر.



الفصل الثاني

الفصل الثاني

تمهيد الفصل

أولاً : مواقع التواصل الإجتماعي

- 1- تعريف مواقع التواصل الإجتماعي
- 2- نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
- 3- أنواع مواقع التواصل الإجتماعي
- 4- خصائص مواقع التواصل الإجتماعي
- 5- استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي
- 6- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي

ثانياً : موقع فيسبوك

- 1- تعريف الفيسبوك
- 2- نشأة الفيسبوك
- 3- خصائص الفيسبوك
- 4- موقع الفيسبوك ضمن المنصات الأخرى
- 5- إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

خاتمة الفصل

تمهيد الفصل :

لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والإتصال خاصة مع إنتشار الأنترنت، حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يعيشون في عالم سيبراني محض. سرعان ما أصبحت إفرازاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني لسكان العالم. ولعلّ من أهم مخرجات هذا العالم الذي لا يكاد يستقر على حال واحد، أصبح ما يعرف بمواقع التواصل الإجتماعي الذي يشترك عبرها ملايين الأشخاص كل حسب ميولاته وإهتماماته.

وعلى الرغم من تنوع المنصات الإجتماعية إلا أنّ الفيسبوك من أكثر المنصات شهرة وشعبية في العالم فقد أصبح حالياً من متطلبات العصر. وهذا ما سنتناوله من خلال هذا الفصل الذي يتضمن جزئين الأول حول مواقع التواصل الإجتماعي والثاني حول موقع فيسبوك.

أولاً : مواقع التواصل الإجتماعي

1 – مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي :

تنوعت تعاريف مواقع التواصل الإجتماعي من باحث إلى آخر وهنا سوف نتطرق لبعضها :

❖ **التواصل : أ – لغة :** بالرجوع إلى مادة وصل، فإن الواو والصاد واللام : أصلٌ واحد يدلُّ

على ضمِّ شيءٍ حتَّى يعلِّقه.¹

ب – إصطلاحاً : هو استمرار العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة المشاركين فيها.²

❖ **الإجتماعي : أ - لغة :** بالنظر في مادة جمع نجد أن "الجيم والميم والعين أصلٌ واحد، يدلُّ

على تَضَامِ الشَّيْءِ. يقال جَمَعْتُ الشَّيْءَ جَمْعاً. والجُمَاعُ الأَشَابُهُ من قبائلِ شَتَّى.³

ب – إصطلاحاً : "والإجتماع عبارة عن نسيج مكون صلات إجتماعية؛ تلك الصلات التي يحددها

الإدراك المتبادل بين الجانبين." ⁴

❖ **مواقع التواصل الإجتماعي :** هي مواقع تتشكل من خلال الأنترنت، تسمح للأفراد بتقديم

لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للإتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة

نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الإتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع

لآخر.⁵

¹ - أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، معجم مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون، ج 6، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 395 هـ، ص 115.

² - ماجد رجب العبد سكر، التواصل الإجتماعي : أنواعه - ضوابطه - آثاره - ومعوقاته "دراسة قرآنية موضوعية"، دراسة مكتملة للحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011، ص 08 .

³ - أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، معجم مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون ج 1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 395 هـ، ص 479.

⁴ - ماجد رجب العبد سكر، المرجع نفسه، ص 09.

⁵ - إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الإجتماعي، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 22.

وفي تعريف آخر: باللغة الإنجليزية يطلق عليها (Social Media) ، وهو المصطلح المتعارف عليه كما نجد مصطلح (Social Net-work) أي الترابط الشبكي الإجتماعي.¹

وبناء عليه ومما سبق يمكننا أن نعتبر مواقع التواصل الإجتماعي تقنية تسهل نقل وتبادل المعلومات والأفكار من خلال التواصل بين المجتمعات السيبرانية، تعتمد بشكل رسمي على وجود الأنترنت، تتيح لمستخدميها إنشاء ملفات شخصية ونشر المحتوى، بما في ذلك النصوص والصور والفيديوهات والملفات الصوتية، وتمكنهم أيضا من التفاعل مع محتوى الآخرين عن طريق الإعجاب والتعليقات والمشاركة.

2 - نشأة مواقع التواصل الإجتماعي :

مرت نشأة مواقع التواصل الإجتماعي بعدة مراحل نذكرها :

المرحلة الأولى : بدأت مجموعة من المواقع الإجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل "كلاس ميتس" عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع "دجريزس" عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته يطلق عليها (الدرجات الست للإنفصال) وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهرت أيضا عدة مواقع أخرى مثل { لايف جورنال } وموقع { كايوورلد } الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكانت أبرز مراكزه عليه هاته المواقع خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.²

المرحلة الثانية : خلال هذه المرحلة بدأت مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة و الوسائط المتعددة وغيرها) حيث تبلورت برمجيات جديدة اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، التي ارتبطت بشكل أساسي على تطوير خدمة شبكة الأنترنت، فهي مرحلة إكتمال الشبكات الإجتماعية.ويمكن تأريخ

¹ - محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي. مواقع التواصل الإجتماعي والحراك الشعبي (الإعتماد المتبادل). ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2020، ص 55.

² - لجيب بن عربية، صلاح الدين صوالحي، دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي، مجلة الميدان للعلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 03، جامعة تلمسان، 2021، ص 144.

هذه المرحلة انطلاقا من موقع "ماي سبيس" الأمريكي المشهور¹ ثم موقع فيسبوك سنة 2004 الذي يُعد أكثر شهرة في الوقت الحالي، بعد ذلك توالى مواقع التواصل الإجتماعي وتشبعت أدواتها مثل : اليوتيوب، التويتر، الفيسبوك، واتساب، التلغرام، انستغرام، السناب شات، وصولاً إلى التيك توك.

3- أنواع مواقع التواصل الإجتماعي :

حفز النمو الهائل في نظام الحوسبة انتشاراً للمواقع الرقمية، وكل يوم تزيد بشكل أكبر، فمن بينها مايلي² :

- 1- مواقع التواصل الإلكترونية : وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل : الفيسبوك ، انستغرام
- 2- المدونات الإلكترونية "BLOGS" : وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد والجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع
- 3- البودكاست "PODCASTS" : أو مواقع البث الإلكتروني، وهي التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني و الأفلام للمشتركين في هذه المواقع أو برامج التنزيل، مثل : موقع Apple iTunes
- 4- المنتديات الإلكترونية "Forums" : وهي مواقع توفر مناطق أو فسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة
- 5- المايكرو بلوجز "Micro Blogging" : هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الإجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة، سهولة نشر أخبارك وتوفير قناة إعلامية خاصة بك مثل : موقع تويتر
- 6- الويكي "Wikis" : وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام مثل : موقع ويكيبيديا.

¹ - أحمد قاسي، سليم جدي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، برلين، ألمانيا، 2019، ص 19.

² - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعاده التقنية الاجتماعية. الاقتصادية. الدينية. والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفساء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 25 26.

4 - خصائص مواقع التواصل الإجتماعي :

يوجد العديد من الخصائص الأساسية التي تميز مواقع التواصل الإجتماعي عن غيرها من المواقع وهي كالآتي :

- ✓ المشاركة : فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل، التعليقات، من أي مهتم وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين
- ✓ الإنفتاح : عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادراً ما يوجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والإستفادة منه لأن حمايته بكلمة مرور أو رمز حماية غير موجود نهائياً
- ✓ المحادثة : تعتمد شبكات التواصل الإجتماعي على المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد على مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد إلى جميع المتلقين¹
- ✓ سهولة الاستخدام : فالشبكات الإجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين
- ✓ اقتصادية في الوقت والجهد والمال : في ظل مجانية الإشتراك والتسجيل ، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الإجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب المال أو جماعة دون أخرى
- ✓ التفاعلية : فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.²

¹ - نهاد فتحي سليمان حجازي، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية: ط1، دراسة مسحية على الشباب المصري، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022، ص 71، 72.

² - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 67.

5 - استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي :

تعددت أنواع وسائل التواصل الإجتماعي وتنوعت أذواق الناس في اختيار ما يناسبهم حسب الأنشطة المختلفة. ومن هنا نذكر أهم استخدامات الشبكات الإجتماعية.¹

- **توظيف مواقع التواصل الإجتماعي في مجال التعليم :** وذلك من خلال تطوير بعض المهارات لدى المتعلمين، فعمدت المؤسسات التربوية إلى وضع برامج وأنشطة للطلاب بهدف الإستفادة من هذه الوسائط لإشغال وقت الشباب بما يفيدهم، وهذا ما لاحظناه في جائحة كورونا والدراسة عن بعد.
- **التواصل الإجتماعي والإتصال السياسي :** لقد ساهم الفيسبوك في بناء عالم جديد يقوم على أساس التبادل والتفاعل، إذ أنه يعيد تشكيل العلاقات الإجتماعية أو بالأحرى العلاقة بين رجل السياسة والمواطن، وبالتالي لم يعد يوجد مكان للخطاب السلطوي، بل إننا نتحدث عن فضاء للنقاش والتحاور بين المواطن ورجل السياسة.
- **دور مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي والتحسيس بالقضايا السياسية:** لعبت شبكات التواصل الإجتماعي، منذ اندلاع ما يسمى بالربيع العربي في العالم العربي، دوراً ريادياً في التحركات الشعبية التي قادها أناس عاديون من جيل الشباب، المحرومين من أبسط حقوقهم المدنية، كالحق في العمل وحرية التعبير والحق في التظاهر.
- **مواقع التواصل الإجتماعي والتسويق :** فهي تعتبر وسيلة لتسويق المنتجات أو الخدمات، وتقديم التسهيلات المتاحة للشراء أو بالإنتفاع بطريقة جذابة ومتطورة، مما يدفع المؤسسات للترويج عن منتجاتها.
- **توظيف مواقع التواصل الإجتماعي في المجال السمعي البصري :** عمدت وسائل الإعلام الكلاسيكية إلى توظيف مواقع التواصل الإجتماعي لصالحها، فأغلب القنوات التلفزيونية والإذاعية تمتلك حساباً على مختلف المواقع الإجتماعية كالفيسبوك وانسغرام والتويت.

¹ - نبى بلعيد، تطور استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، 2016، ص ص 12، 13، 14، 15.

إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي :

I. الإيجابيات :

- تتيح خاصية التواصل بين المجتمعات الافتراضية
- الحصول على فرص عمل من خلال مواقع مهنية تهدف إلى ربط الباحثين عن عمل، كما تستخدمه الشركات للحصول موظفين من كل أنحاء العالم
- فتح آفاق جديدة للأفكار الرائدة من خلال إتاحة ميزة التسويق الإلكتروني
- تعزيز الوعي الصحي من خلال صفحات طبية أو فيديوهات أو منشورات تخص الصحة
- التعلم الذاتي من خلال الفيديوهات والمقالات المنشورة
- استقاء الأخبار الآنية والمتنوعة
- فرصة للمستخدمين بعرض مشكلاتهم أو طرح مطالب أو مشاكل للمسؤولين
- تتيح فرصة للموهوبين بعرض مواهبهم والتفاعل معها
- توسيع دائرة العلاقات الإجتماعية
- تسويق المنتجات والخدمات للعديد من الشركات والأفراد
- التعبير عن الآراء بشكل حر وصریح فالكل يخفي وراء قناع إفتراضي أو مايسمى بالشخصية الرقمية (Avatar)
- صناعة المحتويات المختلفة.

II. السلبيات :

- العزلة والإنطواء على الذات
- الإدمان الإلكتروني كاستعمال الشبكات الإجتماعية بطريقة تولد العديد من الصعوبات التي تؤدي إلى الشعور باليأس عند المستخدم، أو الإستخدام المرضي لهاته المواقع الذي يؤدي إلى حالة من الإضطرابات النفسية، الإجتماعية والجسمية
- إضاعة الوقت وهدره نتيجة تأثيرهاته المواقع بشكل سلبي على حياة المستخدمين

الفصل الثاني : مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الفيسبوك

- مواقع التواصل الإجتماعي خاصة تلك التي تركز على الصورة (كالانستغرام) واحدة من بين أكبر مسببات الحسد وعدم الرضا الإجتماعي كنتيجة حتمية للمقارنة ما بين مستوى حياة المستخدم ونموذج حياة الآخرين
- استخدام المواقع غير اللائقة
- التأثير على الأسرة من خلال زعزعة الرابط الأسري من خلال قلة الشغف تجاه أي تواصل إجتماعي وتقليل الفترات الزمنية التي يقضيها الفرد مع أسرته
- تُنصل الأشخاص من هوياتهم الحقيقية إلى هويات إفتراضية مزيفة تعيش في عالم غير حقيقي.

ثانياً : موقع فيسبوك :

تُعد شبكة الفيسبوك من أحدث منتجات تكنولوجيا الإتصالات وأكثرها شعبية وأشهرها استخداماً وهذا لطبيعة التواصل الذي تتيحه والخدمات الكثيرة التي تقدمها.

1 - تعريف موقع فيسبوك : يعرف قاموس الإعلام والإتصال، فيسبوك على أنه : (موقع خاص بالتواصل الإجتماعي أسس عام 2004 من قبل "مارك زوكربيرغ" يتيح نشر الصفحات الخاصة (profiles)) وكانت فكرته إجتماعية بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم ومع الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، ثم اتسع تدريجياً ليشمل كل دول العالم.¹

ويُعرف أيضاً : شبكة تواصل إجتماعية مجانية منتشرة على الأنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء صفحات شخصية أو تحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل.²

بهذا يعتبر الفيسبوك من أهم المواقع الإلكترونية التي تديره شركة (Meta) يتيح ميزة التفاعل والتواصل بين الأفراد والمجتمعات، ويساهم في تعزيز الحوار وتحقيق الأهداف الشخصية والمهنية المختلفة من خلال علاقات إفتراضية تنتهي عند حدود الشاشة.

¹ - عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الإجتماعي نظرة عن قرب، ط1، دار عيدان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020، ص 151.

² - حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، الجيزة، مصر، 2017، ص 24.

2 – نشأة الفيسبوك :

أنشئ هذا الموقع سنة 2004 على يد "مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg" الذي كان طالباً في جامعة هارفارد، كما عضوية الموقع محصورة في بداية الأمر على طلبة "Harvard College" أقدم كليات جامعة "Harvard" وفي مارس 2004 فتح Facebook أبوابه أمام جامعات Columbia – Stanford و Yale وشيئا فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا واليوم أ، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة Apple وشركة Microsoft وفي 26 سبتمبر من سنة 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر.¹

ومع التطورات الهائلة لتكنولوجيا الإتصال التي لامست الفيسبوك في 2022، حيث غير "مارك زوكربيرغ" إسم شركة فيسبوك إلى إسم جديد (Meta) وكشف عن مشاريع لإنشاء ما أسماه ب "ميتافيرس" على شبكة الأنترنت؛ وهو عالم إفتراضي حيث يستطيع الأشخاص اللعب والعمل والتواصل غالباً عبر استعمال السماعات الخاصة بتقنية العالم الإفتراضي.

3 – خصائص الفيسبوك :

للفيسبوك العديد من الاستخدامات والخواص المختلفة التي يمكن للمستخدم أن يستفيد منها، نسرد من هاته الخصائص مايلي :

- ✓ خاصية Pokes نكزة : تتيح إرسال نكزة إفتراضية لإشارة الإنتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به
- ✓ خاصية Photos أو الصور: تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.²
- ✓ خاصية الحلقات : تمكن هذه الخاصية للمستخدمين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع أو قضية ما

¹ - أمينة نبيح، الإتصال الرقمي والإعلام الجديد موقع Facebook نموذجاً، ط1، دار غيدان للنشر والتوزيع، عمان، 2019. ص ص 120، 122، 123.

² - حسين شفيق، مواقع التواصل الإجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دط، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص ص 95، 96.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الفيسبوك

- ✓ خاصية الأحداث الهامة : تتيح هاته الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه، وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.
- ✓ خاصية الإعلان : تمكن للمستخدمين من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب المشترك في شرائه¹
- ✓ خاصية الإشعارات : مصصمة للمستخدمين حيث تعمل على إبقاء هذا الأخير على آخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها
- ✓ خاصية المسنجر: رغم أن المسنجر تطبيق منفصل عن الفيسبوك إلا أنه أساساً مرتبط به، إذ أن الحسابات التي تنشأ على موقع الفيسبوك تكون تلقائياً مرتبطة بالمسنجر إلا إذا إختار المستخدم غير ذلك، كإنشاء حساب على المسنجر دون صفحة على الفيسبوك
- ✓ خاصية القصص : يمكن للمستخدم إضافة قصة دون الحاجة لتنزيلها على الصفحة الشخصية وتختفي القصة بعد مرور 24 ساعة
- ✓ خاصية المجانية : يستطيع الجميع إنشاء حسابات على موقع فيسبوك مجاناً
- ✓ خاصية الحظر: يمكن للمستخدم حظر الأشخاص والصفحات وبالتالي لا يستطيع الشخص المحظور إيجاد صفحتك الشخصية والتواصل معك
- ✓ خاصية حالة النشاط : يمكن للمستخدم إغلاق حالة النشاط ولا يرى أصدقائه أو جهات اتصاله عندما يكون نشطاً ولا يتم إظهار حالة نشاطه.

