

قسم علوم الاعلام و الاتصال
تخصص اتصال تنظيمي.

مذكرة ماستر تحت عنوان

منصة الانستغرام و دورها في تفعيل الرياضة النسوية

دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال
من مستخدمات الانستغرام - جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -

إشراف الأستاذ

• معمر ربوح

مذكرة مقدمة لنيل شهادة االماستر L.M.D

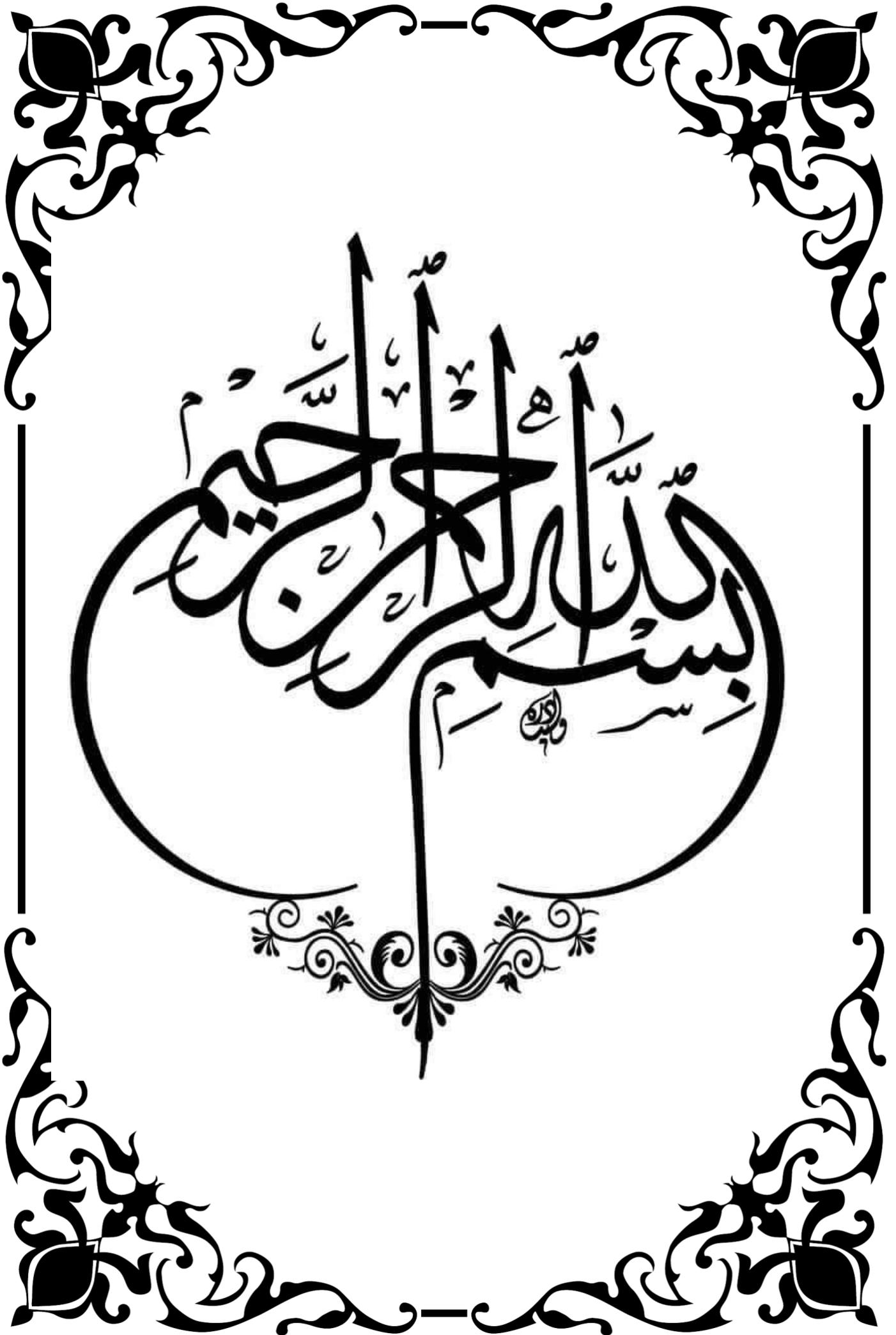
من إعداد الطلبة

• فواتح حناء

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
رضوان بلخيري	استاذ تعليم عالي	رئيسا
معمر ربوح	استاذ مساعد "أ"	مشرفا ومقررا
سيفي نسرين	استاذ محاضر "ب"	عضوا ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد
وعلى اله وصحبه أجمعين

أما بعد

أشكر الله العلي القدير على توفيقى لإتمام هذا العمل فهو عز وجل أحق
بالشكر والحمد سبحانه وتعالى.

ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أنسب العمل لأصحابه فأخص بالشكر
أستاذي المشرف الأستاذ معمر ربوح الذي منحني الكثير من وقته ولم يبخل عليّ
بتوجيهاته ونصائحه في سبيل إنجاز هذه المذكرة فله جزيل الشكر والعرفان
بالجميل.

كما أتوجه بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة المحترمة على تكريمهم
بالحضور وتعزيز هذا البحث بملاحظاتهم.

كما أتقدم بالشكر الخالص والخاص جدا لأخواتي الثلاث اللاتي قدمن لي
بجهدهن ووقتهن من أجل إراحتي في إتمام هذا العمل وكان لهن النصيب الأكبر
في إنجاز هذه المذكرة فلهن جزيل الشكر والعرفان و الامتنان لما قدمنه لي.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

[الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات]

إلى من أوصاني بهما الله وقال: وبالوالدين إحسانا

إلى من أعطتني الحب والحنان...إلى التي حملتني وهنا على وهن...إلى التي لا يطيب لها العيش إلى برؤيتي سعيدة...و التي لم تبخل عليّ بالدعاء يوما

إلى أمي الحبيبة أطال الله بعمرها.

إلى سندي و ملجئ الأمن...إلى من تعب من أجلي...إلى من كان ولازال سندا لي في الحياة...إلى داعمي ومشجعي الدائم...إلى من جعل نفسه شمعة تحترق لتضيء لي درب النجاح...إلى أبي العزيز أطال الله في عمره ومنحه موفور الصحة والعافية.

إلى أجمل هدية أهدتني إياها أمي...إلى المحبة التي لا تفنى والخير بلا حدود...إلى من شاركتهن كل حياتي بأدق تفاصيلها...إلى من هم أنس عمري ومخزن ذكرياتي...إلى أخواتي كل واحدة باسمها.

إلى أخي الوحيد أطال الله بعمره ووقفه لكل خير.



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-ب	المقدمة
الفصل الأول : إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي	
أولا : إشكالية الدراسة	
	1.1. ضبط مشكلة الدراسة
	2.1. أسباب اختيار الموضوع وأهميته
	3.1. أهداف الدراسة
	4.1. الدراسات السابقة والمثابهة
	5.1. ضبط المفاهيم
ثانيا : الاجراءات المنهجية	
	6.1. الاطار المكاني والزمني والبشري للدراسة
	7.1. منهج الدراسة
	8.1. عينة الدراسة ومجتمع البحث
	9.1. أدوات جمع البيانات
	10.1. الأساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة
الفصل الثاني : منصة الأنستغرام والرياضة النسوية	
اولا : منصة الأنستغرام	
	1.2. تعريف الأنستغرام .
	2.2. نشأة الأنستغرام .
	3.2. خصائص الأنستغرام .

	4.2. إيجابيات وسلبيات الأنستغرام.
	5.2. خطوات إنشاء حساب الأنستغرام .
	6.2. أنواع محتوى الانستغرام.
	7.2. خوارزميات النشر على الانستغرام.
	8.2. الالتزامات التي يجب أن يراعيها المستخدم.
ثانيا : الرياضة النسوية:	
	9.2. تعريف الرياضة النسوية.
	10.2. نشأة الرياضة النسوية في الجزائر .
	11.2. دوافع المرأة لممارسة النشاط الرياضي .
	12.2. أهمية ممارسة المرأة للرياضة .
	13.2. دور العوامل الاجتماعية في عزوف المرأة عن المشاركة في الرياضة .
	14.2. الرياضة وأثرها النفسي على المرأة .
	15.2. معوقات ممارسة النشاط الرياضي للمرأة في الوطن العربي.
الفصل الثالث :تيار الاعتماد المتبادل بين الطالبات ومنصة انستغرام	
	1-3 افتراضات نظرية الاعتماد:
	2-3 مرتكزات نظرية الاعتماد المتبادل وأسسها:
	3-3 أهداف الاعتماد المتبادل:
	3-4 - آثار الاعتماد المتبادل:
	أولا: التأثيرات المعرفية cognitive effects
	ثانيا: التأثيرات الوجدانية:
	ثالثا: التأثيرات السلوكية Behavioral Effects :
	3-5 مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:
	3-6 نقد تيار الاعتماد المتبادل:
	3-7 تطبيق نظرية الاعتماد المتبادل على موضوع الدراسة :
الفصل الرابع : عرض وتفسير بيانات الدراسة	

	1.4 .عرض وتحليل بيانات الدراسة
	2.4 .النتائج العامة للدراسة
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة



فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
52	توزيع المبحوثات حسب العمر	جدول رقم 01
53	توزيع المبحوثات حسب الحالة العائلية	جدول رقم 02
54	يبين المبحوثات حسب المستوى الأكاديمي	جدول رقم 03
55	يبين تقييم تصفح منصة الأنستغرام	جدول رقم 04
56	يبين الحجم الساعي اليومي الذي تخصصه المبحوثات لمشاهدة المحتوى الالكتروني لمنصة الأنستغرام	جدول رقم 05
58	يبين درجة اعتماد المبحوثات على منصة الأنستغرام في اتخاذ قرار ما	جدول رقم 06
59	يبين مدى الاعتماد على هذا المحتوى المقدم على منصة الأنستغرام	جدول رقم 07
63	يوضح الصفحات التي تتابعها المبحوثات	جدول رقم 08
65	يوضح الصفحات التي تتعرض إليها المبحوثات	جدول رقم 09
66	يوضح أنواع الرياضات التي تتابعها المبحوثات على منصة الأنستغرام	جدول رقم 10
68	يبين الشخصيات النسائية التي تتابعها المبحوثات عبر منصة الأنستغرام	جدول رقم 11
70	يوضح المحتوى الذي تتعرض إليه هذه الصفحات الرياضية النسائية	جدول رقم 12
72	مدى تناسب الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام	جدول رقم 13
73	وضح تبرير الإجابة بنعم وكيف تتفاعل المبحوثات مع هذه الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام	جدول رقم 14
74	يبين تأثيرات المحتوى الرياضي النسائي على منصة الأنستغرام في دعم الرياضات النسوية	جدول رقم 15
75	يوضح تبرير الإجابة بنعم وكيف تتفاعل المبحوثات مع هذه الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام	جدول رقم 16

76	يوضح مساهمة المضامين الرياضية النسوية الالكترونية في توفير بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات لتبادل المعلومات والخبرات مع أصحاب الاهتمام الرياضي المشترك	جدول رقم 17
78	يوضح الكم المعرفي حول الرياضيات النسوية من خلال منصة الأنستغرام وكيف غير الصورة النمطية الخاطئة عنها في أذهان الطالبات	جدول رقم 18
79	يوضح دوافع إعجاب المبحوثات بالشخصيات الرياضية النسائية	جدول رقم 19
81	يبين المكتسبات الوجدانية (العاطفية) بعد استخدام المبحوثات للصفحات الرياضية النسائية	جدول رقم 20
83	يوضح شعور المبحوثات بالخوف والقلق من ممارسة الرياضية النسائية من خلال استخدام منصة الأنستغرام	جدول رقم 21
84	تقييم المبحوثات لطريقة تقديم الرياضات النسوية على منصة الأنستغرام من الناحية الوجدانية العاطفية	جدول رقم 22
86	التأثيرات السلوكية للمضامين الرياضية النسائية عبر منصة الأنستغرام بعد متابعة المبحوثات لها	جدول رقم 23



فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
21	مراحل الفشل المالي	01
47	يمثل التغير في نسب الدوران	02
64	يمثل الهيكل التنظيمي لمؤسسة صوميفوص	03
71	يمثل نسب الأصول و الخصوم لسنة	04
72	يمثل نسب الأصول و الخصوم لسنة 2019	05
76	يمثل نسب الأصول و الخصوم لسنة 2020	06
85	منحنى توضيحي لتغيرات النسب الهيكلية للسنوات 2018، 2019، 2020	07
88	منحنى توضيحي لتغيرات نسب السيولة للسنوات 2018، 2019، 2020	08



مقدمة

مقدمة

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الوسائل والتقنيات الهامة في حياتنا اليومية نظرا لإمكانية الإطلاع على مختلف المعلومات الحديثة والمعارف العلمية و اكتساب المهارات والخبرات للمستخدمين من خلالها إما من خلال استخدام خاصية البحث أو الظهور بمحض الصدفة، فهي تتيح إمكانية تطوير الذات وتنمية مدركات المستخدمين.

ومن بين هذه المواقع منصة الأنستغرام إذ يعد هذا الأخير الأكثر انتشارا وروجا خلال الفترة الأخيرة لما له من خصائص ومميزات متعددة ومتنوعة.

فهذا الموقع عدا عن المميزات الأساسية التي يوفرها من صور ومقاطع فيديو أصبحت له أدوار ووظائف تتمثل في فتح المجال للعديد من الأنشطة خاصة المجال الرياضي النسوي، حيث أن المرأة أصبحت تثبت قدراتها عبر هذا الموقع.

فالأنستغرام لم يعد منصة للتواصل فقط أو نشر الصور والفيديوهات بل دخل جميع الميادين من أجل نشر الثقافة الرياضية النسوية بمختلف الطرق كالصفحات الرياضية المخصصة للعنصر النسوي.

ومن هنا وقفنا على هذه المسألة لمعرفة دور منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية. ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق وواضح لموضوعنا اعتمدنا إلى تقسيم دراستنا في 04 فصول وتم تقسيمها كالآتي:

الفصل الأول الذي تمت عنونته بإشكالية الدراسة وإطارها المفاهيمي والمنهجي، والذي تم تقسيمه إلى قسمين

القسم الأول إشكالية الدراسة تضمن ضبط مشكلة الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهميته كذلك تضمن أهداف الدراسة والدراسات السابقة لينتهي بضبط المفاهيم.

أما القسم الثاني المعنون بالإجراءات المنهجية للدراسة تطرقنا فيه إلى مجالات الدراسة ومنهجها ومجتمع البحث وعينة الدراسة وكذلك أدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني قمنا بعنوانته بمنصة الأنستغرام والرياضة النسوية حيث قسمناه إلى قسمين القسم الأول منصة الأنستغرام وتطرقنا فيه إلى تعريف الأنستغرام ونشأته وخصائصه وإيجابياته وسلبياته كذلك خطوات إنشاء حسابه وأنواع محتوياته و خوارزميات النشر عليه والالتزامات التي يجب أن يراعيها المستخدم.

أما القسم الثاني فعنوانه بالرياضة النسوية وتطرقنا فيه إلى التعريف بالرياضة النسوية ونشأتها في الجزائر ودوافع المرأة لممارسة النشاط الرياضي وأهمية الممارسة ، ودور العوامل الاجتماعية في عزوف المرأة عن المشاركة في الرياضة ، كذلك الرياضة وأثرها النفسي على المرأة بالإضافة إلى معوقات ممارسة النشاط الرياضي للمرأة في الوطن العربي.

أما الفصل الثالث المعنون بتيار الاعتماد بين الأفراد (الطالبات) ومنصة الأنستغرام وتضمن هذا الفصل افتراضات نظرية الاعتماد وكذلك مرتكزاتها وأسسها بالإضافة إلى أهداف الاعتماد المتبادل وأثاره ، كذلك مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ثم نقد تيار الاعتماد المتبادل وتطبيق هذه النظرية على موضوع دراستنا.

أما الفصل الرابع تمت عنوانته بعرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية



الفصل الأول

الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المفاهيمي والمنهجي

1- إشكالية الدراسة

1.1 ضبط مشكلة الدراسة

1.2 أسباب اختيار الموضوع وأهميته.

3. أهمية الدراسة

1.4 أهداف الدراسة

1.5 الدراسات السابقة والمشابهة

1.6 ضبط المفاهيم

2 الإجراءات المنهجية للدراسة

1.2 مجالات الدراسة

2.2 منهج الدراسة.

3.2 مجتمع البحث وعينة الدراسة

4.2 أدوات جمع البيانات

1/ إشكالية الدراسة :

1.1 ضبط مشكلة الدراسة:

يعيش العالم ثورة تكنولوجية كبيرة اعتبرت طفرة نوعية في عالم الاتصالات ، وأضحت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية حيث أضحت البشرية قرية كونية بعد إنتشار الشبكة العنكبوتية التي اعتبرت ثورة إفتراضية وعالم إيصال قائم بذاته ، لما قدمته من مميزات إيجابية تجسدت في الوصول إلى أي معلومة كانت في بضع لحظات ، أو البحث عن مناصب عمل في مختلف أنحاء العالم.

إضافة إلى ذلك تعتبر الوسيلة الولادة لمواقع التواصل الاجتماعي ، وهذه الأخيرة تعتبر على أنها وسائل تمكن مستخدميها من التواصل مع غيرهم من الأشخاص إلكترونياً <لمشاركة المعلومات وغيرها من المحتويات المسموعة والمكتوبة و المرئية وتقديم الخدمات و إيجاد الإيجابيات عن الاستفسارات ، إضافة إلى ذلك أنها أحدثت نقلة نوعية وسط العلاقات الاجتماعية ، ومن بين مواقع التواصل التي شهدت روجا كبيرا في الآونة الأخيرة منصة الأنستغرام .

الذي يعتبر منصة لنشر الصور ومقاطع الفيديوهات وكذلك معرفة أحدث الأخبار والتواصل مع مختلف الأشخاص عبر العالم.

حيث يعتبر المهيمن على المركز الثاني بعد موقع الفايسبوك من ناحية الاستخدام ، إذ يسمح للبشرية بالانفتاح على العالم الخارجي ، ويعرف مستخدميه بقيم وعادات الشعوب الأخرى و يسمح لهم بمتابعة أخبار المشاهير اليومية ، و لم يقتصر على وظائف الأخبار و مشاركة مقاطع الفيديوهات فقط بل أمتد وتطرق إلى وظائف أخرى في مجالات عديدة.

حيث أن من وظائفه في المجال الاقتصادي نجد التسويق الإلكتروني ، أما في المجال الرياضي فعملت على التعريف بالرياضات بمختلف توجهاتها وبنوعها الرياضة الرجالية و الرياضة النسوية.

حيث أن الرياضة النسوية من الرياضات التي حاول فيها العنصر النسوي إثبات ذاته وقدراته ، باعتبار أن المرأة عانت جملة من المشاكل بسبب المعتقدات والأطر الاجتماعية التي لا تعترف بذلك الإثبات خارج جدران بيتها وحدود أسرتها ، و من هنا واصلت الرياضة النسوية الامتداد و الانتشار حيث اتخذت من مواقع التواصل الاجتماعي دربا لنشر ثقافتها وسلاحا لتطوير ذاتها.

فاستهدفت منصة الأنستغرام ذلك وسهلت على مستخدميها في المجال الرياضي النسوي الحصول على كافة المعلومات من أسس وقواعد و تمارينات لمختلف أنواع الرياضات النسوية و في مختلف تخصصات هذا المجال ، و من بين مستخدمات هذه المنصة الجديدة بالذكر هن الطالبات الجامعيات باعتبارهن يمثلن الطبقة المثقفة و رمزا للمرأة التي تحاول إثبات ذاتها.

ومن هذا المنطلق سنقوم بدراسة ميدانية على عينة من مستخدمات الأنستغرام بجامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي تبسة لمحاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي :

ما مدى مساهمة منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية لدى طالبات قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي تبسة ؟

وتحت هذا السؤال الرئيسي تندرج التساؤلات الفرعية كالاتي:

. هل الطالبات الجامعيات لديهن ثقافة التعرض للصفحات الإلكترونية الرياضية على منصة الأنستغرام ؟

.هل منصة الأنستغرام مكن مستخدماته من اكتساب ثقافة ممارسة الرياضة النسوية؟

.إلى أي مدى أسهمت منصة الأنستغرام في تغيير سلوكيات المبحوثات في الجانب الرياضي منذ استخدام تلك الصفحات؟

2.1 . أسباب اختيار الموضوع:

. أسباب شخصية:

. باعتباري طالبة مستخدمة لمنصة الأنستغرام.

. تجربتي الشخصية بحكم ارتباط موضوع الدراسة بمحيط عملي دفعني أكثر للتعلم في هذا الموضوع

ودراسته و ميلي الكبير لمجال الرياضة النسوية ورغبة مني في التعرف على مدى مساهمة منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية.

.أسباب موضوعية:

.تنبع أهمية الموضوع من زيادة اعتماد منصة الأنستغرام على الصفحات الإلكترونية الرياضية للتعريف

بالرياضة النسوية.

. قلة الدراسات الرياضية والأبحاث العلمية حول منصة الأنستغرام ودورها في تفعيل الرياضة النسوية.

. تأثير الرياضة النسوية على توجه المرأة وثقافتها ودور منصة الأنستغرام في ذلك.

3.1. أهمية الدراسة:

يستمد هذا البحث أهميته من الاعتبارات الآتية :

- كونه أحد مواضيع الساعة خاصة في ظل الانتشار الواسع لشبكة الانترنت.
- أهميته على الباحثة: أهمية هذه الدراسة في الإثراء الفكري للباحثين من الناحية العلمية و العملية، ومن أجل التطور بالمسيرة العلمية الخاصة بالبحث.
- محاولة إضافة مرجع جديد إلى المكتبة لمساعدة الباحثين في هذا المجال المتعلق بالرياضة النسوية وتفعيلها عبر منصة الأنستغرام باللغة العربية.
- الاهتمام المتزايد الملحوظ في الآونة الأخيرة بالمجال الرياضي النسوي عبر الصفحات الإلكترونية لمنصة الأنستغرام. نظرا لأهمية الدور الذي تلعبه هذه المنصة في التشهير والتشجيع والتفعيل بمثل هذا النوع من الرياضات.
- لمنصات التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وسط حياة البشرية خلال الفترة الأخيرة ، باعتبار أن لها دورا هاما على جميع الأصعدة الاجتماعية الثقافية و الرياضية خاصة منصة الأنستغرام الذي تتجلى أهميته في التواصل مع الأشخاص عبر مختلف أنحاء العالم ، و تعريف مستخدميه بالأنشطة الرياضية من خلال المنصة.

4.1. أهداف الدراسة:

تكمن أهداف دراستنا في :

Instagram معرفة كيف تستخدم طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال موقع

. معرفة أثر الصفحات الإلكترونية لمنصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية.

. معرفة تأثير المجال الرياضي النسوي على كيفية استخدام طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال عبر

منصة الأنستغرام.

. إبراز أهمية الصفحات الإلكترونية على منصة الأنستغرام في التشجيع بالرياضة النسوية لمستخدماتها

من الطالبات الجامعيات.

.توعية الطالبات الجامعيات بمكانة الرياضة النسوية على منصة الأنستغرام.

5.1. الدراسات السابقة والمشابهة:

الدراسة السابقة 1:

أجرت هبة الرحمان حمزة دراسة بعنوان دور الأنستغرام في تشجيع الرياضة النسوية في الجزائر، مذكرة مكملة نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي 2022 و هي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات الأنستغرام وتناولت هذه الدراسة التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور الأنستغرام في تشجيع الرياضة النسوية في الجزائر؟

و تهدف هذه الدراسة إلى معرفة استخدام المبحوثات للصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام والتعرف على الإشباع التي وجدتتها مستخدمات هذا الموقع

واستعملت في هذه الدراسة المنهج المسحي لدراسة إشكاليتهما بتحليل البيانات المتعلقة بدور الأنستغرام في تشجيع الرياضة النسوية، واعتمدت على العينة القصدية لوجود سمة في عينتها و هي استخدام منصة الأنستغرام وسمة نوع الجنس و أعتد البحث في جمع المادة العلمية على أدوات و وسائل و هي الاستبيان و انتهت هذه الدراسة بنتائج أهمها:

.الدافع وراء استخدام النساء لهذه الصفحات الرياضية راجع إلى اكتساب ثقة رياضية و زيادة الوعي

الرياضي.

.الصفحات الرياضية هي من أكثر الصفحات التي تتابعها النساء على منصة الأنستغرام.

.الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام هي أفضل وسيلة لنشر الثقافة الرياضية النسوية

التعليق:

تعتبر هذه الدراسة مهمة لدراستنا و التي عالجت موضوع دور الأنستغرام في تشجيع الرياضة النسوية حيث تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم و هو المنهج المسحي و تباينت مع دراستنا من حيث

العينة فهذه الدراسة اعتمدت على مستخدمات الأنستغرام في الجزائر لكن عينتنا اعتمدت فيها على مستخدمات الأنستغرام بجامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي. تبسة.

الدراسة المشابهة 2:

أجرى عبد الحكيم وأشار، وليد بن زايد الشكيلي دراسة بعنوان دور الإعلام الرياضي الأردني في تعزيز ثقافة المرأة الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والتي نوقشت سنة 2019.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الرياضي الأردني في تعزيز ثقافة المرأة الرياضية وتم الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي من خلال استخدام أداة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات.

و أجريت هذه الدراسة على عينة قصدية مكونة من 187 طالب منقسم التربية البدنية وتم معالجة البيانات من خلال برنامج التحليل الإحصائي و المتوسط الحسابي حيث كانت نتائج الدراسة كالآتي :

الإعلام الرياضي الأردني له دور متوسط في تعزيز الثقافة الرياضية النسوية.

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور الإعلام في تعزيز الرياضي الأردني لثقافة الرياضة النسوية.

التعليق:

تعتبر من أبرز الدراسات العربية المتشابهة لدراستنا و التي عالجت إشكالية حول دور الإعلام الرياضي الأردني في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية.

حيث تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم و هو المنهج الوصفي و أيضا في أداة مع البيانات المتمثلة في الإستبانة.

و اختلفت مع دراستنا من حيث مكان الدراسة المتمثل في الأردن عكس دراستنا في الجزائر و أيضا في مجتمع الدراسة حيث اختارت هذه الدراسة طلبة من قسم التربية البدنية في حين أن دراستنا اختارت عينة من قسم علوم الإعلام والاتصال .

الدراسة المشابهة 3:

أجرى مرشيش خالد وماجدة رايح دراسة بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصفية ، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، 2020.

وتناولت هذه الدراسة التساؤل الرئيسي التالي: هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصقية لدى تلاميذ مرحلة الثانوية

وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصقية.

حيث أستعمل البحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي لدراسة إشكاليته... واعتمدت على العينة العشوائية المتكونة من 50 تلميذ من المرحلة النهائية بالثانوية ثانوية الشريف الإدريسي وأُعدت البحث في جمع المادة العلمية على أداة الاستبيان وانتهت هذه الدراسة بنتائج أهمها:

.مواقع التواصل تساهم بشكل كبير في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصقية. الرياضة اللاصقية هي أولوية التلاميذ عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

.لقت الرياضة اللاصقية إقبال كبير من طرف التلاميذ خاصة بعد تصفح هذه المواقع.

التعليق:

تعتبر هذه الدراسة هامة لدراستنا والتي عالجت موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصقية. إذ تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.

وأيضاً اعتمدها على أداة الإستبانة في معالجة البيانات والتقت في نفس الهدف.

