

جامعة عمار ثليجي بالأغواط  
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
التخصص : اتصال وعلاقات عامة -



الموضوع :

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين  
الرياضية عبر الفيسبوك ومدى تفاعلهم معها  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة \_ الأغواط \_

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الاستاذ :

عطاء الله طريف

إعداد الطالبين :

عادل شعيب

محي الدين قلوزة

لجنة المناقشة

رئيساً	أستاذة محاضرة	د/أيت قاسي ذهبية
مشرفاً ومقرراً	أستاذ محاضر	د/عطاء الله طريف
عضواً مناقشاً	أستاذة قسم علم الاجتماع والديموغرافيا	أ/ عابد فاطمة

السنة الجامعية 2018/2019





# تشكر

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله، ومن أسدى إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تستطيعوا فأدعوا له"

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة، نعمة العلم والبصيرة

يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى أستاذنا الفاضل المشرف على هذا العمل "طريف عطاء الله على مجهوداته التي بذلها والتوجيهات التي قدمها والثقة التي وضعها فينا لإتمام هذا العمل المتواضع.

والى كافة أساتذة جامعة عمار ثليجي بالأغواط وعلى رأسهم أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال ولا ننسى أن نقدم امتناننا وتقديرنا إلى كل من قدم لنا يد العون من قريب أو بعيد، وحفزنا على إتمام هذا العمل.

شكرا لمرافقتكم لنا في مشوارنا الدراسي

# \* الأهداء \* هدايا

اهدي هذا العمل إلى:

\* منبع الحنان و العطاء، التضحية و التحدي، من صدرها بيت للعالم، من حنانها يسع الدنيا

بأكملها من علمتني الطيبة، المحبة و العطاء، أمي الغالية\*

\* سندي في هذه الدنيا، من أفني عمره و شبابه من أجل تربيتنا و تعليمنا رمز الكفاح و

المثابرة، أخي شخص على قلبي أبي العنون\*

\* إلى صديقي وأخي العزيز محي الدين قلوزة أهدي ها العمل \*

\* إلى كل من ساهم ولو بكلمة من بعيد أو قريب \*

عادل

# \* الأهداء \* ع

\* إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها... إلى من منحتني نور الحياة، إلى من سارت معي في دربي الطويل... إلى أروع هدية في حياتي، إلى ينبوع العنان و العطاء إليك أمي الغالية ربناك الله دواما.

\* إلى تاج راسي و قدوتي في العمل، إلى الذي رباني على الفضيلة و الشهادة و الأخلاق، إلى أبي العزيز.

" اللهم احفظهما و أطل عمرهما و اجعلهما سندا في الدنيا "

\* إلى صديقي وأخي العزيز عادل شعيب أهديها العمل \*

\* إلى كل من ساهم ولو بكلمة من بعيد أو قريب \*

محي الدين

الفهرس

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	الشكر
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة
أ- ب	مقدمة
الإطار المنهجي :	
18	الإشكالية.
19	تساؤلات الدراسة.
19	أهداف الدراسة.
19	أسباب إختيار الموضوع.
20	أهمية الدراسة.
20	مجال الدراسة
20	نوع الدراسة ← البحوث الوضعية.
21	منهج الدراسة.
22	عينات الدراسة
23	أدوات جمع البيانات.
24	تحديد المصطلحات والمفاهيم .
26	الدراسات السابقة.
الإطار النظري :	
الفصل الأول : مدخل إلى الاتجاه.	
30	تمهيد
31	المبحث الأول : تعريف الاتجاه و خصائصه.
31	المطلب الأول : تعريف الاتجاه .
31	المطلب الثاني : خصائص الاتجاه.
33	المبحث الثاني : أنواع الاتجاه و وظائفه.
33	المطلب الأول : أنواع الاتجاه.
34	المطلب الثاني : وظائف الاتجاه.
35	المبحث الثالث : مكونات الاتجاه ومراحل تكوينه.

35	المطلب الأول : مكونات الاتجاه.
36	المطلب الثاني : مراحل تكوين الاتجاه.
37	خلاصة الفصل
الفصل الثاني : المضامين الرياضية عبر الفيسبوك.	
39	تمهيد
40	المبحث الأول : مدخل إلى الإعلام الرياضي
40	المطلب الأول : تعريف الإعلام الرياضي و أهدافه.
41	المطلب الثاني : عناصر و أنواع الإعلام الرياضي.
42	المطلب الثالث : خصائص و أهمية الإعلام الرياضي.
44	المبحث الثاني : مدخل إلى وسائل الإعلام الحديثة "فيسبوك".
44	المطلب الأول : مفهوم الفيسبوك ونشأته.
46	المطلب الثاني : سلبيات و إيجابيات الفيسبوك.
48	المبحث الثالث : الصفحات الرياضية عبر الفيسبوك
48	المطلب الأول : تعريف الصفحات الرياضية وفوائدها.
48	المطلب الثاني : مضمون الصفحات الرياضية.
50	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : الإطار التطبيقي.	
52	1- تفريغ و تحليل البيانات الميدانية.
71	2- النتائج الجزئية للدراسة.
73	3- النتائج العامة للدراسة
75	- خاتمة
77	قائمة المصادر و المراجع.
80	قائمة الملاحق.

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
52	يمثل توزيع أفراد العينة حسب توزيع فئة السن.	01
53	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.	02
54	يمثل مدة امتلاك حساب فيسبوك.	03
54	يمثل عبر أي وسيط يستخدم الفيسبوك.	04
55	يمثل الفترات الزمنية التي يستخدم فيها الفيسبوك	05
55	يمثل كيفية التفاعل مع منشورات الفيسبوك	06
56	يمثل مدى الاهتمام بالمضامين الرياضية	07
56	يمثلا لمضامين الرياضية التي تتعرض لها أفراد العينة.	08
57	يمثل درجة اهتمام أفراد العينة بالمضامين الرياضية	09
57	يمثل كيفية التفاعل مع المضامين الرياضية	10
58	يمثل أكثر المضامين الرياضية تفضيلا	11
59	يمثل التعرف على أهم نتائج الدوريات الأوربية	12
59	يمثل لمعرفة آخر المستجدات الرياضية	13
60	يمثل التفاعل مع الآخرين حول نتائج المنافسات الرياضية	14
60	يمثل أخبار المنافسات وانتقالات نجوم كرة القدم	15
61	يمثل الإطلاع على واقع المنافسات الرياضية المحلية	16
61	يمثل الاطلاع على واقع المنافسات الدولية	17
62	يمثلا لمواضيع الأكثر إثارة	18
62	يمثل الإطلاع على آراء المستخدمين	19
63	يمثل امتياز المضامين الرياضية بالدقة والمصداقية	20
63	يمثل امتياز المواضيع الرياضية بالموضوعية في الطرح	21
64	يمثل مخاطبة المضامين جميع الفئات	22
64	يمثل امتياز المضامين بالتجدد والآنية	23

65	يمثل مساهمة المضامين في تنمية الروح الوطنية	24
65	يمثل استخدام المضامين تزيد من الثقافة في المجال	25
66	يمثل مساهمة المضامين الرياضية بالتعريف بالنجوم	26
66	يمثل القائمون على المضامين الرياضية لا يمتازون بالكفاءة	27
67	يمثل عمل المضامين الرياضية على زيادة المعارف الرياضية	28
68	يمثل عن اشباع المضامين الرياضية للحاجات و الرغبات.	29
68	يمثل الشعور بالرضا حول المضامين المقدمة عبر الفيس بوك	30
69	يمثل الشعور أفراد العينة بالرضا عند فوز النادي الذي يشجعونه	31
69	يمثل الشعور بالفرح عند تسجيل أحد النجوم المعجب بهم هدف	32
70	يمثل الشعور بالفرح عند فوز أحد العدائين الكبار لأي سباق	33

# ملخص الأبحاث الستة

ملخص الدراسة :

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى تفاعلهم معها ، دراسة ميدانية على طلبة جامعة عمار ثليجي قسم اعلام واتصال، من إعداد عادل شعيب ومحي الدين قلوزة باشراف : عطاء الله طريف

هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات طلبة عمار ثليجي بقسم اعلام واتصال نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك وكيفية التفاعل معها واعتمد الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوب المسح الي يلائم وسيحقق أهداف الدراسة ، وقد تم إختيار العينة من المجتمع بطريقة قصدية ، وتكونت عينة الدراسة من 100 طالب جنس ذكر من جامعة عمار ثليجي قسم اعلام واتصال بالأغواط ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج :

- أن نسبة 84% ممن يمتلكون حساب من أكثر من سنة .
- أن أغلب الطلبة بنسبة 60% يفضلون الفترة الزمنية المسائية لمتابعة المضامين الرياضية عبر الفيسبوك.
- إن أغلب المبحوثين من الطلبة بنسبة 42% يهتمون بنتائج مباريات كرة القدم .

## **Résumé de l'étude :**

Attitudes des étudiants universitaires vis-à-vis du contenu des sports via Facebook et de leur interaction, étude de terrain sur les étudiants du département Médias et communication d'Amman Thelegi, préparée par Adel Shoaib et l'encadrement de Mohiuddin Qluzah: Ataa Allah Tarif

L'étude visait à identifier l'attitude des étudiants d'Amman Thaliji du Département Médias et Communication vis-à-vis du contenu mathématique via Facebook et à la manière d'interagir avec Facebook, en s'appuyant sur la méthode descriptive de la méthode d'enquête correspondant aux objectifs de l'étude. Mêle de l'Université d'Amman Thligi, Département des médias et de la communication de Laghouat, et l'étude a abouti à plusieurs résultats:

• 84% de ceux qui ont un compte de plus d'un an.

• La plupart des étudiants (60%) préfèrent que la période en soirée suive le contenu du sport via Facebook.

• La plupart des étudiants (42%) s'intéressent aux résultats des matchs de football.



يشهد العالم اليوم اهتماما كبيرا بالرياضة الشيء الذي زاد من أهمية الموضوع بالنسبة للشباب الجزائري الرياضي حيث أصبحت البرامج الرياضية جزءا من برنامج اليوم عبر ممارسته الكثيفة لنوع محدد من الرياضة سواء كانت للترفيه أو التنقيف أو التعليم ، وقد انتقلت الرياضة من المفهوم المحدود التقليدي الى مفهوم متطور يتطلب مقومات نفسية ومادية وثقافية في العصر الحالي ، ظهرت في الأخير مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها الفيسبوك الذي أتاح للشباب كما وسعا في الاطلاع على المضامين الرياضية والأحداث السياسية والاقتصادية وغيرها ، هذا كان له أثرا جليا وواضحا في جعلهم مفعمون أي ممتلئون بالفاعلية والنشاط اتجاه هذه المضامين .

ووفقا لما سبق فإن هذه الدراسة تبحث في اهتمامات ودوافع واتجاهات استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك للاطلاع على المضامين والرسائل لاشباع حاجياتهم المختلفة .

ومن هنا انصب اهتمامنا على دراسة كيفية مساهمة الفيس بوك في الاهتمام باشباع حاجيات الطلبة الجامعيين للاطلاع على المضامين الرياضية ، وقد حاولنا من خلالها تقسيمها الى اربعة فصول الفصل التمهيدي وهو الاطار المنهجي للدراسة ذكرنا فيه إشكالية الدراسة وأسباب الدراسة وفروضها و الأهمية والأهداف ومجتمع الدراسة وعينته وصولا الى الدراسات السابقة .

أما الفصل الأول كان بعنوان الاتجاهات وفيه تناولنا ثلاثة مباحث الاول بعنوان تعريف الاتجاهات وخصائصها ، والمبحث الثاني : انواع الاتجاهات ووظائفه والمبحث الثالث : مكونات الاتجاهات ومراحل تكوينه. أما بالنسبة للفصل الثاني : فقد جاء بعنوان المضامين الرياضية عبر الفيسبوك تناولنا فيه ثلاثة مباحث المبحث الاول بعنوان الاعلام الرياضي والمبحث الثاني تناولنا فيه وسائط الاعلام الحديثة وخاصة الفيس بوك أما المبحث الثالث فقد خصص للصفحات الرياضية عبر الفيس بوك ، والفصل الثالث خصص للجانب التطبيقي وشمل تحليل النتائج وعرض الاستنتاجات.

ونتيجة للتطور التكنولوجي وانتشار الوسائط المتعددة ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة والتي أتاحت للطلبة الجامعيين والشباب كما كبيرا من المضامين الرياضية هذا الأمر كان له أثر واضح في جعل الشباب يتعامل معها بفاعلية ونشاط . وكان دور لهذه المواقع الاجتماعية وخصوصا الفيس بوك في تنامي وارتفاع يوما بعد يوم حتى أصبح لديهم القدرة على اختيار المضامين التي يريدونها من خلالها .

