

جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

تخصص إعلام واتصال رياضي

دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في نقل

المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية لطلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية جامعة المسيلة

تحت إشراف الأستاذ:

- د. مريشيش خالد

إعداد الطالبة:

- معيرش سمية

اللجنة المناقشة

زواوي عبد الوهاب.....رئيسا

جلال صلاح الدين.....عضو مناقش 1

الطش عبد القادر.....عضو مناقش 2

السنة الجامعية: 2015-2016م

شكر و عرفان

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات وتتبعثر الأحرف وعبثا أن يحاول تجميعها في سطور كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات وصور تجمعا برفاق كانوا إلي جانبنا فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطوا خطواتنا الأولى في غمار الحياة .

ونخص بالجزيل الشكر والعرفان إلي الأستاذ المشرف "مريشيش خالد " بتأطير هذا العمل ونتمني له كل الخير لأنه لم تبخل علينا بنصائحه وإرشاداته

تشكر

اللهم أنت ولي الحمد فلك الحمد الذي تراه يقادر قدرك ويوازن نعمك ويكافئ منك فإننا لا نحصي ثناءا عليك كما أثبتت على نفسك فلك الحمد والشكر يا رب.

كما لا ننسى الاستاذ الدكتور "جلال صلاح الدين " ، والأستاذة " نورية ديلمي " اللذان كانا متكئا لنا في مسيرة بحثنا هذا. إلى كل الأساتذة الذين سهروا على إنارة درب العلم لنا من المستوى الابتدائي إلى المستوى الجامعي،

و في الأخير لا ننسى أن نشكر كل من ساهم في دعم وإنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

بأنامل تحيط بقلم أعياه التعب والأرق ولا يقوى على الحراك يتكئ على قطرات حبر مملئة بالحزن والفرح في آن واحد...حزن يشوّهه الفراق بعد التجمع...وفرح لبزوغ فجر جديد من حياتي هو يوم تخرجني...أطلع فيه لما هو آت من همسات هذه الدنيا المليئة بالتفاؤل والأمل المشرق... إهدائي هنا ليس لتخرجني فقط...بل لتحليق الثمرات التي تقطف عندما تكون يانعة وها أنا أقف لأقطف إحدى هذه الثمرات التي ينعت لي...وهي تخرجني في انتظار قطف المرید بإذن الله...لعلني في هذه الكلمات البسيطة بالحروف التي تتمايل بتمايل أنامل العاجزة عن تكملة هذا الإهداء بسبب الفراق لصرح ضمني بين أحضانه فترات كالأم...هنا سوف أضع كلمات لكل من ترك بصمة في حياتي وغير من مجراها وعمق في توسيع مداركي العلمية و العقلية...إلى الذي لا يطيب الليل إلا بشكره ولا يطيب النهار إلا بطاعته...ولا تطيب اللحظات إلا بذكره...ولا تطيب الآخرة إلا بعفوه...ولا تطيب الجنة إلا برويته الله جل جلاله إلى من بلّغ الرسالة...وأدى الأمانة...و نصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين . ..سيدنا محمد صلى ... الله عليه وسلم

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني، إلى بسملة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أُمي ... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار إليك أيها الأب الذي علمتني بأن عندما تطفئ الأنوار لا بد من إضاءة الشمعة ولا نقوم بلعن الظلام ... وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها...إليكم أنتم إخوتي إيمان لميس رمزي و الحلوة ضحى و الفراشة ... بسومة ... و الصغرونة فروحة

إلى كل من ملّم أحرابي بين فترة وأخرى ... لكل من أشعري بأنني لست وحيدة في مجتمع مختلف ... إليك صديقاتي(بسمة، خولة، ميسا، عبير، العميرية، سارة، أمينة، خديجة، إيمان النيقرو، مشيرة، أحلام، نسمة، نوال)، إليك أنت "معتصم"، إلى أخوتي الذين لم تلدهم أُمي " شوقي " "حسين سالم " ... "حسام" "ياسر" "هشام" أبعث أرق تحية وأعذب سنفونية سمعتها

سيقف قلبي هنا برهة ليستقر بين أنظاركم ما كتبت لعل هذه المفردات قد تذكركم بي يوما ما...إليك .. أنت...إليك أنت...إلى كل من سقط من قلبي سهوا وليس عمدا

شكر و عرفان

إهداء

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

مقدمة

أ-ب

الفصل الأول: الخلفية النظرية و الدراسات السابقة

4	تمهيد	-
32-5	تكنولوجيا الإعلام و الإتصال	-
33-32	نقل المعلومة الرياضية	-
36-33	الدراسات السابقة	-

الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة

41-38	الكلمات الدالة في الدراسة	-
42	إشكالية الدراسة	-
43	فرضيات الدراسة	-
43	أهداف الدراسة	-
44	أهمية الدراسة	-
44	أسباب اختيار الموضوع	-

الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

45	تمهيد	-
46	الدراسة الإستطلاعية	-
46	المنهج المتبع في الدراسة	-
46	مجتمع و عينة الدراسة	-
47	أدوات جمع البيانات و المعلومات	-
48	الخصائص السيكمترية لأدوات الدراسة	-
49	مجالات الدراسة	-

50 - إجراء التطبيق الميداني

51 - الأساليب الإحصائية المتبعة في الدراسة

الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها ومناقشتها

53 - تمهيد

70-54 - عرض النتائج و تفسيرها و تحليلها

72-70 - مناقشة النتائج

الفصل الخامس: الاقتراحات والتوصيات

74 - استنتاجات عامة

74 - التوصيات

75 - آفاق مستقبلية

79-76 - المراجع المعتمدة في الدراسة

92-80 - الملاحق

- ملخص الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الجدول
49	يوضح نتائج ثبات الاستبيان باتباع طريقة ألفا كرونباخ	الجدول رقم (01)
54	يوضح نسبة امتلاك الطلبة لحساب فيسبوك	الجدول رقم (02)
54	يوضح مدة إمتلاك الطلبة لحساب الفيسبوك	الجدول رقم (03)
55	يوضح مكان استخدام الطلبة للفيسبوك بدرجة كبيرة	الجدول رقم (04)
56	يوضح الأفراد الذين يتواصل معهم الطلبة بدرجة كبيرة عبر حساب فيسبوك	الجدول رقم (05)
57	يوضح نسبة استخدام الطلبة للفيسبوك في الاغراض البحثية	الجدول رقم (06)
57	يوضح تجربة الطلبة في نقل المعلومة الرياضية عبر الفيسبوك و نسبة تحقق الأنية	الجدول رقم (07)
58	يوضح نسبة الطلبة الذين يملكون حساب تويتر	الجدول رقم (08)
58	يوضح مدة امتلاك الطلبة لحساب تويتر	الجدول رقم (09)
59	يوضح مكان استخدام الطالب لحساب تويتر بدرجة كبيرة	الجدول رقم (10)
60	يوضح نسبة استخدام الطلبة لحساب تويتر في أغراض علمية	الجدول رقم (11)
61	يوضح مدى تحقيق سرعة نقل المعلومة المنقولة عبر حساب تويتر	الجدول رقم (12)
61	يوضح نجربة الطالب في تحقيق سرعة نقل المعلومة الرياضية عبر تويتر	الجدول رقم (13)
62	يوضح نسبة اعتماد الطلبة على فيسبوك و تويتر في نقل المعلومة الرياضية	الجدول رقم (14)
63	يوضح صورة المعلومة الرياضية المنقولة عبر فيسبوك و تويتر و هل تصل كماهي	الجدول رقم (15)
63	يوضح نسبة دقة المعلومة الرياضية المنقولة عبر فيسبوك و تويتر مقارنة بالوسائط الأخرى.	الجدول رقم (16)
64	يوضح انعكاس التعليقات الموجهة إلى الطالب عبر فيسبوك و تويتر على دقة المعلومة الرياضية	الجدول رقم (17)
64	يوضح اظهار الموقعين فيسبوك و تويتر حقيقة الحدث كاملة	الجدول رقم (18)
65	يوضح أمتلاك المعهد لموقع داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة.	الجدول رقم (19)

66	يوضح نسبة إطلاع الطلبة على الموقع	الجدول رقم (20)
66	يوضح نسبة حمل المعلومة الرياضية المنقولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للذاتية	الجدول رقم (21)
67	يوضح مسبة صدق المعلومة الرياضية المنقولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، و تويتر).	الجدول رقم (22)
68	يوضح نسبة ثقة الطلبة في مصدر المعلومة الرياضية المنقولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (23)
68	يوضح حيادية المعلومة الرياضية المنقولة بين الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (24)
69	يوضح نسبة احترام مواقع التواصل الاجتماعي لمواثيق و اخلاقيات المهنة في نقل المعلومة الرياضية	الجدول رقم (25)
70	النقائص الموجودة في المعلومة الرياضية المنقولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)	الجدول رقم (26)

مقدمة

مقدمة :

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة و غير مسبوقه في كافة مناحي الحياة أبرزها هذه التطورات و التي ميّزت وقتنا الحالي، هذه الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات و بثها أو بما أصبح يعرف بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و الإعتماد المكثف و المتزايد نحو استعمالها و توظيفها بقوة في جل إن لم نقل كل الأنشطة البشرية و التي من المتوقع أن تفرض واقعا جديدا في الرفع من المستوى الثقافي و هذا ما أحدثته الأنترنت من ثورة اتصالية بين شعوب الأرض ولأن التواصل يقوم أساسا على تلبية حاجات الإنسان من تبليغ آرائه وأفكاره وتلقي أخبار ومعلومات عما يدور في العالم، فتكنولوجيا الإعلام و الاتصال سمحت لبني البشر بالتفاعل و التواصل مع بعض، و فتحت أبواب النقاش والتحاو و تبادل الآراء والأفكار والثقافات فيما بينهم ، وبهذا أتاحت للأفراد فرصة إقامة علاقات اجتماعية متنوعة مع جميع الأجناس ومن مختلف أنحاء العالم . فتكنولوجيا الإعلام و الاتصال (شبكات التواصل الإجتماعي) فضاء واسع لا حصر له من المعلومات ، فالفرد يشبع حاجاته ورغباته بشتى أنواعها: المعرفية والعاطفية عن طريق الإنترنت وهذا ما جعل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الأكثر استخداما في عصرنا هذا، وكما قال(مارشال ماكلوهان): الإنترنت جعلت العالم قرية كونية صغيرة(أ. لداني فؤاد، 2014، ص 115)، فهذه الوسيلة انتقلت بالإنسان من عالم المعرفة البسيط والمحدود إلى العالم المعرفة اللامتناهية .

فالتحولات العميقة التي يشهدها العالم اليوم في شتى الميادين السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية و الرياضية في الجامعات الجزائرية مصحوبة بتطور سريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي لها الأثر الكبير على حياة الطلبة الجامعيين في ظل التحول والانتقال إلى المجتمع المعلوماتي .

ولعل أبرز الخدمات التي أتاحتها وليدة العصر الأنترنت هي شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في الآونة الأخيرة بشكل كبير على الصعيد العالمي حيث أصبحت هذه المواقع هي الأكثر زيارة في العالم بما في ذلك الفيسبوك، تويتر وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، و قد سهلت هذه المواقع طرق التواصل بشكل مذهل فأصبح بالأخص الطالب الجامعي هو في بيته يتواصل مع أصدقائه و زملائه في الدراسة و بينهم آلاف الأميال و بالتالي بات للطالب عائلة أخرى يتواصل معها يوميا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة الاتصال في هذا العصر و التي لا يمكن الاستغناء عنها مطلقا، فقد كان لها تأثيرا كبيرا على حياة الطلبة الجامعيين بالأخص لنقل المعلومات الرياضية . ومن خلال هذا الدراسة سنحاول معرفة إسهام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في نقل المعلومات الرياضية بين الطلبة الجامعيين، و قد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى جانبين جانب نظري وآخر تطبيقي .

فالجانب النظري تم الاستهلال فيه بالإطار العام للدراسة و التعرض للخلفية النظرية لموضوع من أجل التأصيل و تقديم المرجعية النظرية له، أما الجانب التطبيقي فتمّ من خلال إختبار المنهجية الملائمة للبحث و المناقشة، و كذلك تحليل النتائج و مناقشة الفرضيات في ضوء الدراسة للوصول إلى إستخلاص النتائج العامة منها، و تقديم إقتراحات و آفاق مستقبلية لموضوع الدراسة.

الفصل الأول:

الخلفية النظرية و الدراسات السابقة

- تمهيد
- تكنولوجيا الإعلام و الإتصال
- نقل المعلومة الرياضية
- الدراسات السابقة

تمهيد:

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال و المعلومات على مدى السنوات القليلة الماضية مما أدى إلى ظهور تغيرات نوعية في العديد من أوجه الحياة و بوتيرة عالية، حيث مهدت الطريق للإنتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، و قد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية وغيرها على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق كما و نوعاً.

1- تكنولوجيا الإعلام و الإتصال:

1-1- مفهوم تكنولوجيا الإعلام و الإتصال:

التعريف الإصطلاحي:

"هي مجموعة تقنيات و خدمات عامة ترتكز عن استعمال الحاسوب ذي الوسائط المتعددة، و على تكنولوجيايات منها الأنترنت، و قد تجسدت في آخر التطورات التي حققتها البشرية بظهور الإعلام الآلي الذي وسع مجال استخدامه".

التعريف الاول: تكنولوجيا الإعلام و الإتصال تشير إلى الوسائل المستعملة لإنتاج، معالجة، تخزين، استرجاع، و إرسال المعلومة، سواء كانت في شكل كلامي، صوتي أو كتابي أو صورة (Michel paquin.1990. p 17).

التعريف الثاني: تكنولوجيا الإعلام و الإتصال هي استعمال التكنولوجيا الحديثة للقيام بالتقاط و معالجة، و تخزين و استرجاع، و إيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت أو صورة. (Roger carter.1991.P. 08).

التعريف الثالث: تكنولوجيا الإعلام و الإتصال تعتبر نتاجا مناسباً للتلاحم و التكامل بين كل من تكنولوجيا الحاسبات الآلية و تكنولوجيا الإتصال. (محمد محمد الهادي، 1994، ص 153).

التعريف الرابع: جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، نقل و تخزين المعلومات في شكل إلكتروني، و تشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الإتصال و شبكات الربط و أجهزة الفاكس و غيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.

و من خلال التعاريف السابقة، نستنتج عنصرين هامين :

الأول: أن تكنولوجيا الإعلام و الإتصال هي حقل من حقول التكنولوجيا التي تهتم بمعالجة المعلومات و بثها عن طريق وسائل الإتصال.

الثاني: التركيز على عمليات الاستقطاب، التخزين و المعالجة المعلوماتية، و عملية البث و الإتصال.

لهذا نجد أنّ مصطلح تكنولوجيا الإعلام و الإتصال اقترن بهذه الأنواع من التكنولوجيا، فنجد مصطلح التكنولوجيا أو مصطلح آخر يشير أكثر إلى الديناميكية التي يعرفها هذا القطاع من المعلومات و الإعلام و الإتصال.

المكونات و التطور:

تتكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال من مجموعة من العناصر التي تتطور باستمرار نتيجة الطلب المستمر عليها، وتمثل هذه المكونات فيما يلي: (يحيى دريس، 2006/2005، ص 85-86).

■ **الآلات:** تتميز الآلات بقدرات سريعة في التنفيذ وتكلفة أقل مع إمكانيات فنية أعلى من قدرات الإنسان، ونقصد هنا في حديثنا عن الآلات الخاصة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال جميع أنواع الحواسيب الموجودة، سواء كانت ذات الحجم الكبير أو الحواسيب الصغيرة أو الحواسيب الشخصية.

■ البرمجيات: وهي اللغة والوسيلة التي يتم من خلالها تعامل المستخدمين مع البيانات المخزنة بالآلات، كما يتم من خلالها تخزين هذه البيانات واستدعاءها وتشغيلها، وقد شهدت لغة البرمجة تطورات كبيرة وهذا ما يفسر تنوعها وكثرتها.

■ الشبكات: تسمح هذه الشبكات باستغلال القدرات الاتصال العنبد، وهذا ما يسمح بتبادل المعلومات بسهولة ويسر، كما يوفر للمستخدمين إمكانية الاتصال بمختلف الأطراف.

■ الآلية: كاستعمال الرجال الآلي مثلًا في بعض المجالات لتعويضنا إنسان، ولا يعني ذلك إمكانية الاستغناء عن إنسان 100%، فمهما تم إحلال العمال الآلي مكان العمل الإنساني، يقدور الإنسان ضرور بالتحكم بالآلات وتشغيلها والتنبؤ بأخطارها واختراع الجديد منها.

في البداية أطلقت تسمية علم الكمبيوتر عندما كان المتعلم يسعى لفهم طبيعة هذا الجهاز الذي يستطيع إنجاز ملايين التعليمات في وقت قصير ومع تطور هذا العلم أصبح يسمى تكنولوجيا الإعلام التي تعني كيفية توظيف الحواسيب والبرمجيات لتحويل وتخزين وحماية ومعالجة المعلومات وكذا نقل واستعادة المعلومات ومن ثم تطور المفهوم ليصبح تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهي مجموعة الأدوات والأجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها ومن ثم استرجاعها، وكذلك توصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم، أو استقبالها من أي مكان في العالم (http://www.startimes.com/f.aspx?t=16897949.09/03/2011.17:30). ويمكن تقسيم

مراحل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى شقين:

1. تطور في الأجهزة

- **تطور أجهزة معالجة المعلومات:** ويقصد بها مراحل تطور الكمبيوتر فمنذ أربعينيات القرن الماضي حيث شهد هذا الجهاز تطورات كبيرة نختصرها في ما يلي: (محمد صالح الحناوي و آخرون، 2004، ص 296-298)
- **الجيل الأول 1946-1959:** ظهر هذا الجيل بجامعة (Pennsylvanie) ما بين 1944-1946 على شكل أول آلة إلكترونية تحتل مساحة تقارب 160م²، وكانت تعمل بالصمامات المفرغة وتستهلك الكثير من الطاقة وتفرض الكثير من الحرارة.
- **الجيل الثاني 1959-1965:** وقد استعمل في هذا الجيل الترانزستور بدلا من الصمامات المفرغة والتي ساعدت على التغلب على مشكلة الحرارة وأقله من معدلات التوقف ووفرت في الطاقة.
- **الجيل الثالث 1964-1970:** والفرق بينه وبين الجيل الذي يسبقه في:
 - ◆ صغر حجمه والذي نتج عن استعمال الالكترونات الدقيقة بإدماج الدوائر الالكترونية؛
 - ◆ تطور الذاكرات الفرعية القادرة على استيعاب معلومات كبيرة بأقل تكلفة؛
 - ◆ تطور لغات البرمجة مثل ظهور البازيك والباسكال.
- **الجيل الرابع من بداية 1970:** وقد ارتبط باكتشاف وتطوير (Micro-processors) والذي يعتمد على تقنية دمج أكبر عدد ممكن من المكونات الأساسية على شريحة واحدة، كما تم التوصل لصناعة الذاكرات المعتمدة على شرائح السيلكون ذات الحجم الصغير والسعة الكبيرة.

- الجيل الخامس من الآن إلى المستقبل: وهو محور بحوث تجرى في أوروبا والولايات المتحدة واليابان حيث تعمل هذه الدول على ابتكار ما يسمى بالحواسيب الذكية والتي يمكنها القيام بكثير من الأعمال المكتبية من خلال إدماج اللغة العادية كتابيا والتواصل الصوتي مع الآلة.

● تطور أجهزة الاتصال

- التلكس والتلتيكس: التلكس هو أول جهاز تم استخدامه في إرسال الرسائل بالكهرباء. حيث يتم إرسالها بتخصيص شفرة معينة لكل حرف عن طريق مفتاح خاص ثم يقوم هذا الجهاز بتحويل النقط (...) والشرطات (--) الخاصة بالشفرة إلى نبضات كهربائية وإرسالها عبر الأسلاك. أما التلتيكس فهو حالة متقدمة على نظام التلكس وتطويرا لها، حيث أنه يجمع بين عمل التلكس وعمل نظام معالجة النصوص، الذي يعمل بواسطة الآلة الكاتبة الإلكترونية والشاشة المرئية المثبتة فيها، مع وجود إمكانية لخن المعلومات المطبوعة. وهذا يعني أن تبادل الرسائل والمعلومات يكون إلكترونيا من وحدة ذاكرة (Mémoire) إلى وحدة ذاكرة ثانية أو أكثر وعبر شبكة اتصالات.