وتباينت من حيث مجتمع البحث والعينة ، فهذه الدراسة اعتمدت على عينة من تلاميذ المرحلة النهائية لطور الثانوي لكن عينتنا اعتمدنا فيها على الطالبات الجامعيات المستخدمات لمنصة الأنستغرام.

6.1. ضبط المفاهيم:

إن ضبط المفاهيم و توضيح معانيها يعتبر جوهر أي دراسة و هو أساس في أي بحث علمي و نظراً لأهميته حاولنا ضبط مفاهيم دراستنا و حصرها في الآتي:

1.6.1. منصة الأنستغرام:

عبارة عن موقع تواصل يتيح لمستخدميه تبادل الصور و الفيديوهات و ذلك عبر الدخول للتطبيق بعد تحميله على الهاتف الذكي من متجر غوغل بالنسبة للأجهزة التي تدعم نظام تشغيل الاندرويد و كذا اللوح الإلكتروني كما يمكن الدخول إليها عبر الحاسوب لكن ذلك يلغي بعض الامتيازات المتاحة عند الدخول عبر الهاتف الذكي وله العديد في عرض المحتوى على غرار المنشور أو القصة إضافة إلى البث المباشر¹ ويهدف مستخدم الأنستغرام إلى إنتاج محتويات تعبر عنه و تمثله لتأسيس جماعته الافتراضية الخاصة مع مجموعة من الغرباء الذين يتقاسمون معه نفس مراكز الاهتمام.²

التعريف الإجرائي:

الأنستغرام هو المنصة التي تسمح برفع الصور والفيديوهات من خلال منشورات المستخدمين لهذه المنصة ، كما يمكن استخدامه من خلال الهاتف المحمول أو عبر موقعه الإلكتروني. وهذه المنصة سهلت على مستخدماتها في المجال الرياضي النسوي الحصول على كافة المعلومات من أسس و قواعد و تمارينات لمختلف أنواع الرياضات النسوية و في مختلف تخصصات هذا المجال.

2.6.1. المستخدم:

يعرف المستخدمون في نظام الحوسبة بأنهم المستخدمون العاديون لبعض البرامج والتطبيقات والأنظمة الموجودة على الجهاز سواء أكان جهاز كومبيوتر أو هاتف ذكي.³

¹ رحموني لبنى، صيد عادل، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر، تجارب واقعية ورؤى مستقبلية ، منشور مركز السمعي البصري ، جامعة أم البواقي 2021، ص 440.

² ووداد شميبي، صورة الذات عبر شبكة الانستغرام منظور تحليلي ، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، المجلد 4 ، العدد 2، جامعة قسنطينة 3، ص 101.

³ مضا ، فيصل محمد الياسين ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة الإلكترونية - دراسة تطبيقية لقطاع الملايين في الأردن - رسالة ماجستير في الأعمال الإلكترونية ، كلية الأعمال ، قسم إدارة الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، أيار 2017 ص 21.

يشير المستخدم إلى الشخص الذي يستخدم منتجاً أو خدمة بشكل منتظم وكلمة مستخدم لها مرادفات هي: المستهلك والعملاء والمستخدم الضيف.¹

التعريف الإجرائي:

نجد من خلال التعريفين السابقين أن مفهوم المستخدم يعتمد على طبيعة العمل الذي يقوم به صاحب فعل الاستخدام وهو الفرد البشري الذي يستخدم أي جهاز ممكن للحوسبة بأعمال معينة فيه.²

3.6.1. النسوية:

مجموعة من التصورات الفكرية والفلسفية التي تسعى لفهم جذور وأسباب التفرقة بين الرجال والنساء وذلك بهدف تحسين أوضاع النساء وزيادة فرصهن في كافة المجالات، و النسوية ليست فقط أفكار نظرية وتصورات فكرية مؤسسة في الفراغ، بل هي تقوم على حقائق وإحصائيات حول أوضاع النساء في العالم، وترصد التميز الواقع عليهن سواء من حيث توزيع الثروة أو المناصب أو الفرص وأحياناً حتى احتياجات الحياة الأساسية من مأكلاً وتعليم ومسكن وغيره.³

4.6.1. الرياضة النسوية:

هي جهود المرأة الرياضية المدونة للمضامين الصحية و رشاقة المرأة و دورها في تشكيل المعرفة الصحية عبر مختلف المواقع.

وفي أربعينيات القرن 20 أدخلت الرياضة النسوية في البرامج التلفزيونية و مع ظهور الألعاب الأولمبية عرفت الرياضة النسوية تطورات ملحوظة حيث أصبحت المرأة تشارك في المنافسات الدولية⁴

التعريف الإجرائي:

¹ <https://ar-news-taargh-almoustakhdem> (وقت الدخول 2023/03/10 13:48)

² <https://ar-encyclopdia-titanica.com> (وقت الدخول 2023/03/10 13:48)

هند محمود ، شيماء الطنطاوي، نظرة للدراسات النسوية ، مارس 2016 ، ص 13.³

⁴ رحموني لبنى، المرجع السابق، ص 245.

ويقصد بها هنا هو النشاط أو المجهود الجسدي الذي تمارسه المرأة من أجل الترفيه أو المتعة أو المنافسة مع الرجال لتحقيق ذاتها في مختلف الأنشطة الرياضية ومختلف الرياضات وتتواجد الرياضات النسوية في جميع أنحاء العالم وفي القرن الـ20 ازدادت مشاركة المرأة وشعبيتها في العالم بشكل كبير.¹

2- الإجراءات المنهجية للدراسة

2.1. مجالات الدراسة:.

تنصب الدراسة الميدانية على واقع الميدان الذي يجري فيه البحث و على الباحث العلمي أن يعرف طريقة تحديد مجالات الدراسة من أجل إعداد بحث خالي من أي خطأ أكاديمي، و تمثلت في دراستنا كالآتي:

1.2.1. المجال المكاني:

يقصد به مكان إجراء البحث، وبناء على ما تم ذكره في مجتمع وعينة الدراسة تم إجراء الدراسة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة- تبسة - نظرا لصعوبة تطبيقها في بقية الكليات، وباعتبارها كلية الطالبة مما يسهل الاتصال بالمبحوثات.

وكونها تسهل علينا الوصول إلى أفراد العينة من أجل الحصول على المعلومات و تحليل المؤشرات للوصول إلى نتائج صحيحة.

2.2.1. التعريف بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:

تأسست كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12/363 المؤرخ في 22 ذي القعدة 1433 الموافق لـ 08 أكتوبر 2012 وتضم الكلية حاليا شعبتان:شعبة العلوم الإنسانية وشعبة العلوم الاجتماعية ، وقد بلغ التعداد الإجمالي للطلبة المتمدرسين على مستوى الكلية يفوق 6000 طالب بما فهم 82 طالب دكتوراه الطور الثالث يؤطرحهم 128 أستاذ دائما من مختلف التخصصات والرواتب طور ليسانس 3909 طالب.

الماستر 1977 طالب.

الدراسات العليا 82 طالب.

بالنسبة لشعبة العلوم الاجتماعية: بلغ عدد طلبة القسم 2506 طالب منهم 1804 في طور ليسانس و702 في طور الماستر و29 طالب في طور الدكتوراه.

¹عز الدين محمد ، الرياضة النسوية ، مجلة الوحدة ، العدد 249، 1991، ص 41

بالنسبة لشعبة العلوم الإنسانية بلغ عدد طلبة القسم 3380 طالب منهم 2105 طالب في طور ليسانس و 1275 في طور الماجستير و53 في الدكتوراه.

وتعتبر كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من أقدم الكليات في جامعة تبسة.

3.2.1. المجال الزمني:

يقصد بها الوقت الذي استغرقتاه في الدراسة ، حيث تم جمع البيانات في شهر جانفي ثم توزيع استمارة الاستبيان في أفريل 2023 لمدة 20 يوم وتحصلنا على عدد مناسب لنبدأ عملية تفرغ البيانات وتحليلها والوصول إلى نتائج عامة في شهر ماي.

وكونها تسهل علينا الوصول إلى أفراد العينة من أجل الحصول على المعلومات و تحليل المؤشرات للوصول إلى نتائج صحيحة.

المجال البشري:

تمثل مجتمع دراستنا في طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة-تبسة-
المستخدمات لمنصة Instagram.

ولقد اعتمدنا على أسلوب العينة لحصر مفرداتنا اللازمة للدراسة الميدانية بحكم أن مجتمع البحث المستهدف أمامنا كبير مقارنة بالوقت ولقد لجأنا لهذه الطريقة لأنها أقل تكلفة بالنسبة لنا، وكذلك لعدم تمكننا من إجراء حصر شامل لعناصر مجتمع الدراسة الأصلي بحكم عامل الزمن الذي يقف كحائل بيننا وبين ما نجده في المجتمع الأصلي، وعلى هذا فإننا نرى أن العينة هي جزء من الكل تمثله تمثيلا صحيحا إذ استخدمت وفق شروط مضبوطة، وبعد بناء الاستمارة لجأنا إلى العامل مع العينة محل البحث لجمع البيانات ، وقد استخدمت "العينة القصدية"

لقد تم اختيار مجتمع هذه الدراسة في طالبات قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة تبسة لأن هذه الفئة بالذات على قدر واعي من الثقافة وأكثر عرضة لاستخدام هذه المنصة ويتفاعلن مع مضامينها "فئة الطالبات" وتحتل شريحة كبيرة، ولذلك تساعدن على فهم الرياضة النسوية كلها في نطاق الحرية التي تسمح بها هذه المنصة.

عدد الطالبات المستخدمات لمنصة الانستغرام	العدد الإجمالي للطالبات	المستوى أولى ماستر تخصص اتصال تنظيمي
09	13	الفوج الأول
10	18	الفوج الثاني
11	19	الفوج الثالث
14	22	الفوج الرابع
04	07	الفوج الخامس
48	89	المجموع

عدد الطالبات المستخدمات لمنصة الأنستغرام	العدد الإجمالي للطالبات	المستوى ثانية ماستر تخصص اتصال تنظيمي
20	31	الفوج الأول
17	23	الفوج الثاني
23	28	الفوج الثالث
16	24	الفوج الرابع
76	106	المجموع

2.2. منهج الدراسة:

على الباحث إتباع مجموعة من الخطوات العلمية في إنجاز بحثه. فإن تحديد المنهج المستخدم في الدراسة أحد أهم الخطوات العلمية التي يقوم بها الباحث، حيث أن المنهج هو الأسلوب أو الطريقة العلمية التي ترسم حدود البحث.

والمنهج العلمي كما يرى ميلتون بارون في كتابه "علم الاجتماع المعاصر" هو: شيء مشترك بين كل العلوم، يتطلب وصفا منظما للوقائع التي تتم ملاحظتها في ظل ظروف مضبوطة يمكن تكرارها باستخدام إجراءات البحث، وباختصار يحدد

¹ بارون علم المنهج العلمي بالملاحظة والوصف والاستقراء والاستنباط.

ولقد قدم العربي فرحاتي تعريفا للمنهج العلمي في كتابه "البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات" على أنه في أبسط معانيه هو: "الطريقة التي يتبعها الباحث عند طرحه لمفردات الطبيعة كظاهرة على التساؤل واستقصائه لها بغرض التحكم فيها وتطويرها والتنبؤ مستقبلا².

أما موريس أنجرس فيرى أنه: "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتنبأة من أجل الوصول إلى نتيجة ما، كما يمثل المسألة الجوهرية في العلم، فالإجراءات المستخدمة أثناء إعداد البحث وتنفيذه هي التي تحدد النتائج وعليه يجب إتباع تلك السلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي استخدامها بكيفية منسقة ومنظمة³.

ويعرفه الباحث عمار بوحوش: "هو الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها لمواجهة مشكلة بحثه أو دراسته لمشكلة موضوع البحث⁴ الباحث

وانطلاقا من طبيعة ونوع دراستنا التي تتمحور حول معرفة استخدام الطالبات المبحوثات للصفحات الإلكترونية لمنصة الأنستغرام، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية المستخدمة في بحوث الاتصال وبتالي

¹ محي الدين مختار، الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية، ج 1، منشورات جامعة باتنة، الجزائر، 1999، ص

70.

² العربي بلقاسم فرحاتي، البحث العلمي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،

2012، ص 19، ص 20.

³ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، د ط، دار القصب للنشر، الجزائر، 2004،

ص 100.

⁴ عمار بوحوش، محمد محمود الديبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر

، 2007، ص 29.

فإن المنهج المناسب لها هو منهج المسح الوصفي وهو أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، والذي نسعى من خلاله لجمع المعلومات وآراء المبحوثين وتبويبها ومن ثم معالجتها إحصائياً وجدولتها للتوصل إلى النتائج المرادة. وبالرجوع إلى الكتب والمراجع نلاحظ أن هناك عدة تعاريف متعلقة بمنهج المسح الوصفي.

حيث عرفه الباحث راجح التركي على أنه: " كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها.¹

فمنهج المسح الوصفي لا يتوقف عند وصف الظاهرة التي يدرسها بل يتعدى ذلك إلى التحليل والتفسير والمقارنة وصولاً إلى النتائج ثم التعبير عنها بتعبيرات كمية ونوعية للوصول إلى فهم العلاقة بين الظاهرة والظواهر الأخرى.²

واعتماداً عليه في دراستنا لأنها فرضت علينا استخدام الأسلوب المسحي للقيام لدراسة بحثنا دراسة شاملة لجميع البيانات ولتفسيرها وأيضاً لتفادي الجهد المضاعف وتفادي مدة البحث لفترة طويلة واعتمدت على المنهج المسحي بالعينة من أجل تحليل البيانات المتعلقة بدور الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية وتعميم النتائج.

3.2. مجتمع البحث وعينة الدراسة :

لابد على كل باحث تحديد مجتمع البحث الأصلي المراد دراسته والذي يعرف على أنه :

المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى إليها الباحث إلى أن يعمم عليه النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ، وهي أيضاً مجموعة من الأفراد أو الأشياء أو البيانات التي تشترك في خاصية واحدة أو أكثر ويشمل المجتمع كل العناصر التي تشكل مفردات مشتركة في صفة من الصفات.³

ومجتمع بحثنا في دراستنا هذه هن الطالبات المستخدمات لمنصة الأنستغرام بجامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال، 2ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص36.

² سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، د ط ، دار الشعب ، القاهرة، 1976، ص233.

³ لحسن عبد الله ياشيوة ، البحث العلمي (مفاهيم وأساليب وتطبيقات)، ط 1 ، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،ص

وبسبب عدم القدرة على حصر المجتمع ككل واتساعه توجهنا لدراسة جزئية من هذا المجتمع الواسع وهي العينة التي تحدد لنا الدراسة التي ستقام عليها الإجابة على إشكالية البحث .

وتعرف العينة على أنها : نموذج يشمل جانبا أو جزء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له بحيث تحمل صفات وخصائص مشتركة للمجتمع وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة واستحالة دراسة الكل أو تلك الوحدات.¹

وأياها هي مجموعة جزئية من مجتمع البحث تتوفر فيه خصائص المجتمع الأصلي ويتم اختيارها بطريقة معينة لإجراء البحث عليها وتعميم النتائج على المجتمع ككل.²

وعليه تم اختيار العينة القصدية وهي نوع من العينات الغير الاحتمالية والتي تعرف على أنها اختيار العينة بطريقة حرة تحقق أغراض الدراسة ، مثال : فإذا أراد الباحث دراسة تاريخ التعليم في السودان فإنه يمكن أن يختار عينة من كبار المعلمين في السودان.³

حيث ينتقي الباحث عناصر العينة لأنه يعرف مسبقا بأنه الأقدر على تقديم المعلومات عن مشكلة معينة أكثر من غيرهم لأنهم عايشوا المشكلة

أو عاصروها، حيث يتطلب من الباحث أن يوازي بين التحيز الناتج من عينة مقصودة وبين ما توفره هذه العينة من معلومات صادقة .

وتم اختيار هذه العينة القصدية المتمثلة في طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال مستوى ماستر. و نظرا لوجود سمة وخاصة في عينتنا وهي استخدام منصة الأنستغرام وسمة نوع الجنس وهن الطالبات بمعناه تجانس جمهور مستخدمات الأنستغرام وأيضا اعتمدنا عليها بسبب طبيعة بحثنا، التي قصدت عينة من طالبات المستخدمات الأنستغرام

وبناء على ما سبق تكون مفردات عينتنا كالأتي :

¹ عامر إبراهيم قندلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية ، ط5، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، 2014،ص، ص ،145،146.

² ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي ، (النظرية التطبيقية) ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2000،ص 137.

³ سيف الإسلام أسعد عمر ، الموجز في المنهج البحث العلمي ، دار الفكر ، دمشق ، 2009، ص112.

ماستر 2	ماستر 1	
106	72	عدد الطالبات الإجمالي
76	48	عدد الطالبات المستخدمات
124		المجموع الطالبات المستخدمات

يبين لنا الجدول أعلاه نسبة استخدام طالبات مستوى أولى و ثانية ماستر للأنستغرام بعدد 124 طالبة من أصل 178 طالبة.

ومن هذا نستنتج أن نسبة مستخدمات هذه المنصة عالية وهذا دليل على أن لديهن ميولات رياضية مختلفة ومتنوعة لأنها أكثر نخبة تتميز بالوعي والنضج، عدد مفردات عينتنا هو 30 مفردة وذلك بأخذنا نسبة 40 بالمائة .

4.2. أدوات جمع البيانات:

إن أي دراسة تتطلب تحديد الخطوات المتبعة والأدوات المستعملة وذلك لجمع المعلومات و البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج نجيب من خلالها على إشكالية البحث. حيث اعتمدنا في بحثنا هذا على جمع المعلومات النظرية والميدانية حتى نتمكن من رصد الحقائق والدلائل العلمية التي تسعى دراستنا لإثباتها من خلال إتباع الخطوات التالية:
أ. أدوات الجانب النظري:

اعتمدنا في جمع المادة العلمية النظرية على مراجع متنوعة بين العربية والمذكرات الأكاديمية التي تتعلق بصميم الموضوع وتتقارب معه من حيث القيمة والدلالة العلمية وارتباطها الوثيق بموضوع وإشكالية الدراسة.

ب. أدوات الجانب التطبيقي:

.الاستبيان:

ظهر أسلوب الاستبيان الحديث على يد ستانلي هول القرن التاسع عشر والذي أوضح ما يبدو واضحاً للبالغين لا يبدو كذلك للأطفال بضرورة وكان لهذه الملاحظات تضمينات تربوية مباشرة.¹ يمكن تعريف استمارة الاستبيان على بأنها لائحة مؤلفة من مجموعة من الأسئلة في علاقة وطيدة بموضوع البحث ويستمد تصميمها من المراحل المنهجية الأساسية التي يجب على الباحث أن يوليها اهتمامه، لأن فرضيات البحث وتفرعها سوف تأتي في صيغة أسئلة الاستمارة وعليه تبني نتائج البحث.² حيث استعملنا في دراستنا أداة الاستبيان وهو الأداة الفعلية في الدراسة الإعلامية والتي من خصائصها إتاحة الفرصة لطرح مجموعة من الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة. حيث تم تحديد إستبانة حول: دور منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية ، والتي تعد الأداة الرئيسية الملائمة للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات التي يجرى تعبئتها من قبل المجيب.

*استمارة الاستبيان:

تعد أداة رئيسية لجمع بيانات الكلية عن وقائع محدودة وعدد كبير نسبياً من الأشخاص.³

⁴. هي مجموعة الأسئلة المترابطة بطريقة منهجية.

. هي مجموعة من الأسئلة المترابطة حول موضوع معين تم وضعها في استمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين بالبريد أو تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة على الموضوع والتأكد من المعلومات المتعارف عليها، لكنها غير مدعمة بحقائق.⁵

*نوع الأسئلة:

تم الاعتماد على الأسئلة المغلقة المفتوحة

*وصف أداة الدراسة:

وبناء على الخطوات سابقة الذكر طبعت الاستمارة في صورتها النهائية واحتوت على 21 سؤالاً مقسماً على

ثلاث محاور:

المحور الاول : بيانات سوسيو ديمغرافية :

¹ كمال عبد المجيد زيتون، منهجية البحث التربوي في مجالات الرياضة واستثمار الفراغ ، مركز الكتاب للنشر ، 2004، ص 34.

² رشيد زرواتي ، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر ، 2007، ص 220.

³ طلعت إبراهيم، أساليب و أدوات البحث الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر، مصر ، 1995، ص 185.

⁴ يونس مصطفى قاضي ، الإرشاد النفسي التربوي ، السعودية ، 1981، ص 210.

⁵ فوزي عبد الله العكش ، البحث العلمي المناهج والإجراءات ، مطبعة العين الحديثة ، الإمارات ، 1986 ، ص 210.

يتكون هذا المحور من ثلاثة أسئلة .

المحور الثاني : عادات و أنماط تعرض طالبات قسم علوم الاعلام و الاتصال لصفحات الرياضية بمنصة الانستغرام:

ويتكون هذا المحور من 10 أسئلة .

المحور الثالث : تأثيرات المحتوى الرياضي النسوي على منصة الانستغرام في دعم الرياضات النسوية

:

يتكون هذا المحور من 08 أسئلة.



الفصل الثاني

الفصل الثاني: منصة الأنستغرام والرياضة النسوية

اولا : منصة الأنستغرام

1.2 تعريف الأنستغرام

2.2 نشأة الأنستغرام

3.2 خصائص الأنستغرام

4.2 إيجابيات وسلبيات الأنستغرام

5.2 خطوات إنشاء حساب الأنستغرام

6.2 أنواع محتوى الأنستغرام.

7.2 خوارزميات النشر على الأنستغرام

8.2 الالتزامات التي يجب أن يراعيها المستخدم

ثانيا :الرياضة النسوية

9.2 تعريف الرياضة النسوية

10.2 نشأة الرياضة النسوية في الجزائر

11.2 دوافع المرأة لممارسة النشاط الرياضي

12.2 أهمية ممارسة المرأة للرياضة

13.2 دور العوامل الاجتماعية في عزوف المرأة عن المشاركة في الرياضة

14.2 الرياضة وأثرها النفسي على المرأة

15.2 معوقات ممارسة النشاط الرياضي للمرأة في الوطن العربي

اولا: منصة الأنستغرام

1.2. تعريف منصة الأنستغرام:

انستغرام " Instagram " بالإنجليزية هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا ، أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط الصورة ، وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها ، وفي يوليو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو إلى الشكل المتقطع للمستخدمين مدة 15ثا.¹

و الأنستغرام هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر (Face book Twitter (Filcker Tumbler) البرنامج ومواقع التواصل وما يميزه أنه يتيح لنا خاصية الهاشتاق مثلا #عالم اختراق الكمبيوتر وتخصص لكل مناسبة هاشتاق لتنشر فيه صورك ويراها أحبابك أو المهتمين في نفس التخصص بالإضافة إلى إمكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور ، الفلاتر المخصصة للمبتدئين والخبراء في عالم معالجة الصور وإضافة بعض التأثيرات.²

2.2. نشأة الأنستغرام:

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد " كيفن ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد بالبداية بالعمل على بينما كان يعمل على تطبيق مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على موقع جغرافي لكن مع ميزة مشاركة الصور، وبعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح و استخدمه فقط بعض الأشخاص ووصفه أصدقاؤه بأنه فكرة فاشلة.

وفي يوليو 2010 قام كل من كيفن ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد بالبداية بالعمل على تصميم تطبيق مشاركة الصور، أراد الاثنان صنع شيء وحيد وجيد والتركيز عليه، ونظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور من المواقع عملية يصعب القيام بها عبر الهاتف المحمول.

وبعد أن أستغرق الأمر شهرين من العمل تم إطلاق أول نسخة من التطبيق في أكتوبر 2010 أطلق الشريكين عليه تطبيق الأنستغرام لمشاركة الصور بهاتف الأيفون وبدء 80 شخص فقط باستخدامه.

وفي ديسمبر 2010 أعلن الأنستغرام الدعم الكامل للصور والمشاركة على شبكة " فورص كوار" ووصل عدد مستخدميه إلى 1 مليون شخص،

¹ موسوعة ويكيبيديا - وقت الدخول الجمعة 10 مارس 2023 الساعة 16:58 مساء <https://ar.wikipedia.org>

² موقع عالم احتراف الكمبيوتر <https://mycomputer-now.com> وقت الدخول الجمعة 110 مارس 2023 الساعة 17:03 مساء.

و في 2011 حصل التطبيق على زيادة 500% من المستخدمين ليصل العدد 5 ملايين مستخدم و في 2012 أبريل ونيسان أضيفت منصة الأنستغرام على الأندرويد ثم تطور في يونيو وحزيران 2013 ليوضع كتطبيق.

ومن التطورات المهمة في تطبيق الأنستغرام هو استحوذت شركة الفاييس بوك على هذه المنصة¹. وقال " كيفن " أن اليوم الأول كان الأصعب حيث توقف الموقع عن العمل لعدة مرات يومياً إلا أن حب الناس للتطبيق جعلهم يتسامحون ، بينما قال " كرينجر " : كان لدينا فكرة أساسية وهي أن الناس يريدون التواصل وتبادل الخبرات في العالم الحقيقي من خلال لقطات من حياتهم ، في وقت لاحق بدت فكرة انستغرام أكثر وضوحاً وهي التواصل من خلال الصور ، ولكن المنتجات يتم تحديدها من خلال سلسلة من القرارات والافتراضات ، وفكرتها المتمثلة في أول تطبيق للصور المفتوح للعامة بشكل افتراضي أثبت بأنه وجد حلاً لحاجة عند الناس كانوا يبحثون عنها منذ زمن².

3.2. خصائص الأنستغرام:

.إمكانية مشاركة الصور والفيديوهات مع الأصدقاء على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

.يحتوي على فلاتر متعددة.

.إمكانية إضافة روابط شخصية عن طريق السيرة الذاتية ضمن صفحتك الشخصية.

.ميزة البث المباشر المعروف بلايف وهي إحدى أفضل الطرق للبقاء قريب من المتابعين.

.يسمح بالكتابة على الصور وتعديلها من حيث الحجم والأبعاد ومن ثم نشرها.

.وجود خاصية الاستكشاف حيث تضم الصور ومقاطع الفيديو والتي حصلت على عدد أكبر من

الإعجاب.

وتختفي بعد 24 ساعة. story. ميزة القصص المعروفة

.مقاطع الفيديو على الأنستغرام قصيرة.

.خاصية التجارة الإلكترونية والتسويق عبر تسويق منتجاتهم.

.منصة لعرض مواهب المستخدمين في عدة مجالات.

.يركز الأنستغرام على العرض وليس الأخبار.

¹ مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل في الاحتساب، ط1، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 2020، ص، ص

،30،31،

² مؤسس الأنستغرام يتحدث حول بداية نشأة التطبيق 3427 <https://alinstagram.com/?> وقت الدخول الجمعة 10 مارس 2023

الساعة 17:22 مساءً.

لا توجد مجموعات وإنما صفحات شخصية يمكن متابعتها بسهولة، فهو تطبيق متخصص يركز على الصورة ومقاطع الفيديو¹.

يسمح لأي شخص بالتقاط كمية غير محدودة من الصور على حسب رغبته والقيام بتحميلها في وقت وجيز على حسابه في الأنستغرام.

تحميل الفيديوهات وإرسالها ومشاركتها مع حسابات أخرى ومنصات مختلفة. يمكن المستخدم من وضع إشارة أو حالة إلى الحسابات الأخرى في منشوراته لضمان المشاركة على نطاق واسع.

يمكن الأشخاص من القيام بنشر تعليقات على الصور ومقاطع الفيديو (تحديث الصورة بأدوات يتيحها الأنستغرام).