ووفقا لما سبق فإن هه الدراسة ببحث عن اهتمامات ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الاجتماعية وخصوصا الفيس بوك في التعرف على المضامين الرياضية والاطلاع عليها ،لأنها وسيلة العصر الحالي والاهتمام الشديد الذي تحظى به من طرف الطلبة الجامعيين والشباب الجزائري لإشباع حاجياتهم المختلفة .

الإطار العام للدراسة

### الإشكالية

إن ظهور الشبكة العنكبوت العالمية مكن الأفراد من استغلال الانترنت و التفاعل معها وذلك مما تقدمه من أخبار و معلومات و أي جزء من العالم و يعتبر الفيسبوك احد مخلفات شبكة الانترنت و يمتاز بقدرته على جذب الانتباه و الإبحار و شدة التأثير على الرأي العام و توجيهه بمختلف شرائحي و يشارك بمزايا عديدة مع بقية الوسائل الاتصال الجماهيرية.

ويعتبر الجمهور هو العمود الفقري لوسائل الإعلام لجماهيرية لما يتعرض له لمختلف المضامين التي تقدمها الشبكة ومدى تفاعله معها .

وبما أن الجمهور الجزائري و بمختلف شرائحه يمثل قاعدة جماهيرية المتعلقة بالرياضة فان الطلبة الجامعية يمثلون شريحة واسعة من بين الفئات الرياضية المهتمة بالرياضة بحيث تمتاز هذه الشريحة بالتعلم و الثقافة ناهيك عن إقبالها على مواقع الاجتماعي و خاصة الفيسبوك و ذلك ما بما يوفره من أخبار و معلومات عن الرياضة العالمية و المحلية

من خلال ما سبق سنحاول معرفة الدور الذي يمثله الفيسبوك في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين بجامعة عمار ثليجي بالأغواط كلية العلوم الإنسانية قسم الإعلام والاتصال من خلال دراسة و محاولة التعرف على آرائهم و اتجاهاتهم نحو البرامج و مضامين الرياضية و كذا التعرف على البرامج التي يفضلونها و أسباب اختيارهم للفيسبوك كوسيلة من اجل التعرف على المضامين الرياضية و بالتالي نطرح التساؤل التالي:

ماهي اتجاهات الطلبة قسم الإعلام و الاتصال كلية العلوم الإنسانية جامعة عمار ثليجي نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟.

1/تساؤلات الدراسة :

- 1- ماهي اتجاهات الطلبة نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟
- 2- ماهي عادات وأنماط تفرض الطلبة للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك ؟
- 3- ماهي دوافع استخدام الطلبة للفيسبوك كوسيلة للتعرف على المضامين الرياضية ؟
- 4- ما مدى رضا الجمهور عن المضامين الرياضية على الفيسبوك؟

2/ أهداف الدراسة :

- التعرف على اتجاهات الطلبة للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك .
- التعرف على دوافع اختيار الفيسبوك كوسيلة من اجل التعرف على المضامين الرياضية.
- التعرف على عادات و أنماط تعرض الطلبة للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك .
- التعرف على مدى رضا الجمهور

3/أسباب اختيار الموضوع:

- تطرقنا للقيام بدراسة حول موضوع ما لا يأتي في الفراغ بل نتيجة عدة أسباب هي
- الارتباط و الميل لمثل هذه المواضيع
  - الرغبة في معرفة اتجاهات طلبة الإعلام و الاتصال و مدى تفاعلهم معها
  - تسليط الضوء على الفيسبوك كوسيط رياضي يساعد في تكوين اتجاه الطلبة نحو المضامين الرياضية

4/أهمية الدراسة :

- تتضح أهمية الدراسة من خلال الموضوع في حد ذاته و الذي يتمحور على اتجاهات الطلبة نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك و ما يقدمه من مواد إعلامية و حصصه و أخبار و معلومات على الرياضة و التسهيلات التي يقدمها من اجل سهولة الوصول لهذه المواد إعلامية

5/مجال الدراسة:

1 المجال المكاني:تمت الدراسة بجامعة عمار ثليجي بجامعة الاغواط بما أننا طلبة علوم الإعلام و

الاتصال

قمنا باختيار قسم الإعلام و الاتصال بكلية العلوم الإنسانية بجامعة عمار ثليجي بالاغواط

2-المجال الزمني :

-أنجزت دراسة خلال العام الدراسي 2018/2019 حيث انطلقنا في الجانب المنهجي في شهر جانفي 2019 و نظري بداية شهر فيفري إلى غاية شهر مارس ثم شرعنا في الايطار التطبقي بداية افريل ، أي أن دراستنا بدأت تقريبا في بداية شهر جانفي إلى غاية الشهر افريل 2019  
3- المجال البشري ويتمثل في طلبة قسم الإعلام و الاتصال.

6 /نوع الدراسة:

الدراسة التي اعتمدنا عليها في موضوعنا هي " الدراسة الوصفية "

يرتبط البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والموقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مغيرة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها، أو تطويره ... وهذه الاستنتاجات تمثل فهما للحاضر، يستهدف توجيه المستقبل، ويعرف " هويتني " الدراسة الوصفية على أنها تلك التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.

7/ منهج الدراسة :

إن أي دراسة تستلزم علينا استخدام و إتباع منهج معين و نظرا إلى أن هدف الدراسة هو التعرف على اتجاهات جامعة عمار ثليجي بجامعة الاغواط قسم الإعلام و الاتصال كلية العلوم الإنسانية نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك و مدى تفاعلهم معها قمنا باستخدام المنهج الوصفي بأسلوب المسح .

يعتبر المنهج خطوة رئيسية في ترتيب و تنظيم أفكار الباحث ،لوصول إلى نتائج منطقية فالمنهج يعرف على انه " الطريق المؤدي الى المعرفة العلمية الصحيحة " .

كما يعرف على انه " الطريق المتبع للكشف عن هذه الدراسة ،بواسطة استخدام مجموعة من القواعد ، و التي ترتبط أساسا بتجميع البيانات و تحليلها ، حتى تساهم في التوصل إلى نتائج ملموسة " .

و هو أيضا " مجموعة من الأسس و القواعد التي يتبناها الباحث ،بغرض التوصل إلى نتائج معينة ، و يعتبر من أهم الخطوات المتبعة في إنجاز البحث العلمي " .

و قبل التطرق إلى المنهج المستخدم ،لا بد من الإشارة إلى أن لكل منهج شروط و متطلبات و قدرات محدودة في البحث و التقصي، تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة ،و إن عملية اختيار الباحث لمنهج بحثه لا تتم بطريقة اعتباطية، و إنما طبيعة الموضوع الذي يعالجه و نوعيته هي التي تفرض على الباحث تفضيل منهج على آخر .

يقوم المنهج الوصفي بوصف ما هو كائن ،مع تحديد الظروف و العلاقات التي توجد بين الوقائع ،و يهتم بتحديد الممارسات الشائعة و السائدة داخل الجماعات، عن طريق جمع المعلومات والبيانات .

أي أن المنهج الوصفي " يمثل المنهج الأكثر قابلية للاستخدام عند دراسة المحاور الإنسانية، كما يعد الأكثر استخداما في بحوث الإعلام " .

ويعرف المنهج الوصفي بأسلوب المسح على ان يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها و أشكالها و علاقاتها و العوامل المؤثرة فيها و يعني هذا أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضرة للظواهر و الأحداث.<sup>1</sup>

في حين يرى الآخرون بان المنهج الوصفي عبارة عن طريقة للوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة و توصيل النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها<sup>2</sup> و بشكل عام يمكن تعريف المنهج الوصفي:

- بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن الظاهرة أو الموضوع المحدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية و بما ينسجم مع المعطيات الفعلية لظاهرة<sup>3</sup>

### 8/ عينات الدراسة :

تعرف العينة على أنها ذلك الجزء في المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد علمية بحيث يمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>4</sup>.

و تعرف أيضا عبارة عن مجموعة جزئية في مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل الدراسة الأصلي .

وتمثل دراستنا في طلبة علوم الإعلام والاتصال كلية علوم الإنسانية جامعة عمان ثليجي بالاغواط وذلك من اجل التعرف على اتجاهاتهم نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى تفاعلهم معها وتعبر هذه العينة قصدية عمدية<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> رنجي مصطفى عليان ،عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية و التطبيق، دار الصفاء لنشر و التوزيع ، الأردن، ط2 2008،ص46

<sup>2</sup> إبراهيم بن عبد العزيز الدعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2010، ص71.

<sup>3</sup> مرجع سابق، ص71

<sup>4</sup> كامل محمد الغري، أساليب البحث العلمي والعلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، بعمان الأردن، 1998، ص74.

<sup>5</sup> محمد عبيدات وآخرون ، البحث العلمي وفهومه ادواته اساليبه،، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ،عمان الأردن، 1998، ص74

وتعرف العينة القصدية على أنها :

العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنظمة الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة<sup>1</sup>. يقول عنها الدكتور مرسللي بأنها تقوم على التقرير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث و هذا انطلاقا من دراسته الكاملة و المفصلة لما يحتويه هذا المجتمع من مفردات و لطبيعة هذه الأخيرة من حيث ما تتضمنه من معلومات و بالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث على الصعيد المذكور لتشكيل عينة البحث دون الأخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام أو الصدفة في ذلك بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختيار المحقق للنائج النهائية للبحث. وقد تم إختيار الذكور كعينة للدراسة تمثلت في 100 مفردة.

### 9/ أدوات جمع البيانات:

#### -الاستبيان:-

يعرف محمد عبد الحميد بانع :

أسلوب لجمع البيانات تستهدف باستثمارات الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية استثمارات الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومتخذة لتقديم الحقائق والآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة<sup>2</sup> ويعرف أيضا على انه :

أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها قبل المستجيب<sup>3</sup>

للتأكد من صدق الإستبيان المطبق في بحثنا الحالي قمنا بعرضه على مجموعة من أساتذة تعليم العالي والبحث العلمي بجامعة عمار ثليجي والبالغ عددهم ثلاثة أساتذة منهم الاستاذ جنخدم موسى, أ سليمانى نجوى والاستاذ سليم معيزة، وبناءا على إقتراحات هؤلاء قمنا بتعديل بعض الأسئلة حتى تتماشى مع طبيعة الموضوع.

<sup>1</sup> محمد خليل عباس واخرون، مدخل الى مناهج البحث والتربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، ط3، 2011، ص 299

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد فراشات، الجمهور وبحوث الاعلام، عالم الكتب، ط1، 1993، ص 183

<sup>3</sup> نامي محمد ملحم، مناهج وتربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، ط3، 2005، ص 307

10/تحديد المفاهيم والمصطلحات :

الاتجاه :

اللغة : الوجهة

ب/اصطلاحا: يعرف الاتجاه على انه طريقة التي يشعر بها الفرد باتجاه الشخص أو الشيء ما أو فكرة أو موقف هو استعداد المكتب يجعل الفرد يميل إلى موضوعات معينة يحبها ويقل عليها أو يميل إلى موضوعات معينة ولا يرحب بها ويعرض عنها<sup>1</sup>

ج-الإجرائي: هو ذلك الميل إلى يكون الطلبة جامعة عمار ثليجي ي قسم علوم الإعلام والاتصال نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك أو يكون ها الميل سلبا أو إيجابا

2/الطلبة :

-عرف إسماعيل سعد الطلبة :

على أنهم شباب وان الشباب فئة عمرية تتشكل وصفا مميز في بناء المجتمع وهي ذات حيوية وقدرة على العمل -هم تلك الفئة التي يستخدمون في الدراسات العليا ويتحصلون على شهادات في هذه الدراسات أو من اجل التحصل على شهادات في هذه الدراسات أو من اجل التحصل عليها ويتميزون بالإرادة القوية والنشاط لثبات الذات وإبرازه<sup>2</sup>

الإعلام الرياضي : إن لإعلام الرياضي يعد تلك المنظومة التي تقوم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب .<sup>3</sup>

<sup>1</sup>جران سعود الرائد، المعجم الغوي الاسهل والاحدث، دار العلم للملايين ،بيروت ،ط2001،8، ص8

<sup>2</sup>-حسن عبد الحمي ،احمد ثوان، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية ،مصر،،2006 ص 24.

<sup>3</sup>خير الدين علي عويسي ، عطاء الله حسين عبد الرحيم ، الاعلام الرياضي ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ط 1. 1998 ص22.