4 – موقع الفيسبوك ضمن المنصات الأخرى :

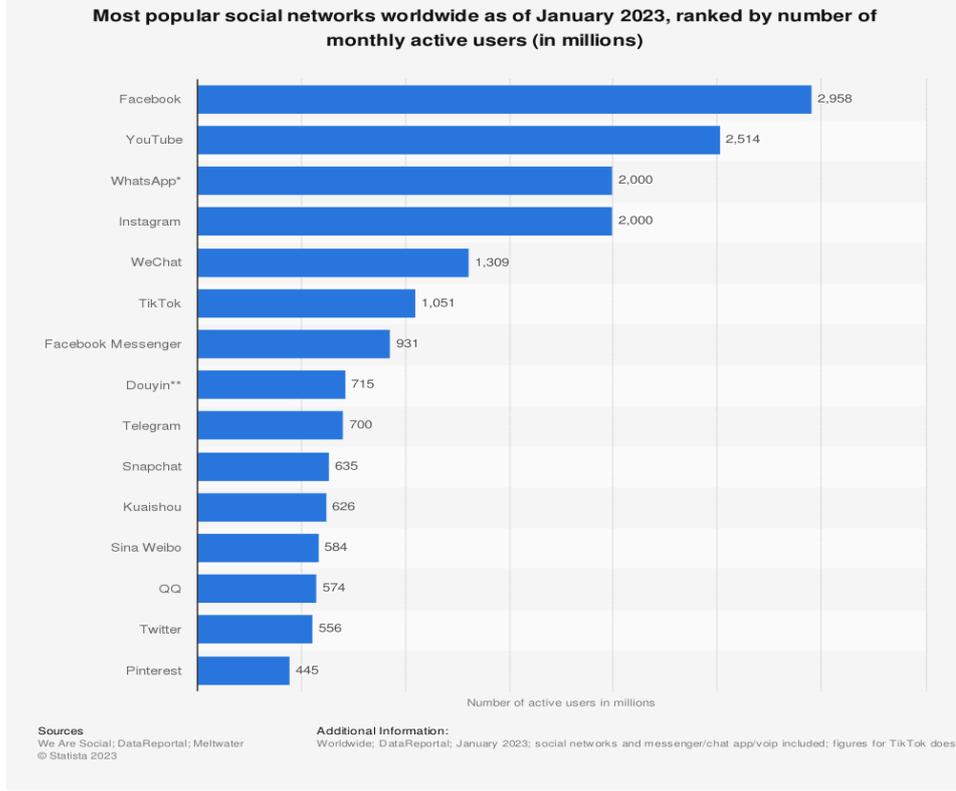
1 – في العالم :

يعتبر الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً ، وهذا ما تظهره الاحصائيات على مدار السنوات الماضية وعلى الرغم من ظهور منصات اخرى تنافسه في الشهرة إلا أنه مزال

¹ - مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوجهات السياسية، ط1، شركة الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 80، 81.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الفيسبوك

متربعا على رأس المنصات. فحسب موقع الاحصائيات العالمي statista لسنة 2023 فإن عدد مستخدمي فيسبوك قد بلغ 2.9 بليون مستخدم نشط شهريا ، وهذا ما يوضحه الشكل (01).¹



الشكل (01): عدد المستخدمين النشطاء شهريا في مواقع التواصل الاجتماعي²

2 – في الجزائر:

تشير البيانات المنشورة في مصادر إعلانات Meta إلى أن فيسبوك كان لديه 20.80 مليون مستخدم في الجزائر في أوائل عام 2023.

يقول التقرير: أجرت Meta تغييرات مهمة على الطريقة التي تصل بها تقارير مواردها الإعلانية إلى الجمهور خلال الأشهر الأخيرة بما في ذلك إجراء مراجعات كبيرة لبيانات جمهورها الأساسي على

¹ S. Dixon , Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, visited on apr19,2023 .

² S,dixon ، المرجع السابق

الفصل الثاني : مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الفيسبوك

Facebook لذلك قد لا تكون هذه الأرقام قابلة للمقارنة بشكل مباشر مع الأرقام المنشورة في التقارير السابقة.

ويضيف: تشير الأرقام المنشورة في أدوات Meta الخاصة إلى أن نسبة وصول منشورات فايسبوك المحتملة في الجزائر انخفض بنسبة 1.7 مليون (7.3 بالمئة) بين عامي 2022 و2023.

تُظهر نفس البيانات أن عدد المستخدمين الذين يمكن للمسوقين الوصول إليهم من خلال الإعلانات على Facebook في الجزائر انخفض بنسبة 1.9 مليون (8.2 بالمئة) بين أكتوبر 2022 وجانفي 2023.

كان وصول إعلانات فيسبوك في الجزائر يعادل 46.0 في المئة من إجمالي السكان في بداية عام 2023 وكان 39.8 في المئة من جمهور إعلانات فيسبوك في الجزائر من الإناث، بينما كان 60.2 في المئة من الذكور.¹

¹ - عبد الرزاق ب، هذا هو عدد مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر عام 2023. [على الخط المباشر]. تمت الزيارة يوم 2023/02/14. متاح على الرابط : <https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D8%B0%D8%A7>

5 - إيجابيات وسلبيات الفيسبوك :

أ - الإيجابيات :

- ✓ التواصل وتكوين جماعات إفتراضية في جميع أنحاء العالم من خلال توفير الوقت والجهد والمال، عبر إرسال رسائل نصية، ملفات أو فيديوهات... إلخ
- ✓ مواكبة جميع الأحداث والأخبار وما يدور حول العالم
- ✓ الإطلاع الدائم على المجالات التي تهتمك من خلال صفحات أو مجموعات تتابعها
- ✓ وصول الصفحات إلى أكبر عدد من الجمهور عبر خاصية " Sponsor "
- ✓ يتيح ميزة البيع والشراء " online "
- ✓ التفاعل والتعليق على المنشورات
- ✓ ميزة التنوع في طبيعة المنشورات (صوت وصورة، فيديو، فيديو غير محدود، بث مباشر، عدد غير محدود في الصور).

ب - السلبيات :

- ✓ سوء استخدام الموقع وانتشار التنمر الإلكتروني
- ✓ محدودية الرقابة على الموقع
- ✓ إنتهاك خصوصية المستخدمين
- ✓ دعم و إنتشار المحتوى غير اللائق
- ✓ إنتشار الأمراض النفسية كالقلق والإكتئاب
- ✓ الحد من التفاعل مع العالم الخارجي والإنطواء على الذات
- ✓ نشر المعلومات الخاطئة والشائعات والأخبار الزائفة
- ✓ خلق نمط حياة غير صحي من خلال قضاء ساعات طويلة أمام أجهزة الهواتف الذكية والحواسيب
- ✓ ظهور لغة جديدة بين مستخدمي الفيسبوك (لغة هجينة) تعمل على إنحاء اللغة العربية.

خاتمة الفصل :

في الأخير نستنتج أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت جزءًا من الحياة اليومية لمستخدميها في جميع أنحاء العالم، وباعتبار الفيسبوك أبرزها فهو من أكثر الشبكات جاذبية واستقطاب للملايين من رواد الأنترنت من خلال بناء نظام إجتماعي إلكتروني.



الفصل الثالث

تمهيد الفصل

أولاً: الصورة الذهنية:

1. تعريف الصورة الذهنية
2. مراحل تكوين الصورة الذهنية
3. أنواع الصورة الذهنية
4. سمات الصورة الذهنية
5. أبعاد الصورة الذهنية

ثانياً : الرياضة

1. تعريف الرياضة
2. نشأة الرياضة
3. أبعاد الرياضة
4. الرياضة والمداخل الإقتصادية
5. الرياضات الشعبية في العالم
6. الرياضة في الجزائر

خاتمة الفصل

تمهيد الفصل :

تشكل الصورة الذهنية أساسا للإنطباعات لأي شيء تقريبا في الحياة، من مؤسسات إلى الدولة وهذه الأخيرة ما تحدّد صورتها الوطنية والدولية على ما يتوفر بها من مقومات سياسية وإقتصادية وعسكرية ورياضية، ورُبّما نقول أن الرياضة واحدة من بين أبرز العناصر التي تشكل صورة ذهنية إيجابية عن الدولة ككل، فهي ترسم صورة صحية وتُعبّر عن الإهتمام السياسي والشعبي بكامل عناصرها (الجماهير، الهياكل (الملاعب)، واللاعبين) مما يفتح المجال أمام الدولة لتحسين صورتها داخليا وخارجيا، ويظهر هذا جليا في الدورات الرياضية التي تم استضافتها وسعي الدول الأجنبية لإقامة أكبر الدورات على أراضيها، وفي هذا الفصل سوف نتعرف على الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر.

أولاً : الصورة الذهنية

الصورة الذهنية بمثابة تراكم معرفي عن موضوع معين يبني من خلاله الشخص موقفاً بناءً على التصور الذهني له، لذا يجب تقديم تعاريف حول هذا المصطلح.

1 - تعريف الصورة الذهنية :

أ - لغة : صورة الشيء وتصوره في هيئته وحقيقته وظاهره، يكونها الذهن في ضوء إدراكه واستدلالة بالأشياء.

ب - إصطلاحاً : هي وصف الشيء كما فهمه الإنسان واستقر في ذهنه وعقله فهي صورة عقلية تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر.¹

كما يمكن تعريفها على أنها (التخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان والتي تكوّنت بفعل قدرات حسية مباشرة أو غير مباشرة تجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة ويشكل هذا التخزين مصدراً من مصادر العملية العقلية (التفكير) والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام تجاه الأشياء وعادة ما يكون ذلك الخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحوناً بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام إما سلبية أو إيجابية).²

بينما يصفها آخرون على أنها : تمتاز بالعاطفة لهذا قد تتغير فهي غير مستقرة، ولا تقتصر الصورة الذهنية على شخص بل تتكون عند مؤسسات أو جماعات أو حتى الدول وهي تكون بمثابة دعائم يعتمد عليها عند الحكم على شيء ما أو أي حدث أو قضية قد تواجهه أي فرد.³

وبناءً عليه ومما سبق يمكن القول أن الصورة الذهنية هي عملية الإدراك الذي ينتج عنها توصيف أو تصور أو صورة لشخص أو مكان أو موضوع أو فكرة في ذهن الفرد، وتعتمد الصورة الذهنية على المعلومات والتجارب السابقة التي يملكها الفرد وترتبط بالذاكرة والتفكير والإدراك.

¹ - أحمد جبار، الصورة الذهنية: قراءة في أبعاد المفهوم، نقاط التقاطع والاختلاف بين الصورة الذنية والصورة النمطية وعلاقتها بالعلاقات العامة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 07، العدد 01، جوان 2021، جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة، ص 284.

² - باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 56، 57.

³ - محمد صباح القرشي، الصورة الذهنية والتنوع الثقافي، ط1، دار المعز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021، ص 38.

2 - مراحل تكوين الصورة الذهنية :

تقطع الصورة الذهنية عدة مراحل لإستقرائها في ذهن المتلقى

المرحلة الأولى : المعرفة؛ فمعرفة الشيء هي الخطوة الأولى في الصورة داخل العقل عنده والمعرفة التفصيلية تؤكد المعلومة أكثر من الإجمالية

المرحلة الثانية : الإدراك؛ أي ربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة للتحويل إلى إدراك عقلي كامل ويتمثل بقناعة كاملة عن الجهة والقضية

المرحلة الثالثة : السلوك وتتمثل في صيغة التفاعل مع المدرك وأسلوب التعبير عنه إيجابيا أو سلبيا علميا أو قوليا أو حتى ذهنيا.¹

3- أنواع الصورة الذهنية :

للصورة الذهنية عدة أنواع وهي كالتالي :

➤ الصورة الذهنية الإيجابية : وهي نتاج سمات إيجابية تثير الإعجاب والتأييد لدى المتلقين ، والوصول إلى هذا التنوع من الصور فإن المنظمة تحتاج إلى شروط معينة تؤدي إلى قبولها من طرف الجمهور واقتناعه بها.

➤ الصورة القومية ، أو صورة الدولة : وتلخص في جهود السلطة القائمة أو الدولة من أجل تشكيل صور إيجابية عنها وهو ما يحتاج إلى استراتيجيات إتصالية وقوى إعلامية فعالة وفاعلة.

➤ الصورة النمطية : وهي صورة سلبية راسخة تكون دائماً بمثابة حاجز أمام تعرض الجمهور لرسائل جديدة لتحافظ على الصورة الأولى.²

¹ - أحمد جبار، المرجع السابق، ص 288.

² - عبد القادر علال، رشيد بكاي، دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد 13، عدد 02، 2018، ص 141.

4 - سمات الصورة الذهنية :

للصورة الذهنية عدة سمات تكمن فيما يلي¹:

أولاً : تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطاراً زمنياً سابقاً؛ بمعنى أنّ الصورة الذهنية قديمة التكوين، أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية

ثانياً : تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطاراً ذاتياً حسياً؛ بمعنى أن الصورة تنبع من مقدرة الإنسان الحسية، أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له

ثالثاً : تباين الصورة الذهنية؛ بمعنى أن الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر إلا أنّها قد تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما

رابعاً : تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة؛ على الرغم من أن ذلك لا يعد شرطاً أساسياً في الصورة الذهنية

خامساً : الصورة الذهنية مكونة للإتجاه؛ بمعنى أنها أحد مصادر بناء وتكوين الإتجاه

سادساً : الصورة الذهنية ديناميكية؛ بمعنى أنها متغيرة غير ثابتة سواءً كان التغيير بطيئاً أم سريعاً وهذا التغيير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد

سابعاً : الصورة الذهنية أداة تحكم؛ بمعنى أنها بمثابة مقياس يحدّد ويضبط السلوك والأحكام أو ردود الأفعال إزاء المثير

ثامناً : الصورة الذهنية مكونة للصور؛ بمعنى أنها تكوّن وتنشئ صوراً ذهنية جديدة دون الحاجة إلى اللجوء إلى القدرات الحسية، بناءً على ما تمتلكه من صور ذهنية سابقة تكوّنت بفعل مثير حسي

¹ - باقر موسى، مرجع سبق ذكره، ص 57، 58.

تاسعاً : الصورة الذهنية تفكير استدلالى؛ بمعنى الإنتقال من الخاص إلى العام، ويعد التفكير الإستدلالي أكثر أنواع التفكير شيوعاً.

5 – أبعاد الصورة الذهنية :

يرى بعض الباحثين أن للصورة الذهنية ثلاثة أبعاد هي :

1. البعد المعرفي : وهو البعد الذي يدرك عن طريقة الفرد موضوعاً معيناً يتصل بدولة أو شعب أو مجتمع ما مثل : المعرفة بالأسس التاريخية والجغرافية للدولة والمعرفة بالمعلومات المتعلقة بشعبها.¹
2. البعد الوجداني : هو الميل بشكل إيجابي أو سلبي تجاه موضوع أو قضية أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكوّنها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة.
3. البعد السلوكي : يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنّها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنّها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.²

ثانياً : الرياضة

من المواضيع التي تشكل حيزاً واسعاً من اهتمامات شعوب العالم باختلاف ثقافتهم وقيمهم الإجتماعية الرياضة، التي لم تعد مجرد لعبة أو هواية أو نشاط بدني، بل تداخلت مع الأنشطة

¹ - حردان هادي الجنابي، الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، دط، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 18.

² - راشد ناجي فريجات، دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الصحافة والإعلام، جامعة البترا، 2015، ص 26.

الأخرى كالإقتصاد والتجارة وحتى السياسة، فهي تعتبر من أبرز دعائم التنمية الشاملة وذلك لأن عناصرها تهتم بالإنسان فكرا وجهدا.

1 - تعريف الرياضة :

كلمة رياضة في اللغة الإنجليزية والفرنسية Sport، في اللاتينية Disport، والأصل الإيتمولوجي لها هو Disport ومعناها التحويل والتغيير، وقد حملت معناها ومضمونها من الناس عندما يحولون مشاغلهم واهتماماتهم بالعمل إلى التسلية والترويح من خلال الرياضة¹

وتعرف على أنها جزء من التربية العامة التي تتحقق من خلال الأنشطة البدنية والجسمية وتهدف إلى بناء شخصية الفرد في مختلف أبعادها المهارية والعقلية والوجدانية لتكوين المواطن الصالح المحب للعمل والمستوعب بصورة مناسبة لمعطيات العصر.²

ويرى "لوشن وساج" أن الرياضة يمكن تعريفها بأنها: "نشاط مفعم باللعب، داخلي وخارجي ويتضمن أفرادا وفرقا تشترك في مسابقة وتقرر النتائج"³

وهناك تعريف آخر لـ "كوسولا" والتي ترى أن الرياضة: "تدريب يهدف إلى تحقيق أفضل نتيجة ممكنة في المنافسة المنظمة لا من أجل الفرد الرياضي فقط، وإنما من أجل الرياضة في حد ذاتها." وتضيف "كوسولا" أن التنافس سمة أساسية تضيف على الرياضة طابعا إجتماعيا ضرورياً ذلك لأن الرياضة نتاج ثقافي للطبيعة التنافسية للإنسان من حيث هو كائن إجتماعي ثقافي.⁴

ومن خلال ماسبق ذكره من تعاريف مختلفة يمكن تعريف الرياضة على أنها رياضة جماعية يتنافس فيها فريقان، تعتبر من الرياضات الأكثر انتشارا في العالم وتلعب فيها المنتخبات الوطنية والأندية المحلية على مستوى الدول والقارات وتشرف عليها الإتحادات الرياضية المختلفة والتي تضمن تطبيق اللوائح والقوانين المناسبة.

¹ - أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع، د ط، عطر المعرفة، الكويت، 1996 ص 25.

² - محمد سلمان الخزاعلة وآخرون، الرياضة وعلم النفس، ط1، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 16.

³ - أمينة كلتومة مداني، مفهوم الرياضة واستراتيجياتها في الحفاظ على التماسك الإجتماعي، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد 01، جامعة وهران 2، الجزائر، مارس 2020، ص 119.

⁴ - حمدي عامر، عمراوي محمد، الرياضة وعلاقتها بالمجالات الأخرى، مجلة الميدان للعلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2021، ص 81.

2 - نشأة الرياضة وتطورها :

إن علاقة الرياضة بالإنسان لم تكون حديثة العهد ، وإنما هي ضاربة في جذور التاريخ على نحو عميق ويُدل ذلك على التقنيات الأثرية الحديثة التي جرت في مناطق متعددة من العالم.

فقد كان الفرد أو من تعلم وعلم أبنائه الركض والقفز والرمي ...، فالفراعنة هم أول من مارسوا الرياضة في العالم وهناك العديد من اللوحات والتمائيل التي تؤكد ممارستهم لرياضات رفع الأثقال والمبارزة والمصارعة ...، أما اليونان فظهرت المسابقات عندهم قبل الميلاد وكانت مقصورة على الأغنياء كهدايا رمزية.

وفي العصور الوسطى أصبحت ممارسة الرياضة إحدى مستلزمات التمتع بالقوة والشجاعة لذا ظهرت المنافسات الفردية التي تعتمد على القوة الفردية والسرعة والمهارة لذا نشأت الألعاب الأولمبية في مدن "أثينا" في 776 ق-م ثم إنتقلت إلى إنجلترا في "1636".

وفي عام 1894 كانت نقطة تحول في مسيرة الرياضة العالمية حيث توالى الدورات الأولمبية كل أربع سنوات.¹

وتطورت الرياضة عبر التاريخ وانتشرت في جميع أنحاء العالم، وأصبحت تتضمن العديد من الأنواع والأشكال المختلفة، ككرة القدم والتنس ورياضات القوى والسباحة والرياضات الفردية والجماعية وغيرها. وظهرت الرياضات الحديثة في القرن العشرين، مثل كرة السلة والهوكي والجولف والتزلج على الجليد، وتشكلت الهيئات والإتحادات الرياضية في مختلف الدول وتم وضع القواعد والأنظمة التي تنظم المسابقات الرياضية وتحدد الطريقة التي يتم بها اللعب. فهي تعد من النشاطات الهامة التي تلعب دورا مهما في حياة الإنسان وتشهد تحديات وتطورات في عصرنا الحالي، وتعكس العديد من القيم الإنسانية الأساسية.

¹ - محمد سلمان الخزاولة وآخرون ، المرجع السابق، ص ص 16 ، 17 ، 18.