يسمح الأنستغرام برفع أي كمية من الصور مهما كان حجمها أو مساحتها ما جعل المحترفين وهواة التصوير باعتباره من المواقع القليلة التي تسمح بنشر صورهم بجودة عالية. يعتبر تطبيق الأنستغرام من التطبيقات المثالية التي تسمح بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو بكفاءة عالية ويسمح لأي نظام فيديو بالعمل ضمن نطاقه وهذا نستخلص أنه يعمل في أي نظام تشغيل خاص بالأجهزة الذكية.

يعتمد البرنامج على خاصية التتبع بحيث يمكن للمستخدمين أن يتبعوا أي شخص لديه حساب على الأنستغرام وتتابع أي تحميلات أو صور أو نشاطات يقوم بها في الإشعارات.

بعد امتلاك الفايسبوك لمنصة الأنستغرام أصبح هذا الأخير مترابط مع الفايسبوك بحيث يمكن لأي شخص أن يقوم بتحميل أي صور يقوم بها من خلال تطبيق الأنستغرام على الفايسبوك الخاص به.

يحتوي الأنستغرام على عدة خيارات منها حجب بعض الألبومات وإظهار بعض المعلومات الخاصة بصاحب الحساب لأشخاص محددین من طرفه، وبذلك يعزز من نظام الخصوصية.

يتميز بتصميم فريد وجذاب ويظهر من الواجهة أنه سهل الاستخدام بسبب عدم التعقيد في عدة أيقونات موجودة فيه².

ويحظى الأنستغرام بشعبية كبيرة في العالم وفي دول الخليج، فوجدت الباحث أن هناك الكثير من الحسابات الشخصية إلى جانب الحسابات المتخصصة بمواضيع معينة وحسابات الشركات والجهات الرسمية

¹ريهام عيد الهادي ، ما هو الأنستغرام، مميزات الأنستغرام التي جعلته مختلف 10.2021 مارس 2023 WWW.SKYTETECH.COM

² Inès Amaral Instagram – Social media . <https://www.researchgate.net/publication/303443794> Instagram

–Social media(10/03/2023)

والجمعيات الأهلية ، وفتح الأنستغرام أفاق عديدة لمستخدميه في فرصة الحصول على الشهرة والدخول لقطاع الأعمال.

وفي آخر إحصائية أعلنها علي سبكار رئيس النادي العالمي للإعلام الاجتماعي في البحرين أشار إلى أن عدد مستخدمي الأنستغرام في البحرين في عام 2014 وصل إلى 150 ألف حساب.¹

4.2. إيجابيات وسلبيات الأنستغرام:

من إيجابياته:

. سهولة التواصل وسرعته مع من تريد من شخصيات سواء علماء أو شيوخ أو طلاب علم أو سياسيين أو كتاب أو محللين أو.....إلى غير ذلك.

. سهولة متابعة مجريات الأحداث وآخر الأخبار والمستجدات.

. سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة ونشر النصائح والتوصيات والكتب والبحوث وغيرها.

. تحول العالم إلى شبكة مصغرة يتواصل فيه الناس على اختلاف أجناسهم وأنواعهم بسهولة عجيبة.²

. سريع جدا يمكن المستخدم من التقاط الصورة وتحميلها تلقائيا على الأنستغرام ومواقع التواصل

الاجتماعي الأخرى مثل الفايسبوك و التويتر.

. يحتوي على العديد من المؤثرات ويمكن اختيار إطارا للصورة.

. يمكن الشخص من الإطلاع الدائم على آخر التحديثات وإخبار أصدقائه والإعلانات المهمة.

. وسيلة جديدة لتكوين صداقات جديدة والالتقاء بأصدقاء جدد.

. الإعلان عن المنتجات خاصة إذا كان لدى الشخص بعض الأعمال أو المحلات التجارية ، حيث يمكنه من

التقاط الصور من المنتجات الخاصة به ونشرها على الأنستغرام ، كما يساعد في كسب العديد من الزبائن.

. توجد تطبيقات للصور تمكن المستخدم من تحميل الصورة مباشرة على الأنستغرام وتعديلها ، ويمكن

الاحتفاظ بها على الهاتف الخاص أو الاكتفاء بنشرها على الأنستغرام.³

ومن سلبياته:

. الإعلانات المزيفة.

. النقاشات والجدال الذي لا ينفع منه سوى الشتم والتحريش.

¹ الأنستغرام تويتر علي سبكار @ alisabkar

² ريم قيس، إيجابيات وسلبيات الأنستغرام ، 10 مارس 2023 ، WWW.ALREEM11.WORDPRESS.COM

³ A Review on Instagram, Grace Feliciano Published on Jul 26 , 2012 [https://android-app-reviews.knoji.com/a-](https://android-app-reviews.knoji.com/a-review-on-Instagram)

[review-on-Instagram](https://android-app-reviews.knoji.com/a-review-on-Instagram) 18:37 الساعة 08 مارس 2023 وقت الدخول

.نشر الفتن والكذب والإشاعات.

.الانتهاكات الخطيرة لعقيدتنا.

ومن سلبيات الأنستغرام الخصوصية، فهناك الكثير من الأشخاص يمكنهم رؤية كل التفاصيل لكل الصور التي يتم تحميلها، وهو قد يكون مصدر لبداية الإشاعات عبر رؤية الصور غير الجيدة، كما أن حياة الشخص قد تكون في خطر، خصوصاً لمن ينشر كل تفاصيل حياته وأماكن تواجده عبر الأنستغرام.¹

5.2. خطوات إنشاء حساب Instagram:

.تحميل تطبيق Instagram عن طريق حساب Face book وهذا الاختيار يمكنك من ربط الحسابين مع بعضهم البعض، أو إنشاء حساب Instagram بواسطة البريد الإلكتروني الخاص بك.

.إضافة اسم المستخدم واختيار كلمة سر قوية.

.مزامنة جهات الاتصال في هاتفك حتى تستطيع إضافة أصدقائك أو اختيار متابعة بدون مزامنة إذا لم ترغب بذلك.

.إدخال تاريخ ميلادك.

.اختيار اسم الحساب الذي ترغب في عرضه على حسابك وقد يقدم لك بعض الاقتراحات تساعدك في الاختيار.

.رفع صورة شخصية أو يمكنك القيام بتخطي هذه الخطوة.²

6.2. أنواع محتوى انستغرام:

عند التفكير بإنشاء حساب انستغرام ناجح يُحقق الشهرة والوصول الواسع يجب أن يكون في ذهنك عناوين عديدة من أفكار محتوى انستغرام الرائجة التي يجب أن تعمل عليها وتكون قادر على المنافسة والتميز بها، فنلاحظ الخطوة الهامة بعد إنشاء حسابنا على هذه المنصة عن طريق بناء إستراتيجية عمل خاصة بنا وتحديد الطبقة المستهدفة من الجمهور، هي صناعة محتوى انستغرام يُشجع على التفاعل ويجذب الجمهور ويحقق أهدافنا المرجوة. سنتعرف على أنواع المحتوى المستخدمة على الأنستغرام:

1.6.2. الصور:

تمّ بناء هذه المنصة الاجتماعية منذ البداية لمشاركة الصور، وتُعتبر الصور الصيغة الأساسية المستخدمة للمحتوى على الأنستغرام، وللقيام بتسويق مُنتج أو خدمة عبر الأنستغرام يجب اختيار صورة

¹ A Review on Instagram, Grace Feliciano –previous reference .

² <https://www.jawal.tech> (10/03/2023) 17 :52

ملائمة ذات دقة وجودة عالية، وتذكر كلما كانت الصورة مُصممة بذكاء كلما حققت الهدف المرجو منها، تستطيع الحصول على الصور وتحميلها من مصادر عديدة ومختلفة لكن من الأفضل أن تكون الصورة تتميز بتصميم من صُنْعِكَ، فمن المعروف أنّ المحتوى المتميز ببصمة وإبداع صاحبه تزداد قيمته ويزداد عدد مُتابعيه بفترة قصيرة.

2.6.2. الفيديو:

يُعتبر الفيديو أحد الخيارات المُستخدمة بكثرة لنشر أفكار محتوى انستغرام ببساطة، ويتميز بقدرته على التأثير في عواطف الطبقة المُستهدفة من الجمهور بفترة زمنية لا تقلّ عن 10 ثوانٍ ولا تزيد عن دقيقة واحدة، وتعتبر هذه الدقيقة فترة كافية لُأسر انتباه جمهورك بالإضافة إلى التفاعل الكبير والملاحظ الذي ستتركه بين المشاهدين.

يُنصح بالتركيز على أول 15 ثانية من الفيديو والعمل على شدّ انتباه المُشاهد للمحتوى الذي تقوم بنشره قدر الإمكان ففي هذه المدّة الزمنية بالتحديد يكون الجمهور في قَمّة التركيز على أفكار محتوى انستغرام التي تعمل عليها، كما ينصح أيضاً بالتركيز على سيناريو الفيديو فاحرص على التحدث عن مميزات المنتج أو الخدمة التي تعمل على تسويقها.

واحرص على وجود بعض الكلمات المثيرة للاهتمام والفضول، وانطلق ببداية الفيديو دوماً من حاجة الجمهور وكيفية العمل على إقناعه بالشراء أو التفكير بشكل جاد في تجربة المنتج أو الخدمة المُقدمة من قبلك، كما يمكنك أيضاً تجربة ميزة البث المباشر حيث يعتبرها الجمهور أسلوب عصري وبدأت تُستخدم بكثرة هذه الأيام.

3.6.2. النصوص:

عند قيامنا بنشر صورة فائقة الجمال أو نشر مقطع فيديو احترافي دون إضافة أي نص يُعبر عن أفكار محتوى انستغرام التي نسعى لنشرها بالطبع هذا لن يثير اهتمام المتابعين لمشاهدة الفيديو أو التمتع بالصورة التي قد قُمت بنشرها، لذلك يجب عليك التسويق بشكل هادف مُنظم وتقديم المنتج أو الخدمة بوضوح وكتابة نصاً بصندوق الوصف أسفل الصورة أو الفيديو يُعبر عن جانبك الإبداعي ليكون لديك محتوى ذو معنى، وأيضاً يُصبح المتابع على دراية بموضوع محتوى الصفحة.

4.6.2. محتوى المنشورات:

في البداية يجب أن تكون خطة التسويق هادفة وذكية للمحتوى الذي اخترناه، حيث يجب علينا التخطيط لاستراتيجية فعّالة مُعبّرة عن أفكار محتوى انستغرام التي نعمل عليها تساعدنا على جذب اهتمام

العملاء وزيادة عدد المتابعين، ويجب علينا الحرص على جعل المحتوى لدينا تفاعلي يجذب اهتمام الجمهور ويجعلهم يتفاعلون معه بحواسهم البصرية والسمعية.

وتذكر كلما كان محتوى منشوراتك غني بالفائدة والمعرفة كلما ازداد شعور جمهورك بالثقة والأمان والحماس للشراء منك لذلك يجب عليك التفكير في محتوى فريد يلفت انتباه جمهورك وينال إعجابه. أيضاً تستطيع كسب تفاعل المتابعين مع منشوراتك عن طريق قيامك باختيار اللغة التي يتحدث بها جمهورك المُستهدف على سبيل المثال واختيار بعض الكلمات المُستخدمة لديهم، أو القيام بالتركيز على بعض الخصائص الجغرافية المتعلقة بمكان أو بلد مُحدد إذا كنت تريد توجيه منشور خاص بهم فهذا أيضاً يساعد على زيادة تفاعلهم.

5.6.2. محتوى الأنستغرام من القصص أو الستوري:

تُعتبر ميزة القصص أو الستوري من أهم الميزات المتوفرة ضمن التطبيق، تُساعد هذه الميزة أصحاب الحسابات التجارية بشكل فعّال في حملاتهم التسويقية، إذ تُعد القصة أو الستوري من أهم أشكال المحتوى التي يتفاعل معها المتابعون بمختلف الفئات والأعمار، تسمح لك هذه الميزة بنشر أفكار محتوى انستغرام الخاصة بك بشكل تفاعلي .

وتمكنك من جذب مُتابعيك والعمل على جذب مُتابعين جُدد من خلال تقديمك عروض حصريّة ومميّزة للمتابعين ونشر آخر التحديثات المتعلقة بالمنتجات الخاصة بك، وتستطيع زيادة تفاعلهم مع المحتوى المُقدم عن طريق قيامك بطرح سؤال يهدف التصويت لمنتج أو خدمة ما والنقر على خيار مُحدد يرغبون به، وأيضاً يزداد شغفهم والاهتمام بمُتابعتك عند قيامك بنشر صورة أو فيديو لأحد الأشخاص المؤثرين الذين يتعاونون مع العلامة التجارية الخاصة بك واستخدام بعض العبارات لحثّ الجمهور على اتخاذ قرار سريع يتعلق بالشراء، هذا كله يعمل على ضمان التفاعل المُستمر لرؤية كل جديد فيما يتعلق بالمحتوى الخاص بك.

وإلى جانب ما سبق يسمح التطبيق لك بتثبيت القصص التي نالت تفاعل كبير من المتابعين في الـ High lights الذي يظهر في حسابك أسفل الوصف الشخصي، وبذلك تضمن وجودهم بشكل دائم، وفي حال انضمّ متابعين جُدد أصبحوا بإمكانهم التعرف أكثر على أفكار محتوى الأنستغرام التي تعمل عليها والحصول على معلومات عن المنتجات أو الخدمات الأكثر أهمية.

6.6.2. محتوى الرييل:

تُعتبر Instagram Reels ميزة جديدة لتوسيع إدراك المتابعين حول أفكار محتوى الانستغرام التي تسعى لنشرها، وتوسيع نطاق الوصول إليك، وتُعد طريقة ممتعة لمشاركة بعض المقطعات السريعة والإبداعية مع

متابعيك وإحداث شهرة واسعة من خلالها، حيث تعتبر هذه الميزة إحدى الطرق العصرية للتسويق عبر الانستغرام مدتها لا تتجاوز الـ15 ثانية

حيث تتيح الميزة إمكانية مشاركتها مع المتابعين لديك أو على نطاق أوسع لتظهر على منصة الانستغرام في تبويب Explore لتصبح متاحة لكافة مستخدمي الانستغرام وبالتالي لديك فرصة كبيرة لعرض علامتك التجارية أو منتجاتك على مُتابعين جُدد، فاستخدامك لهذه الميزة يساعد على جعل أفكار محتوى الانستغرام التي تعمل عليها أكثر انتشاراً¹.

7.2. خوارزميات النشر على الأنستغرام:

وفق للأنستغرام هناك ست عوامل رئيسية تؤثر على نشر المحتوى على انستغرام تتمثل في كل من الاهتمامات، العلاقة، التوقيت، التكرار، المتابعة والاستخدام. ومن الملاحظ من المهتمين في مجال المعلوماتية أن خوارزمية الانستغرام تتغير باستمرار خاصة بعد تحويل ملكيته إلى شركة الفاييس بوك، ووفقاً للكلمة الهائل من المعلومات الذي تكتسبه في كل دقيقة من كل يوم.

وخوارزمية الأنستغرام على العموم مصممة لتتنبأ بمدى اهتمام المستخدم بمنشور ما ولا تستند خلاصة الأخبار إلى الأشخاص المتابعين من طرف المستخدم فقط، إذ تعتمد أيضاً على أنواع المنشورات والأشخاص الذين يحجم ويتفاعل مع يومياتهم، كلما ورد احتمال لدى خوارزمية الأنستغرام أن المستخدم سيحب منشور ما، كلما زادت احتمالية ظهوره في خلاصة أخباره، وهذا يعتمد على السلوك السابق له مع محتوى مشابه له ورؤية آلية تعمل بالاحتمالات تحلل المحتوى الفعلي لهذا المنشور.

كما تقوم خوارزمية الانستغرام بإعطاء الأولوية لإظهار منشورات الأصدقاء والعائلة والحسابات التي يبدي اهتماماً بها، لذا سيجد المستخدم أنه يتم إظهار ما يريده على حسابه باستخدامه الخوارزمية لتفاعلاته وتجميعها معا لتعرف عن من هم الأقرب وتحدد ميولاته واهتماماته، وقد شارك "توماس ديمسون" مهندس برمجيات في الأنستغرام كيف يمكن للموقع نظرياً معرفة مدى اهتمام مستخدميه بشيء أو شخص ما أكثر من غيره استناداً إلى كيفية استخدامه للتطبيق كما يلي:

*الأشخاص الذين يتم تسجيل الإعجاب بمحتواهم (ومن المحتمل أن يضم ذلك القصص وفيديوهات

البث المباشر)

*الأشخاص الذين تتم مراسلتهم بشكل مباشر.

*الأشخاص الذين يتم البحث عنهم في خانة البحث.

*الأشخاص الموجودين في العالم الواقعي والذين تم تسجيل بياناتهم على أجهزة استخدام الحساب.

هذا يعطي فكرة عن كيفية تأثير سلوك المستخدم في الأنستغرام على تحديد احتمالات المحتوى الذي ترى الخوارزمية أنه سيعجبه إذا شاهده فتقوم بإظهاره له، لذا بشكل أساسي ما يراه المستخدمون على حساباتهم على الأنستغرام ما هو إلا خليط من كل سلوكياتهم على الأنستغرام، كعدد الأصدقاء الذين يتفاعلون معهم أكثر من غيرهم، وقصص من التي يشاهدونها، والأشخاص الذين يشيرون إلى بعضهم في الصور واليوميات إضافة إلى نوعية المنشورات التي يقوم المستخدمون بالإعجاب بها وتعليقهم عليها¹.

8.2. الالتزامات التي يجب أن يراعيها المستخدم:

1.8.2. الأخلاقيات والسلوك:

تفرض شروط وأحكام الأنستغرام قيود على المحتوى الذي يتم نشره، حيث يحذر المستخدمين من نشر أي محتوى لا يتفق مع الآداب العامة وهذه القيود تتماشى مع قوانين الدولة التي تحظر نشر المحتوى الذي يتعارض مع النظام العام.

2.8.2. المضايقة والتشهير:

تناول العديد من البنود في موضوع المضايقة لمنع المستخدمين من أجل التصرفات الآتية:

المضايقة وأساءات الاستخدام وتهديد الناس والمؤسسات.

إنشاء رسائل أو تعليقات غير مرغوب فيها وتحظر شروط الأنستغرام صراحة نشر أي محتوى تشهيري

على صفحاته².

3.8.2. الخصوصية:

تحظر شروط الأنستغرام وأحكامها من استخدام هذه انتهاك الخصوصية لغرض نشر المعلومات

الشخصية أو السرية.

4.8.2. أمن تقنية المعلومات:

¹Jilin Warren, This is How the Instagram Algorithm Works in 2021 ,retroved on [https://later.com/blog/how-](https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/)

[instagram-algorithm-works/](https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/) (10/03/2023)

²ريم قيس، إجابيات وسلبيات الانستغرام ، 10 مارس 2023، WWW.ALREEM11.WORDPRESS.COM

ومن البنود المتعلقة بأمن المعلومات:

.إدخال محتوى أو شفرات أو تغيير في منصة الأنستغرام.

.تشويش وتعطيل خدمة الأنستغرام كالفيروسات.

.تغيير وتعديل خدمة الأنستغرام للإيحاء أنه تابع له.

5.8.2. التزامات عامة:

.إنشاء أي حساب لأي شخص غير المستخدم نفسه.

.استخدام أسماء أو عناوين المواقع الإلكترونية في اسم المستخدم دون الحصول على الموافقة.¹

ثانيا: الرياضة النسوية

9.2. تعريف الرياضة النسوية:

هي جهود المرأة الرياضية المدونة للمضامين الصحية ورشاقة المرأة ودورها في تشكيل المعرفة الصحية عبر مختلف المواقع ، وفي أربعينات القرن 20 أدخلت الرياضة النسوية في البرامج التلفزيونية ومع ظهور الألعاب الأولمبية عرفت الرياضة النسوية تطورات ملحوظا حيث أصبحت المرأة تشارك في المنافسات الدولية.²

و يقصد بها هنا هو " النشاط أو المجهود الجسدي الذي تمارسه المرأة من أجل الترفيه أو المتعة أو المنافسة مع الرجال لتحقيق ذاتها في مختلف الأنشطة الرياضية ومختلف الرياضات ".³

10.2. نشأة الرياضة النسوية في الجزائر:

إن الرياضة النسوية الجزائرية ظاهرة حديثة بدء الاهتمام بها بعد الاستقلال و اقتصررت الرياضة على الرجال من أجل الدفاع عن الوطن.

أما ما يسمى الرياضة النسوية فلم يكن لها وجود في تلك الفترة، إذ كان دور المرأة يظهر في البيت فقط وبعد الاستقلال أصبحت المرأة الجزائرية متحررة ومناضلة لتثبت مدى جدارتها في الميدان الرياضي والدليل على ذلك بروز عدد من الرياضات 1978/1962

وفي الثمانينات ازدادت مشاركة الرياضيات الجزائريات في عدة بطولات وطنية وعربية إفريقية وعالمية كالألعاب الأولمبية بموسكو 1980، كما شهدت هذه الفترة ارتفاع المشاركات الرياضية الجماعية لكن بعد 1968

¹ Télécommunication. Regulatory authority.com ، 10 مارس 2023 ، 18:14 هيئة تنظيم الاتصالات ، انستغرام

² رحموني ليني ، المرجع السابق ، ص 245.

³ عز الدين محمد ، المرجع السابق ، ص 41.

عرفت الرياضة النسوية تدهورا كبيرا إذ بلغ عدد الفتيات الممارسات للرياضة الجماعية 37 وذلك لتأثرها بالغايات الاجتماعية والاقتصادية التي عرفها المجتمع الجزائري.

إذ تعرضت بعد الرياضيات للتهديد والمضايقات كما واجهت الرياضة النسوية عدة عقبات بسبب الذهنيات والعادات والتقاليد والتي أثرت بشكل كبير على الرياضة النسوية، كما تأثرت بالفوارق الموجودة بين الجنسين على مستوى بعض الرياضات.

أما في السنوات الأخيرة بدأ المجتمع الجزائري يتقبل نوعا ما صورة المرأة الجزائرية في الميدان الرياضي خاصة بعد الانتصارات التي حققها وبتالي توسيع مجال أنشطتها الرياضية.¹

11.2. دوافع المرأة لممارسة النشاط الرياضي:

إن الاشتراك في النشاط الرياضي يجب أن يكون اختياريا فالإجبار يساعد على استكشاف المرأة لذاتها ولا يساعد على تنمية التعبير الحر الخلاق والرغبة في المعرفة والابتكار والسعادة الشخصية. ومهما كان نوع النشاط الممارس فإنه يعتمد أساسا على ممارسته على الدافع، فإذا كان الدافع هو السعادة الشخصية وكان غرض النشاط في ذاته نشاط ترويحي أما الفوائد الجانبية كالصحة واللياقة البدنية والتعرف على أصدقاء جدد وتعلم حقائق ومفاهيم جديدة فتأتي مصاحبة للنشاط ونتيجة للممارسة.²

12.2. أهمية ممارسة المرأة للرياضة:

ومن أهم فوائد ممارسة الرياضة تحسين الصحة العامة والحصول على اللياقة البدنية ورشاقة الجسم وكل من تمارس الرياضة تشعر بالارتياح والرضا والنشاط، فالرياضة تساعد المرأة بشكل كبير في تخليص الجسم من الدهون الزائدة وأيضا زيادة مرونة العضلات والمفاصل وليونة الجلد ونظافته. ويقول خبراء الصحة أن التمارين يمكنها أن تساعد الناس جسديا واجتماعيا وبيولوجيا وذهنيا فالرياضة لا تفيد الجسم فقط بل تساعد بشكل فعال في تنشيط القدرات الذهنية والتركيز والتفكير وأيضا الرياضة تحمي المرأة من الأمراض المتنوعة كالسمنة وهشاشة العظام وأمراض القلب والوهن الجسدي. وتساعد التمارين الرياضية على التحمل والصبر وذلك عن طريق بذل مجهود وتنهي الثقة بالنفس.³

¹ روج عطاء محمد، أثر الثقافة على تدني مستوى الممارسة الرياضية النسوية في الجزائر، دراسة ميدانية للأندية الرياضية لكرة السلة النسوية بالجزائر، مجلة الدراسات وأبحاث، العدد 2، 2003، ص 158.

² محمد حامد الأفندي، علم النفس الرياضي والأسس النفسية للتربية الرياضية، القاهرة، دار الهناء للطباعة، 1975، ص 30.

³ وجيه يونس، أهمية الرياضة للمرأة، قسم الأبحاث.

تقوية عضلات المرأة الحامل، تساعد الرياضة المرأة المرضعة على نزول الحليب وسرعة تدفقه وإزالة الاكتئاب والشعور بالسعادة تنظيم عملية الهضم ورفع كفاءة الجهاز المناعي¹، إذ ينصح الأطباء جميع النساء في مختلف المراحل العمرية للممارسة الرياضية لما لها من فوائد نفسية وجسدية عديدة.

13.2. دور العوامل الاجتماعية في عزوف المرأة عن المشاركة في الرياضة:

تؤدي العوامل الاجتماعية والحضارية الدور الكبير الهام والمؤثر في عزوف النساء عن المشاركة في ممارسة الأنشطة الترويجية خاصة الأنشطة الرياضية بمختلف أنواعها كما أن العوامل الاجتماعية تأخذ عدة أشكال وهي:

1.13.2. التنشئة الاجتماعية:

هي عملية تعلم وتدريب وصقل مهارات وخبرات يتلقاها المتعلم الرياضي من المدرب حيث يستطيع من خلالها بناء شخصيته وبلورة أدواره الوظيفية، كما أن التنشئة الاجتماعية التي مرت بها المرأة خلال السنوات الماضية جعلتها تكتسب معلومات وقيم وأفكار عن طبيعة المشاركة في الأنشطة الرياضية حيث أن الأفكار والمعتقدات السلبية التي تلقتها المرأة عبر عملية التنشئة اعتقدت أنها لا تشارك في ممارسة الألعاب الرياضية لأنها ليست برجل وأن تنشئتها الأسرية والمجتمعية لا تسمح لها بالمشاركة.

2.13.2. الوسط الاجتماعي والبيئي الذي تعيش فيه المرأة:

إن الوسط الذي تعيش فيه المرأة له دور كبير وهام في عدم أو ضعف مشاركتهم في الأنشطة الرياضية ومن بين هذه العوامل طبيعة وواقع المنزلة الاجتماعية للمرأة الرياضية في المجتمع ودرجة تحررها واستقلاليتها من سيطرت وسكوت الرجل، فعلى الرغم من التحسن والتطور الذي طرأ على المكانة الاجتماعية للمرأة إلا أن الجانب التقليدي المحافظ يطغى عليها².

3.13.2. طبيعة قيم المجتمع:

حيث تعد القيم الاجتماعية السلبية التي يحملها المجتمع تجاه المرأة في الأنشطة الرياضية لا تشجع المرأة مطلقاً على ممارسة الأنشطة الرياضية سواء داخل البيت أو خارجه. حيث أن المجتمع يريد من المرأة أن تقوم بالتركيز على واجباتها البيئية والدراسية والخدمية، حيث أن المرأة تعرف هذه المواقف والانطباعات السلبية التي يحملها المجتمع تجاهها عند ممارستها للرياضة وبالتالي تمتنع عن ممارسة الرياضة حفاظاً على سمعتها ومكانتها الاجتماعية.