إن لإعلام الرياضي يعد ذلك المنظومة التي تقوم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بالرياضات ويعرض ويغير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الرياضات و الألعاب المختلفة وذلك من خلال وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى الجمهور و دفعهم نحو ممارسة النشاطات البدنية و الحركية و توجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ و متابعة الأحداث الرياضية

إن لإعلام الرياضي هو تلك المضامين الرياضية الذي يتعرض لها طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط كلية العلوم الإنسانية قسم الإعلام و الاتصال وذلك من أجل إتباع احتياجاتهم و رغباتهم، عبر الفيسبوك كوسيط أو وسيلة إعلامية .

الفيسبوك : يعرف الفيسبوك على انه :

- عبارة عن شبكة اجتماعية الكترونية يمكن الدخول إليها مجاناً وتيرة شبكة الفيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها .
- هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية ومن خلال الرابط (Facebook) تتيح الشبكة لمستخدميها التعرف و التواصل و مشاركة المعلومات و تبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية فعالة.<sup>1</sup>
- هو ذلك الوسيط الإعلامي الذي يتعرض له طلبة جامعة عمار ثليجي كلية العلوم الإنسانية ثم علوم الإعلام و الاتصال بهدف التعرف على المضامين الرياضية و التفاعل معها.

<sup>1</sup> علاء أحمد الدحوح ، تصور مقترح لتوظيف شبكة فيسبوك الاجتماعية في جامعة فلسطين، رسالة ماجستير ، 2012.ص70

11/الدراسات السابقة :

قامت الباحثة أحلام زيار بدراسة حول اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الصحافة الالكترونية ذلك من أجل التعرف على هذه المعلومات ومهامها.

واستخدمت المباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح وقامت الباحثة باستخدام الاستبيان من أجل حمل المعلومات الكافة حول الموضوع وقامت بإجراء الدراسة على طلبة جامعة أم البواقي واختارت عينة وهي كلية العلوم الإنسانية جامعة ام البواقي

وكانت نتاج الدراسة على النحو التالي :

- أن أغلبية المبحوثين إناث وبما أن المجتمع الجزائري لا يزال محافظا فإن ما نلاحظه على أنه تتم مطالعة الصحف الالكترونية في الليل أقل من نصف ساعة و هو الوقت المثالي بالنسبة للفئة المثقفة.
- إن الاتجاهات كانت ايجابية للطلبة نحو المضامين ومحتويات الصحف الالكترونية
- الطلبة يعتقدون أن الصحف الالكترونية تؤثر على الصفحات المكتوبة (الورقية)
- عادات وأنماط القراءة تكون حسب الأوقات المتاحة للطلاب وذلك من خلال نصف ساعة ، التركيز على العناوين وأخذ ما يريد فقط .<sup>1</sup>

دراسة ثانية : قامت الباحثتان برجات مروة ورغدي منيرة بدراسة حول :

معرض اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج قناة المهداف الرياضية بحيث استخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح وطبقة الدراسة على أم البواقي وبالضبط جامعة العربي بن المهدي و المتمثل في الطلبة ذكور و إناث .

قد اعتمدتا في دراستهم على العينة العشوائية المنتظمة أكبر حجم المجتمع وقامت الباحثتان باستخدام الاستبيان من أجل جمع البيانات و المعلومات اللازمة من اجل إجراء الدراسة.

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة

<sup>1</sup>أحلام زيار ، اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الالكترونية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر الميداني على عينة من طلبة العلوم الانسانية ، جامعة أم البواقي ، 2015 .

- أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث في الطلبة المبحوثين الذين يتابعون قناة الهدف بنسبة 54.26% في مجموعها في حين أن نسبة الإناث بلغت 45.74% من مجموع أفراد العينة.
- أغلب الطلبة الذين يتابعون قناة النهار الرياضية يتراوح سنهم ما بين 22 سنة و 25 سنة وهو ما تأكده نسبة 55.60 %
- إن أغلب الطلبة يقضون ساعة واحدة في مشاهدة برامج قناة الهدف الرياضية ونؤكدده بنسبة 68.16%
- أن أغلب الطلبة بنسبة 61.88 % يرون أن الأخبار التي تعرض على قناة الهدف هي حصريّة ومواكبة للأحداث الرياضية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> برجاق مروة، رغدي منيرة ، اتجاهات الطلبة نحو برامج قناة الهدف الرياضية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر دراسة ميدانية على جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، 2016

الإطار النظري

الفصل الأول  
مدخل إلى الإتجاه

## تمهيد:

تعتبر الإتجاهات من أهم المواضيع المتناولة في علم النفس الاجتماعي لأن جميع الظواهر النفسية والاجتماعية للفرد تخضع لمحددات سلوكه الذي يقوم بالسيطرة عليه من خلال اتجاهاته ، و إن كل القيم والاهتمامات تؤثر على الفرد بشكل واضح في سلوكه وهي التي تدفعه للقيام بسلوك واتخاذ قرار معين و سنتناول في دراستنا إتجاهات طلبة جامعة عمار ثليجي كلية علوم إنسانية قسم الإعلام والاتصال نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك و مدى تفاعلهم معها وتطرقنا للإتجاهات في الفصل الأول للدراسة وقمنا بشرح الإتجاهات على النحو التالي:

قسمنا الفصل إلى مباحث.

تحدثنا في المبحث الأول والذي يحتوي مطلبين، تطرقنا في المطلب الأول إلى تعريف الإتجاه وفي المطلب الثاني قمنا بشرح خصائص الإتجاه، أما المبحث الثاني والذي يحتوي أيضا على مطلبين قمنا بتطرق لأنواع الإتجاه أولا ثم وظائف الإتجاه.

أما المبحث الأخير قمنا بتخصيصه إلى مكونات الإتجاه في المطلب الأول ومراحل تكوين الإتجاه في المطلب الثاني.

المبحث الأول : تعريف الاتجاه وخصائصه

المطلب الأول : تعريف الاتجاه

عرف أحمد علي حبيب على أن الاتجاه هو تنظيم مستمر للعمليات الانفعالية و الإدراكية و المعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المحيط الذي يعيش فيه الفرد.

كما أن الاتجاه حالة ذهنية تجعل الشخص يتصرف بصورة معينة و المواقف تجاه الأحداث و الأشخاص و القضايا المختلفة

يعتبر الاتجاه هو كل الخبرات التي يمر بها الفرد في حياته ناتجة عن مواقف يفصل فيها ويختار سلوك معين.<sup>1</sup> وتوجد عدة تعاريف نذكر منها :

تعريف ترستون يرى أن الاتجاه النفسي هو تصميم الاستجابات تعميما لينحرف بالفرد بعيدا عن شيء أو يقربه. ويرى دوب : هو مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين تصورا ايجابيا أو سلبيا ، ويشمل فكرة الفرد عن موضوع ومفهوم هو عقائده وانفعالاته وأماله وآرائه المتعلقة بهذا الموضوع<sup>2</sup>

المطلب الثاني : خصائص الاتجاه :

- حسب علماء النفس فإن للاتجاهات الخصائص التالية :<sup>3</sup>
- الاتجاهات مكتسبة متعلقة في البيئة التي تعيش فيها وليست ولادة فطرية
- الاتجاهات تقوم على تبيين الفرد صاحب الاتجاه وبين الشئ موضوع الاتجاه
- تتراوح الاتجاهات بين السلب أي المعارضة التامة للموضوع الاتجاه ، وبين الايجابي الموافقة التامة لموضوع الاتجاه
- الاتجاهات يغلب فيها الذاتية لا الموضوعية

<sup>1</sup>أحمد علي حسين ، علم النفس الاجتماعي ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع ، مصر ، ط1، 2006/2007 ص94،95.

<sup>2</sup>سعيدات يوسف ، أبو طالب محمد الياس ، الاتجاهات النفسية نحو ممارسة النشاط البدني الرياضي للطلبة الجامعيين ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر دراسة لجامعة ورقلة ، 2011/2012 ، ص19

<sup>3</sup>محمد شحاته ربيع ، علم النفس الاجتماعي ، دار المنيرة للنشر و التوزيع، ط1، 2011، ص266.

- نستعيد حسب المشيرات التي ترتبط بها وكذلك تختلف منها ما هو قوي يقاوم التعديل ومنها ما هو سهل التحديد<sup>1</sup>

- الاتجاهات يمكن قياسها وتقويمها (مؤيد، معارض، محايد، موافق، رافض)
- الاتجاهات بمركز الاستدلال عليها عن طريق ملاحظة سلوك الفرد نحو الموضوع
- الاتجاهات ثابتة نسبيا أي أن مركز تعديلها وتغيرها
- تتميز بالخصائص الانفعالية من خلال الموقف التحضيري عند الفرد (الحب الكراهية) نحو موضوع ما

الاتجاهات العلانية و السرية :

الاتجاهات العلانية نجد الفرد يعبر عنها ويديها دون إحراج أمام الناس أما السرية فهي التي يحول الفرد أن يخفيها عن الناس بإظهارها لديه إنكارها حين السؤال عنها

الاتجاهات الجماعية و الفردية :

تسمى الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس بالاتجاهات الجماعية وهناك اتجاهات أخرى تميز الفرد عن الآخر وتسمى بالاتجاهات الفردية

الاتجاهات النوعية و العامة :

الاتجاهات العامة هي تلك التي تنسب على الكليات وأما الاتجاهات النوعية فهي التي تنسب على النواحي الذاتية والملاحظون أن الاتجاهات العامة أكثر ثبوتا واستقرار من النوعية ، كما أن النوعية تخضع في جوهرها لإطار الاتجاهات العامة وبذلك فنعتمد على العامة وتنشق دوافعها منها .

الاتجاهات المرنة و الجامدة<sup>2</sup> :

- المرنة : تسمى باللفظية وهي التي يستطيع الفرد التعبير عنها شفها وكتابيا
- الجامدة : ..... فهي التي تظهر آثار السلوك وتكون في الغالب أخرى وأصدق من الاتجاهات اللفظية
- وسنشهد على هذا التصنيف لغرض دراستنا وذلك من اجل التعرف على اتجاه الطلبة نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى تفاعلهم معها

<sup>1</sup> كامل علوات الزيري، علم النفس الاجتماعي ، مؤسسة الوردات للنشر و التوزيع الاردن 2011ص266 .

<sup>2</sup> مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص173 .

المبحث الثاني: أنواع الاتجاه و وظائفه.

المطلب الأول : أنواع الاتجاه

تتمثل في<sup>1</sup>:

- الاتجاهات تتحدد وتختلف حسب المثيرات التي تربطها بها
- الاتجاهات لها صفة الثبات و الاستمرار النسبي ولكن من الممكن تعديلها وتغييرها تحت ظروف معينة
- استحابة الفرد لبعض المثيرات الاجتماعية المعينة
- الاتجاه قد يكون محدودا او عاما
- الاتجاه قد يقع بين طرفين متقابلين أحدهما موجب و الآخر سالب وهما التأييد المطلق و المعارضة المطلقة
- الاتجاه قد تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه
- الاتجاه قد يكون نحويا على مر الزمن ويقاوم التعديل و التغيير وقد يكون منصبا يمكن تعديله وتغييره

وهناك تقييم آخر :

الاتجاهات القوية و الضعيفة :

تنقسم الاتجاهات من حيث شدها إلى قوية وأخرى ضعيفة ويظهر الاتجاه القوي من موقف الفرد الحاد

اتجاه موضوع ما، عكس الاتجاه الضعيف وموقف الفرد اتجاه أمر معين .

الاتجاهات الموجبة و السالبة:

تسمى الاتجاهات التي توجه الفرد نحو شيء ما بالاتجاهات الموجبة ، وتسمى الاتجاهات التي تنحج الفرد

عن شيء ما بالاتجاهات السلبية

الاتجاهات العلانية و السرية:

الاتجاهات العلانية:

<sup>1</sup> وديع باين التركي ، علم النفس الاجتماعي ، دار الوفاء ، لدنيا الطباعة و النشر الاسكندرية ، مصر ط 1 .2012.ص1.