3 - أبعاد الرياضة :

للرياضة أربعة أبعاد هي مبادئ تمثل وتُعرف كينونة الرياضة، فمن دونها لاتعدو الرياضة كونها تجريد لنشاط ترفيهي، وهي كالتالي¹:

1 - البعد الصحي : تمثل أحد أركان الرياضة و أحد فوائدها ولخصت في مقولة العقل السليم في الجسم السليم.

2 - البعد الأخلاقي : يتجلى ذلك في أنها تجمع فئات عمرية مختلفة في أندية الرياضة والصالات، وتمثل بذلك نشاطا إجتماعيا أخلاقيا، والجماهير فهي عابرة للقارات والمعتقدات والأعراف، فالرياضة ليست مجرد تمارين تؤدي، والأمر انتهى فهي أكبر من ذلك؛ لأن تلك التمارين حينما يواظب عليها الممارس يتحصل على ضبط في انفعالاته وتحمل وزيادة قدراته الذهنية و البدنية.

3 - البعد المكاني : للرياضة مكان خاص بها لابد أن تقام فيه، أهمية المكان على الممارس تكمن في جعله يصقل موهبته فتوفر وتناسب المكان يلبي الرغبة وينمي المهارة.

4 - البعد الزمني : وهو ما يلزم الشخص الرياضي بأداء التمارين في أوقات بعينها ويساعد ذلك الرياضي في الإلتزام والانضباط، فالفرد الرياضي من وراء الإلتزام والمواظبة يكتسب المهارة.

بالإضافة إلى أبعاد أخرى²:

✓ البعد السياسي : أي دولة لها خصوصيتها في تحديد شكل الرياضة بما يتناسب مع توجهاتها واشكال تسييرها، لتصبح وسيلة لخدمة الدولة، فنجاح الرياضيين يُحول إلى نجاح سياسي

✓ البعد الإقتصادي التجاري : أخذت الرياضة في الآونة الأخيرة بعداً إقتصاديا وتجاريا، حيث أصبحت العديد من الدول تنعش إقتصادها عبر جلب المستثمرين في هذا المجال، وكذا

¹ - فياض شبيبة، أبعاد الرياضة الأربعة. [على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 5/12/2022 متاح على الرابط : <https://jawk.com>.

² - حمزة خضري، عشاش حمزة، الحق في ممارسة الرياضة في التشريع الجزائري، مخبر البحوث في القانون والأسرة والتنمية الإدارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، ص ص 225، 226.

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

السياح والمتابعين والرياضيين عند تنظيم التظاهرات الرياضية مما يساهم في زيادة الدخل القومي وإرتفاع الميزان التجاري. وهذا ما رأيناه في كأس العالم قطر 2022
✓ البعد الإجتماعي : تحمل الرياضة في طياتها قيمًا ثقافية وأخلاقية تجعل المجتمع متماسكاً، وبالتالي أضحت ظاهرة إجتماعية بإمتياز.

4 - الرياضة والمداخيل الإقتصادية :

تمتلى صناعة الرياضة بعوامل الترفيه والصفقات المربحة واللاعبين المشهورين، هنا سوف نغوص في أغنى الرياضات المشهورة والشهرة والممل الذي يجلبونه.

1 / كرة القدم : هي صناعة كبيرة وتجارة ضخمة إقتصاد مزدهر، 4 مليارات شخص يتابعونها الأعلى من بين جميع الرياضات، في حين إن عدد من يمارسونها يقدر بنحو 270 مليون شخص وهذا العدد الضخم والشغف الكبير سيدفعان إقتصاد كرة القدم منفردة إلى 57 مليار دولار بحلول عام 2026، نمت إيراداتها ب 41% في 2022 لتصل إلى 502 مليار دولار، تعد منظمة * FIFA أقوى المؤسسات الرابحة على الإطلاق ففي سنة 2021 حققت إيرادات بمقدار 766 مليون دولار من حقوق البث التلفزيوني، و 131 مليون دولار من حقوق التسويق، و 180 مليون دولار من حقوق التراخيص إلى جانب 12 مليون دولار من مبيعات التذاكر.

كما بلغت إيرادات كأس العالم 2018 بمفرده 5.4 مليار دولار وهذا أحد أسباب سعي الفيفا إلى تحويل بطولة كأس العالم لأن تصبح كل عامين بدلا من أربعة أعوام.¹ وبلغت أيضا عائدات FIFA من مونديال قطر 2022 حوالي 6.5 مليار دولار، بالإضافة إلى رواتب نجوم كرة القدم التي لا يمكن مقارنتها بلاعبى الرياضات الأخرى كصفة إنتقال النجم "كريستيانو رونالدو" إلى النصر السعودي التي قدرت ب 400 مليون يورو خلال تواجده في السعودية، بما في ذلك 200 مليون يورو منها ليكون سفيرا لملف المملكة لاستضافة كأس العالم 2030.

* الاتحاد الدولي لكرة القدم (بالفرنسية: Fédération Internationale de Football Association). ويعرف اختصارًا باسم فيفا
1 - تقارير وتحليلات، كرة القدم إقتصاد مزدهر... 502 مليار دولار إيرادات الرياضة في 2022. [على الخط المباشر]. تمت الزيارة يوم 2023/01/27. متاح على الرابط: https://www.aleqt.com/2022/11/21/article_2435831.htm.

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

2 / كرة السلة : تعد كرة السلة أغنى رياضة بقيمة سوقية عالمية 90 مليار دولار، متوسط الدخل 7 ملايين دولار، باعتبارها واحدة من أفضل ثلاث ألعاب شعبية على مستوى العالم، تجاوزت شعبيتها 2 إلى 2.5 مليار المشجعين في جميع أنحاء العالم، يتقاضى لاعب كرة السلة متوسط راتب 44444 دولار التي تصل إلى 21.37 دولاراً للساعة، بعض لاعبي كرة السلة الأكثر ربحاً "ليبرون جيمس، ستيفن كاري، كريس بول".

3 / كرة القدم الأمريكية : قيمة الصناعة الحالية 200 مليار دولار، متوسط الدخل 860 ألف دولار، يتم لعبها بشكل كبير في جميع أنحاء العالم. الحد الأدنى للراتب الأساسي فيبدأ ب 660 ألف دولار بمتوسط ربح 860 ألف دولار، بعض لاعبي كرة القدم الأمريكية الأعلى ربحاً "باتريك ماهوميس، توم برادي".

4 / هوكي الجليد : قيمة الصناعة الحالية 60 مليار دولار، متوسط الدخل 2.69 مليون دولار تندرج تحت قائمة أغنى خمس رياضات، يجمع قاعدة جماهيرية لأكثر من 2.2 مليار شخص، اعتباراً من سنة 2021 يقدر متوسط راتب لاعبي المحترفين 2.69 مليون دولار، اللاعبين الأعلى أجراً "ماكدافيد كونور، بانارين أرتيبي"¹.

5 - الملاكمة : لاسيما أن إقتصاد الملاكمة يعتمد بشكل أساسي على مبيعات التذاكر والرهانات الرياضية وحقوق البث بشكل أساسي. كما تعتبر المباريات الإستعراضية واحدة من أكبر مصادر الإيرادات في عالم الملاكمة، فعلى سبيل المثال : جمعت مباراة استعراضية حصلت بين "فلويد مايويندر جونيور وماني باكياو" عام 2015 أرباحاً ناهزت الـ 600 مليون دولار بينما تجاوزت إيرادات المباراة التي جمعت بين "ذر جونيور وكونر ماكغريغور" في 26 آب/أغسطس من عام 2017 قيمة المليار دولار، وهو أكبر حجم إيرادات سُجِّل في تاريخ الملاكمة، وبفضل هذا الانتصار وصلت

¹ - إيرادات بـ 800 مليار دولار.. تعرف على الرياضات الأكثر ربحية في العالم.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/15.متاح الرابط: <https://www.aljazeera.net/sport/2022/3/1>

ثروة " ذر جونيو " حدود الـ 285 مليون دولار، مما جعله من الرياضيين الأعلى أجراً في العالم سنة 2017.¹

5 – الرياضات الشعبية في العالم :

- ✓ كرة القدم : معشوقة الجماهير أو الساحرة المستديرة هي بعض الألقاب التي حظيت بها كرة القدم، أكثر الرياضات انتشاراً في جميع أنحاء المعمورة وتمتلك قاعدة جماهيرية لامثيل لها تبلغ أكثر من 3.3 مليار شخص حول العالم. ولا يمكننا التحدث عن شعبية كرة القدم على الأنترنت (مواقع التواصل الاجتماعي) فجميعنا يعلم الكم الهائل من المتابعة والإهتمام الذي يحظى بهما نجوم كرة القدم.² أبرز نجومها الحاليين : كريستيانو رونالدو الذي يمتلك على حسابه في الأنستغرام 548 مليون متابع، ليونيل ميسي 430 متابع، كريم بنزيما 65.6 مليون متابع، رياض محرز 10 مليون متابع.
- ✓ كرة السلة : تعد من العناصر الأساسية للثقافة الأمريكية وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية أصبحت رياضة كبيرة في كندا، الصين، إسبانيا، الفلبين، أستراليا، فرنسا، ألمانيا وبعض الدول الأوروبية الصغيرة، مما يجعلها أسرع الرياضات نمواً حول العالم. حيث تمتلك أكثر من 1 مليار متابع حوال العالم.
- ومن أبرز بطولاتها حول العالم نجد الدوري الأمريكي للمحترفين (NBA)، أيضا الدوري الإسباني لكرة السلة ورابطة كرة السلة الصينية.
- ✓ الكريكت : يقدر عدد متابعين رياضة الكريكت بأكثر من 2 مليار حول العالم وتعد واحدة من أكثر الرياضات شعبية بشكل أساسي في دول الكومنولث

¹ - روعة قفصي ، تعرف إلى الرياضات الأربع الأكثر ربحاً في العالم.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/13.متاح على الرابط:

<https://arabi21.com/story/1448352/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81->

² - Top4Arabs . أشهر 10 رياضات في العالم لسنة 2022.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/13.متاح على الرابط:

<https://www.top4arabs.com/2022/09/10-most-popular-sports-world.html>

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

أصبحت الكريكت ثالث أكبر المسابقات الرياضية في العالم بعد كأس العالم FIFA وكأس العالم للرجبي تعد رياضة مهيمنة في العديد من البلدان خاصة في شبه القارة الهندية بالإضافة إلى إنجلترا، أستراليا، نيوزيلاندا وجنوب إفريقيا.¹

✓ الجولف : واحدة من الرياضات الممتعة التي يتم ممارستها في مساحات خضراء كبيرة في الهواء الطلق، تعتبر اسكتلندا أو المبتكرين لها وانتشرت بعدها في الوم أ وفرنسا إنجلترا، يصل عدد مشجعي الجولف إلى أكثر من 390 مليون شخص حول العالم.²

✓ هوكي الجليد : أصبحت هاته الرياضة عالمية في القرن 19 واكتسبت شعبية عالمية في كل من كندا، السويد، روسيا والولايات المتحدة الأمريكية، إضافة إلى 72 بلدا آخر حيث يبلغ عدد متابعي هذه الرياضة حول العالم حوالي مليار متابع.³

6 – الرياضة في الجزائر

أ – خلال الفترة الإستعمارية :

من البديهي أنّ ممارسة الجزائر للرياضة إبان الوجود الفرنسي لم تكن متاحة، حيث وُوجهوا بالقمع الذي واجهوه في ميادين أخرى، ولكن ورغم كل هذا رُفعت راية الجزائر في عزّ القهر والحصار الذي مارسه الإستعمار الفرنسي.

في سنة 1895 تأسست أو جمعية رياضية جزائرية تحت إسم " Avant-garde vie au grand Alger" أما في سنة 1903 فكانت نشأة أول فريق جزائري في رياضة الجمباز ممثّل الجزائر في دورة أردين (Ardennes) بفرنسا، كان هذا الفريق مكوناً من أربعة رياضيين تحصلوا على اللقب حسب الفرق، إلى جانب رياضة الجمباز نجد رياضة الملاكمة بعد تأسيسها سنة 1912 جاءت عناصر

¹ - داليا عبد الرحيم، أشهر 10 رياضات في العالم..كرة القدم تتصدر وعشاق الكريكت والرجبي بالملايين.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/01/29. متاح على الرابط: <https://www.albawabhnews.com/4204478>

² - عمر عبيد، أشهر الرياضات في العالم.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/13. متاح على الرابط : <https://www.youtube.com/watch?v=kXuNAjUslVA>

³ - معلومات ma3loumet، أكثر 7 رياضات متابعه في العالم-تعرف على أبرزها.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/14. متاح على الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=lsdWVjiDNsE>

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

جزائرية أظهرت إمكانيات كبيرة على المستوى الدولي بحيث مثّل هؤلاء الألوان الوطنية ومنهم " قويدري عمر، حاميا شريف.¹

وفي سنة 1921 بين أحياء القصبة العتيقة وبباب الواد الشعبي أسّس نادي مولودية الجزائر يوم السابع أغسطس 1921 ويعود الفضل إلى "عبد الرحمان عوف" الأب الروحي للفريق رفقة عدد من أصدقائه، أما تسمية المولودية فهي مقتبسة من المولد النبوي الشريف وبالنسبة إلى ألوان الفريق فهي تحمل نفس ألوان العلم الجزائري وكان الهدف وقتها من تأسيس النوادي هو إستقلال الجزائر والتعريف بالقضية الجزائرية في المحافل الدولية،² الذي شكل منعرجا حاسما في الرياضة الجزائرية وتمكّن من المشاركة في عدة مسابقات من الدرجة الثانية.³

وأيضاً شاركت الجزائر في الألعاب الأولمبية دورة ستوكهولم سنة 1923 وكان أول جزائري حائز على ميدالية ذهبية، وكذلك "عبد القادر زعاف" في رياضة سباق الدراجات والملاكم "شريف حامية" وغيرهم.⁴

غير أنّ الأمر في الرياضات الأخرى كانت المشاركة الجزائرية ضئيلة جداً، ويمكن أن نقول منعّمة وذلك لعدم إعطاء فرصة للشباب الجزائري حق ممارستها باعتبارها فقط مسموحة للمستوطنين الفرنسيين مثل : كرة السلة كرة اليد – القولف – الفروسية والمبارزة... إلخ.⁵

إلا أنّ الإسم الذي يبدوا أكثر فعالية وتأثيرا في تلك الفترة هو فريق جبهة التحرير الوطني تأسس في 13 أفريل 1958 الذي استغل الرياضة كأداة للنضال لما تتمتع به من شعبية على

¹ - قاسمي أحسن، مدخل حول النشاطات الرياضية في الجزائر خلال الثورة التحريرية وقليلها، مجلة المربي، العدد 16، الجزائر، 2018، ص 52.

² - حسين بن صالح، تقرير حول أقدم فريق في الجزائر بين مولودية الجزائر وشباب قسنطينة، [على الخط المباشر]. تمت الزيارة يوم 2023/02/14. متاح على الرابط : <https://www.youtube.com/@beINSports/videos>

³ - الجزيرة الوثائقية، كرة القدم الجزائرية... منذ الإستعمار وحتى الإستقلال، [على الخط المباشر]. تمت الزيارة يوم 2023/02/14. متاح على الرابط : <https://doc.aljazeera.net/reports/2022/9/18/%D9%83%D8%B1%D8%A9-%D8%A7>

⁴ - سعودي صالح، هكذا رفعت الرياضة رأس الجزائر في عز القبر والإستعمار، [على الخط المباشر]. تمت الزيارة يوم 2022/11/28. متاح على الرابط : <https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D9%83%D8%B0%D8%A7>

⁵ - قاسمي أحمد، المرجع نفسه، ص 53.

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

المستوى العالمي، ونُظمت له مباريات قاربت 90 مباراة وكان يجوب العالم بأسره لعرض القضية الجزائرية وفضح إرهاب المستدمر في جولاته الكروية.¹

ب - بعد الإستقلال :

بما أن الجزائر دولة حديثة الإستقلال والتي لم تكن لها المؤهلات اللازمة كي تجعل لنفسها منظومة رياضية خاصة بها، لذا عملت على تبني القوانين الفرنسية التي بقيت سارية المفعول وذلك وفق قانون 1901 بموجب قانون رقم 157/62 المؤرخ في 1962/12/1 الذي يفرض إستمرارية العمل بالتشريعات الفرنسية إلا ما يتعارض مع السيادة الوطنية.²

كان الإهتمام الفعلي بالرياضة في الجزائر من خلال إصدار الأمر رقم 76 - 81 المؤرخ في 23 أكتوبر 1976 يتضمن قانون التربية البدنية والرياضية، جاء فيه 86 مادة مقسمة على 06 أبواب وكل باب مقسم إلى فصول، حيث تضمن الأمر 76 - 81 جميع المسائل المتعلقة بالمجال الرياضي وهذا وفقاً للمحاور الستة الأساسية وهل كالاتى :

- المبادئ العامة للتربية البدنية والرياضية
- تعليم التربية البدنية والرياضية وتكوين الإطارات
- تنظيم الحركة الوطنية
- التجهيز والعتاد الرياضي
- حماية الممارسين الرياضيين
- الأحكام المالية³

¹ - العرقوبي أنيس، تاريخ كرة القدم : رياضيو الجزائر... ثورا ضد المستعمر. [على الخط المباشر]. تمت الزيارة يوم 2022/11/28. متاح على الرابط: <https://www.noonpost.com/content/34903>

² - إفروجن غنية، الجانب القانوني والتسيير الإداري لكرة القدم دراسة حالة بعض النوادي المحترفة في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، إدارة وتسيير رياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2014، ص 66، 67.

³ - أمر رقم 81-76 مؤرخ في شوال عام 1396 الموافق ل 23 أكتوبر سنة 1976 يتضمن قانون التربية البدنية والرياضية، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 90، الصادرة ب 18 ذو القعدة عام 1396 الموافق 10 نوفمبر 1976.

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

كما نص المشرع على أن الرياضة حقاً وواجباً في الوقت نفسه¹ وأصبحت تنظيمياً إجبارياً في كل القطاعات² كما إهتمت الدولة بوضع سياسة تخطيطية والأجهزة الرياضية وتنظيم المصالح لترقية النشاط الرياضي³

وعمل أيضا الأمر 76 - 81 على تنظيم الحركة الوطنية الرياضية من خلال :

✓ الجمعيات الرياضية

✓ الرابطات الرياضية

✓ الإتحادات الرياضية

✓ اللجنة الأولمبية الرياضية.⁴

يليه أمر 89 - 03 المؤرخ في 14 فبراير 1989 يتعلق بتنظيم المنظومة الوطنية للتربية الرياضية وتطويرها، حيث ألغى هذا القانون الأمر رقم 76 - 81 وذلك بموجب المادة 84 منه. ويتكون هذا القانون من 85 مادة مقسمة على 06 أبواب.⁵

جاء في القانون مصطلح جديد وهو المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية والتي اعتبرها هذا القانون على أنها >> مجموعة من الممارسات المدرجة في سياق دائم التطور، مندرج ومندمج في المحيط السياسي، والإقتصادي والإجتماعي الثقافي يراعي القيم الإسلامية >>⁶ كما هدفت المنظومة التربوية إلى المساهمة في :

✓ تربية الشباب

✓ المحافظة على الصحة وتطوير الكفاءات المنتجة لدى العمال

✓ إثراء الثقافة الوطنية بإنتاج القيم المعنوية

✓ تحقيق مثل التقارب، التضامن، الصداقة والسلم بين الشعوب

¹ - المادة رقم 01 من القانون رقم 76 - 81 المؤرخ في 1976/10/23.