¹ الصدى، أهمية الرياضة للنساء ، 10 مارس 2023، 19:20 www.alsada.ae.com

² الصدى ، المرجع السابق، 10 مارس 2023 الساعة 19:48 www.alsada.ae.com

4.13.2. المؤسسات الاجتماعية الرسمية والغير رسمية التي تنتمي إليها المرأة:

فتعد جميع المؤسسات سواء الأسرية أو التربوية أو السياسية أو الاقتصادية تطلب من المرأة تقديم خدماتها عن طريق المهام الاجتماعية والخدماتية والتربوية فلا تريد هذه المؤسسات أن تشارك المرأة في الرياضة لأنها تضر بالمهام الإنتاجية والتربوية والخدماتية ولا تقوم بإرشادها على أهمية النشاط الرياضي لجسم المرأة وعقلها فالمؤسسات الاجتماعية قوى فاعلة وعامل مهم وضروري في عزوف النساء على النشاط الرياضي، ففي اعتقادهم أن المرأة الرياضية لا تبني شخصيتها ولا ترفع سمعتها الاجتماعية وإنما تسيء إلى سمعتها الأخلاقية.¹

14.2. الرياضة وأثرها النفسي على المرأة:

لقد شغلت الرياضة أذهان العديد من علماء النفس والمفكرين فقد ناقش البعض وحدد نظرياته بالتخلص من الطاقة الزائدة واتفق آخرون على أنه شحن الطاقة ثم شرح بعض علماء النفس الرياضي من وجهة نظر أخرى وهي الحاجة إلى الاسترخاء وكانت هناك وجهة نظر تقول أن الثقافة تنبثق وتنشأ في شكل الرياضة.

إذن فعنصر الرياضة يختبأ كليا وراء الظواهر الثقافية وبمرور الوقت وبتقدم الحضارات فإن الرياضة النسوية تؤكد نفسها وبقوة كبيرة غامرة للفرد والجماعة في حالة من الانفعال العاطفي الهائل يظهر كنتيجة لممارستها، فمثلا يمكن للعبة الشطرنج أن تستحوذ وتبهز المتفرج علما أن لا علاقة لها بنمو وازدهار الثقافة ولكن بمجرد وضوح (إن اللعبة جميلة) تبعا لقيمتها الثقافية فإن لها من القيم الاجتماعية التي لا يمكن الاستغناء عنها ومن الممكن أن للمميزات البدنية والعقلية والأخلاقية والوجدانية للرياضة النسوية حاجة إنسانية ولها أهميتها وهدفها الأساسي هي السعادة التي ينشدها كل فرد مهما اختلف في الجنس والعقيدة واللون فهي النتيجة الجانبية لحياة تتسم بالاتزان، فله مكانة متميزة في جعل الحياة متزنة ما بين العمل والراحة فتكتمل الحياة في معناها وتزداد في رونقها بالرياضة النسوية فتصبح أكثر إشراقا وأكثر بهجة.²

15.2. معوقات ممارسة النشاط الرياضي للمرأة في الوطن العربي:

.المعتقد الديني.

.غياب الأمن والسلامة.

.قلة الوقت المتوفر.

¹ نانسي البوريني ، ما هو دور العوامل الاجتماعية في عزوف المرأة عن المشاركة في الأنشطة الرياضية ، 10 مارس 2023، 19:49.

² سلوى مرتضى ومحمد مروان عرفات: التربية والتربية الرياضية، ط2، جامعة دمشق ، كلية التربية ، 2011.

.استخدام التكنولوجيا كالكومبيوتر والانترنت.

.تأثير الأصدقاء.

.تأثير الوالدين.

.تأثير المعلمين.

.غياب التسهيلات الرياضية و التكلفة العالية لاستخدامها.

.الجانب الثقافي والاجتماعي.

.قلة وجود الصالات الرياضية المتخصصة النسوية.

.انعدام الكادر التخصصي النسوي.

.عدم استغلال فرص العمل الرياضي للنساء.

.البيئة المدرسية التي تتولى مهمة تشكيل الميول والاتجاهات لم تقم بدورها الريادي في مجال الرياضة

النسوية.¹

¹عبد الفتاح القرشي، اتجاهات الأبناء والأمهات الكويتيين في تنشئة الأبناء وعلاقتها ببعض المتغيرات ، جامعة الكويت ،

الفصل الثالث

الفصل الثالث: تيار الاعتماد بين الأفراد (الطالبات) ومنصة الأنستغرام

1-3 افتراضات نظرية الاعتماد:

2-3 مرتكزات نظرية الاعتماد المتبادل وأسسها:

3-3 أهداف الاعتماد المتبادل:

4-3 - آثار الاعتماد المتبادل:

أولاً: التأثيرات المعرفية cognitive effects

ثانياً: التأثيرات الوجدانية:

ثالثاً: التأثيرات السلوكية Behavioral Effects :

5-3 مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

6-3 نقد تيار الاعتماد المتبادل:

7-3 تطبيق نظرية الاعتماد المتبادل على موضوع الدراسة:

الفصل الثالث: تيار الاعتماد بين الأفراد (الطالبات) ومنصة الأنستغرام

1-3 افتراضات نظرية الاعتماد:

تقوم نظرية الاعتماد المتبادل على عدة افتراضات:

* تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الاتصال، فكلما زاد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، والعكس بالعكس.

* تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في مجتمع ما في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى.

* تتأثر درجة الاعتماد على وسائل الاتصال باختلاف خصائص الجمهور والديموغرافية (السكانية) والخاصة¹.

2-3 مرتكزات نظرية الاعتماد المتبادل وأسسها:

أ-الأهداف: هناك أهداف الأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

ب-المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتقوم وسائل الإعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات: أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنفيذها، وأخرها نشر وتوزيع المعلومات².

3-3 أهداف الاعتماد المتبادل:

أ- الفهم:

يهدف معرفة وفهم ما يدور في البيئة المحيطة، ويشمل ذلك التعليم والحصول على خبرات معينة لتحقيق الانسجام بين الفرد والوسط المحيط به.

ب- التوجيه:

تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

ج-التسلية:

¹ كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، د ط، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص

² كمال الحاج، المرجع السابق، ص 145.

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتلقي موضوعات ترفيهية تساهم في تحقيق الاسترخاء ولتخلص من الملل والهروب من المشكلات والضغوط اليومية¹.

4-3 - أثار الاعتماد المتبادل:

أولاً: التأثيرات المعرفية cognitive effects

وتشتمل التأثيرات المعرفية كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات ، وترتيب أولويات الاهتمام، الاعتقادات، السياق القيمي العام للأفراد.

1- تجاوز مشكلة الغموض: Ambiguity الناتجة عن تناقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد ، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم الأحداث أو تفسير هذه الأحداث.

2- تشكيل الاتجاهات : Attitude formation حيث تقوم وسائل الاتصال دائما بإثارة الأفراد للاهتمام بالشخصيات والموضوعات والأحداث وتكوين اتجاهات حيالها.

3- ترتيب الاهتمامات : Agenda-setting تقوم وسائل الاتصال بدور في ترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا والأحداث والأشخاص.

4- توسيع الاعتقادات : تلعب وسائل الاتصال دورا في توسيع اعتقاداته حول الأحداث والأشخاص والجماعات الأخرى.

5- القيم: Values: تقوم وسائل الاتصال بدور كبير في توضيح أهمية القسم والترويج لها والحفاظ عليها².

ثانياً: التأثيرات الوجدانية:

أبرز التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام:

أ- الفتور العاطفي: Desensitization

هناك نتائج توصلت إلى أن التعرض الكثيف للعنف في المواد الإعلامية خصوصا التلفزيونية يؤدي إلى فتور عاطفي ، ونقص الرغبة في مساعدة الآخرين خصوصا الذين يتعرضون للعنف، فيصل الفرد على أن يعتبر فيها العنف هو حالة طبيعية في المجتمع. وهناك دراسات أخرى أثبتت أن الاستشارة النفسية التي تنشأ نتيجة التعرض لأعمال العنف في وسائل الاتصال تتناقص بمرور الزمن.

ب- الخوف والقلق: Fear and Anxiety

¹ كمال الحاج، المرجع السابق، ص 145.

² كمال الحاج، المرجع السابق، ص 146.

عندما تعرض وسائل الإعلام مواد عنيفة تثير شعورا لدى الأفراد بالخوف والقلق أن يكونوا ضحايا محتملين لهذه الحوادث.

ج- دعم الروح المعنوية أو دعم الشعور بالاغتراب: **Morale AndAliénation**

لوحظ أن اغتراب الأفراد يزداد حيث يجد رسائل وسائل الإعلام معبرة عن ثقافته وانتماءاته المعرفية والسياسية والدينية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام دورا إيجابيا في رفع الروح المعنوية للأفراد.

ثالثا: التأثيرات السلوكية: **Behavioral Effects**

تحدث ديفلير، وروكتش عن التنشيط والخمول كأثرين سلوكيين رئيسيين لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

أ- التنشيط: **Activation**

التنشيط يعني حماس الفرد للقيام بسلوك ما إيجابي أو سلبى بنتيجة التعرض إلى وسائل الإعلام

ب- الخمول: **Deactivation**

الخمول يعني عدم النشاط وعدم الحماس للقيام بسلوك ما إيجابي أو سلبى نتيجة التعرض لوسائل الإعلام¹، حيث يقابل عملية التنشيط الخمول، فكما أن وسائل الإعلام قادرة على تنشيط وتحفيز الجمهور للقيام بأعمال ما، فإنها وبالمقابل قادرة أيضا على أن تجعله يتقاعس عن القيام بها. فعلى سبيل المثال: في المواعيد الانتخابية تنحو بعض الوسائل الإعلامية نحو الدعوة للعزوف عن المشاركة السياسية وعدم الإدلاء بالصوت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة العامة التي تفيد المجتمع².

3-5 مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

خلصت دراسات متعددة الى أن نظرية الاعتماد تنفرد عن غيرها من النظريات بمميزات أهمها:

- تقديم مجال واسع من التأثيرات المحتملة وتجنب التأثيرات المحدودة، وقد كان هذا سبب في تسميتها أحيانا (بالنموذج العارض) إذ تعتمد تأثيراتها على مجموعة متغيرات تقل أحيانا أو تكثر أحيانا أخرى بما يسبب حدوث ظاهرة ما في وقت ما.
- توجيه الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية، ولذا فهي قد تعد من أصلح النظريات الاتصالية.

¹كمال الحاج، المرجع السابق، ص 147.

² حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 198.

- تضع النظرية في اعتبارها أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من شأنه أن يؤثر على النظام الاجتماعي أولاً، والنظام الإعلامي ذاته في مرحلة ثانية.
- توضح النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام ويؤثر فيها أيضاً، وفي النظام الاجتماعي ككل
- حاولت النظرية أن تتجنب نماذج التأثير المباشر ونماذج التأثير المحدود ونماذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام¹.

6-3 نقد تيار الاعتماد المتبادل:

- * هناك مبالغة في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- * تضخم النظرية من تأثير وسائل الإعلام خصوصاً وقت الأزمات.
- * لم تلحظ النظرية تأثيرات قنوات اتصال شخصي وجمعي مثل النوادي والمنظمات والجامعات.
- * رغم أن النظرية تخوض أساساً في الاعتماد على المستوى الجمعي ككل إلا أنها تعاملت مع المستوى الفردي فقط.
- * معظم الباحثين اعتبروا أن مجرد التعرض يعد اعتماداً، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها².
- * وسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أن مصدرها غير سياسي، تستطيع أن يجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.
- * على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد فإنه للأسف ليس كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثروا بالأصدقاء والمعارف وغيرهم³.

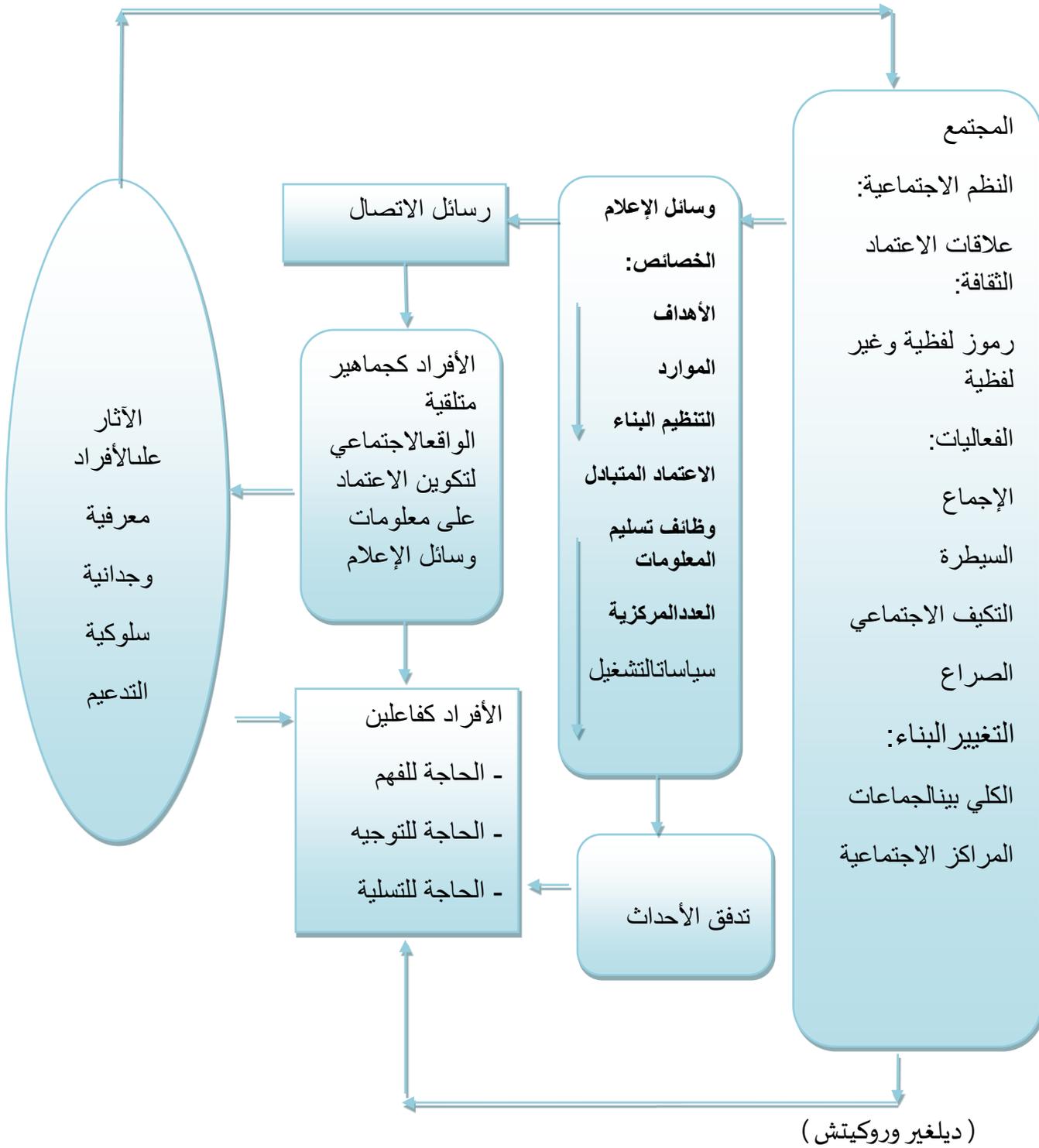
7-3 تطبيق نظرية الاعتماد المتبادل على موضوع الدراسة:

¹كمال الحاج، المرجع نفسه، ص 149.

²كمال الحاج، المرجع نفسه، ص 148-149.

³أ.د. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، د ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان،

بعد عرضنا الموجز للنظرية وما يندرج فيها من المتغيرات التي تقوم عليها قمنا بالاعتماد عليها في إتمام الإطار النظري لموضوع دراستنا ، حيث اعتمدنا على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في بناء أسئلة الاستمارة في مدى اعتماد المبحوثات على منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية من جهة وتأثير هذه العلاقة على درجة اعتماد المبحوثات على هذه المنصة.



النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يشير النموذج المتكامل إلى آثار وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين: وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجماهير، ويشتمل النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز لها النموذج على النحو التالي:

أولاً:

ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم ووسائل الإعلام، ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير لفظية، تحدث العمليات الديناميكية لنشر الثقافة وتشتمل هذه الفعاليات على قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع، والسيطرة والتكيف الاجتماعي. وتوجد أيضاً في المجتمع قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير. وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلي للمجتمع، أو بين الجماعات، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدي... ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية.

ثانياً:

تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلبت، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف، والموارد، والتنظيم، والبناء والعلاقات المتبادلة. وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل. كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية، والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية. ويعمل النظام الاجتماعي أيضاً على خلق حاج للأفراد مثل: الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسوية.

ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

ثالثاً:

تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتنتقي وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

رابعاً:

العنصر الرئيسي في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال

بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير.

خامسا:

حين يكون الواقع الاجتماعي محددًا ومفهوماً للأفراد ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل.

وعلى النقيض، حيث لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك. لذلك يجب الأخذ في الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد

سادسا:

تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضا من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال...مثل: الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة. مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل: تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام¹.

¹حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، المرجع السابق، ص 331-333.

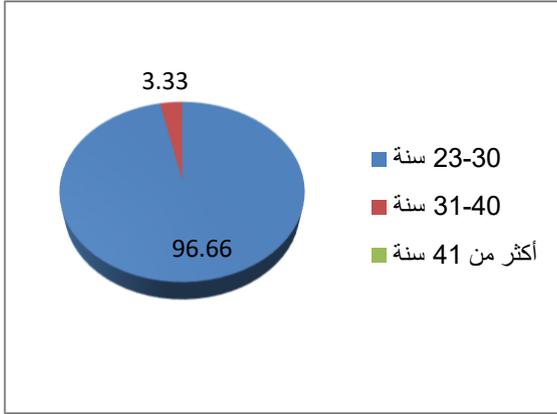
الفصل الرابع

عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

تفريغ وتحليل البيانات الميدانية :

ا: بيانات سوسيوديمغرافية

جدول رقم 01: يبين توزيع المبحوثات حسب العمر



السن	التكرار	النسبة
سنة 30-23	29	% 96,6
سنة 40-31	01	% 3,33
أكثر من سنة 41	00	% 00
المجموع	30	% 100

الشكل رقم 01 يبين توزيع المبحوثات حسب العمر

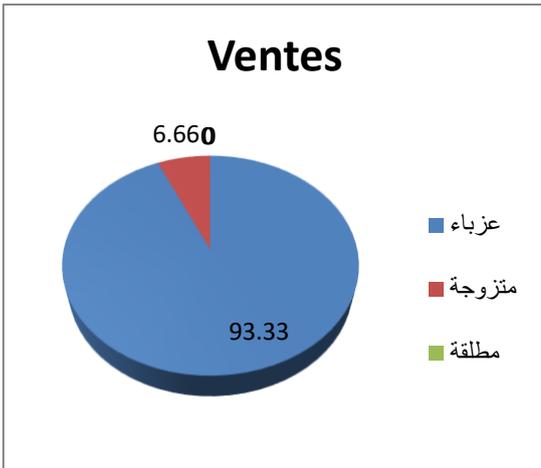
التعليق:

يعد تحديد السن من المحددات والركائز الأساسية التي تميز خصائص العينة المدروسة وانطلاقاً من هذا الجدول نلاحظ أن أفراد العينة من الطالبات التي تتراوح أعمارهن بين 23-30 سنة يحتلون أكبر نسبة من المبحوثات والمقدرة بـ 96,66%، ويمكن تفسير ذلك على أن هذه الفترة العمرية والتي هي العشرينات تمثل الفترة الذهبية بالنسبة للمرأة في حالتها الطبيعية من الناحية الجسدية واستعداداتها النفسية لتقبل هذه الأفكار ، حيث تكون في أوج طاقتها قادرة على ممارسة الرياضات التي تتطلب قدراً كبيراً من المجهود البدني طبعاً في حدود المنطق والإمكانات مثل (الواقع) أي الرياضات التي تطلب ارتطام القدمين بالأرض (كرة اليد أو السلة .. الخ) ، أو مثل نط الحبل والجري والمشي لمسافات طويلة نسبياً ، لذلك باستطاعة المرأة السليمة جسمانياً (والطالبات في هذا السياق أفضل مثال على ما قلناه) تستطيع ممارسة العديد من الألعاب الرياضية من هذه الفئة ، وقد تتعداه إلى توجه آخر رياضياً في هذا العمر كممارسة تمارين القوة (كرفع الأثقال) فهذه التمارين ستفيد عظامهن فائدة جمة في المستقبل وجسم المرأة في هذه المرحلة من العمر قادر على أن يحرق بكفاءة السعرات

الحرارية التي تصله من الطعام، لذا فإنها في حاجة إلى أكثر مما تحتاج إليه المرأة في الثلاثينات للحفاظ على سلامتها.

أما اللاتي أعمارهن تتراوح بين 31-40 سنة يحتلون نسبة 3,33% وهي نسبة ضئيلة من نسبة المبحوثات وذلك لأن هذه المرحلة العمرية تمثل مرحلة بذل المجهودات ، في سياق آخر وهو تكوين أسرة وإنجاب فالأبناء فمن الطبيعي فالاتجاه نحو ممارسة الرياضة يقل في هذه الفئة العمرية نظرا للانشغالات والالتزامات الاجتماعية ، حيث تمثل مرحلة شبابية أيضا على درجة من الوعي والنضج حاملة معها أفكار مستحدثة تتطلب مجهود فكري وليس عضلي.

جدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثات حسب الحالة العائلية :



الحالة العائلية	التكرار	النسبة
عزباء	28	93,33%
متزوجة	02	6,66%
مطلقة	00	00%
المجموع	30	100%

الشكل رقم 02 : يبين توزيع المبحوثات حسب الحالة العائلية

التعليق:

من هذا الجدول نلاحظ أن فئة الطالبات "العازبات" مقدره ب93.33% ويمكن تفسير ذلك على أن المبحوثات مهتمات برفع مستواهن التعليمي ثم السعي من أجل الحصول على عمل مناسب ، كذلك يمكن إرجاع ذلك لأسباب نفسية من بينها عدم الجاهزية النفسية التي تعود إلى عدم اكتمالهن ونضجهن وعدم الالتزام والمسؤولية ساهمت في رفع هذه النسبة، إضافة إلى خوفهن من الزواج الفاشل وحالات الطلاق التي

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

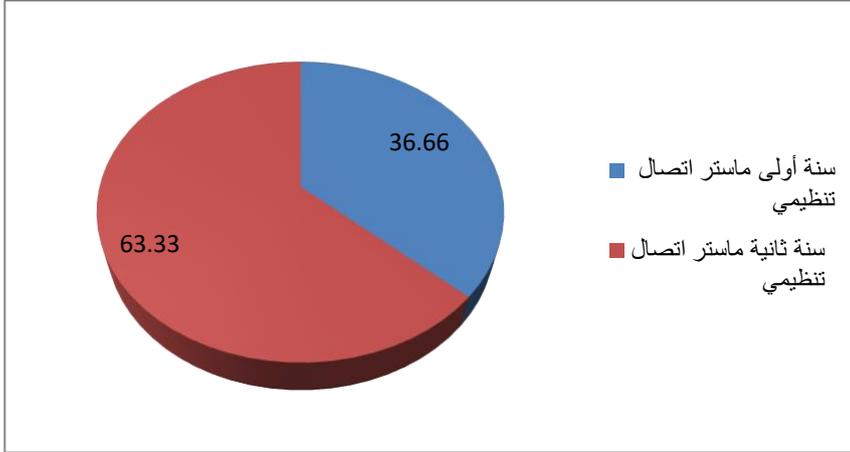
يشاهدها المجتمع باستمرار ، نجد كذلك أن زيادة الوعي لديهن باعتبارهن طالبات ومن الطبقة المثقفة ولد لديهن معايير انتقائية مختلفة عن المرأة العادية صعبت عليهن إيجاد الشريك المناسب.

أما فئة الطالبات "المتزوجات" فقدرت النسبة 6.66% وهي نسبة ضئيلة من نسبة المبحوثات وذلك راجع إلى أن المرأة تخاف من ممارسة حياتها في المنزل فقط دون ممارسة أعمال أخرى بعد إنهاء الدراسات العليا ، كذلك عدم قدرتها على تنظيم الأسرة والتخطيط لحياة مستقرة، علاوة على ذلك لديهن الرغبة بالتعليم والاستقلال الشخصي والمادي قبل الزواج.

ومنه نستنتج أن معظم المبحوثات الطالبات متابعه لهذه الصفحات الرياضية حالتهن العائلية "عازبات" وذلك لتوفر الوقت لديهن وعدم انشغالهن بظروف الحياة والمسؤوليات.

جدول رقم 03: يبين المبحوثات حسب المستوى الأكاديمي:

النسبة	التكرار	المستوى الأكاديمي
36,66%	11	سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي
63,33%	19	سنة ثانية ماستر اتصال تنظيمي
100%	30	المجموع



الشكل رقم 03: يبين المبحوثات حسب المستوى الأكاديمي

التعليق:

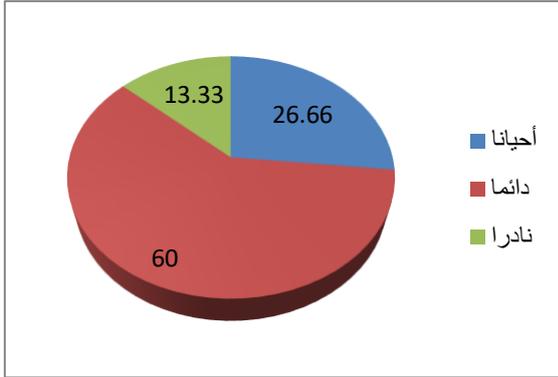
يوضح لنا الجدول أعلاه نسب متفاوتة. حيث تحتل فئة المستوى الأكاديمي للطلّابات المبحوثات سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي نسبة 36,66، ويرجع تفسير ذلك إلى أن

أما فئة المستوى الأكاديمي للطلّابات المبحوثات سنة ثانية ماستر اتصال تنظيمي نسبة 63,33% ويرجع تفسير ذلك إلى أن

ومنه نستنتج أن معظم المبحوثات الجامعيّات متابعه لهذه الصفحات الرياضيه على منصة الأنستغرام يتمركزن في نهائي المرحلة الجامعيه وذلك لأنهن أكثر نخبة يتميز بالوعي والنضج.

II - عادات وأنماط تعرض طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال للصفحات الرياضيه بمنصة الأنستغرام:

جدول رقم 04: يبين تقييم تصفح منصة الأنستغرام:



الإجابات	التكرار	النسبة
أحيانا	08	26,6%
دائما	18	60%
نادرا	04	13,3%
المجموع	30	100%

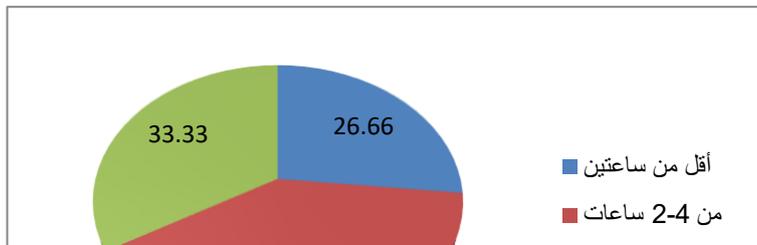
الشكل رقم 04: يبين تقييم تصفح منصة الأنستغرام

التعليق:

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن الطالبات المبحوثات يحتلن نسبة 60% من إجابات "دائما" حيث يتصفحن منصة الأنستغرام بشكل مستمر ، ويفسر ذلك بمدى إقبال المبحوثات على تصفح هذه المنصة وميولهن لها ربما للكم المعلوماتي التي توفره أو لتقريب المسافات بين مختلف الدول أو المضامين الشيقة التي تقدمها ذات المحتويات الهادفة أو لسهولة فتح حساب واستخدامها. في حين نلاحظ أن إجابات "أحيانا" بلغت 26,66% فنستنتج أن المبحوثات وبسبب غيابهن في بعض الأحيان عن متابعة هذه المنصة لا توجد استمرارية في المتابعة وذلك راجع لانشغالهن وظروفهن في الحياة أو عدم ثقتهن بهذه المنصة أو لعدم حصولهن على معلومات كافية حول سهولة وكيفية استخدامها ، كما يعتبرن هذا الموقع يولد لديهن الشعور بالنقص من خلال مشاهدة حياة غيرهن عبر مقاطع الفيديوهات وكيف يقضين وقتهم وبالتالي عدم الرضا عن حياتهن الاجتماعية ، كذلك يعتبر أن محتويات هذا الموقع غير ملائمة لسنهن. ومنه نستنتج أن منصة الأنستغرام تلبى رغبات مستخدماتها وتستقطبن من خلال محتوياتها الهادفة ومضامينها الشيقة.