## المطلب الثاني : وظائف الإتجاه

نستخلص وظائف الاتجاهات في انها :

- تحدد طريق السلوك وتفسره
- الاتجاه ينظم العمليات الدفاعية و الانفعالية و الإدراكية و المعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش في الفرد .
- الاتجاه ينعكس في سلوك الفرد وأقواله وأفعاله مع الآخرين في الجماعات المختلفة في الثقافة التي يعيش فيها.
- تبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وعامله الاجتماعي
- الاتجاهات تيسر للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرارات و المواقف النفسية الإدارية المتحددة
- الاتجاه يوجه استجابات الفرد للأشخاص و للأشياء و الموضوعات بدراسة تكاد تكون ثابتة<sup>1</sup>

وهناك تقييم آخر :

- الوظيفة المنفعية أو التكيفية كما أثرتنا سابقا من أن للبيئة دور في تكوين الاتجاه لدى الأفراد فالالاتجاهات تمكن من التكيف مع بيئته ومجتمعهم كما تحقق العديد من أهدافه.
- الوظيفة التنظيمية : تؤدي الاتجاهات الى ثبات السلوك تجاه مشاهدة القنوات الدينية على سبيل المثال بالمشاهدة الذي تكونت لديه اتجاهات دينية فالالاتجاه الفكري للفرد يؤدي الى تنظيم حياته وتعامله مع الآخرين وفقه فهو المسير و المنظم لتصرفات الفرد ودوره يشبه شرطي السير الذي ينظم حركة المرور<sup>2</sup>

وظيفة التعبير عن القيم :

يسعى الفرد في التعبير عن القيمة الاجتماعية للاتجاهات المختلفة التي يحملها ويكون الفرد صريحا في هذه الحالة و التعبير عن التزامه وتأكيد له للصفات الإيجابية التي تخصه.

وظيفة التعبير عن الأنا :

<sup>1</sup> نبيل عبد الهادي ، تشكيل السلوك الاجتماعي ، دار البازوري للنشر و التوزيع ، عمان الأردن 2009. ص 190 .

<sup>2</sup> كامل علوان الزبيدي ، علم النفس الاجتماعي ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، ص 118 .

تعد الإنكار عملية لا شعورية يلجأ إليها الفرد لغرض التهرب من المواقف التي تكون مؤذية له ، ويكون السبب اللجوء الى مثل هذا السلوك هو محافظة الفرد على احترامه لنفسه.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث : مكونات الاتجاه ومراحل تكوينه

#### المطلب الأول : مكونات الاتجاه

يمكن شرح مكونات الاتجاه في النقاط التالية :

تتكون الاتجاهات نتيجة اتصال الفرد بالبيئة الطبيعية و الاجتماعية وتطور الاتجاهات وبنشأتها نحو الأمور المادية وهناك تؤثر وتكوين الاتجاهات منها مرورا الفرد بخبرة انفعالية حادة تؤثر بشكل او بآخر على اتجاهاته ويمكن تلخيص مكونات الاتجاه على النحو التالي :

المكون المعرفي : وهذا المعرفي يشتمل معتقدات الفرد وإنكاره وتصورات ومعلوماته عن الموضوع بمعنى أن هذا المكون المعرفي هو الذي يمثل القاعدة المعلوماتية الموجودة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه فإذا كان الاتجاه في جوهره تفصيل موضوع على آخر فإن عملية التفصيل هذه لا بد أن تستند إلى جوانب معرفية مثل الفهم و التميز و الاستدلال<sup>2</sup> المكون الوداني :

ويتضمن النواحي العاطفية و الوجدانية التي تتعلق بشيء بمعنى أن هذا الشيء يجعل الإنسان مسرورا أو غير مسرور وبصفة أخرى فانه يتضمن الإجابة على التساؤل التالي : هل هذا الشيء محبوب أم مكروه<sup>3</sup>

ويشير هذا المكون النزوعي إلى استعداد انسجام الفرد بالأطفال و استجابات تتفق واتجاهاته وذلك لأن اتجاهات هي موجه لسلوك الفرد فهي إما تدفقه على نحو ايجابي نحو موضوع ما أو التصرف على نحو سلبي .

<sup>1</sup> كامل علوان الزبيدي ، مرجع سابق، ص 118 .

<sup>2</sup> محمد شحاته زبيح ، مرجع سابق ، ص، 267.

<sup>3</sup> أحمد علي حبيب ، مرجع سابق ص 97.

المطلب الثاني : مراحل تكوين الاتجاهالمرحلة الإدراكية المعرفية :

يكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه وهكذا قد يتبلور الاتجاه ونشأة حول الأشياء المادية كالبيت الهادئ و المتقد المريح وحول نوع خاص من الأفراد كالأخوة و الأصدقاء وحول نوع محدد من الجماعات حول بعض القيم الاجتماعية

المرحلة التقديرية : تتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شيء معين فمثلا أن أي طعام قد يرضي الجائع ولكن الفرد يميل الى بعض منها فخاصة من الطعام ، وقد يميل الى تناول الطعام على شاطئ البحر وبمعنى أدق أن هذه المرحلة من نشوء الاتجاه ، تستند الى خليط من النطق الموضوعي ، و المشاعر و الأحاسيس الذاتية

مرحلة الثبوت و الاستقرار :

ان الثبوت و الميل على اختلاف أنواعه ودراجه يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور الى اتجاه نفسي فالثبوت هي المرحلة الاخيرة من تكوين الاتجاه<sup>1</sup> وهناك تقسيم آخر : المرحلة الإدراكية المعرفية :

- يدرك الفرد مثيرات بيئته ويتصرف بموجبها فيكتسب خبرات ومعلومات تكون ذات اطار مرجعي
- المرحلة التقييمية : فيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الاطار المعرفي الذي يكونه عنها بالإضافة الى الكثير من افعاله ومشاعره التي يتصل بها.
- المرحلة التقريبية : فيها يصدر الفرد نوعية علاقته بهذه المثيرات وعناصرها فإذا كان قراره نحو العلاقة فيها فإنه كون اتجاه موجبا و اذا كان القرار سلبيا يكون اتجاهها سلبيا نحو الموضوع<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحلام زيار ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الالكترونية 2014/2015، ص60.

<sup>2</sup> رغدي منيرة ، مرجان مروة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو برامج قنوات المهدف 2015/2016 ، ص20.

## خلاصة:

استنتجنا أن الاتجاهات تتكون لدى الفرد من خلال المواقف و الأحداث التي يتعرض لها في حياته من خلال تعامله مع الأفراد والمجتمع، وخلالها يتخذ الفرد اتجاها أما ايجابيا لأن ذلك الموقف يوافق آرائه و أفكاره ، أو سلبيا لأن ذلك الحدث كان منافيا لآرائه ، ونجد أحيانا اتجاها محايدا لأن هذا الموقف لا يهمه أو ليس لديه ميل نحو هذا الموقف .

## الفصل الثاني

المضامين الرياضية غير الفيسبوك

## تمهيد :

يشكل الإعلام الرياضي عنصراً أساسياً في عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي هو عبارة عن ظاهرة أكبر وأشمل وهي ظاهرة الاتصال، ولقد ساهمت الوسائل الحديثة في تطور العملية الاتصالية فشبكة الإنترنت قد حولت العالم وأصبح كالتقنية الصغيرة ، وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك الذي أصبح له دور كبير في التواصل ، وكما أن دراستنا تتكلم عن اتجاهات طلبة عمار ثليجي كلية علوم إنسانية قسم إعلام واتصال نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى تفاعلهم معها، فقد قمنا بالتطرق إلى المضامين الرياضية عبر الفيسبوك في الفصل الثاني والذي يحتوي على ثلاث مباحث.

وكان عنوان المبحث الأول هو مدخل إلى الإعلام الرياضي والذي يحتوي على ثلاث مطالب.

فمنا بتعريف الإعلام الرياضي وشرح أهدافه، في المطلب الثاني ذكرنا عناصر وأنواع الإعلام الرياضي ، أما المطلب الثالث تطرقنا إلى أهمية وخصائص الإعلام الرياضي.

أما المبحث الثاني فكان عنوانه مدخل إلى وسائل الإعلام الحديثة "فيسبوك" قمنا بتعريف الفيسبوك ونشأته في المطلب الأول، أما المطلب الثاني شرحنا سلبيات و إيجابيات الفيسبوك وفي الأخير في المبحث الثالث قمنا بشرح الصفحات الرياضية عبر الفيسبوك باستخدام مطلبين.

### المبحث الأول : مدخل إلى الإعلام الرياضي.

#### المطلب الأول : تعريف الإعلام الرياضي وأهدافه

#### الفرع الأول : تعريف الإعلام الرياضي وأهدافه

إننا لإعلام الرياضي هو تلك العمليات التي تقوم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة وتغيير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب وأجه النشاط الرياضي للجمهور بقصد نضج الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي الرياضي وأن من خلال وسائل الاتصال الجماهيري يتم التأثير في النمو السلوكي و القيمي للجمهور.<sup>1</sup>

#### تعريف ثاني :

الإعلام الرياضي هو تلك العملية لنقل الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية وشرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين الأفراد المجتمع من اجل تنمية وتوعية الرياضي ، وهو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضية و الرياضيين<sup>2</sup> الإعلام الرياضي حسب خير الدين علي وحسن عبد الرحيم "بأنه عملية نشر الأخبار و الحقائق و المعلومات الرياضية للجمهور ويقصد نضج الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي"<sup>3</sup>

#### الفرع الثاني : أهداف الإعلام الرياضي

- هناك عدة أهداف للإعلام الرياضي نذكر منها :
- تقديم معلومات وأخبار عن الأحداث الرياضية المختلفة
- الشرح و التحضير و التعليق عن الأحداث الرياضية
- دعم المؤسسات و النظر الى رياضة القائمة في المجتمع و الرياضي
- التعبير عن الثقافات السائدة و المجتمع و الثقافات الفردية
- التحقيق من عوامل التوتر و الضغط الاجتماعي و الابتعاد عن الروتين اليومي

<sup>1</sup>هناك حافيا بدوي ، الاتصال بين النظرية و التطبيق ، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية ، كتب الجامعي الحديث الاسكندرية 1988 ص 50

<sup>2</sup>حضور أديب ، الاعلام دراسة حالة عملية للتحليل الرياضي و الصحافة و الاذاعة و التلفزيون ط1 الكتبة الاعلامية ، دمشق 1994 ص 77

<sup>3</sup>خير الدين علي عويس ، حسن عبد الرحيم ، الاعلام الرياضي ط1 مركز الكتاب للنشر ، القاهرة مصر 1998 ص 22

- التسويق الرياضي عن طريق مختلف الوسائل الإعلامية
- نضج الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة الرياضية
- تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات الرياضية<sup>1</sup>

### المطلب الثاني : عناصر الإعلام الرياضي و أنواعه

#### الفرع الأول : عناصر الإعلام الرياضي

هناك أربعة عناصر للإعلام الرياضي نذكرهم على النحو التالي :

- المرسل : هو صاحب الرسالة الإعلامية و الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة
- المستقبل : هو من يتوجه إليه الرسالة الإعلامية أو الطريق التي تسلكه الرسالة مثال : "الفيسبوك"
- الرسالة و المضمون : هي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغها وتوصلها من المرسل إلى المستقبل
- ويضاف إلى هذه العناصر عنصر التشويش وهو يعبر عن كافة المؤثرات التي تعيق وصول الرسالة عن

شكلها الصحيح إلى المستقبل

ونضيف أيضا :التغذية العكسية التي تعبر عن ردود أفعال المستقبل اتجاه الرسالة الرياضية التي تتلقاها وتكون ردود الأفعال أما ايجابية أو سلبية<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني : أنواع الإعلام الرياضي

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيفها إلى:<sup>3</sup>

- 1- الإعلام الرياضي المرئي : هو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف ، الكتب ، المجلات ، الملصقات.

<sup>1</sup>خير الدين علي عويس ، حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ص22،23

<sup>2</sup>رغدي منيرة ،برجات مرة ، مرجع سابق ص40

<sup>3</sup>المرجع نفسه ص44

2- الإعلام الرياضي المرئي : وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما و الفيديو وشبكة المعلوماتية الانترنت وأحيانا ينطلق عليه اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموح لأنه يعتمد على حاستي السمع و البصر في آن واحد.

3- الإعلام الرياضي المسموع : هو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل : الراديو ، أشرطة التسجيل ، وكلاء الأنباء.

### المطلب الثالث : خصائص الإعلام الرياضي

#### الفرع الاول : خصائص الإعلام

- الإعلام الرياضي لمتضمن جانبا كبيرا من الاحتياج حيث أن الجمهور الذي .... ويرغب في الوصول إليه
- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد ممكن من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجهه إلى القاعات محدد من الناس
- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة ، هو مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع ومن يمكن فهمه بهذا لا بد له أولا من وسائل رياضية تتلاءم مع العادات السائدة في المجتمع
- يتميز الإعلام الرياضي بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مسافات واسعة ومخاطبة فئات كبيرة من الجماهير.

