



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عمار ثليجي بالأغواط  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم الإعلام و الاتصال  
تخصص اتصال و علاقات عامة



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في إعلام و اتصال

الموضوع:

تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز

التفاعل بين الجماهير و الرياضيين

دراسة حالة على عينة من الجمهور المتفاعل مع صفحات الرياضيين

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في إتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ :

من إعداد الطالبين:

- د. علي ساهي

• وليد لطرش

• عبد العزيز بن دهقان

لجنة المناقشة

الصفة	اسم الأستاذ
رئيسا	أ.د. عطاء الله طريف
مشرفا	د. علي ساهي
مناقشا	د. شريف داودي

السنة الجامعيـ 2023-2024 ة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عمار ثليجي بالأغواط  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم الإعلام و الاتصال  
تخصص اتصال و علاقات عامة



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في إعلام و اتصال

الموضوع:

تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز

التفاعل بين الجماهير و الرياضيين

دراسة حالة على عينة من الجمهور المتفاعل مع صفحات الرياضيين

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في إتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ :

من إعداد الطالبين:

- د. علي ساهي

• وليد لطرش

• عبد العزيز بن دهقان

لجنة المناقشة

الصفة	اسم الأستاذ
رئيسا	أ.د. عطاء الله طريف
مشرفا	د. علي ساهي
مناقشا	د. شريف داودي

السنة الجامعيـ 2023-2024 ة

# تشكر

نتقدم بجزيل الشكر و أسمى الامتنان و نحن نضع اللمسات الأخيرة

لهذا العمل إلى كل من مدنا بيد العون و نخص بالذكر :

الأستاذ المشرف \* ..... \* الذي لم يبخل علينا بإسراء

النصح و التوجيه راجين من الله عز و جل أن ينير دربها

و يبقيها شمعة منيرة في دروب العلم .

إلى كل الأستاذة الذين أشرفوا علينا طوال مشوار الدراسة

شكرا لكل من حفزنا و شجعنا و لو بالكلمة الطيبة

في إنجاز هذا العمل المتواضع

راجية من المولى عز و جل أن يجازيهم عنا أفضل الجزاء .

# الهدايا

إلهي لا يطيب الليل إلا بشرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك  
إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة الى نبي الرحمة و نور العالمين .  
سيدنا محمد عليه الصلاة و السلام  
إلى من أحمل اسمه اللهم احفظ ابي ومكنه اعلى درجات الجنة  
الي ملاكي في الحياة و معنى الحنان و بسمة الحياة و سر الوجود أُمي  
الحبيبة  
إلى كل إخوتي و أصدقائي الذين رافقوني في مشوار حياتي  
إلى كل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد  
إلى كل من سقط من قلبي سهوا  
أهدي هذا العمل

## المخلص

تهدف الدراسة لتسليط الضوء على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعل بين الجماهير و الرياضيين دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المتفاعل مع صفحات الرياضيين وقد ظهر أن الصفحات الرياضية بالفاسبوك ليست مؤهلة لتكون منصات إعلامية رياضية جديدة لكونها لم تلعب الدور المنوط بها في مواجهة التعصب و زرع القيم الرياضية النبيلة.

يُعدّ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعّالة لتعزيز التفاعل بين الجماهير والرياضيين، ولكن يجب استخدامها بشكل مسؤول وواع لتجنب التأثيرات السلبية و يجب على الرياضيين توخي الحذر عند مشاركة المعلومات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي والتأكد من صحة المعلومات التي ينشروها. كما يجب على الجماهير التعامل مع الرياضيين باحترام وتقدير وتجنب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لانتقادهم أو الإساءة إليهم.

الكلمات المفتاحية : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، التفاعل بين الجماهير و الرياضيين ، صفحات الرياضيين

## Résumé

L'étude vise à faire la lumière sur l'impact de l'utilisation des médias sociaux dans l'amélioration de l'interaction entre les fans et les athlètes. Une étude de terrain sur un échantillon d'audience interagissant avec les pages des athlètes n'est pas qualifiée pour l'être. nouvelles plateformes médiatiques sportives parce qu'elles n'ont pas joué le rôle qui leur était assigné dans la lutte contre l'intolérance et la propagation du fanatisme des nobles valeurs sportives.

L'utilisation des médias sociaux est un outil efficace pour améliorer l'interaction entre les fans et les athlètes, mais ils doivent être utilisés de manière responsable et consciente pour éviter les influences négatives. Les athlètes doivent être prudents lorsqu'ils partagent des informations personnelles sur les réseaux sociaux et s'assurer que les informations qu'ils publient sont exactes. .

Les supporters doivent également traiter les athlètes avec respect et appréciation et éviter d'utiliser les réseaux sociaux pour les critiquer ou les insulter.

**Mots-clés** : utilisation des médias sociaux, interaction entre fans et athlètes, pages des athlètes

## فهرس

الصفحة	المحتويات
	تشكر
	إهداء
	الملخص
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
أ	مقدمة.....
<b>الفصل الأول : الاطار المنهجي للدراسة</b>	
03	أولا : إشكالية الدراسة.....
04	ثانيا : فرضيات الدراسة.....
04	ثالثا : أسباب اختيار الموضوع.....
04	رابعا : أهداف الدراسة.....
05	خامسا : أهمية الدراسة.....
05	سادسا : تحديد المفاهيم و المصطلحات.....
07	سابعا الدراسات السابقة.....
<b>الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي</b>	
12	تمهيد .....
13	أولا: ثورة التقنية و ظهور شبكات تواصل الاجتماعي.....
17	ثانيا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....
18	1/ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وتعريفها.....
21	2/ أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.....
26	3/ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....
29	4/ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....
30	5/ التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....
33	خلاصة الفصل.....
<b>الفصل الثالث: التفاعل الاجتماعي و جمهور وسائل الإعلام</b>	
35	تمهيد .....
36	أولا: التفاعل الاجتماعي.....
36	1/ مفهومه.....
36	2. خصائص التفاعل الاجتماعي.....
37	3. مستويات التفاعل الاجتماعي.....
37	4. أنماط التفاعل الاجتماعي.....
38	5. عمليات التفاعل الاجتماعي.....
39	ثانيا: جمهور وسائل الإعلام.....
39	1- مفهوم جمهور وسائل الإعلام.....

40	.....2. السمات الاجتماعية للجمهور.....
41	.....3. خصائص جمهور وسائل الإعلام.....
42	..... خلاصة الفصل.....
<b>الجانب التطبيقي للدراسة</b> <b>الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة</b>	
44	..... تمهيد .....
45	.....1/ الدراسة الاستطلاعية.....
45	.....2/ المجال المكان والزمني.....
45	.....3/ الشروط العلمية للأداة.....
47	.....4/ الاختبارات ذات الدلالة الإحصائية الثبات.....
50	.....5/ عرض النتائج وتفسيرها.....
65	..... خاتمة.....
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
47	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
48	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة	02
49	يوضح توزيع أف ارد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	03
50	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 01	04
51	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 02	05
51	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 03	06
52	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 04	07
53	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 05	08
53	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 06	09
54	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 07	10
55	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 08	11
55	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 09	12
56	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 10	13
56	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 11	14
57	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 12	15
58	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 13	16
58	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 14	17
59	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 15	18
60	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 16	19
60	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 17	20
61	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 18	21
61	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 19	22
63	يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 20	23

## قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
47	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
48	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة	02
49	يوضح توزيع أف ارد عينة الدارسة حسب متغير المستوى التعليمي	03

مقدمة

### مقدمة :

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة و غير مسبوقه في كافة مناحي الحياة، ابرز هذه التطورات والتي ميزت وقتنا الحالي هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات ومنها ما اصبح يعرف بتكنولوجيا العالم و الاتصال و الاعتماد المكثف والمتزايد نحو استعمالها و توظيفها بقوة في جل أن لم نقل كل الأنشطة البشرية.

ففي الجانب الإيجابي نجد استعمال تكنولوجيا العالم والاتصال في تعزيز و تثبيت القضايا الإنسانية الإيجابية و محاربة الظواهر الإنسانية السلبية، ومن ابرز هذه الظواهر السلبية نجد ظاهرة التعصب فالتعصب من الظواهر العالمية التي تعاني منها المجتمعات بصفة أو بأخرى وفي أي نشاط من أنشطة الحياة. فبالرغم من التقدم الإعلامي الذي يعيش فيه الإنسان فانه مازال يعاني من العديد من المشكلات التي تمارس تحت مسميات كثيرة للتعصب.

ومن الأمور المؤسفة التي التصقت بالمنافسات الرياضية وخاصة في الآونة الأخيرة ما يعرف بالتعصب الرياضي من طرف المشاهدين للرياضة فكم من إنسان فقد حياته أو أصيب إصابة خطيرة خال مشاهدته لإحدى المباريات الرياضية، كما يعتبر تعصب الجماهير من العوامل المهمة التي تؤدي الى زيادة سرعة القابلية للاستثارة لدى اللاعبين أثناء المنافسة الرياضية، لذا من الأهمية مما كان اللجوء للتوعية الرياضية كعامل مساعد في الحد والتقليل من التعصب .وهنا يظهر دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التي تعتبر الأنترنت ابرز إفرازاتها والتي تمثل مواقع التواصل الاجتماعي احدى اهم فواعلها والأكثر استخداما ورواجا في القضاء على هذه الظاهرة، فهذا الدور الكبير المنوط يؤدي لتغيير الكثير من السلوكيات و التصرفات غير المرغوبة من خالل تقويم السلوك غير المناسب و توعية و تثقيف الشباب في كيفية التعامل مع التعصب و السيطرة على انفعالاتهم عن طريق تنمية الروح الرياضية والتوعية العامة بالأهداف النبيلة للرياضة و تطوير المعرفة الرياضية لدى الشباب و بالتالي بناء الوعي الرياضي.

# الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

## أولا : إشكالية الدراسة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي ذات استعمال وانتشار واسعين لدى جميع شرائح المجتمع وحتى مؤسساته، هذا الانتشار المذهل خاصة وسط الشباب المثقف الذي يتقن التحكم في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال والولوج لمواقع التواصل الاجتماعي ولكن في نفس الوقت لا يمكنه التحكم في مسار المحتوى الإعلامي في هذه الوسائل وانعكاساتها وتأثيرها، فالعالم اليوم يعيش ثورة جديدة من نوع خاص فاقت في إمكانياتها وأثارها كل ما حققه الإنسان من تقدم حضاري خال وجوده على الأرض.

وتبقى الفئة الأكثر قابلية للتأثر والأكثر استعمالا لهذه المواقع هي فئة الشباب وعلى وجه الخصوص فئة الشباب الجامعي على اعتبار عوامل الثقافة والمستوى العلمي وكذا المرحلة العمرية.

ولأن الشباب هو أكثر فئات المجتمع عرضه للظواهر الاجتماعية السلبية التي انتشرت في مجتمعنا كالفطريات، ولعل أبرز هذه الظواهر انتشارا هي ظاهرة التعصب الرياضي فهذه الظاهرة حورت مفهوم المبادئ النبيلة للرياضة فبدل أن تجمع بين الأفراد والشعوب أصبحت تشتت و تفرق، وبدل إن تحافظ وتصون الأبدان وترفه عن الأرواح، أصبحت مرادفا للإصابات والتشنجات العصبية وحتى فقدان الأرواح، فال يخفى عن أي كان ما يحدث في ما لعبنا وتجمعاتنا الرياضية مهما كان نوع الرياضة محل المنافسة، الى حد تعصبه لفريق يبعد عنه بقارات.

فهذا هو واقع الشباب والطلاب الجامعيين اليوم، ولإيجاد علاج لهذه الفئة وجب وضع برامج توعية وتنقيف واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي "خاصة الصفحات الرياضية" لتوجيه سلوكيات وتصرفات الشباب والطلبة لما يخدم ويطور الرياضة والحد من مظاهر التعصب الرياضي وبالتالي بناء "وعي رياضي" و انطلاقا مما سبق نطرح التساؤل المركزي التالي:

- كيف يمكن بناء الوعي الرياضي لدى الجماهير و الرياضيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

كما نتبنى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية من طرف الجماهير و الرياضيين ؟
- الى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وعي رياضي يجابه ظاهرة التعصب الرياضي؟
- هل تسمح الصفحات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي في زرع قيم التسامح الرياضي وبناء الوعي لدى الجماهير و الرياضيين ؟

**ثانيا : فرضيات الدراسة:**

الفرضية الرئيسية: تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل والحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجماهير و الرياضيين عبر بناء الوعي الرياضي من خلال نشر الثقافة وتوجيه السلوكيات.

**الفرضيات الفرعية:**

- أصبح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية أكثر رواجاً وذلك من خلال الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي.
- يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الجماهير و الرياضيين في تكوين الري عام رياضي متزن تكون نتائجه أفعال وسلوكيات إيجابية.
- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دورها في التوعية والتثقيف الرياضي في بناء وعي رياضي ينبذ التعصب.

**ثالثا : أسباب اختيار الموضوع:**

الأسباب الموضوعية: تتمثل أساساً في:

- معرفة الدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي الجديد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على ثقافة الجمهور عامة و الرياضيين خاصة.
- محاولة الرفع من مستوى البحث في الوعي الرياضي والثقافة الرياضية ومجابهة التعصب الرياضي.

**الأسباب الذاتية:**

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

**رابعا : أهداف الدراسة:**

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

1. الكشف عن عادات وأنماط استخدام الجمهور و الرياضيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على الإشاعات التي يحققها الجمهور من خلال استخدام مضامين وسائل الإعلام الرياضي الجديد من خلال صفحات الفاسبوك في مجال البحث عن المعلومة الرياضية.

3. التعرف على ما إذا كان العالم الرياضي الإلكتروني عبر مواقع التواصل يشجع الرياضيين على اكتساب الثقافة الرياضية النبادة للعنف أم لا .

4. الكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام الرياضي الجديد على الجانب التوعوي للجمهور في المجال الرياضي.

#### خامسا : أهمية الدراسة:

بما أن المضامين الرياضية عبر الفاسبوك تصل الى جمهور كبير من الناس في العالم تقريبا و تؤثر على سلوكيات الناس وتصرفاتهم و أسلوب حياتهم، تظهر الحاجة الى هذه الدراسة وذلك من خلال النقاط الآتية:

1. يمكن للمضامين الرياضية الإلكترونية أن تحقق الكثير من مهام الإعلام والتي تكمن في الأخبار والتفسير و التنشئة الاجتماعية والتوجيه والترفيه.
2. الحاجة الى مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية هامة تساهم في تحقيق الكثير من أهداف الرياضة سواء كانت جسمانية أو اجتماعية أو معرفية لأنها تعد من أكثر وسائل الاتصال الحديثة استخداما و رواجاً.
3. تطوير سلوكيات المجتمع من حيث توفير و نقل المعرفة و المعلومات الرياضية و استخدامها.
4. رفع مستوى الثقافة الرياضية و زيادة الوعي الرياضي لدى الجمهور.
5. إحاطة أفراد المجتمع بما فيهم الجمهور علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات في المجال الرياضي.
6. زيادة تدفق المعلومات الرياضية و تنويع مصادرها وذلك بالتأثير في العادات و القيم و تشكيل الراي العام.
7. معرفة مدى مساهمة العالم الرياضي الجديد في تطوير الرياضة بتحديد مسؤولية كل العاملين في قطاع الإعلام الرياضي و كذا نشر القيم و المبادئ التي تغرس الروح الرياضية.

#### سادسا : تحديد المفاهيم و المصطلحات .

الإعلام الرياضي: لغة : تُعدّ لغة الإعلام الرياضي مزيجاً من اللغة العربية الفصحى والعامية، وتحتوي على العديد من المصطلحات الإنجليزية المترجمة أو المعربة. وذلك بهدف توصيل المعلومات بطريقة سهلة ومفهومة للجماهير العربية.

