وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

معهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية **ميدان:**علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال **فرع:** إعلام واتصال رياضي



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في تحسين الارتقاء النفسي والأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر

دراسة ميدانية على بعض فرق كرة القدم ولاية ادرار

إعداد الطالب: **تحت إشراف الدكتور:**

تيب جلول **إسماعيل بن طاهر**

الموسم الجامعي: 2025/ 2026



﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾

(سورة القلم، الآية 04)



نشكر الله سبحانه وتعالى على فضله وتوفيقه لنا، وهو القائل في محكم تنزيل

﴿لَئِن شَكَرْتُم لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾ الآية رقم (07) سورة ابراهيم

ومصداقا لقول النبي عليه الصلاة والسلام :

« لا يَشْكُرُ اللَّهَ مَنْ لا يَشْكُرُ النَّاسَ» رواه أحمد والترمذي

أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل

وتشكراتي الخالصة إلى الدكتور المشرف "بن الطاهر اسماعيل " الذي سهل لي طريق العمل ولم يبخل علي بنصائحه العلمية القيمة، فوجهني حين الخطأ وشجعني حين الصواب، فكان نعم المشرف.

كما أتقدم بالشكر إلى جميع أساتذتي الذين أشرفوا على تدريسي ، ولكل من ساهم بالكثير أوالقليل في إخراج هذا العمل المتواضع إلى النور .

وفي الأخير أحمد الله جلّ وعلا الذي أعانني في إنهاء هذا العمل.

من قريب أو بعيد .

حياتنا ألم . يغطيها أمل

****يحققها عمل . نهايتها أجل. ****

ولكل امرئ جزاء بما عمل



أهدي هذا المجهود إلى من رضى الله من رضاهم

إلى سيدة النساء ، إلى العظيمة في عطائها وحنانها، إلى نور الحياة وبهجتها

إلى التي أعطتنا من روحها لتبقى أرواحنا أمي حفظها الله

إلى خير الآباء ، إلى من كان عظيما في عطائه ، إلى نور الحياة وبهجتها

إلى الذي ضحى من اجلنا بالغالي والنفيس أبي حفظه الله

وإلى كل أفراد العائلة خاصة إخوتي وكل الأهل والأقارب ، إلى الأستاذ القدير

والمشرف بن الطاهر اسماعيل و كل الزملاء

إلى كل أسرة نادي اللقاء الرياضي و كذلك كل أسرة معهد علوم وتقنيات

النشاطات البدنية والرياضية

وإلى كل من أعاننا على انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
كلمة شكر	
الإهداء	
قائمة المحتويات	
قائمة الجداول والأشكال	
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
1- الإشكالية	4
2- فرضيات الدراسة	6
3-أهداف الدراسة	6
4-أهمية الدراسة	7
الفصل الثاني :النظرية الخلفية و الدراسات السابقة	
1- تكنولوجيا الإعلام والاتصال	4
1-1- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال	4
1-2 - نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال	5
1-3 - خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال	7
1-4 -علاقة الاتصال بالإعلام	10
1-5 - أهداف عملية الإعلام والاتصال	11
1-6 -النظريات الإعلامية	11
1-6-1-نظرية الحارس	11
1-6-2-نظرية جدول الأعمال	11
1-6-3- نظرية الاستخدامات والإشباعات	12
1-6-4-نظرية الانتشار والابتكار	13
1-6-5-نظرية الصمت الحلزوني	13
1-6-6-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	14
1-7-التأثير الإعلامي	15
1-7-1-خصائص التأثير الإعلامي	15
1-7-2-التأثير الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي	16

1-7-3-التأثير الإعلامي في العصر الرقمي	16
1-8-الخبر الرياضي	17
1-8-1-خصائص الخبر الرياضي	17
1-8-2-أنواع الخبر الرياضي	18
1-8-3-عناصر الخبر الرياضي	18
1-8-4-الخبر الرياضي في عصر الإعلام الجديد	19
1-9-وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد	20
1-9-1- Facebook	20
1-9-2- Instagram	20
1-9-3- X Twitter	20
1-9-4- YouTube	20
1-9-5- TikTok	21
1-9-6-خصائص الإعلام الجديد	21
2-الأداء الفني في كرة القدم	21
2-1 - مفهوم الأداء الفني	21
2-2 - مكونات الأداء الفني الجيد	22
2-3 - العلاقة بين الإعلام المرئي والأداء الفني	22
3 - كرة القدم	22
3-1 - تعريف كرة القدم	22
3-2 - نبذة تاريخية عن كرة القدم في الجزائر	22
3-3 - قوانين كرة القدم	23
4 -أهمية الإعلام في رياضة كرة القدم	26
5- الدراسات السابقة	27
5-1 - الدراسات الجزائرية	27
5-2 - الدراسات العربية	28
5-3 - الدراسات الأجنبية	29
6- التعليق على الدراسات السابقة	30

الفصل الثالث :الإجراءات المنهجية للدراسة	
تمهيد	29
1-الدراسة الاستطلاعية	30
2- المنهج المتبع في الدراسة	30
3-مجتمع وعينة الدراسة	31
4- حدود الدراسة	31
5- أدوات جمع البيانات والمعلومات	32
6- الإجراءات التطبيق الميداني للأداة	34
7- الأساليب الإحصائية	34
الفصل الرابع :عرض النتائج ومناقشتها وتحليلها	
1- عرض وتحليل نتائج الاستبيان	46
2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات	74
الفصل الخامس:استنتاجات واقتراحات	
1- الاستنتاج العام	77
2- الاقتراحات	77
3-قائمة المراجع	79
4-الملاحق	83
5-ملخص الدراسة	90

قائمة الاشكال والجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل المتابعين الوسائل الإعلامية السمعية البصرية.	46
02	يمثل مدى معرفة وسائل الاعلام التي تستخدمها كثيرا.	47
03	يمثل ما إذا كان اللاعبين يتابعون نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم من عدمها.	48
04	يمثل عدد سنين متابعة اللاعب للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم.	49
05	يمثل تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب الاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني.	51
06	: يمثل متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم.	52
07	يمثل مدى مساهمة التلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي للاعبين.	53
08	يمثل مدى متابعة اللاعبين للقنوات الفضائية الرياضية.	55
09	يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية في رفع الرصيد الثقافي الرياضي للاعبي كرة القدم .	56
10	يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية و تنمية الوعي بين اللاعبين.	57
11	يمثل نوع الأخبار الرياضية التي يتابعها اللاعبون.	59
12	يمثل مدى زيادة الأخبار الرياضية من رغبة اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم.	60
13	يمثل مستوى استيعاب اللاعب من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية.	61
14	يمثل مدى مساهمة استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين .	63
15	يمثل عدد اللاعبين الذين يتابعون الأخبار المتعلقة بالنوادي الأجنبية والذين لا يتابعونها.	65
16	يمثل معرفة ما إذا كان اللاعبون يتابعون البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بتلك النوادي.	66
17	يمثل ما مدى احساس اللاعبين لما يتابعونه من أخبار و تدريبات ومباريات النوادي الرياضية .	67
18	يمثل عدد اللاعبين الذين تزيد تحسين ارتقاء اداؤهم الفني ورغبتهم في اكتساب وتعلم مهارات جديدة في كرة القدم من خلال ما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات والعكس .	69
19	يمثل ما إذا كانت القنوات الفضائية الرياضية تزيد من معرفة اللاعبين لبعض القدرات البدنية والمهارات الحركية أم لا .	70
20	يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية.	71
21	يمثل مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي في تحقيق إشباعات اللاعبين وتحقيق نجاحاتهم في كرة القدم .	72

قائمة الاشكال

الرقم	عنوان الاشكال	الصفحة
01	يمثل المتابعين الوسائل الإعلامية السمعية البصرية.	46
02	يمثل مدى معرفة وسائل الاعلام التي تستخدمها كثيرا.	47
03	يمثل ما إذا كان اللاعبين يتابعون نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم من عدمها.	48
04	يمثل عدد سنين متابعة اللاعب للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم.	50
05	يمثل تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب الاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني.	51
06	: يمثل متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم.	52
07	يمثل مدى مساهمة التلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي للاعبين.	53
08	يمثل مدى متابعة اللاعبين للقنوات الفضائية الرياضية.	55
09	يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية في رفع الرصيد الثقافي الرياضي للاعبي كرة القدم .	56
10	يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية و تنمية الوعي بين اللاعبين.	58
11	يمثل نوع الأخبار الرياضية التي يتابعها اللاعبون.	59
12	يمثل مدى زيادة الأخبار الرياضية من رغبة اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم.	60
13	يمثل مستوى استيعاب اللاعب من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية.	62
14	يمثل مدى مساهمة استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين .	63
15	يمثل عدد اللاعبين الذين يتابعون الأخبار المتعلقة بالنوادي الرياضية والذين لا يتابعونها.	66
16	يمثل معرفة ما إذا كان اللاعبون يتابعون البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بتلك النوادي.	66
17	يمثل ما مدى تأثر اللاعبين لما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات بعض النوادي.	68
18	يمثل عدد اللاعبين الذين تزيد تحسين ارتقاء اداؤهم الفني ورغبتهم في اكتساب وتعلم مهارات جديدة في كرة القدم من خلال ما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات على بعض الفرق الرياضية.	69
19	يمثل ما إذا كانت القنوات الفضائية الرياضية تزيد من معرفة اللاعبين لبعض القدرات البدنية والمهارات الحركية أم لا .	70
20	يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية.	72
21	يمثل مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي في تحقيق إشباعات اللاعبين وتحقيق نجاحاتهم في كرة القدم .	73

المقدمة

المقدمة

تعتبر العملية الاتصالية لدى الإنسان من أهم الموجودات على الإطلاق. فمنذ أن بدأ الإنسان بعمليّة الاتصال مع الآخرين، حاول بقدر الإمكان توصيل ما يفكر فيه أو يشعر به بطريقة صحيحة وسليمة يفهمها الآخرون، ومن المعروف أن أول طريقة اتصال قام بها الإنسان البدائي مع الآخرين كانت عن طريق الإشارة، فحاول استخدام مايمكنه من الإشارات للدلالة عما يفكر فيه، ولكن مع الوقت أدرك الإنسان أن هذه اللغة لا تكفي لتوصيل المعلومة أو الفكرة، فبدأ باختراع كلمات منطوقة ذات دلالة على شيء معين، وبدأت هذه الكلمات تتطور وتتعدد حتى أصبحت لغة كاملة يتحدث بها الناس ويوصلون ما يريدون من أفكار واقتراحات بكل سهولة، ويتلقى الآخرون ذلك بكل بساطة واستيعاب وفهم ما يريده المتحدث، لكن ومع ذلك لم تكن عملية الاتصال هذه مجدية إلّا إذا كان الأشخاص قريبون، فماذا لو كانوا بعيدون كيف ستتم عملية الاتصال، ومن هنا بدأ الإنسان يفكر ويبتكر، و يصعد سلم الثورة التكنولوجية لعالم الاتصالات سلماً تلو الآخر، حتى وصلنا إلى ثورة اتصالات ضخمة وكبيرة ومميزة في كل أنحاء العالم، وأصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة، يمكنك الاتصال والتواصل مع أشخاص في أقصي الكرة الأرضية.

ومع تطور المفاهيم الخاصة بالنظام الاتصالي زاد التطور في جانب آخر وهو الإعلام الذي واكب التطور التكنولوجي الذي أبدع جهاز الراديو والتلفزيون وغيرها ، وكان لهذه الأجهزة الوقع والأثر الكبير على صيرورة النظام الاتصالي ككل، والإعلامي خاصة ورفع من تنوعها وتخصصها.

وأصبح القائمين بالاتصال والمهتمين بوسائل الإعلام أن يجدوا المستلزمات التي تفيد في تطور الأداء وبلوغ الأهداف والحقوق المشروعة للأفراد، والرياضة باعتبارها المجتمع الصغير الذي يرتبط بممارسة نشاطات جسدية وفكرية معينة بين الأفراد و تعتمد بشكل كبير ومباشر على هذه الوسائل في سرعة نقلها وتطورها وتحسين مستوى أدائها على نطاق المجتمع الصغير إلى نطاق المجتمع الكبير.

ونجد الرياضة في مختلف المستويات والعديد من الميادين ، وفي أطوار التعليم المختلفة ، وفي النوادي ودور الشباب ، وذلك لما لها من فضل كبير في إعداد الفرد بدنيا ، حركيا ، نفسيا ، عقليا واجتماعيا والرياضة تحتوي على مجموعة كبيرة من الأنشطة التي تعتمد على المنافسة والمواجهة والاحتكاك ، مثل كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية في العالم ، والتي تطورت تطورا سريعا ، فهي رياضة بسيطة يقبل عليها الصغار والكبار ويستطيع كل إنسان ممارستها بأبسط التكاليف ومع مرور الزمن تطورت كرة القدم تطورا مدهشا ، مس مختلف الميادين الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية .

وحتى تتضح لنا الفكرة العامة لمفهوم الرياضة وكرة القدم وما تحتويه من أبعاد تربوية وسيكولوجية وجدت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة في مجال السمعي البصري أو ما يسمى حاليا في وقتنا المعاصر تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئ ي لتل بي هذه الأبعاد وذلك عن طريق مختلف الوسائل التكنولوجية السمعية البصرية إذ أصبحت اليوم تلعب دورا مهما في تنشئة الأفراد واللاعبين وتثقيفهم رياضيا سواء من ناحية الرصيد المعرفي الرياضي أو من ناحية ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة حيث تلقيهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة. وذلك عن طريق التلفزيون وشبكات الاتصال العالمية والانترنيت وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وما تحتويه من أخبار وتقارير رياضية في جميع المجالات ولكل فئات الأعمار المختلفة خصوصا فئة الشباب التي تعبر الفئة الأكثر عرضة لهذه الوسائل.

فتكنولوجيات الإعلام والاتصال تؤثر في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمها للأشياء من خلال ما نتلقاه عن طريق وسائلها المختلفة من معلومات وتقارير رياضية مختلفة تخدم المفهوم العام للثقافة الرياضية بصفة عامة وثقافة كرة القدم بصفة خاصة.

الفصل الأول :

الاطار العام للدراسة

1- الإشكالية

2- فرضيات الدراسة

3-أهداف الدراسة

4-أهمية الدراسة

5-الكلمات الدالة في الدراسة

1-الإشكالية:

تعد مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدءا من الأسرة والمؤسسة التعليمية وأجهزة الإعلام بكل وسائلها السمعية منها،و المقروءة والمرئية وتعدد الثقافات والمنضمات الاجتماعية وكذلك المؤسسات الرياضية بأنها تلعب دورا هاما في إحداث تغيير في الشخصية الإنسانية انطلاقا بمراحل النمو الإنساني وصولا إلى تكوين شخصية بإيجابياتها وسلبياتها فالتنشئة الاجتماعية للفرد وظروفها تجعل من شخصيته قابلة للتغيير فهو يتأثر بالبيئة التي يعيش فيها.
(مرزاقة دوا د، 2014 ، ص 34)

ويقضي الإخلاص بمفهوم الرياضة الحقيقية أي ربط الثقافة البدنية بالتربية العقلية ربطا وثيقا وسليما كما تقتضي التأكيد على حقيقة الحياة الرياضية كعنصر أساسي من عناصر الحياة الثقافية وأن المباريات الرياضية حيث ينظر إليها وفق هذا المفهوم الصحيح و تصبح عبارة عن مشهد عرض فني وتؤلف بالتالي جزءا من الحياة الثقافية، فلقد كتب أديب خضور في رأي الروائي العربي نجيب محفوظ "الرياضة كالفن ضرورة من ضروريات الحياة وهناك تشابه غريب بين الرياضة والأدب ففي كليهما نجد العلم والموهبة والخلق والتجارب، كما أن الفيصل في التفوق في كليهما يقوم على الاجتهاد وكل أديب أو رياضي يشير إلى النصر ونيل الإعجاب والشهرة معا. (عبد الباسط محمد عبد الوهاب الحطامي، 2003 ، ص 34)

فمن الخطأ أن ننظر إلى الرياضة على أنها تنمية للقدرات الجسمية للفرد فحسب وانما تتعدى ذلك المجال ، فهي تلعب دورا كبيرا في تحسين القدرات النفسية والحركية للفرد ، خاصة في مرحلة المراهقة ، لذلك نجد أن الشباب بأمس الحاجة إليها. فالرياضة تحتوي على مجموعة كبيرة من الأنشطة كما تعتمد على المنافسة والمواجهة والاحتكاك ، مثل كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية في العالم ، والتي تطورت تطورا سريعا و مدهشا مع مرور الزمن ، فهي رياضة بسيطة يقبل عليها الصغار والكبار ويستطيع كل إنسان ممارستها بأبسط التكاليف وبدون عناء ومن هنا أخذت طابعا آخر في معظم الأحيان وهو التنافس اللاشريف فعمت الفوضى في الملاعب الرياضية وأساءت إلى اللعبة وقيمها الشريفة .

ومع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال خاصة تكنولوجيا الإعلام المرئي فقد أصبحت اليوم تشكل عنصرا مهما في تكوين شخصية الأفراد واللاعبين وخصوصا فئة الشباب التي تعتبر الفئة الأكثر عرضة لمختلف المفاهيم والأفكار عبر هذه الوسائل، فلطالما يجلس عدد معتبر من هذه الفئة سواء كانوا لاعبين أم ليسو بذلك وراء الشاشات ولوقت طويل لمعرفة كل صغيرة وكبيرة وكل ما هو جديد حول الرياضة الأكثر شعبية في العالم ، و تر تبط هذه التكنولوجيات بمفهوم الثقافة الرياضية بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة سواء كمساهمة أو كمفهوم ثقافي واجتماعي من منظور فئة الشباب وخاصة لاعبي كرة القدم.

و التي تواجه هي الأخرى ثورة إعلامية تحاصره من جميع الاتجاهات وبمختلف اللغات وفي جميع الأوقات لترسم له طريقا جديدا لحياته وأسلوبا معاصرا لنشاطه وعلاقته مع الآخرين وتفاعله مع المجتمع، ومن هنا نتساءل:

هل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي دور في الارتقاء النفسي والأداء الفني لدى للاعبي كرة القدمفي الجزائر؟

التساؤلات الفرعية:

1- هل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري دور في تحسين الارتقاء النفسي والاداء الفني لدى لاعبي كرة القدم ؟

2- هل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري اهمية في تحسين المستوى الثقافي والرياضي لدى لاعبي كرة القدم ؟

3- هل تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي على مستوى الوعي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم؟

2- فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

لتكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي دور في تحسين الارتقاء النفسي و الاداء الفني عند لاعبي كرة القدم في الجزائر .

الفرضيات الفرعية :

1- للتكنولوجيات الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري اهمية في تحسين الارتقاء النفسي والاداء الفني لدى لاعبي كرة القدم.

2- لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري اهمية في تحسين المستوى الثقافي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم .

3- لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري دور في التأثير على مستوى الوعي لدى لاعبي كرة القدم.

3- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف العلمية والتطبيقية، أبرزها:

- الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي ومستوى الأداء الفني للاعبي كرة القدم الجزائريين.

- محاولة التعريف بمصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال باعتباره مصطلح العصر الحالي.

- اهمية التعريف بالإعلام المرئي .

- يكون استعمال هذه التكنولوجيا في كل ما هو مفيد من الناحية العلمية.

- مدى إقبال لاعبي كرة القدم على هذه التكنولوجيا خصوصا في مجال كرة القدم.

- معرفة مدى تأثير هذه التكنولوجيا في تحسين كرة القدم لدى اللاعبين الجزائريين .

– معرفة مدى إقبال اللاعبين على تناول المعلومات والمعارف الرضية من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

4– أهمية الدراسة:

توضيح أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري في عملية تطوير كرة القدم والتثقيف ونشر المعلومات والاستفادة منها:

– مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري على التقليل من السلوكات العدوانية عند اللاعبين والمتتبعين ومحاولة دمجهم في الحياة الرياضية في مجال كرة القدم.

– الوصول الى درجات الوعي الثقافي لمفهوم كرة القدم عند لاعبي كرة القدم سواء كانت كممارسة أو كمعلومة رياضية.

5–الكلمات الدالة في الدراسة:

5–1– الإعلام:

المفهوم اللغوي: الإعلام مشتق من الفعل الماضي الرباعي (أعلم) والمضارع منه (العلم) ومعنى اعلم قام بالتعريف والأخبار لغيره والفعل الثلاثي منه (علم) أي عرف وخبر.

(ويقول ابن منظور: علمت الشيء بمعنى عرفته وخبر ته. (ابن منظور، ص 871

(علما الشيء يعلمه (علما) و(استعمله) الخبر (فاعلمه إياه). (الرازي، 1996 ، ص 397

(أعلم: إعلاما (علم) الأمر وبالأمر: أطلقه عليه. (المنجد الأبجدي، 1967 ، ص 108

والإعلام في القاموس الفرنسي: يعني إعطاء شكل معين والشكل يعني البنية، وبالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية (أو بالأحرى المنظمة). (culture، petit la rousse,

المفهوم الاصطلاحي: عرفه عبد اللطيف حمزة "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السلمية والحقائق الثابتة".

وعرفه فرناند تيرو (الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صفة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صوربصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور. (زهير إحدادن، 2007 ، ص 14)

المفهوم الإجرائي : هو نقل المعلومات والأخبار في مختلف وسائ ل الإعلام سواء كانت مكتوبة مرئية أو ،مسموعة بهدف إيصال الأخبار إلى الجمهور المستهدف.

5-2- التكنولوجيا:

إلى اليونانية التي ستكون من مقطعين هما technologie المفهوم اللغوي: يرجع أصل كلمة تكنولوجيا(techno) وتعني التشغيل الصناعي والثاني (logos) أي العلم أو المنهج. لذلك تكون مكملة واحدة هي علم التشغيل الصناعي. (محمد الصيرفي، 1990 ، ص 15)

المفهوم الاصطلاحي: هي اللغة التقنية والعلم التطبيقي والطريقة الغنية لتحقيق غرض عملي فضلا عن كونها مجموعة من الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة البشر ورفاهيتهم كما أن التقنية يوردها المعجم ذاته بأنها أسلوب أو طريقة صالحة التفاصيل الغنية أو طريقة لإنجاز عرض منشود. (غسان قاسم داود اللامي، 2007 ، ص 22)

المفهوم الإجرائي: هي الاختراعات التي تساعد الفرد في حياته اليومية. بحيث تقوم بأداء الأعمال بناءا على خطط مسبقة وتؤديها بكل مهارة وإتقان لكي يكون عملك غير مكررا أو تقليديا .إذن فالتكنولوجيا تعني التميز.

5-3- التلفزيون:

ومعناه الرؤية .أي هو الرؤية عن بعد vision ومعناه عن بعد و télé المفهوم اللغوي: مكون من مقطعين.

المفهوم الاصطلاحي : هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية .

المفهوم الإجرائي : هو تحويل مشهد متحرك وما يرافقه من أصوات إلى إشارات كهربائية ثم نقل الإشارات وإعادة تحويلها بجهاز استقبال إلى صورة مرئية متحركة مرفقة بصوت .