جدول رقم 05 : يبين الحجم الساعي اليومي الذي تخصصه المبحوثات لمشاهدة المحتوى الالكتروني لمنصة الأنستغرام:

عدد الساعات	التكرار	النسبة
أقل من ساعتين	08	26,66 %
من 2-4 ساعات	12	40 %
أكثر من 4 ساعات	10	33,33 %
المجموع	30	100 %



الشكل رقم 05: يبين الحجم الساعي اليومي الذي تخصصه المبحوثات لمشاهدة المحتوى

الالكتروني لمنصة الأنستغرام

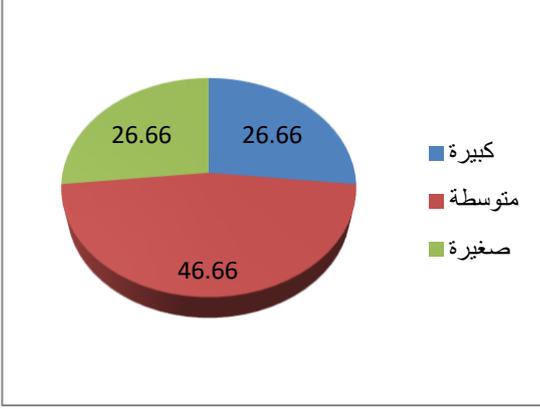
التعليق:

من خلال النتائج أعلاه في الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثات يقضين وقتهم في متابعة وتصفح هذه الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام بنسبة 40% بحجم ساعي يقدر بساعتان إلى 04 ساعات يوميا ونفسر ذلك بمدى اهتمامهم بالمجال الإلكتروني والكم المعلوماتي إضافة إلى ميولهم إلى هذا الموقع نظرا لسهولة استخدامه أو لطريقة تقديمه للمحتويات

ويقضيه نسبة 33,33% أكثر من 04 ساعات يوميا مما نستنتج أن المستخدمين يقضين وقت في تصفح هذه الصفحات رغم أن لديهم انشغالات أخرى. وذلك لثقتهم بهذه المنصة وبما تقدمه أو لمعرفتهم الواسعة حول متقدمه.

أما بنسبة 26,66% من المبحوثات يقضين وقتهم في متابعة هذه الصفحات بأقل من ساعتين يوميا وهو معدل ضئيل ويفسر ذلك بأن المبحوثات لديهم انشغالات أخرى يقضونها أكثر في الواقع على عكس المواقع. كما لا يثقن ثقة مطلقة بهذه المنصة وبما تقدمه من معلومات ويعتبرنها مضيعة للوقت.

جدول رقم 06 : يبين درجة اعتماد المبحوثات على منصة الأنستغرام في اتخاذ قرار ما :



الإجابات	التكرار	النسبة
كبيرة	08	26,66%
متوسطة	14	46,66%
صغيرة	08	26,66%
المجموع	30	100%

الشكل رقم 06: يبين درجة اعتماد المبحوثات على منصة

الأنستغرام في اتخاذ قرار ما

التعليق:

من خلال الجدول المبين يتضح لنا درجة اعتماد المبحوثات على منصة الأنستغرام في اتخاذ قرار ما ، حيث بلغت النسبة 26,66% في إجابات "درجة كبيرة" ويفسر ذلك بأن هذه المنصة مكانا خصبا يساعد في استقطاب الجمهور عند الرغبة في بدء مشروع ، و يساعد كذلك على الوصول إلى معلومات دقيقة ومفيدة من خلال مقاطع الفيديوهات المليونية التي يحتويها وهذا ما يدفع بالمبحوثات لاتخاذ قرار ما بعد تعرضهن لهذه المنصة.

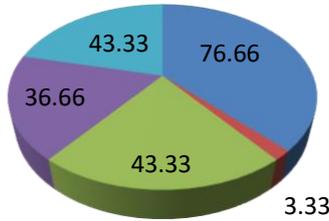
في حين أن نسبة 46,66% كانت في إجابات "درجة متوسطة" وهذا دليل على أن المبحوثات يعتمدن على منصة الأنستغرام بشكل متوسط في اتخاذ قرار ما. وذلك راجع ربما لعدم ثقتهم المطلقة بهذه المنصة أو عدم استخدامها بشكل دائم أو عدم الوثوق بمصادرها وكمها المعلوماتي.

جدول رقم 07 : يبين مدى الاعتماد على هذا المحتوى المقدم على منصة الأنستغرام :

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

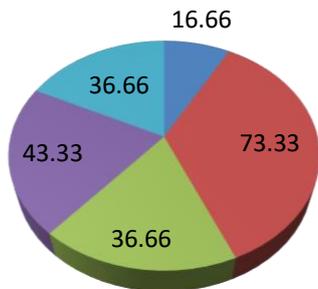
المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 100	30	%6,66	02	%16,66	05	%76,66	23	الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا
% 100	30	%23,33	07	%73,33	22	%3,33	01	مصادرها موثوقة ومعلوماتها صحيحة
% 100	30	%20	06	%36,66	11	%43,33	13	معرفة مستجدات الأحداث
% 100	30	%20	06	%43,33	13	%36,66	11	لمجرد التسلية و الترفيه
% 100	30	%20	06	%36,66	11	%43,33	13	سهولة الوصول إليها

دائما

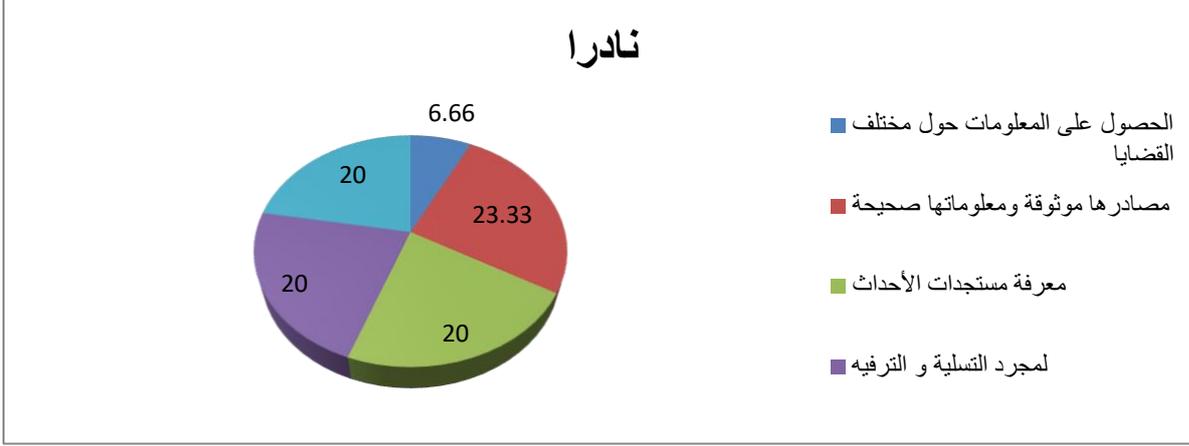


- الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا
- مصادرها موثوقة ومعلوماتها صحيحة
- معرفة مستجدات الأحداث
- لمجرد التسلية و الترفيه
- سهولة الوصول إليها

أحيانا



- الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا
- مصادرها موثوقة ومعلوماتها صحيحة
- معرفة مستجدات الأحداث
- لمجرد التسلية و الترفيه



الشكل رقم 07: يبين مدى الاعتماد على هذا المحتوى المقدم على منصة الأنستغرام

التعليق:

من خلال الجدول المبين يتضح لنا أن المحتوى المقدم على منصة الأنستغرام يتم الاعتماد عليه بدرجة كبيرة في الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا ، وهذا مانراه في مجموعة الإجابات حيث نرى نسبة 76,66% في إجابات "الاعتماد عليه بشكل دائم" وهذا يفسر قيمة منصة الأنستغرام في توفير كم المعلوماتي هائل.

وأصبحت النسبة تنخفض تدريجيا إذ أصبحت تقدر ب16,66% في إجابات "أحيانا" وبهذا نستنتج أن هناك فئة من المبحوثات لا يعتمدن على هذه المنصة بشكل دائم ولا يلجئن إليها بشكل مستمر من أجل الحصول المعلومات ربما لعدم استخدامهن لهذه المنصة أو لعدم ثقتهن بمصادرها المعلوماتية.

لتنخفض إلى نسبة 6,66% في إجابات "نادرا" وهذا يبين أن هناك فئة من المبحوثات لا يلجئن إلى منصة الأنستغرام إلا " نادرا " ولا يعتمدن عليها وهذا يفسر أن الاعتماد على هذه المنصة في الحصول على مختلف المعلومات يتم بشكل فعال ودائم.

في حين نجد أن الاعتماد على المحتوى المقدم من طرف منصة الأنستغرام باعتبار مصادرها موثوقة ومعلوماتها صحيحة يستحوذ على نسبة 73,33% في إجابات "أحيانا" وهذا يفسر بأن متابعات هذه المنصة لا يثقن كثيرا بمصادرها أو المعلومات المقدمة من طرفها ربما ذلك راجع لاستخدامهن منصات أكثر قيمة من الناحية المعلوماتية أو لقلّة وعيهم بهذه المنصة ، إذ نجد النسبة تنخفض إلى 23,33% في إجابات "نادرا" ومن هذا نستنتج أن المبحوثات ليس لديهن ثقة مطلقة في الكم المعلوماتي لهذه المنصة ولهذا لا يلجئن إليها إلا نادرا

لتنخفض إلى نسبة 3,33% في إجابات "دائما" وهذه الفئة من المبحوثات يعتمدن على هذه المنصة بشكل دائم ومستمر في الحصول على المعلومات ذلك لثقتهم بمصادرها وبصحة ماتقدمه.

ومن هذا نستنتج أن منصة الأنستغرام يتم الاعتماد عليها باعتبار مصادرها موثوقة ومعلوماتها صحيحة يتم أحيانا وليس بصفة مستمرة ربما لتوفر منصات أخرى أكثر دقة من الناحية المعلوماتية أو مصادرها موثوقة.

في حين نجد أن الاعتماد على المحتوى المقدم من طرف منصة الأنستغرام يتم من أجل معرفة مستجدات الأحداث يتم الاعتماد عليه دائما وهذا مانراه في مجموعة الإجابات حيث نرى نسبة 43,33% في إجابات الاعتماد عليه "بشكل دائم" وهذا يفسر لجوء المبحوثات لهذه المنصة لمعرفة الأخبار اليومية والحصيرية التي تحدث في العالم سواء أكانت محلية أو وطنية أو عالمية.

لنجد نسبة 36.66% في إجابات "أحيانا" وهذا يفسر أن المبحوثات يعتمدن عليه في معرفة مستجدات الأحداث بشكل متوسط وليس بشكل متكرر ربما راجع لعدم استخدامهن لهذه المنصة أو لضيق الوقت لديهن وانشغالهن لظروف الحياة.

لنجد نسبة 20% من المبحوثات يعتمدن عليه بشكل نادر في معرفة مستجدات الأحداث ربما لعدم اهتمامهن بما يحدث خارج محيطهم الاجتماعي أو لعدم متابعتهم لهذه المنصة وماتقدمه من أخبار حصيرية.. وبهذا نستنتج أن المبحوثات يعتمدن على منصة الأنستغرام بشكل دائم ومستمر في معرفة مستجدات الأحداث لثقتهم باستمرارية هذه المنصة في تقديم الأخبار الحصيرية حول مختلف الأحداث اليومية وكذلك لسهولة اللجوء إليها.

في حين نجد أن الاعتماد على المحتوى المقدم من طرف منصة الأنستغرام يتم لمجرد التسلية والترفيه يتم الاعتماد عليه أحيانا وهذا مانراه في مجموعة الإجابات حيث نرى نسبة 43,33% في إجابات الاعتماد عليه

"أحيانا" وهذا يفسر لجوء المبحوثات لهذه المنصة من أجل التسلية والترفيه لا يتم بصفة مستمرة ربما لأنهن لا يجدن الرفاهية في المواقع أكثر من المواقع أو ربما لعدم تمكن هذه المنصة من ملء وقت فراغهن بشكل مسلي. لنجد نسبة 36,66% في إجابات "دائما" وهذا يفسر أن هناك فئة من المبحوثات يعتمدن عليه لمجرد التسلية والترفيه وذلك راجع لاستخدامهن لهذه المنصة ومعرفة ماتقدمه من مقاطع فيديو أو صفحات مسلية تملئ وقت فراغهن.

لنجد نسبة 20% من المبحوثات يعتمدن عليه بشكل نادر في قضاء وقت مسلي لعدم اهتمامهن بما تقدمه هذه المنصة أو لعدم متابعتن لها أو لعدم تحقيق هذه المنصة لترفيهه الذي يبحثن عليه وبهذا نستنتج أن المبحوثات يعتمدن على منصة الأنستغرام أحيانا من أجل التسلية والترفيه لعدم إشباع هذه المنصة لحاجاتهن في قضاء وقت مسلي أو تحقيق الترفيه الذي لم يجدنه في الواقع في حين نجد أن الاعتماد على المحتوى المقدم من طرف منصة الأنستغرام يتم بسهولة الوصول إلى هذه المنصة بشكل دائم وهذا مانراه في مجموعة الإجابات حيث نرى نسبة 43,33% في إجابات الاعتماد عليه "دائما" وهذا يفسر لجوء المبحوثات لهذه المنصة نظرا لسهولة استخدامها والوصول إليها وكذلك لأن الولوج إليها مجاني ويتم في غضون ثواني.

في حين نجد نسبة 36,66% في إجابات "أحيانا" لأن هناك فئة المبحوثات لا يعتمدن بشكل مستمر على المحتوى المقدم من طرف هذه المنصة لسهولة الوصول إليها ربما لعدم معرفتهن الواسعة بكيفية استخدام هذه المنصة أو كيفية تسجيل الدخول إليها.

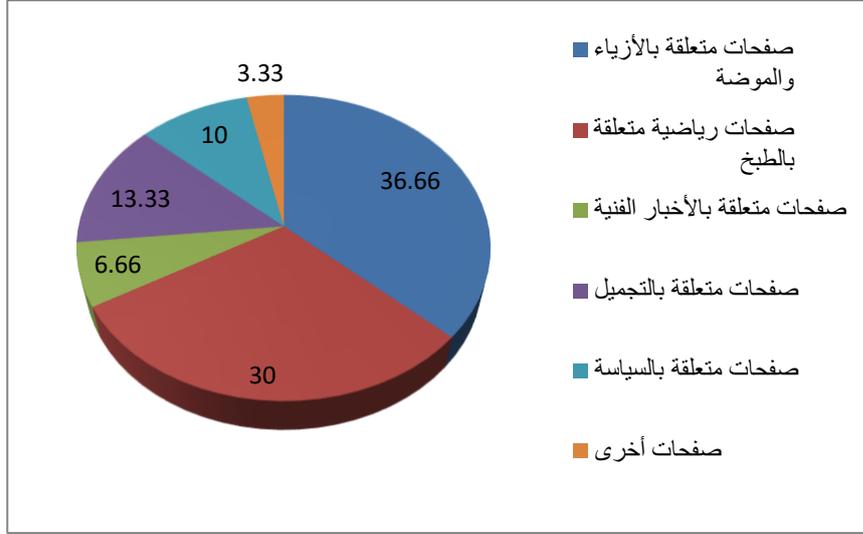
لنجد نسبة 20% من المبحوثات يعتمدن عليه بشكل نادر لسهولة الوصول إلى هذه المنصة ربما لعدم استخدامهن لها واهتمامهن بمنصات أخرى يرون أنها أكثر سهولة منها

وبتالي نستنتج أن المبحوثات يعتمدن على المحتوى المقدم من طرف منصة الأنستغرام بشكل دائما نظرا لسهولة الولوج إليها ومعرفتهن بكيفية استخدامها والحصول على مختلف المعلومات منها

جدول رقم 08 : يوضح الصفحات التي تتابعها المبحوثات :

النسبة	التكرار	الإجابات
36,66 %	11	صفحاتمتعلقة بالأزياء والموضة
30 %	09	صفحاترياضية متعلقة بالطبخ
6,66 %	02	صفحاتمتعلقة بالأخبار الفنية

صفحاتمتعلقة بالتجميل	04	% 13,33
صفحاتمتعلقة بالسياسة	03	% 10
صفحاتأخرى	01	% 3,33
المجموع	30	% 100



الشكل رقم 08: يوضح الصفحات التي تتابعها المبحوثات

التعليق:

نلاحظ أن 36,66% من المبحوثات يفضلن متابعة الصفحات المتعلقة بالأزياء والموضة لميولهن لها ومواكبتهن لعالم الموضة، إضافة إلى ذلك رغبتهم في الحصول على نصائح من خبرات الأزياء التي يستفدن منها في حياتهم اليومية ونستنتج أن المبحوثات وجدنا ذواتهن في هذه الصفحات.

وتفضلن نسبة 30% من المبحوثات الصفحات المتعلقة بالطبخ باعتباره جزء من تكوينهن فهو جزء هام من مهام المرأة ولما يجدونه من وصفات الطبخ الاقتصادية والسهلة والصحية عبر هذه الصفحة وبالتالي نستنتج أن هذه النسبة من المبحوثات مهتمات بالطبخ وولعهن به.

أما بعض المبحوثات بنسبة 13,33% يفضلن الصفحات المتعلقة بالتجميل، كون المرأة تحب الجمال وتحب أن تظهر بمظهر رشيق ومتناسق وجذاب، فنستنتج أن المبحوثات اللاتي يتابعن هذه الصفحات عن نساء مهتمات بالجمال الخارجي بقوة.

وبنسبة 10% يتابعن الصفحات المتعلقة بالسياسة، لميولهن لعالم السياسة ورغبتهم في مواكبة أحداث وأخبار العالم وما يطرأ فيه من مستجدات وطنية ومحلية وعالمية.
أما بنسبة 6,66% يتابعن صفحات متعلقة بالأخبار الفنية رغبة منهن في معرفة مستجدات المشاهير والشخصيات المعروفة.

أما بنسبة 3,33% من المبحوثات يتابعن صفحات أخرى متنوعة منها:

-صفحات متعلقة بالطبيعة.

-صفحات متعلقة بالتنمية البشرية.

-صفحات متعلقة بالدين.

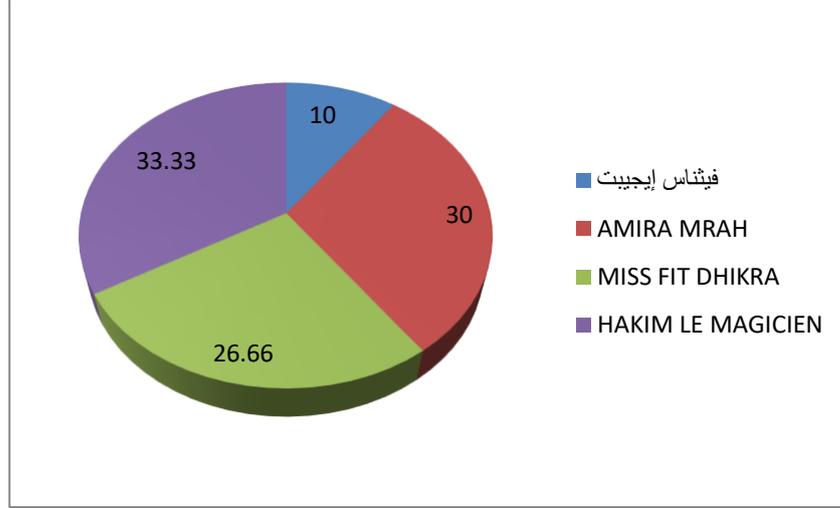
-صفحات متعلقة بتعليم اللغات.

-صفحات متعلقة بالتغذية.

فدستنتج أن هذا النوع من المبحوثات يميلون إلى التنوع في المعارف ولديهن ميولات مختلفة.

جدول رقم 09 : يوضح الصفحات التي تتعرض إليها المبحوثات :

النسبة	التكرار	الإجابات
10 %	03	فيثناس إيجيبت
30 %	09	AMIRA MRAH
26,66 %	08	MISS FIT DHIKRA
33,33 %	10	HAKIM LE MAGICIEN
100 %	30	المجموع



الشكل رقم 09: بوضوح الصفحات التي تتعرض إليها المبحوثات

التعليق:

في الجدول أعلاه نلاحظ نسبة 33,33% من المبحوثات اللاتي يتابعن صفحة Hakim Le Magicien ونستنتج أن هذه الصفحة لقت إقبال من طرف المستخدمين، نظرا لأنها قناة شبابية عربية مختصة بكل مايتعلق بالرياضة وتقدم نصائح مهمة وفيديوهات واضحة غنية بكل ماهو مفيد وموثوق لمساعدتهم على التخلص من المشاكل التي تواجههن في مجالات الصحة والرشاقة والتجميل.

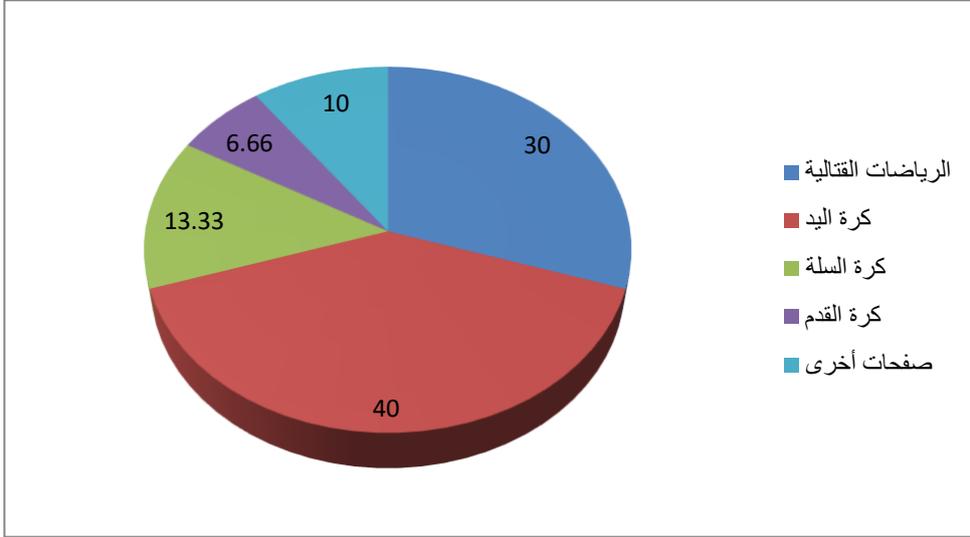
وتليها صفحة Amira Mrah نسبة 30% ونستنتج أن هذه الصفحة واحدة من الصفحات التي حققت رغبات رياضية للمبحوثات نظرا لأنها تحاول من خلال فيديوهاتها الرياضية أن تعطي بعدا ثقافيا لهذه الرياضة وتليها بالترتيب:

Miss fit Dhikra نسبة 26,66%

فيتناس إيجيبت نسبة 10% وذلك يفسر أن هناك فئة من الطالبات تتابع هذه الصفحة من أجل الرجيم وكمال الأجسام لإنقاص الوزن وبناء جسم رشيق وجذاب

جدول رقم 10 : يوضح أنواع الرياضات التي تتابعها المبحوثات على منصة الأنستغرام:

النسبة	التكرار	الإجابات
30 %	09	الإيروبيك
40 %	12	الرياضات القتالية
13,33 %	04	كرة اليد
6,66 %	02	كرة السلة
10 %	03	كرة القدم
00 %	00	صفحات أخرى
100 %	30	المجموع



الشكل رقم 10: يوضح أنواع الرياضات التي تتابعها المبحوثات على منصة الأنستغرام

التعليق:

نلاحظ نسبة 40% من المبحوثات يفضلن متابعة الرياضات القتالية على منصة الأنستغرام لميولهن وولعهن الكبير اتجاه هذا النوع من الرياضات، كذلك لأنها تشغل وقت الفراغ وتحثهم على ممارستها للحصول على مرونة عالية لجسد صحي وتساهم في تكوين شخصيتهن وفي دعم ثقتهن بأنفسهن.

وتفضلن نسبة 30% من المبحوثات متابعة رياضة الإيروبيك باعتبار أن هذا النوع من الرياضات يساهم في تعزيز صحة القلب والتقليل من احتمالية الإصابة بأمراض القلب والأوعية الدموية وبالتالي نستنتج أن هذه

الفئة من المبحوثات مهتمة بالمحافظة على صحتهم ولياقتهم ولذا يتابعنها على هذه المنصة لتطوير معلوماتهم حولها..

أما بعض المبحوثات بنسبة 13,33% يفضلن متابعة كرة اليد باعتبار أن هذا النوع من الرياضة يعمل على زيادة اللياقة البدنية وتساعد على إنقاص الوزن وحرق الشعيرات الحرارية وبالتالي نستنتج أن المبحوثات يفضلن متابعتها على المنصة لتطوير أدائهن من خلال مقاطع الفيديوهات للحصول على جسم خالي من الدهون وقوام مثالية.

لنجد نسبة 10% من المبحوثات يفضلن متابعة كرة القدم باعتبار أن هذا النوع من الرياضات يعمل على تحفيز الدماغ لإفراز هرمونات تساعد في تعديل المزاج وضخ الإيجابية وتحسين الجهاز الدوراني وتخفيض الدهون في الجسم وإعطاء صحة للعضلات ولذا يلجئن لهذه المنصة لمتابعة هذه الرياضة حتى يأخذن الخبرة من غيرهن.