**تعريف اصطلاحى:** هو "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية التتمية وتوعية من له اهتمام بالرياضة، هو جزء من الإعلام الخاص لكونه إعلاما خاصا يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين " **تعريف إجرائى:** الإعلام الرياضي هو ينتمي للإعلام المتخصص الذي يهتم بالجوانب الرياضية، وهو عملية نشر أو بث الأخبار والمعلومات والمعارف والحقائق والقوانين والقواعد والأساليب المتعلقة بالرياضة وإيصالها للجمهور، وذلك باستخدام مختلف وسائل الإعلام والاتصال بهدف نشر ثقافة رياضية لدى المجتمع وتكوين وتنمية وعي رياضي لدى المهتمين بالرياضة.

### 1. مواقع التواصل الاجتماعي:

**تعريف اصطلاحى:** هي "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم ومن ثم ربطها من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية .

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

### 2. الصفحات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي :

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

**الوعي الرياضي:**

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

دور الإعلام الرياضي في تكوين وعي رياضي لدى أفراد المجتمع، يسعى الإعلام الرياضي بمختلف وسائله الى تشكيل وعي رياضي لدى فئات المجتمع المختلفة عن طريق ما ينشره من مضامين إعلامية تختص بشؤون الرياضة، وتستخدم أساليبها الإعلامية في تحسيس المتابع بأهمية ممارسة الرياضة والابتعاد عن

مظاهر العنف والشغب وكذا تلقينه تعاليم الروح الرياضية، حيث تعد "وسائل الإعلام جبارة في تغيير وتعديل الاتجاهات الرياضية وتنميتها،<sup>1</sup> وهي بذلك تمثل نقلة في عالم الاتصال الإنساني و لاسيما في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية الراهنة أو ما يطلق عليه عصر العولمة.

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

**الإعلام الرياضي في عصر وسائل التواصل الاجتماعي:** واكب الثورة الحديثة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي.

#### مفهوم الثقافة الرياضية:

يعرفها الشافعي بأنها: "هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءا منها.

كما تعرف بأنها: " ذلك النسيج الكلي المعقد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم وأساليب التفكير والعمل وأنماط السلوك وكل ما يبني عليها من تجديلات وابتكارات أو وسائل في حياة الناس ، مما ينشأ في طلب كل عضو من أعضاء الجماعة الإنسانية .

وتعتبر الثقافة الرياضية وجها ثقافيا وخضاريا مشرقا وثرثيا وجدير بأن بلم الإنسان المعاصر الذي هو في أمس الحاجة الى الصحة واللياقة والثقافة الرياضي<sup>2</sup>.

#### سابعا الدراسات السابقة .

**الدراسة الأولى بعنوان:** " دور الب ارمج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري".

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص صحافة، جامعة منتوري - قسنطينة- للطلاب منير طبي، سنة 2010 -2011.

<sup>1</sup> - حسين الجابري، بناء الوعي الرياضي: دراسة لسلوك مشجعي نادي النصر السعودي، الرياض: مركز الملك فهد للأبحاث، 94ص، 2003

<sup>2</sup> -جرمون علي مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 259

إشكالية الباحث تمحورت حول موضوع الإعلام الرياضي بصفة عامة وما تذيعه محطات التلفزيون العربية والأجنبية العامة والمتخصصة في المضمون الرياضي بصفة خاصة، ومحاولة التعرف على مدى استفادة الجمهور الجزائري من هذه الب ارمج من ناحية الثقافة الرياضية ومستويات هذه الثقافة الرياضية، كذلك محاولة الكشف على مستوى الثقافة الرياضية التي يكتسبها الجمهور من خلال تعرضه لهذه الب ارمج الرياضية في التلفزيون، ومعرفة العالقة بين استخدام الشباب الجامعي للبرامج الرياضية والشباعات المحققة من ذلك في تشكيل ثقافتهم الرياضية.

أهمية الدراسة تمثلت في - الأثر الذي يتركه التلفزيون من خلال برامج الرياضية على المستوى النفسي والثقافي والتعليمي والتربوي على الجمهور الرياضي خاصة، والمجتمع عامة من خلال الرسائل الإعلامية والمضامين التي تحقق اشباعات الجمهور .

وقد هدفت الدراسة الى :محاولة إثراء المكتبة الإعلامية وذلك لندرة الدراسات المتخصصة حول المضامين والبرامج الرياضية وخاصة في مجال الدراسات المتعلقة بالثقافة الرياضية.

التعرف على حجم تعرض الجمهور الجزائري للبرامج الرياضية، ومعرفة دوافعه أثناء التعرض وكذا مدى التوازن الذي تقوم به الب ارمج الرياضية في تقديم الثقافة والمعلومات الرياضية .التعرف على نوع الاستفادة الحاصلة للجمهور الجزائري من الب ارمج الرياضية في التلفزيون، ومدى اتفاق ذلك مع الأهداف المعلنة لهذه البرامج كالتثقيف الرياضي ومعرفة المقترحات التي يقدمها الجمهور لتطوير البرامج الرياضية .معرفة طريقة تقديم البرامج الرياضية وعلاقتها بجذب الجمهور .

وخلصت الدارسة الى محاولة الكشف على مستوى الثقافة الرياضية التي يكتسبها الشباب من خلال تعرضهم للبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري ومدى استفادة هؤلاء الشباب من هذه البرامج والشباعات المحققة من ذلك في تشكيل ثقافتهم الرياضية.

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

الدراسة الثانية بعنوان " تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية 15 -17 سنة مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في التربية البدنية والرياضية تخصص: تربية حركية عند الطفل والمراهق -جامعة محمد خيضر بسكرة- للطلبة راجعي صابرة سنة 2011 - 2012 .

إشكالية الباحث تمحورت حول إنماء العقل البشري وخاصة لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ببعض المعلومات والثقافات الرياضية من خلال تأثير الإعلام الرياضي المرئي لكونه يختص بجزء واحد من طرق ووسائل

المعرفة والثقافة الرياضية. خاصة أن حصة التربية البدنية بالنسبة لتلاميذ المرحلة الثانوية تعتبر غير كافية العطاء المعلومات النظرية الكاملة أو بتعمق عن المعرفة والثقافة الرياضية لدى هؤلاء التلاميذ.

عكس الإعلام الرياضي المرئي أهمية الدراسة: تمثلت أهمية هذه الدراسة في وجهتين:

الوجهة الأولى هي: يمكن للوسائل السمعية البصرية التأثير على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية.

وكذا التأثير في الجانب المعرفي من خلال مضمون الب ارمج التي يعرضها التلفاز

الوجهة الثانية هي: إننا بحاجة الى التلفزيون كوسيلة هامة لتحقيق الكثير من المقاصد التربوية النفعية.

اذ انها اقرب وسيلة للاتصال الموجه. فهو يجمع بين الرؤية الصوت والحركة.

وقد هدفت الدراسة الى :معرفة اثر الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ كذلك

التعرف على مدى متابعة تلاميذ المرحلة الثانوية للبرامج الرياضية المرئية. ومدى تأثيره على سلوك

وعادات المراهقين. وكذلك من خلال مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في الرفع من مستوى الثقافة الرياضية

لدى هؤلاء المراهقين خاصة من الجانب المعرفي.

الدراسة الثالثة بعنوان: "دور الإعلام الرياضي التلفازي للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية

وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي .مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في ميدان علوم وتقنيات

النشاطات البدنية والرياضية تخصص التربية الحركية للطفل والمراهق جامعة قاصدي مرباح ورقلة- من

اعداد الطالبة عروي عبلة مونية سنة 2013-2014 - .

إشكالية الباحث تمحورت حول دور العالم الرياضي المرئي في المجتمع الحديث والذي أصبح يشكا أداة

ممتازة لنشر الثقافة. كما يلعب دور كبير في انتقاء المحتوى الثقافي و احداث التنمية. كما اعتبرت أن الإعلام

هو منهج يقوم على هدف التنقيف والإحاطة بالمعلومات الهادفة التي تناسب عقول الأفراد و وجدانهم فترقى

بمستوياتهم وتدفعهم إلى العمل من اجل رقي المجتمع .اي انه البد من وجود وسيلة إعلامية حتى تساهم في

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

أهمية الدراسة تمثلت في :محاولة الكشف على المستوى الثقافي لطلبة السنة الثالثة لمعهد علوم وتقنيات

النشاطات البدنية والرياضية الجامعة ورقلة، وإبراز الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في تشجيع

الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية واختيار التخصصات الرياضية التربوية .وقد هدفت الدراسة إلى

التعرف على دور الإعلام الرياضي التلفازي للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية، وكذلك معرفة

الدور الذي يؤديه في توجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي

-لإذاعة دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة الإعلام الرياضي المسموع يؤثر على العادات لدى الطلبة -الإعلام الرياضي المسموع يؤثر على الجانب المعرفي لدى الطلبة.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا للدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة في مجال الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية نجد أن معظم الدراسات اتفقت في نواحي كثيرة واختلفت في غيرها وكان من ابرز ما توصلنا اليه :أن مجمل الدراسات التي تناولناها تهدف إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية كما أن هذه الدراسات تشابهت في عدة نقاط خاصة في مجال الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية كما أنها قامت باستخدام المنهج الوظيفي في الوصول إلى أهداف الدراسات و كذلك استعمال نفس الأدوات البحثية للوصول إلى النتائج وكان اختلاف الدراسات عن دراستنا يكمن في نوعية العينات المستخدمة و عددها. اختلاف طفيف في عدد المتغيرات التابعة والمستقلة و ايضا اختلاف البيئة التي أجريت فيها الدراسات بالإضافة إلى عنصري التأثير والدور الإعلام الرياضي في نشر أو تنمية الثقافة الرياضية .لكن يبقى عدم التعرض لوسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في مجال الوعي الرياضي انطلاقا من التوعية و التنقيف الرياضييين.

**خلاصة الفصل :**

يُعدّ الإطار المنهجي للدراسة خارطة طريق تُساعد الباحث على تخطيط وإجراء بحثه العلمي بشكل منهجي ودقيق. ويشمل الإطار المنهجي جميع الخطوات والمراحل التي يمر بها الباحث من بداية اختيار موضوع البحث إلى كتابة النتائج والتوصيات.

# الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي

### تمهيد:

تنتشر اليوم في مختلف مناطق العالم وبالاعتماد على شبكة الإنترنت مواقع تعرف باسم مواقع التواصل الاجتماعي لبعض تسميتها حيث أو شبكات التواصل كما يخلو ل أحدثت هذي الشبكات نقلات نوعية كبيرة ومهولة في حياة الناس فصار الناس مهوسين بها بسبب ما وفّرت له من مجالات ومساحات كبيرة فصاروا قادرين من خلال هذي الشبكات إيصال أصواتهم التي لم تكن مسموعة من قبل كما صاروا قادرين على التعرف على بعضهم البعض بشكل أكبر ممّا مهد لهم الطريق لبناء جسور التفاعل والتشارك والمصال المشتركة.

### أولاً: ثورة التقنية و ظهور شبكات تواصل الاجتماعي.

تطورت تقنية الاتصال والعالم و تمكنت من المساهمة في تطوير الحضارة الإنسانية وتيسير حياة الجني البشري فقد أصب العالم يمر بمرحلة تقنية جديدة أدى التطور التقني إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت التي سهلت نقل المعلومات والتواصل بين الأفراد فقربت البعيد وقصرت المسافات فقد أصبحت أحد لوازم الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها أوجدت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر بين جمهورها وأعطت لمستخدميها فرصا كبرى للتأثير عبر الحدود بلا قيود و لارقابة.

**1/ شبكة الأنترنت: Internet** في ظل التطورات الاتصالية الهائلة التي يعيشها العالم شهدت شبكة الأنترنت تقدما كبيرا ن حيث أصبحت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال و إعلام تقنية تتميز بالاستقلالية و اللامركزية تربو سكان العالم بسرعة فائقة فقد باتت جزءا هاما من حياة الأفراد والمؤسسات لما تقدمه من خدمات نظرا للتطورات المتلاحقة في تطبيقاتها<sup>1</sup> فشبكة الأنترنت تعد أهم و أبرز إنجاز تقني تحقق في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات إذ استطاع الإنسان بفضلها أن يلغي المسافات وتجاوز الحدود الجغرافية ويختصر الزمان ويؤكد جوهان هيرجانHarrigan Johan أن شبكة الأنترنت أصبحت أكثر وسيلة إعلامية لإثارة الجدل والنقاش الديمقراطي من خالل إضافتها أبعادا أخرى للاتصال مقارنة بالوسائل التقليدية حيث تتميز بالطبيعة التفاعلية و صعوبة السيطرة والرقابة على المواقع الإلكترونية واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية كما تحول الجمهور من مجرد مستخدم ومستهل إلى مشارك فاعل في تشكيل ثل الرسالة<sup>2</sup>.

ويرى رحومة أن شبكة الأنترنت بدت وكأنها بحر معلوماتي منفت لا شواطئ وال حواجز له يبحر فيه الأفراد والجماعات من مختلف أنحاء الرض عابرين حدود المكان والزمان بكل سهولة ويسر<sup>3</sup>.  
تعدد تعريفات التي يطلقها الباحثون على شبكة الأنترنت حسب طبيعة استخدامها وانتشرت عشرات التعريفات منها ما هو متباين ومنها ما هو ذات معنى واحد فيعرفها قبيلة بأنها مجموعة من شبكات الحاسوب التي تصل لمالين الأجهزة حول العالم وأنها مصدر قيم للمعلومات يتغير ويتنوع بين دقيقة و أخرى<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>- طاهر أبو زيد دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية رسالة ماجستير منشورة جامعة الأزهر غزة فلسطين 2012 ص 34.

<sup>2</sup>- طه نجم العالقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل العالم الجديدة ومستوى المعرفة السياسية مجلة جانفي جامعة السلطان قابوس سلطة عمان ع 2011 ص 1

<sup>3</sup>- علي رحومة الأنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية ط 1 بيروت مركز دراسات الوحدة العربية 2005 ص 42

<sup>4</sup>- محمد قبيلة تطبيقات الأنترنت دار العربية للعلوم والثقافة القاهرة ط 1 1998 ص 13

ويمكن تعريف شبكة الأنترنت على أنها شبكة ضخمة من أجهزة الحاسوب التي ترتبه بعضها ببعض تصل المالىين من أجهزة الحاسوب حول العالم تحتوي كما هائلا من المعلومات وحسب تقرير سوسيال ستوديو ( studio Social ) فإن عدد المتصلين في شبكة الأنترنت تجاوز 3 مليار مستخدم للأنترنت و 7 مليار مشترك للهواتف الذكية في كل مناطق العالم أي ما يقارب 40 % من إجمالي سكان الكرة الأرضية وبلغ عدد مستخدمي شبكة الأنترنت في المنطقة العربية أكثر من 135 مليون مستخدم يستخدم أكثر من 71 مليون منهم العالم الجديد بنشاط حاليا<sup>1</sup>.

**2/ الإعلام الجديد :** ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الأنترنت في إيجاد شكل جديد من العالم و أطلق عليه بعض المهتمين والعالميين الجديد Media New أو العالم الاجتماعي Media Social ويشمل على مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية والمدونات والمنديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال الأخرى<sup>2</sup>.

أصبح العالم الجديد مؤسسة كبيرة وواسعة يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله فقد فت كل الأبواب والآفاق لكل من يريد أن يتبادل الآراء مع الآخرين همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم و أمورهم الحياتية ويعتبر العالم الجديد أو العالم الاجتماعي أحد أبرز تجليات الويب 0.2 والذي يعرف بأنه " مصطل يشير إلى مجموعة التقنيات الجديدة والتطبيقات التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة الإعلامية للأنترنت<sup>3</sup> .

ويعرفه ليستر Lester بأنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية الجديدة لإعلام كالطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو<sup>4</sup>.

و هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر و استهلاك وتبادل المعلومات من خلال الأجهزة الإلكترونية الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بشبكة الأنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين<sup>5</sup>.