5-4-تكنولوجيا الاتصال:

هي مجموعة الوسائل والتقنيات الحديثة التي تُستخدم في نقل المعلومات وتبادلها بين الأفراد، مثل الحاسوب، الإنترنت، الهاتف ووسائل الإعلام الرقمية، ويُقاس استخدامها من خلال مؤشرات قابلة للملاحظة كعدد مرات الاستخدام، نوع الوسائل المستعملة، سرعة الوصول إلى المعلومات، ومستوى التفاعل في إنجاز المهام.

تُعرف تكنولوجيا الاتصال بأنها الأدوات والوسائل التي تسهم في إنتاج ونقل وتخزين المعلومات، انظر: حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 45.

5-5- كرة القدم :

هي عبارة عن نشاط رياضي يمارس ضمن قوانين خاصة تملك هيكلا تنظيميا دقيقا ، وهي لعبة قبل كل شيء ذات طابع جماعي تلعب بفريقين ، يحاول أحد الفريقين تسجيل أكبر عدد ممكن من الأهداف كي يكون هو الفائز ، يتكون كل فريق من أحد عشر لاعبا بما فيهم حارس المرمى ، يلعب الفريقان على ميدان مستطيل الشكل ، صالح للعب وأرضية مستوية ويشرف على تحكيمها حكم وسط وحكمين للخطوط الجانبية وحكم رابع (احتياط) .

الكرة: أداة اللعب كروية الشكل يشترط أن تكون كاملة الاستدارة أن تكون مصنوعة من الجلد لا يجوز أن تدخل في صناعتها أي مادة تشكل خطر على اللاعب .

الجانب النظري

الفصل الثاني :

النظرية الخلفية و الدراسات السابقة

أولا :النظرية الخلفية:

1- تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تمثل تكنولوجيات الإعلام والاتصال (Tic) ومنجزاتها المستمرة وسريعة التطور وما يتصل بها من تكنولوجيات المعلومات، ثورة حقيقية انطلقت مع تصاعد الإحساس بأن الواقع الاتصالي القائم لم يعد كافيا للوفاء، بمستلزمات القرن الواحد والعشرين.

وتجدر الإشارة إلى أن الرمز الحالي ليس مفهوما وحيدا لمعنى والتخصص وهو من اهتمامات عدة تخصصات الرياضيات، الإعلام الآلي، الاتصال، الأدب، علم الاجتماع، علم النفس، منهجية الاتصالات، الفلسفة، ولقد ظهر مفهومه الأصلي في الولايات المتحدة الأمريكية باسم تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

الناتج عن دمج الحواسب بالخطوط الهاتفية، وفي البيان باسم الكمبيوتر والاتصال وفي بعض الدول الأوروبية I F(اسبانيا، فرنسا) باسم الاتصال عن بعد والمعلوماتية ثم لاحقا ويتأثر من علوم الإعلام شاع في أوروبا المصطلح الحالي (Tic)

(عبد الباسط محمد عبد الوهاب محمد، 2005 ، ص 85) .

وأما مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال معا فهو بالنسبة للمقاربة الاتصالية ل: أ.موتيشيلي عبارة عن مادة إدراكية، أو عنصر سديد وملائم من الواقع يقدم معطيات أو رسائل دالة تستوجب الشرح والتأمين (Mucchielli.A(2006, 26)

1-1 تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

التكنولوجيا: مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة أو تقديم خدمة وفي إطار نظام اجتماعي واقتصادي معين. (حسن رضا النجار، 2009 ، ص 495)

وعرفت أيضا بأنها "الوسائل التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر. (محي محمد مسعي، 1999 ، ص 26)

ومن منظور اتصالي يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال بأنها "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هده المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر ومبادلتها، (شريف درويش اللبان 2000 ص، 102، 103).

1-2 نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال :

وجدت وسائل الإعلام والاتصال بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والمدى، ولكنها كانت تهدف دائما إلى فورية الاتصال وتوسيع دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة، وبرزت أولى بوادر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة باكتشاف العالم البريطاني "وليمستورغون " والموجات الكهرومغناطيسية وذلك في عام (1924) واستطاع من بعده " صمويل مورس " اختراع التلغراف عام (1837) حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام " النقط والشرط" وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر، وأصبح التلغراف بعد. (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد 2002 ، ص 101ص 100)

وفي عام (1876) استطاع الاسكتلندي" ألكسندر غراهام بيل" أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة التليفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي.

وفي عام (1877) اخترع توماس إديسون جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني "إميل برلنغر " في عام (1887) من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

وساعد توماس أديسون على نشأة السينما الأمريكية ففي عام 1891 م سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية يعمل بوضع قطعة من العملة في ثقب خاص؛ وكان اسم هذا الجهاز (كينيتوسكوب) ولكن الإنتاج الصناعي للأفلام بدأ بعد ذلك بثلاث سنوات، وعندما هبطت شعبية جهازه قبل أديسون صنع جهاز العرض الذي اخترعه (جنكنز وارمات)، تحت اسم أديسون فيتاسكوب وتم أول عرض عام على شاشة في 23 مارس في أحد مسارح نيويورك ويعتبر هذا اليوم بداية السينما الأمريكية 1896 ، أي بعد عرض لوميير بثلاثة والذي كان في أواخر عام (1895) أين شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية والتي كانت صامتة ثم أصبحت ناطقة منذ عام (1928).

(حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، 2002 ، ص 104، (105 .

1-3 خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال:

1-3-1- التفاعلية Interactivity: و هي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته. (محمد شومان، 1999 ، ص 161)

وهذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي، بينما كان الاتصال الجماهيري يفتقدها تماما، وتعنى التفاعلية Interactivity انتهاء فكرة الاتصال الخطي Linear أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى الملتقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري والثقافي اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية.

وأصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها (رحيمة الطيب عيساني، 2010 ، ص 31)

1-3-2- التنوع Variety: مع تطور المستحدثات التقنية في مجال الإعلام والاتصال وتعددها وارتفاع في عناصر العملية الاتصالية، Variety القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي، أدى ذلك إلى التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال (رحيمة الطيب عيساني، 2010 ، ص 32)

1-3-3-الانتشار والتدويل Proliferation & Globalization: فقد أدى التطورالتكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل الاتصال والمعلومات إلى تقليل تكاليف إنتاجها إلى الحد الذي أتاح لها قدر ا كبيرا من الانتشار واتساع نطاق الاستخدام بين الأفراد؛ رغم تفاوت مستوياتهم الاقتصادية والثقافية، بحيث لم يعد ينظر إلى هذه الوسائل باعتبارها ترفا لا داعي له، وإنما باعتبارها ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، كما أن الربط بين وسائل الاتصال الحديثة قد بات عالميا أو كونيا تهدف تخطي الحدود الإقليمية؛ إذ أصبح في الإمكان الاتصال بأي مكان في العالم من الهاتف المحمول، أومن الهاتف العمومي، كما تعددت قنوات البث التلفزيوني الفضائي. (محمد شومان، 1999 ، ص 16 -18)

1-3-4-اللاجماهيريةDemessification : فحسب في رسائل عامة ومنمطة، بل أضحت من إمكانياتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعا لاهتماماتها واحتياجاتها الخاصة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعا لحاجة مستقبلها.

1-3-5-الفورية immediacy: ألغت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحواجز الزمانية كما ألغت الحواجز المكانية، إذ يتم الاتصال بشكل فوري بفض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، بحيث لا تلحظ عند اتصالك بحاسب في الصين أنك استغرقت وقتا أطول مما لو كان الاتصال بحاسب في مدينتك وكذلك الحال مع الهاتف النقال.

(علي بن عبد الله عسيري، 2004 ، ص 23)

1-3-6-القابلية الحركية Mobility: تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان، ثم نقلها إلى آخر حرك ته مثل الهاتف النقال

والتليفون المدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة. (شطاح محمد وآخرون، 2002 ، ص 100)

1-3-7- قابلية التحويل Convertibility: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التليتكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع ويبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التليفزيونية مثل(Euronews Eurosport). (خلاف جلول، 2002 ، 2003 ص 45)

1-3-8- قابلية التوصيل والتركيب Connectivity : لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التليفزيونية على أكمل وجه فهناك مثلا الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة شركة Eston والديمو (المحلل) من صنع شركة wave Next .

1-3-9- التوجه نحو التصغير miniaturization: وسائل صغيرة يمكنها نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة، تليفزيون الجيب، والهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

وتتميز كذلك بالتناغم بين التصغير وقوة وسرعة معالجة المعلومات الذي يتطور بسرعة لا متناهية مستندة على قانون مور MOORE الذي ينص على زيادة سرعة الترانزستورات والقدرة على المعالجة كل 18 شهرا.

(فرنسوا لسلي، نقولا ماكاريز، 2001 ، ص 9)

1-3-10- الاحتكارية Monopolistic: عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، وضمن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات

الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال . (عبد الفتاح عبد النبي، 1990 ، ص 82)

1-3-11- أسعار منخفضة low prices: من أهم المميزات التي ساهمت في انتشار هذه التكنولوجيات هو انخفاض أسعارها نتيجة لتداولها ما ساهم بروز شركات متنافسة عملت على جذب أكبر عدد من الزبائن وأيضا على تطوير منتجاتها من برامج و مضامين ومنتجات مختلفة. (فرنسوا لسلي ونقولا ماكاريز، 2001 ، ص 11).

ويمكننا أن نضيف كذلك إلى كل الخصائص السابقة خاصية مميزة ألا وهي التحديث المستمر لهذه التكنولوجيات والأجيال المتتابعة والتي لا يفصلها زمن معتبر بين كل جيل و آخر.

1-3-12- الاقتصادية economical: تجلى اقتصادية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على أكثر من مستوى فهي تحقق الاقتصادية في الجهد والاقتصادية في الوقت، إضافة إلى الاقتصادية في الكلفة المادية، إذ تمثل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدوات فعالة لإنجاز الكثير من المهام بتكلفة منخفضة، فمثلا كلفة رسالة البريد الالكتروني لا تذكر إذا ما قورنت بكلفة البريد العادي، وكلفة الكتاب الالكتروني عادة أقل كلفة من مثيله العادي وكلفة الهاتف النقال في المكالمات الدولية لا تقارن بالهاتف الثابت خاصة في ظل المنافسة بين مختلف متعاملي ومقدمي خدمات الهاتف النقال في البلد الواحد. (علي بن عبد الله عسيري، 2004 ، ص 21).

1-4 علاقة الاتصال بالإعلام:

إن الإعلام مفهوم عصري ينطبق على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من الصحافة والإذاعة والتلفاز، فمن خلال مفهوم الاتصال ومفهوم الإعلام هو بث وسائل واقعية محددة على أعداد كبيرة من الناس بحيث يختلفون فيما بينهم من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية ويتوزعون في مناطق متفرقة وبهذا اعتبر الاتصال أساسا لكل تنظيم ناجح.

ورغم اتفاق الإعلام بالاتصال في الشرطين لوقوع العملية وهي الصيغة ونقل الخبر فهما مختلفين لأن الإعلام مرتبط بالوسائل" الحديثة، وشيوع الخبر ليس شرطا في وقوع عملية الاتصال إضافة أن عملية الاتصال لها مدلول اجتماعي في حين الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض. غير أن عملية الاتصال بالجمهور وعملية الإعلام تحتوي على عناصر مشتركة ذكرها علماء الإعلام وفي مقدمتهم "لاسويل" وهذه العناصر هي : المرسل ،الوسيلة، المستقبل ، التأثير .(العزيز شريف: 80,1977).

1-5 أهداف عملية الاعلام والاتصال:

إن لعملية الإعلام والاتصال أهداف وفوائد من بينها:

توصيل فكرة معينة وإقناع الآخرين بها، معنى هذا التأثير في الرأي العام من اجل تغيير الافكار والآراء وتشكيل أفراد إيجابيين .

نقل وتوصيل المعلومات والمعارف حول مواضيع مختلفة، وهنا هدف معرفي من اجل عرض الحقائق الجارية في المجتمع.

كما نجد من بين الأهداف والفوائد الترفيهية والتسلية، أي الترويح عن الأفراد والاستمتاع بأوقات الفراغ وتخفيف أعباء الحياة.

نقل التراث الثقافي بين المجتمعات والمساعدة في تنشاءة الجيل الجديد .

تهدف الى تحريك العواطف وإثارة الانفعالات أو التنبيه ،فمن هذا الجانب فهو يقوم بوظيفة سيكولوجية يسعى إلى توصيل المعلومات والخيرات من الشخص إلى عدد كبير من الأفراد ،فهو يقوم بوظيفة تعليمية .

يعمل على إيذاع المعلومات على أطراف متعددة في مواقع مختلفة وفي وقت واحد ، فهو يقوم بوظيفة تنظيمية .

مرجع سابق (1969، 45).

1-6- النظريات الإعلامية :

1-6-1-نظرية الحارس :

تُعدّ نظرية الحارس من أبرز النظريات الإعلامية الكلاسيكية التي أرسى دعائمها عالم النفس الاجتماعي كورت لوين سنة 1947، ثم طوّرها ديفيد وايت في سياق الدراسات الصحفية سنة 1950. وتنطلق هذه النظرية من فكرة محورية مفادها أن المعلومات لا تصل إلى الجمهور بصورة عفوية أو تلقائية، بل تمرّ عبر سلسلة من المراحل والبوابات التي يتحكم فيها أفراد أو مؤسسات يُعرفون بـ"الحرّاس"، وهم في الغالب المحررون والصحفيون ورؤساء التحرير الذين يملكون صلاحية تقرير ما يُنشر وما يُحجب وما يُبرز من المحتوى الإعلامي. وقد كان هؤلاء الحرّاس في عهد الإعلام التقليدي يمثّلون سلطة رقابية فعلية تتحكم في تشكيل الرأي العام وتوجيه الخطاب الإعلامي. غير أن ظهور الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي أحدث تحولاً جذرياً في هذه المعادلة، إذ أصبح بمقدور أي فرد عادي أن ينشر المحتوى مباشرةً دون الحاجة إلى وسيط مؤسسي أو بوابة رقابية، مما أضعف سلطة الحارس التقليدية وأفرز ما يُسمى بـ"الحارس الجديد" أو "الحارس الرقمي" الذي قد يكون خوارزمية إلكترونية أو مستخدماً عادياً يملك عدداً كبيراً من المتابعين. ويرى الباحثون أن هذا التحوّل أسهم في تنويع مصادر المعلومات وكسر احتكار الإعلام التقليدي، إلا أنه في الوقت ذاته فتح الباب أمام انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضلّلة بشكل غير مسبوق، مما يجعل دراسة نظرية الحارس في البيئة الرقمية ضرورة بحثية ملحّة في عصرنا الراهن.

محمد منير حجاب، نظريات الاتصال الحديثة، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2017، ص 121

1-6-2-نظرية جدول الأعمال:

تُمثّل نظرية جدول الأعمال واحدة من أكثر النظريات الإعلامية تأثيراً وانتشاراً في مجال دراسات الاتصال الجماهيري، وقد صاغها الباحثان ماكسويل ماكومبس ودونالد شو سنة 1972 استناداً إلى دراستهما الشهيرة التي أجرياها إبان الحملة الانتخابية الأمريكية في مدينة تشابل هيل. وتقوم هذه النظرية على مبدأ جوهري مفاده أن وسائل الإعلام لا تملك القدرة على إملاء آراء الجمهور أو تحديد كيف يُفكر الناس في قضية ما، بل تملك القدرة على تحديد القضايا التي يُفكر فيها

الجمهور أصلاً، أي أنها تُرتّب الأولويات وتُحدد سلّم الاهتمام العام. وبمعنى أوضح، تعمل وسائل الإعلام على نقل أهمية موضوع ما من جدول أعمالها إلى جدول أعمال الجمهور عبر التكرار والإبراز والتأطير. وفي سياق وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، شهدت هذه النظرية امتداداً وتطوراً لافتاً، إذ لم تعد هناك جهة إعلامية واحدة تهيمن على جدول الأعمال، بل أصبحت المنصات الرقمية كـX وFacebook تُنتج جداول أعمال متعددة ومتنافسة في آنٍ واحد، كما أن المستخدمين أنفسهم باتوا قادرين على فرض قضايا بعينها على الرأي العام من خلال الوسوم (Hashtags) والمحتوى الذي يتداولونه بكثافة. وقد طوّر ماكومبس لاحقاً مفهوم "جدول الأعمال من الدرجة الثانية" الذي يتجاوز تحديد الموضوعات إلى تحديد السمات والصفات التي تُركّز عليها وسائل الإعلام في تناولها لتلك الموضوعات، مما يُعمّق تأثيرها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور.

محمد منير حجاب، نظريات الاتصال الحديثة، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2017، ص 135.

1-6-3- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات في مطلع السبعينيات من القرن الماضي على يد مجموعة من الباحثين في مقدمتهم إلياهو كاتز وجاي بلاملر وميشيل غوريفيتش، وجاءت في حقيقتها ردّ فعل علمي على النظريات السابقة التي كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقياً سلبياً تفعل فيه وسائل الإعلام ما تشاء. وتنطلق هذه النظرية من فرضية رئيسية مفادها أن الجمهور كتلة نشطة واعية تستخدم وسائل الإعلام بإرادتها الحرة لإشباع حاجات ودوافع نفسية واجتماعية محددة، كالحاجة إلى المعلومات والمعرفة، والحاجة إلى الترفيه والتسلية، والحاجة إلى التكامل الاجتماعي والتفاعل مع الآخرين، والحاجة إلى تأكيد الهوية الشخصية والقيم. وتكتسب هذه النظرية أهمية بالغة في سياق الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، لأن هذه المنصات تمنح المستخدم قدراً غير مسبوق من الحرية في اختيار المحتوى الذي يستهلكه وتوقيت استهلاكه وطريقة تفاعله معه. فمستخدم YouTube يختار ما يُشاهد ومتى يُشاهد، ومستخدم TikTok يُحدد نوع المحتوى الذي يُريد رؤيته، ومستخدم Facebook يبني شبكة علاقاته الاجتماعية وفق اهتماماته. وقد وسّع الباحثون المعاصرون تطبيقات هذه النظرية لتشمل دوافع المشاركة في الفضاء الرقمي كالرغبة في التعبير عن الذات، والبحث عن الاعتراف الاجتماعي، وبناء

مجتمعات افتراضية مشتركة الاهتمامات، مما يجعلها من أكثر النظريات ملاءمةً لفهم سلوك مستخدمي الإعلام الرقمي في العصر الراهن. حسن عماد مكاوي، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2018، ص 201.

1-6-4-نظرية الانتشار والابتكار:

تُعدّ نظرية الانتشار والابتكار من النظريات الاجتماعية والإعلامية ذات الأثر الواسع، وقد أرسى أسسها عالم الاتصال الأمريكي إيفريت روجرز في كتابه الشهير "انتشار الابتكارات" الصادر سنة 1962، ثم واصل تطويرها في طبعات لاحقة متعددة. وتسعى هذه النظرية إلى تفسير الكيفية التي تنتشر بها الأفكار الجديدة والتقنيات الحديثة والاختراعات والممارسات المستحدثة عبر المجتمعات والثقافات المختلفة بمرور الوقت. ويُصنّف روجرز أفراد المجتمع في ضوء هذه النظرية إلى خمس فئات وفق تسلسل تبنّيهم للابتكار، هي: المبتكرون، والمتبنّون الأوائل، والأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، والمتأخرون. ويُشترط في الابتكار حتى ينتشر بنجاح أن يتمتع بخصائص معينة أبرزها: الميزة النسبية على ما سبقه، والتوافق مع قيم المجتمع وحاجاته، والبساطة في الاستخدام، وإمكانية التجريب قبل التبنّي الكامل، ووضوح نتائجه وآثاره. وتجد هذه النظرية تطبيقاً ثرياً في تحليل كيفية انتشار منصات التواصل الاجتماعي وتبنّيها عالمياً، إذ يمكن رصد المراحل التي مرّت بها منصة Facebook مثلاً من انتشارها في أوساط طلاب الجامعات أولاً، ثم توسّعها التدريجي حتى وصلت إلى مليارات المستخدمين حول العالم. كما تساعد على فهم لماذا تنجح بعض المنصات في الانتشار السريع كـTikTok، فيما تتعثر منصات أخرى في اختراق الجمهور العريض رغم ما تتميز به من مزايا تقنية.

أحمد يوسف، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أمجد للنشر، عمان، 2021، ص 54.

1-6-5-نظرية الصمت الحلزوني:

طرحت عالمة الاجتماع الألمانية إليزابيث نويل نيومان نظرية الصمت الحلزوني سنة 1974، وبلورتها في كتابها الموسوم بـ"الصمت الحلزوني: الرأي العام غلافنا الاجتماعي" الصادر سنة 1984، لتُقدّم من خلاله إسهاماً نظرياً بالغ الأهمية في فهم ديناميكيات الرأي العام وتشكّله.

وترتكز النظرية على ملاحظة نفسية واجتماعية عميقة مفادها أن الأفراد يمتلكون ما أسمته نويل نيومان "حاسة الإحساس بالمناخ السائد"، أي قدرة فطرية على استشعار توجهات الرأي العام المحيط بهم، فإذا شعر الفرد بأن رأيه يتوافق مع الرأي السائد أبدى آراءه بجرأة وثقة، أما إذا أحسّ بأن رأيه يمثّل موقفاً أقلوياً خشي العزل والنبذ الاجتماعي فيلجأ إلى الصمت، وهكذا يزداد صوت الأغلبية ارتفاعاً وتزداد الأقلية صمتاً في حلقة لولبية متصاعدة. وفي بيئة وسائل التواصل الاجتماعي، تتجلى هذه الظاهرة بأشكال جديدة ومعقدة؛ فآليات الإعجاب والتعليق والمشاركة تُشكّل ضغطاً رقمياً واضحاً على المستخدمين، إذ يُحجم كثيرون عن التعبير عن آراء مغايرة لما يسود في مجتمعاتهم الافتراضية خشية الهجوم الإلكتروني أو الإقصاء من الجماعة. وقد لاحظ الباحثون ظاهرة ما يُسمى بـ"التطبيع الرقمي" حيث تبدو آراء بعينها وكأنها الإجماع بسبب خوارزميات المنصات التي تُضخّم المحتوى الأكثر تفاعلاً، مما يُعمّق الحلزون ويُسكت الأصوات المغايرة أكثر فأكثر.

عبد الرؤوف حمزة، الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2019، ص 88.