² - المادة رقم 02 من القانون رقم 76 - 81 المؤرخ في 1976/10/23.

³ - المادة رقم 04 من القانون رقم 76 - 81 المؤرخ في 1976/10/23.

⁴ - المادة رقم 30 من القانون رقم 76 - 81 المؤرخ في 1976/10/23.

⁵ - قانون رقم 89 - 03 المؤرخ في 8 رجب عام 1409 الموافق 14 فبراير سنة 1989، يتعلق بتنظيم المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية وتطويرها.

الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 7، الصادر ب 9 رجب عام 1409 الموافق 15 فبراير سنة 1989.

⁶ - المادة رقم 02 من الأمر 89 - 03 المؤرخ في 1989/2/14.

الفصل الثالث: الصورة الذهنية والرياضة في الجزائر

✓ التحسين المستمر لمستوى النخبة قصد ضمان التمثيل المشرف للبلاد على الساحة الرياضية الدولية¹

وقد أعطى أهمية بالغة للرياضة وجعلها تواكب التطورات الدولية والمحلية التي شهدها الجزائر بعد إلغاء نظام الحزب الواحد وبداية التعددية الحزبية، فأصبحت الرياضة أكثر ديمقراطية.

وهكذا ودواليك القوانين وصولاً إلى قانون رقم 13 - 05 المؤرخ في 23 يوليو سنة 2013 يتعلق بالأنشطة البدنية والرياضية وتطويرها وهو ساري المفعول حالياً، جاء بـ 253 مادة موزعة على 15 باب.² حيث حدد هذا القانون المبادئ والأهداف والقواعد العامة التي تنظم وتسير الأنشطة البدنية والرياضية وتطويرها وكذا وسائل ترقيتها.³ وفي المادة الثانية من هذا القانون تعتبر الأنشطة البدنية والرياضية عناصر أساسية تساهم في التفتح الفكري للمواطنين وتمهيتهم بدنياً والمحافضة على صحتهم.⁴ مما يجعلها أحد أهم المجالات التي تهتم بترقيتها الدولة وتحاول جاهدة لتوسيع قاعدة قاعدة ممارستها في مختلف المجالات مع مشاركة الجمعيات والنوادي والهيئات في ضبطها وتسييرها وتنظيمها، كما تعمل الدولة على رعاية المواهب الرياضية الشابة وتأطيرها بغرض تطوير الرياضة التنافسية وتحقيق أداء المستوى العالي.

¹ - المادة رقم 3 من الأمر 89 - 03 المؤرخ في 14/2/1989.

² - قانون رقم 13 - 05 المؤرخ في 14 رمضان عام 1434 الموافق 23 يوليو سنة 2013، يتعلق بتنظيم الأنشطة البدنية والرياضية وتطويرها، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 39، الصادرة بـ 22 رمضان عام 1434 الموافق 31 يوليو سنة 2013.

³ - المادة رقم 01 من القانون رقم 13 - 05 المؤرخ في يوليو سنة 2013.

⁴ - المادة رقم 02 من القانون رقم 13 - 05 المؤرخ في 23 يوليو سنة 2013.

خاتمة الفصل:

تعد الرياضة من النواحي الأساسية التي تشكل جزءا هاما في الحياة الإجتماعية والثقافية في الجزائر فهي تعتبر مجالا للتعبير عن الهوية الوطنية والإنتماء الوطني الرياضة وتعد واحدة من بين أبرز العناصر التي تشكل صورة ذهنية عن مختلف الأحداث الرياضية سواء اللاعبين أو الفرق أو التطورات الحديثة في عالم الرياضة.



الفصل الثالث

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

تمهيد

أولا : تحليل البيانات

1. البيانات السوسيوديمغرافية
2. أنماط وعادات استخدام الأفراد لمواقع التواصل الإجتماعي
3. كرة القدم في الجزائر
4. الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر

ثانيا : نتائج الدراسة

1. نتائج التحليل
2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
3. النتائج العامة للدراسة

خاتمة الفصل

تمهيد :

بعد التطرق إلى الإطار المنهجي للدراسة المتمثل في الإشكالية وتساؤلاتها وإجراءاتها المنهجية، مروراً بالإطار النظري من خلال جمع البيانات النظرية المتعلقة بموضوع البحث، لنصل لإطار الميداني، "فهو عملية تجهيز البيانات وإعدادها لغايات التحليل الإحصائي ليتم الوصول إلى نتائج البحث".¹ من خلال تفريغ البيانات في جداول ومن ثمة تحليلها وتفسيرها بناءً على الإجابات المقدمة من قبل أفراد العينة وصولاً إلى النتائج الجزئية للدراسة وعلى ضوء هاته النتائج نستخلص النتائج العامة والإجابة عن تساؤلات الدراسة.

¹ - محمد عبيدات وآخرون، المرجع سبق ذكره، ص 109.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية%	التكرار	الجنس
53.1	104	ذكر
46.9	92	أنثى
%100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (01) يتضح لنا أن اغلبية المبحوثين ذكور بنسبة 53.1 % وتكرار 104 مفردة، بينما قدرت نسبة الإناث بنسبة 46.9 % وتكرار 92 مفردة من مفردات الدراسة.

هذا يدل على أنّ الأكثر متابعة للرياضة هم فئة الذكور بنسبة (53.1%) وهذا راجع لطبيعة الموضوع الخاص بالمجال الرياضي كونهم الأكثر اهتماما بها، لكن بالرغم من ذلك نجد نسبة 46.9% من الإناث اللواتي يتابعن الرياضة و أصبح لديهن وعي رياضي.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة المئوية %	التكرار	السن
6.7	13	20-18
93.3	183	21 فما فوق
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (02) يتضح لنا أن النسب متباينة بين أفراد العينة حسب متغير السن، فقد جاءت النسبة الأكبر للفئة من (21 فما فوق) بنسبة 93.3 % وتكرار 183 مفردة، أما فيما يتعلق بالفئة من (20-18) فكانت نسبتها 6.7 % وتكرار 13 مفردة.

يمكن تفسير ذلك أن الفئة العمرية من (21 سنة فما فوق) أكثر اهتماما بالرياضة ومتابعتها بشكل دائم، ويبحثون عن المعلومات والأخبار الرياضية ويبقون على اطلاع لكل جديد في هذا المجال وهذا ما دلت عليه النسبة 93.3%. كما تتمتع هاته الفئة بمهارات تقنية عالية ويتابعون بشكل كبير وسائل التواصل الإجتماعي.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

المحور الثاني: أنماط وعادات استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (03) : يمثل نوع المنصة الاجتماعية الأكثر استخداماً من قبل أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	المنصات الاجتماعية
65.3	128	فيسبوك
23.4	46	انستغرام
4.6	09	يوتيوب
4.6	09	تيك توك
1.2	02	واتساب
0.5	01	تويتر
0.5	01	تلغرام
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (03) نلاحظ أن هناك تباين كبير في النسب المئوية حيث أن منصة الفيسبوك حظيت على أكبر نسبة قدرت ب 65.3% بتكرار 128 مفردة، تليها منصة الانستغرام بنسبة 23.4% وتكرار 46 مفردة، ثم نجد اليوتيوب والتيك توك بنفس النسبة المئوية 4.6% بتكرار 09 مفردات، في الأخير نجد منصة التويتر والتلغرام بنسبة 0.5% بتكرار مفردتين من مفردات الدراسة.

من خلال هاته الاختيارات نلاحظ أن منصة الفيسبوك جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 65.3% يعود ذلك أن الدراسة كانت موجهة أساساً لمستخدمي منصة الفيسبوك لذا كانت نسبته الأعلى،

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

فهو يحظى بشعبية كبيرة في الجزائر، وتتفق هذه النتائج مع إحصائيات وكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" في تقريرها السنوي حول الأنترنت وشبكات التواصل لعام 2023، أن فيسبوك كان لديه 20.80 مليون مستخدم في الجزائر في أوائل عام 2023¹. كما يعتبر الانستغرام سهل الإستخدام والتواصل مع الأصدقاء والمشاهير والعلامات التجارية ، ويعتبر وجهة جذابة للإعلانات التجارية والشخصية، مما يزيد من تفاعل المستخدمين له، وهذا ما أكدته الأرقام المنشورة في أدوات Meta الإعلانية أن Instagram لديه 8.40 مليون مستخدم في الجزائر في أوائل عام 2023². على غرار منصة اليوتيوب والتيك توك الذي تستخدمه فئة معينة للذين يفضلون محتويات الفيديو أو صانعي المحتوى، في حين نجد التويتر صعب الإستخدام وضئيل جدا في بلدان المغرب العربي فقليلًا نجد من يستخدمه، أما منصة التلغرام تتيح ميزة البوتات، القنوات تسمح لمتابعيها بمتابعة المحتوى الإخباري، التعليقي وغيرها أو الإحتفاظ بالملفات فهي منصة سريعة وأمنة مثلها مثل منصة الواتساب.

¹ - - عبد الرزاق ب، هذا هو عدد مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر عام 2023.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/05/20. متاح على الرابط : <https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D8%B0%D8%A7>

² - عبد الرزاق ب، المرجع السابق.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (04): يمثل عوامل إنجذاب أفراد العينة للمنصات المفضلة لديهم

النسبة المئوية %	التكرار	المميزات
55.1	108	تنوع المنشورات
15.9	31	مقاطع الفيديو
22.4	44	الصفحات المتخصصة
4.1	08	المجموعات
2.5	05	الصور
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (04) يتبين لنا أن نسبة 55.1% وتكرار 108 مفردة يفضلون تنوع المنشورات، وتلها الصفحات المتخصصة بنسبة 22.4 % بتكرار 44 مفردة، في حين نجد مقاطع الفيديو بنسبة 15.9% وتكرار 31 مفردة من مفردات الدراسة، تلها المجموعات بنسبة 4.1 % وتكرار 80 مفردات والصور بنسبة 2.5 % بتكرار 05 مفردات.

نستنتج أن مانسبته 55.1% من أفراد العينة يفضلون (تنوع المنشورات) فهو أمر مهم للعديد من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي لتلبية اهتماماتهم المتعددة، فهم يشبعون رغباتهم من خلال منشورات متنوعة تشمل مختلف المواضيع والأساليب مثل النصوص والصور والفيديوهات والمقالات والتقارير وغيرها. بالإضافة إلى التفاعل مع المتابعين من خلال الإجابة على الأسئلة والتعليقات وتنظيم مسابقات وحملات تفاعلية بتنوع المنشورات، أما بالنسبة للمبحوثين الذين لديهم اهتمامات محددة في مجالات معينة يفضلون (الصفحات المتخصصة) بنسبة 22.4% وذلك للحصول على محتوى مفيد ومخصص، فهي تعد مصدرا موثوقا ودقيقا للمعلومات، ونجد فئة

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

قليلة من أفراد العينة قدرت ب 15.9% يفضلون مقاطع الفيديو التي تتيح لهم رؤية الأحداث والتفاصيل ومساعدتهم على فهم المفاهيم بشكل أفضل في تجربة مرئية وسمعية شاملة، في حين نجد ذوو الإهتمامات المشتركة يفضلون المجتمعات الرقمية، قد يجد البعض الصور والمجموعات مصدرا للإلهام والجمال البصري، يستمتعون بمشاهدة الصور والمشاركة في المجموعات .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم(05) : يمثل أكثر المواضيع متابعة على الشبكات الإجتماعية من قبل أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية المواضيع
42	82	الرياضية
15.3	30	الدينية
2.5	05	السياسية
18.3	36	الثقافية
20.9	41	الترفيهية
01	02	الإقتصادية
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (05) نلاحظ أنّ أفراد العينة أكثر متابعة للمواضيع الرياضية بنسبة 42 % بتكرار 82 مفردة، في حين أنّ المواضيع الترفيهية نجد نسبتها 20.9 % وتكرار 41 مفردة كما جاءت نسبة 3.18% للذين يتابعون المواضيع الثقافية بتكرار 36 مفردة، تليها المواضيع الدينية بنسبة 15.3% وتكرار 30 مفردة، بينما نسبة 5.2 % تعود للمواضيع السياسية بتكرار خمسة مفردات تليها المواضيع الإقتصادية بأقل نسبة مئوية تمثلت في 1 % وتكرار مفردتين.

تبين النتائج أن ما نسبته 42 % من أفراد العينة يفضلون المواضيع الرياضية قد يكون راجع لوجود ثقافة رياضية قوية بين الباحثين، فهم يتمتعون باهتمام وشغف كبير بالرياضة، كما أنها تعرضهم لمستويات عالية من الإثارة والتشويق والتحدي، مما يجعلهم يفضلون متابعتها والإطلاع على كل ما هو جديد في هذا المجال، في حين نجد باقي أفراد العينة وينسب متقاربة وضيئلة يفضلون متابعة المواضيع الدينية، الترفيهية والثقافية وهذا راجع لاهتمامات الباحثين لهاته المواضيع، كما

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

قد يكون الأسلوب الذي يتم تناول بعض الموضوعات بما في ذلك الموضوعات السياسية والإقتصادية غير ملائم وجذاب لبعض المستخدمين.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (06): يمثل مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر تغطية للمواضيع الرياضية

المنصة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية %
فيسبوك	117	59.7
انستغرام	29	13.8
يوتيوب	32	16.3
تيك توك	10	5.1
تويتر	10	5.1
المجموع	196	% 100

من خلال معطيات الجدول رقم (06) يتّضح لنا أن منصة الفيسبوك هي الأكثر تغطية للمواضيع الرياضية بنسبة 59.7 % وتكرار 117 مفردة، ثم جاءت في المرتبة الثانية منصة اليوتيوب بنسبة 16.3% بتكرار 32 مفردة والمرتبة الثالثة جاءت لموقع الانستغرام بنسبة مئوية قدرت ب 13.8 % وتكرار 29 مفردة، تليها المرتبة الرابعة والخامسة التي رجعت لموقع التيك توك والتويتر بنسبة 5.1 % وتكرار عشرة مفردات لكلهما.

نستنتج أن منصة الفيسبوك هي الأكثر تغطية للمواضيع الرياضية بنسبة 59.7% يمكن تفسير ذلك على أنه الأكثر شهرة في الجزائر، لكونه يجعله منصة شائعة لتداول المعلومات والأخبار الرياضية، كما أن عدم وجود مصادر كافية للأخبار الرياضية جعله وجهة للمستخدمين في البحث عن هاته المعلومات، فهو يتوفر على محتوى رياضي متنوع متمثل في صفحات رياضية خاصة بهيئات رسمية أو بالأندية واللاعبين أو مجموعات رياضية أين نجد آخر المستجدات الرياضية. أما بالنسبة للذين يفضلون المحتوى السمعي البصري فيرون أن اليوتيوب والانستغرام يغطي المواضيع

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الرياضية لما يمنحه للمستخدمين من قدرة على المشاركة في نشر أو مشاهدة فيديوهات الرياضة والمباريات المفضلة لديهم. بينما القلة يرون أن التيك توك وتويتر يشبعون فضولهم من الناحية الرياضية نظرا لتنوع المحتوى فيهما.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

*تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية

الجدول رقم(01-07): يمثل تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية التغطية
74.5	146	جيدة
25.5	50	سيئة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (01-07) يبيّن لنا أنّ أفراد العينة يرون أن تغطية صانعي المحتوى في دعم الأحداث الرياضية (جيدة) على منصة الفيسبوك بنسبة 74.5% وتكرار 146 مفردة، تليها نسبة 25.5% وتكرار 50 مفردة للذين يرون أن التغطية (سيئة).

يفسر ذلك أن صانعي المحتوى يغطون المواضيع الرياضية في منصة الفيسبوك بشكل جيد بنسبة 74.5 % فهم يولون الرياضة إهتماما كبيرا لحاجة المستخدمين لمعلومات وتحليلات وتغطية شاملة للأحداث، وعدم وجود منافسة قوية في مجال تغطية المواضيع الرياضية على المنصة وبالتالي فإنهم يحظون بأكبر حصة من الجمهور الراغب في متابعة الأخبار، في المقابل نجد ما نسبته 25.5 % يرون أن التغطية سيئة يفسر ذلك بعدم تفضيلهم للتغطية من قبل هؤلاء ووصفهم لهم بعدم الكفاءة من هذا الجانب ويفضلون قنوات فضائية خاصة بالرياضة والتي تتسم بالمصداقية أكثر بالنسبة لهم كمصدر أولي للمعلومات .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم(02-07): يمثل تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة اليوتيوب

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية التغطية
69.4	136	جيدة
30.6	60	سيئة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (02-07) يتضح لنا أن أفراد العينة الذين يرون أن تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية (جيدة) على منصة اليوتيوب بنسبة 69.4 % وتكرار 136 مفردة، أما باقي أفراد العينة يرون أن التغطية (سيئة) بنسبة 30.6 وتكرار 60 مفردة من مفردات الدراسة.

تبين النتائج أن تغطية صانعي المحتوى في دعم الأحداث الرياضية (جيدة) في منصة اليوتيوب بنسبة 69.4% قد يفسر لتوفره على معلومات متنوعة ومفصلة عن المواضيع الرياضية المختلفة بحيث يكون هذا المحتوى متوافقا مع احتياجات ومتطلبات جمهور الرياضة، وأيضا التغطية لجميع الأحداث الرياضية المهمة بوقت مناسب وتحديثها باستمرار، في حين نجد باقي أفراد العينة وبنسبة 30.6 % يرون أن تغطية صانعي المحتوى في دعم الأحداث الرياضية "سيئة" على هذه المنصة كونهم لا يهتمون بالمجال الرياضي أو عدم توفر الخبرة الكافية لصانعي المحتوى لتغطية الأحداث بشكل كامل ومتكامل كما أن المستخدمين يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام الأجنبية لمتابعة الأحداث الرياضية، مما يؤثر على الطلب على المحتوى المحلي.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (03-07): يمثل تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة انستغرام

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية التغطية
66.8	131	جيدة
33.2	65	سيئة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (03-07) يتضح لنا أن تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة الانستغرام جيدة بنسبة 66.8% وتكرار 131 مفردة، تليها نسبة 33.2% بتكرار 65 مفردة بالنسبة لأفراد العينة الذين يرون التغطية سيئة.