ساهم العالم الجديد في التمرد على العالم التقليدي و تحرير قطاعات واسعة من الجمهور من سطوته فقد أدى إلى تزايد انضمام المشتركين إلى تل الوسائل لا سيما الشباب العربي إلى تصاعد تأثيرها و دورها في

<sup>1</sup> - أخبار العرب 24 العالم العربي على الأنترنت 2014 يونيو 2014 قطر <http://alarab24.com/technology/2014/6/6/82342>

<sup>2</sup> - أحمد مسعودان العيد و ارم استخدام وسائل الاتصال والإعلام الجديدة وعلاقته بالعزلة الاجتماعية دراسة تحليلية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري مجلة كلية التربية جامعة الأزهر ع 151 ج 1 كانون الأول 2012 ص 743

<sup>3</sup> - أحمد حمودة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية رسالة ماجستير جامعة الدول العربية القاهرة ديسمبر 2013 ص 53

<sup>4</sup> - عباس صادق العالم الجديد الوسائل والمفاهيم والتطبيقات ط 1 عمان :دار الشروق للنشر والتوزيع 2008 ص 31

<sup>5</sup> - سعود كاتب العالم الجديد و قضايا المجتمع التحديات و الفرص ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني لإعلام الإسلامي جامعة الملك عبد العزيز جدة السعودية ديسمبر 2011 ص 6

المجتمع وزيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية فقد استطاعت إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فعالية مما الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل الإعلامية.

**3/ مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت :** سهلت التقنية الحديثة لمستخدمي شبكة الأنترنت إمكانية الحصول على المعلومات ونقلها ونشرها بتكلفة مالية منخفضة ووقت قليل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي شهدت انتشارا واسعا على شبكة الأنترنت خلال السنوات الأخيرة فقد أصبحت أحد أبرز مظاهر الإعلام الجديد في عالمنا اليوم كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثيرا في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة و قابلية للتغيير والتطوير.

عكس مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا فهي تشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسم للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على شبكة الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسم للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع<sup>1</sup>.

وتقوم فكرة مواقع التواصل الاجتماعي على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في هذي المواقع ويتم نشر بيانات علنا حتى يتجمع الأعضاء ذوو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات او صور لتسهيل الحياة الاجتماعية بين الأفراد وبناء وتفعيل المجتمعات على شبكة الأنترنت فمواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الأنترنت لتقدمها خاصية التواصل بين الأفراد وجماعات المستخدمين حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو بين الأفراد المستخدمين لها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم واكتسبت اسمها الاجتماعي لتصب وسيلة تعبيرية واحتجاجية الأفراد.

وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث لآخر فيعرفها بلال Balas على أنها " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أي يمكن أن يتصلوا بعضهم ببعض لعدد من الأسباب " ويعرفها بريي preece ومالوني كريشمار Krichmar Maloney على أنها " مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سعود كاتب الإعلام الجديد وقضايا المجتمع :التحديات والفرص مرجع سابق ص4-5

<sup>2</sup> - مريم نومار استخدام مواقع الاجتماعية وتأثيري في العائلات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر -باتنة - الجزائر 2011/2012 ص 44

ويعرفها كاستل Castells على أنها قنوات تواصلية تخلق بيئة اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذي البنية مع صعوبة تحديد الهدف لهذي الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعي افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد جامعة مدرسة شركة) من خلال خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم التي يتيحونها للعرض كما تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات و صور وأفلام ودردشات وتعارف أما زاهر راضي فيعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسم للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء خرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>2</sup> "

وتعرفها هبة خليفة بأنها : مجموعة من صفحات الويب تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في الشبكة الاجتماعية وتهدف توفير مختلف وسائل الاهتمام التي تساعد الأعضاء على التفاعل بين بعضهم البعض بينما زهير عابد فيعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بمالين الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم منتجات تقنية الاتصالات أكثرها شعبية عبر شبكة الأنترنت و أشهر Facebook و Twitter و YouTube و Instagram وبالرغم من أن هذي المواقع أنشئت بالأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد إلا أن استخدامها امتد ليشمل النشاط الرياضي من خلال تداول المعلومات والخاصة بالأحداث الرياضية وكذل الدعوات إلى حضور الندوات والاجتماعات والتظاهرات فقد أصبحت تؤثر في الأحداث اليومية بحيث أتاحت لجميع الشباب والرياضيين والباحثين نقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم الرياضية والاجتماعية متجاوزين الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب عليها ومن خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل الإعلام الحديثة وهي مجتمعات إلكترونية افتراضية تسم للمشاركين فيها من كافة الأعمار والأجناس بإنشاء حساب خاص بهم وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل

<sup>1</sup>- لمؤتمر العربي-الأوروبي تمكين الشباب و منظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط ورقة مقدمة في العربي-الأوروبي مالطا 22-24مارس 2012

<sup>2</sup>- المؤتمر العربي-الأوروبي تمكين الشباب و منظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط ورقة مقدمة في العربي-الأوروبي مالطا 22-24مارس 2012

والتفاعل بينهم في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم من خلال مجموعة من الطرق مثل المحادثة والبريد الإلكتروني والرسائل والفيديو وتبادل الملفات والمدونات والمحادثات الصوتية وغيرها.

ثانيا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

ظهر أول موقع من مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت في الولايات المتحدة على شكل تجمعات عام 1994 وفي العام نفسه تالي موقع Gerocities ومن ثم تالهم موقع Tripod عام 1995 وركزت هذي المواقع على ربو لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة و تشارك المعلومات و الأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات وفي أواخر التسعينات صمم راندي كونراندز موقع Classmates عام 1995 وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزلاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروفهم الحياة العملية في أماكن متباعدة ولكن هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزلاء في التواصل فيما بينهم إلكترونيا<sup>1</sup>.

وتبع ذل محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي خر وهو Sixdegrees في عام 1997 حيث ركز على الروابو غير المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو المعرفية أو الدينية و أتاح للمستخدمين مجموعة من الخدمات و أهمها إنشاء الملفات الشخصية و إرسال الرسائل الخاصة ولكن تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله وتبع ذل ظهور مجموعة من المواقع التواصل الاجتماعي وكان اهتمامها تدعيم المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue وموقع البشر ذوي البشرة السوداء Blackplanet وظهر بعد ذل مواقع كثيرة ولكنها لم تتج وفي بداية عام 2002 ظهر موقع Friendster وهو وسيلة للتعارف و الصداقات بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد حقق شهرة كبيرة وفي النصف الثاني من نفي العام ظهر في فرنسا موقع skyrock للتدوين ثم تحول بعد شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب .وفي بداية 2003 ظهر موقع Myspace وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة و الأكثر شهرة على مستوى العالم كما ظهر العديد من المواقع مثل Linkedin ومن ثم موقع Facebook الذي انطلق رسميا في 2004 وكان الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم وكذل ظهر موقع يوتوب في 2005 وبعد ذل انتشرت الفكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات

<sup>1</sup> - عبد الكريم الدبسي زهير الطاهات دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية مجلة دراسات ج 40 ع 1ع 2013

الصغيرة بظهور موقع Twitter وقد ظهر في عام 2006 وقد بدأ بالانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة العالمية.

### 1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وتعريفها :

وضع الباحثون جملة من المفاهيم لمواقع التواصل الاجتماعي، يمكن الاستفادة منها في فهم آلية عملها في مختلف أشكال الاتصال والتفاعل بين مستخدميها وفهم دوافعهم من خلال عملية التواصل . ويرجع ذلك إلى اختلاف الأطر النظرية التي ينطلقون منها " . فمواقع التواصل من منظور علم النفس هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية . وهي من منظور سوسيولوجي تعني مجموع العلاقات بين الكيانات الاجتماعية (أفراد) ويمكن أن يقتصر الاتصال بين هؤلاء الأفراد على علاقات تعاونية، من صداقة، استشهادات ببليوغرافية، وتكون هذه المصادر رسمية وغير رسمية، ملموسة وغير ملموسة<sup>1</sup>.

لقد تعددت تسميات مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك من يسميها منصات التواصل الاجتماعي، وهناك من يسميها وسائل التواصل الاجتماعي، وهناك من يسميها تقنيات التواصل الاجتماعي وهناك من يسميها الوسائط الاجتماعية، وهناك من يسميها شبكات التواصل الاجتماعية أو الاجتماعي أو الإلكتروني و...<sup>2</sup>، الباحثة وجدت أن تسمية شبكات التواصل لـ الاجتماعي هي الأكثر شهرة من خلال رحلة بحثها إلا أنها تتبنى تسمية مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لأن ه كما يرى المطيري "أن شبكات التواصل الاجتماعي توحى بالاتساع والعمومية في هذا الحقل الاتصالي لكن مصطلح مواقع التواصل أكثر تحديدا ويشير إلى نوع معين ومحدد من المنصات الموجودة عبر الإنترنت."

أما التواصل فهو في اللغة كما أشار الفيومي بقوله ( : وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل ) . به والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع<sup>3</sup>.

تسميه هذه المواقع اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات، وتصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب وبذلك تعد هذه المواقع التطور الطبيعي للإنترنت، حيث أن شبكة الإنترنت في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وإرسال بيانات .

<sup>1</sup>- بوسنان، رقية (2016) ، (صورة الغرب في الخطاب الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مجلة حوليات جامعة الجزائر 1 ، العدد29 ، الجزء01 صص.234/207

<sup>2</sup>- بوطبال، سعد الدين (2017) ، (استخدام الإنترنت وعلاقته بالانحراف السلوكي لدى الشباب في ضوء العولمة الثقافية والإعلامية، المركز الجامعي أحمد زبانا غليزان، مجلة الدراسات الاجتماعية والنفسية والانثروبولوجية، العدد08 ، صص.120/105.

<sup>3</sup>- فضل الله ، وائل مبارك خضر (2011) ،(رأث الفيس بوك علي المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط 1 ، الخرطوم. ص 55.

وقد تطورت هذه العلاقة إلى نوع من المشاركة الاجتماعية الإلكترونية والتي تمكن من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت .

### 2/1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

يعرفها معجم مصطلحات والمكتبات والمعلومات ODLIS بأنها تلك الخدمات الإلكترونية المتاحة على الويب، والتي صممت بغرض تمكين أعضائها من إنشاء حسابات شخصية لهم، وتتم عملية الاتصال بين الأفراد بغرض التواصل والتعاون، ومشاركة المحتويات بينهم .

وعرفها بالاس (2006): Balas , على أنها أرضية تستعمل كوسيلة لبناء مجتمعات عبر الإنترنت، يمكن من خلالها للأفراد من جميع أنحاء العالم التواصل مع بعضهم البعض لمجموعة متنوعة من الأسباب .

والأغراض وعرفها بويد وإليسون (2008): Ellison & Boyd , بأنها خدمات قائمة على الويب تتيح للمستخدم القيام بإنشاء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن نظام محدد .

وتوضيح قائمة المستخدمين الآخرين الذين يشاركون في التواصل معه . وعرض ورؤية قائمة الاتصالات التي أجراها آخرون داخل .

النظام وعرفتها موني (2009) Mooney , على أنها أي موقع ويب أو أي نوع آخر من الاتصالات عبر الإنترنت التي تسمح للناس بالتفاعل مع بعضهم البعض.

وعرفها سافكو (2010): Safko , بأنها الوسائط التي نستخدمها لتكون اجتماعيين.

وعرفها كابلان وهابنلين (2010) Haenlein & Kaplan , بأنها "مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت والتي تعتمد على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية للويب 0.2 ، وتسمح بإنشاء وتبادل المستخدم.<sup>1</sup>

وعرفها شفيق 2011 بأنها مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذي ن تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، وي تاح لأعضائها مشاركة الملفات، الصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، و إجراء المحادثات الفورية وسبب وصفها بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وتقوي الروابط بين أعضائها في فضاء الإنترنت .

وعرفها تريدينك (2006) Tredinnick , على أنها تلك المواقع المدفوعة بمشاركة المستخدم والمحتوى المستخدمون.

<sup>1</sup> - قاسمي، أحمد وجداي، سليم ( 2019 )، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول -الخليجية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط 1 ، برين، ألمانيا ، ص 151.

وعرفها الدبول ي (2014) daboubi-Al ، بأنها مواقع على شبكة الإنترنت، تمكن ملايين الأشخاص الذين لهم اهتمامات مشتركة من التواصل ب الملفات والصور ومقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، بالإضافة إلى إجراء محادثات في الوقت الحقيقي بينهم .

و عرفها متولى 2017 بأنها خدمات تعتمد على شبكة الإنترنت، تسمح للمستخدم بإنشاء حساب شخصي مغلق أو متاح للاطلاع في نظام وإطار محدد، بالإضافة إلى تحديد قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يمكنهم الاطلاع ما على يتم نشره ومشاهدة ما يقومون بنشره، كما يمكن هم مشاهدة قائمة نم يتواصلون معهم داخل إطار المنصة وقواعدها<sup>1</sup>.

وعرفه ا بن إبراهيم بأنها المواقع الإلكترونية المستخدمة للاتصال بالغير والتفاعل معهم وغالبا ما يتم ذلك بشكل غير رسمي وبالاستناد التام إلى شبكة الإنترنت .

وعرفها البطوطي بأنها مواقع ويب أنشأت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسة) ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة .

كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات والمحادثات الفورية والبريد الإلكتروني ومقاطع الفيديو والصور والتدوين .

وعرفها الدببسي و ياسين بأنها مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها فرصة الحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة...ومن الأمثلة لتلك المواقع : فيسبوك، تويتر، ماي سبيس وتمثل الشبكات الاجتماعية مجموعة هويات، ينشؤها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة<sup>2</sup>.

وعرفها خليفة بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض ، وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم.

<sup>1</sup>- قدورة، سوسن حسن علي ( 2018 ) ، (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة السودان، رسالة دكتوراه في علم النفس التربوي، قسم علم النفس التطبيقي، كلية التربية -حنتوب، جامعة الجزيرة، السودان ض 88.

<sup>2</sup>- قطبي، رضوان (2019) ، شبكات التواصل الاجتماعي والفعل الاحتجاجي بالمغرب : حركة المقاطعة أمودجا، مجلة اتجاهات سياسية، المركز

الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد07، ص.ص 82/ 96

وعرفها الغرابلي بأنها منظومة المواقع والتطبيقات المتاحة على شبكة الإنترنت والتي تشكل بيئة افتراضية يستعملها الناس من أجل التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، باستخدام أجهزة الحاسوب والهواتف الذكية.<sup>1</sup> من خلال ما سبق عرضه من التعاريف، يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي هي :

- وسيلة إعلامية حديثة ظهرت مع الجيل الثاني للويب .
  - منظومة من الشبكات الإلكترونية على الإنترنت .
  - متاحة للجميع للاشتراك فيها بإنشاء حساب شخصي خاص بكل مشترك .
  - تمكن من التواصل الفاعل بين المستخدمين الذين لهم اهتمام مشترك من خلال القيام بعدة نشاطات كإرسال الرسائل المكتوبة أو الصوتية أو المرئية أو الدردشة أو تبادل الملفات المختلفة كالصور والفيديوهات أو الإعجاب أو التعليق أو إبداء الرأي حول قضية مطروحة للنقاش، حيث يتم هذا التفاعل في بيئة مجتمع افتراضي .
  - توفر لمستخدميها القيام بنشاطات متعددة والحصول أيضا على خدمات متعددة مثل نشر الملفات المختلفة ( صور، فيديوهات، مقالات، كتب، مجلات، ) .. أو تحميلها والحصول على المعلومات والأخبار والتعبير عن الرأي بكل حرية ويسر .
  - تتيح للمستخدمين إنشاء صفحات ومجموعات ذات اهتمام مشترك . ودعوة الأصدقاء للانضمام إليها أو إضافتهم أو حذفهم .
  - لا يتقيد استخدامها بعامل الزمان أو المكان<sup>2</sup>.
- وعليه يعرف الباحث مواقع التواصل الاجتماعي على أنها وسيلة إعلامية تتيح للأفراد الانضمام إلى مجتمعات إلكترونية افتراضية عبر الإنترنت عن طريق إنشاء حساب خاص بهم، يتمكنون من خلاله من التفاعل والتواصل فيما بينهم كما توفر لهم خدمات إلكترونية متعددة مثل : مشاركة أو نشر الملفات المختلفة أو تحميلها والحصول على المعلومات والأخبار، والتعبير عن الرأي بكل حرية ويسر.

