



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية



الرقم التسلسلي: .....

المستوى : السنة الثانية ماستر

الرمز: .....

التخصص : إعلام واتصال رياضي سمعي بصري

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة  
ماستر



تحت إشراف الدكتور :

إعداد الطلاب :

سعيان سعد

ابراهيمى لخضر

بعلي اسماعيل

السنة الجامعية 2022 - 2023



# إهداء و شكر

نحمد الله حمدا كثيرا مباركا طيبا على إتمام هذه المذكرة التي نرجو أن تنال رضاه .

ثم نتوجه بجزيل الشكر و عظيم الامتنان لكل من :

الأولياء الأكارم حفظهم الله الذين كانوا داعمين لنا في مشوارنا الدراسي و كان لهم الفضل بعد الله تعالى ونهدي الشكر إلى كل أقاربنا .

وأهدي شكري الكبير إلى الدكتور سعيدان سعد حفظه الله و أطال في عمره الذي كان لنا سندا و عوننا و صبر معنا حتى إتمامها .

ونشكر كل من الدكاترة بطاط نور الدين، زواوي عبد الوهاب، براهيم عيسى، بلوني

عبدالحليم، لبشيري أحمد، جلال صلاح الدين، عمرو فاتح، بن البار سعيد

أما لا ننسى الأصدقاء المقربون كل باسمه : سقيني حمزة ، عبدالمومن تواتي، نقرش عيسى، بن

صفيه طه ، جناوي عبدالرؤوف، عماري عادل، سويكر عيسى، شياوي مروان، العطوي

عميرة

## قائمة المحتويات :

3.....	إهداء و شكر.....
4.....	قائمة المحتويات :
7.....	قائمة الجداول :
9.....	قائمة الأشكال :
10.....	الملخص بالعربية :
11.....	الملخص بالانجليزية: ABSTRACT.....
13.....	مقدمة :
15.....	الجانب المنهجي.....
16.....	الفصل الأول : الإطار العام للدراسة.....
17.....	1-1 إشكالية الدراسة :
18.....	2-1 فرضيات الدراسة :
18.....	الفرضية العامة :
18.....	الفرضيات الجزئية :
18.....	3-1 أهمية الدراسة :
19.....	4-1 أهداف الدراسة :
20.....	5-1 تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة :
23.....	6-1 الدراسات السابقة والمشابهة :
32.....	7-1 توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية:
32.....	8-1 التعليق على الدراسات السابقة :
34.....	الجانب النظري.....
35.....	الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي.....
36.....	تمهيد :
37.....	1-1 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :
37.....	2-1 تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:
38.....	3-1 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

- 39 ..... 4-1 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:
- 40 ..... 5-1 أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:
- 43 ..... 6-1 دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:
- 44 ..... 7-1 تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي:
- 45 ..... 8-1 مواقع التواصل الاجتماعي في القطاع الرياضي:
- 48 ..... 9-1 مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الشباب :
- 49 ..... خلاصة:
- 50 ..... الفصل الثالث : الرياضة والاحتراف الرياضي
- 51 ..... 1-1 مفهوم الرياضة :
- 51 ..... 2-1 نشأة وتطور الرياضة:
- 53 ..... 3-1 أهداف الرياضة :
- 54 ..... 4-1 أهمية الرياضة:
- 54 ..... 1-2 مفهوم الاحتراف الرياضي:
- 56 ..... 2-2 نشأة الاحتراف الرياضي :
- 57 ..... 3-2 الفرق بين الهواية والاحتراف :
- 58 ..... الجانب التطبيقي
- 59 ..... الفصل الرابع : منهجية الدراسة
- 60 ..... تمهيد :
- 61 ..... 1. الدراسة الاستطلاعية :
- 61 ..... 2. منهج الدراسة :
- 61 ..... 3. متغيرات الدراسة :
- 62 ..... 4. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة :
- 63 ..... 5. مجالات الدراسة :
- 63 ..... 6. أدوات الدراسة :
- 63 ..... 7. الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة :

64	8.	تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية :
65		خلاصة :
66		الفصل الخامس : عرض وتحليل ومناقشة النتائج
86	1.	مناقشة النتائج في ظل الفرضيات :
87	2.	مناقشة الفرضية العامة :
88		الفصل السادس : الاقتراحات والتوصيات
89	1.	استنتاج عام :
89	2.	توصيات :
91		خاتمة :
92		قائمة المصادر والمراجع
93		قائمة المراجع :
96		قائمة الملاحق
105		ملخص الدراسة :

قائمة الجداول :

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
69	1	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(01) للمحور الأول
70	2	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(02) للمحور الأول
71	3	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(03) للمحور الأول
72	4	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(04) للمحور الأول
73	5	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(05) للمحور الأول
74	6	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06) للمحور الأول
75	7	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(01) للمحور الثاني
76	8	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(02) للمحور الثاني
77	9	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(03) للمحور الثاني
78	10	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(04) للمحور الثاني
79	11	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(05) للمحور الثاني
80	12	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06) للمحور الثاني
81	13	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(01) للمحور الثالث
82	14	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(02) للمحور الثالث
83	15	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(03) للمحور الثالث
84	16	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(04) للمحور الثالث
85	17	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(05) للمحور الثالث

86	18	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06) للمحور الثالث
87	19	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(07) للمحور الثالث

قائمة الأشكال :

الصفحة	رقم الشكل	عنوان الشكل
69	01	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(01)المحور(01)
70	02	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(02) لمحور(01)
71	03	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(03)المحور(01)
72	04	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(04)المحور(01)
73	05	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(05)المحور(01)
74	06	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06)المحور(01)
75	07	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(01)المحور(02)
76	08	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(02)المحور(02)
77	09	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(03)المحور(02)
78	10	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(04)المحور(02)
79	11	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(05)المحور(02)
80	12	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06)المحور(02)
81	13	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(01)المحور(03)
82	14	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(02)المحور(03)
83	15	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(03)المحور(03)
84	16	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(04)المحور(03)
85	17	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(05)المحور(03)
86	18	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06)المحور(03)
87	19	التمثيل البياني يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(07)المحور(03)

## الملخص بالعربية :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي ، حيث تم إعداد استبيان مكون من (19) سؤال ، وقد تم الاعتماد على عدة أساليب إحصائية في معالجة البيانات منها التكرارات النسب المئوية المتوسط الحسابي الانحراف المعياري .

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منصة مهمة في العصر الحديث تؤثر بشكل كبير على حياة الرياضيين المحترفين. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجوانب المختلفة للحياة المهنية للرياضيين وتحليل الفوائد والتحديات التي تعترضهم.

مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا حاسمًا في ترويج وزيادة شهرة الرياضيين المحترفين وزيادة جاذبيتهم للجماهير والمعلنين.

يمكن للرياضيين استغلال مواقع التواصل لتوسيع قاعدة معجبيهم والتفاعل معهم مباشرة، مما يعزز العلاقة بينهم.

مواقع التواصل الاجتماعي تقدم فرصًا تسويقية واقتصادية للرياضيين من خلال التعاون مع العلامات التجارية والشركات الراعية.

من الضروري أن يحذر الرياضيون من التأثيرات السلبية للتعليقات والانتقادات على مواقع التواصل الاجتماعي وأن يحترموا قواعد الخصوصية.

التوازن بين النشاط على مواقع التواصل والأداء الرياضي يعتبر أمرًا أساسيًا لضمان استفادة إيجابية من هذه المنصات.

## التوصيات:

تطوير استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي المناسبة لتحقيق أهداف الرياضيين المهنيين.

الحفاظ على السمعة الإيجابية عبر تفعيل سياسات التواصل الجيد والاحترافي على مواقع التواصل.

استغلال الفرص التسويقية عبر التعاون مع العلامات التجارية بعناية والتأكد من أنها تتناسب مع قيم وأهداف الرياضي.

توفير التدريب على الوعي الرقمي للرياضيين لحماية خصوصيتهم وأمانهم على مواقع التواصل.  
دعم الرياضيين في إيجاد التوازن بين حياتهم المهنية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوازن.

### **Abstract: الملخص بالانجليزية**

This study aimed to investigate the impacts of social media on the professional lives of athletes. The researcher employed a descriptive research method, where a questionnaire consisting of 19 questions was prepared. Various statistical methods were utilized in data analysis, including percentages, mean, and standard deviation.

Social media platforms are a significant part of the modern age and have a substantial influence on the professional lives of athletes. This study aims to explore the impact of social media on various aspects of athletes' professional lives and analyze the benefits and challenges they encounter.

Social media platforms play a crucial role in promoting and increasing the fame of professional athletes, making them more appealing to both fans and advertisers.

Athletes can leverage social media to expand their fan base and directly engage with their followers, enhancing their relationship with their audience.

Social media platforms provide marketing and economic opportunities for athletes through collaborations with brands and sponsorships.

Athletes must be cautious of the negative effects of comments and criticisms on social media and should respect privacy rules.

Maintaining a balance between social media activity and athletic performance is essential to ensure positive outcomes from these platforms.

#### **Recommendations:**

Develop an appropriate social media strategy tailored to achieve the professional goals of athletes.

Maintain a positive reputation by practicing good and professional communication on social media platforms.

Carefully explore marketing opportunities through partnerships with brands, ensuring alignment with the athletes' values and goals.

Provide digital literacy training to athletes to protect their privacy and security on social media.

Support athletes in finding a balance between their professional lives and social media use.

## مقدمة :

تُعتبر شبكات التواصل الاجتماعي تطورًا طبيعيًا لشبكة الإنترنت . في البداية اعتمدت الإنترنت على العلاقات الفردية بين الأفراد من خلال نقل الملفات وتبادل البيانات وغيرها من الأنشطة. ولكن مع تقدم التكنولوجيا، تطورت الشبكة بحيث أصبحت العلاقة ثنائية ، مما يتيح للأفراد التفاعل مع الشبكة بشكل أفضل. ونتيجة لهذا التطور، ظهرت ظاهرة المشاركة الاجتماعية الإلكترونية ، حيث يمكن خلق حياة اجتماعية افتراضية كاملة من خلال الإنترنت. وهكذا، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي بيئة للاتصال والتفاعل، وشبكة للتواصل المتعدد الاتجاهات تشهد تدفقًا عالميًا للمعلومات بسرعة وفعالية. وهذا جعلها مصدرًا قيمًا لوسائل الإعلام العالمية. ويجب أن نلاحظ كيف تساهم هذه الشبكات اليوم في تزويد المؤسسات الإعلامية العالمية بالمحتوى والأخبار. وليس فقط ذلك ، بل تلعب أيضًا دورًا مهمًا في تطوير القطاع الرياضي في الجزائر، الذي يعتبر حديثًا نسبيًا في هذا البلد على الرغم من دخوله مجال الاحتراف الرياضي. وعلى الرغم من أن الأندية الجزائرية واجهت تحديات كبيرة خلال الفترة السابقة، إلا أنه من المهم أن نلاحظ أن الاحتراف الرياضي أصبح مطلبًا حيويًا في الوقت الحاضر لضمان نجاح الرياضة على الصعيدين المحلي والعالمي. ومن الضروري أن نفهم كيف يمكن تطبيق هذا النموذج على واقع الرياضة في الجزائر، بما في ذلك الجوانب القانونية والاقتصادية والاجتماعية. ويشكل الجانب الاقتصادي والمالي جزءًا أساسيًا من فلسفة الاحتراف الرياضي. فلا يمكن تحقيق تقدم في أي رياضة أو تطوير أي نادي إذا لم تتوفر القدرة المالية لتحقيق أهدافهم. في هذه الدراسة ، سنركز على دور اللاعبين وكيف يمكن أن تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير القطاع الرياضي في الجزائر. سنبحث في كيفية استخدام الرياضيين هذه المنصات للتواصل مع الجمهور والخبراء في مجال الاحتراف الرياضي .

لقد تم تقسيم الدراسة إلى : الجانب المنهجي و الجانب النظري و الجانب التطبيقي .

فيما يتعلق بالجانب المنهجي : تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار العام للدراسة وفيه الإشكالية ، الفرضيات ، أهداف وأهمية الدراسة ، تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة ، والدراسات السابقة .

أما فيما يتعلق بالجانب النظري ، تم تقسيمه إلى فصلين:

في الفصل الثاني ، تم التركيز على عدة نقاط هامة تخدم الجانب النظري ، حيث تم التعمق في فهم شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها و التركيز على الاستخدامات المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي في العالم الإعلامي والرياضي وتبيان مختلف تأثيراتها .

أما فيما يتعلق بالفصل الثالث ، تم التطرق إلى مفهوم الرياضة و نشأتها وتطورها و أهدافها و أهميتها بالإضافة إلى ذلك ، تمت مناقشة الاحتراف الرياضي ونشأته وتعريفه، والفرق بينه وبين الهواية . وأخيرًا، تمت مراجعة بعض الدراسات السابقة والبحوث المتعلقة بموضوع دراستنا .

أما بالنسبة للجانب التطبيقي ، تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول:

الفصل الرابع تم فيه شرح الخطوات التي سيتم اتخاذها للبحث ، بما في ذلك منهج البحث ومتغيرات البحث والأدوات المستخدمة في البحث ، بالإضافة إلى التحليل الإحصائي وكيفية اختيار العينة.

الفصل الخامس تم فيه تبويب وتحليل البيانات ومناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات البحث .

الفصل السادس تم فيه عرض الاستنتاجات والتوصيات الناتجة عن الدراسة .

وأخيرا تم ذكر المراجع والملاحق .

# الجانب المنهجي

# الفصل الأول :

## الإطار العام للدراسة

## 1-1 إشكالية الدراسة :

أدى ظهور الإنترنت حديثاً إلى التأثير بشكل بالغ و كبير في حياة المجتمعات المعاصرة ، حيث أصبح جزءاً لا يتجزأ من واقعها ، هذا التأثير ساهم في تحول جذري لمختلف جوانب الحياة في وقت قياسي ، محدثاً نقلة معرفية ملحوظة . حيث تميز تطور الشبكة العنكبوتية بتسارع متصاعد على مر السنوات ، و أصبحت وسيلة سريعة وموثوقة لنقل الأحداث العالمية . هذه التقدمات المعلوماتية قد تجسّدت في خدمات متعددة ، ومن أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي . تلك المنصات الرقمية أصبحت أماكن للتفاعل وتبادل الأفكار والمعلومات بين الأفراد . تمكّن هذه المواقع الفرد من بناء شبكات اجتماعية افتراضية والتواصل مع العالم بأسرع وقت ، مما أثرى تجاربهم وأفكارهم بتنوع الثقافات والمعلومات المتاحة ، فمواقع التواصل الاجتماعي تعدّ الأكثر انتشاراً واستخداماً على شبكة الإنترنت بواسطة مجموعة كبيرة من الفئات ، تتميز بسمات وخصائص تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية . لقد أصبحت الاختيار المفضل للجيل الجديد من الشبان ، نظراً لاستمتاعهم بالانفتاح المعرفي والثورة التكنولوجية الهائلة التي يشهدونها ، فهاته المواقع تحظى بشعبية كبيرة لأنها تناسب عالمنا الحالي ، الذي يميل إلى التقنية والتفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت ، فالجيل الجديد يعيش في عصر مليء بالتقنية والمجتمع الافتراضي ، حيث تسيطر هذه المؤسسات على اهتماماتهم وتستحوذ على الكثير من وقتهم . فهي تتيح لهم التعبير عن آرائهم وتبادل أفكارهم بسهولة ويسر . تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المواقع حيث تُعتبر ملاذاً للأشخاص الذين يتطلعون للتواصل مع العالم ومشاركة محتوى متنوع ومتعدد من بينهم الرياضيين ومن هنا وجب علينا طرح إشكالية الدراسة العامة ألا وهي :

هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على الحياة المهنية للرياضيين في الجزائر ؟

التساؤلات الجزئية :

- هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على التدريبات للرياضيين ؟
- هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم ومتابعيهم ؟
- هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على شهرة الرياضيين ؟

## 1-2 فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة :

لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير ايجابي على الحياة المهنية للرياضيين في الجزائر .