تبين النتائج أن أكبر نسبة عادت لعبارة (جيدة) ب66.8% ذلك أن منصة الانستغرام أكثر شهرة وانشارا بين المستخدمين، وبالتالي تستطيع الشركات الرياضية أو الرياضيين المشهورين الاستفادة من هذه الشهرة والإرتباط بالجمهور الرياضي عبر تغطية مناسبات وأحداث رياضية وأيضا إرفاق الصور والفيديوهات على هاته المنصة يتيح لصانعي المحتوى التغطية بشكل جذاب ويمكنهم إتقاط اللحظات المميزة والتصوير الإحترافي للاعبين والملاعب والأحداث الرياضية وأيضا استخدام الوسوم HASHTAGS المختلفة لجذب الإنتباه للمحتوى، وبالتالي زيادة فرص الوصول إلى جمهور خارج دائرة المتابعين المعتادين. في حين نجد باقي أفراد العينة يرون أن التغطية (سيئة) بنسبة 33.2% قد تكون المنافسة الإعلامية في مجال التغطية الرياضية محدودة، مما يسمح للصانعين بتقديم مستوى تغطية سيئ دون الحاجة للمنافسة على المستوى العالي أو قد يكون هناك قلة في الدعم المادي والمعنوي للصانعين المحليين للمحتوى الرياضي، مما يؤثر على جودة وكمية المحتوى المتاح. أو قلة الوعي الرياضي بين صانعي المحتوى فهم يفتقرون إلى المعلومات والتفاصيل المهمة لتغطية المواضيع الرياضية بشكل كافي.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم(04-07): يمثل تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة التيك توك

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية التغطية
41.3	81	جيدة
58.7	115	سيئة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (04-07) يتضح لنا أن تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة التيك توك سيئة بنسبة 58.7 % وتكرار 115 مفردة، تليها نسبة 41.3 % وتكرار 81 مفردة يرون أن التغطية جيدة.

نلمس من خلال النتائج أن ما نسبته 58.7% يرون التغطية (سيئة) وهذا راجع أن التيك توك كموقع يهتم بالفيديوهات القصيرة ، ويفتقر إلى المحتوى المتخصص في مجال الرياضة، كما أنه يتم شرح الأفكار بشكل كامل وواضح وذلك يستحيل في مدة فيديوهات التيك توك القصيرة خاصة في موضوعات معقدة كالرياضة . وأن المستخدمين لا يفضلون تيك توك بالدرجة الأولى كمصدر للمعلومات للرياضة كما هو موضح في الجدول رقم (06) . في المقابل نجد ما نسبته 41.3% يرون أن تغطية صانعي المحتوى للمواضيع الرياضية (جيدة) ويفسر ذلك لاستخدام أفراد العينة منصة التيك توك وبحتم عن محتوى متنوع، بما في ذلك المحتوى الرياضي ويرى البعض أن هذه المنصة أصبحت وسيلة مهمة للتسويق الرقمي للرياضة في الجزائر حيث يمكن للفرق الرياضية والعلامات التجارية الإستفادة من هاته المنصة وجذب المزيد من المتابعين. ورغبة المستخدمين في الإطلاع على آخر النتائج والتحديثات والنقاشات حول الأحداث الرياضية.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم(05-07): يمثل تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية في منصة تويتر

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية التغطية
41.3	81	جيدة
58.7	115	سيئة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (05-07) يبين لنا أن أفراد العينة يرون أن تغطية صانعي المحتوى للأحداث الرياضية سيئة على منصة التويتر بنسبة مئوية قدرت ب 96.9 % وتكرار 190 مفردة من مفردات الدراسة يرون أن التغطية سيئة، في المقابل نجد نسبة ضئيلة جدا قدرت ب 3.1 % وتكرار 06 مفردات أن التغطية جيدة.

تشير النتائج أن نسبة عالية والتي قدرت ب 96.9 % يرون أن تغطية صانعي المحتوى لدعم الأحداث الرياضية "سيئة" وتتوافق هذه النتيجة مع الجدول رقم (03) وتفسر ذلك عدم استخدام تويتر بشكل واسع في الجزائر، وبالتالي فإن الكثير من المستخدمين لا يتابعون المحتوى الرياضي وتفضيلهم للمحتوى المرئي كالفيدوهات والصور فهم يرون أن منصة التويتر لا تلي اشباعاتهم في هذا الصدد ويفضلون منصات أخرى للتفاعل مع الجمهور كالفيسبوك والأنستغرام واليوتيوب.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (08): يمثل تغطية منصة الفيسبوك للمواضيع المتابعة من قبل المبحوثين

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	143	73
لا	53	27
المجموع	196	% 100

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يغطي لهم موقع الفيسبوك المواضيع المتابعة بنسبة 73% وتكرار 143 مفردة، وما نسبته 27 % بتكرار 53 مفردة لا يغطي لهم موقع الفيسبوك المواضيع المتابعة.

يمكن تفسير ذلك لطبيعة الخورزميات التي تتحكم في المحتوى المنشور، فهي تحلل سلوك المستخدمين وما يتفاعلون معه لتحديد المواضيع التي يجب أن تظهر بشكل متكرر على صفحاتهم، وبالتالي يتم التركيز على المضامين التي يشغلها ويتفاعلون معها بشكل أكبر. إلا أن 27 بالمئة منهم يرون أنها لا تغطي مواضيعهم المفضلة إما بسبب نقص الصفحات المتخصصة لهذه المواضيع أو أنهم لم يعرفوا كيفية الاستخدام الجيد لهذه المنصة.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (09): يمثل كيفية تقييم المبحوثين لانتشار مواضيع كرة القدم على فيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
18,3	36	منتشرة أكثر من المواضيع الأخرى
60,9	119	متغيرة حسب أهمية الدورات الرياضية
9,1	18	ضعيفة ولا تغطي كما ينبغي
11,7	23	لا فكرة لدي على الموضوع
% 100	196	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتبين لنا أن عبارة "متغيرة حسب أهمية الدورات الرياضية" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 60.9 % ومجموع تكرار مقدر ب 119 مفردة ثم عبارة "منتشرة أكثر من المواضيع الأخرى" في المرتبة الثانية بنسبة 18.3 % وتكرار 36 مفردة ثم عبارة "لا فكرة لدي على الموضوع" في المرتبة الثالثة بنسبة 11.7 % وأخيرا عبارة "ضعيفة ولا تغطي كما ينبغي" جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 9.1 % وتكرار 18 مفردة من مفردات البحث.

تبين النتائج أن أعلى نسبة والتي قدرت ب 60.9 % حظيت بها عبارة "متغيرة حسب أهمية الدورات الرياضية" وهذا ما نلاحظه عندما يكون الأمر متعلق بالمنتخب الوطني أو المحلي سواء مشاركته في كأس إفريقيا أو كأس العالم أو مباريات دولية قد تكون ودية. فنجد الصحفيين والإعلاميين وصناع المحتوى والمشجعين والصفحات الرياضية تغطي الأحداث الرياضية بالإضافة عندما يكون حدث استضافته الجزائر فتكون كامل التغطية عليه مثل كأس إفريقيا للمحليين وكأس إفريقيا لأقل من 17 سنة وألعاب البحر الأبيض المتوسط. في المقابل ما نسبته 18.3 % من المبحوثين يرون أن المواضيع الرياضية "منتشرة أكثر من المواضيع الأخرى" وهذا يدل أنهم يتابعون الصفحات والموضوعات الرياضية باستمرار والدخول في نقاشات في مجموعات رياضية فيجدون أن

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

هاته الموضوعات منتشرة أكثر من غيرها، وتتوافق هذه النتيجة مع الجدول رقم(08) الذي يرجع ذلك لخورزميات الفيسبوك.بينما ذهبت نسبة 11.7 % لعبارة "لافكرة لدي على الموضوع" يفسر ذلك بعدم اهتمام أفراد العينة بالرياضة وعدم استخدام منصة الفيسبوك لمتابعة الأخبار الرياضية، في الأخير نجد نسبة ضئيلة قدر ب9.1 % لعبارة "ضعيفة ولا تغطي كما ينبغي" يفسر ذلك أن الدوريات المحلية والرياضات الشعبية الأخرى التي لا تحظى بتغطية إعلامية جيدة.

المحور الثالث: كرة القدم في الجزائر

الجدول رقم (10): يمثل مدى متابعة أفراد العينة لأخبار كرة القدم على منصة فيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
39,2	77	تسعى دائما إلى معرفة آخر الأخبار
36,9	72	فقط حين لا تكون مشغولا
23,9	47	تتركها فقط للصدفة
% 100	196	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 39.2 % ومجموع تكرار مقدر ب 77 مفردة جاءت لعبارة "تسعى دائما إلى معرفة آخر الأخبار" ثم نسبة 36.9% وتكرار 72 مفردة لعبارة "فقط حين لا تكون مشغولا" وأخيرا نسبة 23.9 % وتكرار 47 مفردة لعبارة "تتركها فقط للصدفة".

تشير النتائج أن ما نسبته 39.2 % جاءت لعبارة "تسعى دائما لمعرفة آخر الأخبار" فهم يسعون دائما لمعرفة آخر المستجدات والأخبار الجديدة فهو يعتبر اهتماما شائعا بين الباحثين الشغوفين بالرياضة لمساعدتهم على مواكبة التطورات وفهم المزيد من المعلومات لإشباع احتياجاتهم، بينما نجد ما نسبته 36.9% جات لعبارة "فقط حين لا تكون مشغولا" يفسر ذلك أنهم يهتمون بالرياضة والإطلاع على أخبارها لكن ليس شيئا يقومون به بشكل يومي خلال أوقات العمل أو الدراسة بل يمارسونه في أوقات فراغهم، في حين نجد نسبة 23.9 % لعبارة "تتركها فقط للصدفة" يعود ذلك أن أفراد العينة ليست اهتماماتهم رياضية ولا يستخدمون منصة الفيسبوك لمتابعة الموضوعات الرياضية بل لمحتويات أخرى مفضلة لديهم.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (11) : يمثل متابعة أفراد العينة لبطولات كرة القدم

النسبة المئوية %	التكرار	بطولات كرة القدم
27	53	دوري أبطال أوروبا
2,5	05	دوري أبطال إفريقيا
36.8	72	كأس العالم
10.8	21	كأس إفريقيا
10.8	21	الدوري الإنجليزي الممتاز
2,5	05	الدوري الإسباني
9.6	19	الدوري الجزائري
% 100	196	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 36.8 % وتكرار 72 مفردة يتابعون بطولة كأس العالم لتلها نسبة 27% وتكرار 53 مفردة يتابعون دوري أبطال أوروبا، في حين نجد كأس إفريقيا و الدوري الإنجليزي الممتاز بنفس النسبة المئوية المقدر ب 10.8% ومجموع تكرار مقدر ب 21 مفردة لكليهما، أما في ما يخص الدوري الجزائري نجد نسبة 9.6 % وتكرار 19 مفردة وفي الأخير دوري أبطال إفريقيا والدوري الإسباني بنسبة مماثلة قدرت ب 2.5% وتكرار خمسة مفردات.

يعتبر كأس العالم حدثا رياضيا كرويا عالميا يجذب اهتمام الجماهير في جميع أنحاء العالم فهو يجمع بين المنافسة الشديدة والمهارة الفائقة فالعديد من المبحوثين لذلك نسبة 36.8 بالمئة يفضلونه و يشعرون بالإهتمام والحماس لمشاهدة أحداث كرة القدم فهي تمثل لهم الإنتماءات الإقليمية والوطنية مع منتخب بلادهم كما يعتبر الحدث عملا موحدًا يتجمع حوله الملايين من

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الناس بغض النظر عن جنسياتهم. في المقابل نجد نسبة 27 % للذين يفضلون دوري أبطال أوروبا المعروف بمنافسة أكبر الفرق على المستوى العالمي وبأفضل اللاعبين وهذا يجعل المباريات أكثر إثارة وتشويق كريال مدريد - البياسجي - مانشستر سيتي - برشلونة وهي متداولة على طول السنة من دوريات، بينما ما نسبته 10.8 % يفضلون الدوري الإنجليزي الممتاز يفسر ذلك بالتغطية الإعلامية الواسعة والتواجد الكبير للأندية يزيد من شعبيته وشهرته، و أيضا كأس إفريقيا وهذا يدل على إنتماء أفراد العينة إفريقيا. واخيرا نجد نسبة ضئيلة لمتابعة الدوري الجزائري راجع ذلك لتدني مستوى الفرق المحلية وأيضا الدوري الإسباني لمحبين مباريات الكلاسيكو.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (12): يمثل نوع الرياضة لدى أفراد العينة والتي لديهم فكرة كاملة عن أداء المنتخب الوطني فيها

النسبة المئوية %	التكرار	نوع الرياضة
92.9	182	كرة القدم
0.5	01	كرة اليد
1	02	كرة السلة
5.6	11	أخرى
% 100	196	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه أن معظم المبحوثين لديهم فكرة كاملة عن كرة القدم وأداء المنتخب الوطني وذلك بنسبة 92.9 % ومجموع تكرار مقدر ب 182 مفردة، تليها نسبة 5.6% وتكرار 11 مفردة لرياضات أخرى، ونسبة 1% وتكرار مفردتين لكرة السلة في حين نجد كرة اليد بنسبة 0.5 % وتكرار مفردة واحدة من مفردات البحث.

نستنتج أن هناك تباين في النسب حيث جاءت (كرة القدم) بنسبة 92.9% وهي النسبة الأعلى وتفسير ذلك أنها الرياضة الأكثر شعبية و انتشارا في الجزائر، وتلعب دورا هاما في التواصل والإنسجام بين الفئات المختلفة من المجتمع فهي تعزز الولاء والانتماء للفرق المحلية والوطنية ويعتبر دعمها جزءا من الهوية الوطنية لما تحظاه بتغطية إعلامية كبيرة في البلاد وتلقى رعاية وإهتماما من السلطات المتخصصة، عكس الرياضات الأخرى التي نستطيع القول عنها مهمشة بعض الشيء ولا تحظى بالتغطية الإعلامية الكافية ونفس الإهتمام التي تتمتع به كرة القدم.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (13) :يمثل درجة متابعة أفراد العينة لأحداث كرة القدم في الجزائر.

النسبة المئوية %	التكرار	درجة المتابعة
49.7	97	عالية
29.8	57	متوسطة
13.2	26	ضعيفة
8,1	16	لا تحب متابعتها إطلاقا
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم(13) يتضح لنا درجة متابعة أفراد العينة لأحداث كرة القدم في الجزائر بحيث نجد متابعة "عالية" بنسبة 49.7 % وتكرار 97 مفردة ، ومتابعة "متوسطة" بنسبة 29.8 % وتكرار 57 مفردة، ومتابعة "ضعيفة" بنسبة مئوية قدرها 13.2 % بتكرار 26 مفردة وأخيرا عبارة "لا تحب متابعتها إطلاقا" بنسبة 8.1 % وتكرار 16 مفردة.

تشير هذه النتائج أن درجة متابعة المبحوثين لأحداث كرة القدم في الجزائر عالية بنسبة 49.7 % وهذا يفسر الشغف الكبير الذي توليه هاته الفئة لكرة القدم فهي ترتقب كل الأحداث المتعلقة بها باهتمام كبير، بينما نجد درجة متابعة "متوسطة و ضعيفة" بالنسبة لأفراد العينة الذين ليسوا مجتهدين في متابعة كل الأخبار الرياضية ولديهم مسؤوليات أخرى لاتتيح لهم فرصة للتفرغ بشكل كامل لمتابعة أحداث كرة القدم ويعتبروها هواية ثانوية .في الأخير نجد أدنى نسبة كانت لخيار "لا تحب متابعتها إطلاقا" يفسر ذلك أن ليس للجميع نفس الإهتمام والشغف.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (14) : يمثل رأي أفراد العينة في البطولة المحلية لكرة القدم

النسبة المئوية %	التكرار	البطولة المحلية
13,9	27	بطولة محترفة تستحق المتابعة
31,6	62	بطولة متوسطة الأداء
6,31	62	بطولة ضعيفة لاتستحق المتابعة
22,9	45	ليس لديك أي فكرة عنها
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (14) نلاحظ أن البطولة المحلية لكرة القدم هي "بطولة متوسطة الأداء" و "بطولة ضعيفة لاتستحق المتابعة" جاءت بنفس النسبة المقدرة ب 31.6 % وتكرار 62 مفردة، و عبارة "ليس لديك أي فكرة عنها" جاءت بنسبة 22.9 %، بينما "بطولة محترفة تستحق المتابعة " جاءت بنسبة 13.9% وتكرار 27 مفردة من مفردات الدراسة.

تشير النتائج إلى كون البطولة المحلية ضعيفة مقارنة بالبطولات الكبرى العالمية ولا ترقى لمستوى شهرتهم أو متابعتهم المستمرة، في حين نجد بعض المبحوثين " ليس لديهم أي فكرة عنها" بسبب ضعف التغطية الإعلامية ولا يفضلون الرابطة الجزائرية ويتابعون المنتخب الأول فقط وقد يكون راجع لعدم وجود ميولات رياضية. أما باقي أفراد العينة يرونها "بطولة محترفة تستحق المتابعة" يفسر ذلك فخرهم تجاه فرقهم المفضلة كإتحاد العاصمة وشباب بلوزداد .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (15): يمثل إبداء آراء المبحوثين في موضوعات رياضية.

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
40,3	79	نعم
59,7	117	لا
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (15) نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 59.7 % وتكرار 117 مفردة أقروا ب (لا) لم ينشروا رأيا في موضوع رياضي، بينما أقر مانسبته 40.3 % وتكرار 79 مفردة ب (نعم) نشروا رأيا في موضوع رياضي.

يعود ذلك أن المبحوثين يفتقدون الخبرة والمعرفة الكافية للتعليق على الأحداث الرياضية أو نشر رأيهم فيها ، فقد يشعرون بالخجل أو القلق حيال التعبير عن رأيهم الرياضي خاصة إذا كانوا يشعرون بالتردد في الرد على الأسئلة أو الإستجابة للإنتقادات. في المقابل نجد فئة من أفراد العينة لديهم إهتمام بالمجال الرياضي وقادرون على الإسهام في مناقشات رياضية والتعبير عن آرائهم.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (01-15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية المنشور الرياضي

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية المنشور
54.4	43	دافعت عن أداء فريقك
11.3	9	هاجمت أداء الفريق
16.4	13	انتقدت أداء المدرب
17.9	14	انتقدت أداء الهيئات الكروية
% 100	79	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم(01-15) نلاحظ أن المرتبة الأولى جاءت لعبارة "دافعت عن أداء فريقك" بنسبة 54.4 % بتكرار 43 مفردة، والمرتبة الثانية لعبارة "انتقدت أداء الهيئات الكروية" بنسبة 17.9 % وتكرار 14 مفردة ، والمرتبة الثالثة لعبارة "انتقدت أداء المدرب" بنسبة 16.4 % وتكرار 13 مفردة وفي المرتبة الأخيرة عبارة "هاجمت أداء الفريق" بنسبة مئوية قدرها 11.3 % وعدد تكرارات 9 مفردات.