### 2. أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

يوجد على الإنترنت عدة مواقع اجتماعية . يتمثل أهمها في المدونات والمنتديات ، إضافة إلى مواقع عديدة مثل الويكي، والفاسبوك وتويتر، بالإضافة إلى تلك التطبيقات التي قدمتها بعض الشركات الكبرى لدعم الفكر

<sup>1</sup> - كجاجة، سناء عادل ابراهيم (2015) ، (التغير القيمي وعلاقته بهوية الذات والاعتزاز النفسي لدي طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ، رسالة ماجستير في الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي، كلية التربية، الجامعة الإسلامية ب غزة، فلسطي

<sup>2</sup> - كنعان، أريج (2012) ، (الاعتزاز والوجودية في أغاني الحارس المتعب لبلند الحيدري ، مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة بغداد، العدد102 ، صص153/172.

الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل وياهو واللذان اهتمتا بالتحريير الجمعي والكتابة وبتنفيذ العروض المشتركة، ومواقع خدمات وتخزين الصورة وإعادة عرضها وإرسالها مثل : فيلكر، ونشر الفيديو مثل يوتيوب، وغيرها من الخدمات والتقنيات التي تجد اهتماما فرديا مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين .

**1/2- الفاسبوك Facebook** : كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة . ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية .

تم إنشاؤه في عام 2004 بواسطة مارك زوكربج Zuckerbeg Mark وهو طالب في جامعة هارفارد كشبكة للوصول إلى معلومات زملائه من طلاب الجامعات في البداية، كان الفيسبوك وسيلة افتراضية لطلاب جامعة هارفارد في التعرف على بعضهم البعض وصنع علاقة اجتماعية جديدة. تم في وقت لاحق امتد استخدام الفاسبوك إلى طلاب الجامعات الأخرى، وأصبح مجالاً عام في 2006 .

يساعد الفاسبوك على تكوين الأصدقاء وعلى تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة و يمكن للمستخدمين الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس أو أماكن العمل أو مناطق جغرافية أو المجموعات الاجتماعية .

وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين في نفس الشبكة . ويمكن للمستخدمين أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم أن يروا صفحاتهم الشخصية .

كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفاسبوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها<sup>1</sup>.

**2/2 تويتر Twitter** : أخذ اسمه من مصطلح (تويت ) الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفورة رمزاً له .

كانت بدايات ميلاده في 2006 ، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها " نصاً موجزاً مكتفاً لتفاصيل كثيرة .

<sup>1</sup> - الطيار، فهد بن علي (2014)، (شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)، (مجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، المجلد 31، - العدد 61، صص 226/193

ويعد تويتر من الخدمات المرنة التي يستطيع مستخدميها تطويرها لأي احتياجات مثل : متابعة أخبار الأصدقاء، نشر المعرفة، تلقي المعلومات، متابعة آخر تحديثات المدونات المفضلة، أداة تسويقية، أداة للتواصل السريع، خدمة لمشاركة الروابط والصور، خدمة الدعم الفني .

وللتدوين عبر تويتر مزايا عديدة أهمها السهولة والسرعة ومجانية الرسائل بعكس الرسائل العادية عبر الجوال، كما أنه أداة فعالة للتواصل مع العالم .

**3/2 اليوتيوب youtube :** اختلفت الآراء حول موقع يوتيوب إذا وما كان هذا الموقع شبكة اجتماعية لا، أو حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو، أن غير تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها من العديد في الخصائص، ويعتبر من أهم هذه المواقع لأهمية الكبيرة في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع .

واليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط مجموعة معينة بمشاهدتها.

من مميزاته أنه يستطيع استقبال أكثر من 48 ساعة فيديو كل دقيقة، مما يعني أنه كل يوم يرفع ما يعادل 8 سنوات من المشاهدة المتواصلة، إذ يوثق هذا الموقع فعاليات الإنسان عن طريق الصوت والصورة . ويمكن استعماله في مجال التعليم الأكاديمي، إذ يبث من خلاله الكثير من المحاضرات العلمية لمختلف المجالات وبمختلف اللغات ، ويمكن أن يتزامن معها صور تعليمية أو أفلام فيديو فضلا عن المؤثرات الصوتية والبصرية وإضافة مقطوعات موسيقية يمكن استخدامها من خلال الانتقال من مشهد إلى آخر أو إضافة شيء جديد<sup>1</sup> .

وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة" باي ( بال ) Pal Pay وهم تشاد هيرلي و ستيف تشين و جاود كريم في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها .

**4/2 ماي سبيس MySpace :** هو موقع شبكي اجتماعي مجاني على الإنترنت يتيح للأشخاص إنشاء مواقعهم الشخصية ومشاركة محتوياتها مع أشخاص آخرين.

<sup>1</sup> - عامر، عبد الناصر السيد (2013) أ ، سباب وعواقب إدمان الإنترنت، مدخل نموذج المعادلة البنائية ، مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية لدول الخليج (128) ، (ص.ص115/148)

تأسس ماي سبيس في عام 1993 من قبل كريس دي وولف وتوم (Chris DeWolfe & Tom Anderson) أندرسون .

يقدم هذا الموقع شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين ، ويسهل لمستخدميه الانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو ، كما يمكنهم تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم باستعمال نظام لغة تأشير النص الفائق، مما يمثل خدمة متميزة لا توفرها مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ، ويعزو البعض سبب شعبية الموقع إلى احتوائه على الملفات الشخصية للمطربين الغربيين والممثلين الأجانب وأشهر الفرق الموسيقية وأحدث أخبارهم وأعمالهم وجداول حفلاتهم.

**5/2 جوجل بلس Google+ :** يعتبر منافسا قويا لفليسيوك وكـ و تويتر، بحيث يحتل مكانة رفيعة بينهما ولكنه في حقيقة الأمر مختلف عنهما أطلقت شركة جوجل هذا الم وقع رسميا في و يونيو 2011 ، ومنذ بداية انطلاقه تخطى عدد مستخدميه 25 مليون شخصا خلال شهره الأول وذلك لم يحققه موقع الفاسبوك في بداية انطلاقه ..

يوفر هذا الموقع خدمات متعددة :مثل الدوائر Circles ، مكالمات الفيديو Hangouts ، الاهتمامات Sparks، المحادثات الجماعية Huddles ، الوسم tag-Hash ، المنتديات communities الصفحات والألعاب Games ، التعديل على الصور من خاصية piknik ، وغيرها مع دمج بعض خدمات مثل صدى جوجل Buzz Google والملف<sup>1</sup> .

**6/2 سناب شات Snapchat :**هو تطبيق رسائل مصورة وضعه إيفان شبيغل و بوبي مورفي . يمكن المستخدمين من التقاط الصور ، تسجيل الفيديو، إضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين . هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسله هي عبارة عن "لقطات " . يعين المستخدمون مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثانية إلى 10 ثواني، وبعد إرسالها تبقى مدة 24 ساعة فقط ثم تختفي من الجهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات لهذا التطبيق جملة من مميزات والخصائص تتمثل في إرسال مقاطع الفيديو والصوت والرسائل النصية بسهولة وسرعة مع إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو المصورة مع جهات الاتصال وإمكانية إضافة التعليقات على الفيديو الذي تمت مشاركته، والقدرة على استخدام الملصقات في المحادثة أيضا يحتوي على مؤثرات للفيديو والصور المتبادلة .

<sup>1</sup> - عبد الكريم، حبيب مجدي (1996) ، (التقويم والقياس النفسي في التربية وعلم النفس، مكتبة النهضة الم صرية، ط1 ، القاهرة. ص 152.

**7/2 الواتس آب Whats App** : هو تطبيق للمراسلة الفورية، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية والحاسوب يمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية والوسائط، في عام 2016 تم إضافة خاصية تحميل الملفات وإرسالها واستقبالها كملف الأوفيس و PDF.

أسسه الأمريكيان بريان أكتون والأوكراني جان كوم في 2009 . وكانا موظفين سابقين بموقع ياهو، يتنافس مع عدد من الخدمات الآسيوية مثل LINE, KakaoTalk, Chat We ، ويتعامل مع الأرقام في قائمة الأسماء . وهو أكثر أمانا من فيسبوك و تويتر وسناب شات لتعرفك على الشخص الذي تتواصل معه .

**8/2 انستغرام Instagram** : يعتبر شبكة هواة التصوير بجدارة . وهو عبارة عن تطبيق في الهواتف الذكية . يطلق عليه اسم الجيل الجديد لمواقع التواصل الاجتماعي، والخالية من النصوص الكتابية . وقد استحوذت عليه شركة فيسبوك مقابل 1مليار دولار . وأصبحت شعبيته في تزايد وانتشار يوم بعد يوم . وقد أتاح لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة . أطلق في أكتوبر 2010 . وكان عبارة عن موقع يتيح لمستخدميه التقاط الصور فقط . وفي 2013 تم تطوير هذا التطبيق . وتجاوز عدد مستخدميه في نفس العام 300 مليون مستخدم<sup>1</sup>.

**9/2 لينكد إن LinkedIn** : وهو موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى جانب إلى الشهادات المهنية والعضوية المهنية . يتيح للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين والتعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم، ويساعد أصحاب العمل على وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين وعرض الكتب التي يمكن شراءها عبر الإنترنت .

**10/2 البريد الإلكتروني Electronic mail** : هذا المصطلح لا يطلق فقط كوسيلة اتصال، بل على العنوان والرسالة المنقولة ذاتها عبر هذه الوسيلة و يذهب البعض أن البريد الإلكتروني يعد السبب الأول في استخدام الإنترنت، حيث يعد أفضل بديل عصري للرسائل البريدية والورقية وأجهزة الفاكس .

يشكل البريد الإلكتروني خدمة تساعد على إرسال واستقبال الرسائل بواسطة الأجهزة الرقمية من خلال شبكة الإنترنت، وقد تكون هذه الرسائل على شكل نصوص، أو رسومات، أو قد تستخدم لإرسال الملفات الصوتية و الرسومات المتحركة ما بين المستخدمين وإلى جانب ذلك، فإن البريد الإلكتروني يمكن المستخدم

<sup>1</sup> - عبد المنعم، محمد محمد ؛ الطاهر، الرشيد إسماعيل و غريب، زينب عبد الرزق ( 2016 ) ، (أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل ، المجلة العلمية لكلية التربية، جامعة المنيا ، ص.ص276/241.

من إرسال البريد لفرد محدد، أو مجموعة محددة، أو مع مجموع من المستخدمين في نفس الوقت، بالإضافة لإتاحة العديد من الخيارات المتعلقة بالمراسلات كإمكانية حفظها وتحريرها وطباعتها، وغير ذلك .

من خلال هذا العرض لأهم مواقع التواصل الاجتماعي ترى الباحثة أن كثرة هذه المواقع وتنوعها يعد مجالا افتراضيا رحبا للتفاعل والتواصل والقيام بمختلف الأنشطة، يستقطب الأفراد من مختلف الأجناس والأعمار بما يتوافق مع أذواقهم و تفضيلاتهم ليوفر لهم العديد من الاختيارات والخيارات تجذبهم للانضمام إليها بكل سهولة ويسر، خاصة الشباب منهم لتلبية احتياجات نفسية واجتماعية بما تتيحه من خدمات وبما تتميز به من خصائص لم تتوفر لهم بذات الدرجة والمستوى من السهولة واليسر في عالمهم الواقعي.

### 3/خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتمتع هذه المواقع بخصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية و وفقا لنوع الخدمات التي تقدمها لمستخدميها، ونوع الأنشطة التي تسمح لهم بممارستها. وتتشترك في خصائص أساسية بينما تخ تلف عن بعضها عن البعض بمميزات تفرضها طبيعة الموقع و ما يقدمه من خدمات وما يسمح به من أنشطة<sup>1</sup>.

و يرى الباحث من خلال اطلاعه على خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي أنه يمكن تقسيم هذه الخصائص إلى قسمين يتعلق القسم الأول بالمحتويات والمكونات وما يقابل ذلك من خدمات يمكن الاستفادة منها أو نشاطات يمكن القيام بها، ويتعلق القسم الثاني بطبيعة عملية الاستخدام.

### 1/3 الخصائص المتعلقة بالمحتويات وما يقابلها من خدمات ونشاطات :

• **الملفات الشخصية : Page Profile** يمكن التعرف من خلالها على اسم الشخص ومعلوماته الأساسية كالجنس، تاريخ الميلاد، البلد، صورته الشخصية، اهتماماته، ...، ويعد هذا الملف بوابة الدخول إلى عالم الشخص، فمن خلال صفحته الرئيسية يمكن مشاهدة نشاطه مؤخرا، ومعرفة أهم أصدقائه والصور التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات .

• **الأصدقاء والعلاقات :** إذ تمكن الشخص من تكوين العلاقات والصدقات من خلال إضافتهم إلى قائمة الأصدقاء .

• **الرسائل :** وتتيح خاصية إرسال رسالة مباشرة لأي شخص ضمن القائمة أو غير موجود فيها .

• **البومات الصور :** حيث يمكن إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور و مشاركتها مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها .

<sup>1</sup> - عبديش، صونية (2016) ، (الشبكات الاجتماعية الإ على نترنت " رؤية إستراتيجية" ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي ، العدد20 ، ص.ص /96 110

• **المجموعات :** تتيح الكثير من المواقع خاصية إنشاء مجموعة اهتمام بمسمى معين وأهداف محددة . وتوفر لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر أو لبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف Events أو ، الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من غير عدد الحاضرين .

فخاصية الأحداث تتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه أو حدث يتعلق بالأعضاء المشتركين في المجموعة .

• **الصفحات :** يمكن إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفحها فإن وجدوا اهتماما بمحتواها يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي .

• **المدونات :** توفر الكثير من المواقع الاجتماعية إمكانية التدوين من خلالها، إذ تسمح للمشارك إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته . ويمكنه تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس اهتماماته .

• **الدعاية والإعلان :** توفر فرص وإمكانيات مهمة للدعاية والإعلان السياسي والاقتصادي والديني.. .

• **الألعاب :** توفر شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدمها مجموعة من الألعاب المتنوعة.

• **تنوع التطبيقات :** هناك تنوع في التطبيقات والخدمات المقدمة . فمن المواقع الاجتماعية، والمواقع الدينية والثقافية لمختلف الأجناس والشعوب، إلى التطبيقات التعليمية والتربوية، إلى الخدمات المسهلة للاتصال كالبريد الإلكتروني وغرف الحوار، إلى التطبيقات التجارية التي تحول العالم إلى سوق صغيرة يستطيع فيها البائع والمشتري إتمام صفقاتهم في لحظات، إلى المواقع الترفيهية والإخبارية والمعلوماتية والأكاديمية التي تخدم الباحثين والمطلعين في شتى المجالات .

• **المشاركة :** تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور .

• **الانفتاح :** تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء أو التعديل، والتصويت والتعليق وتبادل المعلومات، ونادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى .

• **الترايط :** تتميز بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها ببعض، وذلك عبر الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا .

• **المحادثة :** حيث تتميز عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

2/3 الخصائص المتعلقة بطبيعة الاستخدام :

• غياب التزامية : ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي يمكنه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده .

• حرية النشر : حيث يمكن أن تكتب عن منتجاتك وتسوقها وعن مواقعك الأخرى، ويمكن أن تكتب وتسوق لشبكات اجتماعية جديدة منافسة، ويمكن أن تكتب عن سياسة البلاد وتنتقد بحرية وتبدي رأيك بشفافية دون خوف من مقص الرقيب، إنها حرية نشر عالية ساهمت في إقبال متصفح الإنترنت على الشبكات الاجتماعية .

• التحكم في المحتوى المعروف : تتيح لمستخدمها التحكم بالمادة المعروضة وهو من يحدد ما يعرضه على صفحته . فيمكنه أن يحجب رؤية مادة معينة، أو يشترك في مادة معينة أو يشارك مجموعة أصدقاء أو يحجب آخرين وهكذا<sup>1</sup> .

• المحتوى يصنعه المستخدمون والمتصفحون والزوار : حيث تتوفر للجميع الأدوات المبتكرة والخدمات الفعالة، ويقوم كل مستخدم ببناء صفحته، وبالتالي تتكون شبكة متفرعة لا نهاية لها من المحتوى الخاص بكل مستخدم .

والمالك الفعلي للموقع الاجتماعي مكلف ببناء بيئة مناسبة سهلة ليستطيع الزوار والمستخدمين و أن يكسبوا فيما يحملوه من معلومات وأفكار وكل ما يخطر في بالهم ضمن توجه الموقع العام وسياسته وقوانينه، ربما برامج المنتديات تحقق هذه الصفة بجدارة رغم أنها تسمى مواقع تواصل اجتماعي بسبب أن هنالك مواصفات أخرى لم تكتمل فيها .

• التفاعلية: هذه الخاصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية أن يشارك في مناقشتها ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا أو مضيفا أو موضحا.

كما يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء .

• سهولة الاستخدام : السمة الرئيسية لشعبية هذه المواقع هي بساطتها . حيث يمكن لأي شخص لديه مهارات الإنترنت الأساسية إنشاء وإدارة تواجده وحضوره فيها من خلال وجود صفحة رئيسية شخصية . كما أنها مجانية ومفتوحة للجميع للانضمام من خلال التسجيل، أو من خلال دعوة من الأعضاء الذين هم بالفعل أعضاء في الموقع .

<sup>1</sup> - عبديش، صونية (2016) ، (الشبكات الاجتماعية الإعلى نترنت " رؤية إبستمولوجية" ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي ، العدد20 ، ص.ص 110 96/

• **التواصل والتعبير عن الذات:** المستوى الأساسي للدخول إلى معظم خدمات الشبكات الاجتماعية هو إعداد "ملف تعريف" : وهو صفحة خاصة ي تم تطويرها من قبل المستخدم والتي يقدم فيها نفسه إلى أقرانه من خلال النصوص والصور والموسيقى ومقاطع الفيديو وغيرها من الوظائف أخرى .  
كما تسمح للمستخدمين تعبئة وتنظيم جهات الاتصال الاجتماعية وملفاتهم التعريف بالطريقة التي يريدون هم أن يراها الأعضاء الآخرون.

• **العالمية :** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية ولا تتحكم فيها الحدود الدولية، ف يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة<sup>1</sup>.

• **التوفير والاقتصادية :** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.  
• **اللامهايرية :** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى أو فرد إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما في كان الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال، بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

مما سبق ترى الباحثة أن تميز مواقع التواصل الاجتماعي هذه الخصائص يجعلنا نفهم وندرك السر في انتشارها الواسع بين الأفراد والإقبال الكبير عليها ودوافع استخدامها والإفراط في هذا الاستخدام، خاصة من قبل الشباب، وبالتالي لها ما من انعكاسات على سلوكهم وعلى تشكيل شخصياتهم وتأثير ذلك على مدى انتمائهم واندماجهم في مجتمعهم الواقعي الحقيقي أو في عالم هم الافتراضي الذي شكلوه باستخدامهم لهذه المواقع . وهذا ما تركز عليه هذه الدراسة بحثا وتحليلا.

### 4/دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

**1/4 المشاكل الأسرية :** تشكل الأسرة الدرع الواقى للفرد حين توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاده لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري .

**2/4 الفراغ :** حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه لمستخدميها يجعلها أحد وسائل ملء الفراغ، وبالتالي تصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم .

<sup>1</sup> - عديش، صونية (2016) ، (الشبكات الاجتماعية الإ على نترنت " رؤية إستراتيجية" ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي ، العدد20 ، ص.ص /96 110

**3/4 البطالة :** تعتبر من أهم المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية .

**4/4 الفضول :** تشكل هذه المواقع عالم افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فهي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر .

**5/4 التعارف وتكوين الصداقات :** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات، حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية ، فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد .

**6/4 التسويق أو البحث عن وظائف :** تعتبر أداة تسويقية قوية وفعالة لانخفاض تكاليفها وسهولة الاشتراك فيها والاتصال. كما تتمتع بسهولة ربط الأعمال بالعملاء وربط أصحاب العمل بطلابيه، وانتشار المعلومة واستثمارها . كما أنها أصبحت وسيلة للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكد إن<sup>1</sup> .

كما أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفيس عن الذات، بالإضافة إلى غير ذلك من الأسباب.

### 5/ التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

**1/5 التأثيرات الإيجابية :** لا شك أن هذه المواقع لها بعدا إيجابيا في إحداث التغييرات الثقافية والاجتماعية والسياسية والنفسية في حياة الأفراد والمجتمعات ومن أهم هذه الآثار الإيجابية ما يلي :

• **نافذة مظة على العالم :** حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص فيها نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره .

• **فرصة لتعزيز الذات :** فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل فيها وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح له كيانا مستقلا وعلى الصعيد العالمي .

• **أكثر انفتاحا على الآخر :** إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى .

<sup>1</sup> - عبديش، صونية (2016) ، (الشبكات الاجتماعية الإ على نترنت " رؤية إستراتيجية" ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة

• **منبر للرأي والرأي الآخر :** إن من أهم خصائص هذه المواقع سهولة التعديل على صفحاتها، وحرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن الفكر والمعتقدات والتي قد تتعارض مع الغير. فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.

• **التقليل من صراع الحضارات :** فقد تعزز هذه المواقع من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستخدمي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يفضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص والجماعات والدول.

• **متزايد من تقارب العائلة الواحدة :** وفرت للعائلات سهولة متابعة أخبار بعضهم البعض خاصة وأنها أرخص من باقي وسائل الاتصال الأخرى.

• **تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة :** حيث يمكن من خلال هذه المواقع البحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها أما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور عليهم<sup>1</sup>.

**2/5 التأثيرات السلبية :** مثل ما يوجد إيجابيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المقابل له تأثيرات سلبية فهو سلاح ذو حدين، ومن أهم هذه السلبيات ما يلي :

• **تقلل من مهارات التفاعل الشخصي :** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقفل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، كما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فوراً وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر .

• **إضاعة الوقت :** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت ... مع قلة استخدامها لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية .

• **ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية :** حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين .

<sup>1</sup> - العوضي، رأفت محمد سعيد (2017)، (الأجهزة الذكية وضوابط الحوار الاجتماعي والأسري للابناء من وجهة نظر الآباء، مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، ص.ص 350/328

• **انعدام الخصوصية** : تواجه أغلبية المواقع مشكلة انعدام الخصوصية، مما يجعلها تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب . وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه المواقع يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشكلات قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير .

• **الصدقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان** : فجميع الأشخاص الذين نعرفهم عبر هذه المواقع نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوراً وفي ، نوع من النفاق.<sup>1</sup>

• **انتحال الشخصيات** : الجهل بالمصدر الحقيقي خلف مستخدمي هذه المواقع دافعا أحيانا للابتزاز وانتحال الشخصية ونشر معلومات مضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف .

• **الإدمان وإضعاف مهارة التواصل** : يعتبر م ن أهم الآثار التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشباب والمراهقين الشبكة الاجتماعية خصوصاً . فإن قضاء الوقت الطويل وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع .

وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني ، حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية تجاه الغير وتقوي سرعة البديهة لديهم فيستطيعون التعامل مع المواقف بحذقة وحنكة وهذا ما تفتقده المواقع الاجتماعية ، فإن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع .

ويتمثل الإدمان على هذه المواقع من وجهة نظر الباحث أحد التأثيرات الأكثر خطورة في هروب المستخدم بواسطتها من واقعه الفعلي إلى عالم افتراضي، وبذلك يمكنه أن يذهب بعيداً عن كل شيء، منها عن هويته الفردانية وهويته الاجتماعية الأمر الذي قد يؤدي إلى ضياع هويته الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل والتي تأخذ أشكالاً ومظاهر متعددة منها أن يصيح غريباً عن مجتمعه، وهذا مما تسعى الدراسة الحالية تناوله بالدراسة والتحليل، للكشف عن مدى انتشار إدمان استخدام هذه المواقع لدى عينة من طلبة جامعة غرداية وإلى أي مدى يسهم ذلك في اغترابهم عن مجتمعهم.

<sup>1</sup> - عيساني، رحيمة (2013) ، (اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد الإ، نترنت وتطبيقاتها أنموذجاً ، المؤتمر الدولي حول اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، المنعقد بدبي، أيام 10 /7/ 2013 ، متاح على موقع :

org.alarabiahconferences.www://https

### خلاصة الفصل

إن ظاهرة الإنترنت ومواقعها التواصلية أصبحت ظاهرة تكنولوجية هامة هيمنت على منظومة الحياة الإنسانية ، حيث اقتحمت جميع مجالاتها تقريبا وبانت جزءا لا يتجزأ من أدق تفاصيل الحياة اليومية للأفراد ومن مختلف الشرائح و الأعمار ، بشكل واضح وجلي لا يمكن غض الطرف عنه ، إذ دفعت الكل للإقبال على استخدامها بشكل كثيف ومفرط قد يصل إلى درجة الإدمان لعدة أسباب وعوامل ، أهمها ما تتميز به من خصائص التنوع والإثارة والتجديد والتطوير، وما تسمح بممارسته من عديد النشاطات المتنوعة أو ما تتيح الحصول عليه من كثير الخدمات الوفيرة، إذ وجد السواد الأعظم من البشر ضالته فيها .

مما انعكس بالسلب على مستخدميها وخاصة في ظل الاستخدام السيئ ، لها مر الذي جعلها ميدانا خصبا للبحث والدراسة والتنظير لتفسيرك ظاهرة مستقلة في حد ذاتها ثم ما نتج عنها من ظواهر كالإدمان عليها ، وذلك بإسقاط مبادئ النظريات السابق ذكرها وخاصة النفسية منها والاجتماعية والإعلامية أمن جل فهم ماهيتها وتفسير طبيعة تفاعل المستخدمين معها ، ثم استغلال ذلك في محاولة إيجاد حلول علاجية ووقائية موضوعية لترشيد استخدامها بغية الحد أمن أضرارها و مخاطرها وآثارها السيئة وانعكاساتها السلبية على المفرطين في استخدامها وخاصة لدى الشباب منهم والمراهقين

# الفصل الثالث

التفاعل الاجتماعي و جمهور وسائل الإعلام

**تمهيد :**

إن الإنسان يولد بغريزة حب الاجتماع تدفعه دائما أن يكون مع غيره حيث نلاحظ أن الطفل يتعلم منذ اللحظة الأولى في حياته حاجته إلى الجماعة و اعتماده عليها .يولد الطفل في ثقافة معينة و وسط اجتماعي خاص، و تتكفل الأسرة و المدرسة و غيرها من مختلف المؤسسات التربوية لتدريبه حتى يصبح عضوا نافع في جماعته، حيث يكتسب الطفل من الجماعة اللغة التي تساعد على التفاعل و العادات و التقاليد، كما تحدد الجماعة له دوره فيها و فكرته عن نفسه .من أهم وظائف هذه الجماعات هي التنشئة الاجتماعية، و نعني بها تطوير سلوك الفرد حتى تتلاءم مع قيم و مفاهيم هذه الجماعات، و بذلك يكتسب الفرد شخصيته الإنسانية التي تميزه عن الآخرين، و يرجع تأثر شخصية الفرد بالمجال الاجتماعي الذي ينشأ فيه إلى اعتماده على الآخرين عجزه عن الكفاح المباشر مع البيئة الاجتماعية التي نشأ فيها الطفل أهمية بالغة في تكوين شخصيته و توجه نموها .إن التفاعل الاجتماعي يعتبر العنصر الثاني من عناصر تكوين السلوك الاجتماعي حيث أن الاحتكاك الدائم بين الأفراد يؤثر في شخصية الفرد، فتصبح شيئا فشيئا أكثر تفاعلا معهم و يتلقى تعليماتها منهم، و يكون صداقات من خالل تفاعلها معهم و يكون صداقات من خالل هذا التفاعل .و تعتبر التربية البدنية و الرياضية حيث تؤدي إلى توطيد العلاقات الإنسانية و تعميق الوعي الاجتماعي، فهو محور أساسي في تحديد طبيعة العالقة القائمة بين المعلم و من المتعلمين أنفسهم.

## أولاً: التفاعل الاجتماعي

1/ مفهومه : أشار سعد جلال إلى أن التفاعل الاجتماعي INTERACTIONS SOCIAL هو علاقة متبادلة عن فردين أو أكثر يتوقف سلوك كل منهما على سلوك الآخرين إذا كانوا أكثر من فردين<sup>1</sup>. و هو العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة ببعضهم ببعض عقليا دافعيًا، و في الحاجات و الرغبات و الوسائل و الغايات و المعارف. يعرف "أبونك" التفاعل الاجتماعي بأنه قوة العمل الجماعي الداخلية كما يراها الذين يساهمون فيها، و لقد ميز "ابونك" بين نوعين من التفاعل بالمعارف ( اختلال و منافسة ) و التفاعل بالتكيف ( امتزاج و انصهار).

و يعرف بأنه يحدث التفاعل عندما تعمل وحدة عمل أحدثها المسمى أ كقوة لوحدة حيوية عند المسمى ب و هكذا يشكل التفاعل امتدادات دائرية<sup>2</sup>.

## 2. خصائص التفاعل الاجتماعي :

يتميز التفاعل الاجتماعي بجملة من الخصائص المتمثلة:

- لا يمكن أن يكون هناك تفاعل بين فردين دون أن يتم اتصال بينهما، إذ يساعد الاتصال بسبله المتعددة وحدة الفكر و التواصل سلوك تعاوني.
- و إذا كان الاتصال مجديًا و له فاعلية توحدت الأهداف و أصبحت ذات معنى مشترك.
- و إذا كانت سبل الاتصال سليمة من الإحساس بالانتماء إلى الجماعة و إدراك معاييرها و معرفة مكانته فيها.
- و يلاحظان التعاون و اتخاذ القرارات و حل المشكلات حال جماعيا من الأمور المنتجة إذا انعدم التفاعل بالاتصال.
- التوقع: نقصد به الاتجاه العقلي و الاستعداد بالاستجابة لمنبه فنسلك اتجاه الآخرين طبقا لما نتوقعه منهما، فلم يدري الفرد عمال ما في محيط الجماعة و هذا التوقع مبني على خبرات سابقة.
- إدراك الدور و تمثيله: لا يوجد للفرد دور واحد يؤديه إذ تتعدد الأدوار التي يؤديها الفرد بتعدد المواقف التي يتعرض لها و تزداد إجادة الفرد للأدوار التي يقوم بها كلما تكررت

<sup>1</sup>- خير الدين علي موسى، عصام الهلالي: الاجتماع الرياضي، دار الفكر، القاهرة، 1997، ص 119.

<sup>2</sup>- فؤاد حيدر: علم الاجتماع، دراسات نظرية و تطبيقية، ط0، دار الفكر العربي، بيروت، 1994، ص 64.