الفرضيات الجزئية :

لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على التدريبات للرياضيين

لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم ومتابعيهم

لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على شهرة الرياضيين

## 1-3 أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة في الكشف عن التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على الرياضيين نذكر منها النقاط التالية :

1. **زيادة الوعي** : تساعد هذه الدراسة في زيادة الوعي بشكل عام حول كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرياضيين المحترفين. تساهم في تسليط الضوء على القضايا والتحديات التي يمكن أن تواجه الرياضيين عبر منصات التواصل الاجتماعي.
2. **تحسين الأداء المهني** : تساعد الدراسة في فهم كيف يمكن للرياضيين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي لتعزيز أدائهم المهني وتواصلهم مع الجماهير والمشجعين.
3. **التوعية بالمخاطر** : تشير الدراسة إلى المخاطر المحتملة للرياضيين على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل تأثير الانتقادات السلبية أو التداولات السلبية على الأداء والصحة النفسية.
4. **توجيه السياسات والإجراءات** : يمكن للنتائج والتوصيات التي تأتي من الدراسة أن تساعد الجهات الرياضية والمنظمات في وضع سياسات وإجراءات تحمي حقوق وصحة الرياضيين على منصات التواصل الاجتماعي.
5. **التعلم من الأمثلة الإيجابية** : يمكن أيضًا للدراسة أن تشجع على مشاركة الأمثلة الإيجابية حول كيف يمكن للرياضيين الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي وتحقيق التغييرات الإيجابية.

6. تعزيز البحث : تشجع هذه الدراسة على إجراء المزيد من البحوث والدراسات حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين، مما يسهم في تطوير فهمنا لهذا الموضوع المهم.

#### 1-4 أهداف الدراسة :

لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من هذا البحث ، ينبغي على أي باحث يقوم بالاستقصاء العلمي في أي مجال أن يحدد هدفًا أو مجموعة من الأهداف التي يتطلع لتحقيقها من خلال جهوده البحثية . ونظرًا للأهمية الكبيرة لموضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين ، تمحورت أهداف هاته الدراسة على الأهداف التالية :

1. فهم التأثيرات النفسية والعاطفية :تحديد كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحالة النفسية والعاطفية للرياضيين، بما في ذلك مستويات الضغط والتوتر والثقة بالنفس والتحفيز.
2. تقييم التأثير على الأداء الرياضي :فحص كيف يمكن أن تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الرياضيين في المباريات والبطولات.
3. فحص التفاعل مع الجماهير والمشجعين :دراسة طبيعة التفاعل مع الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على الرياضيين وعلى علاقتهم بالمشجعين.
4. تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي :معرفة كيفية استخدام الرياضيين لوسائل التواصل الاجتماعي وأنماط نشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور.
5. تقديم توصيات للتحسين :استنتاج ما إذا كان هناك أية تأثيرات سلبية أو إيجابية ومن ثم تقديم توصيات حول كيفية تحسين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لصالح الرياضيين.
6. فحص السياق القانوني والأخلاقي : تقييم مدى توافق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للرياضيين مع الأخلاقيات واللوائح الرياضية والقوانين المعمول بها.
7. البحث في تأثيرات الجمهورية : دراسة كيف يمكن للشهرة على مواقع التواصل الاجتماعي أن تؤثر على حياة الرياضيين وسمعتهم العامة.
8. تحليل العوامل الاجتماعية والثقافية :فهم كيفية تأثير عوامل مثل الجنس، والعمر، والثقافة على تجربة الرياضيين مع مواقع التواصل الاجتماعي.

## 5-1 تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة :

نتطرق في دراستنا هذه إلى مجموعة من المفاهيم الأساسية و بعض المفاهيم المساعدة للدراسة و عليه سيتم ذكر أهمها فيما يلي :

### 1-5-1 التأثير:

**لغة:** لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على انه: "التأثير من أثر، ترك علامة في الشيء و منه تأثير العلة في الفراغ أي تخليفها الحكم فيه .

**اصطلاحاً:** التأثير هو القدرة على إحداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة و السلطة الرسمية، وهو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه و يدركها ، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة ، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة ، وقد تجعله يتعرف بطريقة جديدة ،أو يعدل سلوكه السابق ، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام بحدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني .(محمد منير حجاب،2003،ص533)

### 1-5-2 مواقع التواصل الاجتماعي:

#### اصطلاحاً :

تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي حيث تشابهت في بعض الجوانب و اختلفت في بعضها الآخر فهناك عدة تعريفات نذكر منها :

منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ،ومن ثم ربطه عن نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (زاهر راضي ، 2003، ص23)

هي مواقع و خدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع ال تعطيك معلومات فقط ، بل تتزامن و تتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت (علي محمد بن فتح محمد )

جاء في تعريف شبكات التواصل الاجتماعي في قاموس odlsi :

هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء و تنظيم ملفات شخصية كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين .

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 نتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد،جامعة،مدرسة،شركة...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة إخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، كما تتنوع أشكال و أهداف الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام و تكوين الصداقات حول العالم و بعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود و منحصر 2 في مجال معين مثل شبكات المحترفين و شبكات)المصممين (المصورين و مصممي الجرافيكس .(بسمة اللدعة،2011،ص36)

### تعريف إجرائي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات عبر الإنترنت تسمح للأفراد بإنشاء ملفات شخصية أو حسابات على الإنترنت بهدف التواصل والتفاعل مع الآخرين. تسمح هذه المنصات للمستخدمين بالنشر والمشاركة في المحتوى الرقمي مثل الصور والفيديوهات والمقالات والمشاركات النصية. وبصفة عامة، تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من التفاعل والتواصل مع الأصدقاء والعائلة والزملاء والجمهور بشكل عام.

يمكن أن تشمل مواقع التواصل الاجتماعي منصات متعددة ومتنوعة مثل "فيسبوك" و"تويتر" و"إنستغرام" و"سناب شات" و"لينكدان" و"يوتيوب" و"تيك توك" وغيرها. تمكن هذه المنصات المستخدمين من البقاء على اطلاع على أخبار وأحداث العالم، ومشاركة أفكارهم وآرائهم، وبناء شبكات اجتماعية، وترويج الأعمال التجارية، والتفاعل مع المحتوى الإعلامي والترفيهي.

بشكل عام، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً مهماً من حياة الأفراد في العصر الرقمي، حيث تسهم في توفير وسيلة للتواصل والتفاعل على مستوى عالمي وتمكين المستخدمين من مشاركة وتبادل المعلومات والتجارب بشكل فعال وسهل.

### 1-5-3 الحياة المهنية :

هي المجموعة الشاملة من النشاطات والتجارب والتحديات والفرص التي يمر بها الفرد خلال مسيرته المهنية أو مسار عمله. تشمل الحياة المهنية جميع الجوانب المتعلقة بالعمل والمهنة، بدءاً من اختيار المهنة والتعليم والتدريب اللازمين لتطوير المهارات وصولاً إلى تطور الوظائف والمسؤوليات في مكان

العمل وكذلك التواصل مع الزملاء والتفاعل مع البيئة المهنية ، ببساطة الحياة المهنية تعبر عن الرحلة الشخصية التي يخوضها الفرد أثناء تطوير مساره المهني وتحقيق أهدافه المهنية والشخصية..

### 1-5-4 الرياضي :

هو الشخص الذي يمارس الرياضة بانتظام ويشارك في الأنشطة الرياضية سواء لأسباب ترفيهية أو تنافسية. يقوم الرياضي بتدريب جسمه وتطوير مهاراته الرياضية من أجل اللياقة البدنية والصحة العامة. يمكن أن يكون الرياضي هاوياً أو محترفاً في مجال معين من الرياضة.

### 1-5-5 الحياة المهنية للرياضي :

تشير إلى الجانب الاحترافي والمهني في حياة الشخص الذي يمتهن الرياضة كوسيلة للكسب والعيش. تعتمد هذه الحياة على ممارسة الرياضة بشكل دائم ومحترف، سواء كان ذلك في الرياضات الفردية مثل كرة القدم أو التنس أو السباحة، أو الرياضات الجماعية مثل كرة السلة أو الهوكي.

تشمل الحياة المهنية للرياضي عدة جوانب مهمة، بما في ذلك:

التدريب: الرياضيون المحترفون يقضون وقتاً طويلاً في التدريب وتطوير مهاراتهم الرياضية.

المنافسات: يشمل ذلك المشاركة في المباريات والبطولات على مستوى محلي ووطني ودولي.

التغذية واللياقة البدنية: الرياضيين يهتمون بالتغذية السليمة واللياقة البدنية للحفاظ على أداء قمة.

العقود والرعاية: العديد من الرياضيين يوقعون عقوداً مع الأندية الرياضية أو الشركات الراعية لتحقيق دخل مالي من الرياضة.

الإصابات والعلاج: الإصابات هي جزء من حياة الرياضيين، ويحتاجون إلى العلاج والتأهيل عند الحاجة.

التقاعد: في نهاية مسيرتهم الرياضية، يحتاج الرياضيون إلى التفكير في التقاعد والبحث عن مجالات أخرى لكسب العيش بعد اعتزالهم.

## 1-6 الدراسات السابقة والمثابفة :

يلجأ كل باحث قبل أن يمضي قدما في كتابة تقرير البحث إلى مراجعة البحوث والدراسات التي أجريت في المجال الذي ينتمي إلى تخصصه، لعله يجد فيها ما يثير اهتمامه بموضوع ما، أو ما يشجعه على التفكير في مشكلة ما، أو يوجهه إلى اختيار موضوع لإجراء بحث عليه، فالبحوث والدراسات تشكل تراثا مهما ومصدرا غنيا لأن يطلع الباحث عليه قبل بدء البحث.

**1-6-1 الدراسة الأولى :** للباحثة "مريم ناريمان نومار" استخدام مواقع التواصل الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية". و هي رسالة مكملة لنيل شهادة ماجستير .شعبة علوم الإعلام و الاتصال . جامعة الحاج لخضر . باتنة . الجزائر .

وانطلقت الدراسة من إشكالية : "ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ."

والذي بدوره تضمن عدة تساؤلات فرعية كان أهمها:

ما هي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى الجزائريين ؟

ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك ؟

كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام و الاتصال في حياة الأشخاص و أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق هذه الأهداف.

وقد اعتمدت هذه الباحثة على استخدام المنهج المسحي الوصفي ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وهذا على عينة قصدية تتكون من 280 مفردة وكانت النتائج كالتالي

: تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من 3 ساعات في استخدام " الفيسبوك "

يستخدم اغلب أفراد العينة موقع "الفيسبوك" بدافع التواصل مع الأصدقاء والأهل والتتقيف .

وقد بينت النتائج فروق ذات دالة إحصائية بين استخدام الذكور و الإناث مع الموقع . يؤثر استخدام هذا الموقع على الاتصال الشخصي وجها لوجه ، وفي تفاعل المبحوثين مع أسرهم وغياب التفاعل الاجتماعي . من خلال دراستنا التي قمنا بها و هذه الدراسة التي اعتمدنا عليها في الدراسات السابقة لاحظنا عدم وجود فرق كبير بينما.حيث أن هذه الدراسة تناولت استخدام الشبكات الاجتماعية و أثرها على العالقات

الاجتماعية، و دراستنا حول اثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري . مع اختلاف في تطبيق النظرية، والاعتماد على نفس الأداة لجمع المعلومات. ومن حيث المعلومات فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا من حيث المعلومات حيث تطرقت إلى مختلف الجوانب.

**1-6-2 الدراسة الثانية :** هي دراسة من إعداد الطالب "وليد يوسف" ، لنيل شهادة الماستر بفرع الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة ، كانت بعنوان : "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية

إشكالية الدراسة : ما هو حجم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في جمع ومعالجة وتوصيل المحتوى الصحفي بالنسبة للمراسل الصحفي ؟

التساؤلات الفرعية :

ماذا نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي ؟

هل يستخدم المراسل الصحفي شبكات التواصل الاجتماعي ؟

هل يعتبر المراسل الصحفي شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والإخبار ؟

أهداف الدراسة :

الوصول إلى تحديد ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

بيان أهمية التواصل الاجتماعي وعلاقته بالممارسة الصحفية والمراسل الصحفي .

التعرف على مصادر الحصول على الخبر الصحفي التي تحصل من خلال الصحيفة الخبر الصحفي .

إبراز أهم الإضافات التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كإعلام جديد .

أهمية الدراسة :

اعتباره كإعلام بديل أو جديد كمصدر للمعلومة بالنسبة للمراسل الصحفي

سهولة الحصول على المعلومة من خلال هذا النوع من المواقع .

تميزه بالآنية والكونية الذي يطبع الإعلام اليوم .

المنهج المتبع في الدراسة : منهج المسح الشامل.

مجتمع البحث : هو مجموعة من الجرائد الوطنية اليومية بولاية المسيلة.

عينة الدراسة : هي عينة قصديه تم اختيار هذه العينة من ولاية المسيلة وهذا للتحكم في الدراسة ولقربها من مكان الاستطلاع وهي ممثلة في عدد من المرسلين الصحفيين للجزائر الوطنية .

أدوات الدراسة : استمارة الاستبيان .

نتائج الدراسة : غالبية المرسلين الصحفيين الذين يقبلون على شبكات التواصل يستخدمون الشبكات الاجتماعية من فيسبوك ثم يوتيوب وتويتر ، ويعود مصدر استخدام الفيسبوك لدى المرسلين إلى عدة أسباب من بينها التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع وأيضا إلى الشهرة التي يتمتع بها هذا الأخير نظرا لان الجمهور فيه أكثر تواجدا وتواجدا على صفحاته في الآونة الأخيرة أصبح يعج بالأخبار الحصرية ثم تليه اليوتيوب والتويتر .

رأي غالبية المرسلين الصحفيين يشري إلى أن الحرية التي دعمتها شبكات التواصل الاجتماعي نعمة على الممارسة المهنية .

يعتبر الصحفي الجزائري شبكات التواصل مصدرا غري موثوق لتداول الأخبار وذلك لان كل واحد يكتب ما يريد دون مراقبة ، وكذا صعوبة معرفة مصدر الخبر وصحته

شبكات التواصل الاجتماعي دعمت حرية الوصول إلى مصدر الخبر وهذا لان أغلبية المرسلين الجزائريين يرون أنها يجب أن تكون واحدة من كل هذه الأساليب التي يستعملها الصحفي .

**1-6-3 الدراسة الثالثة : دراسة نجوى مشيرح (2017,2018)**، تحت عنوان اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل.

- هدف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- إجراءات الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي على عينة مكونة من 80 طالب جامعي وبالضبط طلبة علم النفس وطلبة علوم التربية بجامعة الصديق بن يحيى بجيجل تم إعداد استبيان مكون من (24) سؤال، وقد تم الاعتماد على عدت أساليب إحصائية في معالجة البيانات منها التكرارات النسب المئوية المتوسط الحسابي الانحراف المعياري.

- نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى:

سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل اتجاها إيجابيا .  
سهولة بناء علاقات اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي شكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا.

**1-6-4 الدراسة الرابعة : دراسة لزرق هشام (2017) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي لدى اللاعبين في الجزائر.**

التساؤلات الفرعية:

هل مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في نشر ثقافة الاحتراف وتعزيزها في صفوف اللاعبين؟

هل مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في توعية الرياضيين بقوانين وقواعد الاحتراف؟

هل مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في تحسين التواصل بين الرياضيين والجمهور؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر .

الفرضيات الجزئية :

مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في نشر ثقافة الاحتراف وتعزيزها في صفوف اللاعبين

مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في توعية الرياضيين بقوانين وقواعد الاحتراف .

مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في تحسين التواصل بين الرياضيين والجمهور

**أهداف الدراسة:** يمكن تلخيصها في النقاط التالية

معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر.

معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الاحتراف وتعزيزها في صفوف اللاعبين.

معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرياضيين بقوانين وقواعد الاحتراف.

معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل بين الرياضيين والجمهور.

إجراءات الدراسة الميدانية:

منهج الدراسة: مسحي تحليلي.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة من الرياضيين في ولاية سطيف بعددهم 23.

أدوات البحث: تضمنت استبيانات قسمت على عدة أقسام.

النتائج المتوصل إليها:

أظهرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي وتعزيز ثقافة الاحتراف بين الرياضيين.

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرياضيين بقوانين وقواعد الاحتراف وتحسين التواصل بينهم وبين الجماهير.

توصيات واقتراحات:

يجب تخصيص فعاليات تروج لدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الاحتراف وتعزيزها.

ينبغي تعزيز مشاركة اللاعبين في تحسين منظومة الاحتراف وتطويرها من خلال مشاركتهم في نشر المعلومات والتواصل مع الجماهير.

يجب التركيز على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل وتشجيع النقاش حول موضوعات الرياضة والاحتراف.