تشير النتائج أن أعلى نسبة والتي قدرت ب 54.4 % حظيت بها عبارة "دافعت عن أداء فريقك" وهذا ليس غريب عن المبحوثين الجزائريين فهو جمهور رياضي تتحكم فيه العاطفة، فنشر الرأي الدفاعي تعبيرا عن الموالة والإلتزام بالعمل الجماعي والانتماء للفريق بشكل قوي والرغبة في دعمه وتشجيعه في أي حال بغض النظر عن الأداء الفعلي له، تليها عبارة "انتقدت أداء الهيئات الكروية" بنسبة 17.9% يعود ذلك أن المبحوثين يرون أن هناك فساد وتلاعب في الرياضة الجزائرية التي أدت إلى تصاعد حدة الإنتقادات صوب الإتحادية والمديرية الفنية ككل مرة دون الخوض في تحليل عميق للوضع والبحث عن أسباب التراجع، أما من يرون أن هناك خلل في أداء المدرب فقد شكلوا نسبة 16% ذلك أنهم يظنون أن بعض المدربين ليسوا على قدر من الكفاءة التي

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

تؤهلهم تدريب فريق متكامل بخطة محكمة تتيح له الفوز، بينما نسبة 13.3% قد هاجموا أداء الفريق وقد يكون هذا بسبب تراجع أداء فريقهم المفضل أو عدم التزام اللاعبين بالتدريبات حسب رأيهم كما يمكن أن يكون هذا راجع لعدم معرفتهم الكافية بكرة القدم مما يؤثر على قدرتهم في تقييم أداء الفريق .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

جدول رقم (16): يمثل رأي أفراد العينة في تغطية الصفحات الرياضية لأحداث المنتخب المحلي الأخيرة (الشان)

النسبة المئوية %	التكرار	نوعية التغطية
51	100	جيدة
41.9	82	متوسطة
7.1	14	ضعيفة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (16) يتبين لنا أنّ نسبة 51% وتكرار 100 مفردة جاءت لتغطية "جيدة" وتليها نسبة 41.9 % وتكرار 82 مفردة لتغطية "متوسطة" أما باقي أفراد العينة بنسبة 7.1 % وتكرار 14 مفردة يرون أن التغطية "ضعيفة".

تشير النتائج أن أكبر نسبة جاءت لعبارة "جيدة" بنسبة 51% كون هذه البطولة أقيمت في الجزائر فأعطت لها بعدا وزخما وثقلا لهاته المنافسة التي لم تكن مشهورة من خلال التغطية الإعلامية الجيدة للأحداث أولا بأولا فيتم إعطاء الجماهير فرصة لفهم الأداء الفردي والفريق بشكل أفضل وعرض الخطط التكتيكية ومؤشرات الأداء، في المقابل نجد ما نسبته 41.9 % من فئة المبحوثين يرون أن تغطية الصفحات الرياضية "متوسطة" قد يكون راجع لعدم إهتمام أفراد العينة بالمنتخب المحلي أو كثرة الصفحات الرياضية وغياب المصداقية عند البعض مما يشوش على المبحوثين و يحول دون معرفتهم للأخبار المؤكدة لمتابعة الأحداث أو قد يكون التركيز على الأحداث الكروية العالمية وبالتالي التغطية تكون أقل بالنسبة للمنتخب المحلي. في الأخير نجد من يرون أن التغطية "ضعيفة" بنسبة 7.1% لفئة ضئيلة من المبحوثين ربما راجع لعدم متابعتهم لصفحات رياضية .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

*تفاعل أفراد العينة مع الأحداث الكروية من خلال الصفحات الرياضية في منصة الفيسبوك

الجدول رقم(01-17): يمثل تفاعل أفراد العينة عند تضييع ركلة الترجيح للاعب المحلي (أيمن محيوص)

طريقة التفاعل	التكرار	النسبة المئوية %
منشور تهاجم فيه اللاعب	21	10.8
منشور تدعم فيه اللاعب	16	8.1
التعليق على أحد المنشورات	45	23
كنت حيادياً	114	58.1
المجموع	196	% 100

من خلال معطيات الجدول رقم (01-17) يتّضح لنا تفاعل أفراد العينة عند تضييع ركلة الترجيح للاعب المحلي ، حيث كانت أكبر نسبة لعبارة "كنت حيادياً" بنسبة 58.1 % ومجموع تكرار مقدر ب 114 مفردة ، في المقابل نجد عبارة "التعليق على أحد المنشورات" بنسبة 23% وتكرار 45 مفردة و عبارة "منشور تهاجم فيه اللاعب" بنسبة 10.8 % بتكرار 21 مفردة ، بينما أقل نسبة 8.1 % وتكرار 16 مفردة عادت لعبارة "منشور تدعم فيه اللاعب".

تشير هاته النتائج أن أغلب المبحوثين وبنسبة 58.1 % لم يتفاعلوا مع تضييع ضربة الترجيح واكتفوا بالحياد يمكن تفسير هذا بعدم إهتمامهم بكرة القدم بشكل عام وعدم متابعة أحداثها على الصفحات الرياضية، في المقابل مانسبته 23% جاءت لعبارة "التعليق على أحد المنشورات" وهذا راجع لكثرة المنشورات من الصفحات الرياضية ويريدون التعليق لتتم رؤيتهم من قبل متابعين هاته الصفحات أو المستخدمين حتى يتفاعلوا معهم حول آرائهم ، ومن ناحية أخرى نجد نسبة 10.8% لعبارة "منشور تهاجم فيه اللاعب" يفسر ذلك ذلك حالة الغضب تجاه اللاعب المحلي. في الأخير

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

نسبة 8.1 % لعبارة "منشور تدعم فيه اللاعب" وهي تمثل أدنى نسبة، وتفسير ذلك أن المشاركة الرياضية تعتمد على الكثير من الخطأ - الضغط النفسي وضغط الجمهور كلها يعود سلبا على أداء اللاعب كذلك قد يسبب الهجوم على اللاعب في تأثير سلبي على أدائه المستقبلي.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (02-17) : يمثل تفاعل أفراد العينة عند خسارة المنتخب الوطني الجزائري أمام الكاميرون وعدم تأهله لكأس العالم 2022.

النسبة %	التكرار	طريقة التفاعل
36.2	71	منشور تهاجم فيه المنتخب
2.6	05	منشور تدعم فيه المنتخب
30.6	60	التعليق على أحد المنشورات
30.7	60	كنت حيادياً
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (02-17) نلاحظ أن عبارة "منشور تهاجم فيه المنتخب" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 36.2 % وتكرار 71 مفردة ثم عبارة "كنت حيادياً" في المرتبة الثانية بنسبة 30.7 % وتكرار 60 مفردة، ثم عبارة "التعليق على أحد المنشورات" في المرتبة الثالثة بنسبة 30.6 % وتكرار 60 مفردة، أما المرتبة الرابعة لعبارة "منشور تدعم فيه المنتخب" بنسبة 2.6 % وتكرار 5 مفردات من مفردات الدراسة.

تشير هاته النتائج أن أعلى نسبة 36.2 % هاجموا المنتخب الوطني من خلال منشورات ويفسر ذلك شعورهم بالخيبة والإحباط الكبير لعدم تأهل المنتخب الوطني لكأس العالم ، في حين نجد نسبة 30.7 اكتفوا بالحياد وتفسير ذلك أن تأثير الخسارة لا يؤثر على المبحوثين من ناحية العواطف والإهتمامات . في المقابل نجد نسبة 30.6 % للذين علقوا على أحد المنشورات فهم يتفاعلون بشكل نشط مع الأحداث الكروية ولديهم إهتمام خاص بالمنتخب الوطني وأخيرا نجد عدد قليل من المبحوثين بنسبة 2.5 % يدعمون المنتخب ويفسر هذا بتأثير الأداء الجيد الذي قدمه المنتخب خلال التصفيات والتي كانت قريبة جدا من التأهل وأن كرة القدم لعب وخسارة.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (03-17): يمثل تفاعل أفراد العينة مع الحكم (بكارى قاساما) وقراراته المشكوك فيها من خلال إدارته لمباراة الجزائر & الكامرون.

النسبة المئوية %	التكرار	طريقة التفاعل
36.2	71	منشور تهاجم فيه الحكم
2.5	05	منشور تدعم فيه الحكم
30.6	60	التعليق على أحد المنشورات
30.7	60	كنت حيادياً
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (03-17) يتضح لنا تفاعل أفراد العينة مع قرارات الحكم (بكارى قاساما) حيث أن نسبة 36.2 % وتكرار 71 مفردة تفاعلت من خلال منشور تهاجم فيه الحكم، وهي أعلى نسبة في الجدول تليها عبارة "كنت حيادياً" بنسبة 30.7 % وتكرار 60 مفردة ثم عبارة "التعليق على أحد المنشورات" بنسبة 30.6 % وتكرار 60 مفردة بينما تأتي عبارة "منشور تدعم فيه الحكم" بنسبة 2.5% تكرار 5 مفردات كأدنى نسبة.

ومنه نستنتج أن الإجابة رقم (01) تصدر الإختيارات بنسبة 36.2 % وهذا يعكس توجهها شديد الإنتقاد لأداء الحكم خلال المباراة وصعوبة أفراد العينة في قبول النتائج التي تؤثر على فريقهم وتوقعهم إحترام القواعد التحكيمية ويتم تطبيقها بشكل صحيح وعادل، في المقابل نجد مانسبته 30.7% اكتفوا بالحياد يفسر ذلك لعدم الرغبة في الجدل الذي ينشأ حول الحكم وخسارة المنتخب والدخول في نقاشات محتملة مع المستخدمين أو ليس لديهم الخبرة الكاملة في الأمور التحكيمية حتى يتمكنو من إبداء رأيهم الرياضي ونجد فئة من المبحوثين علقو على إحدى المنشورات بنسبة 30.6 % وهذا يعكس رغبة المشاركة في النقاشات الرياضية وتبادل التعليقات.في

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الأخير نجد فئة قليلة تدعم الحكم بنسبة 2.5 % وهذا راجع لتباين الرؤى بين أفراد العينة ويوجهون الإتهام للاعبين بعد التركيز والمدرب باختياراته الفنية الخاطئة.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (04-17): يمثل تفاعل أفراد العينة على إعادة مباراة الجزائر & الكامرون

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
20.4	40	صدقت
79.6	156	لم تصدق
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (04-17) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة وبنسبة 79.6 % وتكرار 156 مفردة أجابوا ب (لا) لم يصدقوا إعادة المباراة بينما ما نسبته 20.4 % وتكرار 40 مفردة كانت الإجابة ب (نعم) صدقوا إعادة المباراة.

نستنتج أن هناك نسبة عالية لم تصدق إعادة المباراة ذلك أنهم لا يعتمدون على فيسبوك والصفحات الرياضية كمصدر أساسي للمعلومات المتناولة في حين باقي أفراد العينة والتي قدرت نسبتهم ب 20.4 % صدقوا إعادة المباراة قد يفسر ذلك بالتأثير القوي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث يلتفت المبحوثين إلى ردود الفعل والتعليقات التي تؤكد على ضرورة إعادة المباراة.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (05-17): يمثل تفاعل أفراد العينة مع خسارة المنتخب الوطني وخروجه من الدور الأول في كأس إفريقيا 2021

النسبة المئوية %	التكرار	طريقة التفاعل
8.6	17	منشور تهاجم فيه المنتخب
25	49	منشور تدعم فيه المنتخب
28.5	56	التعليق على أحد المنشورات
37.9	74	كنت حياديا
% 100	196	المجموع

يمثل الجدول أعلاه تفاعل أفراد العينة مع خسارة المنتخب الوطني الجزائري في كأس إفريقيا 2021 وخروجه من دوري المجموعات؛ حيث نلاحظ أن نسبة 37.9% اتخذوا الحياد كموقف من هذه الخسارة بتكرار 74 مفردة بينما نسبة 28.5% قاموا بالتعليق على أحد المنشورات المتعلقة بالموضوع بتكرار 56 مفردة ونلاحظ أيضاً أن 25% قد قاموا بنشر منشور يعبرون من خلاله عن دعمهم للمنتخب بتكرار 49 مفردة في حين نجد نسبة 8.6% قد نشروا منشوراً هاجموا فيه المنتخب الوطني بتكرار 17 مفردة .

تشير النتائج أن نسبة 37.9% بقوا حياديين بعد خسارة المنتخب الوطني وخروجه من الدوري الأول في كأس إفريقيا ذلك أن هؤلاء الأشخاص لا يتفاعلون بعمق وحساسية مع المواضيع الرياضية ولا تعتبر من أولوياتهم، في حين قام 28.5 بالمئة منهم بالتعليق على أحد المنشورات وهذا راجع أنهم يجدون في التعليقات متنفسهم من خلال تبادل الآراء مع الآخرين ورغبتهم في أن يعرف الكثير من الأشخاص آراءهم، في المقابل هناك 25 بالمئة من المبحوثين يقومون بدعم المنتخب من خلال منشوراتهم بغض النظر عن النتيجة فهم أوفياء للكرة الجزائرية ، كما هاجمت نسبة 8.6

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

بالمئة منهم المنتخب الوطني بعد خسارته وهي الطريقة التي يرون أنها مناسبة للتعبير عند الغضب أو الشعور بالخيبة والإحباط.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (06-17): يمثل تفاعل أفراد العينة على فوز المنتخب الوطني بكأس إفريقيا 2019

النسبة المئوية %	التكرار	طريقة التفاعل
64.8	127	منشور تدعم فيه المنتخب
15.9	31	التعليق على أحد المنشورات
19.3	38	كنت حياديا
% 100	196	المجموع

يمثل الجدول أعلاه تفاعل أفراد العينة مع الفوز بكأس إفريقيا 2019 للمرة الثانية بعد غياب دام 29 سنة؛ حيث نلاحظ أن نسبة 64.8 بالمائة قد قامو بوضع مناشير يدعمون فيها المنتخب بتكرار 127 مفردة في حين نسبة 19.3 منهم كانت حيادية فيما يتعلق بهذا الحدث بتكرار 38 مفردة كما نجد ما نسبته 15.9% قد شاركوا من خلال التعليق على أحد المنشورات بتكرار 31 مفردة.

ذلك أن نسبة 64.8% التي تمثل أكبر نسبة قامت بدعم المنتخب من خلال منشور يعبرون فيه عن فرحتهم بهذا النصر و فخرهم واعتزازهم بانتمائهم للبلد التي تحوي بطل إفريقيا فكرة القدم عند الجزائريين تمثل موضوعاً غير قابل للنقاش. أما 15.9 بالمائة قامو بمشاركة فرحتهم من خلال التعليق على أحد المنشورات لتبادل التهنئات والإعجاب بهذا الحدث الرياضي المنتظر بالنسبة لهم. و 19.3 بالمائة اكتفوا بالحياد فهم يرون أن التعبير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إفتراضي وقد لا يشبع رغباتهم ولا يمكنهم من إيصال مشاعرهم بالقدر الكافي .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (07-17): يمثل تفاعل أفراد العينة على 35 فوز دون هزيمة للمنتخب الوطني

النسبة المئوية %	التكرار	طريقة التفاعل
56.6	111	منشور تدعم فيه المنتخب
23	45	التعليق على أحد المنشورات
20.4	40	كنت حيادياً
% 100	196	المجموع

يمثل الجدول أعلاه تفاعل أفراد العينة على 35 مباراة دون هزيمة للمنتخب الوطني؛ حيث نلاحظ أن نسبة 56.6% قد قاموا بنشر منشور دعمو من خلاله المنتخب بتكرار 111 مفردة في حين علقت نسبة 23 بالمئة منهم على أحد المنشورات بتكرار 45 مفردة، و النسبة المتبقية المتمثلة في 20.4 بالمئة اكتفت بالحياد بتكرار 40 مفردة.

يمكن تفسير ذلك بأن نسبة 56.6 بالمئة شعروا بالفخر تجاه منتخبهم الذي أصبح في مصاف الكبار كإيطاليا والأرجنتين كما يمكن أن تؤثر العوامل الشخصية مثل القيم والإهتمامات على آرائهم، في حين 23 بالمئة منهم علقوا على أحد المنشورات ذلك أنهم يرون أنها أفضل طريقة لإظهار توجهاتهم الشخصية تجاه هذا الموضوع، أما النسبة المتبقية المتمثلة في 20.4 بالمئة اكتفت بالحياد فقد يكونون غير مهتمين بالموضوع أو يفضلون عدم التعبير عن آرائهم بأحد الطرق السابقة .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

المحور الرابع: الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر

الجدول رقم (18): يمثل رأي أفراد العينة في أداء المنتخب الوطني من خلال ما تعكسه الصفحات الرياضية الجزائرية

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
55.1	108	تثمن الأداء وتدعمه في كل جولاته
44.8	88	تنتقد أداء المنتخب عند أول خسارة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (18) يتضح أن ما نسبته 55.1 % وتكرار 108 مفردة من إجابات المبحوثين تشير أن الصفحات الرياضية "تثمن أداء المنتخب الوطني وتدعمه في كل جولاته" بينما ما نسبته 44.8 % وتكرار 88 مفردة من الإجابات أشارت إلى "تنتقد أداء المنتخب الوطني في أول خسارة له".

يفسر ذلك أنه حسب رأي غالبية المفردات -51 % منهم- فالصفحات الرياضية تثمن أداء المنتخب الوطني وتدعمه في كل جولاته نظرا لحبهم الشديد لكرة القدم ومحاولاتهم الدائمة الحفاظ على روح الجماعة والوعي الرياضي العالي بالنسبة لهم، أما ما نسبته 44.8 % فتحكمهم العاطفة إذ أنهم ينتقدون المنتخب عند أول خسارة فالروح الرياضية عندهم لاتعترف سوى بالريح المستمر.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (19): يمثل رأي أفراد العينة لصورة المدرب الوطني من خلال ما تعكسه الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
58.7	115	تثمن المدرب الوطني وتدعمه رغم إخفاقاته الأخيرة
13.2	26	تنتقد المدرب الوطني عند أول خسارة
12.8	25	تنتقد إختياراته للاعبين
15.3	30	تنتقد خطته للعب
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (19) يتبين لنا رأي أفراد العينة في المدرب الوطني من خلال ما تعكسه الصفحات الرياضية وهي مرتبة على التوالي: عبارة "تثمن المدرب الوطني وتدعمه إخفاقاته الأخيرة" بنسبة 58.7% وتكرار 115 مفردة، وهي العبارة التي حصلت على أعلى نسبة مئوية ثم عبارة "تنتقد خطته للعب" بنسبة 15.3 % بتكرار 30 مفردة ثم عبارة "تنتقد أداء المدرب الوطني عند أول خسارة" بنسبة 13.2 % ومجموع تكرار قدر بـ 26 مفردة وعبارة "تنتقد إختياراته للاعبين بنسبة 12.8 بالمئة وتكرار 25 مفردة من مفردات العينة.