1-6-6-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

صاغ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الباحثان ساندرا بول روكيش وميلفين ديفلور سنة 1976، وتنطلق من تصوّر نظامي شامل يرى أن العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع ليست علاقة أحادية الاتجاه بل هي علاقة اعتماد متبادل ومتشابك. وتذهب النظرية إلى أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف محددة في حياتهم اليومية كفهم العالم المحيط بهم، والتوجيه في اتخاذ القرارات، وإشباع الحاجات الترفيهية والاجتماعية. وكلما ازداد اعتماد الفرد على وسيلة إعلامية بعينها، ازداد تأثيرها في معارفه وعواطفه وسلوكياته، وهذا الاعتماد يتصاعد بشكل لافت في أوقات الأزمات والتوترات والتحولات الاجتماعية الكبرى حين تكون الحاجة إلى المعلومات في ذروتها. وفي العصر الرقمي، شهدت هذه النظرية انعكاساً واسعاً على واقع وسائل التواصل الاجتماعي، إذ بات ملايين البشر في اعتماد شبه كامل على منصات كـFacebook وX وInstagram للاطلاع على الأخبار، ومتابعة الأحداث، والتواصل مع ذويهم، بل وتنظيم حياتهم المهنية والاجتماعية. وقد رصد الباحثون ظاهرة "الاعتماد الرقمي

الوجداني" حيث يعجز بعض المستخدمين عن الفصل بين هويتهم الحقيقية وحضورهم الرقمي، مما يجعل انقطاعهم عن هذه المنصات مصدراً حقيقياً للقلق والاضطراب النفسي، وهو ما يُثبت عمق الاعتماد ومداه في حياة الإنسان المعاصر.

سعيد بنكراد، وسائل الإعلام الجديدة والتحول الرقمي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2020، ص 167.

1-7-التأثير الإعلامي:

يُعدّ التأثير الإعلامي من أهم موضوعات علوم الإعلام والاتصال، إذ يهتم بدراسة الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في أفكار الأفراد واتجاهاتهم وسلوكهم. وقد تطورت دراسات التأثير الإعلامي بتطور وسائل الاتصال، فانتقلت من الاهتمام بالتأثير المباشر والقوي إلى دراسة التأثيرات المحدودة ثم التأثيرات التراكمية بعيدة المدى.

يعرف التأثير الإعلامي بأنه العملية التي تُحدث من خلالها وسائل الإعلام تغييرات في معارف الأفراد أو مواقفهم أو سلوكياتهم نتيجة تعرضهم للرسائل الإعلامية المختلفة.

ويعرّفه الباحثون بأنه: مجموعة التغيرات المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية التي تحدث لدى الجمهور بفعل الرسائل الإعلامية. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام والاتصال، دار عالم الكتب، القاهرة، 2021، ص 45.

كما يُنظر إليه على أنه قدرة وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام وتوجيه اهتمامات الجمهور والتأثير في القيم الاجتماعية والثقافية والسياسية.

1-7-1-خصائص التأثير الإعلامي:

قد يكون مباشراً أو غير مباشر.

يختلف من فرد إلى آخر حسب الثقافة والبيئة الاجتماعية.

يتأثر بمصداقية الوسيلة الإعلامية.

قد يكون قصير المدى أو طويل المدى.

يرتبط بتكرار الرسائل الإعلامية واستمراريتها.

1-7-2-التأثير الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ذات تأثير واسع بسبب التفاعل الفوري وسهولة نشر المحتوى، حيث ساهمت في:

صناعة الرأي العام الرقمي.

التأثير في الاتجاهات السياسية.

نشر الأخبار بسرعة كبيرة.

التأثير في الهوية الثقافية للشباب.

ويرى الباحثون أن الإعلام الجديد عزز التأثير التراكمي بسبب كثافة التعرض للمحتوى الرقمي اليومي.

1-7-3-التأثير الإعلامي في العصر الرقمي:

مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح التأثير الإعلامي يتميز بـ:

السرعة الفائقة في نشر المعلومات

التفاعل المباشر مع الجمهور

صناعة الرأي العام الرقمي

انتشار الأخبار الزائفة

(العربي، 2023، ص 120).

1-8-الخبر الرياضي:

الخبر الرياضي هو ذلك الشكل الإعلامي المتخصص الذي يُعنى بنقل المعلومات والوقائع المتعلقة بالأحداث والمنافسات والشخصيات الرياضية إلى الجمهور في أسرع وقت ممكن وبأسلوب موضوعي ودقيق. ويندرج الخبر الرياضي ضمن أنواع الخبر الصحفي المتخصص، غير أنه يتميز بخصائص تجعله مختلفاً عن سائر أنواع الأخبار، إذ يتعامل مع مادة حية متجددة يومياً تمسّ وجدان ملايين المتابعين حول العالم. وتشمل مادة الخبر الرياضي نتائج المباريات والبطولات، وأخبار الانتقالات والصفقات، والإصابات والعقوبات، فضلاً عن التصريحات والمؤتمرات الصحفية للمدربين واللاعبين.

محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2015، ص 142

1-8-1-خصائص الخبر الرياضي:

يتميز الخبر الرياضي بجملة من الخصائص التي تجعله نمطاً إعلامياً متفرداً وجذاباً. فمن أبرز هذه الخصائص السرعة والآنية، إذ يرتبط الخبر الرياضي بالزمن ارتباطاً عضوياً وثيقاً، فنتيجة مباراة أو إصابة لاعب هي خبر ساخن يفقد قيمته بمجرد تأخير نشره. ومن خصائصه أيضاً الدقة والموضوعية في نقل الأرقام والإحصاءات والنتائج، لأن أي خطأ في الأرقام يُفقد الخبر مصداقيته فوراً أمام جمهور رياضي يقظ ومُطّلع. كما يتسم الخبر الرياضي بالحيوية والإثارة العاطفية، نظراً لطبيعة الرياضة القائمة على التنافس والإثارة والانتصار والهزيمة، وهو ما يجعله يلامس المشاعر الإنسانية بعمق. ويتميز كذلك بالتخصص المعرفي، إذ يشترط في المحرر الرياضي إلماماً واسعاً بقوانين الألعاب وتاريخها وأبطالها ومصطلحاتها الفنية الدقيقة. ويُضاف إلى ذلك الاعتماد على الوسائط المتعددة، حيث لا يكتمل الخبر الرياضي في عصر الإعلام الجديد إلا بمصاحبة الصور ومقاطع الفيديو والإنفوغرافيك التي تمنحه قيمة إضافية وتزيد من قدرته على الاستقطاب.

حسن عماد مكاوي، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2018، ص 178.

1-8-2-أنواع الخبر الرياضي:

تتعدد أنواع الخبر الرياضي وتتنوع تبعاً للموضوع والتوقيت وطريقة المعالجة، وأبرز هذه الأنواع: الخبر المباشر أو العاجل: وهو الخبر الذي يُنقل فور وقوع الحدث الرياضي دون تعليق أو تحليل، كالإعلان عن نتيجة مباراة أو تسجيل هدف في الدقائق الأخيرة، وهو النوع الأكثر انتشاراً على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الرياضية التي تتسابق في نشره أولاً. الخبر التحليلي: وهو الخبر الذي يتجاوز مجرد نقل الواقعة إلى تفسيرها وتحليل أبعادها، كتحليل أداء فريق ما خلال موسم كامل أو دراسة أسباب سلسلة الهزائم التي منيت بها منتخب ما، ويستلزم هذا النوع خبرة تقنية وقدرة تحليلية عالية. الخبر التوقعي: وهو الخبر الذي يسبق الحدث الرياضي ويُهيئ الجمهور له، كالتقارير التي تسبق المباريات الكبرى وتتناول تشكيلات الفريقين وموازين القوى والتوقعات، وهو نوع يحظى بإقبال واسع لما يُثيره من تشويق وجدل. خبر الانتقالات والصفقات: وهو من أكثر أنواع الأخبار الرياضية تداولاً وإثارةً للجدل، خاصةً في كرة القدم، إذ تتصاعد وتيرته في فترات الميركاتو وتستقطب اهتماماً إعلامياً استثنائياً يُضاهي في بعض الأحيان اهتماماً بنتائج المباريات ذاتها.

عبد الرؤوف حمزة، الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2019، ص.

1-8-3-عناصر الخبر الرياضي:

يقوم الخبر الرياضي الجيد على جملة من العناصر الأساسية التي تُشكّل هيكله المنطقي وتمنحه قيمته الإعلامية الحقيقية. وأول هذه العناصر الصدق والمصداقية، إذ يجب أن تكون المعلومات موثّقة ومنسوبة إلى مصادر موثوقة سواء أكانت اتحادات رياضية أم مدربين أم وكالات أنباء معتمدة. ويأتي بعده عنصر الجدة والحداثة، لأن الخبر الرياضي يفقد قيمته بسرعة فائقة في ظل المنافسة الشرسة بين المنصات الرقمية على نشر المعلومة أولاً. ولا غنى كذلك عن عنصر القرب الجغرافي والوجداني، إذ يكتسب الخبر ثقلاً إضافياً كلما كان الحدث قريباً من جمهوره جغرافياً أو وجدانياً كأخبار المنتخب الوطني أو الأندية المحلية. ويُضاف إلى ذلك

عنصر الأهمية والتأثير، ويُقاس بمدى انعكاس الحدث الرياضي على مسار البطولات وترتيب الفرق ومعادلات التأهل. أما العنصر الأخير فهو الإنسانية، ويتجلى في الجانب البشري من الأحداث الرياضية كقصص الكفاح والتضحية والتعافي من الإصابات، وهو ما يمنح الخبر الرياضي أبعاداً تتجاوز حدود الملعب لتصل إلى الإنسان في عمقه وإنسانيته.

سعيد بنكراد، وسائل الإعلام الجديدة والتحول الرقمي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2020، ص 189.

1-8-4-الخبر الرياضي في عصر الإعلام الجديد:

أحدث الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي ثورة حقيقية في طريقة إنتاج الخبر الرياضي وتوزيعه واستهلاكه، وباتت منصات مثل X وInstagram وYouTube تُنافس المؤسسات الإعلامية التقليدية في نقل الأخبار الرياضية بل وتتفوق عليها في السرعة والانتشار. فاللاعبون والمدربون أنفسهم أصبحوا مصادر إعلامية مباشرة ينشرون على حساباتهم الشخصية ما قد يسبق التصريحات الرسمية والبيانات المؤسسية. كما أن البث المباشر عبر المنصات الرقمية غيّر مفهوم التغطية الرياضية من الجذر، إذ أصبح المتلقي شريكاً فاعلاً يُعلّق ويتفاعل ويُشارك في اللحظة ذاتها التي تقع فيها الأحداث. ومن أبرز التحولات التي أحدثها الإعلام الجديد في الخبر الرياضي ظهور ما يُعرف بـ"الصحافة الرياضية المواطنية"، حيث يُصبح المشجع الحاضر في الملعب مراسلاً ميدانياً ينقل الصور ومقاطع الفيديو فور وقوعها. غير أن هذا التحول لم يخلُ من سلبيات، إذ تصاعدت معه موجة الشائعات والأخبار الكاذبة التي تنتشر كالنار في الهشيم قبل أن يتسنى التثبّت من صحتها، مما يضع على عاتق الصحفي الرياضي المحترف مسؤولية مضاعفة في التحقق والتدقيق والتصويب.

أحمد يوسف، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أمجد للنشر، عمان، 2021، ص 115.

1-9-وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد:

يُقصد بوسائل التواصل الاجتماعي تلك المنصات الرقمية التي تتيح للأفراد إنشاء المحتوى وتبادله والتفاعل فيما بينهم عبر شبكة الإنترنت، مثل Facebook وInstagram وX.

أما الإعلام الجديد فهو الإعلام الرقمي القائم على التكنولوجيا الحديثة والإنترنت، ويتميز بالتفاعلية والسرعة وإمكانية مشاركة الجمهور في إنتاج المحتوى ونشره، بخلاف الإعلام التقليدي الذي يعتمد على الاتصال الأحادي الاتجاه.

1-9-1- Facebook:

يُعد من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، أُسس سنة 2004، ويتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية وصفحات ومجموعات ومشاركة النصوص والصور والفيديوهات والتفاعل عبر التعليقات والإعجابات.

محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2015، ص 87.

1-9-2- Instagram:

منصة اجتماعية متخصصة في مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، أُطلقت سنة 2010، وتستخدم بشكل واسع في التسويق الرقمي والتواصل البصري.

حسن عماد مكاوي، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2018، ص 112.

1-9-3- X Twitter :

منصة للتدوين المصغر تسمح بنشر رسائل قصيرة ومتابعة الأخبار والاتجاهات العامة بسرعة كبيرة، وقد أُطلقت سنة 2006.

عبد الرؤوف حمزة، الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2019، ص 65.

1-9-4- YouTube:

منصة رقمية لمشاركة الفيديوهات ومشاهدتها، أُنشئت سنة 2005، وتُعد من أهم أدوات الإعلام الجديد في نشر المحتوى المرئي والتعليمي والترفيهي.

سعيد بنكراد، وسائل الإعلام الجديدة والتحول الرقمي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2020، ص 143.

1-9-5- TikTok:

تطبيق اجتماعي يختص بمقاطع الفيديو القصيرة، انتشر عالمياً بفضل المحتوى السريع والتفاعلي، ويستخدم بكثرة لدى فئة الشباب.

أحمد يوسف، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أمجد للنشر، عمان، 2021، ص 98.

1-9-6-خصائص الإعلام الجديد:

التفاعلية بين المرسل والمتلقي.

السرعة في نقل الأخبار والمعلومات.

إمكانية مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى.

تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية.

الاعتماد على الوسائط المتعددة (الصوت، الصورة، الفيديو، النص).

نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت، 2014، ص 55.

2-الأداء الفني في كرة القدم:

2-1- مفهوم الأداء الفني:

يُعرَّف الأداء الفني في كرة القدم بأنه القدرة على تطبيق المهارات الأساسية والتكتيكات الجماعية بكفاءة عالية خلال المباراة، وهو محصّلة لعوامل متعددة تشمل: الجانب البدني، والجانب المهاري، والجانب التكتيكي، والجانب النفسي . عبد العالي الجسماني، 1999، ص. (35).

اما المفهوم الإجرائي للأداء الفني: هو مستوى إتقان الفرد في إنجاز عمل فني، ويُقاس من خلال مجموعة من المؤشرات القابلة للملاحظة مثل: الدقة في التنفيذ، التناسق، الإبداع، حسن توظيف

الأدوات والتقنيات، والقدرة على التعبير الفني، وذلك وفق سلم تقدير محدد يمنح درجات لكل عنصر.

كما يعرف بالأداء الفني باعتباره نتاجًا لمهارات مكتسبة تُقاس وفق معايير محددة، انظر: حسن شحاتة، تعليم الفن بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 112.

2-2- مكونات الأداء الفني الجيد:

- إتقان المهارات الفردية: كالتمرير، والاستقبال، والتسديد، والمراوغة.

- الفهم التكتيكي: القدرة على قراءة وضع الملعب وفهم دور كل لاعب.

- الاتصال الفعّال: التنسيق بين لاعبي الفريق داخل الملعب.

- الاتزان النفسي: التحكم في الضغط والحفاظ على التركيز طوال المباراة.

2-3- العلاقة بين الإعلام المرئي والأداء الفني:

تُشير الأبحاث إلى أن اللاعبين الذين يُشاهدون بانتظام تحليلات مرئية للمباريات ويتابعون البرامج التدريبية المتخصصة يطوّرون قدرتهم على تصور الحركات المعقدة وتطبيقها، وهو ما يُعرف في علم النفس الرياضي بـ"التصور الذهني" (Mental Imagery)، وقد أثبتت الدراسات أنه يُحسّن الأداء الفعلي بنسب مئوية معتبرة.

3- كرة القدم:

3-1- تعريف كرة القدم :هي من الألعاب الرياضية الجماعية وهي أكثر الألعاب انتشارا وشعبية حيث يمارسها أكثر من 250 مليون شخص حول العالم ويقدر عدد متابعيها حول العالم بأكثر من مليار شخص وأصبحت اللعبة الأولى عالميا ، لما فيها من شغف ومنافسة وتحدي كبير جدا، وتنعكس نتائج الكرة في كثير من الأحيان على ثقافات الشعوب والأمم وحضاراتها. fifa

million playing football 265 (2007)

3-2- نبذة تاريخية عن كرة القدم في الجزائر:

دخلت كرة القدم الجزائر في بداية القرن الماضي فأصبحت لها شعبية كبيرة أكثر من الرياضات الأخرى أسس سنة 1895 م من طرف (pavent garde vie ou gronepou) وأول نادي في الجزائر كان اسمه الشيخ (محمد بن محمود عي رايس) فتح فرع كرة القدم سنة 1917 م وبعدها بأربع سنوات يوم 14 أوت 1921 م ولد عميد الأندية الجزائرية مولودية الجزائر بعد ذلك تأسست بقية الأندية الأخرى وكانت المباريات التي تجمع مولودية الجزائر وبقية الأندية الجزائرية الأخرى مع الأوربيين خاصة الفرنسيين . كان طابعها مواجهات سياسية ، كل انتصار بالنسبة للجزائريين كان بمثابة رمز للتأكيد على حريته وعدم خضوعه ، هذا دليل على أن حب الوطن كان الدافع القوي للاعب الجزائري من أجل تأكيد هويته الجزائرية الإسلامية ، بعد الاستقلال ، كان لدينا لاعبون كبار أمثال : شنان ، صالحي ، بروبة بلوصيف، كالام وزيتوني وغيرهم ، حيث مثلوا الجزائر في عدة محافل دولية كمشاركة إدريس أبابا سنة 1967م .

في سنة 1975 م شاركت الجزائر في ألعاب البحر الأبيض المتوسط أين حصلت الجزائر على فوز دولي بالميدالية الذهبية ، على حساب الفريق الفرنسي ب 3 -2 2 وهذا الفوز رفع من معنويات الفرق الجزائرية خاصة مولودية الجزائر التي حصلت على التاج الإفريقي للأندية البطلة سنة 1976 م ومع ظهور المرسوم المتعلق بالإصلاح الرياضي سنة 1977 م تزامن ذلك مع طهور جيل من اللاعبين الموهوبين أمثال بلومي عصاد ،ماجر ، بن صاولة ، زيدان هؤلاء وآخرون صنعوا أمجاد الكرة الجزائرية .

وتجلت بوادر الإصلاح وبشكل واضح في تأهل الفريق الوطني إلى المباراة النهائية في كأس أمم إفريقيا بنيجيريا سنة 1980 م وقهره المنتخب الألماني في منديال إسبانيا سنة 1982 م ، بفضل مجموعة متماسكة ومتجانسة من اللاعبين والمسيرين ، الذين كانوا يعملون لأجل الوطن لا لأجل الثروة والشهرة ، فكان ذلك عرس الشعب الجزائري الذي لم ولن ينساه أبدا مهما توالت الأجيال .(مصطفى كمال محمود ، محمد حسام الدين " الحكم العربي وقوانين كرة القدم "، مركز الكتاب للنشر ، ط 2 ، القاهرة ، مصر ، 1990 ، ص (19)1

معلومات مهمة في كرة القدم الجزائرية :

- تاريخ نشأة الفاف 21 أكتوبر 1962 م .

- عدد المنخرطين في الفاف سنة 1960 م 3000 منخرط .

- عدد المنخرطين في الفاف سنة 1988 م 79735 منخرط .

- عدد الرابطات سنة 1962 م 3 رابطات ، وفي سنة 1988 م 48 رابطة منها جهوية «1

p(37, 38 ltamid:almaneh , du sport algeria , sanrdate Grihe)

3-3- قوانين كرة القدم :

1- ميدان اللعب : يجب أن يكون الملعب مستطيلا ، طول خط التماس يجب أن يزيد طول خط المرمى

• الطول : حد أدنى 90 متر (100 ياردة) حد أقصى 100 متر (130 ياردة) .

• العرض حد أدنى 45 متر (50 ياردة) . حد أقصى 90 متر (100 ياردة) .

2- الكرة : يجب أن تكون الكرة مستديرة الشكل - مصنوعة من الجلد أو مادة شابه - محيطها لا يزيد عن 71 سم ولا يقل عن 68 سم ولا يزيد وزنهاعن 454 غرام ، ولا يقل عن 396 غرام

3 -عدد اللاعبين : تلعب المباراة بين فريقين يتكون كل منهما مما لا يزيد عن أحد عشر لاعبا أحدهم يكون حارسا للمرمى ، ولا يمكن أن تبدأ المباراة إذا كان أحد الفريقين أقل من سبعة لاعبين .

4- معدات اللاعبين :يجب على اللاعب أن لا يستعمل أي معدات أو يلبس ما يشكل خطورة عليه أوللآخرين (شاملا أي نوع من المجوهرات) والمعدات الأساسية هي : فانلة أو قميص .

- شوارب (جوارب) - واقي للساقي . - حذاء للقدم .

5- الحكم : كل مباراة تدار بواسطة حكم ، وهو الذي له السلطة ، الكاملة وفق للمباراة التي اختير لإدارتها ، ويجب على ينفذ قانون اللعبة ، يلاحظ الكرة واللاعبين ، ويلاحظ الوقت ويسجل أحداث المباراة .

الحكام المساعدون : يعين حكمان مساعدان تكون مهمتهما خاضعة لقرار الحكم وأن يبينا :

- متى تخرج الكرة بأكملها خارج الملعب .

- أي فريق له الحق في ركلة الركنية ، رمية التماس

- متى يمكن معاقبة اللاعب عند وجوده في موقف التسلل .

- عند طلب التبديل .

7- مدة المباراة : تستمر المباراة لفترتين متساويتين لكل منهما 45 دقيقة إلا إذا تم اتفاق بين الحكم والفريقان المشاركان أي لتعديل مدة فترة اللعب (على سبيل المثال تخفيض المدة إلى 40 دقيقة نتيجة لإضاءة غير كافية) يجب الاتفاق عليه قبل بدأ المباراة يجب أن يتوافق مع قوانين المسابقة .

8- ابتداء واستئناف اللعب :عند ابتداء المباراة يتم استخدام قرعة باستعمال النقود، والفريق الذي يكسب القرعة يأخذ ضربة البداية ليبدأ المباراة ، في الشوط الثاني يتبادل الفريقان الناحية من اللعب .

9 - الكرة في الملعب وخارج الملعب : تكون الكرة خارج الملعب عندما : يوقف الحكم اللعب

- وتكون الكرة في الملعب في كل الأحوال الأخرى بما في ذلك عندما ترتد من قائم المرمى العارضة أو قائم الراية الركنية تضل داخل ميدان اللعب . - ترتد سواء من الحكم أو الحكم المساعد عندما يكون داخل ميدان اللعب .

10- طريقة تسجيل الهدف : يحتسب الهدف عندما تعبر الكرة بأكملها فوق خط المرمى ما بين القائمين وتحت العارضة ، يشترط أن لا يكون قد أرتكب مخالفة لقوانين اللعب من الفريق الذي أحرز الهدف ، أما الفريق الفائز فهو الذي يسجل أكبر عدد من الأهداف خلال المباراة ، وإذا

أحرز الفريقان عددا متساويا من الأهداف ، أو لم يحرز كليهما أية أهداف تكون نتيجة المباراة التعادل (مصطفى كمال محمود ، محمد حسام الدين " الحكم العربي وقوانين كرة القدم "، مركز الكتاب للنشر ، ط 2 ، القاهرة ، مصر ، 1990 ،ص19)1

11- التسلل : ليس مخالفة في حد ذاتها ، فاللعب يكون في موقف التسلل إذا :

- كان أقرب إلى خط مرمى الخصم من الكرة ، وكذلك لاعب ثاني آخر من الفريق المنافس

(على خط واحد) ، أو كان على نفس المستوى مع لاعبين آخرين من الفريق المنافس (على خط واحد).