مشكلة الدراسة: هل مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر؟

1-6-5 الدراسة الخامسة : لطلبة ضرار براكني و محمد رضاني (2019) تحت عنوان تأثير مواقع

التواصل الاجتماعي على الوعي الرياضي للشباب مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة العربي التبيسي بتبسة

الإشكالية : كيف يمكن بناء الوعي الرياضي لدى الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

## التساؤلات الفرعية :

ما مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية من طرف فئة الشباب والطلبة الجامعيين؟

إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وعي رياضي يجابه ظاهرة التعصب الرياضي؟ هل تسمح الصفحات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي في زرع قيم التسامح الرياضي وبناء الوعي لدى فئة الشباب الجامعي؟

## فرضيات الدراسة :

الفرضية المركزية : تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل والحد من ظاهرة التعصب الرياضي في الوسط الجامعي عبر بناء الوعي الرياضي من خلال نشر الثقافة وتوجيه السلوكيات.

## الفرضيات الفرعية:

أصبح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية أكثر رواجاً وذلك من خلال الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي.

يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي في تكوين رأي عام رياضي متزن تكون نتائجه أفعال وسلوكيات إيجابية.

تسهم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دورها في التوعية والتثقيف الرياضي في بناء وعي رياضي ينبذ التعصب.

## أهداف الدراسة:

-الكشف عن عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

-التعرف على الإشباع التي يحققها الطلبة من خلال استخدام مضامين وسائل الإعلام الرياضي الجديد من خلال صفحات الفايسبوك في مجال البحث عن المعلومة الرياضية .

-التعرف على ما إذا كان الإعلام الرياضي الإلكتروني عبر مواقع التواصل يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية النابذة للعنف أم لا.

## أهمية الدراسة :

-يمكن للمضامين الرياضية الالكترونية أن تحقق الكثير من مهام الإعلام والتي تكمن في الأخبار والتفسير و التنشئة الاجتماعية والتوجيه والترفيه.

-الحاجة إلى مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية هامة تساهم في تحقيق الكثير من أهداف الرياضة سواء كانت جسمانية أو اجتماعية أو معرفية لأنها تعد من أكثر وسائل الاتصال الحديثة استخداما و رواجاً .

-تطوير سلوكيات المجتمع من حيث توفير و نقل المعرفة و المعلومات الرياضية و استخدامها.

**1-6-6 الدراسة السادسة :** للطالب مرزاقه بلبالة (2019) تحت عنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة محمد خيضر بسكرة .

**الإشكالية :** ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

## التساؤلات الفرعية :

ما هي عادات و أنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

فيما تتمثل التأثيرات السلبية المعرفية الوجدانية و السلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

ما الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية و السلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين؟

## فرضيات الدراسة :

الفرضية المركزية : تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل والحد من ظاهرة التعصب الرياضي في الوسط الجامعي عبر بناء الوعي الرياضي من خلال نشر الثقافة وتوجيه السلوكيات.

الفرضيات الفرعية:

أصبح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحصول على المعلومة الرياضية أكثر رواجاً وذلك من خلال الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي.

يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي في تكوين رأي عام رياضي متزن تكون نتائجه أفعال وسلوكيات إيجابية.

تسهم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دورها في التوعية والتثقيف الرياضي في بناء وعي رياضي ينبذ التعصب.

#### أهداف الدراسة:

-الكشف عن عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

-التعرف على الإشباع التي يحققها الطلبة من خلال استخدام مضامين وسائل الإعلام الرياضي الجديد من خلال صفحات الفيسبوك في مجال البحث عن المعلومة الرياضية .

-التعرف على ما إذا كان الإعلام الرياضي الإلكتروني عبر مواقع التواصل يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية النابذة للعنف أم لا.

#### أهمية الدراسة :

التعرف على عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي .

معرفة التأثير السلبي المعرفي والوجداني و السلوكي الذي يحدث على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تحديد الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية و السلوكية التي تنجر من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

معرفة اختلافات القيم من شخص إلى آخر بالنسبة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي .

## أهم النتائج المتحصل عليها:

يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات، ويميلون إلى استخدام أسماء مستعارة، ويفضل معظمهم موقع الفيس بوك ثم تطبيق الانستغرام .

أضعفت مواقع التواصل الاجتماعي علاقات الطلبة الاجتماعية، خاصة علاقاتهم الأسرية منها .

تراجعت قيمة صلة الرحم عند أغلب أفراد العينة بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ولكن نجد أن متغير التخصص لا يؤثر على تراجع القيم الاجتماعية ، بينما مكان الإقامة يؤثر على تراجعها خاصة ما تعلق بصلة الرحم عند سكان المدينة و المراكز الحضرية مقارنة بالريف .

أغلب المبحوثين يقللون من زيارتهم لأقاربهم بسبب استغراقهم وقتا طويلا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ومنهم من جعلتهم يقللون من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم.

ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين في فهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي ومنهم من ساعدتهم على فهم واستيعاب قيمة الترابط الأسري.

أضافت مواقع التواصل الاجتماعي للإناث الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع، و القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين. وتزداد هذه النتيجة عند طلبة الإعلام و الاتصال وسكان المدينة والمراكز الحضرية .

عززت مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة قيمتي التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي، والمنفعة المتبادلة.

## 1-7 توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية:

بفضل الاطلاع على الدراسات السابقة، لقد تمكنا من:

اختيار المنهج الوصفي.

اختيار الطرق الإحصائية المناسبة.

اختيار أدوات البحث.

هذه الدراسات تركزت على دور واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات والأخبار الرياضية، وكيفية تناول العالم الرياضي لنظام الاحتراف. وتركز معظم الدراسات أيضاً على دور شبكات التواصل الاجتماعي من مختلف النواح. وقامت الدراسات السابقة بتحديد أهداف الاستمارة وتصحيحها بشكل يخدم أهداف البحث. بالإضافة إلى ذلك، ساعدتنا هذه الدراسات في التعرف أكثر التأثيرات التي يمكن أن تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين .

## 1-8 التعليق على الدراسات السابقة :

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة التي تناولت متغير مواقع التواصل الاجتماعي اتضح لنا أن هذه الدراسات تفاوتت فيما بينها في كيفية تناوله وذلك لاختلاف المؤشرات التي تم التطرق إليها فإجمالاً يمكن أن نقول أن الدراسات تناولت المتغير المستقل وهو مواقع التواصل الاجتماعي كما كان في دراسة دراسة نجوى مشيرح (2017,2018)، تحت عنوان اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل وكانت تهدف الدراسة إلى معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ودراسة للطلاب مرزاق بلبال (2019) تحت عنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة محمد خيضر بسكرة . والتي هدفت إلى كشف التأثير السلبي المعرفي والوجداني و السلوكي الذي يحدث على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية و السلوكية التي تتجر من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

ودراسة مشابهة لهما كدراسة للطلبة ضرار براكني و محمد رضاني (2019) تحت عنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الرياضي للشباب مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة العربي

التبسي بتبسة والتي هدفت إلى التعرف على الإشباع التي يحققها الطلبة من خلال استخدام مضامين وسائل الإعلام الرياضي الجديد من خلال صفحات الفايبيوك في مجال البحث عن المعلومة الرياضية . و التعرف على ما إذا كان الإعلام الرياضي الالكتروني عبر مواقع التواصل يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية النابذة للعنف أم لا .

على غرار دراسة لزرقي هشام (2017) تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي لدى اللاعبين في الجزائر. والتي هدفت إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر. ومعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الاحتراف وتعزيزها في صفوف اللاعبين. وكذا معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرياضيين بقوانين وقواعد الاحتراف. وايضا لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل بين الرياضيين والجماهير .

كما لفت انتباهنا أن ولا دراسة تطرقت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين ، فكلها تطرقت الى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي استخدامه في جوانب أخرى مثل الجانب الاجتماعي والثقافي والنفسي ، رغم أن جل الدراسات أكدت على الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أصبح شيئاً لا يمكن الاستغناء عليه إلا أنه لم نجد أي دراسة قامت بالربط بين هذين المتغيرين الهامين (مواقع التواصل الاجتماعي و الحياة المهنية للرياضيين )، وهو ما سنحاول فعله في دراستنا لمعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين .

تشابهت جل الدراسات مع دراستنا الحالية في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي لملاءمته وطبيعة الإشكالية القائمة مع اختلاف طفيف في طرق اختيار العينات، وكانت استمارة الاستبيان الأداة الغالبة أثناء جمع مختلف البيانات والمعلومات التي تخص مشكلة البحث .استخدمت جل الدراسات واعتمادا على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والإنسانية SPSS ، وفي الأخير يمكن أن نلخص جوانب استقادتنا من هذه الدراسات فيما يلي :

- 1- وضع الإطار العام للأساس النظري .
- 2- الاستفادة من هذه البحوث فيما يتعلق بالجانب المنهجي للدراسة في تحديد المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات وتحديد أسئلة الاستبيان، تحديد فرضيات بحثنا بدقة والتعرف على محاور الاستبيان .
- 3- التعرف على الأساليب الإحصائية المستخدمة في المعالجة الإحصائية ومقارنة النتائج المتحصل عليها مع نتائج دراستنا والربط بينهما .
- 4- الاستفادة منها في تحليل ومناقشة النتائج المتوصل إليها ،

# الجانب النظري

الفصل الثاني :

شبكات التواصل الاجتماعي

## تمهيد:

شهد العالم تقدماً هائلاً في الآونة الأخيرة حيث ظهر نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، انتشر بشكل كبير جداً، ولا زال انتشاره مستمراً، فقد تخطى هذا النوع من التواصل حدود ما هو تكنولوجي إلى ما هو إنساني واجتماعي واقتصادي وسياسي، وأعطى مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، وقد سمي هذا النوع من التواصل شبكات التواصل الاجتماعي، وسنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال عرض نشأتها وأنواعها وخصائصها أهم تأثيراتها على الفرد والمجتمع.

## 1-1 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد بدأت المواقع الاجتماعية في الظهور عام 1997م ، وكان موقع (Sixdegrees.com) أول هذه المواقع من خلال إتاحتها الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، ويعتبر هذا الموقع هو رائد مواقع التواصل. ( وائل مبارك خضر، 2012، ص75)

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين 2001، في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي الأعوام 1999

وللشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002، مع بداية العام ظهرت Fraudster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها عام 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Sky rock كمنصة للتدوين، ثم تحلت بشكل كامل إلى شبكات اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشارا واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. (ماهر عودة الشمالية و آخرون، 2015، ص 200\_ص201)

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير الذي تفوق على جوجل في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع ماي سبيس من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فايس بوك والذي كان قد بدأ في الانتشار المتساوي مع ماي سبيس، حتى قام فايس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فايس بوك بشكل كبير، وعلى مستوى العالم ونجح بالتفوق على منافسه اللدود مايسبيس عام 2008 (إيلي أحمد جرار، 2012، ص39)

## 1-2 تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت من باحث إلى آخر ومن بين تعاريفها ما يلي:

- يعرفها محمد المنصور بأنها: شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والمعلومات وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعية (خالد سليم، 2013، ص50)

- ويعرفها سعد البطوطي في كتابه التسويق السياحي بأنها: مواقع Web أنشأت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء العمل الدراسة ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات

واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات، والمحادثات الفورية، البريد الإلكتروني، مقاطع الفيديو، الصور والتدوين.

- أما مركز الدراسات الإستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز فيعرفها بأنها وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، إذ إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع

بين الأشخاص أو المنظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في

الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي. (حسين محمود هتيمي، 2015، ص 83\_84)

ومن خلال هذه التعريفات نستخلص أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية، حيث تقدم مجموعة من الخدمات للأفراد

منها المراسلة الفورية، الدردشة،

تبادل الملفات... الخ

### 1-3 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

#### 1-3-1 المحادثة :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية خلال إتاحتها المحادثة في اتجاهين، أي التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

#### 1-3-2 المشاركة :

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

#### 1-3-3: الانفتاح :

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

### 1-3-4 الترابط :

تتميز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اجتماعية مترابطة بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي.

### 1-3-5 الجماعية :

تسهل مواقع التواصل الاجتماعي للجماعات بإنشاء مواقع خاصة بها بطريقة سريعة، والتواصل فيما بينها بفاعلية، وبناء على هذا يهتم الاشتراك بين هذه المجموعات حول نفس الاهتمامات والموضوعات، وتقاسم الآراء والأفكار والصور والفيديوهات وغيرها من المجالات. (الصادق راجح، 2013، ص 17)

### 1-3-6 التلقائية :

يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

### 1-3-7 سهولة الاستخدام:

لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

### 1-3-8 قلة التكلفة:

إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني، فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب مجاني ويبقى مجاني. (حسين محمود هثيمي، 2015، ص 85\_ ص 87)

## 1-4 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

### 1-4-1 نوع أساسي :

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل : موقع فيسبوك وماي سبيس وهاي فايف.

#### 1-4-2 نوع مرتبط بالعمل :

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين وتتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم. (ماهر عودة الشمالية وآخرون، 2015، ص 211)

#### 1-4-3 مميزات إضافية :

هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل: التدوين المصغر (Micro Blogging موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل: موقع برايت كايت (Bright Kite)

#### 1-4-4 المواقع العربية :

من أشهر المواقع الاجتماعية العربية موقع عربيز، حيث تم إنشاؤه في فبراير 2009، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة في الدول العربية، والجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى، لكن عددا كبيرا منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض داخلها، كصور وملفات مخلة بالأداب العامة.

#### 1-4-5 المواقع الاجتماعية والأعمال :

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند ربط الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، ومن أشهر المواقع موقع لينكد إن (ليلى أحمد جرار، 2012، ص 41)

#### 1-5- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

##### 1\_5\_1: فيسبوك Facebook

أنشأ هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg « الذي كان طالبا في جامعة هارفارد وسمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى ب: كتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء، وهذا ما حصل حيث اقتصر فيسبوك على جامعة هارفارد ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغي ما كان يشترط سابقا للمشارك بأن يكون يمتلك حساب بريد إلكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة... فأصبح بإمكان أي

شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك بريد أن يصبح عضوا في موقع فيسبوك. (علي خليل شقرة، 2014، ص 64)

وتحتل شبكة الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال الموقع الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسوفت، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص وذلك لكونه موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة. (علاء الدين محمد عفيفي، 2015، ص 161\_ ص 162)

### 1-5\_2: شبكة تويتر (Twitter):

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة التدوين المصغر، التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات (Tweets) عن حالتهم بحد أقصى 170 حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة بعد موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (sms) أو برامج المحادثة الفورية صغر التدوينات جعل الخدمة عملية للغاية للأخبار العاجلة التي تتميز بأنها تنصدر الموقع فور حدوثها مع تسجيل عدد كبير من الإعلاميين في هذا الموقع، أصبح له أهمية إخبارية متزايدة، خاصة للباحثين عن آخر التطورات في تغطية حدث معين. (رضوان بلخري، 2014، ص 51)

ويعود تاريخ إنشاء تويتر إلى شهر (مارس 2006) من قبل شخص يدعى جاك ورسبي، وما لبث تويتر أن انتشر واكتسب شعبية بسرعة في جميع أنحاء العالم، حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم في عام (2001)، وارتفع رقم الاستخدام ليصل إلى 500 مليون مستخدم في نهاية عام (2013)، وسجل 400.000 دخول في الربع الأخير من عام (2007) بينما ارتفع هذا الرقم إلى 100 مليون دخل في (2008)، وتشير الإحصائيات إلى أنه اعتبارا من شهر يونيو عام (2010) تم نشر حوالي

65 مليون تويت كل يوم، أي ما يعادل نحو 750 تويت كل ثانية (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015،

ص 325)

### 1-5\_3: يوتيوب You tube

أنشأ يوتيوب في فبراير 2005، على يد تشاد هيرلي Chad Hurley؛ و ستيف تشين Chen Steve و جاويد كريم Jawed Karim، الذين كانوا زملاء في باي بال Bay pal، وظهر لأول مرة علنا في نوفمبر عام (2005)، وازدهر بالتأكيد على مقاطع من شبكات التلفزيون والكابل، وهي شراكة لافتة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة، ولكن أثرها غير المتوقع والطويل الأمد يأتي من مقاطع الفيديو التي

يصنعها غير المحترفين، أو بالأحرى الأشخاص غير منتجي تلفزيون الكابل أو الشبكة، علامة يوتيوب التجارية وشعاره جنبا إلى جنب هو انشر نفسك. (بول ليفنسون و هبة ربيع 2015، ص 85\_ص 86)

من أهم وظائفه الرئيسية استضافة ملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتها عبر الويب، وكذا يقدم خدماته بشكل مجاني وتعتمد على مصادر دخل أخرى تتصل في الإعلانات والرعاية والدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية... كما تقوم حاليا بدور رائد في تقديم إعلانات الفيديو كمجال جديد وعملي لإعلانات الويب. ( عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص 194\_ ص 195)

#### 1-5-4: ماي سبيس My Space

عبارة عن موقع يقدم خدمات اجتماعية وإعلامية أخرى على الإنترنت ، فهو قدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى مثل:

- خدمة تدوين أو مدونات Blogs

- نشر الصور والموسيقى ومقاطع من الفيديو .