ذلك أن نسبة 58.7 بالمئة وهي تعتبر أعلى نسبة من المبحوثين يرون أن الصفحات الرياضية تدعم المدرب الوطني رغم إخفاقاته الأخيرة لأنهم يثقون في خبراته ويروا أن هذا بمثابة رد جميل له على الإنتصارات التي حلت على المنتخب منذ توليه التدريب ، بينما أخذت البقية في انتقاده بداية من أول خسارة له بنسبة 13.2 بالمئة أنهم لم يستطيعوا تقبل هذه الخسارة بعد كل الإنتصارات ولم يتقبلوا النزول من القمة. إلى إختياراته للاعبين 12.8 بالمئة فهم يرون أن هناك لاعبين غير أكفاء ولا

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

يستحقون مواصلة اللعب مع المنتخب وخطتعب للعب بنسبة 15.3 بالمئة فيرون أنه هناك ثغرات كبيرة في خطته في المباريات الأخيرة أدت إلى الخسارات المتتالية أوقفت سلسلة الريح.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (20): يمثل رأي أفراد العينة لصورة اللاعبين من خلال ماتعكسه الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
41.9	82	تثمن أداء اللاعبين وتدعمهم
21.9	43	تنتقد البعض لسوء مردودهم
36.2	71	تثمن في الفوز وتنتقد في الخسارة
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (20) يتبين لنا أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين تقدر ب 41.9 % وتكرار 82 مفردة أجابوا أن الصفحات الرياضية (تثمن أداء اللاعبين وتدعمهم) تليها نسبة 36.2 % وتكرار 71 مفردة (تثمن في الفوز وتنتقد في الخسارة) في حين نجد نسبة 21.9 % وتكرار 43 مفردة يرون أن الصفحات الرياضية (تنتقد البعض لسوء مردودهم).

تشير النتائج أن مانسبته 41.9 بالمئة من المفردات (تثمن أداء اللاعبين وتدعمهم) في كل حالاتهم نظرا لموهبتهم في اللعب ومحاولاتهم المتواصلة في الوصول لنتيجة أفضل من سابقتها بينما نسبة 21.9 بالمئة (تنتقد البعض لسوء مردودهم) فهم بالنسبة لهذا الجمهور عبئ على المنتخب ويجب استبدالهم والتخلص منهم، في حين نسبة 36.2 بالمئة (تثمن في الفوز وتنتقد في الخسارة) فمشاعرهم هي المتحكم الرئيسي في قراراتهم ولا يحكمون الأمور بعقلانية.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (21): يمثل رأي أفراد العينة الهياكل الجزائرية من خلال ما عكسته الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
60.2	118	أثنت على الهياكل
19.3	38	قللت من أهمية الانجاز
20.5	40	تجاهلت الموضوع
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (21) يتضح أن هناك تباين في آراء أفراد العينة من خلال

ماعكسته الصفحات الرياضية حول الهياكل الجزائرية، حيث جاءت عبارة (أثنت على الهياكل)

بنسبة 60.2 % وتكرار 118 مفردة ، تليها في المرتبة الثانية عبارة (تجاهلت الموضوع) بنسبة 20.5 %

وتكرار 40 مفردة ثم عبارة (قللت من أهمية الإنجاز) بنسبة 19.3 % وتكرار 38 مفردة في المرتبة

الثالثة.

ذلك أن الصفحات الرياضية قد عكست بصورة جيدة الهياكل الرياضية الجديدة ف 60.2 %

يرون أنها (أثنت على الهياكل) لما يراه من تقدم في المرافق ومحاولات جاهدة في إعطاء صورة جيدة

حول الهياكل الرياضية وخاصة مع الأحداث الأخيرة المقامة في الجزائر، بينما نجد 19.3 % يرون أن

هناك صفحات (قللت من أهمية الإنجاز) ولم تستطع إيفاء هذه الإنجازات حقها في حين أن هناك

20.5 % من المفردات يرون أن هذه الصفحات قد (تجاهلت الموضوع) ولم تعطه اطلاقا الأهمية

التي يستحقها وهذا قد يرجع أنهم يحاولون دائما إظهار النقص في كل ما هو جديد.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (22): يمثل مساهمة الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
20.5	40	تغيير مواقفك الرياضية
19.3	38	تعديل مواقفك الرياضية
24	47	تكوين مواقفك الرياضية
36.2	71	تثبيت مواقفك الرياضية
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (22) يتضح لنا مساهمة الصفحات الرياضية حيث جاءت في المرتبة الأولى (تثبيت مواقفك الرياضية) بأعلى نسبة قدرت ب 36.2 بالمئة وتكرار 71 مفردة ثم جاءت في المرتبة الثانية (تغيير مواقفك الرياضية) بنسبة 20.5 بالمئة وتكرار 40 مفردة، في المرتبة الثالثة (تكوين مواقفك الرياضية) بنسبة 24 بالمئة وتكرار 47 مفردة والمرتبة الرابعة (تعديل مواقفك الرياضية) بنسبة 19.3 بالمئة وتكرار 38 مفردة، وهي أدنى نسبة.

يمكن تفسير ذلك أن الصفحات الرياضية تساهم بشكل كبير في تثبيت المواقف الرياضية بنسبة (36.2%) لمتابعيها وذلك يرجع إلى القدرة الإقناعية ومهاراتها في تحليل المواقف الرياضية ما يشكل ثقة المتابعين بها ويثبت آرائهم، إضافة لذلك أنها تساهم في تكوين مواقفهم الرياضية وتعديلها عند الكثير من المتابعين

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (23): تكوين الصفحات الرياضية للانطباعات

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
73	143	نعم
27	53	لا
% 100	196	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (23) يتّضح أنّ ما نسبته 73 بالمئة وتكرار 143 مفردة أقرّوا ب (نعم) كونت لهم الصفحات الرياضية إنطباعاً حول الرياضة في المقابل نجد ما نسبته 27 بالمئة بتكرار 53 مفردة أعربوا ب (لا) لم تكون لهم الصفحات الرياضية إنطباعاً.

يفسر ذلك أن نسبة كبيرة قدرت ب 73% من أفراد العينة كونت لهم الصفحات الرياضية إنطباعاً حولها قد يكون هذا الإنطباع إيجابياً أو سلبياً فكل فرد يشكل إنطباعاً مختلفاً حولها بناءً على تفضيلاته واهتماماته الرياضية وتوقعاته، في حين نجد باقي أفراد العينة وبنسبة 27% لم تكون لهم الصفحات الرياضية إنطباع ذلك أن هاته الفئة المبحوثة لم يكون مهتمين بالرياضة بشكل كبير ولم يتابعوا الصفحات الرياضية بشكل منتظم وبالتالي لا يمتلكون صورة ذهنية واضحة عن هذه الصفحات.

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

الجدول رقم (01-23) يمثل شكل الإنطباع المكون من خلال الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	شكل الإنطباع
80.4	115	إيجابي
19.6	28	سلبي
% 100	143	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (01-23) يتّضح لنا أنّ ما نسبته 80.4 % وتكرار 115 مفردة كان الإنطباع (إيجابي) بينما ما نسبته 19.6% بتكرار 28 مفردة شكل الإنطباع (سلبي).

نستنتج أن ما نسبته 80.4 % يرون أن الإنطباع (إيجابي) وهذا راجع على رضا الفئة المبحوثة بالدور الذي تقدمه الصفحات الرياضية وإشباع رغباتهم من خلال تغطيتها الشاملة وتحليلاتها الدقيقة وتقديمها للمعلومات في كل ما يخص الأحداث الرياضية ويعني بالضرورة أن الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر إيجابية وقوية من خلال هاته الصفحات الرياضية، في المقابل نجد ما نسبته 19.6% يرون بأن إنطباعهم عن الصفحات الرياضية (سلبي) وهي تعد نسبة ضئيلة قد تكون ناتجة عن عدم تلبية الصفحات الرياضية لتوقعات متابعيها وهذا لاختلاف المبحوثين في طبيعة استقبالهم وإدراكهم لهاته المضامين الرياضية المتاحة على الصفحات الرياضية نظرا لاختلاف مستوياتهم الثقافية وبياناتهم السوسيوديمغرافية.

1. نتائج الدراسة :

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول (الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الإجتماعي) تم التوصل إلى النتائج الآتية :

نتائج المحور الأول : البيانات السوسيوديمغرافية

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن فئة الذكور هم الأكثر متابعة للمواضيع الرياضية وهذا ما أكدته النسبة (53.1%)
- ✓ أن الفئة العمرية من (21 فما فوق) هم الأكثر متابعة للمواضيع الرياضية وهذا ما بينته النسبة (93.3%)

نتائج المحور الثاني : أنماط وعادات استخدام الأفراد لمواقع التواصل الإجتماعي

- ✓ أكثر منصة يستخدمها أفراد العينة هي الفيسبوك وهذا ما وضحته النسبة (65.3%)
- ✓ إن تنوع المنشورات هو أكثر عامل يجذب أفراد العينة لاستخدام المنصات الإجتماعية المفضلة لديهم وهذا ما أكدته النسبة (55.1%)
- ✓ تعتبر الرياضة أكثر المواضيع متابعة على الشبكات الإجتماعية من قبل أفراد العينة وهذا حسب النسبة (42%)
- ✓ إن موقع الفيسبوك هو الأكثر تغطية للمواضيع الرياضية وهذا ما بينته النسبة (59.7%)
- ✓ إن تغطية صانعي المحتوى للمواضيع الرياضية في منصة الفيسبوك جيدة وهذا ما أكدته النسبة (74.5%)
- ✓ إن تغطية صانعي المحتوى للمواضيع الرياضية في منصة اليوتيوب جيدة وهذا ما وضحته النسبة (69.4%)
- ✓ إن تغطية صانعي المحتوى للمواضيع الرياضية في منصة الانستغرام جيدة وهذا ما بينته النسبة (66.8%)

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

- ✓ إن تغطية صانعي المحتوى للمواضيع الرياضية في منصة التيك توك سيئة وهذا ما حسب النسبة (58.7%)
- ✓ إن تغطية صانعي المحتوى للمواضيع الرياضية في منصة التويتري سيئة وهذا ما أكدته النسبة (58.7%)
- ✓ إن منصة الفيسبوك تغطي المواضيع المتابعة من قبل أفراد العينة وهذا دلت عليه النسبة (73%)
- ✓ إن مواضيع كرة القدم متغيرة حسب أهمية الدورات الرياضية في منصة الفيسبوك وهذا حسب النسبة (60.9%)

نتائج المحور الثالث : كرة القدم في الجزائر

- ✓ يسعوا أفراد العينة دائما إلى معرفة آخر الأخبار حول كرة القدم في منصة الفيسبوك وهذا ما وضحته النسبة (39.2%)
- ✓ يتابعون أفراد العينة بطولة كأس العالم وهذا ما بينته النسبة (36.2%)
- ✓ كرة القدم هي أكثر رياضة يتابعونها أفراد العينة ولديهم فكرة كاملة عن أداء المنتخب الوطني وهذا ما أكدته النسبة (92.9%)
- ✓ إن درجة متابعة أفراد العينة لأحداث كرة القدم عالية وهذا بينته النسبة (49.7%)
- ✓ البطولة المحلية هي بطولة ضعيفة لا تستحق المتابعة و متوسطة الأداء وهذا ما أكدته النسب على التوالي (31.6%) و (31.6%)
- ✓ إن أفراد العينة لم ينشروا آراء في موضوعات رياضية وهذا حسب النسبة (59.7%)
- ✓ تغطية الصفحات الرياضية لأحداث المنتخب المحلي الأخيرة [الشان] جيدة وهذا ما دلت عليه النسبة (51%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة لم يتفاعلوا مع تضييع ركلة الترجيح للاعب المحلي –أيمن محيوص- وهذا ما أكدته النسبة (58.1%)

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

- ✓ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة تفاعلوا مع خسارة المنتخب الوطني أمام الكامبيرون وعدم تأهله لكأس العالم من خلال منشور يهاجمون فيه المنتخب الوطني وهذا ما دلت عليه النسبة (36.2%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة تفاعلوا مع الحكم [بكارى قاساما] من خلال منشور يهاجمون فيه الحكم وهذا ما وضحته النسبة (36.9%)
- ✓ إن أغلب أفراد العينة لم يصدقوا إعادة المباراة بين الجزائر & الكامبيرون وهذا ما بينته النسبة (97.6%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة لم يتفاعلوا مع خسارة المنتخب الوطني في كأس إفريقيا 2021 وخروجه من دوري المجموعات وهذا ما أكدته النسبة (37.5%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة تفاعلوا مع فوز المنتخب الوطني بكأس إفريقيا 2019 من خلال منشور يدعمون فيه المنتخب الوطني وهذا ما وضحته النسبة (64.8%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن أفراد العينة تفاعلوا مع 35 مباراة دون هزيمة للمنتخب الوطني من خلال منشور يدعمون فيه المنتخب وهذا حسب النسبة (56.6%)

نتائج المحور الرابع : الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر

- ✓ أوضحت الدراسة أن الصفحات الرياضية تثمن أداء اللاعبين وتدعمهم في كل جولاتهم وهذا ما أكدته النسبة (55.1%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن الصفحات الرياضية ثمن أداء المدرب وتدعمه رغم إخفاقاته الأخيرة وهذا ما بينته النسبة (58.7%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن الصفحات الرياضية تثمن أداء اللاعبين وتدعمهم وهذا ما وضحته النسبة (41.9%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن الصفحات الرياضية أثنت على الهياكل الرياضية وهذا ما أكدته النسبة (60.2%)
- ✓ أوضحت الدراسة أن الصفحات الرياضية ساهمت في تثبيت المواقف الرياضية وهذا ما بينته النسبة (36.2%)

✓ أوضحت الدراسة أن الصفحات الرياضية كانت إنطباعاً حولها وهذا ما أكدته النسبة (73%) وكانت نسبة (80.4%) إنطباعاً إيجابياً.

2. نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات :

من خلال النتائج التي توصلت لها الدراسة يمكن الإجابة عن تساؤلات الدراسة كالآتي :

- ✓ تعتبر كرة القدم جزءاً مهماً من الثقافة الرياضية الجزائري من خلال المتابعة العالية لأحداث المنتخب الوطني
- ✓ أن الصفحات الرياضية تتفاعل بشكل إيجابي مع أحداث كرة القدم في الجزائر
- ✓ بينت نتائج الدراسة أن أداء الفرق الجزائرية في البطولات المحلية يؤثر على صورة الكرة الجزائرية في ذهن الأفراد وهذا التأثير سلبي يعود لضعف الأداء وبالتالي انخفاض الإهتمام بالبطولة المحلية
- ✓ أوضحت الدراسة أن صورة الرياضة لدى متابعين الصفحات الرياضية المتخصصة في كرة القدم تتميز بالحماس والشغف والإهتمام الكبير وذلك بالتفاعل مع مختلف الأحداث التي تخص المنتخب الوطني ويمتلكون صورة ذهنية إيجابية حول هاته الصفحات الرياضية المتخصصة في كرة القدم.

3. النتائج العامة للدراسة :

- ✓ الصفحات الرياضية لعبت دوراً مهماً في تعزيز الوعي الرياضي وتثبيت المواقف الرياضية وذلك عن طريق تغطية الأحداث الكروية الهامة ونشر المقالات والتقارير وغيرها
- ✓ الصفحات الرياضية حظيت بإنطباع إيجابي واسع النطاق لدى متابعيها نظراً للدور الهام الذي تلعبه في تغطية الأحداث الكروية وتقديم التحليلات الموضوعية والشاملة
- ✓ للصفحات الرياضية دوراً هاماً في صناعة الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال تغطيتها للأخبار الكروية بشكل واسع في هاته الصفحات بتقديم أخبار المنتخب الوطني والمدربين والهياكل الرياضية وتسليط الضوء على اللاعبين الذين يساهمون في هذه الإنجازات الكروية من خلال مناقشتها وتحليلها بشكل دائم وموثوق يسهل في تحديد صورة الرياضة في العقول والذهنيات للجماهير وتحليل المحددات التي تؤثر في هذه الصور وتساعد على تعزيز الإهتمام والشغف بكرة القدم
- ✓ تتفاعل الصفحات الرياضية الجزائرية مع الأحداث الكروية من خلال تغطيتها لأخبار كرة القدم والمباريات والبطولات الوطنية والمحلية بشكل شامل ومفصل وتقييم الأداء للاعبين والمدربين وتقديم التحليلات والآراء المتعلقة بها، كما تتيح لمتابعيها ميزة التعليق والتفاعل وتشجيع الحوار والنقاش.
- ✓ توفر الصفحات الرياضية الجزائرية محتوى تفاعلي بحيث تتيح لمتابعيها فرصة المشاركة في استطلاعات الرأي من خلال تعليقاتهم والمشاركة بمنشورات رياضية وهذا يعزز التفاعل من قبل المتابعين ويكون لهم صورة ذهنية إيجابية
- ✓ صورة الرياضة لدى متابعي الصفحات الرياضية الجزائرية تتميز بالحماس والشغف والإهتمام الكبير بالمنتخب الوطني والتفاعل مع مختلف الأحداث التي تخصه.



خاتمة :

ختاما لما سبق فإن موضوع الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الإجتماعي له أهمية كبيرة في هاته الفترة أين أصبح للصفحات الرياضية دور محوري في تكوين رأي عام حول موضوع الرياضة تحديدا كرة القدم مما دفعنا إلى الولوج لدراستها، حيث أردنا تحقيق بعض الأهداف العلمية المتعلقة بدراستنا والمتمثلة في معرفة تفاعل الصفحات الرياضية مع أحداث كرة القدم والدور الذي تؤديه هاته الصفحات في تكوين الصورة الذهنية للرياضة.

وبعد قيامنا بالدراسة الميدانية وتفريغ وتحليل البيانات توصلنا إلى أن الصفحات الرياضية لعبت دورا في تعزيز الوعي الرياضي وتثبيت المواقف الرياضية عن طريق تغطية الأحداث الكروية التي تخص المنتخب الوطني، هذا وكشفت لنا الدراسة أن مجتمع الدراسة لديه صورة ذهنية إيجابية عن الرياضة في الجزائر من خلال ما كونه الصفحات الرياضية من إنطباع إيجابي لمتابعيها من خلال تغطيتها الجيدة لأحداث كرة القدم والتفاعل معها، وأن الصفحات الرياضية المتخصصة في كرة القدم تعد مصدرا مهما لتكوين الصورة الذهنية الإيجابية للرياضة بفضل جودة المحتوى المقدم وشعبية الرياضة نفسها. ويمكن استخدام النتائج المستخلصة من هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات التسويق والإعلام في الجزائر وتشجيع المشاركة فيها، وبالتالي فإن الاستمرار في إجراء دراسات ميدانية حول الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر يعد ضروريا لتحديث البيانات وتوفير منصات مناسبة لتشجيع الخوض فيها، وقد حرصنا على تقديم كافة المعلومات من المراجع الرسمية والموثوقة كما وضحنا كافة النقاط الغامضة في البحث على أن تكون المغانم من هذا البحث أكثر من المغارم لجميع القراء والمهتمين.