- المواقف التي تستدعي دورا يعيشه. فالتفاعل الاجتماعي يحتم إجابة الدور حتى يتم الاستمرار و تبقى روح الجماعة.
- الرموز ذات الدلالة: يتم الاتصال و التوقع و لعب الأدوار بفاعلية عن طريق الرموز ذات الدلالة المشتركة لدى أفراد الجماعة كاللغة و تعبيرات الوجه و اليد و ما إلى ذلك و تؤدي كل هذه الأساليب إلى إدراك مشترك بين أفراد الجماعة و وحدة الفكر و الأهداف<sup>1</sup>.

### 3. مستويات التفاعل الاجتماعي:

من الضروري جدا التعرف على مستويات التفاعل الاجتماعي حتى نحصى مستوى التفاعل داخل الهيئة المدروسة و من أهم مستويات التفاعل الاجتماعي ما يلي:

**1/3 تفاعل فرد و فرد :** هو من أبسط مظاهر التفاعل الاجتماعي يتم بين الأفراد مثال بين الطالب و الأستاذ أو التلميذ، أي أن طرفي التفاعل في هذا المجال فردان كل منهما يؤثر في نفسه في الفرد الآخر و أو أنواع التفاعل التي يدركها الإنسان هو التفاعل بين الطفل و أمه.

**2/3 التفاعل بين الفرد و الجماعة:** قد يحدث التفاعل الاجتماعي في هذا المجال فقد يحدث بين الفرد من ناحية و الجماعات مختلفة من الناس من جهة أخرى. مثل الأستاذ و جماعة من التلاميذ ، و المدرب و فريقه، حيث أن الفرد في هذا الموقف تؤثر في الجماعة بدرجة أو بأخرى و في نفس الوقت يستجيب لرد الفعل لديها.

### 3/3 التفاعل بين الفرد و الثقافة:

الثقافة هي أنماط التفكير و السلوك التي تسود في مجتمع معين و التفاعل بين الفرد و الثقافة العامة مجموعة من توقعات لما يجب ان يكون عليه سلوك الفرد و بالتالي يعدل سلوكه حسب تلك التوقعات .

### 4. أنماط التفاعل الاجتماعي:

أكد "بيلز" على أن التفاعل الاجتماعي أنواع مختلفة و تتماثل هم أنواعه فيما يلي:

#### 1/4 التفاعل الاجتماعي السلبي:<sup>2</sup>

يضم عدة مراحل تتميز بالاستجابات السلبية و التعبيرات الدالة على عدم الموافقة و التوتر و التفكك.

#### 2/4 التفاعل الإيجابي:

<sup>1</sup>- فؤاد حيدر، نفس المرجع السابق ، ص 12.

<sup>2</sup>- حمي الدين مختار: علم النفس الاجتماعي، اجلزائر، 1982، ص 241.

تتميز بالاستجابات الإيجابية و تقديم المساعدة و تشجيع الأفراد الآخرين و توطيد التماسك و الاتصالات الأولية نعتد على مواجهة وجهها لوجه، و في هذه الحالة يكون التأثير من فرد إلى آخر في آخر و من جماعة اتجاه جماعة أخرى وفقا لحواس الفرد .أما الاتصالات الثانوية فتضمن وجود عامل وسيط لإتمام الاتصال لذا الاتصالات الثانوية تعتبر أقل أثرا و عمقا من الاتصالات الأولية.

**3/4 التفاعل الاجتماعي المحايد:** يضم المراحل المتعلقة بالأسئلة و طلب المعلومات و الأفراد و كذلك الأجوبة و إبداء الرأي و التفسيرات<sup>1</sup>.

### 5. عمليات التفاعل الاجتماعي:

إن التفاعل الاجتماعي هو عملية يرتبط فيها أعضاء الجماعة بعضهم ببعض ثم خلال الاتصالات و الاحتكاك بغرض تحقيق أهداف الجماعة و تتخذ لذلك أشكال مختلفة تشير إلى أهمها ما يلي:

**1/5 التنافس:** لقد أشار "دوينش" أن التنافس هو عملية اجتماعية منشطة للقوى و الإمكانيات، هو الموقف الذي تتوزع فيه المكاسب بصورة غير متساوية بين المشتركين، و تتم هذه العملية بين طرفين يسعى كل منهما لتحقيق هدفه و الوصول إلى نتائج أفضل.

**2/5 التعاون :** هو مظهر من مظاهر التفاعل الاجتماعي، و نمط من أنماط السلوك الإنساني و عملية التعاون هي التعبير عن اشتراك شخصين أو أكثر في محاولة لتحقيق هدف مشترك و التعاون هو سلوك شائع في أغلب الجماعات ( الأسرة ، المدرسة،.....) و يتضح أكثر في المجال الاقتصادي و الرياضي عند تقسيم العمل و المهام، حيث يستحيل على الفرد أن يحقق انتصارا لوحده و للتعاون عدة أشكال منها :الأولي، الثانوي، تلقائي، موجه،.....الخ.

**3/5 الصراع :** يحدث الصراع بين أطراف مختلفة فيوجه به كل طرف طاقته لإيذاء الطرف الآخر بشكل عدائي، و هو المظهر المتطرف للمنافسة الحرة، و يؤثر على اتجاهات الفرد و يزكي فيه عدم قدرته على الثقة بالآخرين مثل العدوانية و الكراهية و للصراع أشكال مختلفة منها صراع شخصي ،ديني، اقتصادي، جنسي.....الخ، و كثيرا ما يؤدي إلى أن يتعارض أفراد الجماعات عن الهدف الذي يتصارعون من أجله و يركزون جهودهما في محاولة تحطيم بعضهم البعض.

**4/5 التكيف :** نقصد به نشاط الأفراد و الجماعات لتحقيق الانسجام و التوافق و التفاهم بين أفراد الجماعات، حيث يتفهم كل طرف اتجاهات و أفكار الآخر ليحدث التقارب و تحقيق المصلحة

<sup>1</sup> - عبد الله الرشدان :علم الاجتماع و التربية، ط1، دار الشروق،الأردن،1990، ص 171.

المشتركة، و هو يقوم على التسامح و التضحية، و فيه تنازل كل طرف عن جزء من آرائه و مطالبه لمصلحة الجماعة .

**5/5 المحاكاة :** هي تشابه بين الفعل الاجتماعي و رد فعله و هي تنقسم إلى بسيطة و مركبة، فالبسيطة منها يكون الفعل مشابه لرد الفعل مثل الطفل الذي يستجيب إلى أمه بابتسامة يبادلها، أما المركبة فهي رد فعل متعلم نطلق عليه استجابة مكتسبة، و تكون مشابهة للسلوك الأصلي.

### ثانيا: جمهور وسائل الإعلام

لقد اتسمت الدراسات الإعلامية المبكرة، بعدم التركيز واستبعاد جمهور وسائل الإعلام حيث لم تكن الدراسات الجمهور قليلة ، ووفقا لهذا تعددت تعاريف الجمهور حسب كل مفكر وكل اتجاه وسوف نعرض أشهر التعارف من طرف بعض المفكرين والدارسين للجمهور.

#### 1- مفهوم جمهور وسائل الإعلام:

##### 1/1 تعريف الجمهور

**لغويا:** جمعة جماهير معناه: جماعة القوم، او معظم القوم وأشرفهم من الفعل جمهر: يعني تجمع الناس حول ظاهرة او واقعة حدثت .

الجمهور في استخدام علماء الاجتماع يشير الى تكوين اجتماعي غير محدد يشترك أعضائه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي، فيقول "ليندبرج"<sup>1</sup> lundborg ان مفهوم الجمهور لا يتحتم ان ينطبق على اي وحدة طبيعية او جغرافية او سياسية وبهذا المعنى يقال ان هناك جمهورا للموسيقى وجمهورا للأدب وجمهورا للرياضة<sup>1</sup> .

عرفه "محمد عبد الحميد" هو حشد او عدد كبير من الناس، لا تجمعهم خصائص او سمات واحدة ،غير متجانسة، غير معروفين للقائم بالاتصال ،منعزلين عن بعضهم البعض اجتماعيا".

يعرفه كل من "ملفير ديلفر " dilve mali وساندابل رمكيتش " roctch sandarplle انه العنصر الأساسي للنظام الاجتماعي الخاص بالاتصال الجماهيري فالجمهور ينقسم الى طبقات اجتماعية متميزة، بينها علاقات متشابهة في مجالات عديدة، ومن بين التغيرات الكبرى التي تلعب دورا في تحديد طريقة عمل نعصر الجمهور داخل النظام الاجتماعي، جد الاحتياجات الكبرى واهتمامات أفراد الجمهور وطبيعة العلاقات بينهم" يعرفه جيهان احمد رشتي "انه مجموعة كبيرة من الناس، تأتي من جميع مجالات الحياة، ومن مختلف الطبقات الاجتماعية، تتضمن مجموعة أفراد يختلفون في مراكزهم

<sup>1</sup> - احمد محمد موسى :المدخل الى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية ،مصر ،ب ط،2009،ص 21

ومنهزم وثقافتهم" وقد جاء تعريف الجمهور في "شوماك" أن الجمهور أكثر من مجرد مجموع او عدد من الأفراد، وانه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محدد وظروف حياة<sup>1</sup>.

## 2. السمات الاجتماعية للجمهور :

هناك نمطين رئيسين لتصنيف هذه السمات :

**1/2 السمات الاولية:** وهي التي لأدخل للفرد في اكتسابها بل تنتسب اليه وهي غير قابلة للتغيير وهي :

**1/1/2 النوع الجنس:** ويقسم فيها الجمهور الى ذكور و إناث، رجال ونساء اعتمادا على عوامل فيزيولوجية نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للوسائل الإعلامية "هذا الاختلاف يكون في الحاجات، المصالح، ودرجة قابلية كل نوع من حيث الإقناع .

**2/1/2 العمر أو السن:** يستخدم علماء السكان الفئات الخماسية أو العشرية لبيان الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة التصنيف في البحوث إلا أن هذه الفئات العمرية لا تقدم دلالات لتفسير السلوك الاتصالي للجمهور عبر مختلف مراحل العمر "، استخدمت البحوث المبكرة على جمهور وسائل الإعلام الفئات العشارية حسب طبيعة و أهداف الدراسة<sup>2</sup>.

**2/2 السمات المكتسبة :** هي كل السمات التي يتلقاها الفرد أثناء التنشئة الاجتماعية كعنصر ينتمي الى جماعة " كما اهتمت بحوث الإعلام في الدراسات الأولى بمعرفة السمات العامة، وهذا بغية تحديد أنماط السلوك ومحتوى الرسائل التي تعدها وسائل الإعلام لجمهورها( ) وهذه السمات تكون قابلة للتغيير مثلا: الدين، اللغة ، الإقامة، الدخل وتكون على مستويين :

**1/2/2 المستوى التعليمي:** "بحيث تمكنا هذه السمة من تحديد المعارف التي قد يتحصل عليها الفرد في حياته ارتباطا بوسطه الاجتماعي والفئة الاجتماعية التي توجه السلوك اتجاه الرسائل الإعلامية، ويعمل على إدماج فئة الأميين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية، لان هذه الفئة لا تقرأ ولكن تتعرض الى الصورة وتشاهد التلفزيون، وتستمع الى الإذاعة .

**2/2/2 الاقتصادية الحالة:** تعبر هذه السمة على قدرة الأفراد على اقتناء الوسيلة الإعلامية، واستهلاك السلع والخدمات، أن هناك باحثين قاموا بالترقية بين مستويات الدخل حيث أعطوا نوعين :

<sup>1</sup>- فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، درا أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ،ط1،2009، ص 202

<sup>2</sup>- على قسايسية، دراسة جمهور وسائل ومجلة الوسيط، دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الجزء2،2003، ص 53.

أ- وضع مستويات ثلاثية او خماسية مثل :عالية، متوسطة منخفضة، فوق المتوسط، متوسط، تحت المتوسط .

ب- وصف المؤشرات الدالة على الحالة الاقتصادية كمعدل دخل مثل 30 ألف دج أكثر من 40 ألف دج او كنوع السكن(فيلا، شقة ) او مكان الإقامة (حي راقى حي شعبي )، او ملكية احد .

### 3. خصائص جمهور وسائل الإعلام :

نظر الى جمهور وسائل الإعلام على أنه "مجرد حشد او عدد كبير من الناس لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، غير معروفين لدى القائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم اجتماعيا وليست لديهم القدرة على العمل في وحدة او في تنظيم اجتماعي متماسك، وعليه فإنهم يتعرضون لوسائل الاعلام، ويتأثرون بها بشكل فردي ، وانطلاقا من هذا التعريف تم تحديد اربع خصائص رئيسية للجمهور المستهدف في عملية الاتصال الجماهيري وهي :<sup>1</sup>

**1/3 ضخامة الحجم او كثرة العدد:** فالضخامة تتعدد بالكم الذي يحول دون الاتصال المباشر بين المرسل وأعضاء هذا الجمهور او التعامل معهم وجها لوجه عند تعرضهم لفترة قصيرة من الزمن، وقد أصبحت التطورات التقنية والتي تستهدف جمهورها في المناطق والأقاليم المتباعدة والمنشورة وتتخطى الحواجز السياسية والجغرافية للحصول عليها، ومنه لم يعد الحجم، والعدد محدود، بحدود الدولة او الإقليم، ولكن بالمدى الذي يصل اليه البث الإذاعي والتلفزيوني والمنطقة الجغرافية للصحف، كما ان الوسيلة الإعلامية لم تعد تضع في اعتبارها الحجم والعدد، نما حجم الجمهور المتلقين المحتمل على أساس إمكانات الوسيلة في الوصول اليه والتعامل معه من خلال الوسيلة الإعلامية.

### 2/3 التباين في سمات الأفراد:

على هذا الأساس يتم تصنيف أعضاء الجمهور الى فئات يجتمع فيها قدر من التشابه يرتبط بسمات او حدود الفئة (السن، المستوى، الحالة الاجتماعية.....) حيث يتم دراسة كل فرد من خلال انتمائه الى فئة من هذه الفئات كما ان السمات العامة لم تعد كافية لتقييم سلوك المتلقين واتجاهاتهم نحو عناصر العملية الإعلامية الأخرى، وان السمات الفردية والتي يتباين فيها الأفراد أيضا أصبحت مدخلا لتفسير هذه السلوك وهذه الاتجاهات.

<sup>1</sup> - على قسائسية، مرجع سبق ذكره ، ص 199.

**خلاصة الفصل:**

يعتبر الجمهور العنصر الأكثر أهمية في عملية الاتصال الجماهيري، وجمهور هذه الأيام هو جمهور وسائل الاتصال يتميز بان عدده كبير ومنتشر في أنحاء العالم وهو جمهور متنوع من تركيباته الاجتماعية والاقتصادية، ويعتبر وجود الجمهور سببا في وجود وسائل الاتصال فدراسة الجمهور الذي يتلقى الرسالة الإعلامية يعتبر الخطوة الأساسية لإعداد وترتيب البرامج الرياضية

# الجانب التطبيقي للدراسة

### تمهيد :

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

في هذا الفصل سنتطرق إلى أهم الإجراءات الميدانية التي اتبعناها في هذه الدراسة، و من أجل الحصول على نتائج يمكن الوثوق واعتبارها نتائج موضوعية.

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

1/ الدراسة الاستطلاعية: البحوث الاستطلاعية هي تلك البحوث التي تتناول موضوعات جديدة لم يتطرق إليها أي باحث من قبل وال تتوفر عنها بيانات أو معلومات أو حتى يجهل الباحث كثيرا من أبعادها و جوانبها وفي دراستنا الاستطلاعية، توجهنا إلى طلبة جامعة عمار ثليجي الأغواط ، من أجل اختيار عينة بحثنا وتقديم الاستبيان لهم، وهذا من أجل تشخيص وجمع المعلومات والأفكار والتحقق من الفرضيات. ومن خلال هذه الدراسة تمكنا من وضع الاستبيان .