- الهاتف والفاكس: يمثل الهاتف من أهم وسائل الاتصال الصوتي ومن أقدمها وأكثرها انتشارا بين الناس، والهاتف ليس أداة للتواصل فقط لكنه أداة تلعب دورها في الإنتاج والتسويق وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات. وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزاياه وإمكاناته عدة مرات إلى أن وصل لهاتف النقال. من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية الهاتف الصوري أو الهاتف الفيديو الذي يستطيع نقل الصورة مع الصوت بسرعة هائلة، وهو مزود بذاكرة تؤهله لخن الصور واسترجاعها عند الحاجة ومشاهدتها على الشاشة أو طباعتها على الورق. أما الفاكس فيشبه آلة التصوير الصغيرة متصلة بهاتف. فما على المرسل إلا أن يضع وثيقة في الجهاز، ثم يدير رقم هاتف جهاز فاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال، تتحرك الأداة الفاحصة الإلكترونية في جهاز الإرسال وتحول الصفحة المرسل إلى مجموعة من الإشارات الكهربائية الرقمية التي تنتقل عبر خط الهاتف إلى جهاز فاكس المستقبل الذي يعيد الإشارات الكهربائية الرقمية مرة أخرى إلى نسخة طبق الأصل من الوثيقة الأصلية ثم يطبعها.

- الأقمار الصناعية: تعتبر الأقمار الصناعية محطات تحويل فضائية لبث إشارات ترسل بواسطة المحطات الأرضية والتي تعمل أيضا على ربط شبكات الاتصالات الأرضية من خلال شبكات الهاتف. وقد أخذت الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية دورا هاما في مجال نقل الرسائل والمعلومات بفضل فعاليتها وعدم تأثرها بالظروف المحيطة. ويمكن القول أن للاتصالات عبر الأقمار الصناعية فائدتين هما: إمكانية البث المتوافق، بحيث تستطيع كل محطة في الشبكة أن ترتبط مع كل المحطات الأخرى في نفس الوقت. وإمكانية الوصول إلى أماكن بعيدة ودعمها للامركزية في أساليب جمع وتوزيع الرسائل والمعلومات. وقد فتحت الأقمار الصناعية الباب على خدمات جديدة من بينها توفير نوع من الاتصالات بين الإنسان والآلة، وبين الآلة والأخرى كما تحدث في عملية الاتصال بين الحواسيب. وتستخدم الأقمار الصناعية العديد من الوظائف مثل نقل الصوت والصورة والبيانات والوثائق والمؤتمرات البعدية (الشافعي منصور، 2006، ص 87) (Teleconferencing) والأرصاد الجوية، والاستشعار عن بعد، والبث التلفزيوني والخدمات الهاتفية وغيرها.

2. **تطور في البرامج:** يعد هذا العنصر بمثابة الروح للجسد فدونها لا يمكن الاستفادة من العتاد التكنولوجي، فهي حلقة الوصل بين المستخدم والآلة أي أنها تساعد على حفظ المعلومات بنظام فهي: "مجموعة منفصلة من التعليمات والأوامر المعقدة والتي توجه المكونات المادية للحاسوب للعمل بطريقة معينة بغرض الحصول على النتائج المطلوبة" (عامر ابراهيم قنديجلي، إيمان فاضل السمراي، 2002، ص 160).

وتنقسم البرامج إلى:

- **أنظمة التشغيل:** أنظمة التشغيل هي عبارة عن حزمة برامج تجعل جهاز الحاسب يعمل بشكل صحيح، يقوم باختبار الحاسب الآلي كيف يتعامل مع البرامج الأخرى في المكونات المادية على الجهاز. يقوم نظام التشغيل بدورين رئيسين: إدارة موارد المكونات المادية والبرمجية للحاسب. هذه الموارد تضم المعالج، الذاكرة، القرص،... كما يعمل بطريقة فعالة لربط التطبيقات بالمكونات المادية دون معرفة تفاصيلها مما يسمح لمطوري البرامج كتابة تطبيقات تعمل على أكثر من جهاز (المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، ص 02).

- **البرامج الملحقة:** هي البرامج التي تؤدي وظائف محددة بناء على اهتمامات المستخدمين (مثل برامج الكتابة والطباعة، برامج المحاسبة، قواعد البيانات، الجرافيك والألعاب ومعالجة الصوت...) ومن أشهر البرامج: *Microsoft office*، *Adobe programme*...

وللبرمجيات لغات عدة تشكل وسيلة تخاطب الإنسان مع الآلة تنقسم إلى:

● **لغات متدنية الأداء:** وتشمل:

■ **لغة الآلة:** وهي اللغة الوحيدة التي يفهمها الحاسوب وقد استخدمت في كتابة برمجيات الجيل الأول منه.

■ **لغات التجميع:** وهي ناتجة عن صعوبة كتابة البرامج بلغة الآلة فهي بذلك تشكل تطورا لها لتجاوز تلك الصعوبة.

● **لغات المستوى العالي:** مثل بيبيك، كوبول، باسكال.

● **لغات الجيل الرابع:** مثل دي بيس، أوراك.

2- **منافع تكنولوجيا الإعلام والاتصال :**

لقد تميزت تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخصائص أهمها (مراد ريس، 2006/2005، ص 29)

1 - **تقليص الوقت:** فالتكنولوجيا جعلت كل الأماكن - إلكترونيا - متجاوزة؛

2 - **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة؛

3 - **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام.

4 - **النممة:** بمعنى آخر، أسرع، أرخص...، وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات؛

5 - **الذكاء الاصطناعي:** أهم ما يميز تكنولوجيا الإعلام هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين

المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛

6 - **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا الإعلام من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى.

7 - **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة؛

8 - **اللاتزامية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت؛

9 - **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.

10 - **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع؛

11 - **قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال...

12 - **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.

13 - **اللامركزية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها الضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات. سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة؛

14 - **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن؛

15 - **العالمية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.

3- الانترنت كأحد أشكال هذه التكنولوجيا

لقد اخترنا الانترنت لأنها أكثر المظاهر التي جعلت من الصعب الفصل بين تكنولوجيا الإعلام وتكنولوجيا الاتصال حيث تعبر الانترنت

بأنها: "مجموعة الأجهزة الإلكترونية المرتبطة فيما بينها والمتناثرة جغرافيا والتي تسمح بتمرير المعطيات بسهولة وبطريقة اقتصادية من نقطة إلى الأخرى" (محمد لعقاب، 1999، ص 30-31). وبذلك فهي تتصف بمجموعة من الخصائص تميزها عن باقي الشبكات يمكن تلخيصها كما يلي: (هشام بن عبد عبد الله عباس، 2001، ص 296-298)

* **مفتوحة ماديا ومعنوية:** أي يمكن لأي شبكة أن ترتبط بها

* **عملاقة ومتنامية:** أي أنها حققت ما لم تحققه أي تقنية سابقة من حيث السرعة والابتكار والنمو.

* **العشوائية:** أي أن المعلومات تتواجد فيها بشكل متناثر مما دفع بعدة جهات إلى إنشاء فهارس وتطوير برامج للبحث، كما يصعب الرقابة عليها أو محاسبة من ينشر فيها.

* **الشعبية:** فلا توجد وسيلة حاليا تضاهي شعبيتها وهي ليست مقصورة على عن جهة معينة.

* **وسيلة للتجارة الإلكترونية:** فهي تعد وسيلة تجارية وتسويقية فعالة مقارنة مع الوسائل الأخرى.

* **متطورة باستمرار:** ساهمت البحوث المنجزة في تكنولوجيا الإعلام في تطويرها المستمر ونموها نحو الأحسن.

● **الخدمات التي تقدمها الانترنت:** تقدم الانترنت خدمات جلييلة لمستخدميها نذكر منها: (ابراهيم بختي، 2008، <http://bbkhti.online.fr/trv-pdf/tic.pdf>)

● **البريد الإلكتروني:** وهو أهم خدمة تقدمها هذه الشبكة حيث تسمح بإرسال واستقبال رسائل إلكترونية من وإلى مشتركي الشبكة العالمية، ويمتاز البريد الإلكتروني : (مراد رايس، مرجع سابق، ص 44-46)

* **سرعة وصول الرسالة وعدم ضياعها وانخفاض تكلفتها.**

* **تمنح إمكانية حفظها وطباعتها أو إعادة إرسالها.**

* **السرية في الاتصال عند استعمال التشفير.**

* **إمكانية توزيع الرسالة إلى عدد من الصناديق دفعة واحدة.**

* **الاشتراك في الندوات والمؤتمرات الإلكترونية.**

■ **خدمة بروتوكول نقل الملفات وتبادلها:** تسمح هذه الخدمة بالاتصال المؤقت بين حسابين بنقل الملفات وتحويلها من حساب إلى آخر وبذلك تعد وسيلة للتبادل السريع.

■ **المجموعات الإخبارية:** وهي منتديات تجمع بين أفراد لهم اهتمام موحد بنفس الموضوع تعالجه وتناقشه بهدف زيادة الاستفادة العامة لهم.

■ **خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية:** وهي أهم خدمة للانترنت في المجال التجاري، وتشمل حقل واسع من المعلومات في شتى الميادين لكونها تربط كما هائلا من المؤسسات المتنوعة (تجارية، علمية،...)، وتسمح بالإبحار وتصفح في الانترنت كونها تشمل اغلب خدماتها.

■ **خدمة بروتوكول الربط عن بعد:** ويمكن المستخدم من التنقل عبر شبكات الانترنت الجزئية المتصلة بالانترنت للحصول على معلومات معينة، كاستغلال حواسيب ذات الطراز العلمي في التنفيذ بعض البرامج لقيام بحسابات معقدة، فمثلا الجامعات الغربية تملك مثل هذه الأنظمة التي تجمع الأبحاث الدوريات والمنشورات العلمية.

- خدمة مجموعة نقاش: حيث تسمح هذه الخدمة لمستخدميها بالتعبير عن آرائهم حول موضوع معين يحدد على أساس الاشتراك في مجموعة ويشترط فيها احترام آراء الآخرين واحترام موضوع النقاش.
- خدمة الاتصال المباشر: تمكن هذه الخدمة باستخدام الانترنت كوسيلة اتصال مباشرة بين الأفراد والمؤسسات بغية تخفيض تكلفة.

I. شبكات التواصل الاجتماعي:

1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

1-1. مفهوم الشبكات:

إن كلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux في قاموس لاروس petit rouse تعرف على أنها: " مجموعة كبيرة أو صغيرة أو دقيقة، كهربائية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية ، أو كمبيوترات، أو بين الأفراد. (le petit rousse.) (2010. P 881

جاء في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة (هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة) . (محمد منير حجاب، 2004، ص 301)

وورد أيضا في معجم شرح للمصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات أن الشبكة تعني: " ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات. " (محمد محمد الهادي، 2001، ص 316)

شبكات عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع وهي تشمل مختلف الروابط التقنية والفنية والأدوية... الخ. (عبد الله ممدوح، 2012، ص 34)

1-2. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزواج بين الثقافات ويسمى هذا النوع من التواصل بين الناس التواصل الاجتماعي عبر الشبكات، الذي يتمثل في عملية التواصل بين عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطي المعلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك تلك المعلومات عن من نطاق شبكتك ولذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: " الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من

التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم". (عادل فتحي حسين، 2001، 187)

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء الإلكتروني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة -)، بحيث إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم ، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي تنتمي إليها الشخص". (عادل فتحي حسين، مرجع سابق، ص 187)

كما يعرفها إياد الديلمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال ممثلة ب:(الفيسبوك و تويتر و يوتيوب) يمكن أن تكون مكتملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزواج بين المهنة وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أقربا ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضا وهذا هو جوهر الموضوع". (محمد المنصور، 2012، ص 26)

2. نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي :

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين، حيث ظهر موقع CLASSMATES.COM سنة 1995، ثم تلاه موقع SIX DEGREES.COM، حيث اعتمدت هذه المواقع على فتح الصفحات الشخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح مالمكيها.

فخلال سنوات التسعينيات راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع الانترنت وعدد كبير من الملايين من متصفحات الانترنت حول العالم، تستقبل هذا البث وبعد ذلك بالتدرج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا هاته المتصفحات، لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات، بداية لتطبيقات البريد الإلكتروني، الدردشة ومنتديات الحوار وانتباه بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة وفورية مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه الففزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب(2.0) حيث يقوم المبدأ الذي يوفره هذا الجيل الجديد من الويب في مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع، إذ يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت ولذلك فإن أي شخص يريد أن يكون جزءا من شبكة اجتماعية عبر الانترنت يستطيع تحقيق ذلك عبر الويب. (امينة عادل و آخرون، 2011، ص 11)

من هنا فإننا نطلق مصطلح الويب (2.0) على المواقع التي تقدم خدماتها معتمدة على تطبيقات من خصائص الويب (2.0) وهي media live international والتي تعتمد أن يكون التعامل مع الويب (2.0) كمنصة تطوير متكاملة النظام الذي يبرمج الموقع ويستفيد من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطورا التطبيقات من أوامر أخرى.

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999-2001) وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 حيث مع بداية هذا العام ظهرت شبكة fridendster التي حققت نجاحا دفع "جوجل" إلى محاولة شراءها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Sky rock كمنصة للتدوين ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة أن تحقق انتشارا واسعا لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين، ومع بداية عام 2004 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من "جوجل" وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير والذي ويعتبر من أوائل وأكثر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير موقع "الفييس بوك" والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع موقع "ماي سبيس" حتى قام موقع "الفييس بوك" في 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي موقع "الفييس بوك" بشكل كبير. (وائل مبارك، خضر فضل الله، 2010، ص 07-08)

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة، حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات ويمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم، وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات البسيطة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات التي تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية. (نوب بنت مبارك عبد الله، 2010، ص 05)

3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أن الشبكات الاجتماعية تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى، بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها أبرزها:

3-1- الملفات الشخصية "الصفحات الشخصية":

(إضافة مصطلح) من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد.

3-2. الأصدقاء " العلاقات ":

وهم الأشخاص الذين يتم التعرف فيما بينهم لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى " صديق " على الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على الشخص المضاف لقائمتك.

3-3. إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

3-4. البومات الصور:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء لإطلاع والتعليق حولها.

3-5. المجموعات:

تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف معينة.

3-6. الفيديو:

هذه الخاصية توفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة). (مهدي سامية، 2010-2011، ص 47)

3-7- خاصية المجموعات:

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على الشبكات الاجتماعية، حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها هدف يجمعها، وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة، وهذه الصفة قد يجعلها أصحابها قاصرة على بعض الأفراد أو قد تكون عامة للجميع، حيث يمكن مثلا لعائلة بأكملها عمل مجموعة على موقع الشبكات الاجتماعية، ولا تتيح لأي فرد غريب عنهم الدخول أو الاشتراك في هذه المجموعة، يمكن أيضا أن تجعل المجموعة عامة وتستقبل عضوية أي شخص مشترك على موقع الشبكة وهذه خاصية أيضا يمكنها استخدام خاصية الفيديو وخاصية الصورة السابق التحدث عنها.

3-8- خاصية الأحداث الهامة:

وهذه الخاصية تتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

3-9- خاصية المدونات:

هذه الخاصية أصبحت متوفرة على كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي إمكانية التدوين من خلال الموقع، وهذه الخاصية توفر للمشاركين إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته، ويمكنه تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس الاهتمامات.

تقدم الشبكات الاجتماعية خدمات عديدة لمتصفحها فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعية مثل "الفايس بوك" وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها، وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع، فهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصله جديد ما يكتب ويضيف ذلك إلى صفحة صديقه، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع، ومن خلال هذه المواقع فإن زوار هذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة ومنها ما يتعلق بالتعليم، حيث يتوفر في هذه المواقع الاجتماعية، ومن خلال المشاركين فيها كما كبيرا من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية التي تهم الطلبة بشكل أساسي. (مهدي سامية، مرجع سابق، ص 48)

4. أنواع الشبكات الاجتماعية:

4-1. نوع أساسي:

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين و خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية و مشاركة الصور و الملفات الصوتية و المرئية و الروابط و النصوص و المعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك و ماي سبيس و هاي فايف. (أمينة عادل سليمان السيد و هبة محمد خليفة عبد العال، 2009، ص 13)

4-2. مرتبط بالعمل:

و هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال و الشركات و تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم و من قاموا بالعمل معهم. (أمينة عادل سليمان السيد و هبة محمد خليفة عبد العال، مرجع سابق، ص 13)

4-3. مميزات إضافية:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر و بلارك و الشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايث . (أمينة عادل و آخرون، مرجع نفسه، ص 13)

4-4. الشبكات العربية:

من أشهر الشبكات العربية حالياً هي الشبكة الاجتماعية العربية (عربيز) حيث أنه تم إنشائها منذ ثلاثة شهور أي في شهر فبراير من عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية، الجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى لكنها فقدت السيطرة فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض فيها كصور وملفات محللة بالأدب العامة... بينما موقع عربيز فيعتبر محافظاً على المبادئ العربية، و هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً و لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى و من أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية شبكة مكتوب و هو من أكبر و أشهر المواقع و التي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع و تقدم لهم العديد من الخدمات، و من الشبكات العربية الأخرى فايع و إكس ومن المواقع حديثة العهد هو كما ذكرنا أعلاه موقع عربيز arabiz. (أمينة عادل و آخرون، مرجع سابق، ص 13.14)

4-5. الشبكات الاجتماعية و الأعمال:

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء و الأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال و أصحاب الشركات و العاملين بها و المثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن و الذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم و أكثر من 150 حرفة مختلفة.

و من خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه و عمله و يمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لأشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم ، لذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيداً عن صراع الشبكات الاجتماعية الكبرى.

و هناك تصنيف آخر لشبكات التواصل الاجتماعية شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين، شبكات خاصة بفئات موضوعية معقدة و شبكات مهنية.

5. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

5-2. التويت: Twitter

يقدم موقع "التويت" خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم كحد أقصى بـ 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع "تويت" أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثات الفورية والتطبيقات التي يقدمها المطورون مثل "الفايس بوك"، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والهند، بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن جميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة، ويمكن للمستخدمين الاشتراك في "تويت"

بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب حيث تظهر آخر التحديثات حول السؤال ماذا تفعل الآن؟ وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء.

لم يتوقف الموقع عند اللغة الانجليزية فقط لكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان، كما لاقى موقع "تويت" استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والانترنت . (وليد رشاد زكي، 2012، ص 03.04)

5-3. الفيس بوك Face book :

أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية، يتميز بسرعة الانتشار و التوسع، قيمته السوقية عالية و تتنافس على ضمه أكبر الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي "التطبيقات" التي أتاحت للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم برمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. سهل العاملون في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API (أكواد برمجية مساعدة) التي تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول لمفاهيم الشخصية وبناء تطبيق يستفيدون منه.

ويذكر أن الموقع يبذل قصارى جهده لتلبية مطالب مستخدميه حيث قام بتغيير الطريقة التي يعمل بها نظام الإعلانات التي تظهر على صفحات الموقع، حيث وقع أكثر من خمسمائة ألف مستخدم على عريضة إلكترونية تطالب الشركة التي تدير الموقع - الواقعة في ولاية كاليفورنيا- بتغيير أو إلغاء تكنولوجيا التي تستخدمها.

وينضم حالياً نحو مائتي ألف شخص يوميا إلى فيس بوك الذي أصبح يستخدمه حالياً ما يقارب 42 مليون شخص، وتشير تقارير الصحف إلى إن الموقع يهدف إلى الوصول إلى ستين مليون عضو بنهاية العام، ويأتي مشروع ترجمة "فيس بوك" مع محاولات مارك جوكربيرج، مؤسس الموقع ورئيسه التنفيذي، لتوسعة مدى الموقع إلى ما هو أبعد من جمهوره الرئيس من المستخدمين في الولايات المتحدة، ليصل إلى جميع المستخدمين في مختلف الدول و بلغاتهم المحلية. (صورية ولهة و صهيب عيسى، 2012/2011، ص 96،97)

المدخل النظرية المفسرة للدراسة :

إن علم الإعلام والاتصال من العلوم الجديدة التي تبحث لها عن هوية خاصة بها، انطلاقاً من أن نشأتها كانت بعد تقاطع عدة علوم كعلم النفس وعلم الاجتماع، والفلسفة، و العلوم السياسية .. وهذا ما ولد عدة نظريات منها ما يستند إلى الفكر الاجتماعي أو النفسي بصفة عامة ومنها ما استند إلى الممارسة الإعلامية بشكل خاص ومنها من درست العمليات الاتصالية بشكلها الكلي، ومنها من جزأتها إلى مستوياتها الضيقة .