قائمة المصادر

والمراجع



قائمة المراجع المعتمدة :

أولاً: القواميس والمعاجم:

1. أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون ج 1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 395 هـ.
2. أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، معجم مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون، ج 6، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 395 هـ.

ثانياً: الكتب:

3. أحمد قاسي، سليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، برلين، ألمانيا، 2019.
4. أمينة نبیح، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد موقع Facebook نموذجاً، ط1، دار غيدان للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
5. أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع، د ط، عطر المعرفة، الكويت، 1996.
6. إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
7. باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
8. حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي، ط2، 2018.
9. حردان هادي الجنابي، الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، د ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
10. حسين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، د ط، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
11. حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، الجزيرة، مصر، 2017.

12. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعاده التقنية. الاجتماعية. الاقتصادية. الدينية. والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفساء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
13. - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي-أساسياته النظرية وممارسته العلمية-، ط1، دار الفكر، دمشق، 2000.
14. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة ناشرون ومزعون، عمان، الأردن، 2008.
15. سعد الحاج بن جخدل، العينة والمعاينة؛ مقدّمة منهجية قصيرة جدا، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2019.
16. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط 1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن ، 2019.
17. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
18. عبد الرحمان سيد سلمان، مناهج البحث العلمي، ط1، كلية التربية، جامعة عين شمس، 2014.
19. عثمان محمد الدليهي، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، ط1، دار عيدان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020.
20. عمار بخوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2007.
21. علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، ط1، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2008.
22. محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الإعتماد المتبادل)، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2020.
23. محمد زياد حمدان، البحث العلمي كنظام، د ط، دار التربية الحديثة، عمان، الأردن، 1989.

قائمة المصادر والمراجع

24. محمد سرحان على المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء، 2019.
25. - محمد سلمان الخزايلة و آخرون، الرياضة وعلم النفس، ط1، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2015.
26. مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوجهات السياسية، ط1، شركة الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
27. محمد صباح القريشي، الصورة الذهنية والتنوع الثقافي، ط1، دار المعتمد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2021.
28. منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
29. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت : بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر.
30. نهاد فتحي سليمان حجازي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية، ط1، دراسة مسحية على الشباب المصري، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022.

ثالثاً: الرسائل والأطروحات:

31. إفروجن غنية، الجانب القانوني والتسيير الإداري لكرة القدم دراسة حالة بعض النوادي المحترفة في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، إدارة وتسيير رياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله، جامعة الجزائر3، 2014.
32. راشد ناجي فريجات، دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الصحافة والإعلام، جامعة البترا، 2015.
33. ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي : أنواعه - ضوابطه - آثاره - ومعوقاته "دراسة قرآنية موضوعية"، دراسة مكتملة للحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011.

رابعًا: المجالات :

34. أحمد جبار، الصورة الذهنية: قراءة في أبعاد المفهوم، نقاط التقاطع والإختلاف بين الصورة
الذنية والصورة النمطية وعلاقتها بالعلاقات العامة، مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية
والإنسانية، المجلد 07، العدد 01، جوان 2021، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة.
35. أمينة كلتومة مداني، مفهوم الرياضة واستراتيجياتها في الحفاظ على التماسك الإجتماعي، مجلة
العلوم الإجتماعية، العدد 01، جامعة وهران 2، الجزائر، مارس 2020.
36. حمزة خضري، عشاش حمزة، الحق في ممارسة الرياضة في التشريع الجزائري، مخبر البحوث
في القانون و الأسرة والتنمية الإدارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
37. حمدي عامر، عمرأوي محمد، الرياضة وعلاقتها بالمجلات الأخرى، مجلة الميدان للعلوم
الإنسانية والإجتماعية، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2021.
38. راوية بنت أحمد القحطاني، النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، مجلة كلية الخدمة
الإجتماعية للدراسات والبحوث الإجتماعية، العدد العشرون، جامعة الفيوم.
39. عبد القادر علال، رشيد بكاي، دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية، مجلة المواقف
للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد 13، عدد 02، 2018.
40. قاسمي أحسن، مدخل حول النشاطات الرياضية في الجزائر خلال الثورة التحريرية وقبلها،
مجلة المربي، العدد 16، الجزائر، 2018.
41. لحبيب بن عربية، صلاح الدين صوالحي، دور الفايبروك في نشر الوعي البيئي، مجلة الميدان
للعلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 03، جامعة تلمسان، 2021.
42. نهى بلعيد، تطور استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات
العربية، 2016.

خامسًا: الجرائد الرسمية :

43. أمر رقم 76-81 مؤرخ في شوال عام 1396 الموافق ل 23 أكتوبر سنة 1976 يتضمن قانون التربية البدنية والرياضية، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 90، الصادرة ب 18 ذو القعدة عام 1396 الموافق 10 نوفمبر 1976.
44. قانون رقم 89 – 03 المؤرخ في 8 رجب عام 1409 الموافق 14 فبراير سنة 1989، يتعلق بتنظيم المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية وتطويرها، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 7، الصادر ب 9 رجب عام 1409 الموافق 15 فبراير سنة 1989.
45. قانون رقم 13 – 05 المؤرخ في 14 رمضان عام 1434 الموافق 23 يوليو سنة 2013، يتعلق بتنظيم الأنشطة البدنية والرياضية وتطويرها، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 39، الصادرة ب 22 رمضان عام 1434 الموافق 31 يوليو سنة 2013.

سادسًا: مواقع إلكترونية :

46. إيرادات بـ800 مليار دولار.. تعرف على الرياضات الأكثر ربحية في العالم.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/15. متاح الرابط:
<https://www.aljazeera.net/sport/2022/3/1>
47. الجزيرة الوثائقية، كرة القدم الجزائرية...منذ الإستعمار وحتى الإستقلال.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/14. متاح على الرابط:
[-https://doc.aljazeera.net/reports/2022/9/18/%D9%83%D8%B1%D8%A9](https://doc.aljazeera.net/reports/2022/9/18/%D9%83%D8%B1%D8%A9)
48. العرقوبي أنيس، تاريخ كرة القدم :رياضيو الجزائر...ثوار ضد المستعمر.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2022/11/28. متاح على الرابط:
<https://www.noonpost.com/content/34903>
49. تقارير وتحليلات، كرة القدم إقتصاد مزدهر... 502 مليار دولار إيرادات الرياضة في 2022.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/01/27. متاح على الرابط:
https://www.aleqt.com/2022/11/21/article_2435831.htm

قائمة المصادر والمراجع

50. حسين بن صالح، تقرير حول أقدم فريق في الجزائر بين مولودية الجزائر وشباب قسنطينة.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/14.متاح على الرابط :
<https://www.youtube.com/@beINSPORTS/videos>
51. داليا عبد الرحيم، أشهر 10 رياضات في العالم..كرة القدم تتصدر وعشاق الكريكيت والرجبي بالملايين.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/01/29.متاح على الرابط:
<https://www.albawabhnews.com/4204478>
52. روعة قفصي ، تعرف إلى الرياضات الأربع الأكثر ربحا في العالم.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/13.متاح على الرابط:
<https://arabi21.com/story/1448352/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81->
53. سعودي صالح، هكذا رفعت الرياضة رأس الجزائر في عز القهر والإستعمار.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2022/11/28.متاح على الرابط:
<https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D9%83%D8%B0%D8%A7>
54. عبد الرزاق ب، هذا هو عدد مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر عام 2023.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/14.متاح على الرابط :
<https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D8%B0%D8%A7>
55. عمر عبيدين، أشهر الرياضات في العالم.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/13.متاح على الرابط :
<https://www.youtube.com/watch?v=kXuNAjUsIVA>
56. فياض شيبية، أبعاد الرياضة الأربعة.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 5/12/2022 متاح على الرابط :
<https://jawak.com>
57. معلومات ma3loumet، أكثر 7 رياضات متابعه في العالم-تعرف على أبرزها.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/14.متاح على الرابط:
<https://www.youtube.com/watch?v=lsdWVjiDNsE>
58. Top4Arabs، أشهر 10 رياضات في العالم لسنة 2022.[على الخط المباشر].تمت الزيارة يوم 2023/02/13.متاح على الرابط:
<https://www.top4arabs.com/2022/09/10-most-popular-sports-world.html>

قائمة المصادر والمراجع

S. Dixon , Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by .59 number of monthly active users, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, visited on apr19,20

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص إتصال تنظيمي

إستمارة إستبيان حول

الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الإجتماعي

-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الصفحات الإلكترونية الرياضية

المتخصصة في الفيسبوك-

إشراف الأستاذ الدكتور: بوطورة أكرم

إعداد الطالبة بوحملة بسمة

ملاحظة: يرجى من سيادتكم ملئ الإستمارة بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة بكل جدية ومصداقية، ونتعهد بأن نستغل المعلومات الواردة فيها لأغراض البحث العلمي فقط.

السنة الجامعية: 2023/2022

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية:

1. النوع: ذكر أنثى
2. السن: 20-18 21 فما فوق

المحور الثاني: أنماط وعادات استخدام الأفراد لمواقع التواصل الإجتماعي:

3. ماهي المنصة الأكثر استخداما من طرفكم في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- فيسبوك
- يوتيوب
- تويتر
- تلغرام
- انستغرام
- سنابشات
- تيك توك
- واتساب

4. من ضمن المنصات السابقة، ماهي المميزات التي دفعتكم لاختيارها؟

- تنوع المنشورات
- مقاطع الفيديو القصيرة (Reels , Shorts)
- الصفحات المتخصصة
- المجموعات
- الصور

5. ماهي المواضيع التي تتابعها أكثر من غيرها ضمن هذه المنصات؟

- الرياضية
- الدينية
- السياسية
- الثقافية

الملاحق

- الترفيهية
- الاقتصادية
- 6. حسب رأيك، ماهو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر تغطية للمواضيع الرياضية؟
 - فيسبوك
 - انستغرام
 - يوتيوب
 - تيك توك
 - تويتر
- 7. كيف تقيم تغطية صانعي المحتوى على المنصات التالية في دعم الأحداث الكروية؟
 - اليوتيوب: جيدة سيئة
 - الفيسبوك: جيدة سيئة
 - التيك توك: جيدة سيئة
 - الانستغرام: جيدة سيئة
 - تويتر: جيدة سيئة
- 8. هل تعتقد أن منصة فيسبوك تغطي المواضيع التي تتابعها؟
 - نعم
 - لا
- 9. كيف تقيم إنشاء المواضيع الرياضية على فيسبوك؟
 - منتشرة أكثر من المواضيع الأخرى
 - متغيرة حسب أهمية الدورات الرياضية
 - ضعيفة ولا تغطي كما ينبغي
 - لا فكرة لدي على الموضوع

المحور الثالث: كرة القدم في الجزائر

- 10. كيف تصنف متابعتك للأخبار الرياضية عبر منصة فيسبوك؟
 - تسعى دائما لمعرفة آخر الأخبار
 - فقط حين لا تكون مشغولا

الملاحق

- تتركها فقط للصدفة
- 11. ماهي بطولات كرة القدم التي تحرص على متابعتها؟
 - دوري أبطال أوروبا
 - دوري أبطال آسيا
 - دوري أبطال افريقيا
 - كأس العالم
 - كأس افريقيا
 - الدوري الانجليزي الممتاز
 - الدوري الألماني
 - الدوري الفرنسي
 - الدوري الاسباني
 - الدوري الايطالي
 - الدوري الجزائري
- 12. ماهي نوع الرياضة في الجزائر والتي لديك فكرة كاملة عن أداء منتخبنا الوطني فيها؟
 - كرة القدم
 - كرة اليد
 - كرة السلة
- 13. ماهي درجة متابعتك لأحداث كرة القدم في القدم؟
 - عالية
 - متوسطة
 - ضعيفة
 - لاتحب متابعتها اطلاقا
- 14. ما رأيك في البطولة المحلية الجزائرية لكرة القدم؟
 - بطولة محترفة تستحق
 - بطولة متوسطة الأداء
 - بطولة ضعيفة لا تستحق المتابعة
 - ليس لديك أي فكرة

الملاحق

15. هل سبق و أن نشرت رأيا في موضوع رياضي؟

- نعم
- لا

15. 1. اذا كانت الإجابة "نعم" فما نوع هذا المنشور؟

- دافعت عن أداء فريقك
- حاولت أن تكون حياديا
- هاجمت أداء الفريق
- انتقدت أداء المدرب
- انتقدت أداء الهيئات الكروية

16. كيف ترى تغطية الصفحات الرياضية لأحداث المنتخب المحلي خلال مشاركته الأخيرة –الشان- ؟

- جيدة
- متوسطة
- ضعيفة

17. كيف تفاعلت مع الأحداث الرياضية التالية عبر الصفحات الرياضية لفيسبوك:

✓ تضييع ركلة الترجيح للاعب المحلي أيمن محيوض

- منشور تهاجم من خلاله اللاعب
- منشور تدعم فيه اللاعب
- اكتفيت بالتعليق على أحد المنشورات
- كنت حياديا

✓ خسارة المنتخب الوطني أمام الكاميرون وعدم تأهله لكأس العام 2022:

- منشور تهاجم من خلاله المنتخب الوطني
- منشور تدعم فيه المنتخب الوطني
- اكتفيت بالتعليق على أحد المنشورات
- كنت حياديا

✓ الحكم "باكاري قاساما" وقراراته المشكوك فيها خلال إدارته لمباراة الجزائر/الكاميرون:

- منشور تهاجم من خلاله الحكم

الملاحق

- منشور تدعم فيه الحكم
 - اكتفيت بالتعليق على أحد المنشورات
 - كنت حياديا
- ✓ بعد عدم تأهل المنتخب الوطني لكأس العالم قطر 2022 ، كيف كانت ردود فعلك حول اعادة المباراة؟

- صدقت أن المباراة ستعاد
 - لم تصدق أن المباراة ستعاد
- ✓ خسارة المنتخب الوطني في كأس افريقيا 2021 وخروجه من دوري المجموعات
- منشور تهاجم فيه المنتخب الوطني
 - منشور تدعم فيه المنتخب الوطني
 - اكتفيت بالتعليق على أحد المنشورات
 - كنت حياديا

- ✓ الفوز بكأس افريقيا 2019 للمرة الثانية بعد غياب دام 29 سنة
- منشور تدعم فيه المنتخب الوطني
 - اكتفيت بالتعليق على أحد المنشورات
 - كنت حياديا

- ✓ 35 مباراة دون هزيمة للمنتخب الوطني الذي لامس العالمية
- منشور تدعم فيه المنتخب
 - اكتفيت بالتعليق على أحد المنشورات
 - كنت حياديا

المحور الرابع: الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر

18. كيف تعكس الصفحات الرياضية على فيسبوك أداء المنتخب الوطني؟
- تثنى أداء المنتخب الوطني وتدعكه في كل جولاته
 - تنتقد أداء المنتخب الوطني في أول خسارة له
19. حسب اعتقادك كيف ترى صورة المدرب الوطني من خلال الصفحات الرياضية في فيسبوك؟
- تثنى أداء الناخب الوطني وتدعمه رغم اخفاقاته الأخيرة

الملاحق

- تنتقد أداء الناخب الوطني في أول خسارة له
 - تنتقد اختياراته للاعبين
 - تنتقد خطته للعب
20. حسب تصورك كيف ترى صورة اللاعبين من خلال الصفحات الرياضية على منصة فيسبوك؟
- تثمن أداء اللاعبين وتدعمهم
 - تنتقد بعض اللاعبين لسوء مردودهم
 - في حالة الفوز تثمن الأداء وفي حالة الخسارة تنتقد
21. حسب متابعتك كيف تعكس الصفحات الرياضية الهياكل الجزائرية الجديدة؟
- أثنت على الهياكل الجديدة
 - قللت من أهمية الانجاز
 - تجاهلت المنشأة الجديدة
22. هل ساهمت الصفحات الرياضية في
- تغيير مواقفك الرياضية
 - تعديل مواقفك الرياضية
 - تكوين مواقفك الرياضية
 - تثبيت مواقفك الرياضية
23. هل كونت لك الصفحات الرياضية انطبعا حول الرياضة في الجزائر؟
- نعم
 - لا

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تهدف الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية للرياضة في الجزائر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيسبوك تحديداً، حيث استخدمنا المنهج الوصفي المعتمد على التحليل، موظفيم أداة إستمارة الإستبيان الإلكتروني، أجاب عليها 196 مبحوث مستخدمين للصفحات الرياضية المتخصصة في الفيسبوك تم اختيارهم عن طريق عينة كرة الثلج، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها أن الصفحات الرياضية لعبت دوراً مهماً في تعزيز الوعي الرياضي وتثبيت المواقف الرياضية وذلك عن طريق تغطية الأحداث الكروية الهامة ونشر المقالات والتقارير، كما أن للصفحات الرياضية دوراً هاماً في صناعة الصورة الذهنية الإيجابية للرياضة في الجزائر من خلال تغطيتها للأخبار الكروية بشكل واسع في هاته الصفحات بتقديم أخبار المنتخب الوطني والمدربين والهياكل الرياضية وتسليط الضوء على اللاعبين الذين يساهمون في هذه الإنجازات الكروية من خلال مناقشتها وتحليلها بشكل دائم وموثوق يسهل في تحديد صورة الرياضة في العقول والذهنيات للجماهير وتحليل المحدّات التي تؤثر في هذه الصور وتساعد على تعزيز الإهتمام والشغف بكرة القدم وكان الإنطباع عن هاته الصفحات إيجابياً.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، مواقع التواصل الاجتماعي، الرياضة، الصفحات الرياضية المتخصصة في الفيسبوك.

Study summary:

The study aims to know the mental image of sport in Algeria from through social networking sites Facebook specifically, where we used the descriptive approach based on the analysis, using a questionnaire tool the online questionnaire was answered by 196 respondents using the pages sports niche on Facebook were selected by means of a ball sample snow, including that the pages sports played an important role in promoting sports awareness and stabilizing attitudes sports by covering important football events and publishing articles and reports, and sports pages have an important role in creating the image the positive mentality of sport in Algeria through its coverage of football news extensively on these pages provide news of the national team and coaches sports structures will highlight the players who contribute to this football achievements by discussing and analyzing them permanently and reliably in defining and analyzing the image of sport snow, and the study reached a number of results, including that the pages sports played an important role in promoting sports awareness and stabilizing attitudes sports by covering important football events and publishing articles and reports, and sports pages have an important role in creating the image the positive mentality of sports in Algeria through its coverage of football news Extensively on these pages provide news of the national team and coaches sports structures will highlight the players who contribute to this football achievements by discussing and analyzing them permanently and reliably in defining and analyzing the image of sport in the minds and mentalities of the masses the determinants that influence these images and help foster interest and passion football and the impression of these pages was positive.

Key words: mental image, social networking sites, sports, specialized sports pages on Facebook.