2/ المجال المكان والزمني :المجال المكاني :تم توزيع استمارة الاستبيان على مجموعة من طلبة طلبة جامعة عمار ثليجي الأغواط ، ويقدر عددهم بـ 50 طالب وطالبة.  
المجال الزمني:

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

### 3/الشروط العلمية للأداة:

الصدق :يقصد بالصدق "شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل وفي وضوح فقراتها ومفرداتها بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها " و للتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا باستخدام صدق المحكمين كأداة للتأكد من أن الاستبيان يقيس ما أعده له حيث قمنا بتوزيع الاستبيان على عدد الطلبة بجامعة عمار ثليجي الأغواط الرياضية و باعتماد على الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون، قمنا بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم حذف بعض العبارات والأسئلة و تغيير صياغة بعضها الآخر.

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

أدوات الدراسة :من أجل الإلمام بالموضوع من كل جوانبه تم استخدام أداة لجمع البيانات وهي، استمارة استبيان.

الاستبيان: تعرف على أنه أداة من أدوات الحصول على الحقائق والبيانات والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات عن طريق الاستبيان من خلال وضع استمارة الأسئلة، ومن بين مزايا هذه الطريقة والاقتصاد في الوقت والجهد، كما أنها تساهم في الحصول على بيانات من العينات في أقل من وقت بتوفير شروط صدق وثبات وموضوعية.

وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.

الاستمارة الاستبائية هي مجموعة من الأسئلة المترابطة بطريقة منهجية.

لقد استعملنا من أجل الوصول إلى الحقيقة، الاستبيان الموجه إلى الطلبة كي نحصل على أكبر عدد من المعلومات، وللتأكد من صحة الفرضيات بعد تحليل النتائج، وإعطاء اقتراحات و توضيحات لفتح المجال أمام دراسات أخرى أكثر تعمقا في هذا الموضوع.

ينقسم الاستبيان من حيث أنواع الأسئلة المطروحة إلى ثلاثة أنواع:

- الأسئلة المغلقة أو محدودة الإجابات: في هذا النوع من الأسئلة يحدد الباحث الإجابات الممكنة أو المحتملة لكل سؤال ويطلب من المجيب اختيار أحدها أو أكثر.
- الأسئلة المفتوحة أو الحرة: في هذا النوع من الأسئلة يترك للمبحوث حرية الإجابة عنها بطريقته ولغته وأسلوبه الخاص الذي يراه مناسباً.
- الأسئلة المغلقة المفتوحة: في مثل هذا النوع من الأسئلة يطرح الباحث في البداية سؤال مغلقاً أي يحدد فيه الإجابة المطلوبة ويترك للمبحوث تحليل إجابته.

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

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

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

**النسبة المئوية:** بما أن البحث كان مختصراً على البيانات التي يحتويها الاستبيان فقد وجد أن أفضل وسيلة إحصائية لمعالجة النتائج المتحصل عليها هو استخدام النسبة المئوية.

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

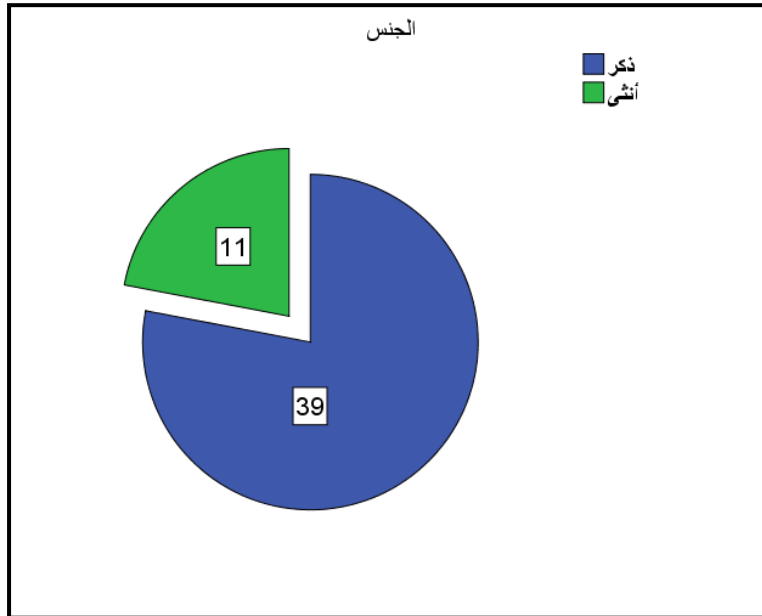
4/ الاختبارات ذات الدلالة الإحصائية الثبات: يعي الثبات أن يحقق الاختبار نفس نتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس الأفراد، ويتم التعرف على صدق النتائج بعدة طرق من بينها إعادة الاختبار.

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	39	78%
أنثى	11	22%
الإجمالي	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

الشكل رقم 01: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

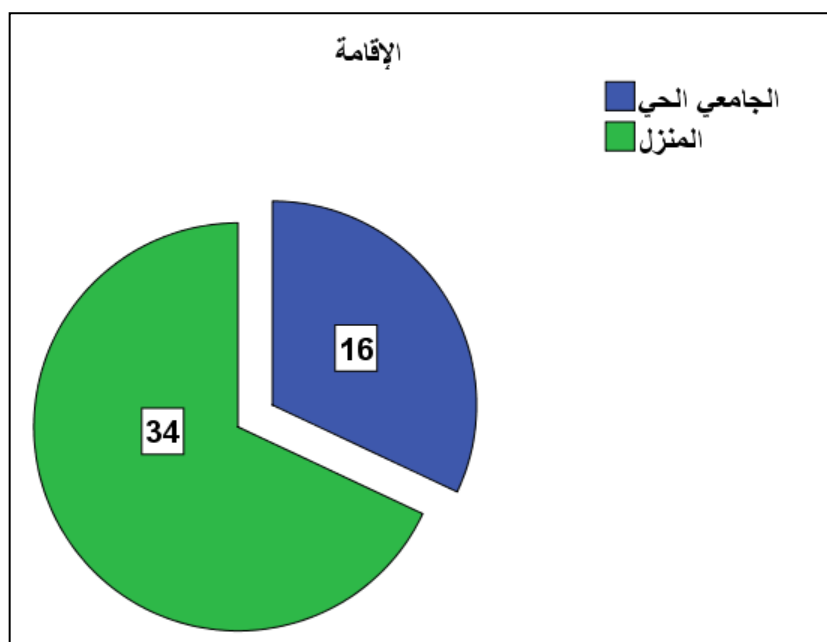
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرد، نلاحظ أن عدد الذكور قدر بـ 39 فرد أي بنسبة 78% في حين نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ 11 فرد أي ما نسبته 22%.

الجدول رقم 02 يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
الحي الجامعي	16	32%
المنزل	34	68%
الإجمالي	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

الشكل رقم 02 يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

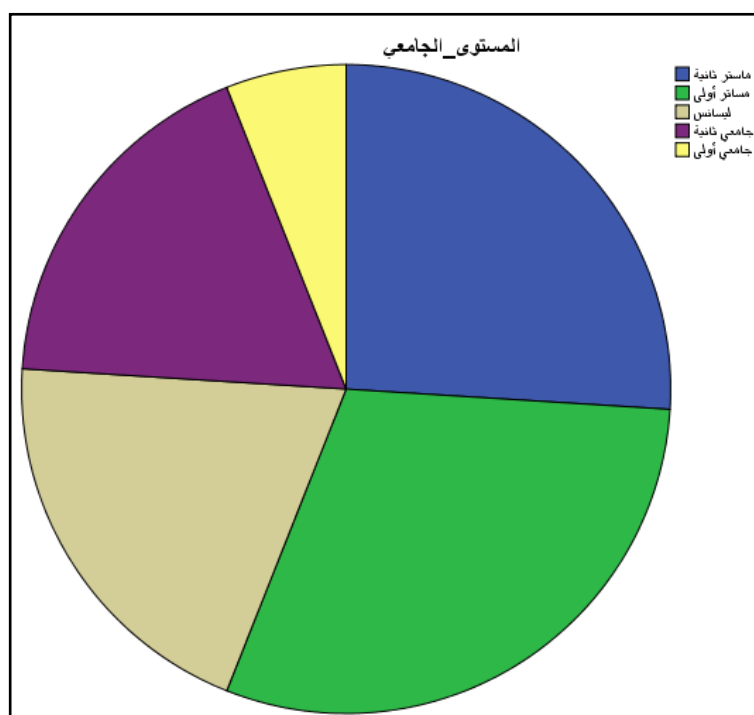
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرد نلاحظ أن فئة الأفراد الذين يقيمون في "الحي الجامعي" قدرت بـ 16 فرد بنسبة 32%. أما فئة الأفراد الذين يقيمون في المنزل " قدرت بـ 34 فرد بنسبة 68%.

الجدول رقم 03 : يوضح توزيع أف ارد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
26,00%	13	الأولى ماستر
30,00%	15	الثانية ماستر
20,00%	10	ليسانس
18,00%	9	سنة ثانية جامعي
06,00%	3	سنة أولى جامعي
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

الشكل رقم 03 : يوضح توزيع أف ارد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرد، نلاحظ أن فئة المستوى التعليمي " الأولى ماستر" قدرت بـ 13 أفراد بنسبة 26 % أما فئة الأفراد مستوى التعليمي " الثانية ماستر" قدرت بـ 15 فرد أي بنسبة 30 %، في حين نلاحظ أن فئة الأفراد مستوى التعليمي "ليسانس" قدرت بـ 10 فرد أيضاً أي بنسبة 20 % أما فئة الأفراد مستوى التعليمي "سنة ثانية"

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

قدرت بـ 09 فرد أي بنسبة 18 % أما فئة الأفراد مستوى التعليمي "أولى ثانية قدرت بـ 03 فرد أي بنسبة 06%.

5/ عرض النتائج وتفسيرها:

1/5 عرض وتحليل النتائج :

أ/ تحليل البيانات الوصفية:

ب / تحليل ومناقشة أسئلة الاستبيان:

المحور الأول: عادات و أنماط استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أثناء البحث عن المعلومة الرياضية.

السؤال 01 : أين يتم استخدامك لشبكة الأنترنت؟

الجدول رقم 04 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 01

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
34%	17	الحي الجامعي
66%	33	المنزل
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 04 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 01 بالبديل " المنزل" وقد بلغ عددهم 33 فرد بنسبة مئوية بلغت 66 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الجامعة " والبالغ عددهم 17 أفرد بنسبة مئوية قدرت بـ 34%.

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 04 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يتم استخدامك لشبكة الأنترنت في المنزل .

السؤال 02 : منذ متى و أنت تشترك في موقع الفاسبوك ؟

الجدول رقم 05 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 02

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
02%	1	سنة
28%	14	سنتان
70%	35	أكثر من ثلاث سنوات
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 05 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 02 بالبديل " سنة " وقد بلغ عددهم 01 فرد بنسبة مئوية بلغت 02 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " سنتان " والبالغ عددهم 14 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ثلاث سنوات " والبالغ عددهم 35 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 70%.

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 05 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يشتركون في موقع الفاسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.

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

الجدول رقم 06 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 03

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
4,00%	2	الصباح
18,00%	9	المساء
78,00%	39	الليل
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

من خلال الجدول رقم 06 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 03 بالبديل " الصباح " وقد بلغ عددهم 02 فرد بنسبة مئوية بلغت 04 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " المساء " والبالغ عددهم 09 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الليل " والبالغ عددهم 39 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 78%.

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 06 نستنتج أن أغلب أفراد العينة الفترة المفضلة لك في استخدام الفاسبوك هي الليلي.

السؤال 04 : زيارتك لموقع الفاسبوك هل تكون ؟

الجدول رقم 07 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 04

بدائل الإجابة على السؤال رقم 04	التكرار	النسبة المئوية
بصفة يومية	19	38,0%
أسبوعية	5	10,0%
في أوقات الفراغ	26	52,0%
الإجمالي	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 07 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 04 بالبديل " بصفة يومية " وقد بلغ عددهم 19 فرد بنسبة مئوية بلغت 38 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أسبوعية " والبالغ عددهم 05 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 10% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " في أوقات الفراغ " والبالغ عددهم 26 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 52%.

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 07 نستنتج أن أغلب أفراد العينة زيارتهم لموقع الفاسبوك تكون في أوقات الفراغ .

الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

السؤال 05 : ما معدل الوقت الذي تقضيه في استخدامك للفاسبوك؟

الجدول رقم 08 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 05

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
16,0%	8	أقل من ساعة
22,0%	11	ساعة
28,0%	14	ساعتين
34,0%	17	أكثر من ساعتين
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 08 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 05 بالبديل " أقل من ساعة " وقد بلغ عددهم 08 فرد بنسبة مئوية بلغت 16 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ساعة " والبالغ عددهم 11 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 22% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ساعتين " والبالغ عددهم 14 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28% أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ساعتين " والبالغ عددهم 17 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 34%

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 08 نستنتج أن أغلب أفراد العينة معدل الوقت الذي تقضيه في استخدامك للفاسبوك هي أكثر من ساعتين .

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

الجدول رقم 09 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 06

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
64,0%	32	العربية
20,0%	10	الفرنسية
16,0%	8	الإنجليزية
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

من خلال الجدول رقم 09 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 06 بالبديل " العربية " وقد بلغ عددهم 32 فرد بنسبة مئوية بلغت 64 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الفرنسية " والبالغ عددهم 10 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 20% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الإنجليزية " والبالغ عددهم 08 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 16% .

الاستنتاج :من خلال النتائج المبنية في الجدول رقم 09 نستنتج أن أغلب أفراد العينة اللغة التي تستعملها في استخدامك لموقع الفاسبوك هي العربية .

السؤال 07 : ما هي الحاجات التي تلبها لك هاته الخصائص ؟

الجدول رقم 10 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 07

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
30,0%	15	الحاجة للتفاعل الاجتماعي
32,0%	16	الحاجة للحصول على المعلومات المتنوعة
24,0%	12	الحاجة للهروب من الضغوط اليومية
14,0%	7	الحاجة للاسترخاء و اللهو و التسلية و قضاء وقت الفراغ
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 10 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 07 بالبديل " الحاجة للتفاعل الاجتماعي " وقد بلغ عددهم 15 فرد بنسبة مئوية بلغت 30 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحاجة للحصول على المعلومات المتنوعة " والبالغ عددهم 16 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 32% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحاجة للهروب من الضغوط اليومية " والبالغ عددهم 12 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 24% أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحاجة للاسترخاء و اللهو و التسلية و قضاء وقت الفراغ " والبالغ عددهم 07 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 14% .

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 10 نستنتج أن أغلب أفراد العينة الحاجات التي تلبها لك هاته الخصائص هي الحاجة للحصول على المعلومات المتنوعة.

السؤال 08 : ماهي المعلومات الأكثر استقطابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم 11 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 08

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
2,0%	1	السياسية
36,0%	18	الاجتماعية
62,0%	31	الرياضية
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 11 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 08 بالبديل " السياسية " وقد بلغ عددهم 01 فرد بنسبة مئوية بلغت 02 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاجتماعية " والبالغ عددهم 18 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 36% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الرياضية " والبالغ عددهم 31 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 62 %.

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 11 نستنتج أن أغلب أفراد العينة المعلومات الأكثر استقطاباً عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الرياضية .

السؤال 09 : هل تجد أن المعلومات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي موضوعية؟

الجدول رقم 12 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 09

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 09
94,0%	47	نعم
6,0%	3	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 12 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

رقم 09 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 47 فرد بنسبة مئوية بلغت 94 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 03 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 06% .

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 12 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يجدون أن المعلومات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي موضوعية.

السؤال 10 : هل تحاول التأكد من صحة المعلومة الرياضية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى ؟

الجدول رقم 13 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 10

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
80,0%	40	نعم
20,0%	10	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 13 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 10 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 40 فرد بنسبة مئوية بلغت 80 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 10 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 20% .

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 13 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يحاولون التأكد من صحة المعلومة الرياضية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى.