- خدمات المجموعات البريدية.

- ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين.

ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، بينما يقع الشركة الأم نيوز كوربوريشن في مدينة نيويورك . (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص 329)

ويرى البعض أن موقع سبيس هذا هو سادس أكثر مواقع الانترنت والشبكة العنكبوتية الإنجليزية شعبية في العالم، وكذلك سادس أكثر مواقع الويب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية، من جانب آخر فإنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة، حاز على 80% تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالانجليزية. (عامر إبراهيم القنديلجي، 2013، ص 369)

#### 1-5-5: موقع لينكد إن Linked In:

تم إنشاء هذا الموقع من قبل ريد هوفمان من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام (2003) للعام في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين في مجال الأعمال، وقد تطور الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعرف المحترف، ومن أهم مواقع التوظيف على شبكة الانترنت، واليوم أصبح عدد المشتركين ببداية

أوت من عام (2011) يقدر بحوالي 120 مليون مشترك عبر 200 دولة حول العالم ليصبح أكبر شبكة تعارف للأعمال عبر التاريخ الحديث. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، ص47)

### 1-6- دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

لشبكات التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات نذكر منها ما يلي:

1-6-1: الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على

اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور

الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن

خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا.

1-6-2: إرسال الرسائل وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة

الأصدقاء لديك أو لم يكن. ( سلمان بكر بن کران، 2015، ص165)

1-6-3: التعارف والصدقة وهو من أهم أوجه استخدام الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في

إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

1-6-4: الدعاية والإعلان يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد

من الشبكات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر

الشبكات الاجتماعية.

3-6-5: البرمجيات المتوفرة داخل الشبكات الاجتماعية : نشأ داخل الشبكات الاجتماعية مجتمع كبير

جدا من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي

فيسبوك Face book على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح بيئة (منصة)

تطوير البرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي ومنها ما هو بحثي. (ياسين خضر البياتي،

2014، ص379\_ ص381)

1-6-6: استخدامات تجارية وهو ما يطلق عليه اصطلاحا التجارة الالكترونية وحتى المنصات

الاجتماعية تؤمن لك البقاء على اتصال مع العملاء وتسويق المنتجات، حيث إن هذه الشبكات تمثل أكبر

سوق تجاري عالمي.

1-6-7: استخدامات ترفيهية : وقد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي، خاصة وأن الترفيه أصبح

مضخة تدر المليارات، مما جعل الناس يتسابقون لمتابعة أحداث المنتجات الترفيهية، وبالطبع هذه

الاستخدامات الترفيهية تعتبر من أبرز استخدامات الإعلام الجديد الذي يعد في جانب منه ترفيهياً بلا منازع. (علي عبد الفتاح، 2014، ص 119\_ ص 120)

### 1-7 تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي:

#### 1-7\_1: تأثيرات إيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات إيجابية نذكر منها :

- إعلاء قيمة اللغة العربية من خلال نشر ثقافة اللغة العربية وتعلية قدرها.
- إيصال مفاهيم الحرية بشتى أفكارها بشكل موضوعي لدى الشباب العربي، وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير .
- البدء في إرسال قواعد الحوار البناء لدى المستخدمين العرب وكيفية القيام بمثل هذه الحوارات، وتوضيح الفكرة الأساسية من الحوارات تكمن في إيصال معلومة شخص لشخص آخر.
- توضيح فكرة الصحف الالكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ووضع الأسس والقوانين لضمان استخدامها بطريقة ملاءم بالثقافة.
- إعلاء القيم والمبادئ والأخلاق للشباب العربي والإسلامي، وتعزيز شخصياتهم ورفع معنوياتهم لزيادة الثقة لديهم بأنفسهم.
- الدفاع عن الدين الإسلامي ضد الهجمة الشرسة التي يتعرض لها ، وشرح مبادئه وقيمه وتعريفه للعالم بالصورة الحقيقية لهذا الدين الحنيف . (ياسين خضر البياتي 2014، ص122\_ ص 125)

#### 1-7\_2: التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية نذكر منها:

- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
- الإدمان على هذه المواقع حيث تخلق شبكات التعارف جو من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها. (سلمان بكر بن سلمان، 2015، ص164)

-إضاعة الوقت : إن أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي هو إضاعة الوقت ، فالعديد من الأشخاص يقضون أوقات طويلة تصل إلى حد الإدمان في استخدام هذه المواقع مما يؤثر في أداء الأشخاص لأعمالهم اليومية.

- قد يستغلها البعض في نشر الرذيلة بين الناس.التشهير والفضيحة والابتزاز . ( علي عبد الفتاح،  
2014)

-**انتشار الشائعات:** تعد شبكات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لانتشار الشائعات، وذلك عبر نشر مستخدمي هذه المواقع للأخبار من دون معرفة مصدر الخبر ومن دون التأكد من صحة هذه الأخبار قبل نشرها، فضلا عن وجود مجموعة عوامل يمكن أن تسهم في انتشار الشائعات عبر هذه المواقع، ومن بين هذه العوامل كثرة وجود هذه المواقع، وسرعة انتقال المعلومات بين المستخدمين سواء أكانت صحيحة أم غير صحيحة، وعدم وجود رقابة فاعلة وقوانين تجرم نقل الأخبار غير الصحيحة عبر هذه المواقع(العيسى،2020

### 1-8 مواقع التواصل الاجتماعي في القطاع الرياضي :

في الوقت الحالي ، عادة ما يستخدم اللاعبون الرياضيون والفرق وسائل التواصل الاجتماعي كقناة للتفاعل بين المشجعين. هناك أنواع مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي تُستخدم حاليا من خلال الأندية الرياضية للترويج للاعبها .

Face book عبارة عن منصة لمشاركة الأخبار وتحميل الصور ومقاطع الفيديو ، بالإضافة إلى الترويج للأحداث القادمة إن تحديد رغبات معينة لتشجيع المتابعين الرياضيين هو مهمة مثيرة للجدل ، حيث قام العديد من الباحثين بدراسة الممثلين لتشجيع المتابعين ، ومع ذلك ، فقد بُذلت حاليا جهود عديدة لدراسة تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على استجابات المتابعين للرياضة .

درس المحققون الجوانب التالية سابقا : الأداء ، وعاطفة المعجب تجاه الفريق أو النادي الذي لا يزال يُعرف باسم "الزمالة" ؛ القدرة على التفاعل مع مختلف الأتباع وتجنب الشعور بالانتهاك

يظل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ذا أهمية كبيرة للأندية الرياضية وكذلك للألعاب وهو الأكثر أهمية للمدارس التي تقلل من مشاريعها لأعضاء الفرق. في الوقت الحالي ، قامت مجموعة متنوعة من التخصصات الرياضية بتسويق وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة حماس المشجعين. على سبيل المثال ، التخصص الرياضي لجامعة ولاية ميسيسيبي ، قاموا بإنشاء تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يهدف إلى زيادة مشاركة المعجبين والتي أدت إلى زيادة وعي المجتمع ، على مدار عام 2012 ، لعبة Egg Bowl ، التي يتم إجراؤها كل عام في جامعة ولاية ميسيسيبي ، علاوة على ذلك ، حصل الفريق على المركز الأول من خلال علامة التجزئة #HailState . حدث هذا لأول مرة عندما رتبت كلية أو جامعة فكرة تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي لرياضة حقيقية. تظل وسائل التواصل الاجتماعي منصة مهمة حيث يمكنها التواصل فيما يتعلق بالخصوم وشراكات اللاعبين أو المجتمع الرياضي الذي يستخدم الأنوال المتنوعة لإضافة محتويات مرئية في وسائل التواصل الاجتماعي (مثل

الصور أو مقاطع الفيديو) . لذلك، فإن تطبيق المحتويات المرئية في وسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال ، Instagram و Facebook ، يوفر للنادي وكذلك للفرق وسيلة لتعزيز التعرف على الفريق باستخدام الأساليب المرئية . يظل استخدام المحتويات المرئية مثل مقاطع الفيديو أمرا مهما لدعم الفريق الرياضي والاتحادات الجماعية وبالتالي حقوق الفريق أيضا

بالإضافة إلى ذلك ، يجب على النادي ومديري الفريق أن يبدؤوا بصورة جيدة وصف الفريق التي تغطي جمعيات الفرق المختلفة وكذلك الأفكار لتطوير أداء الفريق . وقد لوحظ من خلال الاستفادة من مديري فرق وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يزيدوا الاتصالات ويمكنهم أيضا التواصل من خلال المساهمين . على الرغم من أن السمعة المتزايدة لهذه المحادثة المرئية عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد دفعت المحققين إلى فحص تأثير هذه المنصات . من ناحية أخرى ، يظل فحص الرياضة أو كفاءة المحتوى المرئي ، وخاصة مقاطع الفيديو للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، أقل جزء تم فحصه حتى الآن ، باستثناء القليل ممن فحصوا الإعلان الذاتي على وسائل التواصل الاجتماعي . لذلك ، يهدف البحث الحالي إلى تقييم كيف يمكن للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Instagram أن يجذب الناس نحو مشاهدة المزيد من الرياضات .

يشعر الكثير من الأشخاص برغبة في مشاهدة رياضاتهم المفضلة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook، ولكن بناء على التكرار السابق ، قد يكتسبون بعض المحاولات الإضافية لتشجيع المروجين أن تظل الشبكات الاجتماعية عبارة عن نظام أساسي عملي مخصص للبث المباشر .

فكر في الأمر أم لا ، يتجه الغالبية نحو وسائل التواصل الاجتماعي في كل شيء من التحديثات إلى أحدث المسرحيات من لعبة الليلة الماضية . يتيح لك الوصول إليها على وسائل التواصل الاجتماعي . يعلق المتابعون مع اللاعبين كما يتفاعلون فيما بينهم . ولكنه علاوة على ذلك يوفر لك بيانات ومعلومات أعلى السوق المستهدف . ستلاحظ أنواع المحتوى التي يحبونها في الوقت الفعلي بالإضافة إلى مراقبة الفرق والعلامات التجارية الأخرى التي يتابعونها عبر الإنترنت .

الرياضة تجمع الأفراد بشكل جماعي كما تمنح الجميع أرضية مشتركة . لا تختلف صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الرياضية . إنهم يوفران لمتابعيهم مكانا للتفاعل فيما بينهم ، كما يفرحون بنجاحات فريقهم وكذلك يبحثون عن وحدة التحكم خلال الإيقاعات . ومع ذلك ، هذا ليس كله . توفر صفحات الوسائط الاجتماعية أيضا لأعضاء فريقك طريقة للالتقاء بين المتابعين . يظل السماح لعضو الفريق بالحصول على حساب على وسائل التواصل الاجتماعي كعنصر من إستراتيجية التسويق الرياضي طريقة هائلة لإثارة الحماس مع معجبيه Facebook . و Instagram و Twitter كأحدث منصات تفاعل تسويقي يمكن أن تستخدمها المنظمات الرياضية في اتجاه تنمية الاتصالات مع متابعيها وكذلك المساهمين . الحظ أن الكمية المتزايدة للتسويق توفر أيضا تقنيات المحادثة كمواجهة تسويقية حصرية

للمنظمات ، كما تم ذكر أنه اعتبارا من حداثة وسائل التواصل الاجتماعي ، فإنها تظل تستخدم بشكل متكرر من خلال المنظمات التي ليس لديها تقييم واضح أو معيار أهداف لذلك .أكدت الأبحاث الأخرى أيضا على أهمية بناء الجمعيات في جميع أنحاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، استجوب أحد كبار المديرين في نادي ريال مدريد لكرة القدم ، واكتشف أن المنظمة تعتمد بجدية على تعليقات المتابعين عند تطوير سياسات تفاعل التسويق عبر الإنترنت. واختتم الباحث بأن ريال مدريد بنى مكانته القوية بشكل عادل من خلال الترويج لهذه الارتباطات الإيجابية بين متابعيه أو قاعدة المعجبين ، مما سهل بقاء اسم المنتج أو العلامة التجارية قويا ، جزء إضافي حتى الآن عندما لم يحقق اللاعبون نجاحا من تفاعلات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت معالجتها من خلال عدد قليل من التسويق الرياضي وكذلك دعم الباحثين الإداريين ، بالإضافة إلى دعم الاستفادة من الشبكات الاجتماعية لأنها تعزز وتقوي اتصال المتابعين بالإضافة إلى تقديم مناسبات تسويقية مباشرة ، لا تزال الأنواع التشاركية من مشاهدة التلفزيون ليست اتجاها حضاريا و علميا جديدا تماما كما حلل أحدهم سابقا حالة الفن في التفشي التشاركي على الويب . على العكس من ذلك ، فإن النوع الحالي من الفحص الاجتماعي حصري التفاعلات وكذلك الحفظ تجري على تطبيقات الهاتف الخليوي الصغيرة. يتطور تفاعلهم بشكل متزايد ، حيث تستمر التكنولوجيا في توسيع قدرة اتصال المستخدم طوال محادثة القناة الخلفية. على سبيل المثال ، تتيح التطبيقات الحالية للبرامج التلفزيونية للمستخدمين إرسال ملاحظاتهم وتعليقاتهم مباشرة على البرنامج وكذلك للتواصل مع الجماهير الأخرى في جميع أنحاء التطبيقات. بعبارة أخرى ، لا يزال مستهلكو التلفزيون الاجتماعي هذه الأيام يعانون من تفاعل مترامن تماما ؛ كما أصبحت علاقتهم بوسائل التواصل الاجتماعي عبر محادثة القناة الخلفية أكثر شيوعا من كونها عملية. (Naz&Hussain,2021)

تم استخدام الدراسات السابقة للتأكد من الأسباب التي تجعل الأفراد يتبنون الشبكات الاجتماعية كوسيلة لمتابعة فرق الرياضيين المفضلة لديهم ، والنظر في كل من دوافع المعجبين والقيود. تشمل مفاهيم الدافع ؛ الترفيه والانتماء إلى فريق ( جماهير ) أو معرفة تقنية بالرياضة ، والتواصل مع المشجعين الآخرين.

بالإضافة إلى ذلك ، تشير إلى أنه فيما يتعلق بالثقافة الفرعية المتنامية لأنصار " Fandom " غالبا ما يرغبون في التعبير عن آرائهم والتحدث عن فرقهم المفضلة مع الآخرين ، وبالتالي أصبح استخدام الشبكات الاجتماعية وسيلة جديدة لهذا النوع من التفاعل .