#### الفرع الثاني : أهمية الإعلام الرياضي

يحظى الإعلام الرياضي بأهمية كبيرة في مختلف بلدان العالم من دور فعال ومؤثر في توجيه الرأي العام وكذلك في دعم وتطوير الأنشطة الرياضية و الشبابية بمختلف النتائج الإيجابية لدى ممارسين الرياضة ، و الضباب بصفة عامة وكذلك فئة المتابعين على المستوى الجماهيري خاصة<sup>1</sup>

نشر الأخبار الرياضية لمختلف الألعاب و الفروق و المهرجانات و المنافسات الرياضية

<sup>1</sup> خير الدين علي عويس ، حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ص22

تعريف الجمهور بأنواع الألعاب الرياضية وطرق مزاولتها ، وإبراز النشاطات الرياضية كأداة لمزاولتها وفق الأسس العلمية السليمة

أبرز الجوانب الصحية و الثقافية الترويجية للرياضة

تقديم وصف نقدي وتحليلي للمنافسات الرياضية لمختلف الألعاب وذلك عن طريق نقل وقائع الألعاب الرياضية على ساحات الملاعب بموضوعية

رعاية المواهب الرياضية وصقلها وتشجيعها وتقديمها للجمهور الرياضي<sup>1</sup>

الاهتمام المتوازي بمختلف أنواع الرياضة وذلك لتلبية الاهتمامات المختلفة للجماهير الرياضية

التركيز المستمر على أهداف الرياضة

مساندة الجهود الرامية لتطوير الرياضة (الرسمية الشبهية)

التعريف بالقوانين و اللوائح تنظم النشاط الرياضي

تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور

<sup>1</sup> رغدي منيرة ، برجاف مروة، مرجع سابق ص41

المبحث الثاني : مدخل الى وسائل الاعلام الجديدة "الفيسبوك"المطلب الأول : مفهوم الفيسبوك ونشأتهالفرع الأول : مفهوم الفيسبوك

موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي أي أنه يتيح عبر الأشخاص العاديين و الاعتباريين المؤسسات أن يبرر نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات المواقع للتواصل مع أشخاص أخرى ضمن نطاق ذلك الموقع وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة الى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية وكذلك لتصبح قناة تواصل مع جمهورها وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل الأخبار و الترويج لكتابتها وغيرها عبر وسائل الإعلام ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض ، وتعد شبكة الفيسبوك العالمية من الشبكات الاجتماعية و المواقع الالكترونية الأكثر استخداما ودخولا ومشاركة للمحتوى حول العالم حيث ساهمت الشبكة بانطلاقها عام 2004 وزيادة إقبال الناس على التواصل الاجتماعي بمشاركة الأحداث والأخبار فضلا عن الموارد الذي اطلعت فيه و مجال التسويق و الإعلان و الأعمال التجارية وأضفت خدمات متنوعة في مجال التواصل الاجتماعي وفي مجال الإعلام.<sup>1</sup>

الفرع الثاني : نشأة الفيسبوك

أسس هذا الموقع مارك زكونبرغ في عام 2004 وهو أحد طلبة جامعة هارفرد الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم

ومرت نشأة الفيسبوك بعدة مراحل رئيسية يمكن تلخيصها فيما يأتي

<sup>1</sup> ناصر الرحمان ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير بعنوان خطاب الكراهية وشبكة فيسبوك في الاردن ، جامعة الشرق الأوسط ، 2008، ص18

**المرحلة الأولى:** انشأ مارك خلال دراسته في الجامعة موقع ويب أطلق عليه اسم the facebook.com وكان ذلك في عام 2004 حيث استخدم هذا الموقع لإدخال معلومات وصور الطلبة وقد بادرو حوالي نصف طلبة الجامعة بالتسجيل في الموقع خلال أسبوعين فقط

مرحلة التعديل و التطوير :

أجرى مارك بمساعدة زميله في الجامعة داستنموسكوفيز وكريس هيوزيفين التعديلات على موقعه ، حيث أضاف بعض الميزات التي تنتج للمستخدمين جراء إنشاءات ملفات شخصية وتحميل الصور وغيرها من الوسطاء وركز على التواصل ونشر معلومات مع الأصدقاء وأصدقاء الأصدقاء وهو ما أطلق عليه مارك اسم social graph

مرحلة تأسيس الشركة :

في صيف عام 2004 ترك مارك جامعة هارفرد وانتقل برفقة زميله الى مقاطعة كاليفورنيا، للبحث عن مستثمر يدعم مشروعهم وقد كان هذا المستثمر هو رجل الأعمال بيترييل حيث منح مارك رأس مال ممامكنه من تأسيس شركة ناشئة أطلق عليها اسم Facebook واستلم ادارتها بنفسه، وفي عام 2005 دعم المستثمر بيترييل الشركة بشكل جدي وبمبلغ قدره 12.7 مليون دولار ، وبعد 4 أشهر اتم مارك إنشاء موقع فيسبوك حيث استخدم للتسجيل من قبل طلاب المدارس و الكليات و الجامعات

مرحلة تعميم استخدام الموقع :

استمر مارك في تطوير موقعه الى ان أتاح في عام 2006 لأي شخص غير الطالب الى الانضمام الى شبكة اقليمية تعتمد على المكان الذي يعيش فيه بشرط أن يمتلك عنوان بريدي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup><https://mawdo3.com>

## المطلب الثاني : ايجابيات وسلبيات الفيسبوك

### الفرع الأول : ايجابيات الفيسبوك

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تشهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات :

- إتاحة الفرصة لإضافة ... العضو إضافتهم في الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم و الخيار و الحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق على الموقع ومتاح لهذا الصديق أ يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إجابا على الطلب الذي تلقاه ، ويمكن لمن تلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الدعوة عن طريق نبذته الشخصية و الاستفسار عنه في الأصدقاء الآخرين وفي حالة تمت الموافقة على الصداقة فيستطيع كل منهما التواصل مع الآخر.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال : أن الشركات الكبرى تعتمد على عملية الإعلان لترويج منتجاتهم هذه العملية تم الاعتماد عليها على موقع الفيسبوك وهذا الأخير يسام في التسويق و الترويج بشكل كبير للمنتجات.
- اتاحة فرصة لتحميل ألبوم صور : وذلك من خلال تصفح موقع فيسبوك فإن الشخص بإمكانه تحميل مقطع فيديو، صور... الخ.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية : ذلك من خلال تنوع ت المواضيع التي تفيد العضو في التدريب و التعليم كالشخصيات السياسية و الاقتصادية الفنية و العاملين في المجالات الاجتماعية والدينية من خلال الفيسبوك يمكن التعرف على الأفكار و الخواطر وجهات النظر حول مختلف الأحداث و القضايا.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صورة ومقاطع الفيديو التي يرغب العضو في الاحتفاظ بها.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني : سلبيات الفيسبوك

لموقع الفيسبوك أثرا سلبيا على مستخدميه ولذا يمكن إيجازها فيما يلي :

<sup>1</sup> كاتب فارس، عقون دنيا ، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر دراسة وصفية ، قسم العلوم الانسانية جامعة أم بواقي 2016/2015 ص 49،48،47

## 1- إضعاف العلاقات ومهارات الاجتماعية.

أن مستخدم موقع الفيسبوك يخرج من المجتمع الحقيقي إلى المجتمع الافتراضي مما يجعله بعيد عن العلاقة الأسرية إذن فهو مدمر للعلاقة الأسرية ويدعم العزلة وآخر الأخصائية أجريت في المجتمع الغربي تثبت أن الفيسبوك هو الذي ساهم في رفع معدلات الطلاق.

## 2- انتهاك خصوصية المشتركين :

من خلال الدردشة و المواضيع المناقشة في طريق الفيسبوك ففي بعض الأحيان فإن التعليقات و المشاركات تصل الى شخص المخاطب بالإضافة إلأن المعلومات التي ينشرها المشاركون من خلال نبذهم للشخصية

3- يمكن لجهات كثيرة أن تشغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر في هذا الموقع مع معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون ان يعرفوا ذلك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> كاتب فارس ، عقون دنيا، مرجع سابق ص50،49

المبحث الثالث : الصفحات الرياضية عبر الفيسبوكالمطلب الاول : تعريف الصفحات الرياضية و الفوائد التي تقدمهاالفرع الاول : تعريف الصفحات الرياضية

هي تلك الصفحات التي تتعلق بالأمور الرياضية حيث هناك صفحات عامة تقدم أحدث الأخبار الرياضية ، صفحات خاصة تمثل رياضي معين كذلك هناك صفحات متخصصة ورياضة معينة اذ تقدم أخبار ومعلومات حول هذه الرياضة بالذات.

الفرع الثاني : فوائد الصفحات الرياضية عبر الفيسبوك

- التعرف على أصدقاء جدد وتعزيز التواصل الاجتماعي
- عدم سقف محدد لإعدادات ..... و المتتبعين
- إيصال ما تريده من أخبار ومعلومات بكل سهولة
- الوصول إلى أعداد كبيرة من الجمهور
- تعتبر منصة للإعلان عن أي شيء يتعلق بالرياضة .

المطلب الثاني : مضمون الصفحات الرياضيةالفرع الاول : الصور و الفيديوهات

أ. الصور يطلق على أحد الابتكارات التي توصل إليها الإنسان و التي يستخدمها الناشر و الصفحات الرياضية عبر الفيسبوك من اجل إيصال حدث أو خبر أو إيصال مذكرة معينة حسب ما تتضمنه الصورة وذلك من أجل أن يتم التفاعل معها من قبل المتبھين للصفحة وتمثل الصورة (صورة لاعب ، ... رياضي أحدث أو يخص رياضة معينة)

ب. فيديوهات : وهو عبارة عن صورة متحركة يتم استخدامها في الصفحات الرياضية من اجل عرض حدث ما أو لقطة طريفة تخص الرياضة أو طريقة ممارسة عمل بدني رياضي محدد وذلك من أجل الوضوح و الفهم ومن قبل المتتبع و الفهم الجيد و التعبير التعليق عليه ومشاركة مع الأصدقاء.

الفرع الثاني : التعليقات و البث المباشر

التعليقات هي عبارة عن سرد مكتوب يشرح به تجربة ما أو من أجل إيصال فكرة محددة يتم وصفه في الصفحات و القيام بنشره من اجل التفاعل معه.

**البث المباشر :**

وهي الميزة التي يوفرها الفيسبوك التي تمكن المشارك ببث فيديو بشكل مباشر وبدون تكاليف وعلى أي منهم تستخدم في الصفحات الرياضية وذلك من اجل تغطية حدث أو مظاهرة رياضية (مباراة، برنامج رياضي...الخ) لتمكين المتابعين من المشاهدة و التعليق و التفاعل مع هذا البث<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup><http://mawdo.com> 2019/02/29 15.20h

## خلاصة :

والنتيجة التي استنتجناها من خلال الفصل الثاني والذي يتكلم عن المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ، هو أن الإعلام الرياضي له دور كبير في مجتمعا وذلك من خلال المضامين التي ينشرها والتي تقوم بتوعية الطلبة بأهمية الرياضة وإطلاعهم على آخر الأخبار والأحداث الرياضية وكل هذا بفضل مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" الذي ساهم في تسهيل عملية الاتصال وتفاعل الطلبة من خلاله.

الفصل الثالث  
الإطار التطبيقي

## 1-تفريغ و تحليل البيانات الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول 01 : توزيع فئة السن :

النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
69%	69	من 20 - أقل من 24 سنة
25%	25	من 24 - أقل من 27 سنة
06%	6	أكثر من 27 سنة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أعلاه أن الفئة العمرية من (20 سنة إلى 24) احتلت المركز الأول بنسبة 69 % تليها الفئة العمرية (24 إلى 27) في المركز الثاني بنسبة قدرت بـ 25 % ، أما الفئة الثالثة فكانت من نصيب فئة (27 سنة فما فوق) بنسبة ضئيلة نوعا ما قدرت بـ 6 % . ومنه نستنتج أن الفئة التي تم التطرق إليها هي فئة الشباب و هذا وفقا لطبقات تدرجهم في الدراسة.

الجدول 02:المستوى الدراسي:

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
63%	63	السنة الثانية
26%	26	السنة الثالثة
6%	6	ماستر 01
5%	5	ماستر 02
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أعلاه أن النسبة الأكبر كانت من نصيب السنة الثانية ليسانس بنسبة قدرت ب 63 % ، تليها السنة الثالثة في المركز الثاني بنسبة 26 % ، تحتل المركز الثالث السنة أولى ماستر بنسبة قدرت ب 6 % ، أما فيما يخص ماستر 2 فقد بلغت المركز الأخير بنسبة 5 % ، ومنه نستنتج أن كل المستويات كانت جامعية وهذا مطابق للدراسة والعينة.