1.1.2 نظرية التأثير المباشر (القذيفة السحرية):

تعود التمهيدات التاريخية لنظرية القذيفة السحرية إلى الحرب العالمية الأولى في محاولة استخدام وسائل الإعلام والاتصال كأداة للتأثير والسيطرة في مواقف البشر وأفكارهم وسلوكياتهم. (مي عبد الله : 2006، 265)

ومما عز زأيضا فكرة تأثير وسائل الإعلام ما خلفه برنامج إذاعي عام 1983، قدمه أورسون ويلز بعنوان " غزو من المريخ " وكان نتيجة هذا البرنامج خوف الملايين من الأمريكيين وإصابتهم برعب حقيقي، وبذلك ظهر اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الإعلام في التأثير. (صالح خليل أبوأصبع : 1999، 203)

تقوم نظرية القذيفة السحرية على وجهة النظر التي ترى بأن لوسائل الاتصال تأثيرا كبيرا وقويا على الاتجاهات والسلوكيات حيث تكون الرسائل الاتصالية كرصاصة تصل فورا إلى عقول المستقبلين أو كما تسمى أيضا بالقذيفة السحرية، أين تسحر المستقبلين مباشرة وتؤثر فيهم، وظهر ذلك في دراسات "هارولد لاسويل" حول آثار الدعاية ودراسة كانتريل وألبرت حول التأثير السيكولوجي للراديو.

فمضمون هذه النظرية يرى أن علاقة الأفراد بالوسائل هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، الذي يتعرض لأية وسيلة إعلامية سواء كانت جريدة أو إذاعة، سينما أو تلفزيون يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة فمثلا إذا ما شاهد الإنسان في التلفزيون مشهد قتل أو عنف فإنه سوف يحاكيها في الواقع لتأثره بها . (محمد بن عبد الرحمن الخنيف: 1998، 16)

وتقوم نظرية الرصاصة على فرضيتين أساسيتين هما: (حسن عماد مكاي: مرجع سابق، 221)

- إن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليست من خلال وسائل أخرى.
 - إن رد الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فوري، ولا يوضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين .
- فهذه النظرية أعطت للإعلام قوة في قدرته على التأثير، فهو يشبه من يطلق الرصاصة ليصب من ضحية مقتلا.
- فالجماهير هنا عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء والمستمعين و المشاهدين وهذه الجماهير مهياة دائما لاستقبال الرسائل وتمثلك لرسالة منبها قويا مباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال.
- ويذهب جون بيتر في تفسيره للنظرية بأنها تنظر إلى جمهور وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية كمجموعات من الأشخاص المعروفين لهم أنماط حياة منفصلة ويتأثرون بشكل فردي بمختلف وسائل الاتصال التي يتعرضون لها، أي أنها تجربة فردية وليست جماعية وكان هذا القبول لفهم أثر وسائل الإعلام . (المرجع نفسه، 222)
- فالناس من هذا المنظور هم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر فيهم بمجرد حقنهم بالوسائل الإعلامية، ومن ثم فإن يستطيع يحقنهم وإرسال رسالتها الإعلامية ليضمن استجابة فورية من الجمهور ، ولقد لاقت هذه النظرية رواجا كبيرا خلال فترة مابين الحربين العالميتين .

نقد النظرية : لكن لاقت انتقادات مختلفة ومن هذه الانتقادات:

إن الاعتماد على نظرية الرصاصة الإعلامية في تفسير علاقة الإنسان بوسائل الإعلام فيها لكثير من التبسيط للطبيعة والكيفية التي تعمل بها من خلال النفس البشرية، إن القلوب التأثير المباشر الآني لوسائل الإعلام على الجمهور لم يلق ذلك القبول لدى قطاع عريض من المهتمين في حقل الاتصال الجماهيري، لأن الإنسان ليس كائننا سلبيا يتأثر بكل

ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية و خبراته السابقة . إن مغالاة أنصار نظرية الحقنة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور لا يدفعا إلى نفي وجود ذلك التأثير متى ما توافرت عوامل ومتغيرات أخرى لها علاقة بالإنسان نفسه و بالوسيلة الإعلامية ومضمونها . (صالح خليل أبوأصبع : مرجع سابق ، 203)

1.2.2 نظرية الغرس الثقافي:

إن الفكرة الأساسية التي توم عليها نظرية الغرس الثقافي هي أن تأثير وسائل الإعلام شولي و عام و أن مواقفنا لنا ستجاء قضايا معينة يطرأ عليها نوع من التغيير مع مرور الوقت، وهذا التغيير يتفق مع المضمون الذي تجسدها لرسالة الإعلامية وكما يؤكد Stone، Singlitary حول النظرية" : إن الأفراد الأكثر استخداما لوسائل الإعلام هم أكثر أفراد المجتمع عرضة لتبني التصورات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن القضايا المثارة.(محمد بن سعود البشر: مرجع سابق،26)

كما تعتبر نظرية الغرس الثقافي من النظريات التي تؤثر على المدى البعيد في ثقافة الجمهور و سلوكه و عندما تذكر هذه النظرية فإنها تؤكد محاولات الكبيرة لـ George Gerbner الذي في دراسته للتلفزيون بقوله " : إن التلفزيون وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة قد احتل مكانة مهمة في حياة الناس اليومية وسيطر على تصوراتهم للعالم من حولهم، و إن الواقع الذي يقدمه لهم تفوق على ما يكتسبونه من خلال تجاربهم الشخصية أو غيرها من الوسائل التي تمكنهم من فهم العالم الذي يعيشون فيه .

كما يرى جرينر أن الواقع المتجسد في الرسالة التلفزيونية يختلف عن الحقيقة التي يعيشها الناس ولكن التعرض المستمر لها يؤدي إلى تبنيها و للتسليم بأنها تعكس واقعا لمجتمع الحقيقي . (MCQUAI, D: 1987, 283, 284)

نقد النظرية : لقد تعرضت نظرية الغرس لانتقادات حادة وأثارت نقاشات مطولة بين علماء الإعلام، وأبدى العديد منهم تحفظاته على هذا النموذج، ويمكن أن ندرج أهم الانتقادات فيما يأتي:

1-تداخل فرضيات النظرية مع غيرها من النظريات الأخرى: كما تبدو لأول وهلة فإن نظرية الغرس الثقافي ذات صلة بعلم الاجتماع، إلا أنها تتعامل مع الآراء والمواقف و القيم التي يتبناها الجمهور على إثر تعرضه لوسائل الإعلام، و هذه النظرية متداخلة أيضا مع الفرضيات النظرية التي قامت عليها نظرية ترتيب الأولويات لأن القائم بالاتصال في هذه النظرية يرتب أولويات الجمهور بغية التأثير عليهم وإحداث تغيير في آرائهم وموقفهم . (محمد بن سعود البشر: مرجع سابق،30)

2- الغموض في تفسير متغير الوسيلة والجمهور: لقد أثار بعض الباحثين الشكوك حول تفسير الرسالة التلفزيونية وحول جدوى العلاقة السببية بين المعلومات المتعلقة باستخدام التلفزيون و بين الدراسات المسحية التي اهتمت بدراسة الآراء، لأن الدراسات المسحة التي تناولت تأثير هذه النظرية أجراها باحثون أمريكيون وطبقوها ميدانيا على عينة من وسائل الإعلام، وعلى عينة من الجمهور الأمريكي، وكل من هذين المتغيرين " الوسيلة و الجمهور "لهما خصائص تميزها عن غيرها إذا ما حاول باحث آخر، ومن مجتمع آخر أن يتناولهما في دراسة تطبق في مجتمع آخر غير المجتمع الأمريكي ، لأن المضمون يختلف و استخدام الجمهور للوسيلة الإعلامية يختلف أيضا لذلك عندما طبقت هذه النظرية في مجتمعات أخرى اختلفت النتائج و لم تثبت الفرضية التي قامت عليها.

ومن الدراسات التي سارت في هذا الاتجاه المعاكس لمضمون الفرضية، الدراسة التي أجراها WOBOR عام 1978 عن العنف المتلفز وعلاقته بنظرة البريطانيين لمجتمعهم، حيث أظهرت نتائجها عدم تأييدها للفرضية التي قامت عليها نظرية الغرس الثقافي، كما تتفق مع هذه الدراسة النتائج التي خلص إليها MC DONALD DOOB عام 1979 عندما تناولوا هذه الجدلية وطبقوها على عينة من المجتمع الكندي . (المرجع السابق، 32)

3- هذه النظرية لم تستطع أن تنشئ علاقة بين التعرض الكثيف للتلفزيون والخوف من العنف بالرغم من أن الاثنين يرتبطان، لكن التداخل والتفاعل بينها ليس كبيرا ليتمكن الباحثين من التنبؤ بوجود خوف شديد على ضوء معرفة درجة كثافة المشاهدة فالعلاقة هنا غير وطيدة.

4- انتقد هيرش جرينر وزملائه لعدم تحري الدقة في تحليل البيانات التي حصلوا عليها وتقسيم الجمهور إلى كئيفي المشاهدة وقليلي التعرض، وذلك لعدم مقدرتهم على السيطرة على مصادر الاختلافات الخارجية. (المرجع نفسه، 33)

1.3.2 نظرية الأجنحة ترتيب الأولويات:

إن مقترح تحديد الأجنحة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت و كذلك عدد البلدان التي أعد فيها اختبار فرضياته، وإذا كان بعض الناس ينسبون نظرية تحديد الأجنحة إلى باحثين اثنين لفضلهما في ابتكار التسمية و تحليل الظاهرة بطريقة و بأدوات أكثر دقة، فيواقع الأمر، فإن جذور هذه النظرية تعود إلى العشرينات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقترح: ما قبل الثمانينات من القرن الماضي و مابعد، و كلمرحلة تعكس السياقات السياسية والاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و التكنولوجية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن دراسات تحديد الأجنحة تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية و مفتوحة و في عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام، وزيادة على ذلك، فإن مرحلة الثمانينات أتت بمفاهيم جديدة ساهمت في إثراء المنظور ككل، على غرار التأطير و الاستهلاكية والانتباه و السمة البارزة في الخبر. (بومعيزة السعيد: 2005، 85)

إن الافتراض الأساسي لمقترح تحديد الأجندة بكل بساطة مفاده أنه أثناء عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا من بين الكم الهائل الموجود على الساحة لتضعها في مستهل الأخبار، في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور، و تصبح هذه القضايا، مع مرور الوقت و التوكيد عليها و تكرارها، مهمة في أذهان الجمهور و جزء لا يتجزأ من أجندتها لقائمة، بعبارة أخرى تحديد الأجندة التقليدية يعني أن تأثير وسائل الإعلام في مجال تكوين الرأي العام يتم بتركيز انتباه الجمهور على من ؟ وماذا يفكر ؟

و يشير بومعيزة السعيد إلى مجموعة من المفاهيم الجديدة لفهم ظاهرة تحديد الأجندة نحاول اختصارها فيما يلي:

1 - التأطير : و يشير هذا المفهوم في هذا السياق إلى اختيار بعض مظاهر التجربة و الأفكار و توكيدها على حساب أخرى و يحدث التأطير كما يشير ENTMAN ، عندما يقوم الصحفيون " باختيار البعض من مظهر واقع مدرك و جعله أكثر بروزاً في نص الإعلامي بطريقة تروج لتحديد معين لمشكل ما، و الوصف المقدم للتأويلات السببية و التقييم الأخلاقي و/أو التوصية الخاصة بمعالجة هذا المشكل. و تظهر التأطيرات في وسائل الإعلام من خلال حضور أو غياب كلمات مفتاحية و مصادر الأخبار و الجمل التي تشكل مجموعات موضوعاتية، و يشير نفس الباحث أن التأطير في الأخبار هو فعلاً بصمة السلطة، فهو يسجل هوية الفاعلين و المصالح التي تنافس تلك التي يهيمن على النص."

2 - السمة البارزة في الموضوع: و يفيد هذا المفهوم في تحديد الأجندة، أن تأثير وسائل الإعلام لا يتم من خلال التركيز على موضوع ما و حسب، و إنما أيضاً عن طريق إبراز بعض سمات الموضوع و التركيز عليها. أي أن السمات التي تركز عليها وسائل الإعلام في المواضيع و الأشخاص و الوضعيات هي التي تترسخ في أذهان الجمهور كما يوضحه بعض الباحثين، على النحو التالي: " ما يفكر الناس يمكن أن لا يفصل بسهولة عما يفكر و نحوله، مثلما تضمنته الصياغة السابقة لتحديد الأجندة على العكس من ذلك العديد من الاختلافات في الرأي تنتج عن الأهمية المختلفة التي يوليها الناس لعناصر ما في وضعية معقدة." (المرجع السابق، 85)

إذن فتأثير أخبار وسائل الإعلام يكمن في إبراز بعض أسباب المشاكل و إهمال أخرى، و اقتراح الحلول لحل هذه المشاكل، و هذا أسلوب غير مباشر لا يجعلها تملّي أو توجه الناس بصفة صريحة و دعائية .

نقد النظرية : لقد تعرضت نظرية ترتيب الأولويات (Agenda setting) لجملة من الانتقادات نجملها فيما يلي:

من بين أهم الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات هو افتقارها إلى مناهج بحثية متعددة و مختلفة، فبالرغم من تجاوز عدد البحوث في مجال وضع الأولويات 350 بحث إلا أن هناك أسئلة لا تزال تبحث عن إجابات تتعلق بالعملية الإعلامية التي يتم من خلالها ترتيب الأولويات، و من هذه الأسئلة:

-ما المؤسسات الإعلامية الأخرى التي تؤثر في ترتيب أولويات الجمهور؟

-من يسهم في تحديد المدى الزمني الذي تظل فيها لقضية معينة تتصدر اهتمامات الناس كما تعرضها عليهم

وسائل الإعلام؟

-ماهي المعايير التي يحددها القائم بالاتصال أهمية قضية معينة قبل نشرها في الوسيلة الإعلامية؟

-كيف تصاغ قضية معينة للنشر قبل عرضها على الجمهور؟ وما هي المعايير التي يتم بها تحديد حجم التغطية

الإعلامية لقضية معينة بحيث تختلف في أهميتها عن القضايا الأخرى؟ فمثل هذه الأسئلة تحتاج إلى إجابات تفرض مناهج بحثية متعددة و لا تقتصر على منهج واحد.

كما انتقدت النظرية بشأن اتصافها بأنها تأثيرات قصيرة الأجل و لو بشكل نسبي، إذ يلزم على وسائل الإعلام

الإخبارية أن تصيد التأكيد على عرض القضية كي لا تتعرض ذاكرة الجمهور بشأن هذه القضية للذبول أو النسيان، كما يختلف المدى الزمني لاستمرارية هذه التأثيرات بحسب اختلاف الوسيلة حيث تدوم تأثيرات الضعف لوقت أطول، و كذلك بحسب نوع القضية، فمن الطبيعي أن تسقط بعض القضايا من أجندتي وسائل الإعلام و الجمهور مع التغطية الإخبارية التي تقوم بإبراز بعض القضايا الجديدة. (محمد فضل الحديدي 2006 ، : 68)

1.4.2 نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

يعد "الياهو كاتز" أول من وضع اللبنة الأولى في النظرية الاستخدامات والإشاعات ، عندما كتب مقالا

عن هذه النظرية سنة 1959 يرد فيها على رؤية " بيرلسون " بموت حقل أبحاث الإعلام ن حيث قال : بان حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات إذا استهدفت اغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس ؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور ، واقترح "كاتز" التحول إلى تساؤل حول : ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية ؟ . (رضا عبد الواحد أمين :2008، 34)

✘ فروض النظرية وأهدافها :

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين ، قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية

والفرضيات التي ينطلقون منها ، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية ، ويرى "كاتز وزملاؤه" أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية ، هذه الفروض هي كما يلي :

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .
- يغبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل الاجتماعي ، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال ، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم ، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط.

أما أهداف النظرية فهي كما يلي : (عاطف علي العبد ، نهي عاطف العبد : 2008 ، 300)

- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع حاجاتهم .
- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، وأنماط التعرض المختلفة .
- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة التي تقدمها وسائل الاتصال .

☒ عناصر النظرية : تركز نظرية الاستخدامات والإشاعات على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية وهي :

أولاً: افتراض الجمهور النشط: فالجمهور وفقا لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته و أهدافه، كما ان لديه الوعي الذي يمكنه ان يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل و من هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذه النظرية .

و يقسم الباحثون نشاطا وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة إلى ثلاث مستويات.

- ✓ الانتقائية و هي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال.
- ✓ الاستغراق و الاندماج أثناء التعرض لوسائل الاتصال
- ✓ الايجابية، بعد التعرض لوسائل الاتصال و تشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض، و الاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية (مرزوق عبد الحكيم العادلي: 2004، 126).

ثانيا: الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام: و يعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده و تفاعله مع بيئته الاجتماعية، و من خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، و الملاحظ أن هذه الطبيعة

الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل بل تؤثر أيضا على نفسه لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها (رضا عبد الواحد أمين: 2008، 38).

ثالثا: دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام: يفترض مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية و الاجتماعية و تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال. و قد اعتبر كاتز Katz و زملاؤه 1983 أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين، و قاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث السابقة و ذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية و النفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي:

- الحاجات المعرفية: اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم.
- الحاجات العاطفية: العواطف، الاستماع، الخبرة الجمالية
- الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصداقية، الثقة، الاستقرار.
- الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة و الأصدقاء.
- الحاجة لتحقيق التوتر: الهروب و الترفيه (المرجع السابق، 39).

رابعا: التوقعات من وسائل الإعلام: يرى (كاتز) أن التوقعات هي " الاشباعات التي يبحث عنها " (حمدي حسن: 2004، 23) . و بذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل و المضامين . ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب. (ويليام ريفرز وآخرون: 2005، 296) فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف و المغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف و المطاردات. و المرأة التي لديها نزعة تحرر و تمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا... (محمد بن عبد الرحمان الحضيف: مرجع سابق، 26)

خامسا: التعرض لوسائل الاتصال: يفترض مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، و في إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الاشباعات و تمثل أهم الاشباعات التي تتحقق لدى الجمهور لمستخدم الانترنت فيما يلي: اكتشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي. و البحث عن المعلومات. الاستمتاع و التسلية. و الاتصال بالآخرين حيث يستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الانترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد، و من واحد إلى مجموعة، من مجموعة إلى مجموعة) و توجد تطبيقات للاتصال الإنساني عبر الانترنت سواء في الأنشطة البحثية و العلمية أو في مجالات الاتصالات الشخصية و الاجتماعية، مثل استخدام خدمات البريد الإلكتروني و الجماعات الإخبارية و جماعات المنافسة، او غرف الحوار و الدردشة.

و تحقيق الوجود الافتراضي و هو من الاشباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب، و يعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر، و تختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها.

و هناك عدة جوانب لمفهوم الحضور أو الوجود الافتراضي، منها ما يتعلق بحيرة نقل الواقع الى المستخدم في مكانه، و منها ما يتعلق خبرة الانتقال او تبادل الأماكن و المقصود بحيرة نقل الوقائع أو تصويره الدرجة التي تستطيع فيها الوسيلة ان تقدم للجمهور تصورات قريبة من تصوراتهم للموضوعات و الأحداث المختلفة و تبدو كما لو كانت حقيقة واقعية(رضا عبد الواحد أمين: مرجع سابق ، 40)

سادسا: إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام : ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباعات :

✓ اشباعات المحتوى : و تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، و هي نوعين :

- اشباعات توجيهية تتمثل في: مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات .
- اشباعات اجتماعية ويقصد بها :ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية "

✓ اشباعات العملية : و تنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة ، وهي نوعين: اشباعات شبه توجيهية و تتحقق من خلال الإحساس بالتوتر ، والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية و الترفيه والإثارة، و اشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، و تزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و إحساسه بالعزلة (حسن عماد مكايي ، ليلي حسين السيد: مرجع سابق ، 249)

وفي هذه الدراسة قمنا بإسقاط نظرية على بحثنا وهي : **نظرية الحتمية التكنولوجية** التي تميز الوسيلة الإعلامية الكلاسيكية في الزمن الرقمي، و كذلك وسائط التفاعل و التواصل و أدوات تحسين شكل البرنامج الرياضي و إثراء مضمونه من خلال التكنولوجيا الرقمية الحديثة و أثرها على مدى تطوره.

5.2.1 نظرية الحتمية التكنولوجية : Technological Determinism

يندرج اعتمادنا لمدخل نظرية الحتمية التكنولوجية من منطلق ما أكدته الدراسات و البحوث حول الاتجاه العلمي الذي اشتغل رواده على تبيان العلاقة الموجودة بينما يصطلح عليه تكنولوجيا الاتصال تحديدا و المجتمع ، و التي تنسب إلى كل م Marshall McLuhan, Harold Inns ; Walter Ong هذا الأخير الذي استطاع توضيح الفكرة المحورية لهذه المدرسة العلمية أكثر فبرزت إسهاماتها لتحليلية بصورة جلية حول مبدأ الحتمية التكنولوجية.