من الناحية الديموغرافية ، كشف أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بين عشاق الرياضة هم في الغالب من الذكور ، وذوي التعليم العالي ، والأثرياء ، وكبار السن ، بينما أظهر المشجعون الأصغر سنا استخداما كبيرا لـ Facebook و YouTube ، لكنهم قللوا من المشاركة على Twitter . بالإضافة إلى ذلك ، أظهرت الأبحاث أن المتابعين من الإناث كن على الأرجح مدفوعين بالمعلومات والوظائف التجارية والفرص الاجتماعية ، في حين كان من المرجح أن يكون الدافع وراء المتابعين الذكور هو الجاذبية الجسدية. علاوة على ذلك ، كانت دوافع المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أن عامل

الاستمتاع باستخدام المنصات ساهم في استجابة إيجابية للمنظمات الرياضية التي تستخدم أيضا وسائل التواصل الاجتماعي بينما عشاق الرياضة للتفاعل وجمع المعلومات. من خلال تحليل محتوى صفحات Facebook لفريق NBA ، وجد Stavros et al ، أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي يرجع إلى حقيقة أن المستهلكين لديهم الحافز للمشاركة من خلال العاطفة والأمل والاحترام والصدقة الحميمة. تشير الدراسات إلى أن الرياضيين يجب أن يتبنوا مفهوم الانخراط مع مجموعة من جهات الاتصال بما في ذلك الشركات والمشجعين الداخليين والخارجيين المرتبطين بهم ، النادي يمكن أن يساعد هذا في تقوية العلاقات والاستفادة منها ، أو تأييد الأسباب ، أو الرعاية أو المنتجات ، أو إظهار القدرة على التفكير بدلا من العمل العادل، كما يسلطون الضوء على كيف يمكن لهذا التواصل المفتوح والواضح أن يؤثر بشكل إيجابي على الدعم ، ويحسن الصورة العامة ، ويمكن للاعبين التعرف على الاتجاهات والقضايا الناشئة . ومع ذلك ، يتم توخي الحذر من قبل Sanderson الذي يشير إلى أن القدرة على مراقبة سلوك الرياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمثل خدمة جديدة مقدمة للمنظمات الرياضية من خلال تطوير التقنيات التي تعتبر بمثابة مفهوم مهم بالنظر إلى المرحلة العامة جدا لسوء التواصل. من الناحية المفاهيمية ، يمكن تعريف استخدام الشبكات الاجتماعية في الأدبيات على أنها نشاط يجلب المتعة وحرية الاختيار والاسترخاء والتحفيز الداخلي. ومع ذلك ، فإن مخاطر استخدام المواقع المختلفة تشمل إدارة كل من رأس المال الفردي والاجتماعي لضمان عدم قيام الأصدقاء أو الزملاء بنشر تعليقات أو صور من شأنها الإضرار بالسمعة المهنية. بالإضافة إلى ذلك ، يجب مراعاة إدارة رأس المال الفكري فيما يتعلق بالموضوع المحتوى والأثر المحتمل فيما يتعلق بالعرق والدين واللوائح الرياضية ، يتحمل الرياضيون مسؤولية إدارة تقدمهم من خلال جودة وأصالة الرسائل المرسله ( Green ,2016 )

### 1-9 مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الشباب :

تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة جدا لإيجاد و تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب وتنميتها و ايجاد المواطن الصالح من خلال غرس و تنمية القيم و المعايير الاجتماعية في نفوسهم . على الرغم من الصورة المشرقة عن تأثير الإعلام الاجتماعي على الفرد والمجتمع ، إلا أن هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف التي حذر منها علماء الاجتماع ، و من أهمها التأثير السلبي لإدمان الشباب لمثل هذه المواقع ، حيث أنها تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي و التعامل مع أصدقاء افتراضيين مما جعلهم أكثر عزلة عن أسرهم ، حتى أصبح الإقلاع عن التدخين و الكحول أصعب من ترك موقع "تويتر" و أن مقاومة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي صارت في غاية الصعوبة لسهولة الوصول إليها و

توافر الأجهزة الذكية بحيث تكون إرادة الإنسان أقوى في مقاومة الرغبة في ممارسة التمارين الرياضية و  
أضعف أمام الإقلاع عن استخدام وسائل التواصل .

و يرى المحللون أيضا أنه على الرغم من أن الإعلام الاجتماعي يسمح بمساحة واسعة من حرية الرأي،  
حيث يتبادل الفرد مع الآخرين المعلومة، والرأي، و الفكر، ويعبر عن اتجاهاته و أفكاره و آرائه دون وجود  
أي ضوابط خارجية تمنعه، إلا أن الشخص نفسه قد يتعرض لبعض المعتقدات الفكرية الخاطئة لاسيما أن  
التشريعات و القوانين الخاصة بهذه المواقع مازالت غير متبلورة نظرا لصعوبة تطبيق الحظر و الرقابة  
بشكل شامل عليها .

### خلاصة:

من خلال استعراضنا لما جاء في هذا الفصل نستخلص أن شبكات التواصل الاجتماعي من أوسع وأكثر  
المواقع انتشارا على شبكة الانترنت ، وذلك نظرا لما تقدمه من خدمات متعددة لمستخدميها وكذا سرعتها  
الفائقة في نقل المعلومات مما جعلها تحول العالم إلى قرية صغيرة وتدخل جميع ميادين الحياة، فهي كأي  
أداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدمها الفعل الذي سيؤديه فإما أن يكون إيجابيا يستفيد منه الفاعل ومن  
حوله وإما سلبيا يضر بالفاعل ومن حوله ، وهذا ما ينطبق على شبكات التواصل الاجتماعي التي يكمن  
سر انتشارها في حيوية وفاعلية مستخدميها بالإضافة إلى الهدف من استخداماتها.

الفصل الثالث :

الرياضة والاحتراف الرياضي

## 1-1 مفهوم الرياضة :

ظهر مصطلح التربية البدنية لأول مرة عام 1762م في رسالة الدكتوراه للباحث الفرنسي (باليكسير) ، وكان يعني : الطريقة التي تكفل الصحة والسلامة للأطفال من خلال العناية بالغذاء والملبس وممارسة التمارين البدنية . وعلى الرغم من حداثة المصطلح إلا أنه وجدت التربية البدنية على مستوى الممارسة منذ القدم . وقد تغير مضمونها وأهدافها بمرور الزمن وعبر الثقافات المختلفة، حيث تعرف الإنسان على الفوائد التي تعود عليه جراء ممارسة مختلف الأشكال من الأنشطة البدنية ، وذلك قبل ظهور المصطلح بكثير . فقد أدرك أن التربية البدنية لا تقتصر على الناحية اللياقية والصحية فحسب ، بل تتعدى ذلك لتشمل الجوانب المهارية ، والعقلية ، والمعرفية ، والجمالية ، بالإضافة إلى الجوانب الخلقية والسلوكية (العون، 2017، ص 14) .

تعني كلمة رياضة لغويا " ترويض وتهذيب النفس " ، وتعني بالمفهوم العام " صحة وسلامة ووقاية ومناعة وحصن وحرز عن الأمراض ومقاومة للشيخوخة المبكرة" (عبد المعبود، 2016 ، ص 51) .

و عرفت الرياضة على أنها جزء من التربية العامة التي تتحقق من خلال الأنشطة البدنية والجسمية وتهدف إلى بناء شخصية الفرد في مختلف أبعادها المهارية والعقلية والوجدانية لتكوين المواطن الصالح المحب للعمل والمستوعب بصورة مناسبة لمعطيات العصر .

(الخرزاعلة وآخرون ، 2015 ، ص16)

ويستخدم مصطلح الرياضة في أمريكا الشمالية كشكل من أشكال النشاط البدني الذي يتضمن منافسات أو بطولات ، بينما يستخدم في أوروبا للإشارة إلى التمرينات والترويح عن النفس، وتستخدمه منظمة اليونسكو للإشارة إلى مصطلح الرياضة للجميع all for Sports ويشتمل على الرياضة المدرسية وأنشطة المحترفين (عبدالمعبود، 2016 ، ص 52) .

## 1-2 نشأة وتطور الرياضة :

مارس الإنسان البدائي الرياضة ، فقانون الصراع من أجل البقاء فرض عليه ممارسة العديد من الأنشطة الرياضية كالصيد والجري والسباحة بحثا عن القوت اليومي ودفاعا عن النفس. لذلك كانت ممارسة الرياضة أمرا ضروريا تلقائيا للاستمرار والبقاء (قبلان، والجبور، 2014، ص15) .

اهتمت كل من الحضارة الفرعونية، البابلية والآشورية والفارسية بالأنشطة الرياضية وكانت تستخدمها لأغراض عسكرية ودينية ، أما في الحضارة الهندية فقد ابتكر الهنود القدماء رياضة اليوغا لخدمة عقيدتهم الدينية ، وبهذا سيطرت على المجتمع الهندي فلسفة الروح على فلسفة الاهتمام بالبدن . أما في الحضارة

الصينية فكان الغرض الرئيسي للرياضة منحصر في الإبقاء على كيان الدولة من خلال تدريب الفرد على الواجبات التقليدية التي تساعد على المحافظة على تراث الماضي ( العون، 2017، ص 7) .

ركزت الحضارة الرومانية على الجانب العسكري وذلك لبناء الإمبراطورية الرومانية بجيشها الذي لا يقهر والذي تميز بقوته، وكانت تركز على القوة والسرعة والتحمل، بالإضافة إلى بعض الألعاب التقليدية التي كانت تقام في مكان يشبه السيرك مثل المصارعة والملاكمة والقتال ومنازلة الأفراد للحيوانات المفترسة. وامتازت هذه الألعاب بالدموية والعنف وكانت تمارس من قبل العبيد ، الأمر الذي أدى إلى هبوط شأن التربية الرياضية في هذه الفترة وهذا يعتبر منافي لمبادئ التربية الرياضية.(قيلان، والجبور، 2014، ص 17)

و كانت الرياضة عند بلاد الإغريق تتميز بالطابع العسكري والهدف الأساسي منها تطوير القوة والتفوق البدني والترويح، كما اتخذت ممارسة الأنشطة الرياضية طابع استعراضى وللغرض بالبطولات الرياضية بمختلف أنواعها كرفع الأثقال والملاكمة والمصارعة وغيرها الكثير . وكان يخضع الجميع من رجال ونساء وأطفال لبرنامج تدريبي يأخذ بالاعتبار التطور البيولوجي من حيث(العمر والجنس) الهدف منه إكساب المواطنين القوة العضلية والقدرة على التحمل، حتى الرقص كانت فرصة للتدريب على الحركات الحربية، كل ذلك استعدادا للخدمة العسكرية والقتال في أي لحظة(الربضي ، 2015 ، ص 12 )

أما في العصر الإسلامي، فنجد أن هناك اهتماما بالرياضة انطلاقا من رسالة الإسلام العظيمة في الحث على التوازن ما بين الجسد والروح والعقل كمكملات ومتممات للشخصية البشرية (العون، 2017، ص 8 )

نشأت الألعاب الأولمبية في مدينة أثينا فكانت والدة الألعاب الأولمبية في منطقة أولمبيا لتكريم زيوس، وهي أقدم الألعاب وأكثرها جمالا، وتظهر السجلات الأولى للألعاب الأولمبية في 776 ق م وكان الفائزون يكفلون بأكاليل من الزيتون، فأصبحت الألعاب رمزا مألوفا تربطه دوما باليونان الحديثة والقديمة. وقد استمرت الدورات الأولمبية القديمة في مسيرتها وحضورها الفاعل في إضفاء المتعة على حياة الشعوب آنذاك

(الخرزاعلة وآخرون، 2015، ص 17) .

حيث كانت هذه الألعاب الأولمبية عاملا حاسما في ترسيخ ثقافة سمحت بمعرفة قيم الرفاهية والصحة الجسدية والعقلية (Hernandez y Recoder, 2015,p 28)

تعرضت الألعاب الأولمبية للفتور أدت إلى توقفها عام 393م، وحاول الإنجليز بنقل الدورات إلى أراضيمهم، وتم تنظيم أول دورة عام 1936م مماثلة لتلك التي كانت تقام في أثينا، إلا أنهم أوقفوها ثم عادت في منتصف القرن التاسع عشر. (الخرزاعلة وآخرون، 2015، ص 18) .

دي كورباتان De Coubertin هو الأب الروحي للألعاب الأولمبية الحديثة ، الذي عمل على إحيائها بعد مرور أكثر من خمسة عشر قرنا من الزمان. لقد نجحت جهوده بفضل مثابرتة وإيمانه بمبادئ الحركة الأولمبية ، وبفضل شخصيته التي تميزت بالحكمة والثقافة والقدرة على الإقناع ، إضافة إلى رغبته في جمع الناس أكثر مما يفرقهم، وتطلعه إلى اليوم الذي يلتقي فيه الرياضيون من جميع أنحاء العالم للتنافس بشرف، حيث كان رجال قوميا يريد لفرنسا أن يكون لها مجدا ودورا في إحياء الألعاب الأولمبية (الربضي، 2015 ،ص 15 )

وفي عام 1894م دعا البارون دي كوبرتان المؤسس إلى اجتماع للدول الراغبة في تنظيم أول دورة أولمبية حديثة، وكان الاجتماع نقطة التحول البارزة في مسيرة الرياضة العالمية، حيث تمت فيه دراسة الألعاب وأسلوب إقامتها. وكان يوم الأحد من 24 آذار عام 1896م أول انطلاق لأول دورة أولمبية و كانت في مدينة أثينا، أما تسمية أولمبية جاءت اشتقاقا من الجبل "أولمبيا" الذي شهد إقامة الألعاب الرياضية القديمة، وهكذا توالى الدورات الأولمبية كل أربع سنوات (الخرزاعلة وآخرون، 2015 ،ص 18)

### 1-3 أهداف الرياضة :

إن الرياضة تعتبر كأى مجال آخر من المجالات لها أهدافها التي تسعى إليها وتحديد هذه الأهداف ليست بالعمل السهل فهي موجات للقوى نحو التقدم في أي دولة من الدول، وكالاتي أهم أهداف الرياضة: (الخرزاعلة وآخرون، 2015 ،ص 19-20)

-**الأهداف البدنية والجسدية** : تهدف الرياضة إلى تنمية العناصر البدنية المختلفة كالقوة والسرعة والمرونة والرشاقة، وكذلك تعمل على تحسين الأداء الوظيفي للأجهزة الداخلية كالجهاز التنفسي، وتهتم أيضا بالمحافظة على الصحة العامة للفرد لكي ينمو بشكل سليم- 2. **الأهداف المهارية والحركية** : تعمل على تطوير وتنمية المبادئ الأساسية للحركة كالمشي والجري والتسلق، وتطوير المهارات الخاصة بالألعاب مثل مهارة كرة القدم والسلة والطائرة، وذلك بهدف إتقان المهارات في التطبيق للعبة

-**الأهداف الاجتماعية والنفسية** : تهدف إلى تنمية وتطوير الكثير من العناصر الاجتماعية كالقيادة والتعاون، وتطوير العادات الصحية السليمة كالصبر والشجاعة والنظافة، إضافة إلى أنها تعمل على تطوير النضج العاطفي لدى الفرد والشعور بالمسؤولية .

-**الأهداف التربوية والمعرفية** : تعمل الرياضة في هذه الناحية على توسيع قاعدة المعارف الخاصة كالفهم الصحيح لممارستها، ومعرفة التغيرات الجسمية التي تحصل نتيجة الممارسة، ويعرف القوام الجيد وأهمية الوقاية من التشوهات. وأن يفهم أهمية اكتساب عناصر اللياقة الأساسية واستيعاب ممارسة الحركات السليمة وتجنب الممارسات الخاطئة كالتدخين والمنشطات وغيرها وإدراك الإسعافات الأولية

– الأهداف الترويحية : تعمل الرياضة في المساعدة على استغلال أوقات الفراغ بشكل جيد، وأن تصل إلى السعادة والتخلص من التوتر لأنها تساعد على الاسترخاء والراحة وتكسب الأفراد مهارات جديدة ومتعددة .

## 1-4 أهمية الرياضة :

إن التربية البدنية والرياضية لا تقل أهمية عن بقية المواد العلمية الأخرى ، بل جزء مهم من العملية التربوية العامة، فهي تلعب دورا مهما في تكوين المواطن الصالح، من خلال تعليمه مختلف المهارات الحركية التي تساعده على التكيف مع نفسه ومع غيره، إضافة إلى إعطائه الصحة والسالمة والرشاقة (العون، 2017، ص 16)

ولعل من أبرز الكتابات التي تظهر أهمية النشاط البدني، ما ذكره سقراط (Socrates) بقوله : "على المواطن أن يمارس التمرينات الرياضية للحفاظ على لياقته البدنية كمواطن صالح يخدم شعبه ويستجيب لنداء الوطن إذا ما دعى الداعي". ورغم ما يحمله هذا المعنى من نزعة قومية إلا أنه بين أهمية ممارسة النشاط البدني لما له من آثار اجتماعية تعود بالفرد والمجتمع في آن واحد، ويعتقد المفكر هوربيرت ريد "H. read" أن الرياضة تمدنا بتهديب الإرادة(خيف،2016،ص114)

## 2-1 مفهوم الاحتراف الرياضي :

الاحتراف في الرياضة هو كسب العيش من الرياضة، أي ممارسة الرياضة بغرض تقاضي مرتب أو الحصول على جائزة مالية مقابل الاشتراك في إحدى المنافسات الرياضية ، ويتم الاحتراف في شكل تعاقد بين الرياضي والجهة التي سيلعب لها، التي تحتكر جهوده ومهاراته لصالحها ولفائدتها ويظل الرياضي ملتزما مع هذه الجهة باللعب لها وتمثيلها طوال مدة سريان العقد ، ولا يستطيع أن ينفصل عن هذه المهنة أو المهمة إلا بعد انتهاء مدة العقد ، وإذا حدث أن توقف الرياضي عن اللعب للجهة التي تعاقد معها قبل نهاية العقد فإنه يتحمل الشروط الجزائية المنصوص عليها في العقد في حالة إلغائه والتي غالبا ما تكون غرامة مالية كبيرة ، يتم الاحتراف في مختلف ألعاب الرياضات ، وبشروط متباينة ، ولعل من أقسى تلك الشروط ما يحدث في ألعاب النزال مثل الملاكمة والمصارعة . ففي الملاكمة قد يحدد العقد مثال الوقت الذي يأخذه الملاكم للراحة بعد تعرضه لضربة قاضية بفترة قصيرة قد لا تكفي لراحة الملاكم واستعادته لعافيته وقوته، خاصة إذا كانت الضربة القاضية شديدة ونتاجة عن سقوطه عدة مرات واستئنافه للعب يف المباراة الواحدة ، أو تعرضه لأكثر من ضربة قاضية في المباراة الواحدة فالجهة المتعاقد لا تهتم بصحة وسلامة الملاكم بقدر ما تهتم بالكسب المادي والمالي وباستغلال الملاكم المتعاقد معها لأقصى درجة طوال فترة تعاقدتها معه . وفي المصارعة الحرة يتعرض المصارع المحترف لقدر كبير من الضربات والسقطات والصراعات التي قد توصله إلى درجة الإعياء ، إلا انه لا يستطيع الاستسلام في المنافسة لان

العقد ينص على عدم الاستسلام مهما كانت الظروف ومن الألعاب الأخرى التي ينتشر فيها الاحتراف كلعبة التنس الأرضي ، وفيها يكسب اللاعبون المحترفون الكثير من الأموال مقابل احترافهم للعب ، وانتشر الاحتراف كذلك في الآونة الأخيرة وعلى نطاق واسع بني لاعبي كرة القدم ، وأصبحت الأندية تتنافس فيما بينها لجذب ألمع النجوم ليحترفوا اللعب لها .