12- الخطأ : يتم احتساب ركلة حرة مباشرة للفريق المنافس إذا ارتكب لاعب أي من الأخطاء الستة التالية بشكل يعتبره الحكم إهمالا وتهورا أو استخدام قوة زائدة .

13 - المخالفة : إما مباشرة أو غير مباشرة وفي الحالتين يجب أن تكون الكرة ثابتة عند أخذ الركلة.

14- ركلة الجزاء : تحتسب ركلة الجزاء ضد الفريق الذي يرتكب أحد الأخطاء العشرة التي يعاقب عليها بركلة حرة مباشرة داخل منطقة الجزاء والكرة في الملعب .(مصطفى كمال محمود ، محمد حسام الدين : " الحاكم العربي وقوانين كرة القدم "، مرجع سابق ، ص (23)1

15- رمية التماس : رمية التماس طريقة لاستئناف اللعب- لا يسجل هدف مباشر من رمية التماس.

16- ركلة المرمى : تركل الكرة من أي نقطة من منطقة المرمى بواسطة الحارس أو أي لاعب من الفريق- يظل الخصوم خارج منطقة الجزاء حتى تصبح الكرة في اللعب - منفذ الركلة لا يلعب الكرة مرة ثانية حتى يلمسها لاعب آخر .

17- الركلة الركنية : توضع الكرة داخل قوس الركن عند قائم الراية الركنية الأقرب -عدم تحريك قائم الراية الركنية .

4- أهمية الإعلام في رياضة كرة القدم

لوسائل الإعلام مزايا وأهمية في رياضة كرة القدم، إذ تساهم في تحقيق أهداف إعلامية منها:

تكوين بنية معرفية لدى المتابعين للرسائل والفقرات الإذاعية أو التلفزيونية أو القارئين لموضوعات الصحيفة، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم وأهداف ووسائل كرة القدم بوجه عام. (محمد الحماحمي، أحمد سعيد، 2006 ، ص 11

تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بهذه الرياضة لدى الجمهور، بغرض محو الأمية المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض الأفراد أو الفئات المختلفة في المجتمع، وذلك بما يرتبط بالرياضية بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة.

تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في المواطنين منذ الصغر من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في المجال الرياضي بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة .

ثانياً الدراسات السابقة:

تمهيد:

يتناول هذا الفصل الإطار النظري الذي يستند إليه البحث، إذ يعرض الدراسات السابقة ذات الصلة، ثم يتناول المفاهيم الأساسية المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي، فالأداء الفني في كرة القدم، وصولًا إلى واقع كرة القدم الجزائرية في ظل التطور الإعلامي.

1 :الدراسات السابقة:

1-2- الدراسات السابقة والمشابهة:

إن نمو المعرفة وتشبعها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية فكرة دراسة او بحث ، الاقتناع بعمله هذه العبارة عبارة عن حقلة متصلة بمحاولات كثيرة ، فكل عمل علمي من هذا القبيل لابد وان تكون سبقته جهود اخرى في شكل الدراسات سابقة ميدانية او معملية او مكتبية.

إن أي دراسة علمية لابد أن تنطلق وتعتمد على دراسات سابقة سواء انطلاقا من نتائجها أو ما وصلت إليه من نتائج ومحاولة تنفيذ ما توصلت إليه من خلال إدخال متغيرات أو معطيات جديدة من شأنها تدعم البحث الذي تم إجرائه.

أولاً: الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: مرازقة داود (2015/2014)

عنوان الدراسة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البدنية والرياضية لدى المراهقين

المنهج: وصفي

العينة: مراهقون ممارسون للنشاط الرياضي بجامعة المسيلة

أهم النتائج: أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا محوريًا في نشر الثقافة الرياضية، وأن المحتوى المرئي أكثر تأثيرًا من المحتوى المكتوب في تشكيل الاتجاهات الرياضية لدى المراهقين.

الدراسة الثانية: بكاي عمر (2011)

عنوان الدراسة: أهمية الإعلام الرياضي وعلاقته بالتوجه نحو ممارسة الألعاب الجماعية

المنهج: وصفي

العينة: 100طالب من معهد التربية البدنية والرياضية بوهران

أهم النتائج: ت بيّن أن 60.91% من أفراد العينة يعزون ميلهم لكرة القدم جزئيًا لتأثير الإعلام الرياضي، كما أكدت الدراسة أن الإعلام يُوجّه الممارسة الرياضية ويُشكّل التفضيلات الجماعية.

الدراسة الثالثة: سليماني علي (2010)

عنوان الدراسة: أثر الإعلام الرياضي على المراهقين في اختيار نشاطاتهم البدنية والرياضية

المنهج: وصفي

العينة: 70 فردًا من الممارسين للنشاط الرياضي

أهم النتائج: يؤثر الإعلام الرياضي على توجهات المراهقين، مع الإشارة إلى أن عوامل أخرى كالأسرة والمحيط تلعب دورًا موازيًا. كما أن التركيز الإعلامي على الرياضات الجماعية يعزز الميل نحوها.

ثانياً: الدراسات العربية

الدراسة الأولى: الهنداوي، أيمن محمد – مصر (2001)

عنوان الدراسة: دور الصحافة في تنمية الاتجاهات نحو التربية الرياضية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بالإسكندرية

أهم النتائج: التلاميذ المواظبون على قراءة الصفحات الرياضية لديهم اتجاهات إيجابية أكثر نحو التربية الرياضية، والقراءة المنتظمة ترتبط ارتباطًا إيجابيًا بالاتجاهات الرياضية.

الدراسة الثانية: الشمري، ناصر – السعودية (2018)

عنوان الدراسة: دور القنوات الرياضية الفضائية في تطوير الوعي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم

العينة: 80 لاعبًا من أندية الدوري السعودي للمحترفين

أهم النتائج: أكد 74% من اللاعبين أن متابعة التحليلات المرئية أسهمت في تطوير فهمهم التكتيكي، وأن البرامج التحليلية المرئية تُعدّ الأكثر فائدة من وجهة نظرهم.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية

(Hutchins & Rowe (2012 – أستراليا

عنوان الدراسة: Sport Beyond Television: The Internet, Digital Medi and the Rise of Networked Media Sport

أهم النتائج: وسائل الإعلام الرقمية تجاوزت التلفزيون التقليدي في التأثير على المستوى التكتيكي للاعبين، واللاعبون المنتظمون في استخدام التحليل المرئي يُظهرون قراءة أفضل للمواقف.

(Reimer & cols (2015 – ألمانيا

عنوان الدراسة: Visual Media Technology and Football Performance An Analysis of Bundesliga Players

أهم النتائج: التغذية الراجعة المرئية بعد المباريات تُحسّن الأداء الفردي بنسبة 23% مقارنةً بالتغذية اللفظية فقط، وتساعد اللاعبين على التعرف على الأخطاء الفنية وتصحيحها بفعالية أعلى.

2- التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على مختلف هذه الدراسات قمنا بتلخيصها والاستفادة منها على النحو التالي: هناك دراسات متعددة تناولت موضوع التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وعلاقتها لميول ورغبة المراهقين نحو تعديل السلوك بالإضافة إلى تناول الإعلام الرياضي بصفة عامة، ولا يتم تحديد الوسيلة الإعلامية سواء كانت سمعية، مرئية ومكتوبة.

كذلك إن أغلب الدراسات أثبتت بأن الوسائل التكنولوجية الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال لا تقوم بدورها في نشر الثقافة البدنية والرياضية لدى المراهقين خصوصا التكنولوجية الحديثة في مجال الإعلام المكتوب ومنه سنحاول معرفة ما إذا كانت هذه النتائج تغيرت مع الوقت أم لا.

وقد ساعدتنا هذه الدراسات على:

- اختيار عينة البحث وهي فئة المراهقين.
- اختيار المنهج الوصفي المناسب للدراسة.
- اختيار وسائل التكنولوجية الحديثة الإعلام والاتصال بصفة عامة دون تحديد وسيلة معينة.

– الاهتمام بالثقافة البدنية والرياضية وليس الثقافة العامة. وأصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها (رحيمة الطيب عيساني، 2010 ، ص 31)

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية

2-المنهج المتبع في الدراسة

3- مجتمع وعينة الدراسة

4- حدود الدراسة

5- أدوات جمع البيانات والمعلومات

6- الإجراءات التطبيق الميداني للأداة

7- الأساليب الإحصائية

8- الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي للبحث أحد الجوانب الهامة، بحيث لا يمكن لأي باحث أن يتخلى عنه، وهناك علاقة وطيدة بين موضوع البحث ومنهجه، فلكي يتم تأسيس عمل منهجي منظم لابد من توضيح جميع الجوانب والإجراءات التي يتم القيام بها أثناء عملية الدراسة، لكي يكون البحث موضوعي ويسير للمطلع فهم وتفسيرالنتائج على ضوء المعلومات الواردة فيه.

1- الدراسة الاستطلاعية :

قبل الشروع في الدراسة الميدانية والتي تتمثل في توزيع استمارة الاستبيان على لاعبي فريق شباب زاوية كنته

زيارتنا الميدانية إلى ملعب شباب زاوية كنته مكان إجراء تدريبات ومباريات الفريق بهدف

إتاحة الفرصة لي كباحث لمعرفة بعض الجوانب المحيطة بموضوع الدراسة ومن أهمها:

- التعرف على مكان ومدى إمكانية إجراء هاته الدراسة .

- تحديد العينة وطريقة اختيارها ومعرفة الأجواء والظروف المحيطة .

- التقرب أكثر من أفراد العينة(اللاعبين) .

وكون موضوع الدراسة متعلق بمدى دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي والارتقاء في تحسين كرة القدم الجزائرية فإن مجتمع الدراسة يمثل لاعبي شباب زاوية كنته والذي يبلغ عددهم 35لاعب .

2- المهج المتبع في الدراسة: من المؤكد أن البحث العلمي ما هو إلا سلسلة منظمة من المراحل المضبوطة بجملة من القواعد، والتي تسعى وفي كل العلوم إلى الوصول إلى حقيقة سمتها الموضوعية والدقة والترتيب، ولقد تعددت المناهج العلمية للبحث تبعا لتعدد مواضيع الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك من أجل الوصول إلى الحقائق بطريقة علمية دقيقة ويعرف المنهج على أنه " مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق أهداف بحثه. (رشيد زرواتي، 2002 ، ص 91)

وتماشيا مع أهداف وطبيعة موضوع الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي كوسيلة لتحليل موضوعنا،والذي عرف بأنه أحد أشكال التحليل العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها (للدراسة الدقيقة. (سامي محمد ملحم، 2006 ، ص 370

ولا يقتصر المنهج الوصفي على وصف الظاهرة وجمع المعلومات فيها، بل لابد من تصنيف هذه المعلومات وتنظيمها وتلخيصها بعناية، ثم تحليل تلك المعلومات والأدلة بعمق في محاولة

لاستخلاص تعميمات ذات معنى ومغزى تؤدي إلى تقدم المعرفة. (عبيدات ذوقان وعدس عبد الرحمان وعبد الحق، 2006 ، ص 248)

وحتى مع تفضيل كثير من الناس بعض الأنواع التطبيقية الأخرى التي تقدم نتائج عملية مباشرة، فان المنهج الوصفي هو بحث أساسي قد يؤدي إلى نتائج أكثر فائدة من البحوث التطبيقية، بل قد يعتمد على أثر تلك الدراسة البحتة إلى مجال أوسع و أثر أكبر. (فاندالين، 1969 ، ص 13 28)

3- مجتمع وعينة الدراسة:

المجتمع الأصلي في هذه الدراسة هو لاعبي فريق شباب زاوية كنته والذي يبلغ عددهم35 لاعبا وذلك لأنه الأقرب وأكثر ملائمة وخدمة لنتائج الدراسة وذلك انطلاقا من آراء المحكمين، وبعد الاطلاع على متغيرات الدراسة، وبعد التشاور مع الأستاذ المشرف واستشارة بعض الأساتذة توصلنا إلى اختيار عينة الدراسة عشوائيا تبعا لملائمتها موضوع دراستنا، و يتم توزيع استمارة الاستبيان على اللاعبين.

4- حدود الدراسة:

من أجل الإحاطة بالمشكلة ومعرفة مختلف جوانبها، فقد وقع اختيارنا في دراسة هذه الإشكالية على لاعبي شباب زاوية كنته، حيث شملت عينة البحث على (35) لاعبا مشارك في

النادي، ولقد كانت الانطلاقة في هذه الدراسة بعد الاجتماع مع الأستاذ المشرف لضبط موضوع الدراسة ضبط حقيقا وواضحا ومن ثم طرح الإشكالية و ذلك منذ أواخر شهر جانفي،

حيث باشرنا في جمع المادة في جمع المعلومات الخاصة بالجانب النظري مرورا بمرحلة البحث الميداني مع بداية شهر مارس، وتم في أواخر شهر ماي 2026 وضع الخلاصة العامة والتوصيات.

5- أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تعتبر البيانات خطوة هامة من خطوات البحث أو الدراسة ،حيث أنها تمكن الباحثين من الالمام ببحوثهم ،والوصول الى نتائج علمية ذات قيمة وادوات جمع البيانات هي من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد من المعلومات التي تخدم بحثه، والأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية بل تخضع لطبيعة الموضوع في حد ذاته ،فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث ، وتمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين.

وقد تم في دراستي هذه الاعتماد على:

1- استمارة الاستبيان:

والتي تعرف بأنها: "نموذجي ضمن أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد. (محمد علي محمد، 1980 ، ص 339) .

وبناء على ماسبق ،قمت باعتماد استمارة بحثي التي سأطبقها على المبحوثين بعد الخرجات الاستطلاعية ،والالمام بموضوع البحث الماما كافيا ، حيث قمت بتحديد أسئلة الاستمارة تبعا للفرضيات حتى تتماشى ،اهداف الدراسة، مع طبيعة الموضوع ،ومن المبحوثين من حيث

حول دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في الارتقاء بالأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر.

ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات التي يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات البحث الأخرى، وكانت استما رة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة وتضم مجموعة من الأسئلة قد تكون مقيدة أو مفتوحة أو مقيدة مفتوحة موزعة على محاور كما يلي:

المحور الأول: مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في الارتقاء بالأداء الفني لاعبي كرة القدم ، والذي احتوى على سبعة أسئلة من 1 الى 7

المحور الثاني: اهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال السمعي البصري في زيادة المستوى الثقافي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم ، والذي احتوى على سبعة أسئلة من 8 الى 15

المحور الثالث: مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري في ارتقاء الاداء الفني للاعبي كرة القدم ، والذي احتوى على سبعة أسئلة من 15 الى 21

2- الخصائص السيكومترية:

الثبات : يقصد به دقة الاختبار في القياس أو الملاحظة وعدم تناقضه مع نفسه فالاختبار الثابت هو الذي يعطى نفس النتائج (تقريباً) إذ طبق على نفس الأشخاص في موقعين مختلفين

الثبات يعني الاستقرار والاتساق فعند تكرار إجراء القياس نحصل على نتائج واحدة ومتسقة عن الفرد بمعنى أن درجة الفرد في الاختبار لا تتغير جوهريا بتكرار إجراء المقياس عليه ، ويشير الثبات إلى مدى اتساق درجات الاختبار من قياس لآخر.

الصدق: هو قياس لمدى تمثيل الأداة الدراسة لنواحي الجانب المقاس، عن طريق تحليل عناصر الاستبيان تحليلا منطقيا لتحديد الأبعاد والمحاور، والجوانب المتمثلة فيه، وسنة كل منها إلى الاستبيان بأكمله، وقد اعتمد الباحث على ما يلي لتقنين هذا النوع من الصدق.

الموضوعية : وتعني أن يتوفر للاختبار قدراً من الإجراءات التي تبتعد عن ذاتية أخصائي القياس والطالب وذلك باتفاق المصححين على نتيجة معينة عند تصحيح الاختبار أو عند قيام المصحح الواحد بتصحيح المقياس أكثر من مرة ولكي يتم ذلك لابد أن يلتزم مصمم المقياس بما يلي :

1- صياغة التعليمات بكل دقة وبطريقة لا تقبل التأويل
2- أن تكون الاسئلة واضحة ومحددة ولا مجال فيها للتخمين
3- إعداد طريقة محكمة للتصحيح بعمل مفتاح لتصحيح المقياس

6- الإجراءات التطبيق الميداني للأداة:

المجال المكاني: تم إجراء الدراسة في المركب الرياضي زاوية كنته

المجال الزماني: تم انجاز البحث في الفترة الممتدة من بداية شهر جانفي 2026 إلى غاية شهر ماي 2026.

الدراسة النظرية: من بداية شهر ديسمبر 2025 إلى غاية شهر مارس 2026.

الدراسة الميدانية: من شهر أفريل 2026 إلى غاية شهر ماي 2026.

7- الأساليب الإحصائية: تعتبر من اهم الطرق لفهم العوامل الاساسية التي تؤثر على الظاهرة المدروسة من خلال الوصول الى نتائجها يتم تحليلها ومناقشتها بعد ذلك علما لكل باحث وسائل احصائية تناسب نوع المشكلة وخصائصها ، وقد اعتمدت على :

- النسب المئوية لوصف خصائص مجتمع الدراسة ، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور وأبعاد الدراسة – التي تضمنتها الأداة .

النسب المئوية =

طريقة حسابها : النسبة المئوية تساوي التكرارات * 100/ المجموع الكلي للعينة.

ع ⟵ 100% /ع : حجم العينة

ك ⟵ س % / ك : التكرارت

س = ك * 100/ ع / س : النسبة المئوية

- اعتمدت نفس الطريقة الثلاثية لتحويل النسب المئوية الى دوائر نسبية للنتائج المتحصل عليها

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها وتحليلها

1- عرض وتحليل نتائج الاستبيان

2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

3- عرض النتائج ومناقشتها وتحليلها

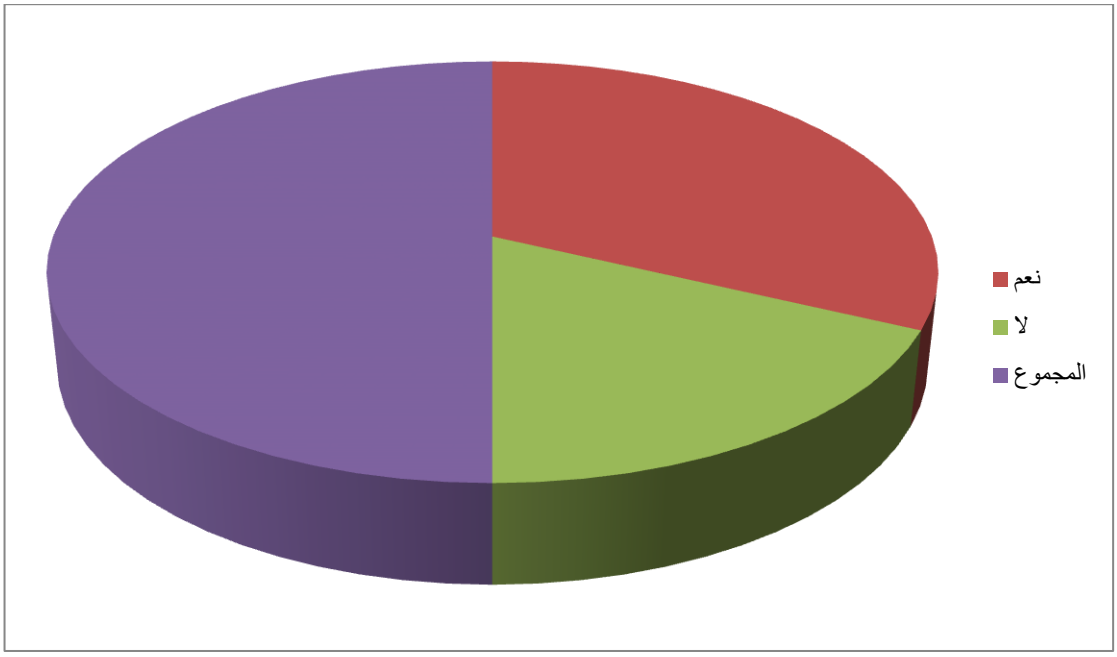
1- عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

المحور الأول: مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في تحسين الارتقاء النفسي والأداء الفني لاعبي كرة القدم.

السؤال رقم 01 هل انت من المتابعين للوسائل الاعلامية السمعية البصرية؟

الغرض من السؤال: معرفة ما اذا كان للاعب من المتابعين للوسائل الإعلامية.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	16	%64
لا	9	%36
المجموع	25	%100



الجدول رقم 01 : يمثل المتابعين للوسائل الإعلامية السمعية البصرية.

الشكل 01 : يمثل المتابعين الوسائل الإعلامية السمعية البصرية.

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة 64 % من العينة المدروسة تتابع وسائل الاعلام السمعية البصرية (التلفزيون) في حين نجد أن نسبة 36% غير متابعة لها.

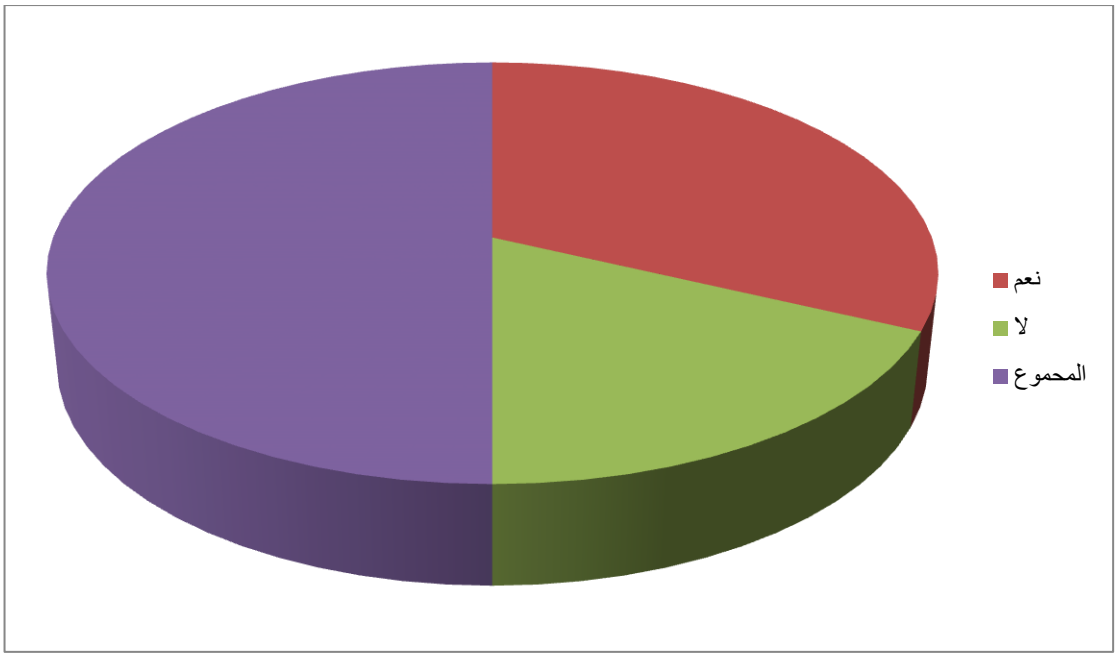
ومنه نستنتج أن أغلب المستجوبين يتابعون وسائل الاعلام السمعية البصرية (التلفزيون) .