إذ يعزى عموماً لهذه المدرسة العلمية فضل التحليل الكمي و الكيفي لعلاقة تكنولوجيا الاتصال بالمجتمع حيث ينظر علماءها إلى المجتمع كنت اجل عمليات إنتاج و تخزين و تشكيل و تمثيل المعلومات، و الأهم من ذلك أن هذه المدرسة تربط بين تطور نمط تكنولوجيا الاتصال السائدة ونمط المجتمع السائد. فالكتابة كنمط للاتصال أوجدت مجتمعا يختلف في أسلوب تفكيره و رؤيته للحياة عن ذلك المجتمع الذي عاش في ظلال اتصال الشفهي، بل أن الكتابة على الحجر و النحت على المعابد و غيرها من الأساليب التقليدية للاتصال قد أوجدت مجتمعات تختلف كلية عن المجتمع المعاصر. وكان أسلوب الاتصال من وجهة نظر هذه المدرسة العلمية هو العامل الحاكم لمستوى تطور المجتمع .

و من هذا المنطلق نتفق و الاتجاه العلمي السابق في أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة استطاعت أن تفرز متغيرات جديدة تختلف تماماً عما كان موجوداً سابقاً، غير أن ناقد نختلف مع وجهة نظر هذا الاتجاه الذي يؤكد أن السمة المميزة لتكنولوجيا الاتصال الجديدة قدرتها على إزاحة البدائل التكنولوجية السابقة عليها من الميدان، بما يمكنها من تدمير ما هو متاح من تكنولوجيا قديمة. (بسيوني ابراهيم حمادة: 2008، 449.448)

و نستند في ذلك إلى الرأي الذي يدعمه الباحث فيدلر عندما شرع في الحديث و منذ سنوات التسعينيات عن عملية التغير الجذري التي تتم لوسائل الإعلام التقليدية، كوسائط تكنولوجية سابقة و أنماط اتصالية جماهيرية أوجدت مجتمعات إعلامية اصطلح عليها خلال أدبيات علوم الإعلام و الاتصال تسمية " الجمهور"، للدلالة على التحول الكامل الحاصل و الذي يحدده وفق خمسة مبادئ أولها التعايش و التطور المشترك للأشكال الإعلامية القديمة و الجديدة، و ثانيها التغير الجذري المتدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة، أما ثالثاً فانتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض، و رابعاً بقاء أشكال إعلامية و مؤسسات في بيئات متغيرة و أخيراً ظهور الاستحقاقات و الحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة. (جهد احمد رشتي : 1978، 372).

فدراسة "الوسيلة -التكنولوجيا " تمثل جانباً مهماً في أدبيات علوم الإعلام و الاتصال، و ذلك منذ أن طرحت النماذج الكلاسيكية الأولى للاتصال أن "الوسيلة" مكون أساسي لا يتم الاتصال دونها، و اعتبر علماء الاتصال أن الرسالة تتفاعل مع السمات الخاصة بالوسيلة في التأثير على المتلقي، و كان "مارشال ماكلوهان" من الباحثين الأوائل الذين تنبؤوا بتأثير الوسيلة على الأفراد حيث يقول ماكلوهان أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها. فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، و الجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل. (جهد احمد رشتي : 1978، 372)

و نحرص على توظيف المدخل التكنولوجي من منطلق التصنيف الذي اعتمده " مارشال ماكلوهان" لوسائل الإعلام ضمن صنف البارد و الساخن على اعتبار أن درجة التفاعل و ما يترتب عنها من مشاركة للجمهور في إتمام الرسالة الاتصالية هي المحدد النهائي لتصنيف الوسيلة الإعلامية . ولعل نظرية الحتمية التكنولوجية التي يظهر تقبل نحو أزيد من أربعين عاماً، ما تزال حتى اليوم أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً و وضوحاً في الربط بين الرسالة و الوسيلة

الإعلامية من منطلق تأكيدها على أهمية الوسيلة الاتصالية و دورها المؤثر و الرئيسي في عملية الاتصال الجماهيرية، و التأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال و تأثيره، حيث تعد نظرية الحتمية التكنولوجية عبارة عن تصورات نظرية لتطوير وسائل الاتصال و تأثيراتها على المجتمعات الحديثة و تعتمد هذه النظرية على ثلاثة افتراضات أساسية هي :

أولاً: وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان

ثانياً : الوسيلة هي الرسالة

ثالثاً : وسائل الاتصال الباردة و الساخنة (حسن عماد مكاوي: مرجع سابق ، 274)

6.2.1 أساس نظرية الحتمية التكنولوجية :

❖ وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان :

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل لإعلام من النظريات الحديثة التي تحدث عن دور وسائل الإعلام و طبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، و يعتبر " مارشال ماكلوهان " من مؤسسي هذه النظرية و هو من أشهر المثقفين و الباحثين في النصف الثاني من القرن العشرين، و بشكل عام يمكن القول أن هناك أسلوبان للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث:

1-أنها وسائل لنشر المعلومات و الترفيه و التعليم.

2-أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

إذا نظرنا إليها أنها وسيلة لنشر المعلومات و الترفيه و التعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها و طريقة استخدامها و الهدف من ذلك الاستخدام، و إذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي بدأت تغير وجه المجتمع كله شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن نهتم حينئذ بتأثيراتها، بصرف النظر عن مضمونها.

يقول " مارشال ماكلوهان " أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسة الإعلامية الموضوعات، و الجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، و لكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال.

فحينما ينظر " ماكلوهان " إلى التاريخ يأخذ موقفاً نستطيع أن نسميه بالحتمية التكنولوجية. (تواتي نور الدين :

مرجع سابق، 183)

ويقول " ماكلوهان " أن " وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله و أي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تشكل ظروفًا جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل هذه الظروف، و تؤثر على الطريقة التي يفكرون و يعملون وفقا لها "أي أن الوسيلة امتداد للإنسان، فالملابس و المساكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، و كاميرا التلفزيون تمد أعيننا و الميكروفون يمد آذاننا، و الآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي مساوية لامتداد الوعي. (حسن عماد مكاوي : مرجع سابق، 325)

وسائل الإعلام الجديدة - كامتداد لحواسنا - كما توفر زمنا و إمكانيات تشكل أيضا تهديدا في الوقت نفسه، لأنه في الوقت الذي تمتد فيه يد الإنسان، و ما يمكن أن يصل إليه بحواسه في وجوده، تستطيع تلك الوسائل أيضا أن تجعل يد المجتمع تصل إليه لكي تستغله و تسيطر عليه، و لكي تمنع احتمالا لتهديد يؤكد " ماكلوهان " أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الإعلام لأنه " معرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها و نتغلب تماما على نفوذها أو قدرتها الحتمية " و في الواقع، بدلا من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون من الأدق أن نقول أن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل، قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم و أنه اعتبار التغيير التكنولوجي حتميا لا مفر منه، ذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغيير يمكننا أن نسيطر عليه و نستخدمه في أي وقت نريده بدلا من الوقوف في وجهه. (تواقي نور الدين: مرجع سابق، 184)

• الوسيلة هي الرسالة:

بمعنى أن طبيعة كل وسيلة، و ليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، و يرى " ماكلوهان " أن الرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غير مهم، و ان المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى، و يشير " ماكلوهان " إلى أن لكل وسيلة جمهورا من الناس الذين يفوق حبههم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر . .التلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يجب الناس القراءة من اجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور و الصوت و الحركة و الألوان.

(اسامة بن مساعد الحيا : 2013، 20)

كما يرفض " ماكلوهان " نقاد وسائل الإعلام الذين يدعون أو وسائل الإعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسيلة أو الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح " ماكلوهان " بدلا من ذلك أنه علينا أن نفكر في طبيعة و شكل وسائل الإعلام الجديدة، فمضمون التلفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التلفزيون كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو كلاسيكية و لكن ليس لها دخل بعملية قراءته، فالرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه) العملية نفسه، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب

هي المطبوع فالرأي الذي يقول أن وسائل الإعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند "ماكلوهان". (WASTON :1990 ,96)

● القرية العالمية :

من الناحية السياسية يرى " ماكلوهان " أن وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى قرية عالمية تتصلفي إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة، كذلك تقوى تلك الوسائل الجديدة العودة للقبلية في الحياة الإنسانية، فاعلمنا أصبح عالما من نوع جديد توقف فيها لزمان و اختفت فيه المساحة لهذا بدأنا مرة أخرى في بناء شعور بدائي و مشاعر قبلية، كان تقدر فصلتنا عنها قرون قليلة من التعليم، علينا الآن أن ننقل تأكيد انتباهنا من الفعل إلى رد الفعل، ويجب أن نعرف الآن نتائج أي سياسة أو أي عمل، حيث أن النتائج تحدث أو يتم تجربتها بدون تأخير و بسبب سرعة الكهرباء لم نعد نستطيع أن ننتظر و نرى و لم تعد الوسائل البصرية المجردة في عامل الاتصال الكهربائي السريع صالح لفهم العالم، فهي بطيئة جدا مما يقلل فاعليتها. (تواقي نور الدين : مرجع سابق، 186)

و "ماكلوهان " مثل " هارولد أنيس"، يؤمن بأن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ماهو إلا تاريخا لاتصال متحيز، و احتكار للمعرفة يقوم على أساس المطبوع، و يعتبر المفكر " أنيس " أن الوسائل المطبوعة التي تقدم المضمون في شكل سطري مسغولة عن كثير من الاتجاهات غير المرغوبة التي ظهرت خلال الخمسة قرون السابقة، و يقصد "ماكلوهان " حينما يصف الاتصال الذي وجد في 5 قرون السابقة بالتحيز، أنه اتصال سيطر عليه المطبوع و تحكم فيه.

يقول " هارولد أنيس " أن نمو وسائل الإعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي، و حول السلطة من أيدي أولئك الذين يستطيعون أن يتذكروا الماضي و يحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الذين يعفون الأماكن البعيدة و الأساليب المختلفة لعمل الأشياء و جعل في الإمكان تكوين جماعات اجتماعية كبيرة تلك كاتب بعض آراء " هارولد أنيس " التي قبلها " ماكلوهان"، و لكن تناول " ماكلوهان " تلك الأفكار هو تناول سيكولوجي، بالرغم من أن " ماكلوهان " مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الإعلام و هو غير مهتم، بتأثر اللغة، و على نظرة الفرد للعالم، و على الطرق التي يفكر بمقتضاها ففكرته الرئيسية تقوم على أن وسائل الإعلام لاتنقل فقط معلومات و لكنها تقول لنا ماهو نوع العالم لموجود و ليكن " ماكلوهان " أول من قال أن الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها و لكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي تقتبس باستمرار فهو يقول "الوسيلة هي الرسالة." (المرجع نفسه ، 188)

● وسائل الاتصال الساخنة و وسائل الاتصال الباردة :

لقد ابتكر " ماكلوهان " في تعريفه لذلك الميكانيزم اصطلاحات فئات " الساخن " و " البارد " ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها و مدى تفاعلها، و ما نطلق عليه كلمة " بارد " يستخدم عادة في

وقتنا الحاضر لتعني الجدال الذي ينغمس به الناس بشدة . و من ناحية أخرى الاتجاه البارد كان يعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد و عدم الاهتمام، كلمة " ساخن " أصبحت غير مستخدمة حينما طرأت تغيرات عميقة على طريقة النظر للأمر، و لكن التعبير الدارج " بارد " ينقل قدرا إلى جانب الفكرة القديمة " ساخن " فهو يشير إلى نوع من الالتزام و المساهمة في ظروف تتضمن قدرات الفرد كلها، كما أن " ماكلوهان " لا يهاجم فقط السطرية و لكن أيضا الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها، و بدلا من المقدرة على التجريد يهتم بالمقدرة على التخيل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائما حينما يفرق بين الوسائل " الساخنة " و " الباردة " . (المرجع نفسه ، 188)

فالوسيلة " الساخنة " هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصنوعا جاهزا إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه أما الوسيلة " الباردة " فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أن تحافظ على التوازن بين الحواس، و تحتاج لقدر كبير من الخيال.

فيعتبر " ماكلوهان " المطبوع و الراديو من الوسائل الساخنة التي تستخدم كل من الفيلم المنطوق و التلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من طرف المتفرجين ، أو هي أقرب للأشياء الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة و ضوحها مرتفعة الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية، كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة و لا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي. (المرجع السابق ، 188)

6.2.1 نقد نظرية الحتمية التكنولوجية :

بينما يعتبر " ماكلوهان " أن تأثير الوسيلة نفسها نافع و مفيد، إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى، فالأخبار في الرأي هي الأخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي نقلها، كما أن هناك حاجة إلى التفكير في موضوع الخيال الذي يحتاج إلى نوع ما من الاتصال و هو الأمر الذي لفت "ماكلوهان" أنظارنا إليه، فهناك من يقول أن قدر الخيال الذي يحتاج إليه ترجمة المطبوع إلى صور واقعية أكبر من ذلك الذي تتطلبه مشاهدة التلفزيون، كما أن هناك من يقول أن غياب الصوت في الأفلام الصامتة يحتاج إلى خيال أكبر من الخيال الذي تحتاج إليه الأفلام الناطقة.

كلا من " ماكلوهان " و "هارولد اينيس " يعتبران أن نمو و تطور المطبوع إلى عصر التلفزيون الجديد و أن التلفزيون سوف يعيد التوازن الصحي للحواس و سوف يجعل الفرد يهتم بأمر آخر غير شؤونه الخاصة ما سوف يعيد الأحاسيس القبلية إليه ف "ماكلوهان " يرى أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا يغمسنا في حركة تجمع عالمية للمعلومات و تمكن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخله، لكنه هنا يجمع الناس إلكترونيا فقط.

و قد كان المفكر الجزائري " عززي عبدالرحمن " من أشد المتأثرين به و أظهر نظرية جديدة تسمى " الحتمية القيمية الإعلامية " و قد بدأت الدراسات على هذه النظرية في أمريكا و فرنسا و يمكن الرجوع إلى كتابه " نحو فكر إعلامي

متميز " و تعود هذه النظرية إلى إسهامات " ماكلوهان " و تعتبر نظرية الحتمية القيمة الإعلامية هي الأساس في فهم وسائل الإعلام و مضامينها و تأثيرها و تعتبر أن وسائل الإعلام تولد السالب و الموجب و فق درجة الارتباط بالقيمة و تتضمن النظرية العديد من المفاهيم المستحدثة كالحيال و الوضع و فعل السمع و البصر و الخيال الإعلامي و المرئي و سلم الحقائق... الخ.

(المرجع نفسه ، 190)

2-المعلومة:

1-2- لغة:

من الناحية اللغوية تعني كلمة معلومة، الخير و التحقيق أو أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق أو إيضاح الأمور. بصورة أشمل هي تعني الأنباء كما تعني التوضيح و الشرح و الاستفسار، إضافة إلى أنّها تشمل معاني المفهوم و التصور و التعريف. و هي مشتقة من الفعل علم و يقال علم فلان علما: انشقت شفته العليا فهو أعلم و هي علماء، - الشيء علما: عرفه. و في التنزيل العزيز : (لا تعلمونهم الله يعلمهم)، و - الشيء، و به : شعر به و درى و في التنزيل العزيز : (قال يا ليت قومي يعلمون بما غفر لي ربي)، و - الشيء حاصلًا: أيقن به و صدّقه، و نقول: علمت علما نافعا، و في التنزيل العزيز: (فإن علمتموهن مؤمنات) (قاموس الوسيط 2004، ص 624)

2-2- إصطلاحا:

و من الناحية الاصطلاحية يستخدم هذا الاصطلاح غالبا فيما يتعلق بالبيانات و الحقائق التي نحصل عليها عن طريق الملاحظة أو التجربة أو التعليم و التي تتميز عن الأفكار و الآراء، و تندفق هذه البيانات أو تنساب عن طريق قنوات أو مسالك الاتصال المختلفة. (أحمد زكي بدوي، 1994، ص 83) و هي أيضا تقديم الأخبار الدقيقة الصادقو للناس و الحقائق التي تساعدهم على إدراك مايجري حولهم و تكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور و يتم ذلك من خلال وسائل تحمل للناس هذه المعلومات و الحقائق و الأخبار. (كرم شليبي، 1989، ص 292)

و تستخدم كلمة المعلومة كفحوى لعمليات الاتصال بهدف توصيل الاشارة أو الرسالة التي هي المعلومة و الإعلام عنها. كما تتصل الكلمة بأي فحوى تفاعل بشري بين فرد و جماعته أو بين مجموعة و مجموعة أخرى. و قد رصد أحمد بدر و آخرون عدة مداخل في تعريف المعلومة أولها المدخل الموضوعي العريض الذي يرى المعلومات في التعبير الحقيقي أو الملموس للعمليات المعرفية و التي تحدث في العقل الإنساني. و بالتالي فالمعلومة هي منتجة أو مخرجة العملية المعرفية التي تتمثل في شكل كيان مادي. و بهذا المفهوم فالمعلومة توجد مستقلة عن العقل البشري الذي أوجدها و هذه المعلومة توجد في أشكال مختلفة يمكن تحديدها و تحريكها و اختزانها.

أما المدخل الثاني للمعلومة فيرى أنه مادامت المعلومة توجد في العقل الإنساني فيمكن فهمها فقط بالنسبة لتأثيرها أو بالنسبة لكيفية تغييرها للمواقف المعرفية للناس، وهذا المدخل يطلق عليه المدخل الذاتي، و في هذا ليس للمعلومة وجود أو حقيقة في ذاتها و إنما هي تتشكل حسب مستخدم أو مستقبل المعلومة و طبقا لخبراته.

و قد حاول الباحث برامان التوفيق بين المدخلين السابقين الموضوعي و الذاتي في تعريف المعلومة بالنسبة لحقل السياسة المعلوماتية و اقترح برامان أربعة تعريفات رئيسية للمعلومة او عند تحليل السياسة المعلوماتية، و هذه التعريفات هي:

1- المعلومات كمورد resource و هذه هي الفكرة الكلاسيكية عن المعلومة حيث يعتبرها المنشؤون و المعالجون للمعلومات و كذلك المستفيدون منها ككيانات معزولة عن بعضها البعض.

2- المعلومة كسلعة commodity مع ما يصحب ذلك من تطبيق المفاهيم الإقتصادية المتصلة بالبيع والشراء و المتصلة بسلسلة الإنتاج.

3- المعلومة كإدراك حسي preception و هنا يضيف الباحث برامان نموذج السياق context و عند هذا المستوى الرفيع تعالج المعلومة كتقليل للشك reduction of uncertainty و المعلومة هنا تختلف بين فرد و آخر أي أنّها نسبية.

4- المعلومة كقوة تشكل المجتمع: و هنا نرى المعلومة كقوة في ذاتها و كقوة لصياغة السياق و بالتالي فيعتقد الباحث برامان أنّ فكرة المعلومة هذه يجب ان تكون نقطة الإنطلاق لجميع القائمين بوضع السياسة المعلوماتية. (ابراهيم الأخرس، 2008، ص 163)

و هناك أيضا من يعرّف المعلومة على أنّها تقديم الأخبار الدقيقة الصادقة للناس و الحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم و تكوين آراء صائبة في كل ما يهتمهم من امور و يتم ذلك من خلال وسائل تحمل للناس هذه المعلومة و الحقائق و الاخبار (أحمد زكي بدوي، 1994، ص 296)

و هناك تداخل بين مفهوم المعلومة و مفهوم الإعلام فهاتان الكلمتان في العربية تقابلان أصلا واحدا في اللاتينية هو information إلا ان الإعلام يعني الأخبار و الأنباء و المستجدات في حين تشمل المعلومة كافة المعطيات و المعارف العلمية و الفنية في سائر مجالات الحياة . و حتى الآن لا يوجد نص قانوني يعطي تعريفا جامعاً مانعاً للمعلومة. و قد أشار القانون الفرنسي الصادر في 29 جويلية 1982 الخاص بالاتصالات السمعية البصرية إلى تعريف عام للمعلومة حيث ينظر إليها بوصفها رنين صور الوثائق و البيانات أو الرسائل من أي نوع. (أنطوان ايريس، 2001، ص36)

3- الدراسات السابقة:

لأن العلم يتنافى و مبدأ القطيعة الإستيمولوجية و يستند لمبدأ التراكمية كسمة تميز البحث العلمي، فقد حرصنا من خلال مراجعتنا لنتائج الدراسات المتقاطعة مع دراستنا عند متغير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و مساهمته في نقل المعلومات الرياضية بين الطلبة الجامعيين، و ذلك في بناء أهداف الدراسة الحالية و الرامية إلى استقرار واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بالمعاهد التربوية الرياضية في الزمن الرقمي و عوامل تبني الوسائط التكنولوجية بهدف تطوير نقل المعلومة الرياضية بين الباحثين الرياضيين بما يتمشى وحاجاتهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قيسبوك و تويتر..و نورد الدراسات التالية و على الترتيب التالي بناء على مبدأ الأهم فالمهم و حسب معيار شموليتها للمتغيرات البحثية و أهميتها لموضوع الدراسة.