فالمكافئات المرتفعة والرواتب الخيالية والشهرة العالمية جعلت كثيرا من اللاعبين يهجرون الهواية ويتجهون إلى الاحتراف في الرياضة ، ويلاحظ ذلك بوضوح في أندية أوروبا فقد وصل راتب أحد لاعبي كرة القدم الانجليزي وهو بول أنس إلى أكثر من مليون جنيه إسترليني في السنة ، وانتشرت ظاهرة احتراف لاعبي كرة القدم في كثير من الدول العربية فأصبحت العديد من الفرق الرياضية العربية تحرص على ضم كثير من اللاعبين الماهرين الأجانب إلى صفوفها ليلعبوا لها ، و تتسابق الأندية في التعاقد مع اللاعبين المشهورين وتقدم لهم الإغراءات والعروض السخية ليتعاقدوا معها ويلعبوا لها (بركات أيوب وآخرون ، 2009 ، ص 4 ) .

ويعني مفهوم الاحتراف أيضا الاكتساب أي أنه حرفة الكسب ، وهو كل ما اشتغل به الإنسان وتميز به ، وفي مصطلح الرياضة يراد به امتهان الرياضة وفق سوق العرض والطلب وما تبنيه مؤسسات التسويق الرياضي ، وقد ظهر الاحتراف في مؤسسات التسويق الرياضي منذ مدة ليست بالبعيدة إلا أنه أخذ مدها الواسع في أوائل التسعينات من القرن الماضي ، لاسيما في أندية الدول الأوروبية معتمدا على الإمكانيات البشرية في دول أمريكا الجنوبية و أفريقيا وأخيرا آسيا ، ما القي بضلاله على النتائج في تلك الأندية وقد امتهن سماسرة الرياضة في أوروبا هذه الظاهرة حيث تمكنوا منها وحولوها من بيع وشراء في اللاعبين إلى مدى أبعد من ذلك في الترويج العالمي واحتكار حقوق البث التلفزيوني في العالم . (علي الصباح ، 2011 ، ص 06 )

يعرفه البعض بأنه : " توجيه النشاط بشكل رئيسي وبصفة معتادة إلى القيام بعمل معني بقصد الربح " ويعرفه آخرون بأنه : " مباشرة نشاط يتخذ وسيلة ليعيش صاحبه وإشباع حاجاته ."

"يتضح من هذين التعريفين أن الاحتراف في معناه العام يعني ممارسة الشخص لنشاطه على أنه حرفة وذلك بأن يباشره بصفة منتظمة ومستمرة بغرض تحقيق عائد يعتمد عليه كوسيلة للعيش . ( عبدالفضيل ومحمد أحمد ، 1991 ، ص 90 )

## 2-2 نشأة الاحتراف الرياضي :

احترف الإنسان بعض الأنشطة الرياضية منذ أقدم العصور ، فمنذ سنة 680 قبل الميلاد عرفت أثينا السباقات التي كانت تجري بين مركبات صغيرة تجرها الخيول ، فقد كان سائق المركبة يمارس هذه الرياضة على أنها حرفة يعتمد عليها كمصدر رزق رئيسي ، وقد استمر هذا النوع من السباق وما زال موجودا في بعض الدول الأوروبية كفرنسا ، بل يعد من الألعاب المعترف بها في الوقت الحاضر ضمن الألعاب الأولمبية .

وفي مرحلة لاحقة ظهرت في روما مسابقات الخيل على اختلاف صورها كما عرف نظام المراهانات لأول مرة فيها حيث كان يسمح نظام هذه المسابقات لمحترفي هذه الرياضة بالدخول في مراهانات وكان الفارس الذي يشترك في السباق يحصل على أجره من قيمة المراهانات التي يدفعها المشتركون . وفي العصور الوسطى ظهرت صور جديدة لاحتراف الرياضة مثال ذلك المصارعة وألعاب القوى ، وبسبب عدم وجود أندية تنظم هذه الرياضات كان الرياضيون المحترفون ينتقلون من مدينة إلى أخرى سعيا لكسب الرزق ، حيث يجتمع الناس حول الأماكن التي تجري فيها المصارعات للمشاهدة وفي نهاية المباراة يدفع المتفرجون بعضا من النقود للمتصارعين مكافأة لهم أو تشجيعا لهم على الاستمرار في ممارسة أنشطتهم الرياضية بل أكثر من ذلك ، كان النبلاء يدعون الرياضيين المحترفين إلى قصورهم لتقديم عروضهم المسلية وكان يشترك معهم في تقديم هذه العروض المهرجون الذين يقومون بأداء بعض الحركات المضحكة كل ذلك نظير مبلغ من المال يحصلون عليه من قاطني القصور .

والملاحظ أنه في العصور الوسطى تغيرت النظرة فقد هبطت قيمة الرياضي المحترف وأصبح الاحتقار يحل محل الاحترام والتقدير ، بل كان ينظر إلى احتراف الرياضة على أنها مهنة من لا مهنة له .

غير أن الأمر ما لبث أن تبدل في القرن العشرين ، وذلك نتيجة التغيرات التي اهتز لها المجتمع البريطاني ، فقد ظهرت تنظيمات مهنية في جميع فروع الألعاب الرياضية ، وكانت ذات هدف تجاري عندئذ استرد الاحتراف مكانته المتميزة التي كانت له في العصور القديمة وأصبح الناس ينظرون إلى الرياضي المحترف نظرة تقديس وعبادة . (عبدالحاميد عثمان الجفني، 2007، ص03 )

## 2-3 الفرق بين الهواية والاحتراف :

- ❖ الهواية تهدف إلى الاشتراك في الرياضة من أجل الرياضة ومن أجل قضاء الوقت بطريقة صحية ، وفي الاحتراف يتم ذلك من أجل المكاسب المادية .
- ❖ الهواية لا تهدف إلى المكاسب المادية بينما الاحتراف يتم من أجل الوصول إلى المكاسب المادية ولو كانت الأساليب غير تربوية .
- ❖ في الهواية يكون الاشتراك في المسابقات الرسمية وفق برامج الاتحادات واللجان الأولمبية ، بينما الاشتراك في المسابقات
- ❖ في الاحتراف يتوقف على المسابقات ذات الدخل الأعلى و في الأوقات التي تتناسب الجهة المتعاقدة .
- ❖ يستطيع الرياضي الهواوي أن يستمتع بإجازته وفق ميوله ورغباته بينما يرتبط الاحتراف ببرنامج تدريب طويلة المدى وتكون إجازته وفق ما يناسب برامج التدريب وبرامج المسابقات الرسمية
- ❖ أي تقصير من أداء الواجبات خلال التدريب أو خلال المسابقات للهواوي يتم تناوله بالبحث والدراسة ومعرفة أسبابه حتى لا يتكرر ذلك مستقبلاً بينما التقصير في أداء الواجبات خلال التدريب وخلال المسابقات للمحترف تقابله الجهة المتعاقدة بخضم مبالغ من استحقاقات المحترف المالية والمسائلة الفورية عن أسباب الهبوط في المستوى .
- ❖ الأموال التي يتقاضاها الهواوي لا ترتبط بأي مكاسب مادية لشخصه ولا تزيد عن مواجهة مصاريف الانتقال والملابس وفق العائد المادي من العمل ، أما الأموال التي يتقاضاها المحترف فإنها ترتبط بمكاسبه المادية وفي مقابل اشتراكه في التدريب والمباريات وتعرضه للأخطار .
- ❖ أثبتت بعض البحوث العلمية التي أجريت في المجال الرياضي أن الاحتراف في المجال الرياضي كان من أسباب انتشار المنشطات في الفترة الأخيرة ، حيث يحاول المحترف الأداء غير العادي في المنافسات الرياضية مما يضمن له التعاقد على أجر أعلى .
- ❖ عند إصابة الهواوي يكون علاجه على نفقة اللجنة الأولمبية التي يتبعها ، كما تقوم بعض الاتحادات الرياضية بإجراء التأمين على اللاعبين ضد الحوادث والإصابات عند اشتراكهم في البطولات الرسمية، أما عن إصابة المحترف فيتوقف علاجه أو التأمين عليه ضد الإصابة والحوادث على النصوص الواردة في التعاقد ، وهل تتضمن الجهة المتعاقدة للعلاج أو يتحمله الفرد .
- ❖ تحافظ القوانين الدولية لرياضات الهواة على سلامة الرياضي وعدم استمراره في المباريات فور إصابته وأحياناً تكون هذه القوانين أكثر صرامة لحماية الرياضي بتوفير مدة معينة للراحة الإجبارية قد تصل في بعض الألعاب إلى مدة عام راحة كاملة ، بينما تتوقف فترات الراحة وتوفير الأمن والسلامة للمحترف على نصوص التعاقد وحق استغلال الأداء لصالح الجهة المتعاقدة (عبدالحميد عثمان الجفني، 2007، ص06 )

# الجانب التطبيقي

# الفصل الرابع : منهجية الدراسة

## تمهيد :

يمكن وصف البحث العلمي بأنه مغامرة شاقة مليئة بالنشاط والمجازفات. تتطلب هذه المغامرة الصبر والموضوعية، والجهد المتواصل، والتخيل، والفطنة الحادة، بالإضافة إلى قدرة جيدة على التحكم في الظروف الجديدة، وغيرها من العناصر الضرورية لنجاح البحث. في هذا الفصل، سنتناول أهم الإجراءات الميدانية التي اتخذناها في هذه الدراسة بهدف الحصول على نتائج قابلة للثقة ويمكن اعتبارها نتائج موضوعية.

كما هو معلوم، يتميز أي بحث علمي بمدى قابليته للموضوعية العلمية، وهذا لا يمكن تحقيقه إلا إذا تم إتباع منهجية علمية دقيقة وموضوعية. لذا، حرصنا على تسليط الضوء على أهم المراحل التي اتبعناها في دراستنا.

## 1. الدراسة الاستطلاعية :

هي نوع من الأبحاث التي تستهدف موضوعات جديدة ولم يسبق لأي باحث أن درسها بشكل مفصل .  
هذه الدراسات تعتمد على جمع المعلومات والبيانات لتحليل هذه الموضوعات وفحصها بعمق .  
في دراستنا الاستطلاعية ، اتجهنا نحو النوادي الرياضية بمدينة بوسعادة ، بهدف اختيار عينة لبحثنا  
وتوزيع استبيان عليهم .

هذا الاستبيان سيمكننا من جمع المعلومات والأفكار والتحقق من الفرضيات التي نعتقد بها .

## 2. منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يتمشى مع طبيعة موضوع دراستنا، والذي يعرف على أنه  
:"طريقة لوصف الظاهرة وتصويرها كميًا وكيفيًا، وذلك عن طريق جمع المعلومات النظرية والبيانات  
الميدانية عن مشكلة موضوع البحث وتحليلها والوصول إلى النتيجة" (رشيد زرواتي، 2007 ، ص 86)

## 3. متغيرات الدراسة :

تتمثل متغيرات الدراسة في:

**المتغير المستقل :** " تعني المتغيرات المستقلة بمفهومها العام قدرتها في إحداث تغيرات في

متغيرات أخرى يطلق عليها بالمتغيرات التابعة " (عدنان يعقوب 2009، ص 82). وبهذا يكون

المتغير المستقل في دراستنا هو مواقع التواصل الاجتماعي.

**المتغير التابع :**

"هي المتغيرات التي تتأثر بالتغيرات التي تحدث على المتغيرات المستقلة ويمكن للباحث أن يكشف تأثير

المتغيرات المستقلة فيها" (عدنان ، يعقوب ، 2009 ، ص 84). ومنه فإن المتغير التابع هو

الحياة المهنية للرياضيين .

#### 4. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة :

##### مجتمع الدراسة :

إن اختيار العينة له أهمية أساسية في أي بحث علمي, وهي تختلف باختلاف الموضوع فصحة نتائج  
إن اختيار العينة له أهمية أساسية في أي بحث علمي, وهي تختلف باختلاف الموضوع فصحة نتائج  
الدراسة أو خطئها يتوقف على طريقة اختيار العينة حيث إن اختيار العينة الملائمة للبحث من أهم  
المشكلات التي تواجه أي باحث في أي بحث اجتماعي فالعينة من الضروري أن تحمل كل الخصائص  
والمميزات التي تمثل المجتمع الأصلي الذي أخذت منه العينة حتى تمثله تمثيلا صحيحا وقد اعتمدنا في  
بحثنا على أسلوب العينات العشوائية ( رشيد زرواتي، 2002، ص 122)

##### عينة الدراسة :

وتعرف عينة الدراسة بأنها: جزء من مجتمع البحث الأصلي، وتحقق أغراض البحث، وتغني الباحث عن  
مشقات دراسة المجتمع الأصلي;(جودت عزت عطوي،2000،ص85).

ونظرا لأن الشباب المستهدف واسع جدا وعدده كثير، ومتجانس، فقد اعتمدنا على العينة العشوائية

والتي تعرف بأنها: اختيار الوحدات الاجتماعية بغير عمد لأنها تسمح لكل وحدة بأن تكون ضمن عينة

البحث على أساس تكافؤ الفرص لجميع وحدات مجتمع البحث و يتم ذلك بواسطة استخدام الجدول

العشوائي أو القرعة(معين خليل العمر،2004ص196).

وفي دراستنا هذه توجهنا إلى صالات الألعاب الرياضية والملاعب ، اعتقادا وإيمانا من أن مفردات هذه

العينة سيفيدنا في الحصول على البيانات والحقائق المتعلقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة

المهنية للرياضيين .

## 5. مجالات الدراسة :

فيما يتعلق بالمجال المكاني : تم توزيع استبيان على مجموعة من الرياضيين في مدينة بوسعادة ، حيث بلغ عددهم حوالي 40 رياضي .

أما بالنسبة للمجال الزمني : فقد بدأت الدراسة في أوائل شهر سبتمبر واستمرت حتى منتصف الشهر نفسه ، تم تحضير وتوزيع استبيانات الدراسة على الرياضيين وجمع البيانات .

## 6. أدوات الدراسة :

لفهم الموضوع من جوانبه المختلفة، تم استخدام أداة جمع البيانات وهي استمارة استبيان .

**الاستبيان :** هو أداة تستخدم للحصول على الحقائق والبيانات والمعلومات من خلال وضع أسئلة محددة في استمارة تعبئة . من بين مزايا هذه الأسلوب البحثي هي الاقتصاد في استهلاك الوقت والجهد، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على بيانات من عينات كبيرة في وقت أقل ، مع توفير شروط الصدق والثبات والموضوعية

## 7. الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة :

لغرض التأكد من صدق وثبات أداة جمع البيانات تم توزيع استمارة الاستبيان في صورته النهائية على عينة تتكون من 40 فرد من رياضيين محترفين في مدينة بوسعادة اختيروا بطريقة عشوائية وبعد ذلك قمنا بالتأكد من صدق وثبات الاستبيان وذلك كالتالي:

**الصدق:** صدق الاستبيان يعني التأكد من أنه سوف يقيس ما أعد لقياسه. كما يقصد بالصدق شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية وضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمه (عوض الصابر ، علي خفاجة، 2002، ص167). و للتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا باستخدام صدق المحكمين كأداة للتأكد من أن الاستبيان يقيس ما أعد له، حيث قمنا بتوزيع الاستبيان على بعض الأساتذة من جامعة المسيلة في المعهد من قسم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، وبالاعتماد على الملاحظات والتوجيهات ومن ثم تعديلها من طرف المشرف، قمنا بإجراء التعديلات التي اتفق عليها ، حيث تم حذف بعض العبارات و تغيير صياغة بعضها الآخر.