السؤال رقم 02 : أي نوع من وسائل الاعلام الاكثر استخداما لها ؟

الغرض من السؤال: معرفة وسائل الاعلام المستخدم لها.

الجدول رقم 02 : يمثل مدى معرفة وسائل الاعلام التي تستخدمها كثيرا .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية
سمعية بصرية	13	% 52
الانترنت	7	%28
اخرى	5	%20
المجموع	25	%100



الشكل 02 : يمثل مدى معرفة وسائل الاعلام التي تستخدمها كثيرا .

تحليل النتائج:

باستقراء الجدول ومن خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة52 % من العينة المدروسة هي الاكثر من تستخدم وسائل سمعية بصرية من طرف اللاعبين .

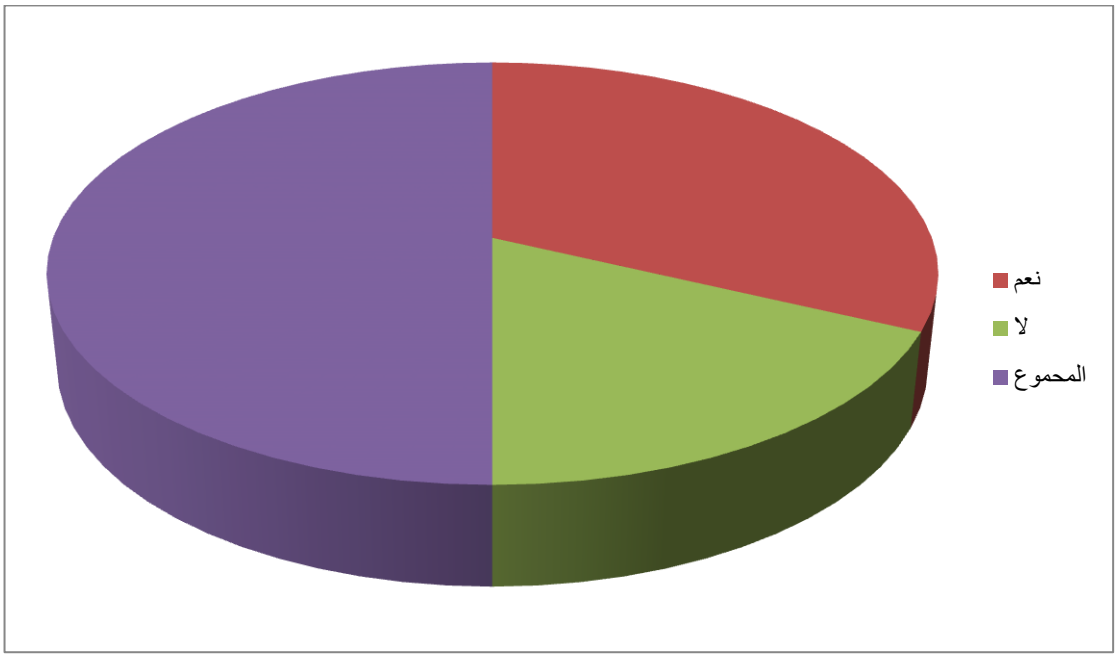
ومنه نستنتج أن أغلب اللاعبين يتابعون وسائل سمعية بصرية وذلك لأجل الرفع من رصيدهم الثقافي الرياضي في مجال كرة القدم.

السؤال رقم 03 : هل تتابع نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان اللاعبون يتابعون نشرات الاخبار الرياضية المتلعقة بكرة القدم .

الجدول رقم 03 : يمثل ما إذا كان اللاعبين يتابعون نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم من عدمها.

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	16	%64
لا	9	%36
المحموع	25	%100



الشكل 03 : يمثل ما إذا كان اللاعبين يتابعون نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم من عدمها.

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة 64 % من اللاعبين يشاهدون نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم في حين نجد نسبة 36% لا تتابع هذه البرامج.

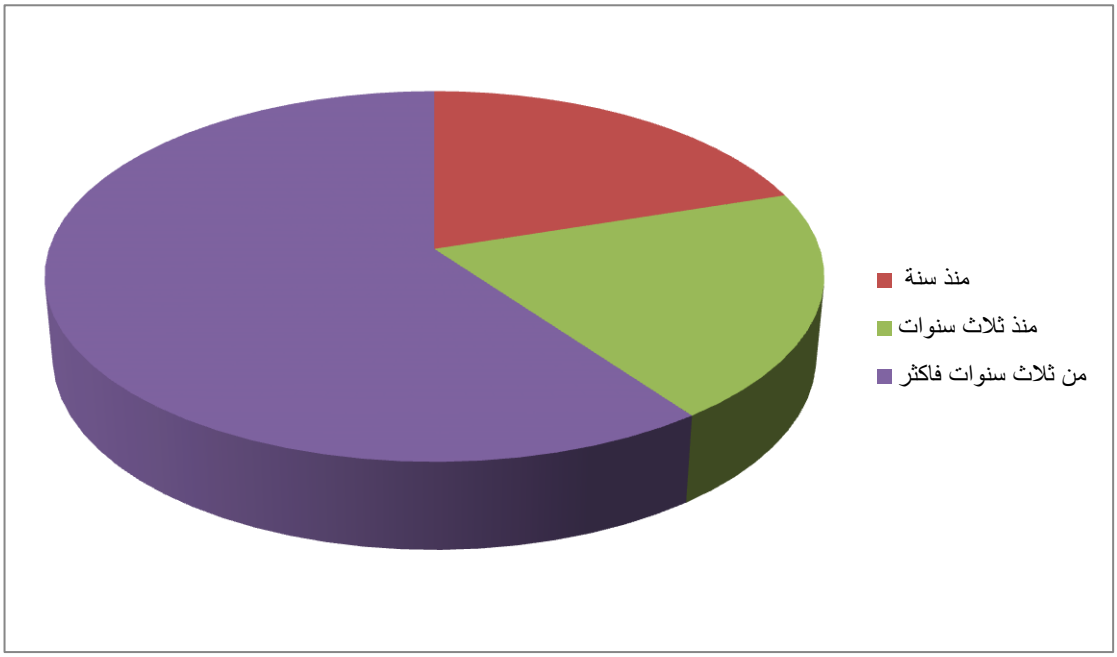
ومنه نستنتج أن أغلب اللاعبين يتابعون نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم بصفة دائمة لإثراء رصيدهم المعرفي الرياضي في مجال كرة القدم.

السؤال رقم 04 منذ متى وانت تشاهد نشرات الاخبار والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم؟

الغرض من السؤال :معرفة عدد سنين متابعة اللاعب للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم .

الجدول رقم 04 : يمثل عدد سنين متابعة اللاعب للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
منذ سنة	5	%20
منذ ثلاث سنوات	5	%20
من ثلاث سنوات فاكثر	15	%60
المجموع	25	%100



الشكل 04 : يمثل عدد سنين متابعة اللاعب للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم.

تحليل النتائج:

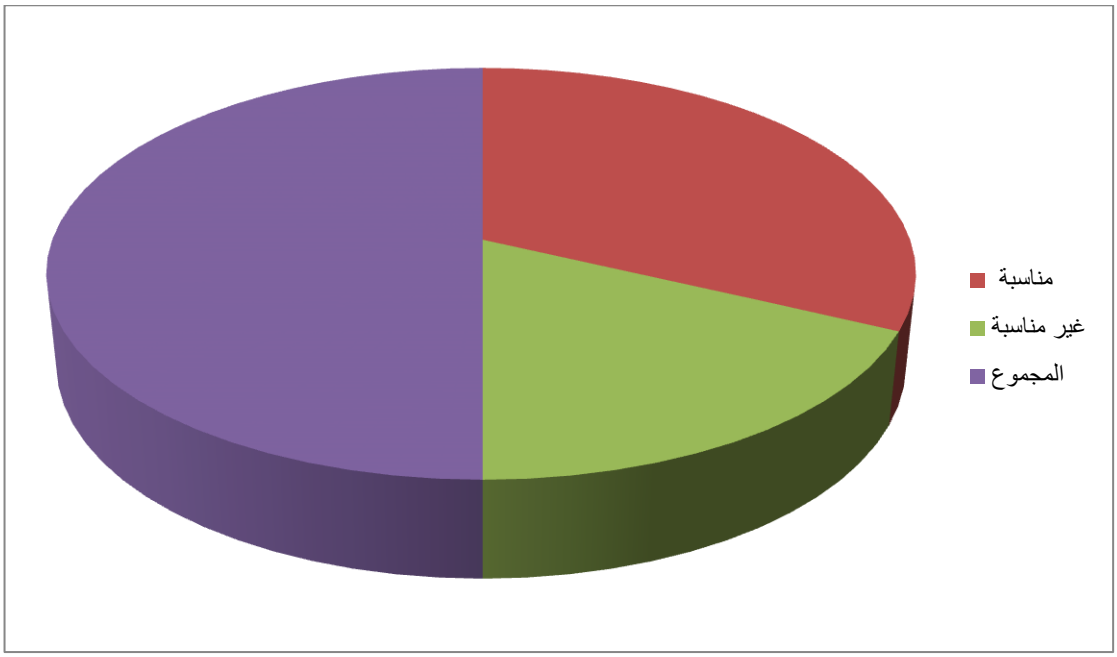
من خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن نسبة 60% من اللاعبين الاكثر مشاهدة للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم في حين تساوت النسبة المئوية للاعبين الذين يشاهدون للأخبار الرياضية والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم منذ سنة ومنذ ثلاث سنوات حيث قدرت النسبة لكليهما 20%.

السؤال رقم 05 : ما رأيك في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب اللاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما اذا كان استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب اللاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني .

الجدول رقم 05 : يمثل تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب اللاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
مناسبة	16	%64
غير مناسبة	9	%36
المجموع	25	%100



الشكل 05 : يمثل تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب الاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني.

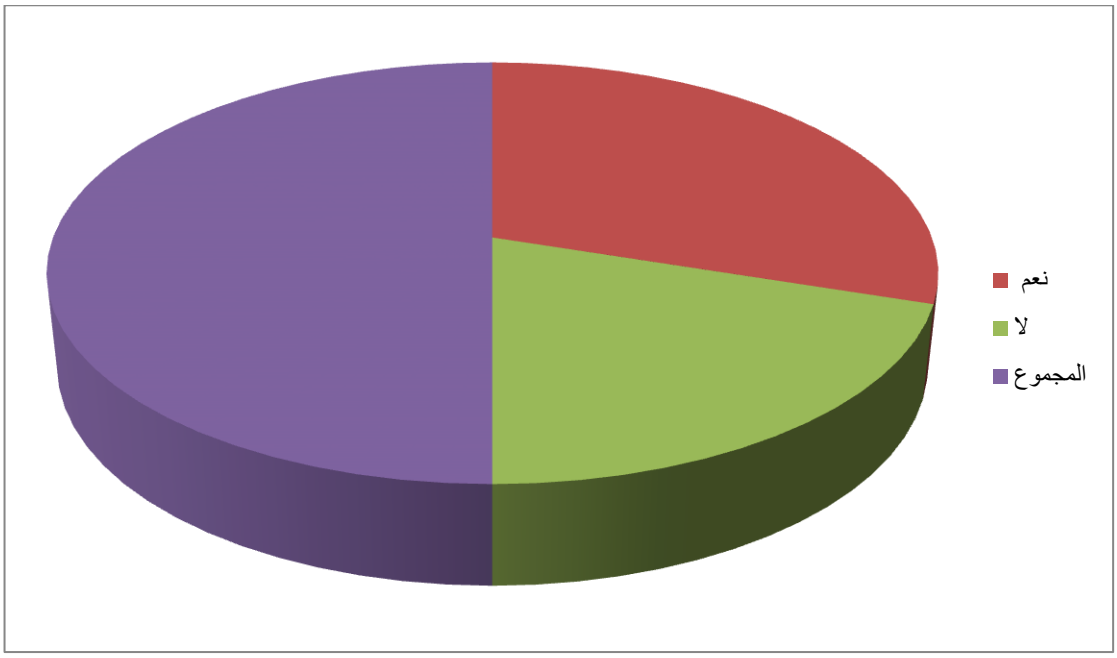
تحليل النتائج: من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة 64 % من العينة المستجوبة تعتبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة مناسبة لاكتساب اللاعبين مهارات الارتقاء بالاداء الفني ومعارف وأفكار متنوعة في حين نجد نسبة 36 % ترى انها ليست النسبة إليها.

السؤال رقم 06 : هل متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم هي التي جعلت منك اكثر ممارسا ومحبا لكرة القدم ؟

الغرض من السؤال: معرفة اذا ما كان متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم هي التي جعلت منك اكثر ممارسا ومحبا لكرة القدم.

الجدول رقم 06 : يمثل متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	15	%60
لا	10	%40
المجموع	25	%100



الشكل 06 يمثل متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم.

تحليل النتائج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن نسبة 60 % من العينة المستجوبة قالت بان متابعتها البرامج الرياضية في مجال كرة القدم جعلت منهم ممارسين لرياضة كرة القدم وهذا من خلال ما يقدمه من أخبار ومعلومات حول هذه اللعبة في حين نجد أن نسبة 40% قالت العكس.

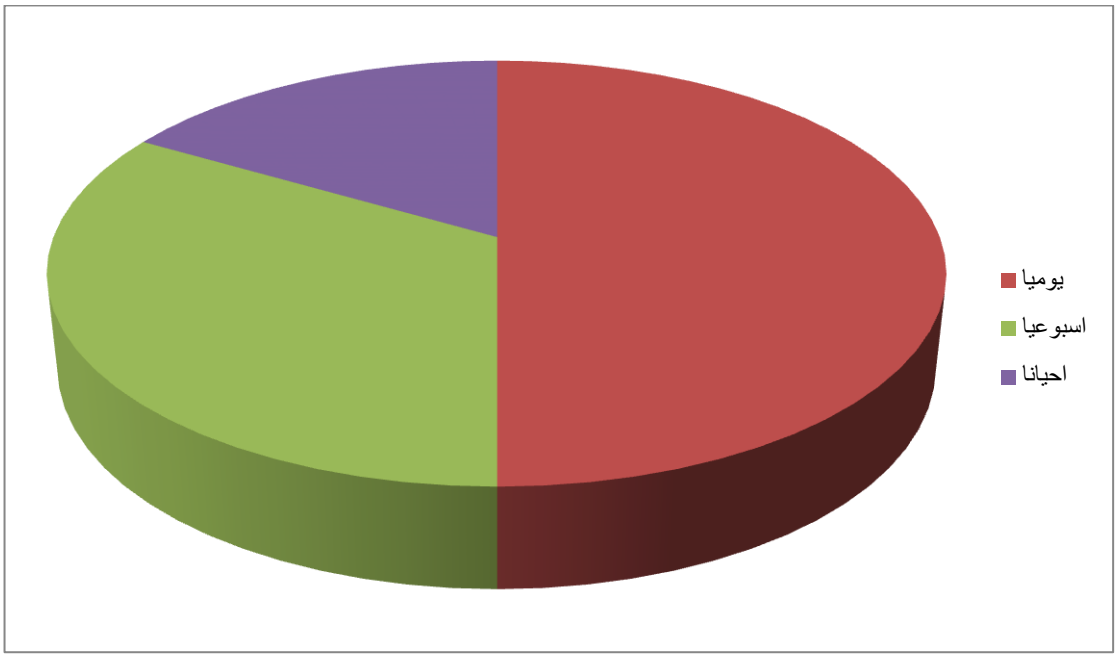
ومنه نستنتج أن متابعة البرامج الرياضية في مجال كرة القدم تلعب دورا كبيرا في توجيه اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم.

السؤال رقم 07 : هل تساهم مشاهدتك للتلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي في مجال كرة القدم ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى مساهمة التلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي للاعبين.

الجدول رقم 07 : يمثل مدى مساهمة التلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي للاعبين.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	19	%76
لا	6	%24
المجموع	25	%100



الشكل 07 : يمثل مدى مساهمة التلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي للاعبين.

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن نسبة 76 % من العينة المستجوبة ترى بأن للتلفزيون مساهمة كبيرة في تحسين المستوى الثقافي الرياضي الا اننا نجد أن نسبة 24 % قالت العكس.

ومنه نستنتج أن للتلفزيون تأثير كبيرفي تحسين المستوى المعرفي الرياضي للاعبي كرة القدم وذلك من خلال الحصص و البرامج الرياضية التي تعمل على تشجيع ممارسة كرة القدم.

استنتاجات عامة خاصة بالمحور الأول:

من المحور الأول نستنتج أن أغلب اللاعبين المستجوبين لديهم ميول واهتمام كبير بتكنولوجيا الإعلام السمعي البصري (التلفزيون) خصوصا حيث يساهم في تطوير الارتقاء للاعبي فريق شباب زاوية كنته وتحسين الاداء الرياضي والزيادة من المعارف والمهارات الفنية حيث أصبحت اليوم جد متطورة نظرا لتوفر العديد من التقنيات في هذا المجال حيث يصب اهتمام اللاعبين بالمواضيع والبرامج الرياضية التي تتعلق بتنمية جانبهم الفكري والمعرفي اتجاه الرياضة بصفة عامة وإلى ممارسة كرة القدم بصفة خاصة ولعل التلفزيون هو الذي أخذ نسبة كبيرة في استقطاب اللاعبين حيث ساهم في تحسين المستوى الثقافي المعرفي الرياضي للاعبي كرة القدم باعتباره يخاطب جميع الحواس ويتوفر على جميع الجوانب المتعلقة بالأخبار والتقارير والربورتاجات ...الخ إضافة إلى ذلك أن أغلب اللاعبين يهتمون بالقنوات الفضائية العالية الجودة بالصوت والصورة ونظرا للنتائج المتحصل عليها في المحور الأول للاستبيان والتي تؤكد أن أغلب اللاعبين يتجهون وبطريقة غير مباشرة إلى التلفزيون حيث تتركب عندهم معارف وأفكار متعلقة بالأنشطة الرياضية بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة وهذا ساهم في الرفع من المستوى الثقافي الرياضي لديهم و النتائج تؤكد كل ما افترضناه في الفرضية الجزئية الأولى.

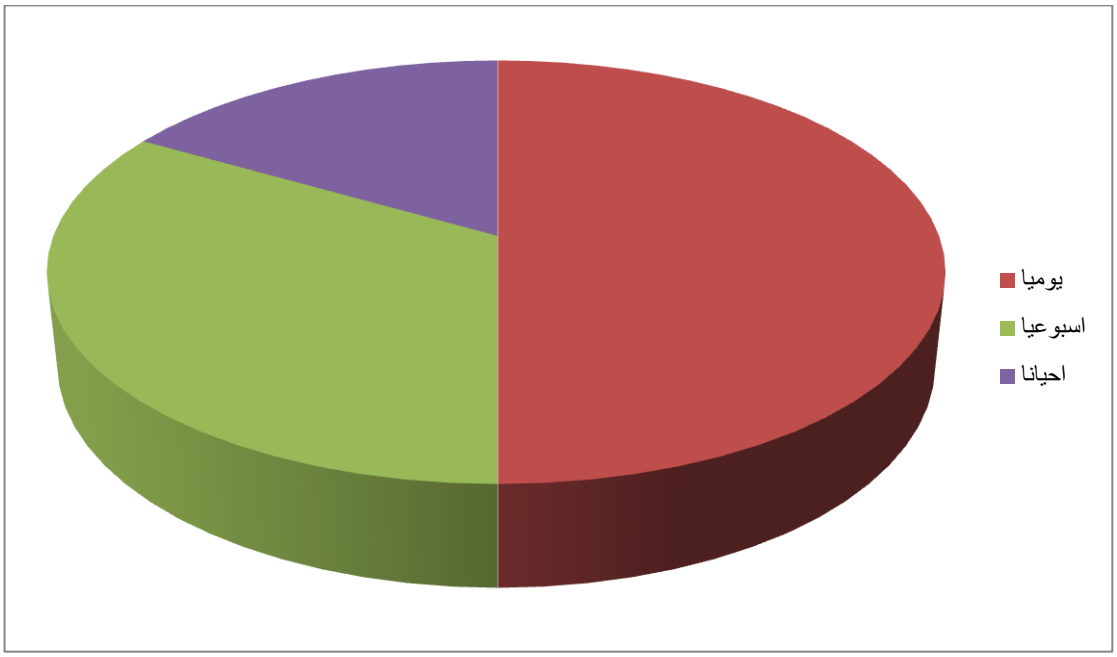
المحور الثاني: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال السمعي البصري في زيادة المستوى الثقافي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم .

السؤال رقم 08 : مامدى متابعتك القنوات الفضائية الرياضية ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى متابعة اللاعبين للقنوات الفضائية الرياضية.

الجدول رقم 08 : يمثل مدى متابعة اللاعبين للقنوات الفضائية الرياضية.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
يوميا	15	%60
اسبوعيا	10	%40
احيانا	5	%20
المجموع	25	%100



الشكل 08 : يمثل مدى متابعة اللاعبين للقنوات الفضائية الرياضية.

تحليل النتائج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن نسبة 60 % من العينة المستجوبة تتابع القنوات الفضائية الرياضية يوميا في حين نجد أن نسبة 40 % تتابع هذه القنوات الفضائية الرياضية اسبوعيا اما نسبة 20% تتابعها احيانا وهذا لتوفر مصادر أخرى للأخباروالمعلومات بالنسبة لهم مثل الانترنيت .

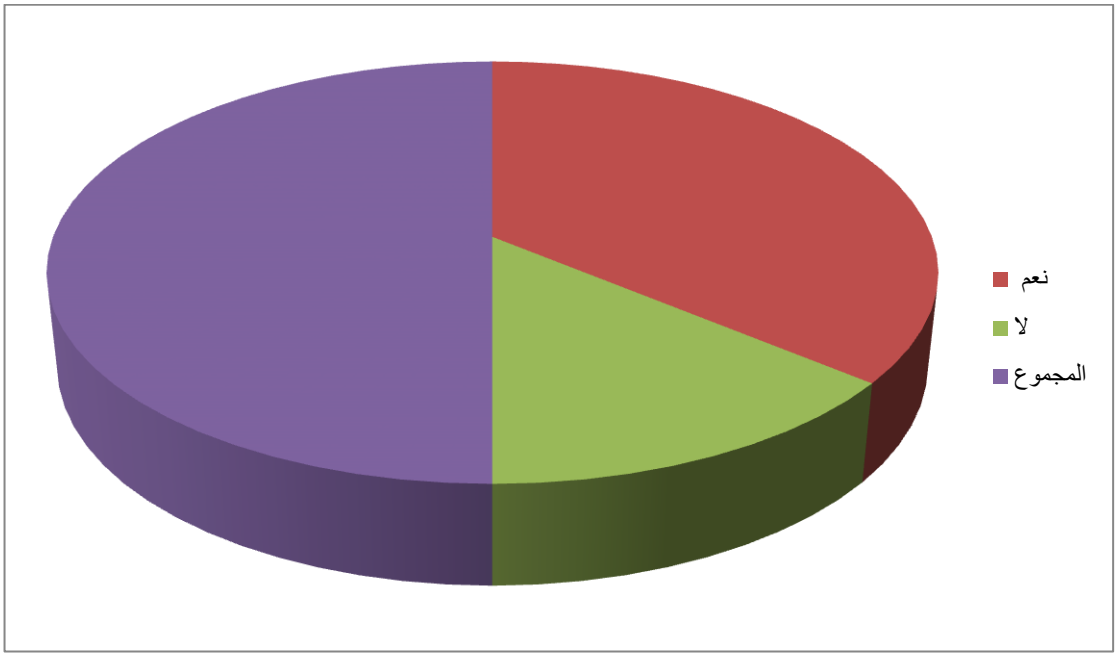
ومنه نستنتج أن أغلب اللاعبين يتابعون القنوات الرياضية الفضائية وهذا دائما لكسب المعارف والمعلومات خصوصا ما تعلق بالأخبار الرياضية الخاصة بكرة القدم.