## الجدول 03: منذ متى لديك حساب فيسبوك:

النسبة	التكرار	العبارة
5%	5	أقل من سنة
11%	11	من سنة إلى سنتين
84%	84	أكثر من سنتين
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (03) أعلاه نلاحظ أن المركز الأول كان للمستخدمين من الطلبة الجامعيين للفيس بوك أكثر من سنتين بنسبة 84% و هذا يدل على اهتمامهم بالمواضيع الرياضية والمنشورات الدالة، أما المركز الثاني كان من نصيب المستخدمين الذين لديهم حساب فيسبوك من سنة إلى سنتين وهذا بنسبة قدرت ب 11% ،وهذا يدل على اهتمام الضئيل بالتكنولوجيا والمواقع الاجتماعية ومختلف المواضيع الرياضية. لتحتل المركز الأخير فئة المستخدمين للفيسبوك لأقل من سنة بنسبة قدرت ب 5% ،وهي نسبة ضئيلة جدا تدل على عدم الاهتمام مطلقا بالمواقع الاجتماعية والمواضيع الرياضية.

## الجدول 04: على أي وسيط اتصالي تستخدم الفيسبوك:

النسبة %	التكرار	العبارة
80%	80	هاتف ذكي
20%	20	كمبيوتر
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن النسبة 80% الأكبر كانت للوسيط الهاتف النقال بنسبة 80% وهذا بسبب سهولة حمله واستخدامه وأيضا لمواكبة التطور التكنولوجي، والخدمات والميزات التي يتمتع بها الهاتف النقال، في حين جاء الكمبيوتر في المركز الثاني بنسبة 20% ، وهذا لصعوبة حمله ونقله أيضا الاتصال بالإنترنت به محدود.

الجدول 05 : الفترات الزمنية التي تستخدم فيها الفيسبوك:

النسبة %	التكرار	النسبة
2%	2	فترة الصباح
38%	38	فترة الظهيرة
60%	60	فترة المساء
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 05 أعلاه أن الفترة الأكثر استخداما للفيسبوك هي الفترة المسائية بنسبة قدرت ب 60 % وهذا للفراغ التام من الدراسة أو العمل مما يتيح فرصة للاطلاع على الأحداث، تأتي في المركز الثاني فترة الظهيرة بنسبة 38 % وهذا لكونها فترة راحة بين الأوقات الدراسة يستغلها الطلبة للاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيرا فترة الصباح وهي فترة الدراسة و الانشغال بالأعمال حصلت على نسبة 2 % وهذا بسبب عدم التفرغ للمواقع الاجتماعية بسبب العمل والدراسة.

الجدول 06 : كيف تتفاعل مع منشورات الفيسبوك:

النسبة %	التكرار	العبارة
49%	49	الإكتفاء بقراءة المحتويات
51%	51	النكز و التفاعل مع المنشورات
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (06) أعلاه أن النكز و التفاعل مع المنشورات عبر الفيسبوك احتل المركز الأول بنسبة 51 %، في حين أن الإكتفاء بقراءة المحتويات احتلت المركز الثاني بنسبة قدرت ب 49 % ومن هنا نفسر هذا بالاهتمام بالمواضيع المنشورة عبر الفيسبوك لأنها الوسيلة الأكثر استخداما.

الجدول 07: هل لديك اهتمام بالمضامين الرياضية:

النسبة %	التكرار	العبارة
27%	27	دائما
43%	43	أحيانا
30%	30	نادرا
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مؤشر أحيانا هو الذي يحتل الصدارة بنسبة 43 % وهذه النسبة نفسرها بارتباطات الأشخاص المهنية والدراسية بالمضامين الرياضية وهذا حسب ظروفهم أيضا الثاني نسبة الاهتمام نادراً في المركز الثاني بنسبة قدرت ب 30 % ، أما المركز الثالث فكان المؤشر الاهتمام دائما بنسبة قدرت ب 27 %

الجدول 08 : ما هي المضامين الرياضية التي تتعرض لها:

النسبة	التكرار	العبارة
36%	36	تهتم بنتائج مباريات كرة القدم
5%	15	تهتم بنتائج المنافسات الرياضية المحلية والدولية
7%	7	تهتم بنتائج ألعاب القوى والرياضات الأخرى
27%	27	تهتم بأخبار النجوم والفرق
15%	15	الاهتمام بكل المضامين الرياضية
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (08) أعلاه أن ترتيب المضامين جاء حسب الأهمية من طرف المشاهد أيضا حسب الأهمية للبرامج ، فقد احتل المركز الأول الاهتمام بنتائج المباريات بنسبة قدرت ب 36 % ، في احتل المركز الثاني أخبار النجوم بنسبة قدرت ب 27 % ، لتأتي في المركز الثالث كل من المضامين الرياضية ونتائج المنافسات بنسبة قدرت ب 15 % ، وأخيرا نجد أن نتائج ألعاب القوى احتلت المركز الأخير بنسبة قدرت ب 7 % .

الجدول 09 : ما درجة اهتمامك بالمضامين الرياضية:

النسبة	التكرار	العبارة
%27	27	اهتم بدرجة متوسطة
%46	46	اهتم بدرجة عالية
%27	27	اهتم بدرجة ضعيفة
%100	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (09) أعلاه أن الاهتمام بالدرجة العالية بنسبة 46% كان له الصدارة بسبب الاهتمام بمواضيع مختلفة غير الرياضية أما في المركز الثاني فقد جاء الاهتمام بدرجة متوسطة وضعيفة متساويين بنسبة قدرت ب 27 % وهذا راجع إلى الاستخدام و الاهتمامات لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول 10 : كيف تتفاعل مع المضامين الرياضية :

النسبة %	التكرار	العبارة
%51	51	الاكتفاء بقراءة محتويات الصفحات
%47	47	التفاعل بالمنشورات مع الأصدقاء
%02	2	النكز على المنشورات
%100	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (10) أعلاه أن الاهتمام بالتفاعل مع المواضيع الرياضية كان بمستويات ، فقد احتل عنصر قراءة المحتويات الصحف الصدارة بنسبة قدرت ب 51 %، ومؤشر التفاعل مع المنشورات المركز الثاني بنسبة قدرت ب 47 % ، في حين احتل مؤشر النكز المركز الأخير بنسبة قدرت ب 2 %.

## الجدول 11: ماهي أكثر المضامين الرياضية تفضيلاً:

النسبة	التكرار	العبرة
42%	42	المضامين التي تهتم بنتائج مباريات كرة القدم
20%	20	تهتم بنتائج المنافسة الرياضية الوطنية والدولية
9%	9	تهتم بنتائج ألعاب القوى
29%	29	تهتم بأخبار النجوم والفرق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (11) أعلاه أن مؤشر الاهتمام بنتائج المباريات كرة القدم احتل الصدارة بنسبة 42 % ،ليأتي مؤشر أخبار النجوم المركز الثاني بنسبة 29 % وهذا راجع إلى المتابعة الشديدة للبرامج النجومية وجرأة المحللين للنتائج وفصاحتهم، أما المركز الثالث فكان من نصيب المؤشر نتائج المنافسة الرياضية بنسبة قدرت ب 20 % ، لتأتي في المركز الأخير نتائج ألعاب القوى بنسبة قدرت ب 9 % وهذا بسبب عدم الاهتمام بها مطلقاً من طرف أفراد العينة.

المحور الثاني: دوافع استخدامك للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك

الجدول 12: للتعرف على أهم نتائج الدوريات الأوربية :

النسبة %	التكرار	العبرة
34%	34	دائما
34%	34	أحيانا
32%	32	نادرا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (12) أعلاه أن نسب دائما و أحيانا هما بنسبة متساوية قدرت ب 34 لمؤشر الاهتمام بنتائج الدوريات الأوروبية، جاء في المركز الأول ، و يأتي مؤشر نادرا بنسبة 32% في المركز الثاني و هو بنسبة متقاربة مع مؤشري دائما و أحيانا.

الجدول 13 : لمعرفة آخر المستجدات الرياضية :

النسبة %	التكرار	العبرة
24%	24	دائما
38%	38	أحيانا
38%	38	نادرا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (13) أعلاه أن كل من مؤشر المعرفة بآخر المستجدات الرياضية أحيانا ونادرا احتلا الصدارة بنسبة قدرت ب 38 % وهذا يرجع إلى طبيعة الاهتمام لمعرفة آخر المستجدات الرياضية أما مؤشر الاهتمام بصفة دائمة جاء في المركز الثاني بنسبة قدرت ب 24 %.

## الجدول 14: للتفاعل مع الآخرين حول نتائج المنافسات الرياضية :

النسبة %	التكرار	العبارة
18%	18	دائما
41%	41	أحيانا
41%	41	نادرا
100%	100	المجموع

تشير نتائج الجدول (14) والتي تظهر التفاعل مع الآخرين على التساوي في النسب 41% بين "أحيانا" و"نادرا"، أما الإجابة بشكل ضعيف فكانت على دائما وبنسبة 18% وهي النسبة الأقل.

## الجدول 15: لمعرفة أخبار المنافسات وانتقالات نجوم كرة القدم :

النسبة %	التكرار	العبارة
43%	43	دائما
30%	30	أحيانا
27%	27	نادرا
100%	100	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة قد أجابوا بأنهم "دائما" يستخدمون الفيسبوك لمعرفة أهم الأخبار عن المنافسات وانتقالات نجوم كرة القدم وذلك بنسبة 43% ، في حين نجد نسبة 30% بمن أجابوا بـ "أحيانا" وكنسبة أخيرة تمثلت في 27% للإجابة بـ "نادرا".

الجدول 16: للإطلاع على واقع المنافسات الرياضية المحلية:

النسبة %	التكرار	النسبة
16%	16	دائما
45%	45	أحيانا
39%	39	نادرا
100%	100	المجموع

تظهر نتائج الجدول (16) أعلاه أن النسب متباعدة وبذلك فالنسبة الأكبر للإطلاع على واقع المنافسات الرياضية المحلية هي نسبة 45% أحيانا ونسبة 39% نادرا ، أما النسبة الضعيفة فكانت 16% دائما على الإطلاع على واقع المنافسات الرياضية المحلية.

الجدول 17: للإطلاع على واقع المنافسات الدولية:

النسبة %	التكرار	العبارة
35%	35	دائما
33%	33	أحيانا
32%	32	نادرا
100%	100	المجموع

تشير بيانات الجدول (17) أعلاه أن النسب كانت متقاربة نوعا ما فيما بينها بحيث نجد أن نسبة 35% يعتبرون أنهم "دائما" ما يكون لديهم الدافع للإطلاع على واقع المنافسات الدولية عبر الفيسبوك ، في حين نجد أن نسبة 33% بمن أجابوا بـ "أحيانا" وتقابلها الإجابة بـ "نادرا" وبفارق 1% وذلك بنسبة 32%. وهم بنسب متقاربة .

الجدول 18: لمعرفة المواضيع الأكثر إثارة:

النسبة	التكرار	العبارة
24%	24	دائما
39%	39	احيانا
37%	37	نادرا
100%	100	المجموع

أوضحت النتائج المبينة في الجدول رقم (18) أن نسبة 39% أحيانا لمعرفة المواضيع أكثر إثارة ونسبة 37% نادرا لم يهتم لمعرفة المواضيع أكثر إثارة ونسبة 24% دائما وهي النسبة الأقل.

الجدول 19: للإطلاع على آراء المستخدمين :

النسبة %	التكرار	العبارة
17%	17	دائما
35%	35	احيانا
48%	48	نادرا
100%	100	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 48% "نادرا" ما يستخدمون الفيسبوك من اجل الإطلاع على آراء المستخدمين وأن نسبة 35% "أحيانا" ما يكون لديهم دافع للإطلاع على الآراء ، في حين كانت نسبة 17% بمن أجابوا ب"دائما" وتعتبر هذه النسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى.

المحور الثالث: الاتجاهات نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك

الجدول 20: تمتاز المضامين الرياضية بالدقة والمصدقية:

النسبة %	التكرار	العبارة
32%	32	مؤيد
25%	25	معارض
43%	43	محايد
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن نسبة 43 % محايد الى تمتاز المضامين الرياضية بالدقة والمصدقية ونسبة 32 % مؤيد على اختيار مؤيد ونسبة معارض فكانت نسبة 25 % وهي النسبة الأقل بالنسبة للمضامين الرياضية التي تمتاز بالدقة والمصدقية وبذلك فنسبة المحايد تفوق نسبة المؤيد والمعارض.