3-1- الدراسة الاولى:

دراسة باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين و الأنترنت، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قسنطينة، قد قدمها الباحث سنة 2008 .

تدرج هذه الدراسة ضمن بحوث الاستخدامات و الاشباع، و ذلك أنّها تهدف إلى معرفة العلاقة القائمة بين جمهور الطلبة الجامعيين و الانترنت، حيث تمثل هذه العلاقة في مظاهر استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت و مظاهر الاشباع المتحقق عن هذا الاستخدام، و على اعتبار أنّ جمهور الطلبة جمهور واع و نشط، و يستخدم الانترنت بدوافع متعددة من أجل تحقيق إشباع متنوعة، و ذلك حسب أنماط تفضيل و اهتمام متباينة.

و قد تمّ بلورة الهدف من الدراسة حول متغيرين اثنين هما الاستخدامات و الاشباع

الاستخدامات:

- 1- ماهي عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟.
- 2- ماهي أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟.
- 3- ماهي الاشباع المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت؟.
- 4- ماهي انعكاسات الاشباع المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت؟

بالإضافة إلى طرح سؤال آخر عن العلاقة بين الاستخدامات و الاشباع، و من بين متغيرات البيانات الشخصية، و ذلك على النحو التالي:

- 5- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات و الاشباع وفق متغيري الجنس و التخصص؟

و اقتضت طبيعة الدراسة و اهدافها استخدام منهج المسح الميداني بالعينة، من خلال إستمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، و اشتملت على محاور متعددة، وزعت على عينة طبقية متعدّدة المراحل حجمها 82 مفردة، موزعة حسب الجنس و التخصص. (علوم الإعلام و الاتصال، و بيولوجيا الحيوان) لتمثيل كلية الانسانية و الإجتماعية، كلية علوم الطبيعة و الحياة في جامعة منتوري، قسنطينة. في الموسم الجامعي (2007-2008) من اهم نتائج هذه الدراسة:

- يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل معقول دون إفراط أنفريط.
- يستخدم أغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الأنترنت بشكل غير منتظم.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص و عادات تصفح الطلبة للأنترنت.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس و الاشباع المتحققة للطلبة من خلال تصفحهم للانترنت، سوى ما تعلق بالاشباع الإعلامي.

3-2- الدراسة الثانية:

نسيسة قطاف: الأنترنت و البحث العلمي في الجامعات الجزائرية، جامعة عنابة نموذجاً.

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على عدّة تساؤلات متعلّقة بمدى استخدام الأنترنت من قبل الأساتذة و الباحثين في جامعة عنابة، و مدى استفادتهم من خدماتها و الوقوف على اهمية الانترنت من وجهة نظر الباحثين و الخدمات البحثية التي تقدمها لهم و مدى مصداقية المعلومات المتحصل عليها، إضافة إلى الصعوبات التي تقف امام الباحثين في استخدامهم للأنترنت.

و قد جمعت الباحثة بيانات الدراسة عن طريق الاتصال المباشر بالأساتذة و الباحثين (المقابلة) إضافة إلى الأستبيان، مستخدمة المنهج المسحي. و قد أجريت هذه الدراسة على مجموعة من الاساتذة و الباحثين من كلية الآداب و العلوم الإنسانية و كلية العلوم (قسم الإعلام الآلي) بجامعة عنابة.

و تلخص أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة فيما يلي:

- 43.33 % من الباحثين أفراد العينة يستخدمون الانترنت شهريا، و 36.33% يستخدمونها يوميا، و معظمهم من قسم الإعلام الآلي، و 10% منهم لم يستخدموا الانترنت من قبل خاصة من قسم اللغة العربية و آدابها.
- بالنسبة لمدى اهمية الأنترنت في البحث العلمي، يرى 60% من الباحثين أنّ الانترنت مهمة جدًا في البحث العلمي الأكاديمي. و يستخدم 86.66% الانترنت للإطلاع على معلومات بحثية تم بحوثهم . و ما نسبته 20% يستخدمون الانترنت للإتصال ببعض الأصدقاء، و 56.66% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت لجميع البيانات البحثية.

- كما كشفت الدراسة أنّ 80% من الباحثين ترى أنّ استخدام الانترنت يساعد في الحصول على أكبر عدد ممكن من المادة العلمية و المعلومات المتنوعة في وقت قصير، و هو ما يكشف على الاتجاهات الإيجابية للباحثين نحو استخدام الانترنت في البحث العلمي الأكاديمي.
- و يرى 40% من الباحثين أنّ الانترنت ترفع من قيمة البحث العلمي و تكميّزه.
- أمّا عن الصعوبات التي تعيق استخدام الانترنت، فتشير إلى أنّ 53.33% من الباحثين يرى أنّ أهمّها هو عدم توفر الوقت الكافي لاستخدامها، 50% منهم أشاروا إلى قلة الموارد المكتوبة باللغة العربية.
- يرى معظم الباحثين إلى أنّ مصداقية المعلومات في الانترنت مرتبطة بمدى تخصص المواقع الإلكترونية.

نقد الدراسات:

- لا تختلف الدراسات التي أجريت في الجزائر من حيث أهميتها عن الدراسات التي أجريت في الوطن العربي، موضوعا و منهجا، مع تعدد جوانب تركيزها، لذلك فقد كانت استفادتنا منها متعددة الاوجه نوردنا مع الملاحظات الآتية:
- افتقرت الدراسة إلى استخدام عمليات احصائية مختلفة، باستثناء استخدام النسب المئوية.
 - ركزت الدراسة على الاستخدام دون الإشباع، لذلك فقد كانت استفادتنا من خلال توضيح مظاهر استخدام الانترنت و أبعاده أكثر.

الفصل الثاني:

الإطار العام للدراسة

– الكلمات الدالة في الدراسة

– إشكالية الدراسة

– فرضيات الدراسة

– أهداف الدراسة

– أهمية الدراسة

– أسباب اختيار الموضوع

1- الكلمات الدالة في الدراسة:

1-1 مفهوم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال:

يكتسي موضوع تكنولوجيا الإعلام و الإتصال noitacinummoc al ed te noitamrofni'l ed eigolonhcet أهمية بالغة في عصرنا الحالي، نظرا للدور الذي تلعبه في استغلال المعرفة و تحقيق التنمية، لهذا السبب تمّ التطرق لها، و كمقدمة و تمهيد لهذا الموضوع. و فيمايلي سوف نتناول مفهوم تكنولوجيا الإعلام و الإتصال من خلال تجزئته إلى تكنولوجيا الإعلام و تكنولوجيا الإتصال، ثمّ الجمع بينهما.

1-1-1 مفهوم تكنولوجيا الإعلام:

لم تخص تكنولوجيا الإعلام information technology كغيرها من المصطلحات الجديدة بتعريف موحد بل تعددت هذه التعاريف و تنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدّة تعاريف حتى يبرز لنا أوجه الاختلاف و التوافق بينهما، لنحاول في الأخير إعطاء تعريف لها.

تكنولوجيا الإعلام: هي التكنولوجيا التي تركز على استخدام المعلومات في أداء العمل و تتمثل في المعدات و البرامج و الشبكات و قواعد البيانات و غيرها (محمد صالح الحناوي و آخرون، 2004، ص 293).
كما تمّ تعريفها على أنّها " التكنولوجيا التي تستخدم في معالجة المعلومات و المعطيات و نقلها ، و تزايد أهميتها باستمرار نظرا للدور الذي تلعبه في جزء من عملية التسيير الذي يعتمد على جمع و معالجة و يث المعلومات (محمد يدّ، 2007، ص 21).

و هناك من عرفها على أنّها " مجموعة الأدوات و الأنظمة و التقنيات و المعرفة المتطورة لحل مشاكل تتصل باستخدام المعلومات (محمد الصيرفي، 2009، ص 19).
و من التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج تعريفا اجرائيا :

تكنولوجيا الإعلام تركز على جانبيين هما الفكري و المادي فالجانب الفكري أو المعرفي يتمثل في علم الإعلام الذي يهتم بضبط السلوك و يهتم بأنشطة تجهيز المعلومات و إنتاجها و بثّها و تنظيمها و تخزينها و استرجاعها و تفسيرها و الاستفادة منها، أمّا الجانب المادي و هو الذي يتمثل في التطبيق العملي للإكتشافات و الإختراعات و التجارب في مجال الإعلام، و عليه لا بدّ من تكامل الجانبين للحصول على التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها و التي تستقبل من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة.

" هي آخر ماتوصلت إليه الابتكارات من تقنيات في مجال الاتصالات، و يمكن استخدامها في التعليم بما يطور و يحسن العملية التعليمية، و هي أدواته المستقبلية، و أهمها شبكة الانترنت "

لكن لم تحض تكنولوجيا الإعلام و الاتصال - كغيرها من المصطلحات الجديدة - بتعريف موحد، بل تعددت هذه التعاريف و تنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدت تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف و الاتفاق، لنعطي في الأخير تعريف اجرائي لها.

تكنولوجيا الاعلام و الاتصال هي تلك التكنولوجيا المتولدة نتيجة التقارب و التلاحم التكنولوجي بين تكنولوجيا معالجة المعلومات المعلوماتية (و تكنولوجيا الاتصال) أقمار صناعية، فاكس، هاتف، شبكات... إلخ بغرض جمع، تخزين، معالجة، و بث المعلومات سواء أكانت في شكل صوتي، رموز، أشكال، رسوم، نصوص، أو صور. بهذا يمكن التعبير عن تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بالعلاقة التالية:

تكنولوجيا الإعلام و الإتصال = الحاسوب + الاتصال.

2-1-1- مفهوم تكنولوجيا الإتصال :

تعتبر المعلومات إحدى ركائز مجتمعنا المعاصر و لكن هذه المعلومات تصبح بلا فائدة أو قيمة إذا لم تصل إلى مرديها في الوقت المناسب و بالقدر المناسب، و لقد أحدثت ثورة الإتصالات تغييرا جذريا في أنماط حياتنا العادية، و دخلت وسائل الإتصال الحديثة مختلف جوانب الحياة.

كما شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورا مذهلا في صناعة الإلكترونيات و باتت هي السمة الرئيسية التي تطبع عصرنا الحالي، و يشار إليه إصطلاحا بالصناعة المتقدمة التي ميّزت هذا العصر بتكنولوجيا الإتصال .Technologie de la communication

و قد تمّ تعريف تكنولوجيا الإتصال من قبل الباحثين و الدارسين على أنّها:

" تكنولوجيا الإتصال هي التي تمكننا من نقل المعلومات من أي مكان في العالم إلى أيّ مكان بفعالية و سرعة عالية". (ربحي عليان و عدنان الطوباسي، 2005، ص 109).

تكنولوجيا الإتصالات هي التكنولوجيا التي تعمل على تسهيل الإتصال بين الافراد و الجماعات الذين يتواجدون في اماكن مختلفة، و تندرج تحتها مجموعة أنتظمة مثل الهاتف، الفاكس، الراديو، التلفزيون، الفيديو، بالإضافة إلى تقنيات الحاسب بما في ذلك تبادل البيانات الإلكترونية و البريد الإلكتروني (موقع الدليل QFINANCE - (05-2011 06)).

3-1-1- تكنولوجيا الإعلام و الإتصال:

التعريف الإصطلاحي: " هي مجموعة تقنيات و خدمات عامة ترتكز على استعمال الحاسوب ذي الوسائط المتعددة، و على تكنولوجيايات منها: الأنترنت، و قد تجسدت في آخر التطورات التي حققتها البشرية بظهور الإعلام الآلي الذي وسّع مجال استخدامه".

التعريف الإجرائي: " هي آخر ما توصلت إليه الإبتكارات من تقنيات في مجال الإتصالات، و تمكن استخدامها في التعليم بما يطورّ و يحسّن العملية التعليمية من خلال نقل المعلومة، و هي أدوات المستقبلية و أهمها شبكة الأنترنت".

2-1- المعلومة :

لغة: تعني الأخبار و التحقيقات أو كلّ ما يؤدي إلى كشف الحقائق أو إيضاح الأمور، و بصورة أشمل هي تعني الأنباء كما تعني التوضيح و الشرح و الإستفسار، إضافة إلى أنّها تشمل معاني المفهوم و التصور و التعريف، و هي مشتقة من الفعل علم : و يقال علم فلان: علما : انشقت شفته العليا فهو أعلم و هي علماء ، و - الشيء علما: عرفه، و في التنزيل العزيز: (لا تعلمونهم الله يعلمهم)، و - الشيء، و به : شعر به و درى و في التنزيل العزيز: (قال ياليت قومي يعلمون بما غفر لي ربي)، - الشيء حاصلًا : أيقن به، فنقول: علمت علما نافعا، و في التنزيل العزيز: (فإن علمتموهن مؤمنات) (قاموس الوسيط، 2004، ص 624).

إصطلاحا: هي البيانات و الحقائق التي نحصل عليها عن طريق الملاحظة أو التجربة أو التعليم و التي تتميز عن الأفكار و الآراء، و تندفق هذه البيانات و تنساب عن طريق قنوات أو مسالك الإتصال المختلفة (أحمد زكي بدوي، 1994، ص 83).

و هي أيضا تقديم الأخبار الدقيقة الصادقة للناس و الحقائق التي تساعد على إحراك ما يجري حولهم و تكوين آراء صائبة في كلّ ما يهتمهم من أمور و يتم ذلك من خلال وسائل تحمل للناس هذه المعلومات و الحقائق و الأخبار (كرم شلي، 1989، ص 292).

إجرائيا: هي المادة الخام للأنباء و الأخبار المقدّمة يوميًا عبر وسائل الإتصال المختلفة بين الطلبة، و التي يتم تحصيلها من مصادر مختلفة، فالكلمة المكتوب و المقروءة و المنقولة هي جوهر المعلومة، و نحن الآن في عصر أقل ما يقال عليه أنّه يتميّز بغلبة المعلومات و تكنولوجيا الإتصالات تنقل هذه المعلومات عبر وسائط مختلفة بين الطلبة في الجامعة في مجال بحثي.

لقد تبنت الطالبة المفهوم الذي يعتبر المعلومة المحرّك الاساسي لقطاع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، و هي المادة الخام للأنباء و الأخبار المقدمة يوميا عبر مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة و التي يتم تحصيلها من مصادر مختلفة فالكلمة المكتوبة و المقروءة و المنقولة هي جوهر المعلومة. و نحن في عصر أقل ما يقال عنه أنّه يتميّز بغلبة المعلومات و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الناقلة لهذه المعلومة عبر وسائط مختلفة.

المعلومة الرياضية:

هي المادة الخام للأنباء و الاخبار الرياضية المقدّمة يوميا عبر مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة و التي يتم تحصيلها من مصادر مختلفة فالكلمة المكتوبة و المقروءة و المنقولة هي جوهر المعلومة الرياضية،

و المعلومة الرياضية تشمل كافة المعطيات و المعارف الرياضية العلمية في المجال الرياضي و مثال ذلك نقل المعلومة الرياضية في معاهد و كليات التربية البدنية بين الطلبة .

3-1- الطلبة:

يقصد بالطالب الجامعي هو الطالب الذي أتيحت له الفرصة لمتابعة الدراسة بمرحلة التعليم العالي و الجامعي، فالطلبة يمثلون فئة اجتماعية و ليس طبقة خاصة، و ذلك لأهملاً يشغلون وضعا مستقلا في الإنتاج الاقتصادي، و إنما بمجموعهم الإختصاصيون الذين سيشغلون في الإنتاج المادي و العلمي و التطبيقي و الثقافي و إدارة الدولة و المجتمع (منجد الطالب، 1977، ص 609).

و نقصد في بحثنا الطالب الجامعي كل من يدرس بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية من طلبة الماستر بجامعة المسيلة كل التخصصات من الجنسين.

2- الإشكالية:

عملت المجتمعات القديمة و البدائية على التعامل مع الخدمات الطبيعية، كما حاولت تسخيرها بما يتوافق مع احتياجاتهم المتكررة و المتزايدة، أدى هذا إلى تطويرها و تحويلها شيئاً فشيئاً، و لقد صاحب هذا التطور ظهور المجتمعات الصناعية و التي تعتمد بشكل أساسي على التقنيات الحديثة في استخدام المعرفة لرفع مستوى الأداء، أصبحت تكنولوجيا المعلومات و الإتصال وسيلة بقاء و أداة لا يمكن الاستغناء عنها في عالم مفتوح يعتمد القدرة التنافسية معياراً للتقدم و الإزدهار، و باعتبار أنّ جوهر الاتصال و أساسه المعلومات هذه الأخيرة التي تعتبر في جميع المجالات إقتصادية، سياسية، رياضية...

و نجد المعلومة في المجال الرياضي لها أهمية كبيرة بالنسبة للجمهور، خاصة في زمننا هذا، و التي أصبحت فيه الرياضة الشغل الشاغل في جميع أنحاء العالم، و لاسيما و أنّ العالم أصبح قرية صغيرة كما قال مارشال ماكلوهان، أين تكسرت الحواجز و الحدود الجغرافية، و أصبحت المعلومة تصل إلى المتلقي (الجمهور) في أيّ مكان، في ظلّ وجود كمّ هائل من قنوات الاتصال (السمعية، البصرية، إلكترونية...) و ما زاد من انتشار هذه الوسائل الأقمار الصناعية.

و نجد الشباب الأكثر استعمالاً لهذه الوسائل التكنولوجية بجميع أنواعها، خاصة المثقفين منهم، على غرار طلبة الجامعة، و لأنّ هذه الفئة (الطلبة) تتابع بشغف كلّ ما يتعلّق بالرياضة و أخبارها، أصبح استعمال هذه التكنولوجيا في إيصال المعلومات و الأخبار الرياضية فيما بينهم ضرورة ضاغطة و ليس خياراً، خاصة و أنّ هذه الوسائل تسمح بنشر كمّ هائل من المعلومات الرياضية و بأسرع وقت ممكن.

و منها تظهر معالم إشكالية بحثنا و التي يمكن صياغتها في التساؤل الرئيسي التالي: هل لتكنولوجيا الإعلام و

الإتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين؟

و سنسوغ التساؤلات الجزئية كما يلي:

- هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بسرعة بين الطلبة الجامعيين؟
- هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين؟
- هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين؟

3- فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين

الفرضيات الجزئية:

- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إسهام في نقل المعلومة الرياضية بسرعة بين الطلبة الجامعيين.
- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إسهام في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين.
- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إسهام في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين.

4- أهداف الدراسة:

يعرّف " البحث العلمي " من وجهة نظر الباحثين و المشتغلين بمناهج البحث على أنّه: عملية منظمة الهدف منها الوصول إلى حلول مشكلات محدّدة، أو الإجابة على تساؤلات معيّنة باستخدام أساليب علمية محدّدة. و بما أنّ أغلب البحوث العلمية تسعى لتحقيق جملة من الأهداف، فإنّ دراستنا هاته تهدف إلى:

4-1- أهداف موضوعية:

- معرفة النتائج المترتبة على استخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيات الإعلام و الإتصال.
- التعرف على مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.
- الوقوف عند الإستخدامات و الإشباعات المتحققة من إستخدام تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في تبادل المعلومات الرياضية بين الطلبة.

4-2- أهداف ذاتية:

- محاولة رفع مستوى كفاءتنا منهجيا و موضوعيا على أساس أنّ الممارسة العلمية للبحث من شأنها إثراء معارفنا، و تمرنا على التحكم في أدوات و أساليب المنهجية العلمية.
- الوصول إلى نتائج علمية يمكنها أن تخدم العاملين بمحقل البحث العلمي، و كذلك المتخصصين الأكاديميين و الباحثين.

5- أهمية الدراسة:

- إستكمالا لدراسات أخرى و جوانب أخرى حول موضوع تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و دورها في نقل المعلومة الرياضية للطلبة في الجامعة.
- إضافة جهد متواضع للمكتبة فيما يتعلّق بموضوع تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و دورها في نقل المعلومة الرياضية للطلبة في الجامعة.
- أهمية مواقع التواصل الإجتماعي (فيسبوك و تويتر) التي يعدّ الإستفادة منها تحديًا كبيرًا بالنسبة لطلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة.
- أهمية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و دورها الفعّال في خدمة التعليم العالي و زيادة التحصيل العلمي بالنسبة لطلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة.

6- أسباب اختيار الموضوع:

إنّ نقل المعلومة في المجال الرياضي أصبح الآن حقيقة واقعة لا محال، ففي وسط هذا التطوّر الهائل لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال و الإتساع المذهل لاستخدام الأنترنت، باعتبارها الوسيلة التفاعلية الحديثة التي فرضتها متطلبات العصر الجديد، و التي تمتلك من الخصائص و المزايا ما يجعلها تحتل الصدارة.