السؤال رقم 09 : هل ترى متابعة القنوات الفضائية الرياضية تزيد من المستوى الثقافي الرياضي و تحقيق الارتقاء فكريا وتطبيقا ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في زيادة المستوى الثقافي الرياضي للاعبي كرة القدم .

الجدول رقم 09 : يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية من زيادة المستوى الثقافي الرياضي للاعبي كرة القدم .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	18	%72
لا	7	%28
المجموع	25	%100



الشكل 09 : يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية في رفع الرصيد الثقافي الرياضي للاعبي كرة القدم .

تحليل النتائج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن نسبة 70% من العينة المدروسة تساهم القنوات الفضائية الرياضية في رفع الرصيد الثقافي الرياضي لديهم وتحقيق إشباعاتهم نحو الثقافة البدنية فكرا وتطبيقا.

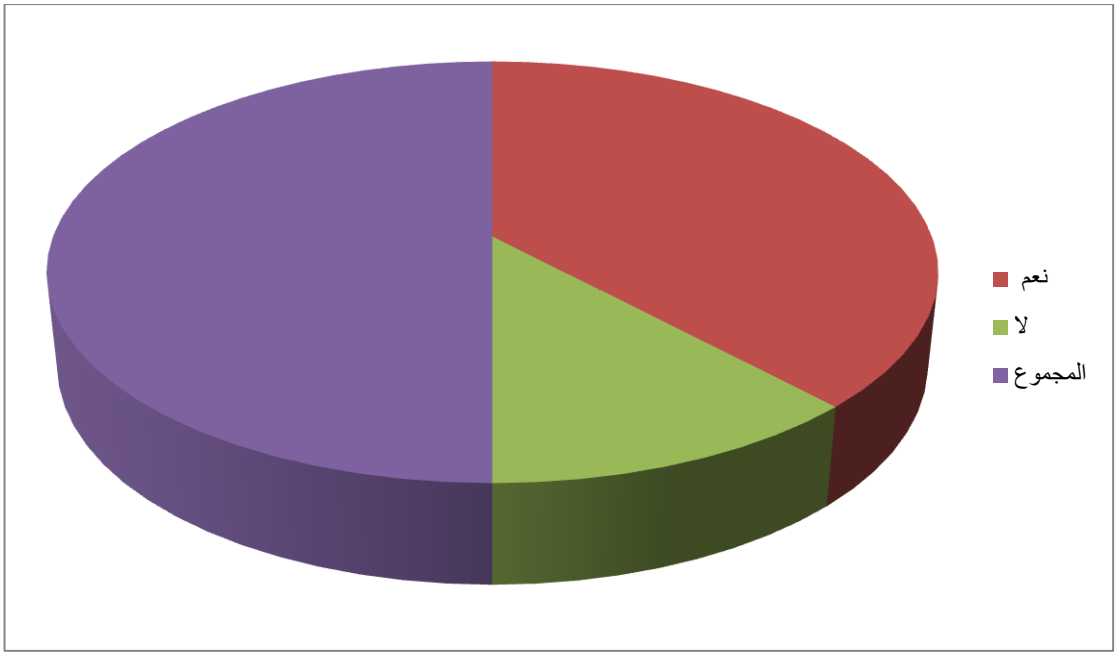
في حين نجد نسبة 30 % لا تساهم القنوات الفضائية الرياضية في رفع الرصيد الثقافي الرياضي لديهم ولاتحقق إشباعاتهم نحو الثقافة البدنية فكرا وتطبيقا ومنه نستنتج أن معظم اللاعبين يتابعون القنوات الفضائية الرياضية وهذا من أجل تنمية ثقافتهم الرياضية من خلال المشاهدة و المتابعة اليومية لمختلف هاته القنوات.

السؤال رقم 10 : هل ترى متابعة القنوات الفضائية الرياضية تزيد من الأخلاق الرياضية وتنمية الوعي بين اللاعبين ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية و تنمية الوعي بين اللاعبين .

الجدول رقم 10 : يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية و تنمية الوعي بين اللاعبين .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	19	%76
لا	6	%24
المجموع	25	%100



الشكل 10 : يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية و تنمية الوعي بين اللاعبين .

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة 76 %من اللاعبين في معظم الأحيان تساهم القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية لديهم و تنمية الوعي الرياضي بينهم.

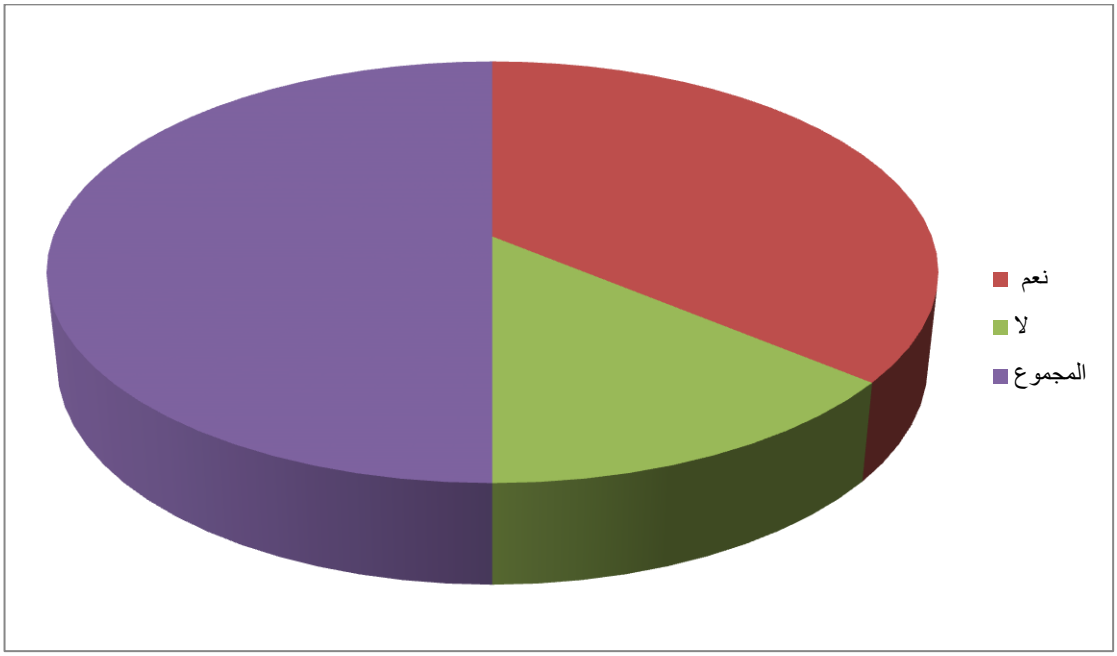
بينما نجد نسبة 24 % فقط لا تساهم القنوات الفضائية الرياضية في زيادة الأخلاق الرياضية لديهم و تنمية الروح الرياضية بينهم.

السؤال رقم 11 : من خلال متابعتك القنوات الرياضية الفضائية هل تتابع أخبار كرة القدم فقط أم تتابع الأخبار الرياضية الأخرى ؟

الغرض من السؤال: معرفة نوع الأخبار الرياضية التي يتابعها اللاعبون.

الجدول رقم 11 : يمثل نوع الأخبار الرياضية التي يتابعها اللاعبون.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	18	%72
لا	7	%28
المجموع	25	%100



الشكل 11 : يمثل نوع الأخبار الرياضية التي يتابعها اللاعبون.

تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن نسبة 72 % من العينة المدروسة تتابع أخبار كرة القدم في حين نجد نسبة 28% تتابع بعض الأخبار الرياضية الأخرى.

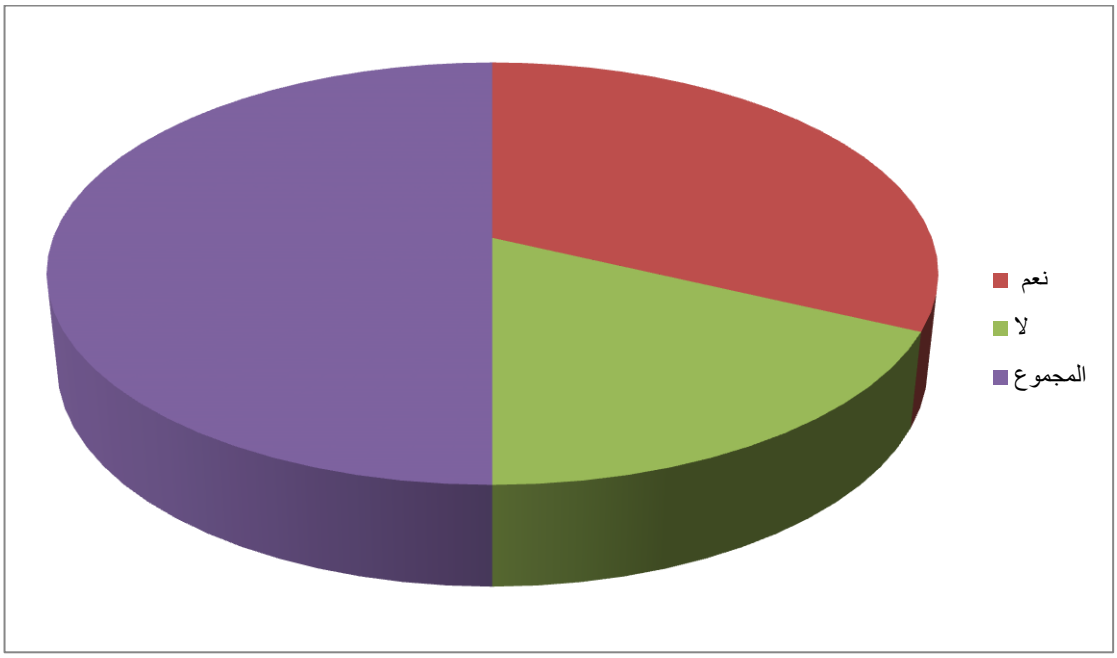
ومنه نستنتج أن أغلب اللاعبين يتابعون أخبار كرة القدم وهذا راجع إلى الكم الهائل من المعلومات المتعلقة بأخبار كرة القدم التي توفره تكنولوجيا الإعلام السمعي البصري .

السؤال رقم 12 : هل ترى متابعة الأخبار الرياضية تزيد من اهمية رغبتك نحو ممارسة كرة القدم ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما مدى زيادة الأخبار الرياضية من رغبة اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم.

الجدول رقم 12 : يمثل مدى زيادة الأخبار الرياضية من رغبة اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	16	%64
لا	9	%36
المجموع	25	%100



الشكل 12 : يمثل مدى زيادة الأخبار الرياضية من رغبة اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم.

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة 64% من العينة المدروسة دائما الأخبار الرياضية تزيد من رغبتهم في ممارسة كرة القدم في حين نجد نسبة 36% قالت بأن الأخبار الرياضية لا تزيد من رغبتهم في ممارسة كرة القدم .

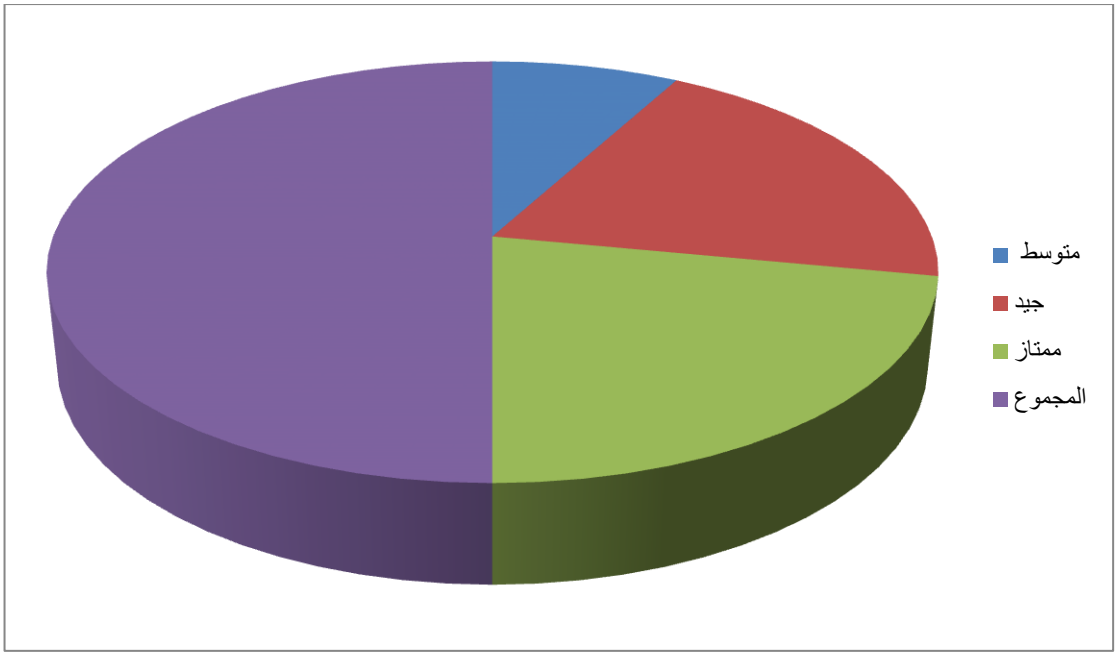
ومنه نستنتج بأن الأخبار الرياضية تؤدي دور فعال في زيادة دافعية اللاعبين نحو ممارسة كرة القدم وهذا من خلال ما تقدمه من ربورتاجات حول كرة القدم.

السؤال رقم 13 : كيف ترى مستوى الاستيعاب والفهم من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية؟

الغرض من السؤال: معرفة مستوى استيعاب اللاعب من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية.

الجدول رقم 13 : يمثل مستوى استيعاب اللاعب من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
متوسط	4	%16
جيد	10	%40
ممتاز	11	%44
المجموع	25	%100



الشكل 13 : يمثل مستوى استيعاب اللاعب من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية.

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن هناك تقارب في النسبة المئوية من ناحية مستوى الاستيعاب والفهم لدى اللاعبين من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية للعبارتين ممتاز وجيد حيث قدرت النسبة الاولى ب 40% اما الثانية فقد قدرت ب 44%.

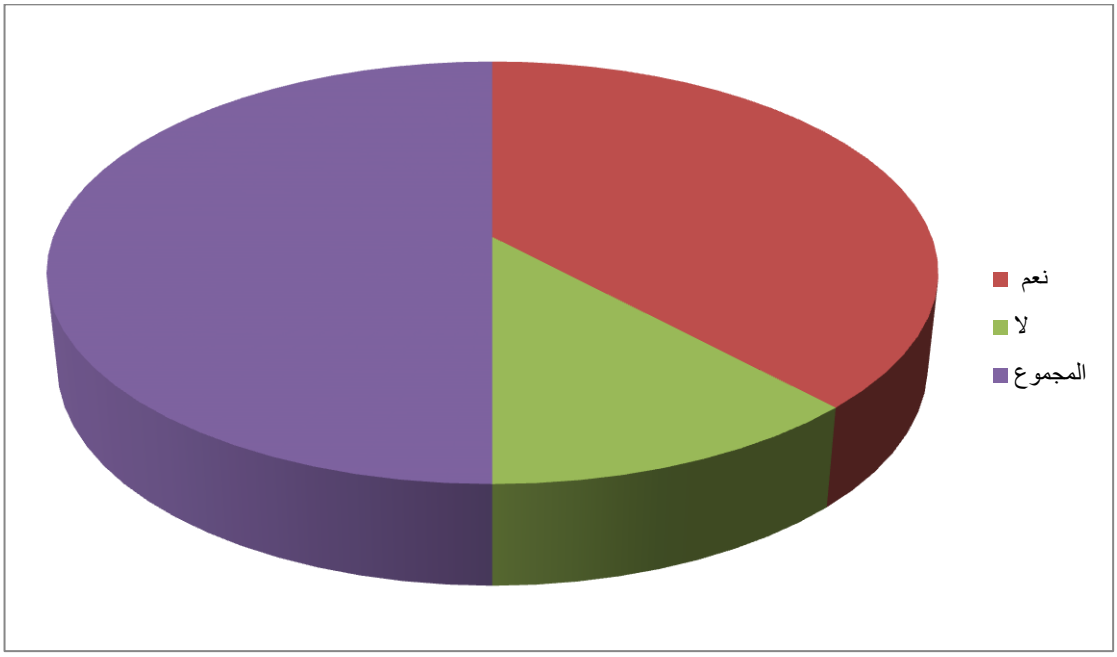
وباستقراء الجدول نستنتج أن مختلف القنوات الفضائية الرياضية لها دور مهم في درجة اسستيعاب اللاعب للمعلومات والمعارف الرياضية مما يزيد من ثقافته الرياضية والمعرفية في مجال كرة القدم.

السؤال رقم 14 : هل ترى بأن استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين أم لا .

الجدول رقم 14 : يمثل مدى مساهمة استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	19	%76
لا	6	%24
المجموع	25	%100



الشكل 14 : يمثل مدى مساهمة استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين .

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها دائما نجد نسبة 76 % من العينة المدروسة ترى بأن استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين في حين نجد نسبة 15% قالت العكس.

وباستقراء الجدول نستنتج بأن استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين بمختلف الابداعات التي تتميز بها هاته الوسائل التي تواكب تطورات العصر .

استنتاجات خاصة بالمحور الثاني:

ما يمكن استنتاجه من المحور الثاني أن أفراد العينة المستجوبين و بدرجة أقل لهم اهتمام بمشاهدة القنوات الرياضية الفضائية حول مختلف الأخبار والربورتاجات و التقارير و التي ساهمت في نشر الأخبار المتعلقة بقواعد و مختلف المفاهيم الرياضية في كرة القدم و التي من شأنها أن تزيد في رفع المستوى الثقافي الرياضي للاعبي كرة القدم .

و هذا من خلال ما يتم عرضه من أخبار رياضية بشكل منظم في قالب فني متميز من صور ملونة فيديوهات وعناوين جذابة للمشاهد هي كلها تمثل التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام السمعي البصري كذلك سجلنا إقبال ملحوظ نحو القنوات الرياضية المتخصصة و المتعلقة بأخبار كرة القدم.

ونظرا للنتائج المتحصل عليها في المحور الثاني و التي تؤكد أن اللاعبين و من خلال التكنولوجيا الحديثة للإعلام المرئي تساهم و بشكل معتبر في رفع المستوى الثقافي نحو المعلومة الرياضية في مجال كرة القدم كفكرة و ممارسة كرة القدم كتطبيق للفكرة و منه يمكن القول أن الفرضية الجزئية الثانية تؤكد أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري لها دور في نشر الثقافة الرياضية لدى لاعبي كرة القدم.

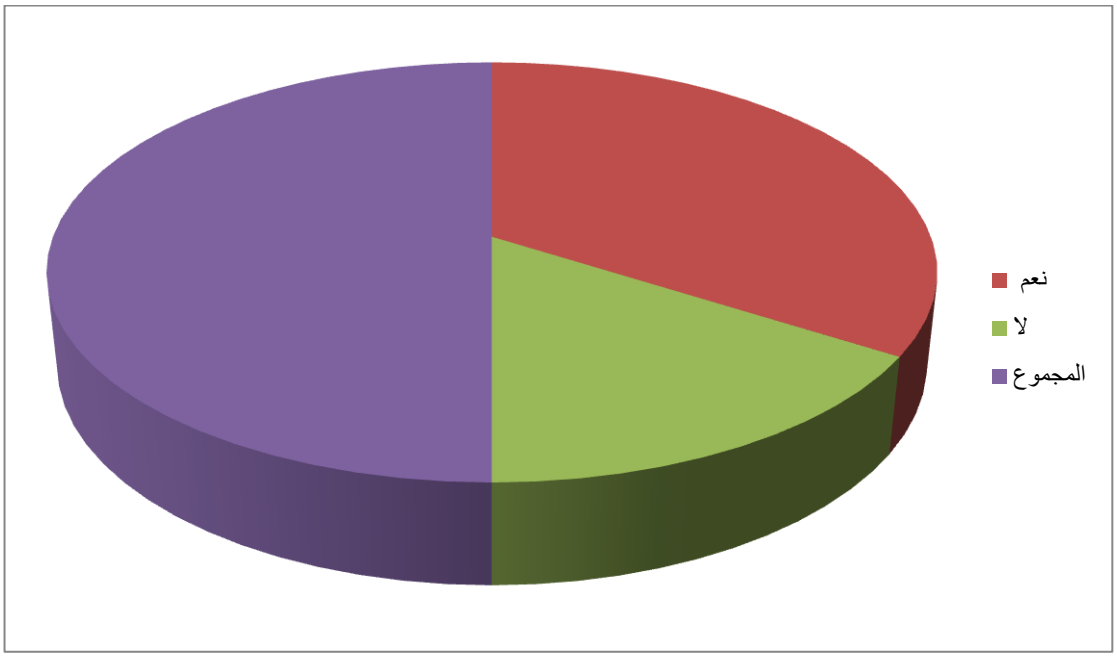
المحور الثالث :مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري في تحسين الاداء الفني للاعبي كرة القدم .

السؤال رقم 15 : هل تشاهد اخبار النوادي الرياضية على القنوات الفضائية الرياضية ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما مدى متابعة اخبار النوادي الرياضية.

الجدول رقم 15 : يمثل عدد اللاعبين الذين يتابعون أخبار النوادي والذين لا يتابعونها.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	17	%68
لا	8	%32
المجموع	25	%100



الشكل 15 : يمثل عدد اللاعبين الذين يتابعون الأخبار المتعلقة بالنوادي الأجنبية والذين لا يتابعونها

تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد نسبة 68 % من اللاعبين يتابعون الأخبار المتعلقة بالنوادي الرياضية في حين نجد نسبة 32 % فقط من اللاعبين لا يتابعون تلك الأخبار.