السؤال 11 : هل تدخل في مجموعات مع زملائك على الفاسبوك و تتحدث معهم حول الشؤون الرياضية ؟

الجدول رقم 14 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 11

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
80,0%	40	نعم
20,0%	10	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

من خلال الجدول رقم 14 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 11 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 40 فرد بنسبة مئوية بلغت 80 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 10 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 20% .

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 14 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يدخلون في مجموعات مع زملائك على الفاسبوك و تتحدث معهم حول الشؤون الرياضية.

السؤال 12 : هل تجد أن ذلك يسهم في بناء وعي رياضي ؟

الجدول رقم 15 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 12

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
78,0%	39	نعم
22,0%	11	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 15 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 12 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 39 فرد بنسبة مئوية بلغت 78 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 11 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 22% .

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 15 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يجدون أن يدخلوا في مجموعات مع زملائك على الفاسبوك و تتحدث معهم حول الشؤون الرياضية يسهم في بناء وعي رياضي ؟

السؤال 13 : هل تحاول تبادل المعلومات الرياضية في حينها

الجدول رقم 16 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 13

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
78,0%	39	نعم
22,0%	11	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 16 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 13 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 39 فرد بنسبة مئوية بلغت 78 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 11 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 22% .

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 16 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يحاولون تبادل المعلومات الرياضية في حينها.

السؤال 14 : كيف تقيم طبيعة المناشير الرياضية التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص زرع قيم التسامح و الروح الرياضية ؟

الجدول رقم 17 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 14

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
46,0%	23	جيدة
42,0%	21	مقبولة
10,0%	5	متعصبة
2,0%	1	متعصبة جداً
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 17 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 14 بالبديل " جيدة " وقد بلغ عددهم 23 فرد بنسبة مئوية بلغت 46 % أما المجموعة الثانية

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مقبولة " والبالغ عددهم 21 أفرد بنسبة مئوية قدرت بـ 42% . أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متعصبة " والبالغ عددهم 05 أفرد بنسبة مئوية قدرت بـ 10% أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متعصبة جدا " والبالغ عددهم 01 أفرد بنسبة مئوية قدرت بـ 02% .

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 17 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقيمون طبيعة المناشير الرياضية التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص زرع قيم التسامح و الروح الرياضية بجيدة .

السؤال 15 : هل تجد أن تبادل الأخبار والأفكار الرياضية مع الآخرين يسهم في الرفع من الروح الرياضية في حال اتسمت طبيعة المناشير بالموضوعية ؟

الجدول رقم 18 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 15

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
92,0%	46	نعم
08,0%	04	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 18 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 15 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 46 فرد بنسبة مئوية بلغت 92% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 04 أفرد بنسبة مئوية قدرت بـ 08% .

الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 18 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يجدون أن تبادل الأخبار والأفكار الرياضية مع الآخرين يسهم في الرفع من الروح الرياضية في حال اتسمت طبيعة المناشير بالموضوعية.

السؤال 16 : هل تشترك في مجموعات الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم 19 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 16

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 16
56,0%	28	نعم
44,0%	22	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 19 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 16 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 28 فرد بنسبة مئوية بلغت 56 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 22 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 44% .

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 19 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يشتركون في مجموعات الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال 17 : هل تثق في المضامين الرياضية مجهولة المصدر أو تلك المنشورة من طرف الهواة / غير المتخصصين؟

الجدول رقم 20 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 17

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 17
58,0%	29	نعم
42,0%	21	لا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 20 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 17 بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم 29 فرد بنسبة مئوية بلغت 58 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم 21 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 42% .

## الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 20 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يتقون في المضامين الرياضية مجهولة المصدر أو تلك المنشورة من طرف الهواة / غير المتخصصين.

السؤال 18 : هل تدخل في حوارات حول قضايا رياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 21 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 18

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
30,0%	15	دائما
56,0%	28	أحيانا
14,0%	7	نادرا
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 21 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 50 فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 18 بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم 15 فرد بنسبة مئوية بلغت 30 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم 28 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 56% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم 07 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 14% .

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 21 نستنتج أن أغلب أفراد العينة أحيانا يدخلون في حوارات حول قضايا رياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

السؤال 19 : هل تجد أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفاسبوك يعزز الوعي الرياضي وقيم التسامح خاصة في الصفحات الرياضية؟

الجدول رقم 22 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 19

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 19
60,0%	30	أغادر
40,0%	20	أقتع
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 22 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 19 بالبديل " أغانر " وقد بلغ عددهم 30 فرد بنسبة مئوية بلغت 60 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أفقع " والبالغ عددهم 20 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 40%

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 22 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يجدون المغادرة خير من أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفاسبوك يعزز الوعي الرياضي و قيم التسامح خاصة في الصفحات الرياضية.

السؤال 20 : هل تجد أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفاسبوك يعزز الوعي الرياضي و قيم التسامح خاصة في الصفحات الرياضية؟

الجدول رقم 23 يوضح إجابات أفراد عينة على السؤال رقم 20

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 20
4,0%	2	عالية جدا
30,0%	15	عالية
60,0%	30	متوسطة
6,0%	3	ضعيفة
100%	50	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج الإحصاء SPSS

من خلال الجدول رقم 23 أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 50 فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم 20 بالبديل " عالية جدا " وقد بلغ عددهم 02 فرد بنسبة مئوية بلغت 04 % أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عالية " والبالغ عددهم 15 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 30% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسطة " والبالغ عددهم 30 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 60% ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ضعيفة " والبالغ عددهم 03 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 06% الاستنتاج :من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 23 نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفاسبوك يعزز الوعي الرياضي و قيم التسامح خاصة في الصفحات الرياضية و يجدونها متوسطة .

خاتمة

## خاتمة

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

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

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

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

# قائمة المراجع

## 1/ المصادر و المراجع :

- 1) احمد محمد موسى :المدخل الى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية ،مصر ،ب ط،2009..
- 2) خير الدين علي موسى، عصام الهلالي :الاجتماع الرياضي، دار الفكر، القاهرة،1997 .
- 3) طاهر أبو زيد دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية رسالة ماجستير منشورة جامعة الأزهر غزة فلسطين 2012.
- 4) طه نجم ، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل العالم الجديدة ومستوى المعرفة السياسية مجلة جانفي جامعة السلطان قابوس سلطة عمان ع4 2011 .
- 5) الطيار، فهد بن علي 2014 ،شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا ،) العربية للدراسات الأمنية والتدريب، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، المملكة العربية السعودية .
- 6) عامر، عبد الناصر السيد 2013 ، سباب وعواقب إدمان الإنترنت، مدخل نموذج المعادلة البنائية ، مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية لدول الخليج .
- 7) عباس صادق العالم الجديد الوسائل والمفاهيم والتطبيقات ط 1 عمان :دار الشروق للنشر والتوزيع 2008 .
- 8) عبد الكريم الدبسي زهير الطاهات دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية مجلة دراسات ج40 ع1 2013 .
- 9) عبد الكريم، حبيب مجدي 1996 ، التقويم والقياس النفسي في التربية وعلم النفس، مكتبة النهضة المصرية، ط1 ، القاهرة.
- 10) عبد الله الرشدان :علم الاجتماع و التربية، ط1،دار الشروق،الأردن،1990.
- 11) عبد المنعم، محمد محمد ؛ الطاهر، الرشيد إسماعيل و غريب، زينب عبد الرازق 2016 ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل ، العلمية لكلية التربية، جامعة المنيا .
- 12) علي قسايسية، دراسة جمهور وسائل ومجلة الوسيط، دوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، الجزء2،2003 .
- 13) علي رحومة الأنترنيت والمنظومة التكنو-اجتماعية ط 1 بيروت مركز دراسات الوحدة العربية 2005.

14) فارس عطوان، الفضاءيات العربية ودورها الإعلامي، درا أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.

15) فضل الله ، وائل مبارك خضر 2011 ، رأث الفيس بوك علي المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط 1 ، الخرطوم .

16) فؤاد حيدر: علم الاجتماع، دراسات نظرية و تطبيقية، ط0 ،دار الفكر العربي، بريوت، 1994 .

17) قاسمي، أحمد وجداي، سليم 2019 ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول -الخليجية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط 1 ، برين، ألمانيا.

18) قطبي، رضوان 2019 ، شبكات التواصل الاجتماعي والفعل الاحتجاجي بالمغرب : حركة المقاطعة أنموذجا، مجلة اتجاهات سياسية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد07 .

## 2/الرسائل و المذكرات و المجلات و المواقع

19) سعود كاتب العالم الجديد و قضايا المجتمع التحديات و الفرص ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني لإعلام الإسلامى جامعة الملك عبد العزيز جدة السعودية ديسمبر 2011 .

20) محمد قبيعة تطبيقات الأنترنت دار العربية للعلوم والثقافة القاهرة ط1 1998 .

21) أخبار العرب 24 العالم العربي على الأنترنت 2014 يونيو 2014 قطر  
[/http://alarab24.com/technology/2014/6/6/82342](http://alarab24.com/technology/2014/6/6/82342)

22) أحمد مسعودان العيد وارم استخدام وسائل الاتصال والإعلام الجديدة وعلاقته بالعزلة الاجتماعية دراسة تحليلية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري مجلة كلية التربية جامعة الأزهر ع 151 ج 1 كانون الأول 2012 .

23) أحمد حمودة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية رسالة ماجستير جامعة الدول العربية القاهرة ديسمبر 2013.

24) مريم نومار استخدام مواقع الاجتماعية وتأثيري في العالقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر -باتنة - الجزائر . 2012/2011

25) مؤتمر العربي-الأوربي تمكين الشباب و منظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط ورقة مقدمة في العربي-الأوربي مالطا 22-24مارس 2012

- (26) بوسنان، رقية 2016 ، صورة الغرب في الخطاب الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مجلة حوليات جامعة الجزائر 1 ، العدد 29 ، الجزء 01 .
- (27) بوطبال، سعد الدين 2017 ، استخدام الإنترنت وعلاقته بالانحراف السلوكي لدى الشباب في ضوء العولمة الثقافية والإعلامية، المركز الجامعي أحمد زبانا غليزان، مجلة الدراسات الاجتماعية والنفسية والانتروبولوجية، العدد 08 .
- (28) قدورة، سوسن حسن علي 2018 ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة ، السودان ،رسالة دكتوراه في علم النفس التربوي، قسم علم النفس التطبيقي، كلية التربية -حنتوب، جامعة الجزيرة، السودان .
- (29) كباجة، سناء عادل ابراهيم 2015 ، التغير القيمي وعلاقته بهوية الذات والاعتراب النفسي لدي طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ، رسالة ماجستير في الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.
- (30) كنعان، أريج 2012 ، الاغتراب والوجودية في أغاني الحارس المتعب لبيلند الحيدري ، مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة بغداد، العدد 102 .
- (31) عبيدش، صونية 2016 ، الشبكات الاجتماعية الإنترنت " رؤية إستراتيجية" ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي ، العدد 20 .
- (32) العوضي، رأفت محمد سعيد 2017 ، الأجهزة الذكية وضوابط الحوار الاجتماعي والأسري للابناء من وجهة نظر الآباء ، مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر ، العدد 01 .
- (33) عيساني، رحيمة 2013 ، اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد الإ، نترنت وتطبيقاتها أنموذجا ، المؤتمر الدولي حول اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، المنعقد بدبي، أيام /7/ 10 ماي 2013 ، متاح على موقع : <https://www.org.alarabiahconferences.org>

# قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالأغواط



كلية العلوم كلية علوم الإعلام و الاتصال

قسم الإعلام و الاتصال

..... تخصص

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته في إطار الإعداد لمذكرة نيل شهادة الماستر بعنوان تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعل بين الجماهير و الرياضيين دراسة حالة على عينة من الجمهور المتفاعل مع صفحات الرياضيين نرجو منكم تخصيص جزء من وقتكم الثمين والاطلاع على كل عبارة من عبارات الاستبيان والإجابة عليها بكل دقة وموضوعية والذي سيساعدنا في إنجاز بحثنا هذا ويكسبه الواقعية.

كما نخططكم علما بأن إجاباتكم ستعامل بمهنية السرية وسوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي ، لذا نرجو من سيادتكم تقديم المساعدة في إتمام هذه الدراسة من خلال الإجابة على الأسئلة المطروحة عليكم بدقة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، عمما أن إجاباتكم سوف تستخدم أغراض البحث العلمي.

تقبلوا منا فائق الشكر، الاحترام والتقدير على تعاونكم .

إشراف الأستاذ :

من إعداد الطالبين:

- د. . ساحي علي

.....

-

.....

-

السنة الجامعية: 2023-2024

## الجزء الأول : البيانات الشخصية .

يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

1. الجنس : ذكر
2. الإقامة : الحي الجامعي  ل
3. المستوى الجامعي : الثانية ماستر  ماستر   جامعي
- أول جامعي

المحور الأول :

عادات و أنماط استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أثناء البحث عن المعلومة الرياضية.

1. أين يتم استخدامك لشبكة الأنترنت ؟

المنزل

الجامعة

..... فضاءات أخرى اذكرها

2. منذ متى وأنت تشترك في موقع الفاسبوك ؟

سنة

سنتان

أكثر من ثلاث سنوات

3. ما هي الفترة المفضلة لك في استخدام الفاسبوك ؟

الصباح

المساء

الليل

4. زيارتك لموقع الفاسبوك هل تكون ؟

بصفة يومية .

أسبوعية .

في أوقات الفراغ

5. ما معدل الوقت الذي تقضيه في استخدامك للفاسبوك؟

أقل من ساعة

ساعة

• ساعتين

• أكثر من ساعتين

6. ما هي اللغة التي تستخدمها في استخدامك لموقع الفاسبوك؟

• العربية

• الفرنسية

• الإنجليزية

• لغات أخرى

7. ما هي الحاجات التي تلبّيها لك هاتاه الخصائص؟

• الحاجة للتفاعل الاجتماعي

• الحاجة للحصول على المعلومات المتنوعة

• الحاجة للهروب من الضغوط اليومية

• الحاجة للاسترخاء و اللهو و التسلية و قضاء وقت الفراغ

المحور الثاني:

الإشباع المحققة في المجال الرياضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و مدى إسهامها في تكوين رأي عام رياضي متزن.

1. ما هي المعلومات الأكثر استقطابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

• السياسية

• اجتماعية

• رياضية

2. هل تجد أن المعلومات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي موضوعية؟

• نعم

• لا

3. هل تحاول التأكد من صحة المعلومة الرياضية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى؟

• نعم

• لا

4. هل تدخل في مجموعات مع زملائك على الفاسبوك و تتحدث معهم حول الشؤون الرياضية؟

• نعم

• لا

5. هل تجد أن ذلك يسهم في بناء وعي رياضي؟

نعم

لا

6. هل تحاول تبادل المعلومات الرياضية في حينها:

نعم

لا

المحور الثالث: دور المضامين الرياضية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي نعالج الفاييس بوك هنا نفس الملاحظة في زرع قيم التسامح و بناء الوعي الرياضي .

1. كيف تقيم طبيعة المناشير الرياضية التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص زرع قيم التسامح و الروح الرياضية

جيدة

مقبولة

متعصبة

متعصبة جدا

2. هل تجد أن تبادل الأخبار والأفكار الرياضية مع الآخرين يسهم في الرفع من الروح الرياضية في حال اتسمت طبيعة المناشير بالموضوعية؟

نعم

لا

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

نعم

لا

4. هل تتق في المضامين الرياضية مجهولة المصدر أو تلك المنشورة من طرف الهواة / غير المتخصصين؟

نعم

لا

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

دائما

أحيانا

• نادرا

6. هل تجد أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفاسبوك يعزز الوعي الرياضي و قيم التسامح خاصة في الصفحات الرياضية؟

• أغادر

• أقنع

7. هل تجد أن الدخول في حوارات رياضية بين مشتركى الفاسبوك يعزز الوعي الرياضي و قيم التسامح خاصة في الصفحات

الرياضية؟

• عالية جدا

• عالية

• متوسطة

• ضعيفة