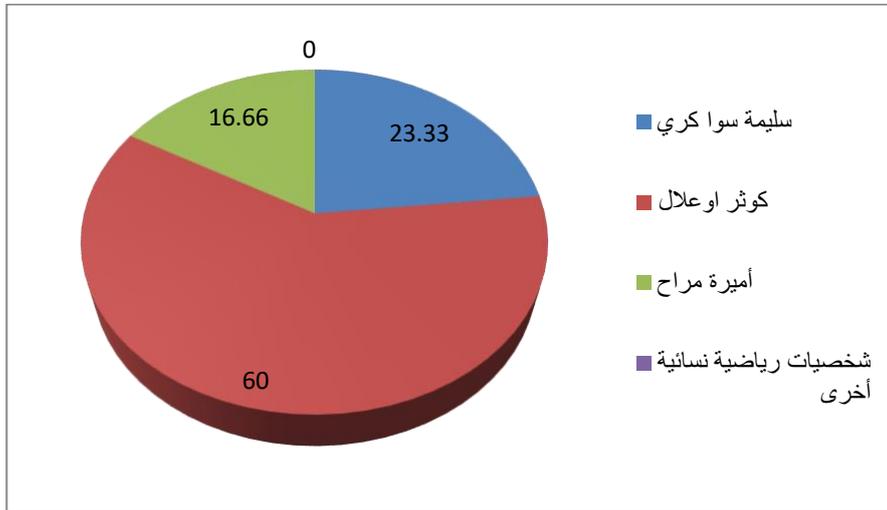
لتحتل متابعة رياضة كرة السلة من طرف المبحوثات نسبة 6,66% ذلك لأن هذه الفئة من الطالبات تعتبر أن هذا النوع من الرياضات يحقق لها التقليل من الضغط العصبي ويساعد على إعطاء فرص أكبر في التواصل الاجتماعي ويساعدهم في تقوية القدرات الحركية ولذا يتابعنها ذلك لشغفهن وولهن بهذا النوع من الرياضات

وبهذا نستنتج أن الطالبات المبحوثات يفضلن متابعة الرياضات القتالية على منصة الأنستغرام على غرار الرياضات الأخرى وذلك من أجل تعزيز الثقة بالنفس وامتصاص كيفية تكوين الشخصية من مقاطع الفيديوهات التي تعرضها هذه المنصة.

جدول رقم 11: يبين الشخصيات النسائية التي تتابعها المبحوثات عبر منصة الأنستغرام:

النسبة	التكرار	الإجابة
23,33%	07	سليمة سوا كري
60%	18	كوثر اوعلال
16,66%	05	أميرة مراح

00 %	00	شخصيات رياضية نسائية أخرى
100 %	30	المجموع



الشكل رقم 11: بين الشخصيات النسائية التي تتابعها المبحوثات عبر منصة الأنستغرام

التعليق:

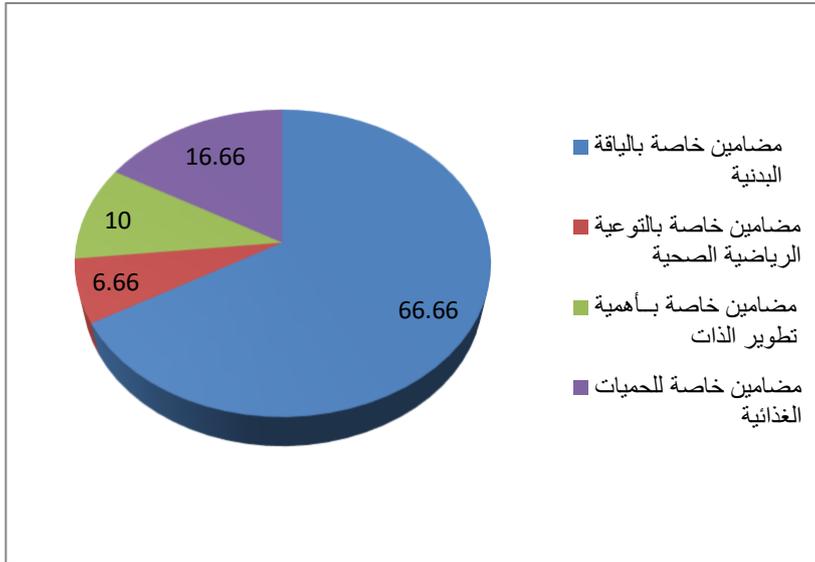
نلاحظ في الجدول أعلاه نسبة 60% من المبحوثات يتابعن كوثر وعلال وهي نسبة كبيرة ويمكن تفسير ذلك على أن هذه الفئة من الطالبات المبحوثات يتابعنها لاهتمامهن بشد كافة عضلات الجسم وتناسق القوام من خلال رياضة الجو دو التي تمارسها كوثر وعلال والتي تنمي الجسم وتقوي العظام إضافة إلى تحسين الصحة العقلية عند محاولة التحكم ومحاكاة حركة الخصم ، وبالتالي يحسن من مرونتهن وتوازنهن.

وبنسبة 23,33% يتابعن سليمة سواكري ويرجع تفسير ذلك إلى أن هذه الفئة من الطالبات يرغبون في قضاء وقت مسلي بمتابعة هذه الشخصية علاوة على ذلك يرغبن في تنمية حرية الحركة في الجسم واليقظة التامة من أجل الدفاع عن النفس وتحمل أعباء الحياة ، و مهمات بالجانب الرياضي ولديهن ميولات رياضية.

أما هناك بعض الطالبات بنسبة 16,66% يتابعن أميرة مراح ربما لإعجابهن بهذه الشخصية أو بنوع الرياضة التي تمارسها رغبة منهن في تطوير لياقتهن البدنية نظرا لأنها تحاول من خلال فيديوهاتها الرياضية أن تعطي بعدا ثقافيا لهذه الرياضة.

جدول رقم 12: يوضح المحتوى الذي تتعرض إليه هذه الصفحات الرياضية النسائية :

النسبة	التكرار	الإجابة
66,66%	20	مضامين خاصة بالياقة البدنية
6,66%	02	مضامين خاصة بالتوعية الرياضية الصحية
10%	03	مضامين خاصة بأهمية تطوير الذات
16,66%	05	مضامين خاصة للحميات الغذائية
100%	30	المجموع



الشكل رقم 12: يوضح المحتوى الذي تتعرض إليه هذه الصفحات الرياضية النسائية

التعليق:

نلاحظ أن 66,66% من الطالبات يتعرضن للمحتوى الخاص بمضامين اللياقة البدنية وذلك لميولهن وولعهن الكبير اتجاه الرياضة ويفسر ذلك بأن المضامين الرياضية تشبع حاجتهن ورغباتهن وقد تكون المبحوثات من ممارسات الرياضة بشغف.

ونستنتج من هذا أن المبحوثات وجدن ذواتهن في المحتويات الرياضية.

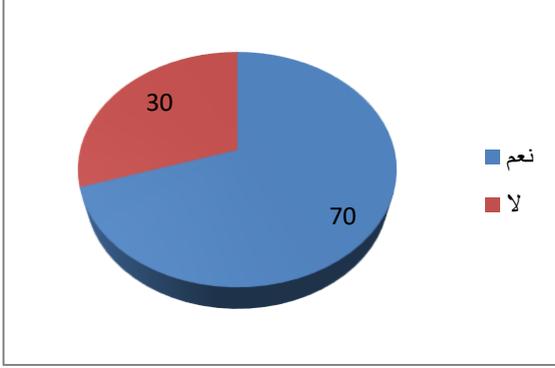
ويفضل 16,66% من المبحوثات التعرض لمحتوى المضامين الخاصة بالحميات الغذائية وربما يمكن تفسير ذلك على أنهم يحلمن بالحصول على جسم مثالي خالي من الدهون وقوام جذابة ولهذا يتابعن مثل هذه المضامين ، كذلك يتابعن الحميات الغذائية والأكل الصحي للحصول على أوزانهم بالزيادة في الكتلة العضلية أو نقص في الدهون للظهور بجسد متناسق.

أما بعض المبحوثات بنسبة 10% مهتمات بالتعرض للمحتوى الخاص بمضامين تطوير الذات والصحة النفسية وذلك لأن مثل هذا النوع من المحتويات يكسبهن طاقة إيجابية ويجعل الدماغ يفرز هرمونات لتعديل المزاج وتحقيق السعادة ويقدم لهن أساليب و إستراتيجيات تساعدن في تطوير ذواتهن وهذا النوع من الصفحات له تأثير كبير على المرأة من الجانب النفسي.

أما بنسبة 6,66% يتعرض للمحتوى الخاص بالتوعية الرياضية الصحية وذلك لأنهن يجدن في مثل هذه المضامين النصائح والإرشادات والتوجيهات اللازم إتباعها من قبلهن لاكتساب خبرات صحية رياضية جديدة ، كذلك لأنها تقدم فوائد صحية وجسمية بكل نواحيها على جسم المرأة.

فنستنتج أن الصفحات الرياضية تشجع المبحوثات على نشر الثقافة الرياضية النسائية لدى الطالبات وذلك بزيادة الوعي لهن حول أهميتها وكذلك لتحفيز الطالبات على اتخاذ قرار ممارسة الرياضة النسائية وفقا لهوايتهن.

جدول رقم 13: مدى تناسب الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام:



الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	21	70%
لا	09	30%
المجموع	30	100%

الشكل رقم 13: مدى تناسب الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام

التعليق:

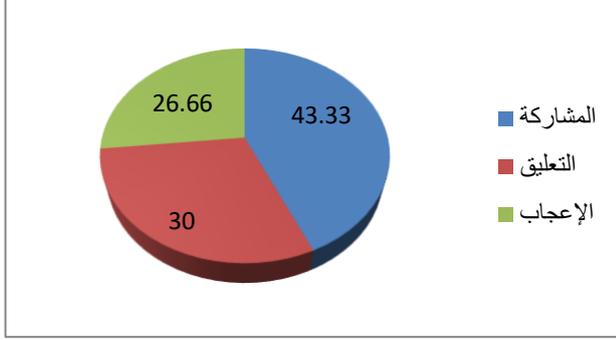
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثات المقدرة 70% إجابتهن كانت بنعم وبأن المواضيع التي تتناولها الصفحات الرياضية النسائية مناسبة لكل الفئات العمرية، ويفسر ذلك بأن الطالبات يعتقدن أن المواضيع التي تقدمها الصفحات الرياضية النسائية عبر منصة الأنستغرام مناسبة وتساهم في تزويد النساء بكل فئاتها العمرية بالوعي الرياضي الثقافي وبأهمية مواولة النشاط الرياضي. و نستنتج من هذا أن عامل السن ليس ضروري في ممارسة الرياضة أو تلقي هذه المضامين.

أما بعض الطالبات بنسبة 30% يقلن بأن المواضيع التي تتناولها الصفحات الرياضية عبر منصة الأنستغرام ليست مناسبة لكل الفئات العمرية، ويفسر ذلك على أن هناك بعض المبحوثات يعتقدن بأن الفروقات في العمر تلعب دورا كبيرا. فمثلا هناك مواضيع رياضية لا تدركها طفلة أو مسنة وأن المرحلة المناسبة لكل ما تقدمه الصفحات الرياضية هي مرحلة الشباب والنضج

فنستنتج أن الطالبات لديهن وعي كافي بأن المضامين الرياضية التي تقدمها الرياضة مناسبة لسنهن في حين أن الفئات العمرية الأقل سن لم يتوصلوا إلى الإدراك الكافي والنضج حول أهمية المضامين الرياضية في حياتهن.

جدول رقم 14: يوضح تبرير الإجابة بنعم وكيف تتفاعل المبحوثات مع هذه الصفحات

الرياضية على منصة الأنستغرام:



النسبة	التكرار	الإجابة
43,33%	13	المشاركة
30%	09	التعليق
26,66%	08	الإعجاب
100%	30	المجموع

الشكل رقم 14: يوضح تبرير الإجابة بنعم

وكيف تتفاعل المبحوثات مع هذه الصفحات

الرياضية على منصة الأنستغرام

التعليق:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 43,33% من الطالبات يتفاععن مع هذه المواضيع التي تتناولها الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام بالمشاركة مع الأشخاص، ويفسر ذلك على أن المبحوثات يريدن إفادة عامة الناس من معارف ومعلومات حول هذه المواضيع. أو بترويج المبحوثات لهذه الصفحات وما تنشره من مضامين بزيادة التفاعل لها.

أما بنسبة 30% من المبحوثات يتفاععن بترك تعليق ويفسر ذلك أنهم يريدن إبداء رأيهم حول كل ما يتعلق بالرياضة أو تصحيح لفكرة أو معلومة خاطئة أو تشجيعاً للشخصيات الرياضية أو أنه ينم عن روح الفكاهة فقط.

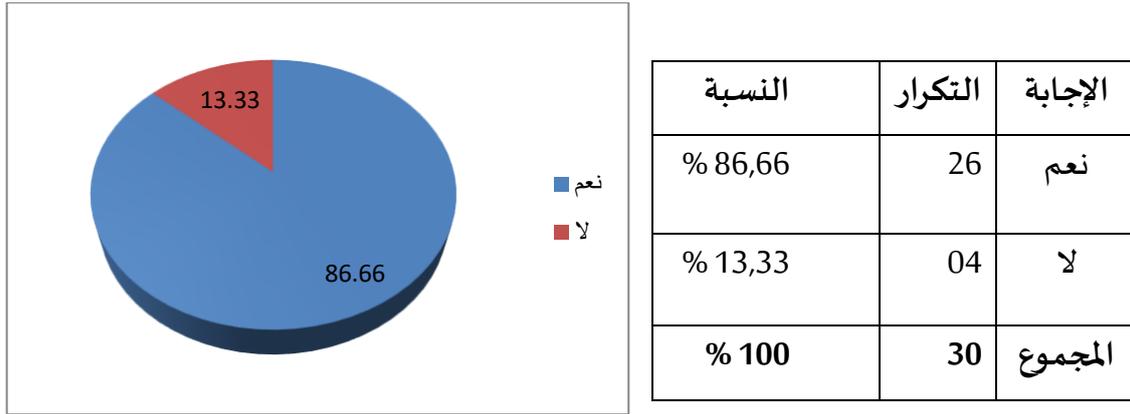
في حين أن هناك نسبة 26,66% من المبحوثات يتفاععن بالإعجاب مع هذه المضامين بخاصية اللايك ويفسر ذلك على أنهم يريدن التعبير عن المزيد من الدعم لبعضهن بعضاً أو تأكيداً على أن ذلك المحتوى يحظى بصدى حقيقي لديهن.

III- تأثيرات المحتوى الرياضي النسائي على منصة الأنستغرام في دعم الرياضات النسوية

:

جدول رقم 15: يبين الرصيد المعرفي للمبحوثات من خلال تتبعهن للصفحات الرياضية بمنصة الأنستغرام

:



الشكل رقم 15: يبين الرصيد المعرفي للمبحوثات من خلال تتبعهن للصفحات الرياضية بمنصة الأنستغرام

التعليق:

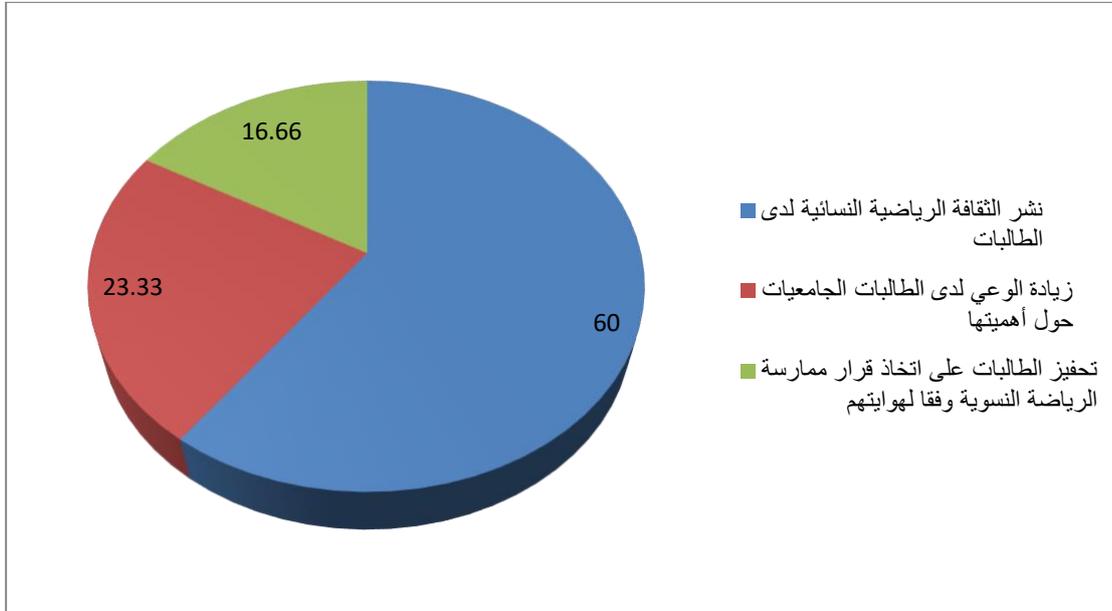
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نسبة 86,66% من الطالبات المبحوثات زادة من رصيدهن المعرفي وهي نسبة كبيرة ويمكن تفسير ذلك على أن هذه الصفحات الرياضية تقدم لهن معلومات ومعارف ومضامين رياضية كافية تنشط لهن من خلالها الأطر المعرفية وإثارة الاهتمام لتوسيع دائرة المعرفة المرتبطة بالرياضة من أجل تأسيس بنية معرفية ضمن النظام الأكاديمي وزيادة الوعي لديهن بأهمية النشاط الرياضي. عكس البعض، فهناك نسبة من الطالبات المبحوثات لم تزيد الصفحات الرياضية من رصيدهن المعرفي وقد قدرت ب 13,33% ويمكن تفسير ذلك على ضعف المضامين الرياضية لامتيازها بركاكة الكلمات وضعف الجمل أو نشرها لمقاطع الفيديوهات بلهجات العامية أو استخدام لغة هجينة بين اللغة العربية واللغة الانجليزية حالت بينها وبين تعلم الطالبات واكتسابهن لمعلومات جديدة تزيد في رصيدهم المعرفي.

ومنه نستنتج أن المضامين الرياضية زادت من الرصيد المعرفي للطالبات وولدت لديهن المعرفة الرياضية التي شملت كل القواعد والقوانين والخطط والمعارف التي تخص المجال الرياضي.

جدول رقم 16: يوضح تبرير الإجابة بنعم وكيف تتفاعل المبحوثات مع هذه الصفحات

الرياضية على منصة الأنستغرام:

النسبة	التكرار	الإجابة
60 %	18	نشر الثقافة الرياضية النسائية لدى الطالبات
23,33 %	07	زيادة الوعي لدى الطالبات الجامعيات حول أهميتها
16,66 %	05	تحفيز الطالبات على اتخاذ قرار ممارسة الرياضة النسوية وفقا لهوايتهم
100 %	30	المجموع



الشكل رقم 16: يوضح تبرير الإجابة بنعم وكيف تتفاعل المبحوثات مع هذه الصفحات الرياضية على

منصة الأنستغرام

التعليق:

يبين الجدول أعلاه نسب متفاوتة في الإجابات فنسبة 60% من الطالبات المبحوثات تزيدهن هذه الصفحات في رصيدهن المعرفي من خلال نشر الثقافة الرياضية النسائية لدى الطالبات ويفسر ذلك على أن الثقافة الرياضية النسائية ذات أثر معرفي وتكسب مهارات مفيدة للحياة العلمية والعملية للطالبات. أما بنسبة 23,33% تزيد معارفهن من خلال زيادة الوعي لدى الطالبات الجامعيات حول أهميتها ويفسر ذلك بأن الصفحات الرياضية تقدم مواضيع رياضية لها أهمية كبيرة في حياتهن مع الحرص على تغيير المفاهيم المغلوطة حول الرياضة وتعزيز التوعية أكثر لديهن.

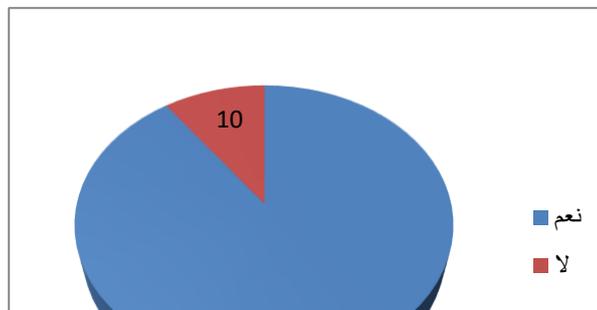
في حين نسبة 16,66% من الطالبات المبحوثات زاد رصيدهن المعرفي من خلال تحفيزهن على اتخاذ قرار ممارسة الرياضة النسوية وفقا لهوايتهن ، ويفسر ذلك بأن الصفحات الرياضية تعمل على تشجيعهن على ممارسة الرياضة لتعزيز صحتهن الجسدية والنفسية والتخلص من الأمراض المختلفة في إطار الهوايات. و منه نستنتج أن الصفحات الرياضية تزيد من رصيد الطالبات المعرفي من خلال الثقافة الرياضية وذلك لأن هذه الأخيرة تكسب الفرد تربية جسمية ونفسية وسلوكية وفكرية.

جدول رقم 17: يوضح مساهمة المضامين الرياضية النسوية الالكترونية في توفير بيئة

افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات لتبادل المعلومات والخبرات مع أصحاب الاهتمام

الرياضي المشترك :

النسبة	التكرار	الإجابة
90 %	07	نعم
10 %	03	لا
100 %	30	المجموع



الشكل رقم 17: يوضح مساهمة المضامين الرياضية النسوية الإلكترونية في توفير بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات لتبادل المعلومات والخبرات مع أصحاب الاهتمام الرياضي

التعليق:

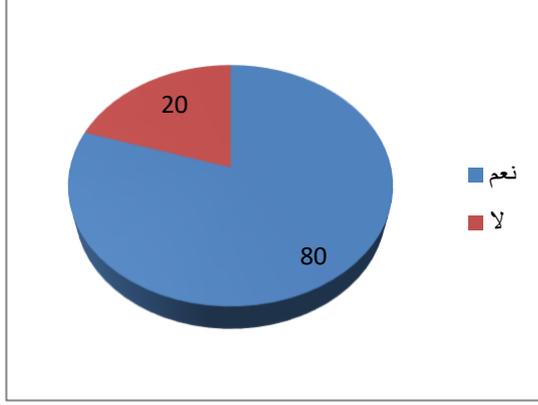
نلاحظ في الجدول أعلاه نسبة مساهمة المضامين الرياضية النسوية الإلكترونية في توفير بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات لتبادل المعلومات والخبرات مع أصحاب الاهتمام الرياضي المشترك حيث تظهر نسبة كبيرة من المبحوثات المقدرة بـ 90٪ تؤكد أن هذه المضامين هي أفضل بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات

ويفسر ذلك بأن هذه المضامين لديها أسلوب إقناعي وأسلوب يفهمه الجميع ولغته سهلة ومفهومة تخاطب جميع العقول مما ساهمت في توفير بيئة افتراضية سلسلة وهذه الأخيرة وفرت كل ما تحتاجه المبحوثات على عكس الواقع الذي مس شخصيتهن وكبت رغباتهن خاصة في المجال الرياضي الذي اعتبره المجتمع هو مجال خاص بالذكر فقط فجاه الواقع الافتراضي ووفر لهن ما يريدن حيث أصبحت هذه البيئة الافتراضية تدعمهن بكل قوة وروح رياضية.

أما بنسبة 10% وهي نسبة قليلة من المبحوثات لا يرون أن هذه المضامين الرياضية النسوية الإلكترونية تساهم في توفير بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات ويفسر ذلك بأن هذه المضامين لغتها غير مفهومة ولغة أكاديمية ليست في متناول الجميع وقد تكون بلغة أخرى مغايرة للغة المستخدمة (لغة الأم) فنستنتج من ذلك أن هذه النسبة من المبحوثات يعتبرن أن هذا المجال هو أكثر تطبيقا في الواقع وليس في المواقع والبيئات الافتراضية.

جدول رقم 18: يوضح الكم المعرفي حول الرياضيات النسوية من خلال منصة

الأنستغرام وكيف غير الصورة النمطية الخاطئة عنها في أذهان الطالبات:



الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	24	% 80
لا	06	% 20
المجموع	30	% 100

الشكل رقم 18: يوضح الكم المعرفي حول الرياضات

النسوية من خلال منصة الأنستغرام وكيف غير الصورة النمطية الخاطئة عنها في أذهان الطالبات

التعليق:

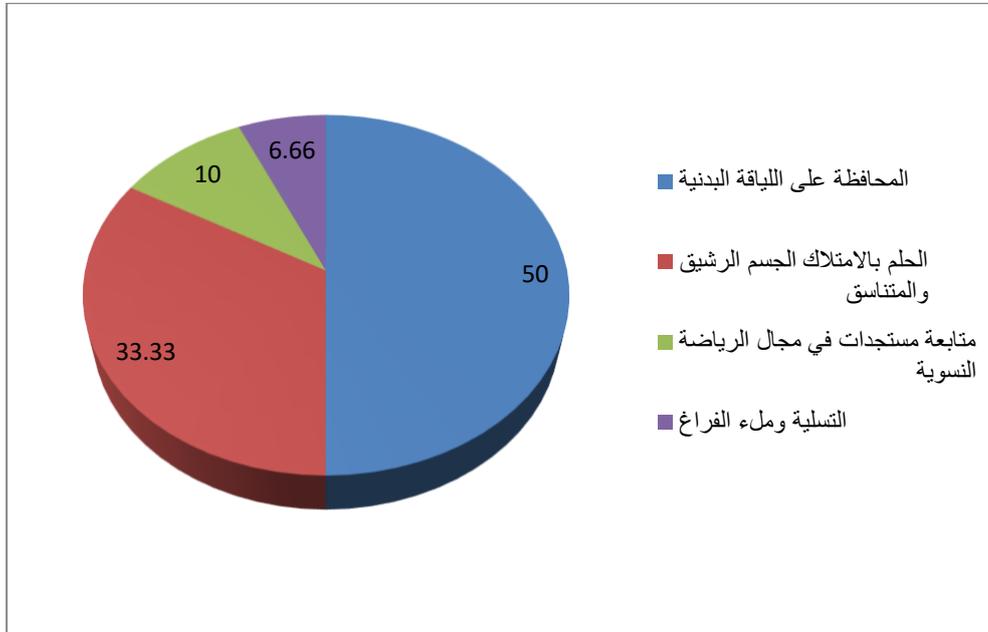
يظهر من حيث القيم في الجدول أعلاه أن الكم المعرفي غير الصورة النمطية الخاطئة في أذهان الطالبات حول الرياضة النسوية من خلال منصة الأنستغرام وذلك بنسبة 80% من إجابات المبحوثات بـ "نعم" وهي نسبة كبيرة ويفسر ذلك على أن هذا الكم المعرفي من هذه المضامين مفيد ومعلوماته صحيحة وذات مصداقية ساعد على إثراء وتطوير الحقل المعرفي لديهن حول الرياضة وغير الصورة النمطية الخاطئة عنها وعدل المفهوم الرياضي بكامله.

أما المبحوثات بنسبة 20% إجابتهن كانت بأن هذا الكم المعرفي لم يغير الصورة النمطية الخاطئة في أذهان الطالبات ، ويفسر ذلك بأن هذه النسبة الضئيلة من المبحوثات يعتقدن بأن الكم المعرفي الخاص بالرياضات النسوية ذو مضامين غير صادقة وأن الرياضة عامة للرجال فقط وأن النساء مكانهن في بيوتهن. وأيضا أن هذه الصفحات الرياضية غير كوفي في تقديم مضامينها.

وبتالي نستنتج أن زيادة الكم المعرفي حول الرياضات النسوية عبر منصة الأنستغرام غير الصورة النمطية الخاطئة عنها في أذهان الطالبات وشجعهن على الأقدام نحو ممارستها وفقا لهوايتهن.

جدول رقم 19: يوضح دوافع إعجاب المبحوثات بالشخصيات الرياضية النسائية

النسبة	التكرار	الإجابة
% 50	15	المحافظة على اللياقة البدنية
% 33,33	10	الحلم بالامتلاك الجسم الرشيق والمتناسق
% 10	03	متابعة مستجدات في مجال الرياضة النسوية
% 6,66	02	التسلية وملء الفراغ
% 100	30	المجموع



الشكل رقم 19: يوضح دوافع المبحوثات بالشخصيات الرياضية النسائية

التعليق:

يبين لنا الجدول أعلاه دوافع إعجاب المبحوثات بالشخصيات الرياضية النسائية ومن أبرز تلك الدوافع المحافظة على اللياقة البدنية بنسبة 50% وهذا يفسر على أن المبحوثات معجبات بالشخصيات ومهتمات بالجانب الرياضي رغبة منهن في تطوير لياقتهن البدنية التي تمنحنهن الشكل المصقول لأجسامهن وتمنعهن من الإصابة بالأمراض المزمنة كمرض السكري وتزيد من ثقتهن بأنفسهن.