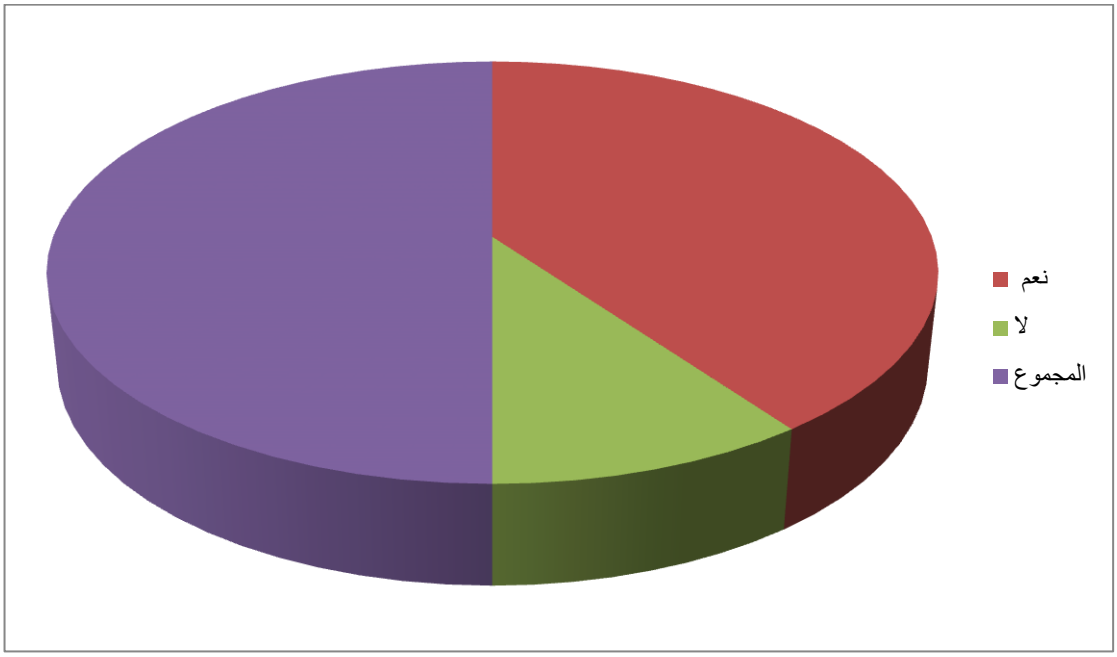
ومنه نستنتج أن جل اللاعبين يتابعون الأخبار المتعلقة بالنوادي الرياضية .

السؤال رقم 16 : هل تتابع البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بالنوادي الرياضية على القنوات الرياضية الفضائية ؟

الغرض من السؤال: نسعى من خلال السؤال إلى معرفة ما إذا كان اللاعبون يتابعون بعض البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بالنوادي الرياضة.

الجدول رقم 16 : يمثل معرفة ما إذا كان اللاعبون يتابعون البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بالنوادي الرياضة أم لا.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	20	%80
لا	5	%20
المجموع	25	%100



الشكل 16 : يمثل معرفة ما إذا كان اللاعبون يتابعون البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بتلك النوادي.

تحليل النتائج:

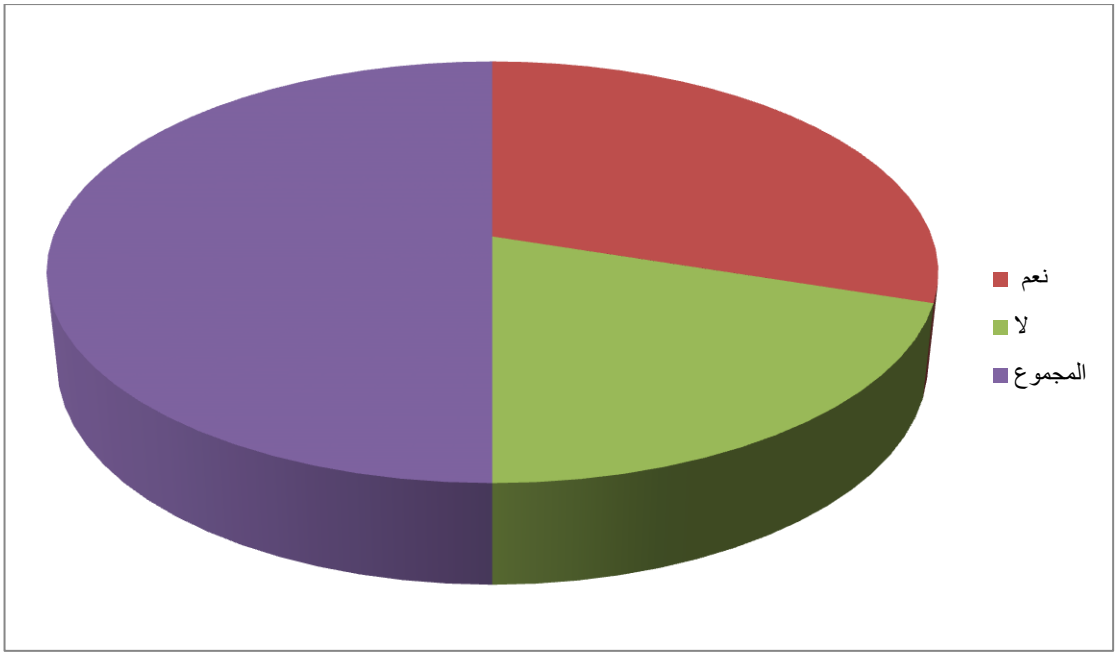
باستقراء النتائج المتحصل عليها من الجدول نجد أن نسبة 80 % من العينة المستجوبة يتابعون البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بالنوادي الرياضية وهذا يعني أنهم في تطلع دائم وتتبع مستمر على أخبار هاته النوادي في حين نجد نسبة 20 % من اللاعبون لا يهتمون بذلك. ومنه نستنتج أن معظم اللاعبين وبصفة دائمة يتابعون البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بالنوادي الرياضية.

السؤال رقم 17 :هل يكون احساسك قوي عند متابعتك من الأخبار و التدريبات والمباريات المتعلقة بالنوادي على مختلف القنوات الفضائية الرياضية.

الغرض من السؤال: معرفة ما مدى

الجدول رقم 17 : يمثل ما مدى احساس اللاعبين لما يتابعونه من أخبار و تدريبات ومباريات النوادي الرياضية .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	15	%60
لا	10	%40
المجموع	25	%100



الشكل 17 : يمثل ما مدى تأثر اللاعبين لما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات بعض النوادي.

تحليل النتائج:

من خلال استقراء النتائج المتحصل عليها من الجدول نجد أن نسبة 60 % من العينة المدروسة لها احساس بشكل كبير لما تشاهده على مختلف القنوات الفضائية الرياضية على من أخبار وتدريبات ومباريات المتعلقة بتلك النوادي في حين نجد نسبة 40 % ليس لهم احساس بذلك.

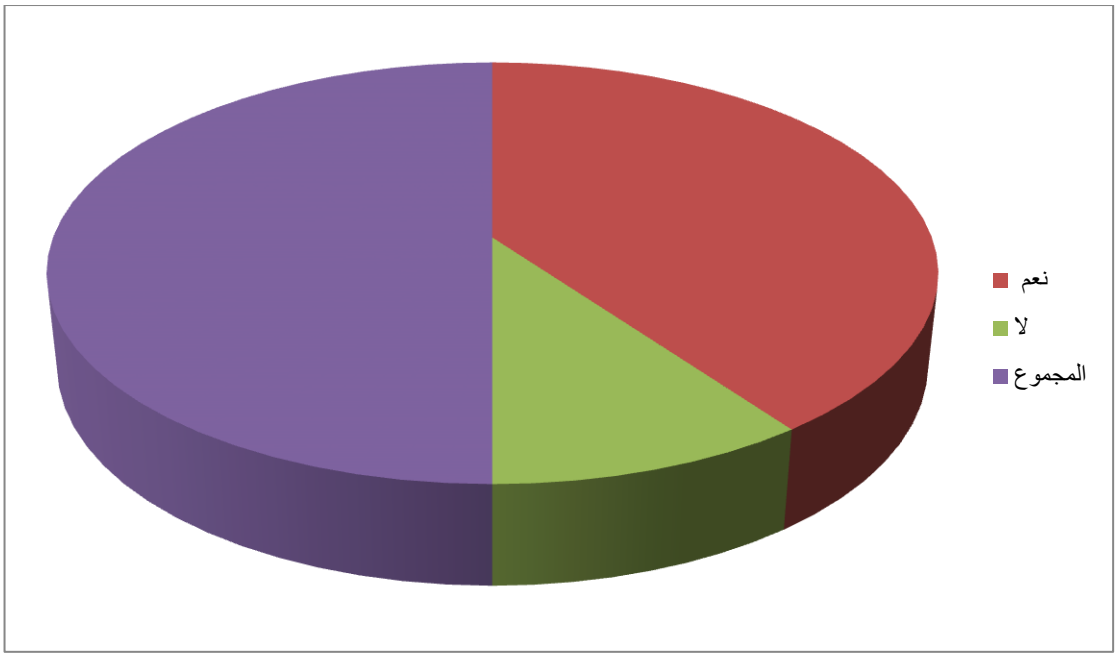
ومنه نستنتج أن أغلب اللاعبين احساسهم كبير عندما يتابعون الأخبار والتدريبات اليومية والمباريات المتعلقة بتلك النوادي وبالتالي فهي تزيد من دافعيتهم نحو ممارسة كرة القدم.

السؤال رقم 18 : هل ترى ان متابعة الأخبار والتدريبات والمباريات للنوادي على القنوات الفضائية تزيد من تحسين الارتقاء للأداء الفني للاعبين ورغبتهم في اكتساب و تعلم مهارات جديدة في كرة القدم ؟

الغرض من السؤال: معرفة مد ى معرفة متابعة الأخبار والتدريبات والمباريات للنوادي على القنوات الفضائية تزيد من تحسين الارتقاء للأداء الفني للاعبين ورغبتهم في اكتساب و تعلم مهارات جديدة في كرة القدم

الجدول رقم 18 : يمثل عدد اللاعبين الذين تزيد تحسين ارتقاء اداؤهم الفني ورغبتهم في اكتساب وتعلم مهارات جديدة في كرة القدم من خلال ما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات والعكس .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	20	%80
لا	5	%20
المجموع	25	%100



الشكل 18 : يمثل عدد اللاعبين الذين تزيد تحسين ارتقاء اداؤهم الفني ورغبتهم في اكتساب وتعلم مهارات جديدة في كرة القدم من خلال ما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات على بعض الفرق الرياضية.

تحليل النتائج:

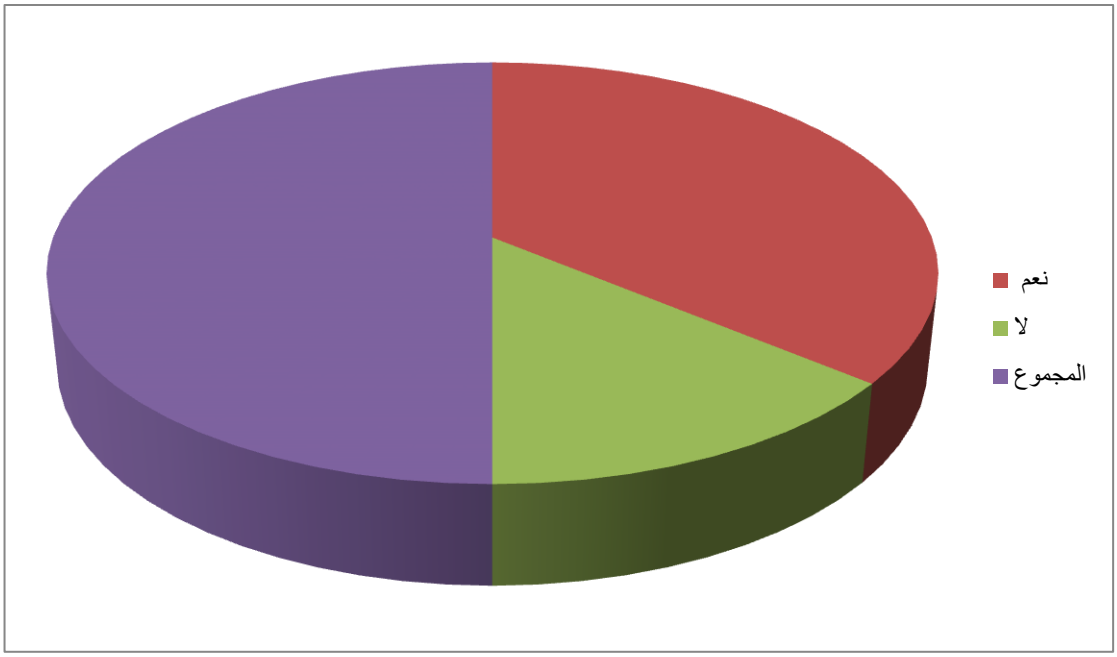
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نجد أن نسبة 80 % من اللاعبين يزيد ارتقاء اداؤهم الفني و رغبتهم في تعلم مهارات جديدة من خلال ما يشاهدونه من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق في حين نجد نسبة 20 % فقط قالت عكس ذلك.

السؤال رقم 19 : هل ترى بان متابعة القنوات الفضائية الرياضية لها تأثير كبير في تحسين القدرات البدنية والمهارات الحركية من خلال ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في كبير في تحسين القدرات البدنية والمهارات الحركية من خلال ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات

الجدول رقم 19 : يمثل ما إذا كانت القنوات الفضائية الرياضية تزيد من معرفة اللاعبين لبعض القدرات البدنية والمهارات الحركية أم لا .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	18	%72
لا	7	%28
المجموع	25	%100



الشكل 19 :يمثل نسبة القنوات الفضائية التي تزيد تزيد من معرفة اللاعبين لبعض القدرات البدنية والمهارات الحركية أم لا .

تحليل النتائج: من خلال استقراء النتائج المتحصل عليها من الجدول نجد أن نسبة 72 % من اللاعبين تقول بأن القنوات الفضائية الرياضية تزيد من معرفتهم لبعض االقدرات البدنية و المهارات الحركية وذلك من خلال المتابعة اليومية في حين نجد نسبة 28 % من اللاعبين قالت العكس من ذلك ومنه نستنتج أن القنوات الفضائية الرياضية لها تاثير في تحسين معرفة اللاعبين لبعض القدرات البدنية والمهارات الحركية.

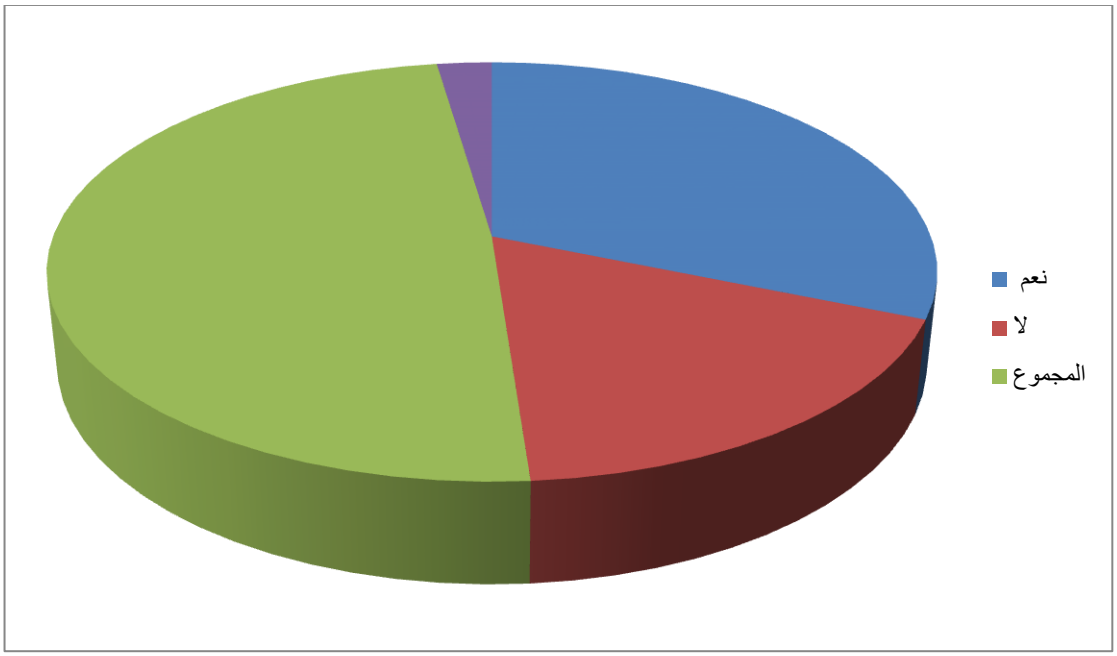
السؤال رقم 20 : هل ترى بان مشاهدتك القنوات الفضائية الرياضية تساهم في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية.

الجدول رقم 20 : يمثل مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية.

الشكل رقم 20 : مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية.

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	16	%64
لا	9	%36
المجموع	25	%100



تحليل النتائج:

من خلال استقراء النتائج المتوصل إليها من الجدول نجد أن نسبة 64% من اللاعبين ترى بأن القنوات الفضائية الرياضية تساهم في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم في حين نجد أن نسبة 36 % من العينة المدروسة قالت العكس ومنه نستنتج أن القنوات الفضائية الرياضية لها دور في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم .

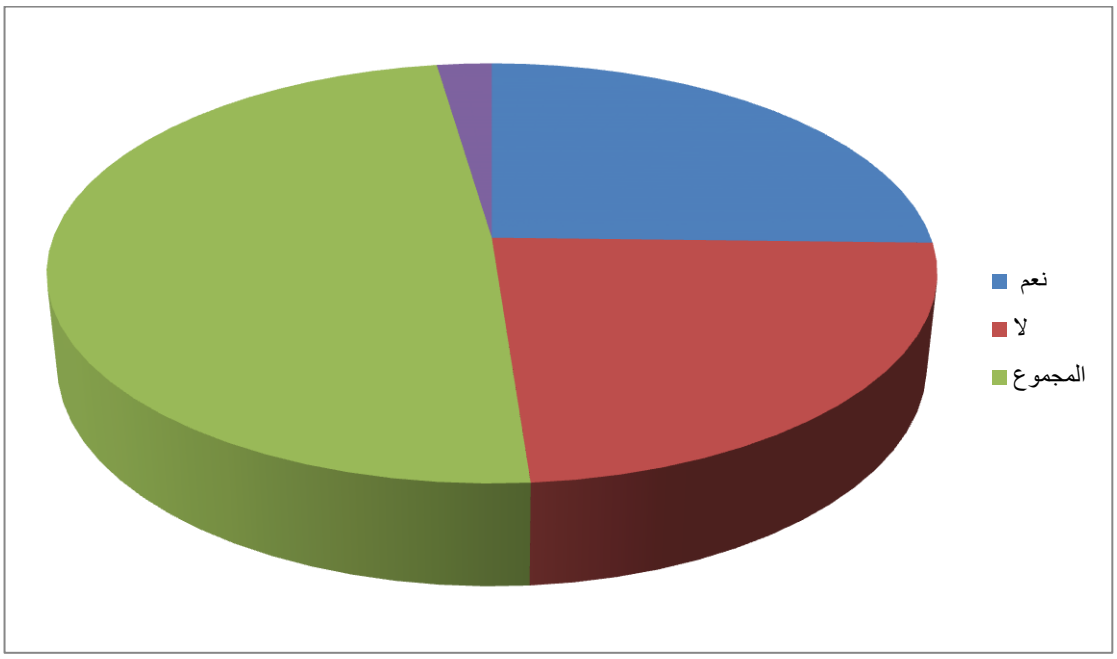
السؤال رقم 21 : هل ترى بأن استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي لها دور في تحقيق إشباعاتك ونجاحاتك في كرة القدم ؟

الغرض من السؤال: مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي في تحقيق إشباعات اللاعبين وتحقيق نجاحاتهم في كرة القدم .

الجدول رقم 21 :يمثل مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي في تحقيق إشباعات اللاعبين وتحقيق نجاحاتهم في كرة القدم .

الشكل رقم 21 : يمثل مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي في تحقيق إشباعات اللاعبين وتحقيق نجاحاتهم في كرة القدم .

الاجابات	التكرارت	النسبة المئوية %
نعم	13	%52
لا	12	%48
المجموع	25	%100



تحليل النتائج:

من خلال استقراء النتائج المتحصل عليها من الجدول نجد بان نسبة 52 % من اللاعبين تساهم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الرياضي المرئي في تحقيق إشباعاتهم ونجاحاتهم في كرة القدم في حين نجد أن هناك نسبة 48% من اللاعبين قالت العكس من ذلك.

استنتاجات خاصة بالمحور الثالث:

ما يمكن استنتاجه من المحور الثالث هو أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري تساهم و بشكل كبير في التأثير على اللاعبين من خلال تحسين كل الجوانب الخاصة بالأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر مثل الجانب البدني والجانب الفني والجانب

الذهني والجانب التكتيكي والجانب النفسي .حيث تزيد من دافعية اللاعبين نحو التقصي و مشاهدة كل الأخبار و التدريبات والمباريات الخاصة ببعض الأندية بالإضافة إلى البحث عن مختلف الأخبار الرياضية و المواقع الالكترونية للأندية و المنظمات الرياضية و الهيئات الدولية و ذلك عن طريق المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية الرياضية مما يساعد اللاعبين على اكتساب معلومات وثقافات وذهنيات جديدة وتعلم ومعرفة مهارات فنية وصفات بدنية أخرى غير تلك التي يعرفونها.

وبالتالي هذه النتائج تؤكد صحة الفرضية الجزئية الثالثة التي تنص على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها دور في التأثير على اللاعبين من خلال تحسين كل الجوانب الخاصة بالأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر .

2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

من خلال تحليل ودراسة نتائج الاستبيان في المحور الأول ودراسة النسب المئوية تم التوصل من خلال الأسئلة رقم (1، 2 ، 3 ،4 ، 5 ، 6) تم التوصل إلى إثبات الفرضية الجزئية الأولى والتي مفادها أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها أهمية في تحسين في الارتقاء بالأداء الفني لاعبي كرة القدم.

كما نجد في المحور الثاني كل من الإجابات عن الأسئلة رقم (8، 9،10 ،11 ،12 ،13،14)

خلال النسب المئوية والتكرارات ومن خلال تحليل النتائج المتوصل إليها نؤكد على صحة الفرضية الثانية التي مفادها أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال السمعي البصري في زيادة المستوى الثقافي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم ، وكذلك من خلال دراستنا للمحور الثالث ومن النتائج المتوصل إليها من خلال الأسئلة رقم (15، 16 ،17 ،18، 19 ،20) ومن خلال النسب المئوية والتكرارات نؤكد على صحة الفرضية الثالثة والتي تتمحور حول أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري في التأثير على اللاعبين من خلال تحسين كل الجوانب المتعلقة بالأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر.

ومنه نستطيع القول بأن الفرضية العامة للدراسة تحققت والتي مفادها أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها أهمية في تحسين كرة القدم عند اللاعبين في الجزائر.

الفصل الخامس

استنتاجات واقتراحات

1- الاستنتاج العام

2- الاقتراحات

3- قائمة المراجع

4- الملاحق

5- ملخص الدراسة

1- استنتاجات و اقتراحات:

1-1 الاستنتاج العام:

من خلال عرضنا للجانب النظري وتأكيدا بالجانب التطبيقي للدراسة التي قمنا بها والتي مفادها اهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري في تحسين الارتقاء النفسي والاداء الفني لدى لاعبي كرة القدم في الجزائر .