الجدول 21: تمتاز المواضيع الرياضية بالموضوعية في الطرح:

النسبة %	التكرار	العبارة
32%	32	مؤيد
34%	34	معارض
34%	34	محايد
100%	100	المجموع

أشارت نتائج الجدول (21) أن النسب متقاربة لامتنياز المواضيع الرياضية بالموضوعية في الطرح بنسبة 34% بالنسبة للمعارض والمحايد كانت النسبة متساوية ونسبة مؤيد فهي 32 % وبذلك فهي النسبة الأقل.

الجدول 22: تخاطب المضامين جميع الفئات:

النسبة	التكرار	العبارة
43%	43	مؤيد
27%	27	معارض
30%	30	محايد
100%	100	المجموع

يفيد الجدول رقم (22) أعلاه أن أفراد العينة كانوا "مؤيدين" على أن المضامين الرياضية عبر الفيس بوك تخاطب جميع الفئات بنسبة 43%، وقابلها نسبة 30% للمبحوثين "المحايدين"، في حين كانت نسبة 27% لأفراد المعارضين لفكرة أن المضامين الرياضية تحاور كل فئات المجتمع.

الجدول 23: تمتاز المضامين بالتجدد والآنية:

النسبة	التكرار	العبارة
49%	49	مؤيد
22%	22	معارض
29%	29	محايد
100%	100	المجموع

بعد فحص بيانات الجدول رقم (23) أعلاه نجد أن نسبة 49% "مؤيدين" للآنية والتجدد في المضامين، في حين تقابلها نسبة 29% للمبحوثين "محايد"، أما نسبة 22% فقد كانت للذين أجابوا بأنهم معارضين عن المضامين الرياضية وأنها لا تتسم بالتجدد والآنية.

الجدول 24: استخدامي للمضامين ساهم في تنمية الروح الوطنية:

النسبة	التكرار	العبارة
54%	54	مؤيد
19%	19	معارض
27%	27	محايد
100%	100	المجموع

أشارت نتائج الجدول رقم (24) أن نسبة استخدام المضامين التي ساهمت في تنمية الروح الوطنية التي كانت نسبة مؤيد 54 % وهي النسبة الأكبر ونسبة محايد 27% والتي تحتل المرتبة الثانية بعد نسبة المؤيد ونسبة معارض 19 % وهي النسبة الضعيفة.

الجدول 25: استخدامي للمضامين تزيد من ثقافتي في المجال:

النسبة %	التكرار	العبارة
67%	67	مؤيد
17%	17	معارض
16%	16	محايد
100%	100	المجموع

ترجح نتائج الجدول (25) أن استخدام المضامين تزيد من ثقافة المجال وبتزويدهم في المجالات الرياضية فقد بلغت نسبة "مؤيد" 67% هذا ما يبرر أن استخدامي للمضامين الرياضية تزيد من ثقافتي في المجال أما بالنسبة للمعارض والمحايد فكانت النسبة متقاربة بنسبة "معارض" 17 % و"محايد" بنسبة 16 % وبذلك فالنسب متقاربة.

الجدول 26: تساهم المضامين الرياضية بالتعريف بالنجوم :

النسبة %	التكرار	العبارة
63%	63	مؤيد
14%	14	معارض
23%	23	محايد
100%	100	المجموع

تظهر نتائج الجدول (26) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يرون أن تساهم المضامين الرياضية بالتعريف بالنجوم "مؤيد" بنسبة 63% وهي النسبة الأكبر أما بالنسبة محايد 23% ومعارض 14% وهي أقل قيمة.

الجدول 27: القائمون على المضامين الرياضية لا يمتازون بالكفاءة :

النسبة	التكرار	العبارة
25%	25	مؤيد
34%	34	معارض
41%	41	محايد
100%	100	المجموع

تفيد نتائج الجدول (27) أن القائمون على المضامين الرياضية لا يمتازون بالكفاءة، غالبية أفراد العينة محايد 41% وهي النسبة الأكبر ، في حين أجاب 34% معارض ، أما موافق فقد كانت النسبة ضئيلة 25%.

المحور الرابع: ما مدى رضاك عن المضامين الرياضية عبر الفيسبوك

الجدول 28: المضامين الرياضية تعمل على زيادة معارفي الرياضية:

النسبة %	التكرار	العبارة
73%	73	راض
7%	7	غير راض
20%	20	محايد
100%	100	المجموع

نلاحظ أن المضامين الرياضية تعمل على زيادة معارفي الرياضية يوضح الجدول رقم (28) أعلاه أن نسبة 73 % "راض" من يعتبرون أن المضامين الرياضية التي تطرح عبر القيس بوك تعمل على زيادة معارفهم الرياضية في حين نجد أن نسبة 20 % كانوا محايدين في إجاباتهم ، وكنسبة أخيرة قدرت ب 07 % للذين كانوا غير راضيين على أن المضامين الرياضية تزيد من معارفهم الرياضية.

## الجدول 29: المضامين الرياضية تشبع احتياجاتي ورغباتي:

النسبة %	التكرار	العبارة
36%	36	راض
27%	27	غير راض
37%	37	محايد
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (29) أعلاه أن نسبة 37% "محايد" للمضامين التي لا تشبع احتياجاتهم ورغباتهم في حين تقابلها نسبة متقاربة جدا للإجابة "راض" وذلك بفارق نسبة 1% أي بنسبة 36% وكآخر نسبة هي 27% للإجابة ب "غير راض" وقد يفسر ذلك أن هناك ارتفاع في نسبة تفاعل الباحثين على المضامين الرياضية عبر الفيس بوك أكثر من تفاعلهم ومتابعتهم عبر القنوات التلفزيونية باعتبار أن الفيس بوك قد لبي احتياجاتهم ورغباتهم على عكس القنوات.....

## الجدول 30: أشعر برضا تام حول المضامين المقدمة عبر الفيس بوك :

النسبة %	التكرار	العبارة
40%	40	راض
24%	24	غير راض
36%	36	محايد
100%	100	المجموع

بعد فحص بيانات الجدول رقم (30) أعلاه نجد نسبة 40% ما يشعرون بالرضا حول المضامين في حين تقابلها نسبة 36% للذين أجابوا ب "محايد" وفي الأخير بنسبة 24% ب "غير راض" وتقابل كل واحدة منها مفردة بنفس عدد نسبتها. ويفسر ذلك إلى اعتبار أفراد العينة أنهم راضون بالمضامين التي يقدمها الفيس بوك باعتباره أنه أصبح كالتغذية الإخبارية الرياضية.

الجدول 31: أشعر بالرضا عندما يفوز النادي الذي أشجعه:

النسبة %	التكرار	العبارة
70%	70	راض
10%	10	غير راض
20%	20	محايد
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة قد أجابوا ب"راض" بنسبة 70% والتي تعتبر كأعلى نسبة من بين الإجابات ، فقد كانت نسبة 20% للذين أجابوا ب"محايد" تقابلها 10% ل"غير راض" وقد يكون هذا نتيجة الرضا التام للمبحوثين حول الأداء الذي يقدمه ناديه الذي يشجعه ما يؤدي ذلك في المقابل بالرضي عند فوزهم.

الجدول 32: أشعر بالفرح عند تسجيل أحد النجوم المعجب بهم هدف :

النسبة %	التكرار	العبارة
65%	65	راض
12%	12	غير راض
23%	23	محايد
100%	100	المجموع

تبين نتائج الجدول (32) أن من أجابوا ب"راض" لهم أعلى نسبة وتقدر ب65 ب 65 مفردة ، في حين تكون نسبة 23% للذين أجابوا ب"محايد" بتكرار 23 مفردة وفي الأخير نسبة 12% بنفس التكرار للذين أجابوا ب"غير راض" وقد يدل هذا على تعلق أفراد العينة بأحد النجوم وهذا ما يدعوهم إلى الفرح والسرور عند تسجيله الهدف وقد يكون ذلك بسبب إمكانياته في خلق الفرص ولعب التميريات البينية أو لقدرته التهديفية و إمكانياته في المراوغة أو لأي سبب كان والذي يجعل المبحوثين مهتمين ومعجبين بالأهداف التي يسجلها أحد نجومهم.

## الجدول 33: أشعر بالفرح عند فوز أحد العدائين الكبار لأي سباق :

النسبة %	التكرار	العبارة
47%	47	راض
17%	17	غير راض
36 %	36	محايد
100%	100	المجموع

من خلال الجدول (33) أعلاه نجد أن نسبة 47 % قد أجابوا ب"راض" بتكرار 47 مفردة ، وقد يفسر هذا أن نسبة من المبحوثين لا يزال لديهم اهتمام باللاعبين والعدائين الكبار ومداومتهم على الاستفسار عن أخبارهم أولاً بأول ، في حين نجد أن نسبة 36 % للذين أجابوا ب"محايد" ب 36 مفردة و 17 % للذين أجابوا ب"غير راض" وبنفس عدد المفردات، وقد يدل هذا على عدم اهتمام نسبة قليلة من المبحوثين حول هؤلاء اللاعبين أو أن اهتمامهم في مجال آخر.

## 2- النتائج الجزئية للدراسة.

تحاول هذه الدراسة الوصول إلى استنتاجات عام ونتائج مبنية على حقائق علمية وموضوعية مأخوذة من الواقع الاجتماعي الميداني، ولقد سبق وأن تعرضنا إلى أهم نتائج التي توصلنا إليها في دراستنا الحالية من خلال الأدوات السابقة والتي تم ذكرها في المبحث السابق.

وكما سبق فقد اهتمت الدراسة لمعرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين الرياضيين عبر الفيسبوك، قمنا من خلالها باستخدام استبيان وتوجيهه إلى جمهور طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي، محاولين إبراز دور الفيسبوك في إشباع رغبات جمهور الشباب الجامعي ومدى اهتمامهم بمتابعة المضامين الرياضية عبر الفيسبوك من أجل تحقيق صورة إيجابية ومساهمتها في تلبية حاجات جمهورها.

انطلاقاً مما سبق نستعرض لمناقشة النتائج حسب التساؤلات المطروحة حسب المحاور الأربعة ، فالنسبة للمحور الأول فهو عبارة عن بيانات شخصية ترتبط بخصائص العينة ، والمحور الثاني يتناول عادات وأنماط المعرض لمضامين الفيسبوك، والمحور الثالث يتناول دوافع استخدام المضامين عبر الفيسبوك، أما المحور الرابع فيتناول اتجاهات استخدام المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى رضى المستخدمين لها .

## الفرع الأول : دراسة عادات وأنماط التعرض للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك (المحور الثاني):

قمنا بطرح أسئلة تخص الاهتمام بالوسائط المستخدمة والفترات الزمنية الأكثر تفضيلاً من قبل المستخدمين أيضاً ومدى التفاعل مع المضامين عبر الفيسبوك.

- من خلال السؤال (03) في المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة مدة امتلاك حساب فيسبوك، كانت نسبة 84% ممن يمتلكون حساب منذ أكثر من سنة.
- من خلال السؤال (04) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة أي أكثر الوسائط استخداماً للفيسبوك، وكانت النسبة الكبرى للهاتف النقال بنسبة قدرت ب 80%.
- من خلال السؤال (05) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة الفترات الزمنية الأكثر تفضيلاً واستخداماً وكانت النسبة الأكبر للفترات الزمنية المسائية بنسبة قدرت ب 60%.

- من خلال السؤال (06) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة كيفية التفاعل مع المنشورات عبر الفيسبوك ، احتل المركز الأول بنسبة 51%.
- من خلال السؤال (07) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة مدى الاهتمام بالمواضيع الرياضية، فقد احتل مؤشر أحيانا الصدارة بنسبة قدرت ب 43%.
- من خلال السؤال (08) من المحور الثاني نسعى من خلاله إلى معرفة مختلف المضامين التي يتعرض إليها الشباب حسب أهميتها، وجاءت الاهتمام بنتائج المباريات في الصدارة بنسبة 36%.
- من خلال السؤال (09) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة درجة الاهتمام بالمضامين الرياضية فقد وجدنا أن الاهتمام بدرجة متوسطة في الصدارة بنسبة قدرت ب 46%.
- من خلال السؤال (10) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة كيفية التفاعل مع المضامين الرياضية فنجد أن عنصر قراءة محتويات الصحف احتل الصدارة بنسبة 51% .
- من خلال السؤال (11) من المحور الثاني نسعى من خلاله لمعرفة أكثر المضامين الرياضية تفضيلا ، فوجدنا أن الاهتمام بنتائج مباريات كرة القدم احتل الصدارة بنسبة قدرت ب 42%.