وبنسبة 33,33% من المبحوثات معجبات بالشخصيات الرياضية النسائية لأنهن يحلمن بامتلاك الجسم الرشيق والمتناسق مثلهن ويفسر ذلك على أن أن متابعة تلك الشخصيات أثر بقراراتهن الرياضية من أجل تخفيض الوزن و الحصول على جسم خالي من الدهون وإبرازها في شكله المثالي.

أما بنسبة 10% من المبحوثات تتمثل لديهن الدوافع في متابعة الشخصيات الرياضية النسائية انطلاقاً من متابعة المستجدات في مجال الرياضة النسوية ويفسر ذلك على رغبتهن في مواكبة جميع التطورات الحاصلة في المجال الرياضي النسوي وكذلك اكتساب مهارات من خبرات تلك الشخصية.

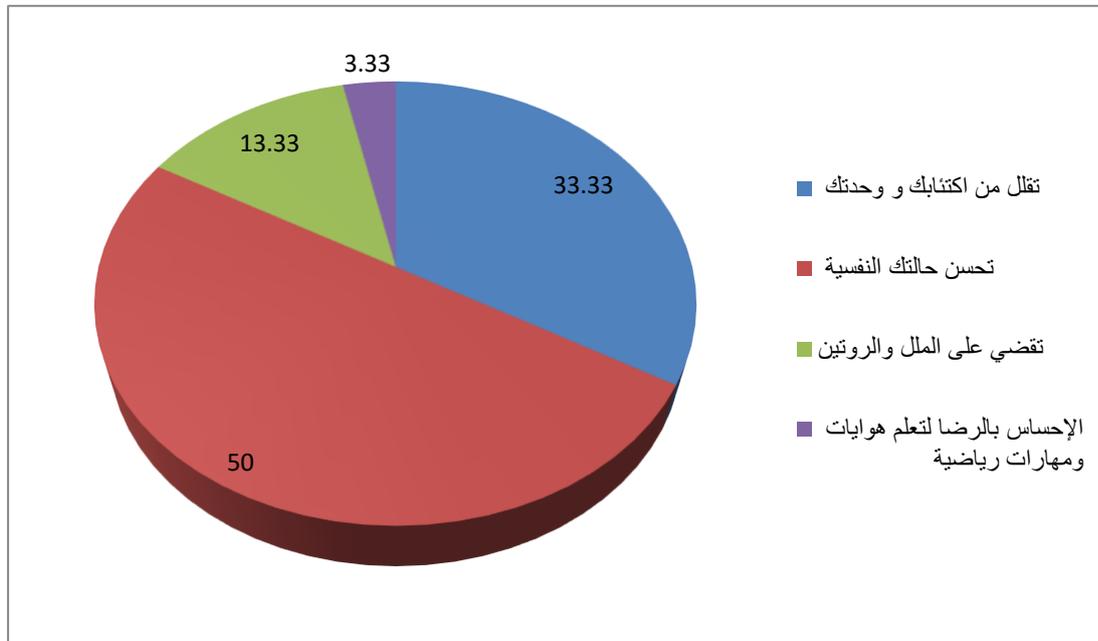
لنجد نسبة 06,66% من المبحوثات يتمثل لديهن الدافع في ملء وقت فراغهن وكذلك من أجل التسلية بمشاهدة مثل تلك الشخصيات ويفسر ذلك على أن هذه المتابعة تقضي على مللهن من خلال المضامين الرياضية التي تقدمها والتي تشدهن للمشاهدة والانغماس في محتواها.

ومنه نستنتج أن إعجاب المبحوثات بالشخصيات الرياضية النسائية كانت من وراءه دوافع قوية تمثلت في رغبة المحافظة على لياقتهن البدنية ابتداءً من الحلم بامتلاك جسم رشيق ومتناسق ثم متابعة مستجدات مجال الرياضة النسوية و القضاء على وقت الفراغ بالتسلية من خلال المشاهدة.

جدول رقم 20: يبين المكتسبات الوجدانية (العاطفية) بعد استخدام المبحوثات

للصفحات الرياضية النسائية:

النسبة	التكرار	الإجابة
% 33,33	10	تقلل من اكتئابك و وحدتك
%50	15	تحسن حالتك النفسية
% 13,33	04	تقضي على الملل والروتين
% 3,33	01	الإحساس بالرضا لتعلم هوايات ومهارات رياضية
% 100	30	المجموع



الشكل رقم 20: يبين المكتسبات الوجدانية (العاطفية) بعد استخدام المبحوثات للصفحات الرياضية النسائية

التعليق:

يبين لنا الجدول أعلاه الطالبات المبحوثات بنسبة 50% أن الصفحات الرياضية النسوية تحقق لهن مكتسبات وجدانية (عاطفية) لتحسين حالتهن النفسية ويفسر ذلك على أن هذه الصفحات الرياضية هي مصدر لتعديل المزاج وتحقيق السعادة وتحسين النفسية من خلال المضامين الرياضية الشيقة التي تقدمها والتي تعزز من ثقتهن النفسية وتدفع بهن إلى اتخاذ قرار ممارسة الرياضة للحصول على جسم مثالي وممارسة هوايتهن من خلالها.

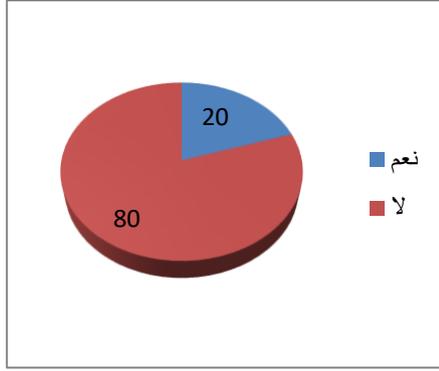
وتعد هذه الصفحات بنسبة 33,33% مساهمة في تقليل وحدتهن و اكتنأتهن ويفسر ذلك بأن هذه الصفحات تقلل من الاكتئاب وتملئ وقت الفراغ من خلال مقاطع الفيديوها التي تبث فيهن الراحة النفسية وتعزز ثقتهن بأنفسهن وتدفع بهن لاتخاذ قرار ممارسة الرياضة.

أما بنسبة 13,33% من المبحوثات فإن هذه الصفحات تقضي على مللهن وذلك الروتين الذي لديهن من خلال المضامين الرياضية الشيقة التي تقدمها والتي تتضمن في العادة نصائح وخطوات لكيفية بداية ممارسة الرياضة وعوامل الاستمرار فيها وتوضيح سبل التميز من خلالها...
وبتالي نستنتج أن هذه الصفحات الرياضية وسيلة تستخدمها المبحوثات للقضاء على الملل.

أما بنسبة 3,33% من المبحوثات فإن هذه الصفحات الرياضية توفر الإحساس بالرضا لتعليم هوايات ومهارات رياضية وذلك من خلال مقاطع الفيديو والمضامين التي تقدمها والتي تدفع بهن لممارسة هوايتهن المفضلة أو تعلم مهارات جديدة تقضي على روتينهن وتضفي شيء جديد على حياتهن.

ومنه نستنتج أن المكتسبات الوجدانية للمبحوثات بعد استخدامهن للصفحات الرياضية النسائية تمثلت في تحسين حالتهن النفسية ومن ثم تقليل اكتنأتهن و وحدتهن من خلال القضاء على الروتين والملل وكذلك لممارسة هوايتهن وتعلم مهارات رياضية جديدة.

جدول رقم 21: يوضح شعور المبحوثات بالخوف والقلق من ممارسة الرياضة النسائية من خلال استخدام منصة الأنستغرام:



الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	06	% 20
لا	24	% 80
المجموع	30	% 100

الشكل رقم 21: يوضح شعور المبحوثات بالخوف والقلق من ممارسة الرياضة النسائية من خلال استخدام منصة الأنستغرام

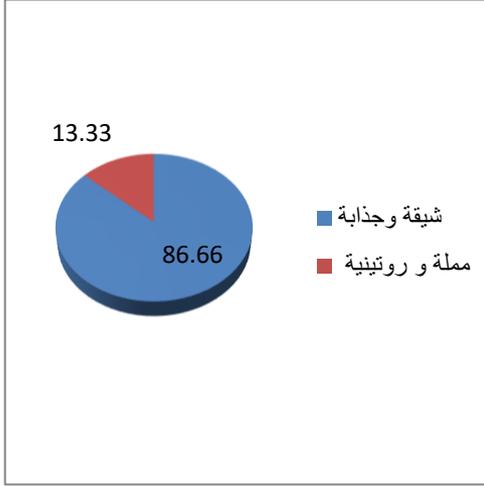
التعليق:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المبحوثات اللاتي أجبن ب"لا" حول شعورهن بالخوف والقلق من ممارسة الرياضة النسوية بعد استخدام منصة الأنستغرام بنسبة 80% وهي نسبة كبيرة وذلك راجع بسبب الصفحات الرياضية التي تروج خلفية جميلة وصحيحة عن الرياضة حيث دفعت ببعض المبحوثات لممارسة الرياضة عكس قيمة العنف. فالرياضة لا تروج التعصب أو العنف وإنما تحاول امتصاص والتقليل منه وتزود بالاسترخاء التام والراحة النفسية المطلقة وزيادة الوعي والانفتاح على جوانب عدة..

أما بعض المبحوثات بنسبة 20% يشعرن بالخوف والقلق من ممارسة الرياضة النسوية من خلال استخدام منصة الأنستغرام ذلك راجع لأن بعض المبحوثات يعتقدن بأن الفروقات في السن تلعب دورا كبيرا فمثال بعض الفيديوهات الرياضية التي تتعرض لها ربما لا تتماشى مع المرحلة العمرية تلك. كذلك يعتقدن بأنهن سيعجزن على تحقيق النتيجة المثالية في أجسامهن خلال الممارسة وذلك لعدم ثقتن بقدراتهن

ومنه نستنتج أن المبحوثات يقبلن بشكل كبير على ممارسة الرياضة النسوية بعد استخدامهن لمنصة الأنستغرام وذلك لأن هذه الأخيرة تروج خلفية جميلة عن الرياضة من خلال صفحاتها الرياضية.

جدول رقم 22: تقييم المبحوثات لطريقة تقديم الرياضات النسوية على منصة الأنستغرام من الناحية الوجدانية العاطفية



النسبة	التكرار	الإجابة
86,66%	26	شيقة وجذابة
13,33%	04	مملة وروتينية
100%	30	المجموع

الشكل رقم 22: تقييم المبحوثات لطريقة تقديم الرياضات

النسوية على منصة الأنستغرام من الناحية الوجدانية العاطفية

التعليق:

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن تقييم المبحوثات من الناحية الوجدانية العاطفية بطريقة تقديم الرياضات النسوية على منصة الأنستغرام بنسبة 86,66% شيقة وجذابة وهي نسبة مرتفعة ويفسر ذلك بأن هذه الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام شيقة بشكل كبير نظرا لأن المضامين التي تقدمها سلسلة و مفعمة بالحياة وتولد الرغبة والحماس لدى الطالبات في اتخاذ قرار الممارسة أو الاستمرار فيه والعمل على تطوير حركاتهن خلال الممارسة والسعي لبلوغ نتيجة رياضية أكثر من مرضية.

أما تقييم مبحوثات أخريات بنسبة 13,33% مملة وروتينية ويفسر ذلك بأن المضامين الرياضية ربما قّدمت بلغة غير اللغة المستخدمة (لغة الأم) أو بطريقة غير سلسلة أو أن تلك المضامين لا تعبر على ما يرغب به من محتويات

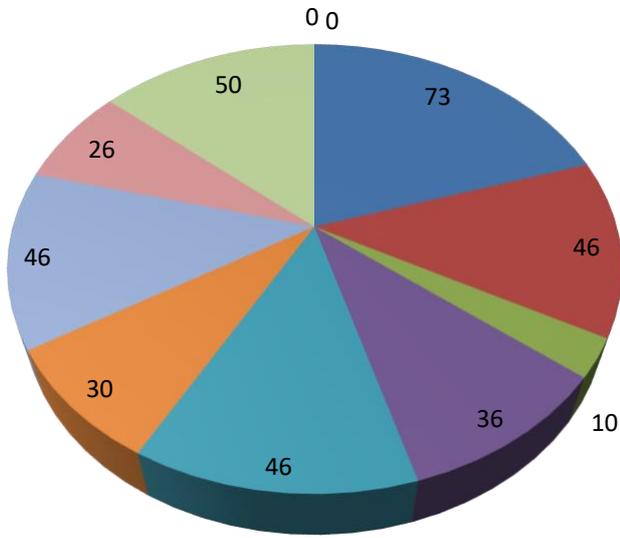
فدستنتج أن تقييم المبحوثات للرياضات النسوية على منصة الأنستغرام كان جذاب لأنها غرست فيهن وعيا رياضيا وكانت لديهن ميل لمثل هذه الصفحات الخاصة بالرياضة النسوية.

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

جدول رقم 23: التأثيرات السلوكية للمضامين الرياضية النسائية عبر منصة الأنستغرام بعد متابعة المبحوثات لها:

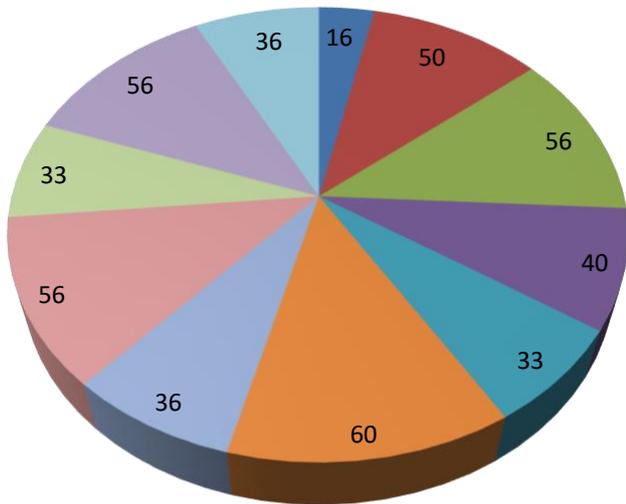
المجموع		بشكل قليل		بشكل متوسط		بشكل كبير		الآراء
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	30	10%	03	% 16,66	05	% 73,33	22	تؤدي إلى تفاعلك الموضوع بمختلف الأشكال
100%	30	% 03,33	01	50%	15	% 46,66	14	تزيد من اهتمامك حول الموضوع
100%	30	% 33,33	10	% 56,66	17	10%	03	تؤدي إلى تجاهل مواضيع معينة وعدم الاهتمام بها
100%	30	% 23,33	07	40%	12	% 36,66	11	تدفعك إلى المشاركة في مختلف الأنشطة المتعلقة بموضوع معين
100%	30	20%	06	% 33,33	10	% 46,66	14	تدعم رأيك الشخصي حول موضوع معين
100%	30	10%	03	60%	18	30%	09	تدفعك للمشاركة الأنشطة التطوعية حول هذه المواضيع للمساهمة في نشر المعلومات
100%	30	% 16,66	05	% 36,66	11	% 46,66	14	تساهم في تعزيز مواقفك وبراهينك عند النقاش حول موضوع معين
100%	30	% 16,66	05	% 56,66	17	% 26,66	08	تدفعك للتخلي عن أنشطة معينة
100%	30	30%	09	% 33,33	10	% 36,66	11	تدفعك للمشاركة في الندوات وورشات العمل المتعلقة بمواضيع معينة
100%	30	% 16,66	05	% 56,66	17	% 26,66	08	تساهم في تقبلك لمواقف وآراء معينة
100%	30	% 13,33	04	% 36,66	11	50%	15	تساهم في رفضك لمواقف وآراء معينة تزيد من اهتمامك بالأحداث والأخبار

بشكل كبير



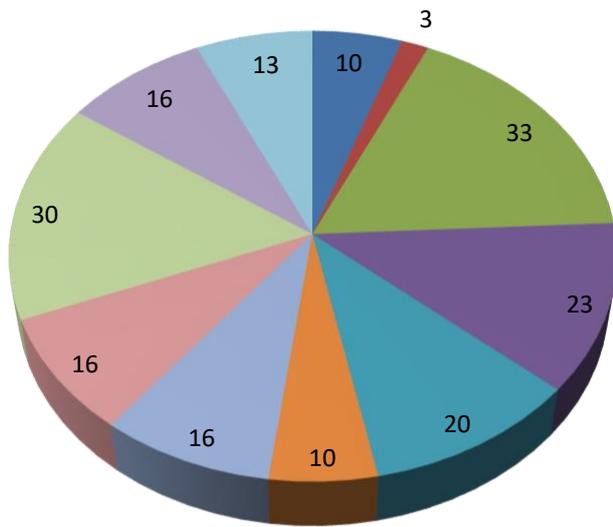
- تؤدي إلى تفاعل الموضوع بمختلف الأشكال
- تزيد من اهتمامك حول الموضوع
- تؤدي إلى تجاهل مواضيع معينة وعدم الاهتمام بها
- تدفعك إلى المشاركة في مختلف الأنشطة المتعلقة بموضوع معين
- تدعم رأيك الشخصي حول موضوع معين
- تدفعك للمشاركة الأنشطة التطوعية حول هذه المواضيع للمساهمة في نشر المعلومات
- تساهم في تعزيز موافقك وبراهينك عند النقاش حول موضوع معين
- تدفعك للتخلي عن أنشطة معينة
- تدفعك للمشاركة في الندوات و ورشات العمل المتعلقة بمواضيع معينة

بشكل متوسط



- تؤدي إلى تفاعل الموضوع بمختلف الأشكال
- تزيد من اهتمامك حول الموضوع
- تؤدي إلى تجاهل مواضيع معينة وعدم الاهتمام بها
- تدفعك إلى المشاركة في مختلف الأنشطة المتعلقة بموضوع معين
- تدعم رأيك الشخصي حول موضوع معين
- تدفعك للمشاركة الأنشطة التطوعية حول هذه المواضيع للمساهمة في نشر المعلومات
- تساهم في تعزيز موافقك وبراهينك عند النقاش حول موضوع معين
- تدفعك للتخلي عن أنشطة معينة
- تدفعك للمشاركة في الندوات و ورشات العمل المتعلقة بمواضيع معينة
- تساهم في تقبلك لمواقف وأراء معينة
- تساهم في رفضك لمواقف وأراء معينة تزيد من اهتمامك بالأحداث والأخبار

بشكل قليل



- تؤدي إلى تفاعل الموضوع بمختلف الأشكال
- تزيد من اهتمامك حول الموضوع
- تؤدي إلى تجاهل مواضيع معينة وعدم الاهتمام بها
- تدفعك إلى المشاركة في مختلف الأنشطة المتعلقة بموضوع معين
- تدعم رأيك الشخصي حول موضوع معين
- تدفعك للمشاركة الأنشطة التطوعية حول هذه المواضيع للمساهمة في نشر المعلومات
- تساهم في تعزيز مواقفك وبراهينك عند النقاش حول موضوع معين
- تدفعك للتخلي عن أنشطة معينة
- تدفعك للمشاركة في الندوات وورشات العمل المتعلقة بمواضيع معينة
- تساهم في تقبلك لمواقف وأراء معينة
- تساهم في رفضك لمواقف وأراء معينة تزيد من اهتمامك بالأحداث والأخبار

الشكل رقم 23: التأثيرات السلوكية للمضامين الرياضية النسائية عبر منصة الأنستغرام بعد متابعة المبحوثات لها

التعليق:

أسفرت نتائج الجدول رقم 23 على تعدد التأثيرات السلوكية للمضامين الرياضية النسائية للمبحوثات أثناء متابعتهم لها عبر منصة الأنستغرام، حيث توضح البيانات أن التأثير السلوكي المتفوق تجسد في أنه "يؤدي إلى التفاعل مع الموضوع بمختلف الأشكال" في إجابات "بشكل كبير" بنسبة 73,33% وهذا إن يدل على شيء فإنه يدل على أن المبحوثات اللاتي يعلقن يريدن إبداء آرائهن حول كل ما يتعلق بالرياضة أو تصحيح لفكرة أو معلومة خاطئة أو تشجيع الشخصيات الرياضية إما بالمشاركة لهذه المضامين إما بالترويج لهذه الصفحات و ما تنشره من مضامين رياضية.

أما بشكل متوسط فكانت النسبة 16,55% ليتم التفاعل بشكل قليل بنسبة 10%.

أما التأثير السلوكي الثاني المتمثل في "يساهم في رفض المبحوثات لمواقف وأراء معينة تزيد من اهتمامهن بالأحداث والأخبار" في إجابات "بشكل كبير" بنسبة تقدر ب50% وهذا يدل على أن المبحوثات لديهن شغف و ميولات تجاه هذه المضامين الرياضية وتتابعنها بشكل كبير ويتفاعلمن معها إما برفض مواقف معينة أو المتابعة المستمرة للأخبار والأحداث.

حيث كانت في شكلها المتوسط تقدر ب36,66% أما في شكلها القليل ب13,33%.

يليه التأثير السلوكي الثالث الذي تمثل في "أنه يزيد من اهتمام المبحوثات حول الموضوع" بنسبة 50% في إجابات "بشكل متوسط" لتكون النسبة 46,66% في إجابات "بشكل كبير" ومنه نستنتج أن المضامين الرياضية توفر لهن المعلومات الكافية حول ما يريدن وهذا يزيد من اهتمامهن.

ثم نجد التأثير السلوكي الرابع المتمثل "يدعم الرأي الشخصي للمبحوثات حول موضوع معين بنسبة 46,66% من إجابات "بشكل كبير" لتتساوى النسبة مع التأثير السلوكي الخامس المتمثل في "يساهم في تعزيز مواقف المبحوثات وبراهينهن عن النقاش حول موضوع معين" بنفس النسبة، وهذا يدل على أن المضامين الرياضية عبر منصة الأنستغرام توفر لهن خلفية رياضية صحيحة ومفيدة تعزز موقفهن عند النقاش حول ذلك الموضوع وتقدم لهن البراهين على ذلك من خلال محتويات قوية.

لتكون النسبة في إجابات بشكل متوسط تتراوح بين 33,33%-36,66% أما في الإجابات "بشكل قليل"

فكانت متراوحة بين 16,66%-20%

يليه التأثير السلوكي السادس المتمثل في "أنه يدفع المبحوثات إلى المشاركة في مختلف الأنشطة المتعلقة بموضوع معين" وذلك بنسبة 40% في إجابات "بشكل متوسط" وبنسبة 36,66% في إجابات "بشكل كبير" وهذا يدل على أن المضامين الرياضية من مقاطع فيديوهات ومحتويات سلسلة ومحفزة تدفعن بهن للمشاركة في الأنشطة المختلفة كمسابقة أو دورة تكوينية لإثبات ذواتهن أو إخراج رغباتهن ومواقفهن حول ذلك الموضوع..

أما عن التأثير السلوكي السابع تمثل في "أنه يدفع المبحوثات للمشاركة في الندوات و ورشات العمل المتعلقة بمواضيع معينة بنسبة كذلك قدرت ب 36,66% في "إجابات" بشكل كبير" وبنسبة 33,33% في إجابات "بشكل متوسط" وبنسبة 30% في إجابات "بشكر قليل" وهذا يدل على أن المضامين الرياضية تقدم معلومات صحيحة ومفيدة للمبحوثات تدفعن بهن للمشاركة في مثل تلك الندوات أو ورشات العمل.

وبالنسبة للتأثير السلوكي الثامن المتمثل في "يدفع للمشاركة في الأنشطة التطوعية حول مواضيع المساهمة في نشر المعلومات" فقد أستحوذ على نسبة 60% في إجابات "بشكل متوسط". ومنه نستنتج أن المضمون الرياضي يحفز المبحوثات للمشاركة في الأنشطة التطوعية بشكل متوسط بعد تأثرهن بما يقدمه، ولكن هناك فئة من المبحوثات بنسبة 30% في إجابات "بشكل كبير" و 10% في إجابات "بشكل قليل". يشاركن بشكل كبير في تلك الأنشطة التطوعية التي تساهم في نشر المعلومات حول موضوع معين كحملة التبرعات.

أما التأثير السلوكي التاسع يدفع بالمبحوثات للتخلي عن أنشطة معينة قد قدر بنسبة 56,66% في إجابات "بشكل متوسط" وينفرد بنسبة 26,66% في إجابات "بشكل كبير" ومنه نستنتج أن المضمون الرياضي له تأثير قوي في تغيير مواقف المبحوثات اتجاه نشاط معين من خلال محتوياته القوية التي تدفع بهن كذلك للتخلي عن أنشطة محددة.

أما التأثير السلوكي العاشر المتمثل في "المساهمة في تقبل الآراء ومواقف معينة" قد أستحوذ على نسبة 56,66% في إجابات "بشكل متوسط" لیتساوي مع التأثير السلوكي الحادي عشر الذي تجسد في "تؤدي إلى تجاهل مواضيع معينة وعدم الاهتمام بها" الذي قد استحوذ على نفس النسبة (56%)

وهذا إن يدل على شيء فإنه يدل على أن المبحوثات بعد تعرضهن للمضامين الرياضية أصبحن يتقبلن العديد من الآراء والمواقف المعينة لأنها تدفع بهن لاستثمار جهدهن في ما هو خير لهن وغيرت نظرتهم حول العديد من المواضيع إذ أصبحن يتجاهلن العديد منها وبذلك نستنتج أنه كون لديهن وعي لتمييز بين ما هو خاطئ و ما هو صحيح.

النتائج الجزئية:

بعد تحليل نتائج الإجابات المتحصل عليها في الاستمارة التي وزعت على المبحوثات وتفسيرها، فيما يخص موضوع دراستنا وهو دور منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الجزئية التي يمكن إنجازها في ما يلي:

1- أغلب أفراد العينة حسب مستوى العمر هن من الفئة العمرية 23-30 سنة بنسبة تقدر ب96,66% في حين تأتي المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب3,33% من الفئة العمرية ما بين 30-40 سنة بينما نجد 0% تمثل الفئة العمرية 41 سنة فما فوق.

2- أغلب أفراد العينة حسب الحالة العائلية هن عازبات بنسبة تقدر ب93,33% فيما قدرت نسبة المتزوجات ب6,66%.

3- معظم المبحوثات حسب المستوى الأكاديمي هن سنة ثانية ماستر اتصال تنظيبي وذلك بنسبة 63,33% فيما كانت سنة أولى ماستر اتصال تنظيبي تقدر ب36,66%.

4- معظم أفراد العينة قد قاموا بتقييم تصفحهن لمنصة الأنستغرام بشكل دائم بنسبة قدرت ب60%، أما تصفحهن أحيانا فقد قدر بنسبة 26,66%، لنجد أن تصفحهن بشكل نادر قدر ب13,33%.

5- الحجم الساعي الذي تخصصه المبحوثات لمشاهدة المحتوى الإلكتروني بمنصة الأنستغرام قد قدر بحجم ساعتين إلى 04 ساعات يوميا بنسبة 40%، لنجد أن الحجم الساعي يزداد لأكثر من 04 ساعات يوميا بنسبة 33,33%، في حين أنه قدر بنسبة 26,66% بأقل من ساعتان يوميا.

6- درجة اعتماد المبحوثات على منصة الأنستغرام في اتخاذ قرار ما درجة متوسطة قدرت بنسبة 46,66% في حين أن درجة الاعتماد بشكل كبير قدرت بنسبة 26,66%، أما فئة المبحوثات اللاتي يعتمدن عليه بشكل قليل قدرت ب26,66%.