**الثبات:** لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) قمنا بحساب معامل ألفا كرو نباخ وذلك اعتمادا على بياناتها.

## 8. تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية :

استعملنا في تحليل البيانات بعض المفاهيم المرتبطة بالإحصاء الوصفي والاستدلالي و هذا باستخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية ((SPSS V:23) تسهيل الحساب و الحصول على نتائج دقيقة إذ يتمتع هذا البرنامج بالعديد من الخصائص الفريدة التي تميزه عن باقي البرامج المماثلة، وأهم هذه الخصائص، بساطة الاستخدام وسهولة الفهم(أمين ربيع، 2007، ص200).  
ومن بين الأساليب الإحصائية التي يحتوي عليها البرنامج استخدمنا جملة منها بما يتوافق وطبيعة مشكلة دراستنا.

- التكرارات والنسب المئوية : لوصف أفراد الدراسة وتحديد استجاباتهم
- اختبار ألفا كرومباخ : لمعرفة مدى ثبات عبارات الاستبيان.
- اختبار كا 2 : للدلالة الإحصائية على وجود فروق في إجابات العينة على أسئلة أداة الدراسة.

## خلاصة :

نستخلص مما سبق أنه لا دراسة علمية بدون منهج علمي، وكل دراسة علمية ناجحة ومفيدة لا بد أن تتوفر لدى الباحث الذي يقوم بها منهجية علمية معينة ومناسبة تتماشى مع موضوع ومتطلبات البحث، ولا بد أن تكون أدوات البحث مختارة بدقة (عينة، ومتغيرات، أدوات جمع البيانات، أساليب إحصائية... الخ)، لكي تتماشى مع متطلبات البحث وتخدمه بطريقة تسمح له بالوصول إلى حقائق علمية صحيحة ومفيدة للباحث والمجتمع.

ومنه فإن الاستعانة بالجانب المنهجي يعد أمراً ضرورياً في البحوث العلمية الحديثة قصد ربح الوقت والوصول إلى النتائج المؤكدة، إضافة إلى وجوب أن تكون المنهجية والأدوات المستخدمة في البحث واضحة وخالية من الغموض والتناقضات.

وفي الأخير يمكن القول أن الباحث الذي يتبع هذه الإجراءات أثناء انجازه لبحثه يكون قد حقق خطوة كبيرة في إثبات صدق عمله وكذا توضيح الركائز العلمية التي اعتمدها للوصول إلى نتائج علمية ودقيقة يمكن الاعتماد عليها مستقبلاً وحتى إمكانية تعميمها.

الفصل الخامس :

عرض وتحليل ومناقشة النتائج

## - عرض وتحليل ومناقشة النتائج:

1-1- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المحور الأول: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التدريبات للرياضيين .

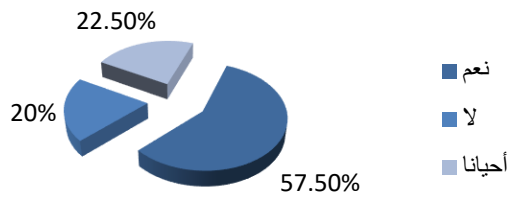
السؤال الأول: هل تتابع رياضيين محترفين على منصات مواقع التواصل الاجتماعي ؟ .

الجدول رقم (01) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
دال	50,00	550.10	2	57.5%	23	نعم
				20%	08	لا
				22.5%	09	أحيانا
				100%	40	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (01) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (01)



من خلال الجدول أعلاه رقم (01) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (23) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، في حين المجموعة الثالثة

فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 10.550 بمستوى دلالة بلغ 0.005 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يتابعون رياضيين محترفين على مواقع التواصل الاجتماعي.

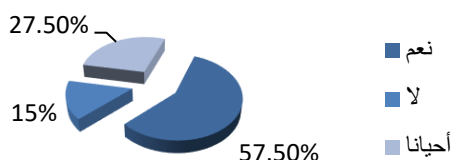
**السؤال 02:** في رأيك مشاهدة رياضيين محترفين في مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في مهاراتك التكتيكية ؟

الجدول رقم (02) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

بدائل الإجابة على السؤال رقم 02	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	K <sup>2</sup> قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	23	57.5%	2	450.11	030,0	دال
لا	06	15%				
أحيانا	11	27.5%				
الإجمالي	40	100%				

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (02) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (02)



من خلال الجدول أعلاه رقم (02) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (23) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، في حين

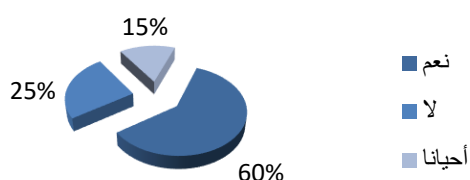
المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 11.450 بمستوى دلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن مشاهدة رياضيين محترفين في مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في مهاراتك التكتيكية .

**السؤال 03:** هل تستخدم منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة المعرفة والنصائح المتعلقة بالتدريب والأداء الرياضي؟

الجدول رقم (03) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
دال	10,00	40.13	2	60%	24	نعم
				25%	10	لا
				15%	06	أحيانا
				100%	40	الإجمالي

الشكل رقم (03) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)



**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23 من خلال الجدول أعلاه رقم (03) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (24) فردا بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على

هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 13.40 بمستوى دلالة بلغ 0.001 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمشاركة المعرفة والنصائح المتعلقة بالتدريب والأداء الرياضي؟

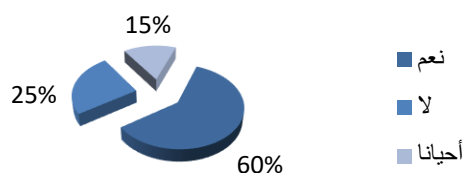
**السؤال 04:** هل ترى بأن التعليقات الايجابية على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على تدريباتك الرياضية وأدائك ؟

الجدول رقم (04) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
دال	10,00	40.13	2	60%	24	نعم
				25%	10	لا
				15%	06	أحيانا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (04) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (04)



من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (24) فردا بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%،

في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 40.13 بمستوى دلالة بلغ 0.001 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن التعليقات الايجابية على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على تدريباتك الرياضية وأدائك .

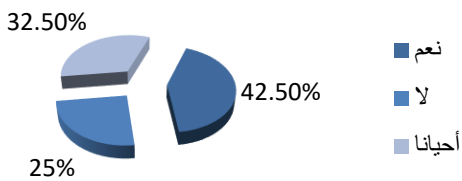
**السؤال 05:** هل أنت مهتم بالتواصل مع مدربين محترفين وخبراء في مجالاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
غير دال	3970,	850.1	2	42.5%	17	نعم
				25%	10	لا
				32.5%	13	أحيانا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (05)



من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (17) فردا بنسبة مئوية بلغت 28.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية

قدرت بـ 25%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 32.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 1.850. بمستوى دلالة بلغ 0.397 وهو أكبر من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث.

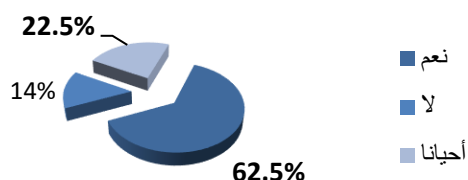
**السؤال 06:** هل تهتم بمشاهدة مايتعلق بالإصابات الرياضية وكيفية تجنبها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال	00,00	650.15	2	62.5%	25	نعم
				14%	06	لا
				22.5%	09	أحيانا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)



من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (25) فردا بنسبة مئوية بلغت 62.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%،

في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 650.15 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يهتمون بمشاهدة ما يتعلق بالإصابات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي .

## 2- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المحور الثاني:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم :

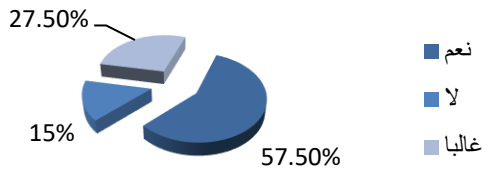
السؤال 01: هل تتوقع أن مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من عدد الجمهور والمتابعين ؟

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
دال	30,00	450.11	2	57.5%	23	نعم
				15%	06	لا
				27.5%	11	غالبا
				100%	40	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (01)



من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (23) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%،

في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 450.11 بمستوى دلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من عدد المتابعين والجمهور .

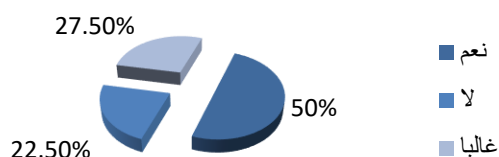
**السؤال 02:** هل تشعر بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يساعد في بناء علاقة أقوى مع الجمهور ؟

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
دال	30,00	450.11	2	50%	20	نعم
				22.5%	09	لا
				27.5%	11	غالبا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

**الشكل رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (02)**



من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ

22.5%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 11.450 بمستوى دلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في بناء علاقة أقوى مع الجمهور .

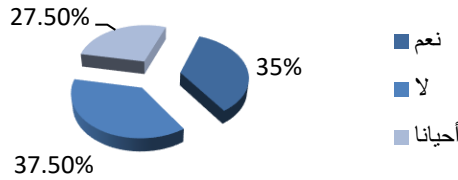
**السؤال 03:** هل تدخل في حوارات حول قضايا رياضية مع المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
غير دال	3270,	0.650	2	35%	14	نعم
				37.5%	15	لا
				27.5%	11	أحيانا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (03)



من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (14) فردا بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ

37.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 0.650 بمستوى دلالة بلغ 0.327 وهو أكبر من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث.

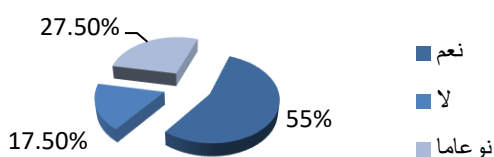
1. السؤال 04: هل تتوقع أن زيادة المتابعين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يفتح لك آفاقا مستقبلية؟

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
دال	110,0	050.9	2	55%	22	نعم
				17.5%	07	لا
				27.5%	11	نوعا ما
				100%	40	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (04)



من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (22) فردا بنسبة مئوية بلغت 55%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.5%، في حين

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 9.050 بمستوى دلالة بلغ 0.011 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يتوقعون أن زيادة المتابعين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يفتح لهم آفاقا مستقبلية .

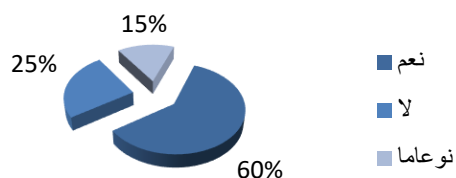
**السؤال 05:** هل تهتم بأراء متابعيك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
دال	10,00	40.13	2	60%	24	نعم
				25%	10	لا
				15%	06	نوعا ما
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (05)



من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (24) فردا بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، في حين المجموعة

الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 13.40 بمستوى دلالة بلغ 0.001 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يهتمون بأراء متابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي .

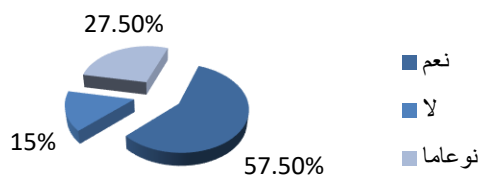
**السؤال 06:** من وجهة نظرك هل مواقع التواصل الاجتماعي تحفزك على التنافس بشكل أقوى لكسب جمهور أوسع؟

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال	30,00	450.11	2	57.5%	23	نعم
				15%	06	لا
				27.5%	11	نوعا ما
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (06)



من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (23) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ

15%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 11.450 بمستوى دلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تحفزهم على التنافس بشكل أقوى لكسب جمهور أوسع .

### 3- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المحور الثالث:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على شهرة الرياضيين :

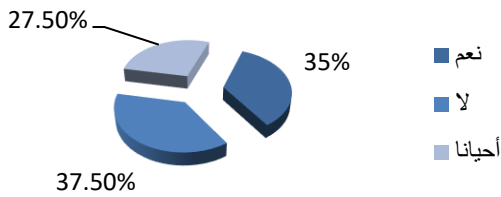
السؤال 01: هل تتابع رياضيين مشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

بدائل الإجابة على السؤال رقم 08	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	K <sup>2</sup> قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	21	35%	2	6.650	0360,	دال
لا	9	37.5%				
أحيانا	10	27.5%				
الإجمالي	40	100%				

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (01)



من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (21) فردا بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.7%، في حين

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 6.650 بمستوى دلالة بلغ 0.036 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح البديل "نعم" وعليه فإن أغلب أفراد العينة يتابعون مشاهير رياضيين على مواقع التواصل الاجتماعي .

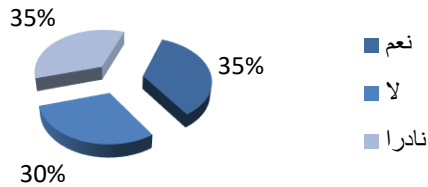
السؤال 02: هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع رياضيين مشهورين ؟

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
غير دال	9050,	0.200	2	35%	14	نعم
				30%	12	لا
				35%	14	نادرا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (02)



من خلال الجدول أعلاه رقم (14) والمتضمن مناقشة الفرضية الثانية نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (14) فردا بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ

عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 0.200 بمستوى دلالة بلغ 0.905 وهو أكبر من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث.

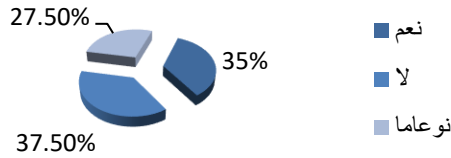
**السؤال 03:** هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في زيادة شهرة الرياضيين؟

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
دال	0360,	6.650	2	35%	21	نعم
				37.5%	9	لا
				27.5%	10	نوعا ما
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

**الشكل رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم...**



من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (21) فردا بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.7%، في حين

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 6.650 بمستوى دلالة بلغ 0.036 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح البديل "نعم" وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في زيادة الشهرة للرياضيين .

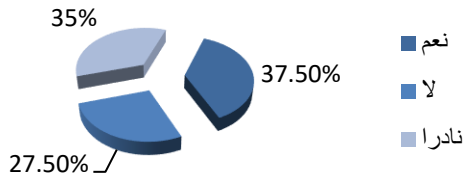
**السؤال 04:** أسبق و أن تواصلت مع أندية في مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الانضمام ؟

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
غير دال	7230,	0.656	2	37.5%	15	نعم
				27.5%	11	لا
				35%	14	نادرا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (04)



من خلال الجدول أعلاه رقم (16) والمتضمن مناقشة الفرضية الثانية نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (15) فردا بنسبة مئوية بلغت 37.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ

عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 0.656 بمستوى دلالة بلغ 0.723 وهو أكبر من مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث.

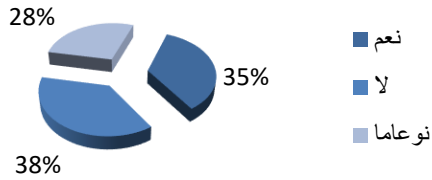
**السؤال 05:** هل تتوقع أن مواقع التواصل الاجتماعي يفتح لك أبوابا لفرص تسويقية ؟ .

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
دال	0360,	6.650	2	35%	21	نعم
				37.5%	9	لا
				27.5%	10	نوعا ما
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (05)



1. من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (21) فردا بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ

عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 6.650 بمستوى دلالة بلغ 0.036 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح البديل "نعم" وعليه فإن أغلب أفراد العينة يتوقعون أن مواقع التواصل الاجتماعي يفتح لهم أبوابا لفرص تسويقية .

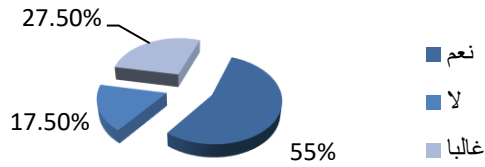
السؤال 06: هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لبناء علامة شخصية ؟

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال	110,0	050.9	2	55%	22	نعم
				17.5%	07	لا
				27.5%	11	غالبا
				100%	40	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (06)



من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (22) فردا بنسبة مئوية بلغت 55%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.5%، في حين

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 9.050 بمستوى دلالة بلغ 0.011 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لبناء علامتهم الشخصية .