وبعد تحليل ومناقشة النتائج المتوصل إليها اتضحت لنا جليا العلاقة الموجودة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي وتطور رياضية كرة القدم في الجزائر، و ما يمكن قوله كخلاصة لموضوع دراستنا أنه لا بد في كل وقت وحين أن نزرع في لاعبي رياضة كرة القدم قيم ومبادئ الرياضة والتنافس الشريف لهذه اللعبة وذلك عن طريق المعرفة التامة لقوانين ومعارف هذه الرياضة وذلك كله عن طريق ما أضفت به وما وصلت إليه مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي نحو إثراء اللاعبين بمختلف المعارف والأفكار الرياضية التي تنمي ثقافتهم الرياضية الفكرية والبدنية في جميع جوانب كرة القدم و التي بفضلها نستطيع النهوض برياضة تنافسية أخلاقية نزيهة ومتطورة.

هذا ما أكدناه من خلال استجوابنا للاعبي نادي شباب زاوية كنتة الذين بدورهم قدموا لنا يد العون والمساعدة والتي من خلالهم نجحت دراستنا في تحقيق الفرضية العامة التي مفادها أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها أهمية في تحسين الاداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر.

1-2 الاقتراحات:

و في الأخير نخلص إلى اقتراح مجموعة من التوصيات و الاقتراحات التي يمكن من خلالها أن نوجه اللاعبين إلى الطريق الأمثل في استغلال التكنولوجيا للإعلام والاتصال المرئي من جانبها الإيجابي و فقط دون الذهاب إلى اعتبارات تفسد من المنظومة الأخلاقية والذهنية والنفسية والبدنية والفنية والتكتيكية للاعب مع الأخذ بعين الاعتبار استغلال هذه التكنولوجيات في أداء الممارسة الرياضية اليومية و العمل على جمع مختلف المعلومات الرياضية الكافية لاستغلال

دافعية اللاعبين اتجاه ممارسة كرة القدم بشكل صحيح ومتطور في جميع الجوانب و يمكن تلخيص هذه الاقتراحات فيما يلي:

- الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال المرئي في مجال السمعي البصري و محاولة أخذ الشيء الإيجابي منها و التمسك بما يفيدنا في حياتنا الرياضية والعملية و الدينية.

- استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري من خلال الرفع من المستوى التعليمي و التربوي والأخلاقي إضافة إلى زيادة الرصيد الثقافي الرياضي في جميع جوانب رياضة كرة القدم بمختلف الثقافات الرياضية المتعددة.

- تنمية الوعي الرياضي لدى اللاعبين من أجل النهوض برياضة تنافسية خالية من العنف و التعصب بين الأفراد واللاعبين.

- استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي لتنمية دافعية ممارسة النشاط الرياضي لكرة القدم عند اللاعبين و اختيار الصفات البدنية والمهارات الفنية المناسبة لهم حسب توجهاتهم و دوافعهم.

3- قائمة المراجع:

- القواميس والمعاجم

. 1.ابن منظور، لسان العرب، دار الطبع، بيروت، ج 2

2- أحمد السعاف صالح: مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دون جهة نشر، السعودية، 1989.

3- أمين أنور الخولي، "أصول التربية .ب.ر"، دار الفكر العربي، مصر، 1996.

- المراجع العربية

4- تركي رابح: أصول التربية والتعليم، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.

5 - جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية وحتى الآن، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999.

6 - جوادي خالد، العلاقات الاجتماعية داخل حصة ت.ب.ر للمرحلة ما بين 17 ،20 سنة، مذكرة الماجستير، 2001-2000

7- حامد عبد السلام زهران، "علم نفس الطفولة والمراهقة"، دار الكتب، القاهرة، 1977.

8- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، ط 7القاهرة، مصر، 1998.

9- خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الجزء الأول، ط 1، القاهرة، 1998.

10- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، دار هومه، الجزائر، 2002.

11- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4 2007.

12- سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط 4، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع عمان،الأردن، 2006.

13- سمير محمد الحسن، بحوث الإعلام، والأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1976

14- السيد محمد خيري، محمود الزيادي. محاضرات في ع/ ن الاجتماعي، ط 2، القاهرة، مصر، 1971.

15- صالح عبد العزيز، "التربية وطرق التدريس"، جار المعارف، مصر، ط 2، 1981 .

16- عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011.

17- دكتور عبد الباسط محمد عبد الوهاب الحطامي، استخدم تكنولوجيات الاتصالات في الإنتاج، رسالة جامعية اليمن، 2003.

18- عبد الرحمن العيسوي، "التربية النفسية للطفل والمرهق"، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2000.

19- عبد الرحمن عيساوي، "معالم علم النفس"، دار النهضة العربية، بيروت، 1984.

20- عبيدات ذوقان وعدس عبد الرحمان وعبد الحق، البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.

21- عرت محمد جرادات وصادق إبراهيم عودة، العلم والتكنولوجيا والتنمية، ط 1، دار صفا، عمان، 2007.

22- علاء الدين الدسوقي: الثقافة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1994.

23- غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيات مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية، ط 1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

24- فاندالين، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة محمد نوفل وآخرون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1969.

25- فؤاد البهي السيد، "الأسس النفسية للنمو من الطفولة إلى الشيخوخة"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975.

26- فيوليت فؤاد إبراهيم، عبد الرحمن سيد سليمان، "دراسات في سيكولوجية النمو (الطفولة والمراهقة)"، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1998.

27- مالك بن نبي ترجمة عبد الصبور شاهين: مشكلة الثقافة، دار الفكر، الطبعة 4، الجزائر، 1985.

28- مالك سليمان مخول، "علم النفس والمراهقة"، ط 2، المطبعة الجديدة، دمشق، 1985.

29- محسن محمد حمص: المرشد في تدريس التربية الرياضية، ب.ت، القاهرة، مصر، د.ت.

30- محمد الحماحمي، أحمد سعيد: الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، الطبعة 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2006.

31- محمد السويدي: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، الطبعة 3، الجزائر،1981.

32- محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،1990.

33- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، قاموس مختار الصحاح، بيروت، لبنان، 1996.

34- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

35- محمد عبد الرحمن عبس، "تربية المراهقين"، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2000.

36- محمد علي محمد، علم الاجتماع والنهج العلمي، ط 1، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، 1980.

37 - محمد نصر الدين رضوان، الإحصاء الاستدلالي في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر لنشر والطباعة 2003، ط 1 .

38- محمد نصر الدين رضوان، مدخل إلى القياس في التربية البدنية والرياضية، ط 1 مركز الكتاب للنشر، القاهرة،2006.

39- محمود حمودة، "الطفولة والمراهقة المشكلات النفسية والعلاج"، مصر، 1995.

40- مرازقة داود، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البدنية والرياضية، رسالة ماستر، جامعة المسيلة،2014.

41- مسعد عويس: الثقافة البدنية للطفل، دار الفكر المعاصر، القاهرة، مصر، 1979.

42- مصطفى معروف رزيق، "خفايا المراهقة"، درا النهضة العربية، دمشق 1967.

43 - المنجد الأبجدي دار المشرق، بيروت، ط 1.

44 - مهنا فايز: التربية الرياضية الجديدة، طرابلس للتراجم والنشر، ليبيا، 1985.

45 - ميخائيل خليل عوض، "دراسة مقارنة في مشكلات المراهقين في المدن والريف"، دار المعارف، مصر، 1971.

46- نبيل عبد الهادي، "سيكولوجية اللعب وأثرها في تعليم الأطفال"، ط 1، دار وائل للنشر، الأردن.

47- يوسف محمد الزامل: الثقافة الرياضية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن،2006.

-المذكرات و الرسائل الجامعية:

48- مرازقة داود، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البدنية والرياضية لدى المراهقين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في ع و ت- ن- ب-ر، جامعة المسيلة 2014، 2015.

49- وابد رضا، بلقنيش محمد، الإعلام الرياضي المتلفز وأثره في اختيار المراهقين للرياضات الفردية، مذكرة ليسانس- دالي إبراهيم جامعة الجزائر، حشاشي عبد الوهاب، 2000،2001 .

-المراجع الأجنبية:

1-Gérard, le grand livre de culturisme. Sans anné.

2-petit larousse, culture, 1991.

1- الملاحق

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة استبيان

تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي واثرها في تحسين الارتقاء النفسي والاداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر

من إعداد الطالب : تيب جلول

في إطار انجاز مذكرة التخرج للماستر في تخصص إعلام رياضي سمعي بصري من قسم الاعلام والاتصال الرياضي من خلال العنوان المذكور أعلاه

قمنا بتحضير هذا الاستبيان الموجه إلى لاعبي بعض فرق كرة القدم ولاية ادرار.

والذي نأمل من خلاله على الإجابة عنه بكل موضوعية ومصداقية .

علما بأن إجابتكم تستخدم لغرض علمي ونشكركم على حسن تعاونكم واهتمامكم معنا.

X الإجابة تكون بوضع في الخانة المناسبة

الموسم الجامعي : 2026/2025

المحور الأول: مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في تحسين الارتقاء النفسي والأداء الفني لاعبي كرة القدم.

السؤال الاول هل انت من المتابعين للوسائل الاعلامية السمعية البصرية؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال الثاني أي نوع من وسائل الاعلام الاكثر استخداما لها ؟

سمعية ☐

بصرية ☐

أخرى ☐

السؤال الثالث هل تتابع نشرات الاخبار الرياضية المتعلقة بكرة القدم؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 04 منذ متى وانت تشاهد نشرات الاخبار والبرامج الرياضية المتعلقة بكرة القدم؟

منذ سنة ☐

ثلاثة سنوات ☐

من ثلاث سنوات فأكثر ☐

السؤال رقم 05 : ما رأيك في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لاكتساب اللاعبين مهارات الارتقاء بالأداء الفني ؟

مناسبة ☐

غير مناسبة ☐

السؤال رقم 06 : هل متابعتك البرامج الرياضية في مجال كرة القدم هي التي جعلت منك اكثر ممارسا ومحبا لكرة القدم ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 07 : هل تساهم مشاهدتك للتلفزيون من تحسين المستوى الثقافي الرياضي في مجال كرة القدم ؟

نعم ☐

لا ☐

المحور الثاني: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال السمعي البصري في زيادة المستوى الثقافي الرياضي لدى لاعبي كرة القدم .

السؤال رقم 08 : مامدى متابعتك القنوات الفضائية الرياضية ؟

يوميا ☐

اسبوعيا ☐

احيانا ☐

السؤال رقم 09 : هل ترى متابعة القنوات الفضائية الرياضية تزيد من المستوى الثقافي الرياضي و تحقيق الارتقاء فكريا وتطبيقا ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 10 : هل ترى متابعة القنوات الفضائية الرياضية تزيد من الأخلاق الرياضية وتنمية الوعي بين اللاعبين ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 11 : من خلال متابعتك القنوات الرياضية الفضائية هل تتابع أخبار كرة القدم فقط أم تتابع الأخبار الرياضية الأخرى ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 12 : هل ترى متابعة الأخبار الرياضية تزيد من اهمية رغبتك نحو ممارسة كرة القدم ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 13 : كيف ترى مستوى الاستيعاب والفهم من خلال متابعة مختلف القنوات الرياضية الفضائية؟

متوسط ☐

جيد ☐

ممتاز ☐

السؤال رقم 14 : هل ترى بأن استخدام الوسائل السمعية البصرية من الطرق المناسبة في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين اللاعبين ؟

نعم ☐

لا ☐

المحور الثالث :مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري في تحسين الاداء الفني للاعبي كرة القدم .

السؤال رقم 15 : هل تشاهد اخبار النوادي الرياضية على القنوات الفضائية الرياضية ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 16 : هل تتابع البرامج الرياضية والمباريات المتعلقة بالنوادي الرياضية على القنوات الرياضية الفضائية ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 17 :هل يكون احساسك قوي عند متابعتك من الأخبار و التدريبات والمباريات المتعلقة بالنوادي على مختلف القنوات الفضائية الرياضية.

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 18 : هل ترى ان متابعة الأخبار والتدريبات والمباريات للنوادي على القنوات الفضائية تزيد من تحسين الارتقاء للأداء الفني للاعبين ورغبتهم في اكتساب و تعلم مهارات جديدة في كرة القدم ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 19 : هل ترى بان متابعة القنوات الفضائية الرياضية لها تأثير كبير في تحسين القدرات البدنية والمهارات الحركية من خلال ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 20 : هل ترى بان مشاهدتك القنوات الفضائية الرياضية تساهم في تحسين الأداء الرياضي وتطوير القدرات العقلية والنفسية المرتبطة بكرة القدم وذلك من خلال كل ما تشاهده من أخبار وتدريبات ومباريات بعض الفرق الرياضية ؟

نعم ☐

لا ☐

السؤال رقم 21: هل ترى بأن استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المرئي لها دور في تحقيق إشباعاتك ونجاحاتك في كرة القدم ؟

نعم ☐

لا ☐

المعهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم .: إعلام و إتصال رياضي.

مذكرة مكملة لنيل شهادة : الماستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

تخصص : إعلام و إتصال رياضي سمعي بصري

العنـــوان:

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في الارتقاء النفسي والأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر

دراسة ميدانية على بعض فرق كرة القدم ولاية ادرار

إعداد الطالب :

تيب جلول

تاريخ المناقشة 03-06-2026 . أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

- ..... أ. اسماعيل بن الطاهر .....مشرفا.

- .....أ. جلال صلاح الدين.....رئيسا.

- .....أ. بن البار السعيد .....عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2026

Université *Mohamed Boudiaf * M’sila

Faculté /Institut : Science et technique activité physiques et sportif

Département :Media et communication sportive

Mémoire :Présenter pourobtenir du diplôme de MASTER

Spécialité : STAPS

Option :Media et communication sportive. Audio-visuel

SUJET:

Le rôle des technologies de l'information et de la communication visuelle dans l'amélioration psychologique et la performance technique des footballeurs en Algérie

Étude de terrain sur certaines équipes de football de la wilaya d’Adrar

Par : DJELLOUL TIBBA

Soutenu publiquement le: 2026-06-03

Devant le jury composé de:

- **……DR. BEN TAHAR ISMAIL Rapporteur**
- **…DR. DJALEL SALAHDINNE Président**
- **… DR. BEN BAR SAID Examinateur**

Année: 2025-2026

كشاف

جامعة "محمد بوضياف"بالمسيلة
لرسائل ليسانس ـ ماستر

للفترة (2025.2026)

شكل على word

كلية : معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : إعلام و إتصال رياضي

الباحث: تيب جلول

تاريخ المناقشة : 03-06-2026

عنوان الرسالة : دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في الارتقاء النفسي والأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر

نوع الرسالة : ماستر

لغة الرسالة : اللغة العربية

البلد :الجمهورية الجزائرية – المسيلة

الجامعة :جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

إشراف : بن الطاهر اسماعيل

عدد الصفحات : 104ورقة

ملف إلكتروني cd-Rom* PDF

الكشاف بالفرنسية

Faculté : Institut des sciences et technologies des activités physiques et sportives

Département : MEDIA ET COMMUNICATION SPORTIVE

Chercheur : DJELLOUL TIBBA

Date de la soutenance : 03-06-2026

Titre de la thèse : Le rôle des technologies de l'information et de la communication visuelles dans l'amélioration psychologique et la performance technique des joueurs de football en Algérie

Type de thèse : Master

Langue de la thèse : Arabe

Pays : République algérienne – M'Sila

Université : Université Mohamed Boudiaf de M'Sila

Nom et prénom DE L ENCADREUUR : ISMAIL BEN TAHAR

Nombre de pages : 104 pages

Fichier électronique PDF *CD-Rom

OPTION : MEDIA ET COMMUNICATION SPORTIVE

الملخص:

عنوان الدراسة: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي في الارتقاء بالأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر.

الإشكالية : هل تكنولوجيا الإعلام والاتصال المرئي لها اهمية في تحسين الارتقاء النفسي والأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر؟

الفرضية العامة: تساهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في تحسين الارتقاء النفسي والأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر.

الفرضيات الجزئية :

2- تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها دور في الارتقاء النفسي والأداء الفني للاعبي كرة القدم في الجزائر.

2- تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري لها دور في نشر الثقافة الرياضية لدى لاعبي كرة القدم في الجزائر.

3- تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مجال السمعي البصري لها دور في التأثير على اللاعبين وذلك من خلال تحسين كل الجوانب المتعلقة بلعبة كرة القدم.

العينة: تمثلت أفراد العينة المدروسة في 35 لاعب.

المجال المكاني والزماني: اجرينا بحثنا الميداني على مستوى المركب الرياضي البلدي زاوية كنته ، وبخصوص المجال الزماني فقد امتد إلى أواخر جانفي بالنسبة إلى الجانب النظري، أما التطبيقي فقد امتد إلى 18 أفريل 2026 ،وقد تم فرز النتائج وتحليلها في 07 ماي 2026

المنهج المستخدم: اعتمدنا في دراستنا المنهج الوصفي.

الأدوات المستعملة: استمارة استبيان، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاث محاور تحتوي على 21 سؤال.

نتائج الدراسة: من خلال الفرضيات التى تم تحقيقها أن اغلب اللاعبين يستخدمون بنسبة كبيرة الإعلام المرئي التلفزيوني مما يدل على اهتمامهم الحاصل في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي في مجال السمعي البصري وهذا من خلال ما تقدمه من أخبار ومعلومات آنية خصوصا ما يتعلق بكرة القدم باعتباره يحقق إشباعات اللاعبين الفكرية حيث نجد أن أغلبهم يتابعون القنوات الرياضية المتخصصة وبتقنيات ذات جودة عالية في الصوت والصورة وكذا اطلاعهم على المواقع الرياضية .

اقتراحات:

استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في مختلف الميادين ، وذلك لجذب الرياضيين الى متابعة كل ما يرتبط بالمجال الرياضي وتطوير معارفهم حول مختلف المهارات الرياضية.

توجيه اللاعبين لاستخدام وسائل تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي والوسائل التعليمية السمعية البصرية في تطوير معارفهم العملية والثقافية والدينية والرياضية وأخذ الشيء الإيجابي منها .

تساهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال المرئي من الرفع في المستوى التعليمي والتربوي والأخلاقي وتؤدي إلى زيادة الرصيد الرياضي بمختلف الثقافات الرياضية المتعددة.

الارتقاء بالوعي الرياضي عند اللاعبين وذلك قصد تحسين الرياضة وجعلها منافسة خالية من العنف والتعصب بين اللاعبين.

استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال المرئي في زيادة الرغبات الداخلية والخارجية للاعبين اثناء ممارستهم النشاط الرياضي وتشجيعهم على ممارسة الرياضات المناسبة لهم حسب ميولهم الشخصية .

Résumé :

Titre de l'étude :

Le rôle des technologies de l'information et de la communication audiovisuelle dans l'amélioration de la performance technique des footballeurs en Algérie.

Problématique :

Les technologies de l'information et de la communication audiovisuelle ont-elles une importance dans l'amélioration de la performance technique des footballeurs en Algérie ?

Hypothèse générale :

Les technologies de l'information et de la communication audiovisuelle contribuent à l'amélioration de la performance technique des footballeurs en Algérie.

Hypothèses secondaires :

1. Les technologies de l'information et de la communication audiovisuelle jouent un rôle dans l'amélioration de la performance technique des footballeurs.
2. Ces technologies contribuent à la diffusion de la culture sportive chez les joueurs.
3. Les technologies audiovisuelles influencent les joueurs en améliorant les différents aspects liés au football.

Échantillon :

L'échantillon de l'étude est composé de 35 joueurs.

Cadre spatio-temporel :

L'étude de terrain a été réalisée au niveau du complexe sportif

communal de Zaouia Kounta.

La partie théorique s'est étendue jusqu'à la fin du mois de janvier, tandis que la partie pratique a duré jusqu'au 18 avril 2026. L'analyse des résultats a été effectuée le 07 mai 2026.

Méthodologie :

Nous avons adopté la méthode descriptive.

Outils utilisés :

Un questionnaire composé de 21 questions, réparties en trois axes.

Résultats de l'étude :

Les résultats montrent que la majorité des joueurs utilisent largement les médias audiovisuels, notamment la télévision, ce qui reflète leur intérêt pour les technologies de l'information et de la communication dans le domaine audiovisuel. Ils suivent également des chaînes sportives spécialisées offrant une haute qualité de son et d'image, ainsi que des sites web sportifs, ce qui contribue à satisfaire leurs besoins cognitifs et à améliorer leur performance technique.

Recommandations :

- Exploiter les technologies de l'information et de la communication dans différents domaines sportifs afin d'attirer les joueurs et développer leurs connaissances.
- Orienter les joueurs vers une utilisation positive des moyens audiovisuels pour développer leurs compétences pratiques, culturelles et sportives.
- Renforcer le rôle de ces technologies dans l'amélioration du niveau éducatif, pédagogique et éthique des joueurs.

- Promouvoir la conscience sportive afin de réduire la violence et le fanatisme, et encourager un esprit de compétition saine.
- Utiliser les technologies audiovisuelles pour stimuler la motivation des joueurs et les encourager à pratiquer des activités sportives adaptées à leurs intérêts.

Abstract:

Title of the Study:

The Role of Audiovisual Information and Communication Technologies in Improving the Technical Performance of Football Players in Algeria.

Research Problem:

Do audiovisual information and communication technologies play an important role in improving the technical performance of football players in Algeria?

General Hypothesis:

Audiovisual information and communication technologies contribute to improving the technical performance of football players in Algeria.

Sub-Hypotheses:

1. Audiovisual information and communication technologies play a role in enhancing the technical performance of football players.
2. These technologies contribute to spreading sports culture among players.
3. Audiovisual information and communication technologies influence players by improving various aspects related to football.

Sample:

The study sample consisted of 35 players.

Spatial and Temporal Framework:

The field study was conducted at the Municipal Sports Complex of Zaouia Kounta.

The theoretical part extended until the end of January, while the practical part lasted until April 18, 2026. The results were analyzed on May 7, 2026.

Methodology:

A descriptive method was adopted in this study.

Research Tools:

A questionnaire consisting of 21 questions, divided into three sections.

Study Results:

The findings revealed that most players make extensive use of audiovisual media, especially television, reflecting their strong interest in information and communication technologies in the audiovisual field. They also follow specialized sports channels with high-quality audio and visual content, as well as sports websites. This contributes to satisfying their cognitive needs and improving their technical performance.

Recommendations:

- Utilize information and communication technologies across various sports fields to attract players and enhance their knowledge.
- Guide players toward the positive use of audiovisual and educational media to develop their practical, cultural, and sports-related knowledge.

- Strengthen the role of these technologies in improving the educational, moral, and pedagogical levels of players.
- Promote sports awareness to reduce violence and fanaticism and encourage fair competition.
- Use audiovisual technologies to increase players' motivation and encourage them to engage in sports activities that match their personal interests.



تم إنجاز مذكرة التخرج بحول الله

وقوته ونصره علينا وتوفيقه لنا