7- الاعتماد على المحتوى المقدم على منصة الأنستغرام من أجل الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا قد قدر بنسبة 76,66% بشكل دائم أما الاعتماد عليه أحيانا فقد قدر بنسبة 16,66% أما الاعتماد عليه نادرا قدر بنسبة 6,66%.

* في حين نجد أن الاعتماد على هذا المحتوى دائما لأن مصادر المنصة موثوقة وصحيحة قد قدر بنسبة 3,33% في حين أن أحيانا قد قدر بنسبة 73,33% لنجد أن الاعتماد عليه نادرا قدر بنسبة 23,33%.

* الاعتماد على هذا المحتوى من أجل معرفة مستجدات الأحداث قدر بنسبة 43,33% بشكل دائم، أما أحيانا فقد قدر بنسبة 36,66% لنجد أن الإعتماد عليه نادرا قدر ب 20%.

* الاعتماد على هذا المحتوى المقدم على هذه المنصة لمجرد التسلية والترفيه قدر بنسبة 43,33% في إجابات أحيانا أما الاعتماد عليه بشكل كبير قدر بنسبة 36,66% لنجد نسبة 20% قد احتلها الاعتماد عليه بشكل نادر.

* أما الاعتماد على هذا المحتوى نظرا لسهولة الوصول لهذه المنصة فقد قدر بنسبة 43,33% في إجابات دائما أما أحيانا فقد قدر بنسبة 36,66% ليحتل أحيانا نسبة 20%.

8- الصفحات التي تتابعها المبحوثات هي الصفحات المتعلقة بالأزياء والموضة بنسبة تقدر ب 36,66%، لتحتل صفحات المتعلقة بالطبخ المركز الثاني بنسبة 30%، لتأتي صفحات المتعلقة بالتجميل في المركز الثالث بنسبة 13,33%، لنجد الصفحات السياسية تحتل المركز الرابع بنسبة 10%، ثم الصفحات المتعلقة بالأخبار الفنية تحتل المركز الخامس بنسبة 6,66%، لتأتي صفحات أخرى في المركز الأخير بنسبة 3,33%.

9- تصدر صفحة Hakim Le Magicien المركز الأول من ضمن الصفحات التي تتابعها المبحوثات بنسبة قدرت ب 33,33%، لتأتي صفحة Amira Mrah في المركز الثاني بنسبة تقدر ب 30%، لنجد بعدها صفحة Miss Fit Dhikra تأتي في المركز الثالث بنسبة 26,66% لتحتل صفحة فيتناس إيجيبت المركز الأخير بنسبة 10%.

10- أهم الرياضات التي تتابعها المبحوثات على منصة الأنستغرام هي الرياضات القتالية بنسبة 40% لتحتل بعدها رياضة الإيروبيك المركز الثاني بنسبة قدرت ب30% لتأتي رياضة كرة اليد في المركز الثالث بنسبة 13,33% لتحتل كرة القدم المركز الرابع بنسبة 10%، لنجد أن رياضة كرة السلة تحتل المركز الأخير بنسبة 6,66%.

11- أهم الشخصيات الرياضية النسائية التي تتابعها المبحوثات على منصة الأنستغرام هن على الترتيب الآتي:

-كوثر وعلال تحتل المركز الأول بنسبة 60%

-سليمة سواكري تحتل المركز الثاني بنسبة 23,33%

-أميرة مراح تحتل المركز الثالث بنسبة 16,66%.

12- تمثل محتوى الصفحات الرياضية النسائية في مضامين خاصة باللياقة البدنية بنسبة 66.66% ثم مضامين خاصة بالحميات الغذائية بنسبة تقدر ب16,66% لتأتي المضامين الخاصة بأهمية تطوير الذات والصحة النفسية في المركز الثالث بنسبة 10% ثم مضامين خاصة بالتوعية الرياضية الصحية بنسبة 6,66%.

13- المواضيع التي تناولتها الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام مناسبة لكل الفئات العمرية حسب رأي المبحوثات بنسبة 70% وذلك من خلال مشاركة المضامين لإفادة غيرهن بنسبة 43,33% أو من خلال التعليق وإبداء آرائهن بنسبة 30% أو من خلال التفاعل بالإعجاب بنسبة 26,66% في حين أن الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام ليست مناسبة لكل الفئات العمرية حسب رأي بعض المبحوثات قدرت بنسبة 30%.

14- زاد الرصيد المعرفي لدى فئة من المبحوثات حول الأنشطة الرياضية النسائية بعد تتبعهن للصفحات الرياضية بمنصة الأنستغرام وذلك بنسبة 86,66% وكان ذلك من خلال نشر الثقافة الرياضية النسائية لدى الطالبات بنسبة 60%، لتلها زيادة الوعي لديهن حول أهميتها وذلك بنسبة 23,33%، ثم تحفيزهن على اتخاذ قرار ممارسة الرياضة النسوية وفقا لهوايتهن وذلك بنسبة 16,66%. في حين أن هناك فئة من المبحوثات يعتقدن أن رصيدهن المعرفي لم يزد بعد تتبعهن للصفحات الرياضية بمنصة الأنستغرام وذلك بنسبة 13,33%.

15- المضامين الرياضية النسوية الإلكترونية توفر بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات لتبادل المعلومات والخبرات مع أصحاب الاهتمام الرياضي المشترك حسب رأي المبحوثات بنسبة 90% في حين أن هناك فئة منهن يعتقدن العكس وذلك بنسبة 10%.

16- الكم المعرفي حول الرياضات النسوية غير الصورة النمطية الخاطئة في أذهان الطالبات حسب رأي المبحوثات بنسبة 80% ولم يتم بتغييرها حسب رأي فئة قليلة منهن بنسبة 20%.

17- تتمثل دوافع إعجاب المبحوثات بالشخصيات الرياضية النسائية في المحافظة على اللياقة البدنية وذلك بنسبة 50%، يلها الحلم بامتلاك جسم رشيق ومتناسق بنسبة 33,33%، ثم متابعة المستجدات في مجال الرياضة النسوية بنسبة 10%، ثم التسلية والترفيه بنسبة 6,66%.

18- المكتسبات الوجدانية (العاطفية) للمبحوثات بعد استخدامهن للصفحات الرياضية النسائية تمثلت في تحسين حالتهن النفسية بنسبة 50% ثم التقليل من اكتئابهن ووحدهن بنسبة 33,33%، ثم القضاء على الروتين والملل بنسبة 13,33% ثم الإحساس بالرضا لتعلم هوايات ومهارات رياضية بنسبة 3,33%.

19- ممارسة الرياضة النسوية من خلال استخدام منصة الأنستغرام لم تخلق شعور بالتخوف والقلق لدى المبحوثات بنسبة 80% في حين أن هناك فئة منهن خلقت لديهن ذلك الشعور بنسبة 20%.

20- تقييم المبحوثات بطريقة تقديم الرياضات النسوية على منصة الأنستغرام من الناحية الوجدانية شيقة وجذابة بنسبة 86,66%، في حين أنها مملة وروتينية لدى فئة منهن بنسبة 13,33%.

21- تمثلت التأثيرات السلوكية للمضامين الرياضية النسائية عبر منصة الأنستغرام أثناء متابعة المبحوثات لها في:

*تؤدي إلى التفاعل بشكل كبير مع الموضوع بمختلف الأشكال بنسبة 73,33% وبشكل متوسط بنسبة 16,66% وبشكل قليل بنسبة 10%.

- *تساهم في رفضك لمواقف وأراء معينة تزيد من اهتمامهم بالأحداث والأخبار بشكل كبير بنسبة 50% وبشكل متوسط بنسبة 36,66% وبشكل قليل بنسبة 13,33%.
- *تزيد من اهتمامهم حول الموضوع بشكل كبير بنسبة 46,66% وبشكل متوسط بنسبة 50% وبشكل قليل بنسبة 3,33%.
- *تدعم رأيهم الشخصي حول موضوع معين بشكل كبير بنسبة 46,66% وبشكل متوسط بنسبة 33,33% وبشكل قليل بنسبة 20%.
- *تساهم في تعزيز مواقف المبحوثات وبراهينهن عند النقاش حول موضوع معين بشكل كبير بنسبة 46,66% وبشكل متوسط بنسبة 36,66% وبشكل قليل بنسبة 16,66%.
- *تدفع إلى المشاركة في مختلف الأنشطة المتعلقة بموضوع معين بشكل كبير بنسبة 36,66% وبشكل متوسط بنسبة 40% وبشكل قليل بنسبة 23,33%.
- *تدفع إلى المشاركة في الندوات و ورشات العمل المتعلقة بمواضيع معينة بشكل كبير بنسبة 36,66% وبشكل متوسط بنسبة 33,33% وبشكل قليل بنسبة 30%.
- *تدفعهم للمشاركة في الأنشطة التطوعية حول هذه المواضيع للمساهمة في نشر المعلومات بشكل كبير بنسبة 30% وبشكل متوسط بنسبة 60% وبشكل قليل بنسبة 10%.
- *تدفع إلى التخلي عن أنشطة معينة بشكل كبير بنسبة 26,66% وبشكل متوسط بنسبة 56,66% وبشكل قليل بنسبة 16,66%.
- *تؤدي إلى تجاهل مواضيع معينة وعدم الاهتمام بها بشكل كبير بنسبة 10% وبشكل متوسط بنسبة 56,66% وبشكل قليل بنسبة 33,33%.
- *تساهم في تقبلك لمواقف وأراء معينة بشكل كبير بنسبة 26,66% وبشكل متوسط بنسبة 56,66% وبشكل قليل بنسبة 16,66%.

النتائج العامة:

من خلال المحاور نستخلص ما يلي:

من خلال نتائج بحثنا بينت دراستنا أن الشبكات الاجتماعية بصفة عامة ومنصة الأنستغرام بشكل خاص وهي من أهم مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن الاستغناء عنها في حياتنا اليومية فهي أصبحت أهم المصادر لمعرفة الأخبار والمستجدات في العالم وخاصة لدى الطالبات الجامعيات وهن أكثر الفئات التي تتميز بالوعي والنضج.

-الصفحات الرياضية هي أكثر الصفحات التي تتابعها النساء على منصة الأنستغرام.

-الدافع وراء الاعتماد على المحتوى المقدم على منصة الأنستغرام هو الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا.

-تعتبر الصفحات المتعلقة بالأخبار الفنية وصفحات الأزياء والموضة من أكثر الصفحات التي تتابعها النساء على هذه المنصة.

-تعمل الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام على توعية الطالبات الجزائريات لاكتساب لياقة بدنية خاصة فيما يتعلق بتصحيح العادات الخاطئة.

-أغلب الطالبات الجزائريات يرون أن المضامين الرياضية التي تناولتها الصفحات الرياضية هي مضامين مناسبة لكل الفئات العمرية.

-إقبال كبير من الطالبات على متابعة المضامين التي تنشرها الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام.

-توفر الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام بيئة افتراضية مناسبة للطالبات الجزائريات.

-دوافع إعجاب الطالبات الجامعيات بالشخصيات الرياضية النسائية من أجل المحافظة على اللياقة البدنية.

-أهم المكتسبات الوجدانية للطالبات بعد استخدامهن للصفحات الرياضية النسائية تجسدت في تحسين حالتهم النفسية.

الخلاصة:

قمنا في هذا الفصل بالتطرق إلى عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية كذلك ربط هذه النتائج بنتائج الدراسات السابقة والمقارنة بها ، وبعد التحليل والتفسير قمنا بعرض النتائج العامة للدراسة الميدانية التي درسناها.



خاتمة

وفي الأخير نستنتج أن الرياضة تساهم في رقي الأمم ونموها لما لها من فوائد وأهمية بالغة على الصحة الجسمانية والذهنية للفرد ، حيث أثبتت الدراسات أن الرياضة لها تأثير قوي على الجانب العملي مما تساهم في النهوض بالاقتصاد فالإنسان الذي يقوم على مزاولته النشاط الرياضي يستطيع أن يعبر عن الحياة التي تنطق بالحركة ولا بد من توفير كل السبل والوسائل والطرق لنشر هذه الثقافة الرياضية خاصة الإعلام بمختلف أشكاله.

إذ أن مواقع التواصل الاجتماعي هي واحدة من أهم المواقع في العصر الحالي ، فمنصة الأنستغرام من بين أهم المواقع وأكثرها رواجاً في الآونة الأخيرة التي تؤدي دوراً هاماً في المجتمع.

وتعد الصفحات الرياضية على هذه المنصة فعالة في نشر الثقافة الرياضية حول ممارسة الرياضة وتساهم هذه الصفحات الرياضية في توعية المرأة على استغلال وقت فراغها في متابعة المضامين الرياضية التي تدفعها لمزاولة النشاط البدني لاستثمار جهدها في ما هو خير لها.

ومن خلال هذه الدراسة تبين أن هذه الصفحات الرياضية و ما تنشره من مضامين لقت إقبال كبير من طرف العنصر النسوي خاصة الطالبات من خلال متابعتهم و اهتمامهم بهذه الصفحات.

وتكمن أهمية هذه الصفحات الرياضية في مدى سعيها لتغيير نظرة المجتمع تجاه ممارسة المرأة للرياضة ، ونشر التوعية الثقافية الرياضية النسوية.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. أ.د. عبد الرزاق الدليمي ، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، د ط ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2016.
2. حسن عماد مكاوي ، ليلى حسن السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط 1 ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998.
3. ربيحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي ، (النظرية التطبيق (، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ،2000.
4. رحموني لبني، صيد عادل، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر، تجارب واقعية ورؤى مستقبلية ، منشور مركز السمعي البصري ، جامعة أم البواقي 2021.
5. رشيد زرواتي ، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر ، 2007.
6. سلوى مرتضى ومحمد مروان عرفات :التربية والتربية الرياضية ، ط2، جامعة دمشق ، كلية التربية ، 2011.
7. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، د ط ، دار الشعب ، القاهرة، 1976.
8. سيف الإسلام أسعد عمر ، الموجز في المنهج البحث العلمي ، دار الفكر ، دمشق ، 2009.
9. طلعت إبراهيم، أساليب و أدوات البحث الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر، مصر ، 1995.
10. عامر إبراهيم قندلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية ، ط5، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، 2014.
11. عبد الفتاح القرشي، اتجاهات الأبناء والأمهات الكويتيين في تنشئة الأبناء وعلاقتها ببعض المتغيرات ، جامعة الكويت ، 1986.
12. العربي بلقاسم فرحاتي ، البحث العلمي بين التحرير و التصميم والتقنيات ، ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، 2012
13. فوزي عبد الله العكش ، البحث العلمي المناهج والإجراءات ، مطبعة العين الحديثة ، الإمارات ، 1986.
14. كمال الحاج، نظريات الإعلام و الاتصال ، د ط ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، الجمهورية العربية السورية ، 2020.

قائمة المراجع

15. كمال عبد المجيد زيتون، منهجية البحث التربوي في مجالات الرياضة واستثمار الفراغ ، مركز الكتاب للنشر، 2004.
16. لحسن عبد الله ياشيوة ، البحث العلمي (مفاهيم وأساليب وتطبيقات)، ط 1 ، الأردن ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع .
17. محمد حامد الأفندي، علم النفس الرياضي والأسس النفسية للتربية الرياضية ، القاهرة، دار الهناء للطباعة، 1975.
18. مركز المحاسب للاستشارات، دور مواقع التواصل في الاحتساب، ط1، دار المحاسب للنشر والتوزيع، الرياض، 2020.
19. موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، د ط ، دار القصة للنشر ، الجزائر، 2004.
20. يونس مصطفى قاضي ، الإرشاد النفسي التربوي ، السعودية ، 1981.

المجلات:

1. روج عطا محمد ، اثر الثقافة على تدني مستوى الممارسة الرياضية النسوية في الجزائر ، دراسة ميدانية للأندية الرياضية لكرة السلة النسوية بالجزائر ، مجلة الدراسات وأبحاث، العدد 2003
2. عز الدين محمد ، الرياضة النسوية ، مجلة الوحدة ، العدد 249، 1991 .
3. وداد شميبي، صورة الذات عبر شبكة الأنستغرام منظور تحليلي ، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، المجلد 4 ، العدد 2، جامعة قسنطينة 3.

المذكرات :

1. هبة الرحمان حمزة، دور الأنستغرام في تشجيع الرياضة النسوية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات الأنستغرام ، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة ، 2022.

المواقع الالكترونية

1. A Review on Instagram, Grace Feliciano Published on Jul 26 , 2012 <https://android-app-reviews.knoji.com/a-review-on-Instagram> وقت الدخول 08 مارس 2023 الساعة 18:37
2. [https://ar-encyclopdia-titanica.com\(2023/03/10](https://ar-encyclopdia-titanica.com(2023/03/10) 13:48 وقت الدخول)
3. <https://ar-news-taargh-almoustakhdem> (2023/03/10 13:48 وقت الدخول)
4. Inès Amaral Instagram – Social media . [https://www.researchgate.net/publication/303443794-Instagram-Social-media\(10/03/\(2023](https://www.researchgate.net/publication/303443794-Instagram-Social-media(10/03/(2023)
5. Jilin Warren, This is How the Instagram Algorithm Works in 2021 ,retroved on <https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/> 10/03/2023
6. Télécommunication. Regulatory authonty.com ، 10 مارس 2023 ، 18 : 14 هيئة تنظيم الاتصالات ، انستغرام
7. ريم قيس، ايجابيات وسلبيات الأنستغرام، 10 مارس 2023،
WWW.ALREEM11.WORDPRESS.COM
8. ريهام عبد الهادي ، ما هو الأنستغرام، مميزات الأنستغرام التي جعلته مختلف 10، 2021 مارس 2023
WWW.SKYTETECH.COM
9. مؤسس الأنستغرام يتحدث حول بداية نشأة التطبيق 3427 <https://alinstagram.com/?=3427> وقت الدخول الجمعة 10 مارس 2023 الساعة 17:22 مساء.
10. موسوعة ويكيبيديا . وقت الدخول الجمعة 10 مارس 2023 الساعة 16:58 مساء
<https://ar.wikipedia.org>
11. موقع عالم احتراف الكمبيوتر <https://mycomputer-now.com> وقت الدخول الجمعة 110 مارس 2023 الساعة 17:03 مساء.
12. وجيه يونس، أهمية الرياضة للمرأة، قسم الأبحاث.الصدى، أهمية الرياضة للنساء ، 10 مارس 2023، 19:20
www.alsada.ae.com

الدراسات

1. مضا ، فيصل محمد الياسين ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشرائح من خلال الكلمة المنطوقة الالكترونية . دراسة تطبيقية لقطاع الملايين في الأردن . رسالة ماجستير في الأعمال الالكترونية ، كلية الأعمال ، قسم إدارة الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، أيار 2017 .
2. محي الدين مختار ، الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية ، ج 1 ، منشورات جامعة باتنة ، الجزائر ، 1999 .
3. عمار بوحوش ، محمد محمود الدبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، د ط ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007 .
4. أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005 .
5. هند محمود ، شيماء الطنطاوي ، نظرة للدراسات النسوية ، مارس 2016 .

الملاحق

المخلص والكلمات المفتاحية

الملحق رقم (1) استمارة استبيان

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم والإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال تنظيمي بعنوان :

منصة انستغرام ودورها في تفعيل الرياضة النسوية الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال من مستخدمات الأنستغرام - جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة .

إشراف الأستاذ:

معمربوح

إعداد الطالبة :

فواتح حسان

على هذا الأساس نسعى للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات المتعلقة بموضوع دراستنا، ونحيطكم علما أن المعلومات التي ستدلون بها ستحظى بسرية تامة وستستخدم لأغراض البحث العلمي

ملاحظة: رجاء وضع علامة (x) أو أكثر في المكان المناسب وتقديم الإجابة الصحيحة في أماكنها

السنة الجامعية 2023/2022

المحور الاول : بيانات سوسيو ديمغرافية

1- العمر:

من 26 الى 30 سنة

من 41 الى 45 سنة

2- الحالة العائلية :

متزوجة مطلقة

عزباء

3- . المستوى الاكاديمي :

سنة ثانية ماستر اتصال تنظيمي

سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي

المحور الثاني :عادات وأنماط تعرض طالبات قسم علوم الإعلام للصفحات الرياضية

بمنصة انستغرام

4- كيف تقيمين تصفحك لمنصة الأنستغرام ؟

أحيانا

5- ما هو الحجم الساعي اليومي الذي تخصصه لمشاهدة المحتوى الالكتروني بمنصة انستغرام :

أكثر من ساعات

من 2 الى 4 ساعات

أقل من ساعتين

6- ما هي درجة اعتمادك على منصة انستغرام في اتخاذ قرار ما ؟

نادرا

قليلا

الى حد ما

بدرجة كبيرة

7- لماذا تعتمد على هذه المحتوى المقدم على منصة انستغرام :

نادرا	احيانا	دائما

للحصول على المعلومات حول مختلف القضايا

مصادرها موثوقة و معلوماتها صحيحة

معرفة مستجدات الاحداث

لمجرد التسلية و الترفيه

سهولة الوصول اليها

أخرى تذكر.....

المخلص والكلمات المفتاحية

8- ما نوع الصفحات التي تتابعينها ؟

- صفحات متعلقة بالأزياء و الموضة صفحات متعلقة بالتجميل
- صفحات رياضية صفحات متعلقة بالطبخ
- صفحات متعلقة بالأخبار الفنية صفحات متعلقة بالسياسة
- إذا كانت هناك أنواع أخرى

9- أذكر أهم الصفحات الرياضية التي تتعرضين اليها ؟

- فيتناس ايجيب Hakim le magicien Miss fit dhikra Amira mrah

10- ما هي أنواع الرياضات التي تتابعينها على منصة انستغرام

- الايروبيك رياضات القتالية ليد كرة كرة القدم

أخرى أذكرها

11- الشخصيات الرياضية النسائية التي تتابعينها عبر منصة انستغرام

- سليمة سواكري كوثر اوعلال اميرة مراح

شخصيات رياضية نسائية أخرى

12- فيما تتمثل المحتوى الذي تتعرضين إليه هذه الصفحات الرياضية النسائية ؟

- مضامين خاصة باللياقة البدنية
- مضامين خاصة بالتوعية الصحية الرياضية
- مضامين خاصة بأهمية تطوير الذات والصحة النفسية
- مضامين خاصة بالحميات الغذائية

13- هل تعتقدين أن المواضيع التي تناولتها الصفحات الرياضية النسائية على منصة الأنستغرام مناسبة لكل

- الفئات العمرية ؟ نعم لا

- إذ كانت إجابتك بنعم كيف تتفاعلين معها كطالبة بقسم علوم الإعلام والاتصال ؟

كتابة تعليق مشاركة المنشور الإعجاب بالصورة او الفيديو

المحور الثالث : تأثيرات المحتوى الرياضي النسائي على منصة انستغرام في دعم الرياضات

النسوية

14- من خلال تتبعك للصفحات الرياضية بمنصة انستغرام ، هل زادت رصيدك المعرفي حول الأنشطة

الرياضية النسائية ؟ نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم فكيف ذلك :

- نشر الثقافة الرياضية النسوية لدى الطالبات

- زيادة الوعي لدى الطالبات الجامعيات حول أهميتها

- تحفيز الطالبات على اتخاذ قرار ممارسة الرياضة النسوية وفقا لهوايتهم

15- هل ساهمت المضامين الرياضية النسوية الالكترونية في توفير بيئة افتراضية مناسبة للطالبات

الجزائريات لتبادل المعلومات والخبرات مع اصحاب الاهتمام الرياضي المشترك؟

نعم لا

16- هل الكم المعرفي حول الرياضات النسوية من خلال منصة انستغرام غير الصورة النمطية الخاطئة

عنها في أذهان الطالبات ؟

نعم لا

17- فيما تتمثل دوافع إعجابك بالشخصيات الرياضية النسائية انطلاقا ؟

- المحافظة على للياقة البدنية

- الحلم بامتلاك الجسم الرشيق والمتناسق

- متابعة مستجدات في مجال لرياضة النسوية

- التسلية وملء الفراغ

18- ماهي المكتسبات الوجدانية (العاطفية) بعد استخدامك للصفحات الرياضية النسائية ؟

تقلل من اكتئابك ووحدتك حسن حالتك النفسية

تقضي على الملل و الروتين لإحساس بالرضا لتعلم هوايات ومهارات رياضية

الملحق رقم (02) احصائيات حول مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي



عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

2.6 مليار

3.4 مليار

إجمالي عدد مستخدمي الانترنت

الوسائل المستخدمة في الوطن العربي



نسبة استخدام المرأة لهذه المواقع زادت عن

30%

ما ولده الإدمان السلبي لوسائل من مظاهر عقد عند النساء

الكيد والتحاسد (موقع صراحة نموذجًا جليًا)



الكفر والأهدم بالحياة الزوجية



الشعور بالعجز والفضل وإنتكار الذات والقدارات



الهوس بتوثيق اللحظة بدل العيش فيها



الخدمات العاطفية وفارس الجحدم الوهم



ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية التي تتمحور حول دور منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية إلى معرفة أنماط وإعتماد منصة الأنستغرام كأشهر موقع وأكثره إنتشارا في العصر الحالي في تفعيل الرياضة النسوية منطلقا من توضيح مدى مساهمة منصة الأنستغرام في تفعيل الرياضة النسوية. من خلال إبراز أن الطالبات الجامعيات لديهن ثقافة التعرض للصفحات الإلكترونية الرياضية على منصة الأنستغرام. وأنه مكن مستخدماته من اكتساب ثقافة ممارسة الرياضة النسوية. حيث أسهمت هذه المنصة في تغيير سلوكيات المبحوثات في الجانب الرياضي منذ استخدام تلك الصفحات. حيث إعتدنا على المنهج الوصفي مستخدمة إستمارة الإستبيان كأدوات لجمع البيانات ولتتوصل إلى أهم النتائج الآتية:

- الصفحات الرياضية تلبى حاجات النساء.
- تأثير الصفحات الرياضية على سلوك المبحوثات.
- إقبال كبير من طرف الطالبات على مضامين التي تنشرها هذه الصفحات الرياضية .
- تساهم الصفحات الرياضية على منصة الأنستغرام في إكتساب ثقافة رياضية وزيادة الوعي الرياضي النسوي .
- اغلب الطالبات يرون أن المضامين الرياضية مناسبة لكل الفئات العمرية.

الكلمات المفتاحية:

منصة الأنستغرام -الصفحات الرياضية-الرياضة النسوية-الثقافة الرياضية-الطالبات الجامعيات-المضامين الرياضية-الوعي الرياضي

Study Summary:

The current study, which revolves around the role of the Instagram platform in activating women's sports, aimed to know the patterns and adoption of Instagram as the most famous and widespread site in the current era in activating women's sports, based on clarifying the extent of

The contribution of the Instagram platform in activating women's sports.

By highlighting university students have a culture of exposure to sports electronic pages on the Instagram platform, and it enabled its users to acquire a culture of women's sports, as this platform contributed to changing the behaviors of the respondents in the sports aspect since the use of those pages.

Where we relied on the descriptive approach using the questionnaire form as tools to collect data and to reach the following most important results:

Sports pages meet the needs of women.

-The effect of sports pages on the behavior of the respondents.

-A great demand by students for the contents published by these sports pages.

Sports pages on the Instagram platform contribute to acquiring a sports culture and increasing women's sports awareness.

-Most students believe that sports content is suitable for all age groups

Keywords ; Instagram Platform - Sports Pages - Feminist Sports - Sports Culture -

University Students - Sports Content - Sports Awareness