و لقد تم اختيار هذا الموضوع لجملة الأسباب التالية:

- حداثة الموضوع، إذ يعدّ من المواضيع العلمية الجديدة في مجال التخصص (علوم الإعلام و الإتصال الرياضي).
- بالرغم من ثراء المكتبات الأجنبية في هذا النوع من البحوث و المواضيع إلا أنّ مكتباتنا لا تزال تفتقر إلى الدراسات التي تتناول مواضيع تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و علاقتها بانجاح نقل المعلومة الرياضية.
- إشباع الفضول العلمي و الميول الشخصي لمعرفة دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في خدمة الطلبة الجامعيين في نقل المعلومة الرياضية بينهم تحت سقف نظريات الإعلام " الإستخدامات و الإشباعات، مارشال مكلوهان، و الحتمية النظرية... " التي لا تزال ميدانا خصبا في بحوث الإعلام و الإتصال في ظل التكنولوجيا الجديدة.

الفصل الثالث:

الإجراءات الميدانية للدراسة

- تمهيد
- الدراسة الإستطلاعية
- المنهج المتبع في الدراسة
- مجتمع و عينة الدراسة
- أدوات جمع البيانات و المعلومات
- الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة
- مجالات الدراسة
- إجراء التطبيق الميداني
- الأساليب الإحصائية المتبعة في الدراسة

تمهيد:

أنّ كل باحث من خلال بحثه يتحقق من الفرضيات التي وضعها، و يتم ذلك بإخضاعها إلى التجريب العلمي لاستخدام مجموعة من المواد العلمية، و ذلك باتباع منهج يتلائم و طبيعة الدراسة، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي.

و يشمل الجانب التطبيقي لبحثنا على الفصل الاول و يمثل الطرق المنهجية للبحث و الدراسة الإستطلاعية و المجال المكاني و الزماني و كذا الشروط العلمية للأداة، مع ضبط متغيرات الدراسة كما اشتمل على عينات البحث و كيفية اختيارها و أدوات الدراسة و كذلك إجراء التطبيق الميداني.

1- الدراسة الإستطلاعية:

تعد الدراسة الإستطلاعية الخطوة الاولية التي تساعد الباحث في إلقاء نظرة من أجل الإلمام بجوانب دراسته الميدانية، و بما أننا يصدد إجراء دراسة ميدانية، لابد من إجراء دراسة استطلاعية كانت بدايتها بتوجيه إستمارة الإستبانة إلى 3 دكاترة، قصد محاولة التأكد من ملائمة الإستبانة من حيث الوضوح و مناسبة العبارات لموضوع الدراسة، و تذييل أي عقبات يمكن أن تواجه المفحوصين، و كانت نتيجة الدراسة الاستطلاعية مايلي :

ملائمة الاستبانة المعدة، بحيث لم تواجههم أي مشكلة في فهم العبارات أو غموض إحدى الفقرات.

2- المنهج المتبع في الدراسة:

بناء على طبيعة الدراسة و الأهداف التي نحاول الوصول إلى تحقيقها فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليل والذي يعتمد على جمع الحقائق و تحليلها و تفسيرها.

ويعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه دراسة استطلاعية نقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع ، أو بأنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة (مروان إبراهيم، 2002، ص92) .

3- مجتمع و عينة الدراسة:

3-1- عينة الدراسة :

تكونت العينة من 31 طالب من معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية ، تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة .

العينة العشوائية : تعتمد هذه الطريقة على منح فرص متكافئة لكل أفراد المجتمع على أن يكون ضمن أفراد العينة المختارة فهي تتضمن الاختيار العشوائي لعدد أفراد العينة من قائمة المجتمع.

3-2- مجتمع الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من طلبة من معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمسيلة (طلبة الماستر 2) ومجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها التقصي (رشيد زرواتي، 2002، 119).

● متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: يعرف على أنه المتغير الذي يؤثر على نتائج التجربة ، والمتغير المستقل في بحثنا هو تكنولوجيا الإعلام و الإتصال.
- المتغير التابع: هو المتغير الذي يؤثر فيه المتغير المستقل ، والمتغير التابع في هذا البحث يتمثل في نقل المعلومة الرياضية.
- المتغير الوسيط : العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و نقل المعلومة الرياضية.

4- أدوات جمع البيانات و المعلومات:

الاستبيان:

من خلال أهداف البحث و طبيعة الدراسة و التحقق من فرضيات البحث قمنا بإعداد استبيان لآراء الطلبة. و الاستبيان كليمه مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه و عرفه، و الاستبيان بذلك هو التوضيح و التعريف بذا الأمر (أحمد بن مرسل، 2005، ص 220).

و الاستبيان هو الأنسب للتوصل إلى نتائج تثبت صحة فرضيات هذه الدراسة و بالتالي توضيح دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

الصورة الأولية للاستبيان:

الصورة الأولية للاستبيان كانت تحوي 25 عبارة موزعة على ثلاثة محاور، روعي في صياغة العبارات تجنب العبارات المركبة و غير الواضحة.

عرض الإستبيان على الأساتذة المحكمين:

عرضت الصورة الأولية للأداة على عدد من الأساتذة و ذلك لإبداء الرأي في محاور الإستبيان و مدى صلاحية و مناسبة العبارات الموضوعية لدراسة آراء الطلبة و كذا إضافة بعض العبارات التي من شأنها إثراء الإستبيان، بحذف أو تعديل أو زيادة و قد أثري بملاحظات أخذت بعين الإعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة.

الصورة المعدلة للإستبيان:

بعد تعديل الإستبيان و الأخذ بعين الإعتبار كل الملاحظات الآتية من طرف المحكمين كان الإستبيان النهائي المكوّن من 22 عبارة و ثلاثة محاور.

وصف أداة الدراسة:

بناء على الخطوات السابقة الذكر تكونت الصورة النهائية للأداة من جزئين مقسمة كما يلي:

الجزء الأول: و يحوي هذا الجزء على البيانات الشخصية الخاصة بالمستجوب و التي تشمل الجنس، و المستوى التعليمي.

الجزء الثاني: و يحتوي هذا لاجزاء على ثلاثة محاور و هي:

المحور الأول: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في سرعة نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

المحور الثاني: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين.

المحور الثالث: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين.

5- الشروط السيكومترية للأداة :

5-1- الثبات:

إن الثبات أداة الدراسة يعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في

أوقات مختلفة وقد قمنا بإستخدام معامل كرونباخ، وقد تحققنا من ثبات الدراسة من خلال النتائج التالية :

طريقة ألفا كرونباخ : و للتأكد من ثبات الاستبيان قمنا باتباع طريقة ألفا كرونباخ ، و كانت النتيجة كما يلي:

الجدول (1)

المحور	عدد الأسئلة	قيمة ألفا كرونباخ
الأول	12	0,935
الثاني	05	0,968
الثالث	08	0,916
الكلية	25	0.932

من الجدول (5) نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان ككل كانت عالية جدا حيث بلغت قيمة (0.932) ، وبلغت

قيمة ألفا كرونباخ للمحور الأول قيمة (0.935) بينما بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمحور الثاني قيمة (0.968) ، وبلغت

قيمة ألفا كرونباخ للمحور الثالث (0.916) و هي قيم جيدة تؤكد لنا أن المقياس يتمتع بالثبات .

5-2- صدق الأداة:

يقصد بصدق أداة الدراسة شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب إن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية بحيث تكون مفهوم لكل من يستخدمها وقامت الباحثة بالتأكد من صدق فقرات الاستبانة عن طريق :

5-2-1- صدق المحكمين:

بعد عرض الاستبانة على المشرف والاتفاق عليها تم عرضها على بعض أساتذة من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لكونهم أكثر دراية وعلم بموضوع الدراسة، وطلب منهم الحكم على درجة ملائمة عبارات الاستبانة من حيث شموليتها وقياسها للمجال الذي يتضمنها، إضافة إلى مدى وضوح العبارات ودقة صياغتها أو أية ملاحظات أخرى يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف وقد قامت الباحثة بعرض الاستبانة على 3 محكمين وسوف تجدون قائمة بأسمائهم في الملحق كما تجدون الاستبانة في شكلها النهائي

5-3- الموضوعية:

تعد من العوامل المهمة التي يجب أن تتوفر في الأداة من أجل التحرر من التحيز أو التعصب و عدم إدخال العوامل الشخصية للمبحوث ، فالموضوعية تعني الالتزام بمصداقية البحث العلمي و الأمانة العلمية ، و السرية التامة لما يحيط بالمبحوثين ، و إتباع خطوات علمية ممنهجة لاستخلاص المبتغى من المبحوث لإثراء البحث العلمي.

6- مجالات الدراسة:

- المجال البشري : طلبة بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة.
- المجال المكاني : اقتصر البحث على طلبة الماستر 2 بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة.

7 - إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

بعد التأكد من صدق و ثبات الأداة ،أصبحت الأداة في صورتها النهائية و أصبحت الباحثة على ثقة تامة بصحة الاستبانة و صلاحيتها لتحليل النتائج و الإجابة على أسئلة الدراسة و اختبار الفرضيات، و بالتالي تم توزيع الاستبانة على أفراد عينة البحث لجمع البيانات للبحث حيث طلب منهم الإجابة على جميع فقرات الاستبانة بصدق و موضوعية و بكل حرية.

8- المعالجة الإحصائية:

- "science statistical package for sociels" spss اعتمدت الباحثة على البرنامج الإحصائي

و تعني بالعربية " الحزم الإحصائية لعلوم الاجتماع يتكون من مجموعة من البرامج المعدة المسبقة لإدخال و تعديل و عرض و تحليل البيانات الإحصائية، و قد تم استخدام التقنيات الإحصائية التالية للإجابة عن أسئلة الدراسة:

-النسب المئوية والتكرارات: يستخدم هذا الامر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما وتفيد الباحث في وصف مجتمع الدراسة .

-حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ : لمعرفة ثبات عبارات الإستبانة .

-إختبار كا² : الذي يهتم بدراسة حسن المطابقة والإستقلالية بين متغيرات الدراسة .

يتم إتخاذ قرارا دلالة الفروق المشاهدة بمقارنة قيمة كا² المحسوبة لكل بند مع قيمة كا² الجدولة وهذا عند مستوى الدلالة 0.05، وتكون دالة عندما تكون القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولة .

الفصل الرابع:

عرض النتائج و تفسيرها ومناقشتها

— عرض النتائج و تفسيرها وتحليلها

— مناقشة النتائج

تمهيد:

في الفصول السابقة تناولنا مختلف الجوانب المنهجية والنظرية، وسوف نتعرض في هذا الفصل إلى إجراءات الدراسة الميدانية ، وتكون فيها عملية تحليل البيانات وتفسير النتائج من المراحل الأساسية التي يعتمد عليها البحث العلمي، فهي خطوة تلي عملية جمع البيانات من أفراد العينة المدروسة.

ومن خلال هذا الفصل نهدف إلى عرض ومناقشة البيانات الميدانية التي جمعت بواسطة الإستمارة، معتمدين في ذلك على العرض الجدولي البسيط والمركب والقيام بالعمليات الإحصائية الأساسية .

كما نهدف من خلال هذا الفصل إلى عرض نتائج الدراسة التي توصلنا إليها وصولاً إلى النتيجة العامة.

تحليل نتائج المحور الأول:

السؤال رقم 01: هل لديك حساب فيسبوك ؟

الجدول رقم 02:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	00	00%	15.5	2.00	/	3.84	0.05	01
نعم	31	%100,0	15.5					
المجموع	31	%100	31					

من خلال الجدول رقم 02 نلاحظ أن جميع الطلبة و البالغ عددهم 31 طالبا أي ما يعادل نسبة 100% بأنهم يملكون حساب على الفايسبوك ، بينما لم يجب أي من الطلبة على أنهم لا يملكون حساب فيسبوك ، و منه فإننا نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر ، أي أن جميع الطلبة يملكون حساب فيسبوك.

السؤال رقم 02: منذ متى و انت تملك حساب في الفايسبوك؟

الجدول رقم 03:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أقل من عامين	7	%22,6	15.5	1.77	9.32	3.84	0.05	01
أكثر من عامين	24	%77,4	15.5					
المجموع	31	%100	31					

من خلال الجدول رقم 03 نلاحظ أن 24 طالبا أي ما يعادل نسبة 77,4% أجابوا بأنهم يملكون حساب فيسبوك منذ أكثر من عامين ، بينما أجاب 07 طلبة أي ما يعادل نسبة 22,6% بأنهم يملكون حساب فيسبوك منذ

أقل من عامين ، و بالنظر إلى قيمة كا المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 9.32 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

و منه نستنتج بأن الطلبة يملكون حساب فيسبوك منذ أكثر من عامين.

السؤال رقم 03: أين تقوم باستخدام الفيسبوك بدرجة كبيرة؟

الجدول رقم 04:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أماكن أخرى	2	6,5%	7.75	3.16	17.12	7.81	0.05	03
مقهى الانترنت	8	25,8%	7.75					
مكان الدراسة	4	12,9%	7.75					
المنزل	17	54,8%	7.75					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن 17 طالبا أي ما يعادل نسبة 54,8% أجابوا بأنهم يستعملون الفيسبوك في منازلهم بدرجة كبيرة ، بينما أجاب 08 طلبة أي ما يعادل نسبة 25,8% أجابوا بأنهم يستعملون الفيسبوك في مقاهي الانترنت بدرجة كبيرة ، بينما أجاب 04 لاعبين أي ما يعادل نسبة 12,9% بأنهم يستعملون الفيسبوك في الدراسة بدرجة كبيرة و أجاب طالبين اثنين أي ما يعادل نسبة 6,5% بأنهم يستعملون الفيسبوك في أماكن أخرى مختلفة ، و بالنظر إلى قيمة كا المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 17.12 و هي أكبر من كا الجدولة التي بلغت قيمة 7.81 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة يستعملون الفيسبوك بدرجة كبيرة في منازلهم بدرجة كبيرة.

السؤال رقم 04: مع من تتواصل بدرجة كبيرة عبر حسابك فيسبوك؟

الجدول رقم 05:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أساتذة المعهد	00	00%	7.75	3.67	14.22	7.81	0.05	03
زملاء دراسة	5	16,1%	7.75					
أقارب	00	00%	7.75					
أصدقاء	26	83,9%	7.75					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن 26 طالبا أي ما يعادل نسبة 83,9% أجابوا بأنهم يتواصلون بدرجة كبيرة عبر الفايسبوك مع أصدقائهم ، بينما أجاب 05 طلبة أي ما يعادل نسبة 16,1% بأنهم يتواصلون بدرجة كبيرة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة ، و لم يجب أي من الطلبة على الخيارات المتاحة الأخرى (أساتذة المعهد ، الأقارب)، و بالنظر إلى قيمة ك² المحسوبة نجد أنها قد بلغت قيمة 14.22 و هي أكبر من قيمة ك² الجدولة 7.81 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة يتواصلون بدرجة كبيرة عبر الفايسبوك مع أصدقائهم.

السؤال رقم 05: هل تستخدم الفايسبوك في أغراض تعليمية أي في إطار بحثي؟

الجدول رقم 06:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	4	12,9%	15.5	1.87	17.06	3.84	0.05	01
نعم	27	87,1%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 06 نلاحظ أن 27 طالبا أي ما يعادل نسبة 87,1% أجابوا بأنهم يستخدمون الفايسبوك في أغراض تعليمية ، بينما أجاب 04 طلبة أي ما يعادل نسبة 12,9% أجابوا بأنهم لا يستخدمون الفايسبوك في أغراض تعليمية ، و بالنظر إلى قيمة كا المحسوبة نجد أنها قد بلغت قيمة 17.06 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة يستخدمون الفايسبوك في أغراض تعليمية أي في إطار البحث العلمي.

السؤال رقم 06: هل سبق لك و ان نشرت معلومة رياضية أو حاولت إيصالها عبر الفايسبوك و تحققت الظرفية (الفورية، الآنية)؟

الجدول رقم 07:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	00	00%	15.5	2.00	/	3.84	0.05	01
نعم	31	100,0%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 07 نلاحظ أن جميع أفراد عينة البحث البالغ عددهم 31 طالبا أي ما يعادل نسبة 100% ، أجابوا بأنهم قد سبق لهم نشر و إيصال معلومة رياضية عبر الفايسبوك بفورية و آنية ، و منه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر.

و منه نستنتج أن الطلبة يقومون يقومون بنشر و إيصال معلومات رياضية بفقورية و آنية عبر الفايسبوك.

السؤال رقم 07: هل لديك حساب تويتر؟

الجدول رقم 08:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	18	58,1%	15.5	1.41	0.80	3.84	0.05	01
نعم	13	41,9%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 08 نلاحظ أن 18 طالبا أي ما يعادل نسبة 58,1% أجابوا بأنهم لا يملكون حساب في تويتر ، بينما أجاب 18 طالب أي ما يعادل نسبة 41,9% أجابوا بأنهم يملكون حساب في تويتر ، و بالنظر إلى قيمة كا المحسوبة نجدها قد بلغت 0.80 و هي أقل من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

السؤال رقم 08: منذ متى و انت تستخدمه؟

الجدول رقم 09:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أقل من عامين	3	23,1%	6.5	1.76	3.76	3.84	0.05	01
أكثر من عامين	10	76,9%	6.5					
المجموع	13	100%	13					

من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن 10 طلبة أي ما يعادل نسبة 76,9% بأنهم يستخدمون تويتر لأكثر من عامين ، بينما أجاب 03 طلبة أي ما يعادل نسبة 23,1% أجابوا بأنهم يستخدمون تويتر لأقل من عامين ،

ونلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 3.76 و هي أقل من قيمة كا الجدولة 3.84 ، و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

السؤال رقم 09: أين تقوم باستخدام حسابك تويتر أكثر؟

الجدول رقم 10:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أماكن أخرى	00	00%	3.25	3.61	11.23	7.81	0.05	03
مقهى الانترنت	2	15,4%	3.25					
الجامعة	1	7,7%	3.25					
المنزل	10	76,9%	3.25					
المجموع	13	100%	13					

من خلال الجدول رقم 10 نلاحظ أن 10 طلبة أي ما يعادل نسبة 76,9% أجابوا بأنهم يستعملون تويتر بدرجة أكبر في المنزل ، و أجاب طالبين أي ما يعادل نسبة 15,4% بأنهم يستعملون تويتر بدرجة أكبر في مقهى الانترنت ، و أجاب طالب واحد أي ما يعادل نسبة 7,7% بأنه يستعمل تويتر بدرجة أكبر في الجامعة ، و بالنظر إلى قيمة كا المحسوبة نجد أنها قد بلغت قيمة 11.23 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 7.81 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة يستعملون حسابهم على تويتر بدرجة أكبر في منازلهم.

السؤال رقم 10: في أي غرض تستخدم حسابك تويتر أكثر؟

الجدول رقم 11:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أغراض أخرى	3	23,1%	3.5	2.92	6.38	7.81	0.05	03
التواصل مع الاساتذة	2	15,4%	3.5					
إيصال معلومات رياضية و نقلها للأصدقاء	1	7,7%	3.5					
التمكن من اكتساب معلومات رياضية	7	53,8%	3.5					
المجموع	13	100%	13					

من خلال الجدول رقم 11 نلاحظ أن 07 طلبة أي ما يعادل نسبة 53,8% أجابوا بأنهم يستخدمون حسابهم على تويتر لغرض التمكن من اكتساب معلومة رياضية ، بينما أجاب 03 طلبة أي ما يعادل نسبة 23,1% بأنهم يستخدمون حسابهم على تويتر لأغراض أخرى مختلفة ، و أجاب طالبين أي ما يعادل نسبة 15,4% بأنهم يستخدمون حسابهم على تويتر لغرض التواصل مع الأساتذة ، و أجاب طال واحد أي ما يعادل نسبة 7,7% بأنه يستخدم تويتر لايصال و نقل المعلومات الرياضية ، و بالنظر إلى قيمة ك² المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 6.38 و هي أقل من قيمة ك² الجدولة التي بلغت قيمة 7.81 ، و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

السؤال رقم 11: هل نقل المعلومة الرياضية عبر التويتير يحقق نقل المعلومة الرياضية بين طلبة المعهد بسرعة؟

الجدول رقم 12:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	2	15,4%	6.5	1.84	6.23	3.84	0.05	01
نعم	11	84,6%	6.5					
المجموع	13	100%	13					

من خلال الجدول رقم 12 نلاحظ أن 11 طالبا أي ما يعادل نسبة 84,6% أجابوا بأن نقل المعلومة الرياضية عبر التويتير يحقق نقل المعلومة الرياضية بين طلبة المعهد بسرعة ، بينما أجاب طالبين اثنين أي ما يعادل نسبة 15,4% بأن نقل المعلومة الرياضية عبر التويتير لا يحقق نقل المعلومة الرياضية بين طلبة المعهد بسرعة ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة ك² المحسوبة قد بلغت قيمة 6.23 و هي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي بلغت قيمة 3.84، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن نقل المعلومة الرياضية عبر التويتير يحقق نقل المعلومة الرياضية بين طلبة المعهد بسرعة.