- الفرع الثاني : دوافع استخدام المضامين الرياضية عبر الفيسبوك(المحور الثالث):

- من خلال السؤال (12) من المحور الثالث نسعى من خلاله للتعرف على دوافع استخدام المضامين الرياضية عبر الفيسبوك وقد جاء الإطلاع على آراء المستخدمين حول القضايا الرياضية ونجد أن أكبر نسبة كانت لمؤشر "نادرا" وقد بلغت 48%.

- الفرع الثالث : اتجاهات استخدام المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى رضا مستخدميها. (المحور الرابع):

- من خلال السؤال (13) من المحور الرابع نسعى من خلاله لمعرفة اتجاهات نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك فقد جاء مؤشر استخدامي للمضامين الرياضية يزيد من ثقافتني في المجال الرياضي وأعلى نسبة كانت لمؤشر "مؤيد" ب 67%.

- من خلال السؤال (14) من المحور الرابع نسعى من خلاله لمعرفة مدى رضا الطالب الجامعي عن المضامين الرياضية عبر الفيسبوك وقد جاء مؤشر المضامين عبر الفيسبوك تعمل على زيادة معارفي الرياضية في المجال بنسبة بلغت 73%. لمؤشر "راض".

## 3- الاستنتاج العام للدراسة :

هدفت دراستنا من بدايتها إلى التعرف على استخدام الطلبة الجامعيين لجامعة عمار ثليجي كلية علوم إنسانية قسم علوم إعلام واتصال للفيديو و الإشاعات المحققة منه ، كون أن الفيديو وما لاقته من إجماع حوله من قبل الجمهور والباحثون والدراسات الإعلامية حول تأثيره القوي ودوره الفعال في الاستحواذ على متبعية ، وانطلاقاً مما تحويه هاته الوسيلة من تعقيدات لهذه التقنية منها بل التأثيرية ، فإننا عزمنا إلى معرفة بعض هذه السبل التي يتم من خلالها جذب هذه الجماهير، فقد استطاعت دراستنا الكشف عن مدى قدرة الفيديو لتلبية رغبات الطلبة ، حيث عبر الطلبة المبحوثين عن أنهم يشعرون حاجياتهم انطلاقاً من مصدر مهم وهو الفيديو ، وذلك من خلال رضاهم على ما يقدمه ها الوسيط الإلكتروني من مضامين حيث بلغت نسبة الرضا 73% من مجموع جمهور الطلبة الذي يستخدم الفيديو ، وكذلك التعرف على المادة الإعلامية المفضلة لديهم وهي متابعة مباريات كرة القدم .

ومن هنا نستنتج أن الدور الذي يلعبه الفيديو بات واضحاً من خلال مساهمته في إشباع رغبات الجمهور وذلك بتزويدهم بالمعلومات والأخبار إضافة إلى إمدادهم بالمهارات الرياضية .



خاتمة :

لقد قطع الإعلام الرياضي أشواطاً كبيرة من التطور نظراً لتعدد الوسائط التكنولوجية في المجال الرياضي والمواكبة لكل ما هو حصري في الشأن الرياضي الي يلقي اهتماماً واقبالاً واسعاً خاصة من قبل الطلبة الجامعيين الذين يرون فيها مهرباً وملجأً للتنفيس عن مشاكل وضغوط الحياة الجامعية التي يعيشونها.

كما ساعد الإعلام الرياضي الطلبة ويوجههم نحو اتخاذ قرارات وتشكيل اتجاهات حول الأحداث والبرامج الرياضية التي يشاهدونها في مختلف الوسائط ، وهذه الدراسة التي قمنا بها محاولة منا لاكتشاف اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك ومدى تفاعلهم معها ، وكانت النتائج المتحصل عليها تؤكد الاتجاه الإيجابي للمواضيع التي يقدمها الفيسبوك .

# قائمة المصادر والمراجع

1/ المراجع :

\* الكتب

1. ابراهيم بن عبد العزيز الدهيلع، مناهج وطرق البحث العلمي، ط1، عمان. الأردن : دار الصفاء للنشر والتوزيع.2010.
2. أحمد علي حبيب، علم النفس الإجتماعي، ط1، مصر: مؤسسة للنشر و التوزيع،2007/2008.
3. جبران سعود الرائد، المحجم اللغوي الأسهل والأحدث، ط8، بيروت : 2001.
4. حسين عبد الحميد وأحمد رضوان، أصول البحث العلمي، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة،2006.
5. حضور أديب، الإعلام الرياضي دراسة عملية للتحليل الرياضي، الإذاعة والتلفزيون، ط1، دمشق: المكتبة الإعلامية، 1994.
6. خير الدين علي عويسي، الإعلام الرياضي، ط1، القاهرة: مركز الكتاب للنشر،1998.
7. خير الدين علي عويسي، عطاجين عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، القلم، مصر: مركز الكتاب للنشر،1998.
8. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد منير ، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق العلمي، ط2، عمان. الأردن : دار الصفاء للنشر والتوزيع 2008.
9. سامي محمد، ملحم المناهج في التربية و علم النفس، ط3، عمان. الأردن : دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2005.
10. فاروق أبوزيد، مدخل إلى علم الصحافة، ط1، القاهرة: عالم الكتب،1986.
11. نبيل عبد الهادي، تشكيل السلوك الإجتماعي، عمان، الأردن: دار البازوز للنشر والتوزيع،2009.
12. وديع ياسن التركي، علم النفس الإجتماعي، ط1، الإسكندرية، مصر: دار الوفاء للطباعة والطباعة،2012.
13. كامل علوان الزبيري، علم النفس الإجتماعي، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع،2011.

14. كامل محمد الغري، أساليب البحث العلمي والعلوم الإنسانية والاجتماعية ، ط1، عمان. الأردن : دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
15. محمد خليل عباس وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، عمان. الأردن : دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
16. محمد مصطفى زيدان، علم النفس الإجتماعي، ط1، الجزائر، ديوان المطبوعات الجاد.
17. هناء حاقط بدوي، الإتصال بين النظرية والتطبيق، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية، الإسكندرية، كتب الجامعي الحديث، 1998.
18. محمد شحاتة ربيع، علم النفس الإجتماعي، ط1، الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011.
19. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور وبحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب : 1993.
20. محمد عبيدات و آخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه، عمان. الأردن : دار الفكر للطباعة والنشر، 1998.
21. سعيديات يوسف، أبو طالب محمد إلياس، اتجاهات الطلبة نحو ممارسة النشاط البدني الرياضي للطلبة الجامعيين، دراسة منهجية بجامعة ورقلة، 2012/2011.
- \*المذكرات**
22. أحلام زيار، اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية في قسم العلوم، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، قسم علوم إنسانية، 2015/2014.
23. برجاق مروة، رغدى منيرة، اتجاهات الطلبة نحو برامج قناة الهذاف الرياضية، دراسة ميدانية في جامعة العربي بن مهيدي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، 2016/2015.
24. علاء أحمد الدحدوح، مفتوح لتوظيف الشبكة الاجتماعية facboock في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية التربية، 2012.
25. كاتب فارس، عقون دنيا، اثر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، دراسة وصفية منهجية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، قسم علوم إنسانية، 2016/2015.
26. نبيل عبد الهادي، تشكيل السلوك الإجتماعي، عمان، الأردن: دار البازوز للنشر والتوزيع، 2009.

27. محمد رياض غزلان ، استخدام الشباب الجامعي الجزائري لقناة الهدف الجزائري والاشباع المحففة منها ، مذرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة الاغواط ، 2016 .

28. ناصر الرحمانه، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، مذكرة خرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، نيسان 2008.

\*المواقع الالكترونية

29. <http://mawdo3.com>. 2019/02/28. H16.20

الملاحق

الاستثمار

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثليجي - الأغواط.



كلية العلوم الإنسانية و الاسلامية و الحضارة.

قسم: الإعلام و الاتصال.

تخصص: اتصال و علاقات عامة.

استمارة استبيان:

إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك و مدى تفاعلهم معها.  
دراسة ميدانية على طلبة الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي - الأغواط-.

إشراف الأستاذ:

• عطاء الله طريف.

إعداد الطالبين:

• عادل شعيب.

ملاحظة:

إن معلومات هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي لذا نرجو الإجابة بكل موضوعية.  
- ضع علامة ( X ) في خانة الإجابة الصحيح- أشعر بالرضا التام عندما يفوز النادي الذي أشجعه.  
- يمكن الإجابة على أكثر من احتمال.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- السن: من 20 إلى أقل من 23 سنة  من 24 إلى أقل من 26 سنة  من 27 فأكثر

2- المستوى الدراسي: ثانية إعلام و اتصال  السنة الثالثة إعلام واتصال  أولى ماستر  ثانية ماستر

المحور الثاني: عادات و أنماط التعرض للمضامين عبر الفيسبوك.

3- هل لديك حسابك على الفيسبوك؟.

نعم  لا

4- منذ متى لديك حساب فيسبوك؟

منذ أقل من سنة  منذ سنة  أكثر من سنة.

5- على أي وسيط اتصالي تستخدم الفيسبوك؟

الهاتف الذكي  جهاز الكمبيوتر

6- ما هي الفترات الزمنية التي تستخدم فيها الفيسبوك؟

الفترة الصباحية  الفترة المسائية  كل الفترات

7- كيف تتفاعل مع منشورات الفيسبوك؟

الاكتفاء بقراءة المحتويات الصفحات  التفاعل مع المنشورات  النكز على المنشورات

8- هل لديك اهتمام بالمضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟

دائما  أحيانا  نادرا

9- ما هي المضامين الرياضية التي تتعرض لها و تتفاعل معها عبر الفيسبوك؟

تهتم بنتائج مباريات كرة القدم  تهتم بنتائج المنافسات الرياضية المحلية و الدولية  تهتم بنتائج ألعاب القوى و الرياضات الأخر  تهتم بأخبار النجوم و الفرق  الاهتمام بكل المضامين الرياضية

10- كيف تتفاعل مع المضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟

الاكتفاء بقراءة محتويات الصفحات  التفاعل مع المنشورات مع الأصدقاء  النكز على المنشورات

11- ما هي أكثر المضامين الرياضية تفضيلاً، أذكرها بالترتيب 1-2-3.....:

المضامين التي تهتم بنتائج مباريات كرة القدم  تهتم بنتائج المنافسات الرياضية الوطنية و الدولية

تهتم بنتائج ألعاب القوى  تهتم بأخبار النجوم و الفرق

المحور الثالث: دوافع و اتجاهات استخدام المضامين عبر الفيسبوك.

12- ما هي دوافع استخدامك للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟

الدوافع	دائماً	أحيانا	نادرا
- للتعرف على أهم نتائج الدوريات الأروبية.			
- لمعرفة آخر المستجدات الرياضية.			
- للتفاعل مع الآخرين حول نتائج المنافسات الرياضية.			
- لمعرفة أخبار المنافسات و انتقالات نجوم كرة القدم			
- للاطلاع على واقع المنافسات الرياضية المحلية .			
- للاطلاع على واقع المنافسات الرياضية الدولية .			
- لمعرفة المواضيع الأكثر إثارة في المجال الرياضي.			
- للاطلاع على آراء المستخدمين حول القضايا الرياضية.			

13- ما هي اتجاهاتك نحو المضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟

الاتجاهات	مؤيد	معارض	محايد
- تمتاز المضامين الرياضية عبر الفيسبوك بالدقة و المصداقية.			
- تمتاز المضامين الرياضية بالموضوعية في الطرح.			
- تخاطب المضامين الرياضية عبر الفيسبوك جميع الفئات الاجتماعية			
- تمتاز المضامين الرياضية عبر الفيسبوك بالتجدد و الآنية.			
- استخدامي للمضامين الرياضية ساهم في تنمية الروح الرياضية			
- استخدامي للمضامين الرياضية عبر الفيسبوك تزيد من ثقفتي في المجال.			

			- تساهم المضامين الرياضية عبر الفيسبوك بالتعريف بنجوم الرياضة
			- القائمون على المضامين الرياضية لا يمتازون بالكفاءة المهنية.

#### 14- ما مدى رضاك عن المضامين الرياضية عبر الفيسبوك؟

العبارة	راض	غير راض	محايد
- المضامين الرياضية عبر الفيسبوك تعمل على زيادة معارفنا الرياضية في المجال.			
- المضامين الرياضية عبر الفيسبوك شبع احتياجاتي و رغباتي في المجال الرياضي.			
- أشعر برضا تام حول المضامين الرياضية المعروضة في الفيسبوك.			
- أشعر بالرضا التام عندما يفوز النادي الذي أشجعه.			
- أشعر بالفرح عند تسجيل أحد النجوم المعجب بهم هدف			
- أشعر بالفرح عند فوز أحد العدائين الكبار لأي سباق.			