السؤال رقم 12: هل سبق و تحقق لك هذا باستخدام حسابك تويتير؟

الجدول رقم 13:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	2	15,4%	6.5	1.84	6.23	3.84	0.05	01
نعم	11	84,6%	6.5					
المجموع	13	100%	13					

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 أن 11 طالبا أي ما يعادل نسبة 84,6% أجابوا بأنه سبق لهم و أن تحقق نقلهم المعلومة الرياضية عبر التويتير بين طلبة المعهد بسرعة ، بينما أجاب طالبين اثنين أي ما يعادل نسبة 15,4% بأنه لم يسبق لهم أن نقلوا المعلومة الرياضية عبر التويتير بين طلبة المعهد بسرعة ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن

قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 6.23 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة سبق لهم و أن تحقق نقلهم المعلومة الرياضية عبر تويتر بين طلبة المعهد بسرعة.

تحليل نتائج المحور الثاني:

السؤال رقم 13: هل تعتمد دائما على الفايسبوك و التويتر في الحصول على المعلومات الرياضية؟

الجدول رقم 14:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	24	77,4%	15.5	1.22	9.23	3.84	0.05	01
نعم	7	22,6%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 14 نلاحظ أن 24 طالبا أي ما يعادل نسبة 77,4% أجابوا بأنهم دائما ما يعتمدون على الفايسبوك و التويتر في الحصول على المعلومات الرياضية ، بينما أجاب 07 طلبة أي ما يعادل نسبة 22,6% بأنهم لا يعتمدون على الفايسبوك و التويتر في الحصول على المعلومات الرياضية ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 9.23 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة دائما ما يعتمدون على الفايسبوك و التويتر في الحصول على المعلومات الرياضية.

السؤال رقم 14: هل تصل المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي تويتر و فايسبوك كما هي؟

الجدول رقم 15:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	26	83,9%	15.5	1.16	14.22	3.84	0.05	01
نعم	5	16,1%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 15 نلاحظ أن 26 طالبا أي ما يعادل نسبة 83,9% أجابوا بأن المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي تويتر و فايسبوك تصل كما هي ، بينما أجاب 05 طلبة أي ما يعادل نسبة 16,1% أجابوا بأن المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي تويتر و فايسبوك لا تصل كما هي ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة ك² المحسوبة قد بلغت قيمة 14.22 و هي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي تويتر و فايسبوك تصل كما هي .

السؤال رقم 15: هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك و تويتر أكثر دقة في نقل المعلومة الرياضية من الوسائط الأخرى؟

الجدول رقم 16:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	31	100,0%	15.5	1.00	/	3.84	0.05	01
نعم	00	00%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 16 نلاحظ أن جميع أفراد عينة الدراسة و المقدر عددهم بـ 31 طالبا أي ما يعادل نسبة 100,0% أجابوا بأنهم يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك و تويتر أكثر دقة في نقل المعلومة الرياضية من

الوسائط الأخرى ، و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر ، أي أن مواقع التواصل الإجتماعي فيسبوك و تويتر أكثر دقة في نقل المعلومة الرياضية من الوسائط الأخرى من وجهة نظر الطلبة.

السؤال رقم 16: هل التعليقات الموجهة إليك في حسابك تويتر و فيسبوك ترى فيها دقة في المعلومة الرياضية؟

الجدول رقم 17:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أبدا	14	45,2%	10.33	1.54	0.29	5.99	0.05	02
أحيانا	17	54,8%	10.33					
دائما	00	00%	10.33					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 17 نلاحظ أن 17 طالبا أي ما يعادل نسبة 54,8% أجابوا بأن التعليقات الموجهة إليهم في تويتر و فيسبوك أحيانا ما يرون فيها دقة في المعلومة الرياضية ، بينما أجاب 14 طالب أي ما يعادل نسبة 45,2% بأن التعليقات الموجهة إليهم في تويتر و فيسبوك لا يرون فيها دقة في المعلومة الرياضية أبدا ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة ك² المحسوبة قد بلغت قيمة 0.29 و هي أقل من قيمة ك² الجدولة التي بلغت قيمة 5.99 ، أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

السؤال رقم 17: هل يظهر الموقعين الفيسبوك و تويتر حقيقة الحدث (الدقة) كاملة؟

الجدول رقم 18:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	30	96,8%	15.5	1.03	27.12	3.84	0.05	01
نعم	1	3,2%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 18 نلاحظ أن 30 طالبا أي ما يعادل نسبة 96,8% أجابوا بأن الفايسبوك و تويتر يظهران حقيقة الحدث كاملة ، و أجاب طالب واحد أي ما يعادل نسبة 3,2% بأن الفايسبوك و تويتر لا يظهران حقيقة الحدث كاملة ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 27.12 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن موقعي التواصل الاجتماعي الفايسبوك و تويتر يظهران حقيقة الحدث كاملة.

تحليل نتائج المحور الثالث :

السؤال رقم 18: هل يملك المعهد موقع تواصل اجتماعي داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة؟

الجدول رقم 19:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	00	00%	15.5	2.00	/	3.84	0.05	01
نعم	31	%100,0	15.5					
المجموع	31	%100	31					

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ أن جميع أفراد عينة الدراسة المقدر عددهم ب 31 طالبا أي ما يعادل نسبة 100% أجابوا بأن معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية يملك موقع تواصل اجتماعي داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة ، بينما لم يجب أي من الطلبة بأن المعهد لا يملك موقع تواصل اجتماعي داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة ، أي أنه توجد فرزق ذات دلالة إحصائية لصالح لتكرار الأكبر.

و منه نستنتج أن معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية يملك موقع تواصل اجتماعي داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة.

السؤال رقم 19: إذا كانت الإجابة بنعم، هل انت تطلع على هذا الموقع؟

الجدول رقم 20:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	1	3,2%	15.5	1.96	27.12	3.84	0.05	01
نعم	30	96,8%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 20 نلاحظ أن 30 طالبا أي ما يعادل نسبة 96,8% أجابوا بأنهم يطلعون على موقع التواصل الاجتماعي الخاص بالمعهد ، بينما أجاب طالب واحد أي ما يعادل نسبة 3,2% أجاب بأنه لا يطلع على هذا الموقع ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 27.12 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة يطلعون على موقع التواصل الاجتماعي الخاص بالمعهد.

السؤال رقم 20: هل ترى في المعلومة الرياضية المنقولة عبر الموقعين فيسبوك و تويتر تحمل نوعا من الذاتية؟

الجدول رقم 21:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	00	00%	15.5	2.00	/	3.84	0.05	01
نعم	31	100,0%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 21 نلاحظ أن جميع أفراد البحث المقدر عددهم 31 طالبا أي ما يعادل نسبة 100% أجابوا بأن المعلومة الرياضية المنقولة عبر الموقعين فيسبوك و تويتر تحمل نوعا من الذاتية ، بينما لم يجب أي من الطلبة بأن المعلومة الرياضية المنقولة عبر الموقعين فيسبوك و تويتر لا تحمل نوعا من الذاتية ، و منه فإنه توجد فروق ذات

دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر ، أي أن المعلومة الرياضية المنقولة عبر الموقعين فيسبوك و تويتر تحمل نوعا من الذاتية.

السؤال رقم 21: هل المعلومة الرياضية التي تصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر صادقة؟

الجدول رقم 22:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
أبدا	7	22,6%	10.33	1.77	9.32	5.99	0.05	02
أحيانا	24	77,4%	10.33					
دائما	00	00%	10.33					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 22 نلاحظ أن 24 طالبا أي ما يعادل نسبة 77,4% أجابوا بأن المعلومة الرياضية التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر أحيانا ما تكون صادقة ، بينما أجاب 07 طلبة أي ما يعادل نسبة 22,6% أجابوا بأن المعلومة الرياضية التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر لا تكون صادقة، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة ك² المحسوبة قد بلغت قيمة 9.32 و هي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن المعلومة الرياضية التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر أحيانا ما تكون صادقة.

السؤال رقم 22: هل تتفق في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم 23:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	26	83,9%	15.5	1.16	14.22	3.84	0.05	01
نعم	5	16,1%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 23 نلاحظ أن 26 طالبا أي ما يعادل نسبة 83,9% أجابوا بأنهم لا يتفقون في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بينما أجاب 05 طلبة أي ما يعادل نسبة 16,1% أجابوا بأنهم يتفقون في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة ك² المحسوبة قد بلغت قيمة 14.22 و هي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي بلغت قيمة 3.84 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة لا يتفقون في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

السؤال رقم 23: كيف ترى نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)؟

الجدول رقم 24:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
غير حيادية	2	6,5%	10.33	2.45	10.51	5.99	0.05	02
نوعا ما	13	41,9%	10.33					
حيادية	16	51,6%	10.33					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 24 نلاحظ أن 16 طالبا أي ما يعادل نسبة 51,6% بأنهم يرون أن نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) يكون بصفة حيادية ، بينما أجاب 13 طالبا أي ما يعادل

نسبة 41,9% بأنهم يرون أن نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) يكون بصفة حيادية نوعا ما ، بينما أجاب طالبين اثنين أي ما يعادل نسبة 6,5% بأنهم يرون أن نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) يكون بصفة غير حيادية ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 10.51 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 5.99 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن الطلبة يرون أن نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) يكون بصفة حيادية.

السؤال رقم 24: هل ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر تعمل و تحترم موثيق و أخلاقيات المهنة في نقل المعلومة الرياضية؟

الجدول رقم 25:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	28	90,3%	15.5	1.09	20.16	3.84	0.05	01
نعم	3	9,7%	15.5					
المجموع	31	100%	31					

من خلال الجدول رقم 25 نلاحظ أن 28 طالبا أي ما يعادل نسبة 90,3% أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر لا تعمل و لا تحترم موثيق و أخلاقيات المهنة في نقل المعلومة الرياضية ، بينما أجاب 03 طلبة أي ما يعادل نسبة 9,7% بأن مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر تعمل و تحترم موثيق و أخلاقيات المهنة في نقل المعلومة الرياضية ، و نلاحظ أيضا من نفس الجدول أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 20.16 و هي أكبر من قيمة كا الجدولة التي بلغت قيمة 5.99 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

و منه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر لا تعمل و لا تحترم موثيق و أخلاقيات المهنة في نقل المعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة.

السؤال رقم 25: هل ترى بأن هناك نقائص في نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، و تويتر) بموضوعية؟

الجدول رقم 26:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	المتوسط الحسابي	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
لا	00	00%	15.5	2.00	/	3.84	0.05	01
نعم	31	%100,0	15.5					
المجموع	31	%100	31					

من خلال الجدول رقم 26 نلاحظ أن جميع أفراد العينة و المقدر عددهم 31 طالبا أي ما يعادل نسبة 100% أجابوا بأن هناك نقائص في نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، و تويتر) بموضوعية، بينما لم يجب أي من الطلبة عكس ذلك ، و منه فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار ، أي أن هنالك نقائص في نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، و تويتر) بموضوعية من وجهة نظر الطلبة.

مناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة:

مناقشة الفرضية الأولى في ضوء نتائج الدراسة:

في الفرضية الأولى افترضت الباحثة أنّ لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بسرعة بين الطلبة الجامعيين، و بعد تحليلنا لنتائج أفراد العينة على المحور الأول، استنتجنا ما يلي:

- أنّ جميع الطلبة يملكون حساب فيسبوك و هذا ما بيّنه الجدول رقم 02، و هذا يعود حسب رأي الباحثة إلى الإنتشار الواسع لهذا الموقع الاجتماعي، حيث أصبحت له الأولوية في التصفح خاصة عند الشباب، و هذا ما يساعد سواء على نقل المعلومة الرياضية أو استقبالها.

- كما توصلت الباحثة من خلال الجدول رقم 03 إلى أنّ غالبية الطلبة يملكون حساب فايسبوك لأكثر من عامين، هذا يعود إلى أنّه مرّ وقت طويل من بداية انتشار هذا الموقع للتواصل الاجتماعي، كما أنّ إمتلاك الطلبة لحساب فيسبوك لمدة طويلة يكسبهم خبرة و معرفة في تصفح هذا الموقع و هذا ما يساعد على نشر و تلقي المعلومة الرياضية بسرعة.

- و الباحثة من خلال الجدول رقم 04 توصلت إلى أنّ معظم الطلبة الجامعيين يستعملون الفيسبوك لدرجة كبيرة في منازلهم، و هذا راجع إلى أنّ الفيسبوك أو مواقع التواصل الإجتماعي بجملة احتلت جميع الآفاق و هذا راجع لتسهيل نقل المعلومة بين الجماهير و تطوير سرعتها.
- أمّا في الجدول رقم 05 فقد بيّنت الباحثة من خلاله أنّ الطلبة يتواصلون عبر الفيسبوك بدرجة كبيرة مع أصدقائهم باعتبار أنّ إستقبال المعلومة الرياضي في ربيع المعهد تكون بين الأصدقاء في الدراسة (داخل المعهد) لتلبية حاجاتهم العلمية الرياضية (استقبال المعلومة الرياضية و نشرها) بسرعة.
- الطلبة يستخدمون الفيسبوك في أغراض علمية أي في إطار البحث العلمي، و هذا ما يؤكده الجدول رقم 06 ، و يرجع سبب استعماله في أغراض بحثية علمية من معظم الطلبة هو السرعة في تلقي المعلومات الرياضية في إطار البحوث العلمية.
- الطلبة يقومون بنشر و إيصال المعلومات الرياضية بفرية و آنية عبر الفيسبوك و هذا ما هو بارز في الجدول رقم 11، و يرجع ذلك لإعتبار أنّ مواقع التواصل الإجتماعي (الفيسبوك) تعمل على تحقيق آنية نقل المعلومة الرياضية.
- الطلبة يستعملون حسابهم تويتر في المنزل بدرجة أكبر، و هو ما يوضحه الجدول رقم 10، هذا عائد لكون مواقع التواصل الإجتماعي (تويتر) دخلت كل الافاق ما يؤكده قيمتها المعرفية و العلمية في آنية نقل المعلومة الرياضية.
- نقل المعلومة الرياضية عبر التويتر يحقق نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة بسرعة ، و هذا ما بيّنه الجدول رقم 16، يرجع هذا لمساهمة مواقع التواصل الإجتماعي (تويتر) في سرعة نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة في الجامعة.
- تحقق لجميع الطلبة فعلاً نقل المعلومة الرياضية عبر تويتر بين الطلبة الجامعيين بسرعة، هذا حسب الجدول رقم 17 ، و يؤكده أتمواق التواصل الإجتماعي (تويتر) يحقق فورية نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.
- ومن خلال ماسبق، و من خلال قيم كاف تربيع (كا²) التي تحققت في 10 أسئلة من أصل 20 سؤال، نستنتج أنّ الفرضية الأولى محققة.

مناقشة الفرضية الثانية في ضوء نتائج الدراسة:

في الفرضية الثانية افترضت الباحثة أنّ لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين، و بعد تحليلنا لنتائج أفراد العينة على المحور الثاني، إستنتجنا ما يلي:

- المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي فيسبوك و تويتر تصل كما هي، و هذا ما هو مؤكّد في الجدول رقم 15، باعتبار أنّ الفيسبوك و تويتر مواقع تواصل إجتماعي أي وسائط من اوجه تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ترجع هذه النتيجة لكون تكنولوجيا الإعلام و الاتصال توصل المعلومة الرياضية دقيقة كما هي.

- موقعي التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر يظهران حقيقة الحدث الرياضي كاملة أي بجذافه ، هذا ما وضحه الجدول رقم 18، يعبر عن كون المعلومات الرياضية المنقولة عبر آليات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال صحيحة نقية ، غير مفبركة.

من خلال ما سبق، و من خلال قيم كاف تربيع (كا²) التي تحقق منها سؤالين من أصل 5 أسئلة، نستنتج أنّ الفرضية الثانية لم تتحقق.

مناقشة الفرضية الثالثة في ضوء نتائج الدراسة:

في الفرضية الثالثة افترضت الباحثة أنّ لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بصورة موضوعية بين الطلبة الجامعيين، و بعد تحليلنا لنتائج أفراد العينة على المحور الثالث، إستنتجنا ما يلي:

- الطلبة يطلعون على موقع التواصل الاجتماعي الخاص بالمعهد، هذا ما بيّنه الجدول رقم 20، إذ أنّ مواقع التواصل الاجتماعي وصلت إلى درجة الخصوصية فأنشأت مواقع داخلية تنقل الأخبار الرياضية و المعلومات العلمية في المجال الرياضي بين الطلبة ما يحقق الموضوعية.

- المعلومة الرياضية التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر أحيانا ما تكون صادقة، و هذا ما يوضحه الجدول رقم 22، هذا يعود حسب رأي الباحثة لكون تكنولوجيا الإعلام و الاتصال أ بالأحرى مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك و تويتر) فيها مواقع تعتبر تابعة لخط سياسة مؤسسة إعلامية مثلا لكل قناة أو برنامج رياضي صفحة إلكترونية هذا ما يجعل بعض مواقع أو الصفحات صادقة في نقل المعلومة الرياضية.

- الطلبة لا يثقون في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هذا ما هو مبين في الجدول رقم 23، باعتبار أنّ هناك صفحات وهمية افتراضية تعمل من أجل الربح المادي فقط، و ليس لها دافع علمي، كالمواقع أو الصفحات الرياضية التي تنقل المعلومات الرياضية الكاذبة من اجل السبق في نقل الأخبار الرياضية و تصعيد نسبة المشاهدة .

- مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك و تويتر) لا تعمل و لا تحترم موثيق و أخلاقيات المهنة في نقل المعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة، هذا ما أبرزه الجدول رقم 25، باعتبار أنّه توجد مواقع تابعة لمؤسسات إعلامية تعمل بالميثاق و الأخلاقيات المهنية لنقل المعلومة، بينما أثرت المواقع و الصفحات الأخرى (الوهمية) في مصداقية المعلومة الرياضية المنقولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- من خلال ما سبق، و من خلال قيم كاف تربيع (كا²) التي تحققت 4 أسئلة من أصل 8 أسئلة نستنتج أنّ الفرضية محققة.

الفصل الخامس:

الاقتراحات والتوصيات

- استنتاجات عامة
- اقتراحات
- آفاق مستقبلية
- المراجع المعتمدة في الدراسة
- الملاحق
- ملخص الدراسة

➤ استنتاجات عامة:

من خلال ما سبق ومن خلال عرضنا لنتائج الدراسة المتوصل إليها التي كانت حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال و دورها في نقل المعلومة بين الطلبة الجامعيين ، نقول أن تكنولوجيا الإعلام و الاتصال داخل المعاهد والكليات التربوية فعالة و مساهمة بدرجة كبيرة في نشر و إيصال المعلومة الرياضية ، حيث تلعب هذه المعلومة دورا فعالا في الرفع من المستوى البحثي بين الطلبة في الجامعات، وإضافة إلى ذلك يساعد على توفير أساس البحث، وذلك يظهر جليا من الاستجابة الذي أبداها طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة، من خلال الإجابات التي تحصلنا عليها في الدراسة وقد توصلنا في دراستنا إلى عدة نتائج نذكر منها :

- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال معمول بها في الجامعات.
- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تساهم في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين و خاصة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.
- امتلاك معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية لموقع خاص و ناجح من ناحية تطلع الطلبة المنخرطين تحت رايته يدل على أن لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال أة بأدق التفصيلات مواقع التواصل الإجتماعي (فيسبوك و تويتر) وزن عند الطلبة الجامعيين.
- كثرة اطلاع الطلبة الجامعيين على المواقع الخاصة بالكليات، مساعدتهم على التحصيل العلمي.
- لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال أو مواقع التواصل الإجتماعي دور فعال و مساهمة كبيرة في خدمة التعليم العالي.

➤ التوصيات:

مما سبق وإعتقادا على الدراسة التي قمنا بها بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة نستطيع أن نعرض الإقتراحات والتوصيات التالية :

- العمل على تفعيل أمن الشبكات و المواقع ، و تطوير تقنية حفظ المعلومات الرياضية على مستوى الجامعات.
- على الطلبة الجامعيين و العمال بالقطاع البحث العلمي مسايرة التطور التكنولوجي للشبكات للعمل على إنجاح نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة في الجامعات.
- ضرورة عمل الجامعات على تطوير نظم الإتصال، من خلال الاستغلال الأمثل لتطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.
- العمل على إعتقاد إستراتيجية اتصالات ذات كفاءة عالية مع إعطاء الأولوية للكم و النوع، و الحرص على استخدام التطبيقات المتقدمة للشبكات.

➤ آفاق مستقبلية:

- إجراء المزيد من البحوث و الدراسات الميدانية للتعرف على قيمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بالنسبة للطلبة الجامعيين.
- إجراء مزيد من البحوث و الدراسات العلمية للتعلمق في موضوع دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في نقل المعلومة في المجال الرياضي بالنسبة للطلبة في الجامعات .
- نسعى من خلال بحثنا هذا للوصول إلى ان يكون عملنا هذا مصدرا لبحوث أخرى.
- نسعى من خلال هذا الزاد العلمي ان يكون عملنا دراسة سابقة لبحوث مستقبلية.
- إعتماذ هذا العمل العلمي كمرجع.
- إتخاذ البحث كدراسة جدية لإيجاد مزيد من التطورات تكنولوجية لعملية نقل المعلومة الرياضية .
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات الميدانية للتعرف على إسهام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة في الجامعات.
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات الميدانية للتعرف على قيمة المعلومة الرياضية التي تنقل عبر مواقع التواصل الإجتماعي بين الطلبة الجامعيين.
- إجراء أبحاث ميدانية للتعرف على بعض معيقات تحقيق عملية نقل المعلومات الرياضية في الجامعات الجزائرية بين الطلبة .
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات الميدانية للتعرف على الأساليب الصحيحة التي تحقق نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

❖ قائمة المراجع المعتمدة في الدراسة:

➤ المصادر:

-القرآن الكريم.

➤ الكتب باللغة العربية:

1. ابراهيم الأحرس، الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لثورة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، ط1، ايتراك للطباعة و النشر ن القاهرة، 2008.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
3. انطوان ايريس، شبكات الإعلام، ط1، عويدات للنشر و الطباعة، بيروت، 2001.
4. ربحي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباسي، الاتصال و العلاقات العامة، ط1، دار صفاء، عمان، الأردن، 2005.
5. الشافعي منصور، مملكة العلم و التكنولوجيا، ايتراك للنشر، مصر، 2000.
6. عادل فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايسبوك، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع، 2011.
7. عامر ابراهيم قنديجلي و إيمان فاضل السمرائي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، ط1، الوراق، الأردن، 2002.
8. عبد العالي رزاق، ما لا يقال، ط1، دار الأمة، الجزائر، 2011.
9. عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، جامعة الشرق الاوسط، 2012.
10. فؤاد شعبان و عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2011.
11. محمد الصيرفي، غدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009.
12. محمد صالح الحناوي و آخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2004.
13. محمد صالح الحناوي و آخرون، نظم و تكنولوجيا المعلومات في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، مصر، 2004.
14. محمد لعقاب، الأنترنت و عصر ثورة المعلومات، دار همومه، الجزائر، 1999.

15. محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات و شبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001.

16. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، ط1، دار شمس النهضة، السودان، 2010.

17. وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012.

➤ المجالات و الدوريات:

18. محمد محمد الهادي، نحو توظيف تكنولوجيا المعلومات لتطوير التعليم في مصر، أبحاث المؤتمر العلمي لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحسابات (15 ديسمبر)، المكتبة- الأكاديمية، القاهرة، مصر، 1994.

19. نوف بنت مبارك عبد الله، الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقالات علمية، مركز التميز لأمن المعلومات، 2010.

20. هشام بن عبد الله عباس، المكتبات في عصر الأنترنت تحديات و مواجهات، مجلة العربية 3000، العدد الثاني، 2001.

➤ الرسائل و الأطروحات:

21. أمينة عادل، سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال، الشبكات الاجتماعية و تأثيرها في الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة لتواجد و الاستخدام لموقع الفايسبوك، حلوان، 2011.

22. إيمان بخوش و مرزوقي حسام الدين، الويب 0.2 (الشبكات الإجتماعية و الإعلام الجديد)، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009.

23. باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.

24. بلغار عادل و آخرون، الإعلام الجديد و التواصل الإجتماعي، دراسة في الاستخدامات التواصلية والاشباع المعرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة اليسانس فس علوم الإعلام و الاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2010-2011.

25. صورية وهلة و صهيب عيسي، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج ماستر، جامعة المسيلة، 2011/2012.

26. مراد رايس، تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2005/2006.

27. محمد المنصور، تأثير التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي، رسالة ماجستير الأكاديمية العربي في الدنمارك، 2012.

28. محمد يدو، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و دورها في تحديث الخدمة المصرفية -دراسة حالة-، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2007.

29. مهدي سامية، موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، دراسة وصفية تحليلية في عادات و انماط و اشباعات الاستخدام، مذكرة لنيل شهادة ماستر إعلام و اتصال رياضي، تخصص دراسة جمهور، جامعة المسيلة، 2011-2012.

30. يحيى دريس، دور إقامة نظام وطني للمعلومات الإقتصادية في دعم متخذي القرار - حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص استراتيجية السوق في ظل اقتصاد تنافسي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006/2005.

➤ الكتب باللغة الاجنبية:

31. Michel paquin. Gestion des technologies de l'information, (les editions agence d'arc, sans place, Canada, 1990).

32. Roger carter, information technology, (MADE simple books, without place, London, 1991).

➤ المواقع الالكترونية:

33. <http://www.qfinance.com/dictionary/communication>

موقع الدليل QFINANCE (05/06/2011)

34- istaps@univ-msila.dz

35- <http://www.startimes.com/F.aspx?t=16897949>. 09/03/2011.

17.30.

36. د. محمد هناد، ماذا بعد الثورات؟، مؤسسة الاهرام، 2010 متاح على:

- <http://digital.ahram.org.eg/policy.aspx?serial=639920>.

37. محمود خليفة، دور تكنولوجيا المعلومات في هزيمة النظم العربية المستبدة، ماجستير في علوم المعلومات، جامعة القاهرة، متاح على:

- moud@cybrarians.org

➤ المعاجم:

31. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلامية إنجليزي- فرنسي- عربي، ط2، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1994.

32. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989.

33. مجمع اللغة العربية، قاموس الوسيط، ط4، القاهرة، 2004.

34. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2004.

35. منجد الطالب، دار الشرق، بيروت، 1977.

ملحق رقم (01)
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة المسيلة
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية
قسم اعلام و إتصال رياضي

إستبانة للتحكيم من أجل نيل شهادة ماستر في الإعلام و الاتصال الرياضي

أساتذتنا الكرام أضع بين أيديكم هذه الإستبانة التي تهدف الى معرفة " دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين " ونأمل منكم تقويم هذه الأداة وتعديل مايجب تعديله من خلال الحكم على:

1. مدى وضوح الفقرات من حيث الصياغة اللغوية.

2. مدى ملائمة عدد الفقرات لكل بعد.

وإليكم هذه المعلومات الخاصة بالأداة.

التساؤل العام:

هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين؟

التساؤلات الجزئية:

- هل لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بسرعة بين الطلبة الجامعيين؟
- هل لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين؟
- هل لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال دور في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين؟

السنة الجامعية: 2015-2016

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة المسيلة
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
إدارة وتنظيم رياضي

إستمارة إستبيان

سيدي المحترم:

السلام عليكم ورحمة الله تعالى و بركاته

أضع بين يدي سيادتكم أنتم طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية إستبانة والتي تخص البحث الذي أقوم بإعداده تحت عنوان : " دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين " وذلك إستكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستير في التخصص المذكور أعلاه.

وإشرفني أن أتقدم لكم برجائي بتكرمكم وقراءة كل عبارة من عبارات الإستبانة، وأمل منكم التفضل علي بجزء من وقتكم وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تمثل وجهة نظركم وما يتفق ومرئياتكم، مع العلم بأنه سوف يتم التعامل مع الإجابة بمنتهى السرية.

"شاكراً ومقدرة لكم حسن تعاونكم"

الباحثة:

معيروش سمية

الأسئلة :

البيانات الشخصية:

- الجنس:

أنثى

ذكر

- المستوى التعليمي:

تكوين قاعدي

سنة ثانية

سنة ثالثة

سنة أولى ماستر

سنة ثانية ماستر

❖ المحور الأول: دور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في سرعة نقل المعلومة

الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

1- هل لديك حساب فيسبوك؟

نعملا

إذا كانت إجابتك بنعم، منذ متى و أنت مشترك في تلك الشبكة؟

أقل من عامين

أكثر من عامين

2- اين تقوم باستخدام الفيسبوك؟

المنزل

مكان الدراسة

مقهى الانترنت

أماكن اخرى

3- مع من تتواصل عبر حسابك فيسبوك؟

أصدقاء

أقارب

زملاء الدراسة

أساتذة المعهد

4- هل تستخدم الفيسبوك في أغراض تعليمية أي في إطار بحثي؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم، لأي غرض تعتمد عليه:

- الحصول على المعلومات و الأخبار الرياضية

- نشر المعلومات و الأخبار الرياضية

- التواصل مع الطلبة في المعهد

- أغراض أخرى

إذا كانت الإجابة "أغراض أخرى" أذكرها:

.....
.....

5- هل نقل المعلومة الرياضية عبر الفيسبوك يمكن من وصولها بسرعة؟

لا

نعم

6- هل سبق لك و أن نشرت معلومة رياضية أو حاولت إيصالها عبر الفيسبوك و

تحققت الظرفية (الفورية، الآنية)؟

لا

نعم

7- هل لديك حساب تويتر؟

لا

نعم

- إذا كانت العجاجة بنعم ، منذ متى و أنت تستخدمه؟

أقل من عامين

أكثر من عامين

8- أين تقوم باستخدام حسابك تويتر؟

في المنزل

في الجامعة

في مقهى الانترنت

في اماكن أخرى

9- في أي غرض تستخدم حسابك تويتر؟

التمكن من اكتساب معلومات رياضية

إيصال معلومات رياضية و نقلها للأصدقاء

التواصل مع الأساتذة في المعهد

أغراض أخرى

إذا كانت إجابتك "أغراض أخرى" أذكرها:

.....
.....

10- هل نقل المعلومة عبر التويتر يحقق نقل المعلومة الرياضية بسرعة؟

نعم لا

11- هلنقل المعلومة الرياضية عبر التويتر يحقق نقل المعلومة الرياضية بين طلبة المعهد بسرعة؟

نعم لا

12- هل سبق و تحقق لك هذا باستخدام حسابك تويتر؟

نعم لا

❖ المحور الثاني: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين.

13- هل تعتمد دائما على الفيسبوك و التويتر في الحصول على المعلومات الرياضية؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، هل تثق بالمعلومة الرياضية من هاذين الموقعين؟

نعم لا

14- هل تصل المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي تويتر و فيسبوك كماهي؟

نعملا

إذا كانت الإجابة بنعم، أين تظهر دقة المعلومة الرياضية المنقولة عبر الفيسبوك و تويتر؟

- مواكبة الخبر الرياضي المنقول للحدث
- كثرة الإطلاع عليها
- استفادتك من هذه المعلومة الرياضية المنقولة
- أسباب أخرى

15- هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر أكثر دقة في نقل المعلومة

الرياضية من الوسائط الأخرى؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، اذكر أبرز الأسباب التي جعلتها تحمل صفة الدقة في نقل المعلومة الرياضية.

.....
.....
.....

16- هل يظهر الموقعين الفيسبوك و تويتر حقيقة الحدث (الدقة) كاملة؟

نعم لا

❖ المحور الثالث: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين.

17- هل يملك المعهد موقع تواصل اجتماعي داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، هل أنت تطلع على هذا الموقع؟

نعم لا

18- هل ترى في المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي فيسبوك و تويتر تحمل نوعا من

الذاتية؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، فيما تظهر الذاتية في نقل المعلومة الرياضية بيمن الطلبة في الموقعين
فيسبوك و تويتر؟

.....
.....
.....

19- هل المواقع الالكترونية التي تستقي منها معلوماتك الرياضية هي مواقع رسمية؟

نعم لا

20- هل تثق في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

نعم لا

• إذا كان الجواب ب لا فما هي الأسباب في رأيك

.....
.....
.....

21- هل المعلومة الرياضية التي تصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي صادقة ؟

دائما أحيانا أبدا

22- كيف ترى نقل المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

حيادية نوعا ما غير حيادية

23- هل ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل وتحترم موثيق وأخلاقيات المهنة في نقل الأخبار؟

نعم لا

24- كيف تقيم المعلومات الرياضية التي تنقلها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

موضوعية نوعا ما غير موضوعية

25- هل ترى بأن هناك نقائص في نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بموضوعية؟

نعم لا

● إذا كان الجواب بنعم عدّد هذه النقائص

.....

.....

.....

.....

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة المسيلة
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
إعلام و إتصال رياضي

إستمارة إستبيان

سيدي المحترم:

السلام عليكم ورحمة الله تعالى و بركاته

أضع بين يديكم انتم طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية إستبانة والتي تخص البحث الذي أقوم بإعداده تحت عنوان : " دور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين " وذلك إستكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستير في التخصص المذكور أعلاه.

ويشرفني أن أتقدم لكم برجائي بتكرمكم وقراءة كل عبارة من عبارات الإستبانة، وأمل منكم التفضل علي بجزء من وقتكم وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تمثل وجهة نظركم وما يتفق ومرئياتكم، مع العلم بأنه سوف يتم التعامل مع الإجابة بمنتهى السرية.

"شاكرة ومقدرة لكم حسن تعاونكم"

الأسئلة :

البيانات الشخصية:

- الجنس:

ذكر أنثى

❖ المحور الأول: دور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في سرعة نقل المعلومة

الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

1- هل لديك حساب فيسبوك؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم، منذ متى و أنت مشترك في تلك الشبكة؟

أقل من عامين

أكثر من عامين

2- اين تقوم باستخدام الفيسبوك أكثر؟

المنزل

مكان الدراسة

مقهى الانترنت

أماكن اخرى

3- مع من تتواصل عبر حسابك فيسبوك أكثر؟

أصدقاء

أقارب

زملاء الدراسة

أساتذة المعهد

4- هل تستخدم الفيسبوك في أغراض تعليمية أي في إطار بحثي؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم، لأي غرض تعتمد عليه،رتب حسب حسب الأولوية :

- الحصول على المعلومات و الأخبار الرياضية

- نشر المعلومات و الأخبار الرياضية

- التواصل مع الطلبة في المعهد

- أغراض أخرى

5- هل سبق لك و أن نشرت معلومة رياضية أو حاولت إيصالها عبر الفيسبوك و

تحققت الظرفية (الفورية، الآنية)؟

لا

نعم

6- هل لديك حساب تويتر؟

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة بنعم ، منذ متى و أنت تستخدمه؟

أقل من عامين

أكثر من عامين

7- أين تقوم باستخدام حسابك تويتر أكثر؟

في المنزل

في الجامعة

في مقهى الانترنت

في اماكن أخرى

8- في أي غرض تستخدم حسابك تويتر أكثر؟

- التمكن من اكتساب معلومات رياضية

- إيصال معلومات رياضية و نقلها للأصدقاء

- التواصل مع الأساتذة في المعهد

- أغراض أخرى

9- هل نقل المعلومة الرياضية عبر التويتر يحقق نقل المعلومة الرياضية بين طلبة المعهد

بسرعة؟

لا

نعم

10- هل سبق و تحقق لك هذا باستخدام حسابك تويتر؟

لا

نعم

❖ المحور الثاني: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين.

11- هل تعتمد دائما على الفيسبوك و التويتر في الحصول على المعلومات الرياضية؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، هل تثق بالمعلومة الرياضية من هاذين الموقعين؟

نعم لا

12- هل تصل المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي تويتر و فيسبوك كماهي؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، أين تظهر دقة المعلومة الرياضية المنقولة عبر الفيسبوك و تويتر؟

- مواكبة الخبر الرياضي المنقول للحدث

- كثرة الإطلاع عليها

- استفادتك من هذه المعلومة الرياضية المنقولة

- أسباب أخرى

13- هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر أكثر دقة في نقل المعلومة

الرياضية من الوسائط الأخرى؟

نعم لا

14- هل التعليقات الموجهة إليك في حسابك تويتر أو فيسبوك ترى فيها دقة في

المعلومة؟

دائما أحيانا أبدا

15- هل يظهر الموقعين الفيسبوك و تويتر حقيقة الحدث (الدقة) كاملة؟

نعم لا

❖ المحور الثالث: دور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين.

16- هل يملك المعهد موقع تواصل اجتماعي داخلي لنقل المعلومة الرياضية بين الطلبة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، هل أنت تطلع على هذا الموقع؟

نعم لا

17- هل ترى في المعلومة الرياضية المنقولة عبر موقعي فيسبوك و تويتر تحمل نوعا من الذاتية؟

نعم لا

18- هل المعلومة الرياضية التي تصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و تويتر صادقة؟

دائما أحيانا أبدا

19- هل تثق في مصدر المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

20- كيف ترى نقل المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)؟

حيادية نوعا ما غير حيادية

21- هل ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل و تحترم موثيق و أخلاقيات المهنة في نقل الأخبار الرياضية؟

نعم لا

22- هل ترى بأن هناك نقائص في نقل المعلومة الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بموضوعية؟

نعم لا

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



المعهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإدارة والتسيير الرياضي.

مذكرة مكملة لنيل شهادة : الماستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
تخصص : : إعلام و إتصال رياضي

العنوان:

دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة
الجامعيين

دراسة ميدانية بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضي جامعة المسيلة

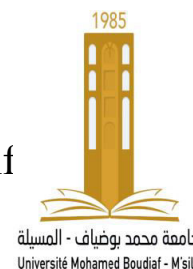
إعداد الطالبة :

معيرش سمية

تاريخ المناقشة : 2016-05-29 .

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

- د. مريشيش خالد مشرفا.
- د. زواوي عبد الوهاب رئيسا.
- د. جلال صلاح الدين عضوا مناقشا
- أ. طش عبد القادر عضوا مناقشا



Faculté /Institut : Science et technique activité physiques et sportif

Département : Media et communication sportive

Mémoire

Présenter pour obtenir du diplôme de MASTER

Spécialité : STAPS

Option : Media et communication sportive. Audio-visuel

SUJET :

La rôle de la technologie de medias et de les communications dans la transmission de l'information sportive entre les étudiants universitaires (étudiants de l'institut STAPS).

Par :

Maireche Soumia

Soutenu publiquement le : 2016-05-29 Devant le jury composé de :

-DR. MERCHICHE KHALED... Rapporteur
- ... DR. ZOUAOUI ABDELWAHAB Président
- ... M. DHALEL SALAH DINNE... Examineur
- ... M TACH ABDELKADER Examineur

Année 2015-2016

ملخص الدراسة

عنوان الدراسة:

دور تكنولوجيا الغلام و الاتصال في نق المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين (طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية).

الهدف من الدراسة :

- الوقوف عند الإستخدامات و الإشباعات المتحققة من إستخدام تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في تبادل المعلومات الرياضية بين الطلبة، و أيضا الوصول إلى نتائج علمية يمكنها أن تخدم العاملين بمجمل البحث العلمي، و كذلك المتخصصين الأكاديميين و الباحثين.

مشكلة الدراسة :

هل لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال دور ساهم في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين؟

فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة :

لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

الفرضيات الجزئية :

- لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بسرعة بين الطلبة الجامعيين.
- لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بدقة بين الطلبة الجامعيين.
- لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال مساهمة في نقل المعلومة الرياضية بموضوعية بين الطلبة الجامعيين.

إجراءات الدراسة الميدانية :

العينة : وتمثلت عينة بحثنا في طلبة من معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وقد بلغ عددهم 31 طالب من سنة ثانية ماستر من طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة.
المجال الزمني والمكاني : لقد تمت المدة الزمنية للجانب التطبيقي حوالي شهر (01) وذلك من نهاية شهر أفريل إلى بداية شهر ماي . حيث قمنا بإختيار طلبة من ماستر 02 من معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة المسيلة.

المنهج و الأدوات المستعملة في الدراسة :

بما أن بحثنا يتعرض لظاهرة تربوية تنموية اجتماعية ، توجب علينا إتباع المنهج الوصفي التحليلي وفيه يقوم الباحث بجمع الحقائق عن الوظائف العقلية وهذا قصد التوصل إلى صورة دقيقة متماسكة عن تلك الظواهر المدروسة. ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات .

إستخلاصات واقتراحات :

انطلاقا من هذه الدراسة يمكننا تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التالية :

- لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال أو مواقع التواصل الإجتماعي دور فعال و مساهمة كبيرة في عملية نقل المعلومة الرياضية بين الطلبة الجامعيين.

- عمل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال (مواقع التواصل الإجتماعي) على خدمة التعليم العالي في المستقبل من خلال العمل على تطوير نظم الاتصال و الاستغلال الامثل لها.