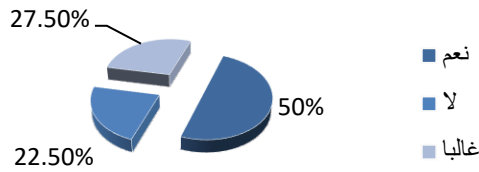
**السؤال 07:** هل تستخدم شهرتك على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للأعمال الخيرية والمساهمة في القضايا الاجتماعية؟

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
دال	30,00	450.11	2	50%	20	نعم
				22.5%	09	لا
				27.5%	11	غالبا
				100%	40	الإجمالي

**المصدر:** من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V23

الشكل رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم (07)



من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ

22.5%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 11.450 بمستوى دلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى وعليه فإن أغلب أفراد العينة يستخدمون شهرتهم على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للأعمال الخيرية والمساهمة في القضايا الاجتماعية .

## 1. مناقشة النتائج في ظل الفرضيات :

الفرضية الأولى : لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على التدريبات للرياضيين وأداهم .

من خلال نتائج الجداول والعبارات رقم (1)، (2) ، (3) ، (4) ، (6) الخاصة بالمحور الأول للفرضية الأولى والتي أثبتت نتائجها فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابات التي تثبت أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على تدريبات الرياضيين ، وعلى ضوء الدراسة تبين أن أغلبية الرياضيين يتابعون رياضيين محترفين على مواقع التواصل الاجتماعي (السؤال 1) ، ومما يعزز دور هذا الأخير في تحسين المهارات التدريبية للرياضيين (السؤال 2 و4) ، كما لاحظنا أن الرياضيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمشاركة المعرفة و نصائح حول الأداء الرياضي (السؤال 3) ، أما فيما يتعلق بالإصابات الرياضية فقد لاحظنا أن نسبة كبيرة تهتم بمشاهدة هذا المحتوى للاستفادة منه .

- ومن خلال كل ما سبق يمكن أن نقول بأن الفرضية الأولى قد تحققت .

**الفرضية الثانية:** تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم :

من خلال نتائج العبارات رقم (1)،(2)،(4)،(5)،(6) الخاصة بالمحور الثاني للفرضية الثانية والتي أثبتت أغلبية نتائجها فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابات التي تثبت بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير على علاقة الرياضيين مع الجمهور ، وبناء على ما سبق من التحليل تبين أن أغلبية أفراد العينة يرون أن منصات التواصل الاجتماعي تزيد من عدد الجمهور وتبني علاقة قوية معهم (السؤال 1 و2) ، وفي ذات السياق يتجلى تحقق هذه الفرضية في كون أن الرياضيين يسعون لضم أكبر عدد من المتابعين والتفاعل معهم و هاته الزيادة في هذا الأخير يفتح للرياضيين آفاقا مستقبلية (السؤال 4 و5 و6) .

وبالرغم من أن العبارة 3 لم تعطي فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابات المؤيدة لصحة الفرضية الا أن هذا لا يؤثر على السياق الاحصائي لمضمون الفرضية الثانية التي جاءت أغلبية نتائجها مؤيدة للفرض البديل المقترح وعليه يمكن أن نقول بأنها قد تحققت .

**الفرضية الثالثة :** لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على شهرة الرياضيين .

من خلال نتائج العبارات رقم (1)،(3)،(5)،(6)،(7) الخاصة بالمحور الثالث للفرضية الثالثة والتي أثبتت أغلبية نتائجها فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابات التي تثبت بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على شهرة

الرياضيين ، وبناء على ما سبق من التحليل تبين أن أغلبية أفراد العينة يتابعون رياضيين مشاهير (السؤال 1) ، بالإضافة أن منصات التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة شهرة الرياضيين (السؤال 3) ، وفي ذات السياق يتجلى تحقق هذه الفرضية في كون أن مواقع التواصل الاجتماعي تفتح أبوابا تسويقية وتبني علامة شخصية للرياضيين (السؤال 6و5) ، كما أن هاته الشهرة على منصات التواصل الاجتماعي تساعدهم في الترويج للأعمال الخيرية والمساهمة في القضايا الاجتماعية (السؤال 7) .

وبالرغم من أن العبارة 2 لم تعطي فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابات المؤيدة لصحة الفرضية إلا أن هذا لا يؤثر على السياق الإحصائي لمضمون الفرضية الثانية التي جاءت أغلبية نتائجها مؤيدة للفرض البديل المقترح وعليه يمكن أن نقول بأنها قد تحققت .

## 2. مناقشة الفرضية العامة :

بما أن الفرضية الأولى والثانية والثالثة المتعلقة بمحاور الدراسة أثبتت صحتها وصدقها فإننا نستنتج أن الفرضية العامة القائلة بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على الحياة المهنية للرياضيين محققة ، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي وعبر جميع منصاتته يؤدي دورا وظيفيا هاما بالنسبة للرياضيين وبالأخص المحترفين منهم وذلك لما تتمتع به منصات التواصل الاجتماعي من خصائص جعلته محل متابعة كبيرة من طرف الجمهور بصفة عامة والرياضيين بصفة خاصة ، فالرياضيون ذو تفكير سليم وعقل ناضج عرفوا كيف يستغلوا هاته المنصات من أجل التثقيف وممارسة الأنشطة الرياضية والشهرة والتفاعل وحتى كسب مدخول والتسويق في هاته المنصات وهذا ما تبين من خلال دراستنا.

# الفصل السادس : الاقتراحات والتوصيات

## 1. استنتاج عام :

من خلال كل ما تم مناقشته في هاته الدراسة ، يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت مجالاً واسعاً أمام الحياة المهنية للرياضيين للتعبير عن أنفسهم ومشاركة مشاعرهم وأفكارهم مع الآخرين ، وذلك بفضل الخدمات التي توفرها هاته المواقع . فهاته المنصات تسمح للرياضيين بنقل أفكارهم ومناقشتها دون حدود طبيعية ، وتوفر لهم فضاءً جديدًا للتعبير . على الرغم من أن هذه الشبكات تعتبر متنفسًا حقيقيًا للرياضيين للتعبير عن آرائهم ومعتقداتهم وفكرهم بحرية تامة ، فضلاً عن كونها ساحة جيدة لتوسيع العلاقات والمعارف ، وكسب الأموال منها والشهرة ، إلا أن الاستخدام غير المخطط وغير المنظم لها يمثل خطراً وتهديدًا مباشرًا على عادات وقيم الحياة المهنية للرياضيين، والتي لها أهمية كبيرة في مجال الرياضة بالإضافة إلى ذلك لها دور فعال وبارز في ترسيخ كل العادات والتقاليد والأعراف الخاصة في مجال الحياة المهنية للرياضيين. تتميز الحياة المهنية بمرحلة تغيير جذري سريع في شخصية الرياضي، وهي عملية معقدة تشمل العديد من العوامل مثل الجوانب الجسدية والنفسية والاجتماعية . و تُعدُّ هذه المرحلة حساسة للغاية بفعل تأثير التكنولوجيا الحديثة ، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياة الرياضيين.

## 2. توصيات :

**تطوير إستراتيجية لوسائل التواصل الاجتماعي:** يجب على الرياضيين المحترفين وإدارة النوادي والأندية الرياضية تطوير إستراتيجية واضحة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال، بما في ذلك مواعيد النشر ونوع المحتوى والتفاعل مع المعجبين.

**الحفاظ على سمعة إيجابية :** يجب على الرياضيين تجنب المشاركة في سلوكيات سلبية على مواقع التواصل الاجتماعي والتحدث بأسلوب محترم ومحترف. يجب أن تعزز منشوراتهم سمعتهم الإيجابية.

**حفظ الخصوصية :** يجب على الرياضيين توخي الحذر عند مشاركة معلومات شخصية على منصات التواصل الاجتماعي والتحكم في من يمكنهم الوصول إلى هذه المعلومات.

**التفاعل مع المعجبين وال جماهير:** يمكن للرياضيين تحسين علاقاتهم مع المعجبين وال جماهير من خلال التفاعل المباشر مع التعليقات والردود على أسئلتهم واهتماماتهم.

**التعاون مع العلامات التجارية والرعاة :** يمكن للرياضيين استغلال شهرتهم على مواقع التواصل الاجتماعي للتعاون مع العلامات التجارية والشركات الراعية. يجب عليهم تقديم عروض قيمة للشركات المهتمة بالرعاية

**مراقبة التأثير:** يجب على الرياضيين قياس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حياتهم المهنية وتقييم ما إذا كان ذلك يساهم في تحقيق أهدافهم المهنية

**التدريب على الوعي الرقمي:** يجب على الرياضيين التعرف على مخاطر الانترنت والتواصل عبر الشبكة وتلقي التدريب على الوعي الرقمي لحماية أنفسهم من التهديدات الأمنية.

## خاتمة :

مع التقدم السريع في تكنولوجيا الاتصالات ، ظهرت وسائل جديدة للتواصل تتيح فرصاً أوسع للرياضيين المحترفين للتفاعل والتواصل مع الجماهير والمعجبين بشكل أكبر . ومن بين هذه الوسائل تأتي مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة القائمة ، حيث حازت هاته المنصات على شعبية كبيرة بين الرياضيين والجماهير عمومًا ، وخاصة بين الشبان الرياضيين .

هاته المواقع لها تأثير مباشر وغير مباشر على حياة المحترفين الرياضيين واستنادًا إلى نتائج الدراسة ، تم التوصل إلى تصور بسيط حول التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تترتب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حياة المحترفين الرياضيين . من بين أبرز النتائج التي تم الوصول إليها، يشير البحث إلى أن غالبية المحترفين الرياضيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ فترة طويلة ويمضون وقتًا كبيرًا في تصفح هذه المنصات ، حيث ساهمت هذه المنصات في تعزيز القيم الاجتماعية لهم مع الجماهير وزادت من جرأتهم في مناقشة مختلف المواضيع والتعبير عن أنفسهم بحرية . وقد أثرت بشكل إيجابي على شهرتهم ، علاوة على ذلك قد ساهمت في التحسين من تدريبهم و أدائهم .

من الجدير بالذكر أن هناك عوامل أخرى تؤثر في تغيير الحياة المهنية للرياضيين ، حيث يمكن أن يلعب مكان الإقامة دورًا مهمًا في استخدام هذه المنصات وتأثيرها على حياة الرياضيين . يمكن أن تختلف العادات والتقاليد بين المناطق الحضرية والريفية .

هذه الدراسة تعتبر خطوة أولى نحو فهم أعمق لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للمحترفين الرياضيين ، وتشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من البحث والاستقصاء لاستكمال فهمنا لهذا الموضوع المستجد .

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المراجع :

1. بول ليفنسون وهبة ربيع(2015):أحدث وسائل الإعلام الجديدة .ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع .القاهرة .
2. حسين محمد هتيمي (2015):العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي.ط1.دار أسامة للنشر.عمان.
3. خالد سليم (2013):ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي والمجتمعات المحلية .دار المتنبى للنشر .قطر.
4. خالد غسان يوسف المقدادي (2013):ثورة الشبكات الاجتماعية .ط1. دار النفائس للنشر والتوزيع .عمان.
5. الخزاعلة، محمد سلمان، وعطية، محمود علي، والمومني، تحسين علي، والسخني، حسين عبدالرحمن (2015):الرياضة وعلم النفس ، ط 2 ، دار صفاء للنشر ، عمان
6. الربضي، كمال جميل (2015): الرياضية لغير الرياضيين لياقة - صحة - جمال ط4 ، الجامعة الأردنية ، عمان
7. رضوان بلخري(2014):مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقية .ط1. دار الجسور للنشر والتوزيع .الجزائر.
8. سلمان بكر بن کران (2015):الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي.ط1. دار الراجلة للنشر والتوزيع .عمان.
9. عامر إبراهيم قنديلجي(2015):الإعلام الإلكتروني .ط1. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.عمان.
10. عبد الرزاق محمد الديلمي(2011):الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية .ط1. دار وائل للنشر والتوزيع .عمان.
11. عبدالمعبود، محمد علي(2016): التربية البدنية. ط 1 ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان
12. علاء الدين محمد عفيفي (2015):الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية
13. علي خليل شقرة (2014):الإعلام الجديد مواقع التواصل الاجتماعي.ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع.عمان.
14. علي عبد الفتاح (2014):الإعلام الاجتماعي .دار اليازوري للنشر والتوزيع .عمان.
15. العون، إسماعيل (2017):الرياضة في حياتنا ، ط 1 ، دار شهرزاد للنشر والتوزيع، عمان
16. عيسى ، رنا مروان ، (2020) : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين .
17. قبلان، صبحي أحمد، والجبور، نايف مفضي (2014):التربية الرياضية (الرياضة للجميع) ط1 ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان
18. نيلي أحمد جرار(2012):الفايس بوك والشباب العربي.ط1.مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .عمان.

19. ماهر عودة الشمالية وآخرون (2015): تكنولوجيا الإعلام والاتصال. ط1. دار الأعمار العالمي للنشر والتوزيع. عمان.

20. ماهر عودة الشمالية وآخرون (2015): تكنولوجيا الإعلام والاتصال. ط1. دار الأعمار العالمي للنشر والتوزيع. عمان.

21. محمد عبد الحميد (2004): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 ، عالم الكتب للنشر و التوزيع ، القاهرة

22. وائل مبارك خضر فضل الله (2012): أثر الفايسبوك على المجتمع .المكتبة الوطنية للنشر.السودان

23. ياسين خضر البياتي (2014): الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة . ط1. دار البداية للنشر والتوزيع. عمان.

#### المقالات :

الصادق رابح (2013): وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات.مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية .مؤسسة الحكمة للنشر والتوزيع .الجزائر .العدد15.

#### مواقع ويب :

-علي الصباح من الهواية إلى الاحتراف جريدة الصباح العدد 1222 . alsabaah . www .com 01/01/9011 , ص 07.

#### توثيق رسالة جامعية غير منشورة :

خيف، محمد زكريا (2016) ، دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي(رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي - الجزائر

بسمة ألدعة(2011): استخدامات الشبكات في الإعلان ، رسالة مقدمة لنيل البكالوريوس في الصحافة و الإعلام (غير منشورة) الجامعة الإسلامية . غزة فلسطين . ص36

علي محمد بن فتح محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها على الأخلاقيات و القيمة . رسالة ماجستير (غير منشورة) الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة . السعودية ص2

#### مؤتمرات :

بركات أيوب وآخرون، توظيف الإشهار عبر الانترنت في مجال الاحتراف الرياضي ,المؤتمر الدوري الثالث حول رؤية مستقبلية للاحتراف الرياضي في الجزائر , جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، أيام 25-26 جانفي 2009 ص04

المراجع الأجنبية :

Hussain , Ghulam , Naz , Tabssum , Shahzad , Naeem , Javed Bajwa , Muhammad ,2021 , Social Media Marketing in Sports and using social media platforms for sports fan engagement .

M R, Green ,2016, The impact of social networks in the development of a personal sports brand .

# قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي



## استمارة استبيان :

في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي تحت عنوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين في الجزائر

نقدم لكم هذه الاستمارة للإجابة عليها وذلك مهم بالنسبة لنا لتحقيق أهداف هذه الدراسة الميدانية ويجب الإشارة إلى أنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة التي في اعتقادكم ترونها تعبر عن رأيكم حيث تضمنت استمارة الاستبيان ثلاث محاور على الترتيب .

نحيطكم علما بأن إجاباتكم تبقى سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.  
شكرا على تعاونكم

من إعداد الطلبة : ابراهيمي لخضر و بعلي إسماعيل

**السنة الدراسية : 2023\_2024**

الاستبيان :

## المحور 01

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التدريبات للرياضيين و أدائهم .

1. هل تتابع رياضيين محترفين على منصات مواقع التواصل الاجتماعي ؟ .

نعم  لا  أحيانا

2. في رأيك مشاهدة رياضيين محترفين في مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في مهاراتك التكتيكية ؟

نعم  لا  أحيانا

3. هل تستخدم منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة المعرفة والنصائح المتعلقة بالتدريب والأداء الرياضي؟

نعم  لا  أحيانا

4. هل ترى بأن التعليقات الايجابية على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على تدريباتك الرياضية وأدائك ؟

نعم  لا  أحيانا

5. هل أنت مهتم بالتواصل مع مدربين محترفين وخبراء في مجالاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم  لا  أحيانا

6. هل تهتم بمشاهدة ما يتعلق بالإصابات الرياضية وكيفية تجنبها على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم  لا  أحيانا

## المحور 02

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم :

1. هل تتوقع أن مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من عدد الجمهور والمتابعين ؟

نعم  لا  غالبا

2. هل تشعر بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يساعد في بناء علاقة أقوى مع الجمهور ؟.

نعم  لا  غالبا

3. هل تدخل في حوارات حول قض ايا رياضية مع المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم  لا  أحيانا

4. هل تتوقع أن زيادة المتابعين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يفتح لك آفاقا مستقبلية؟

نعم  لا  نوعا ما

5. هل تهتم بأراء متابعيك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا  نوعا ما

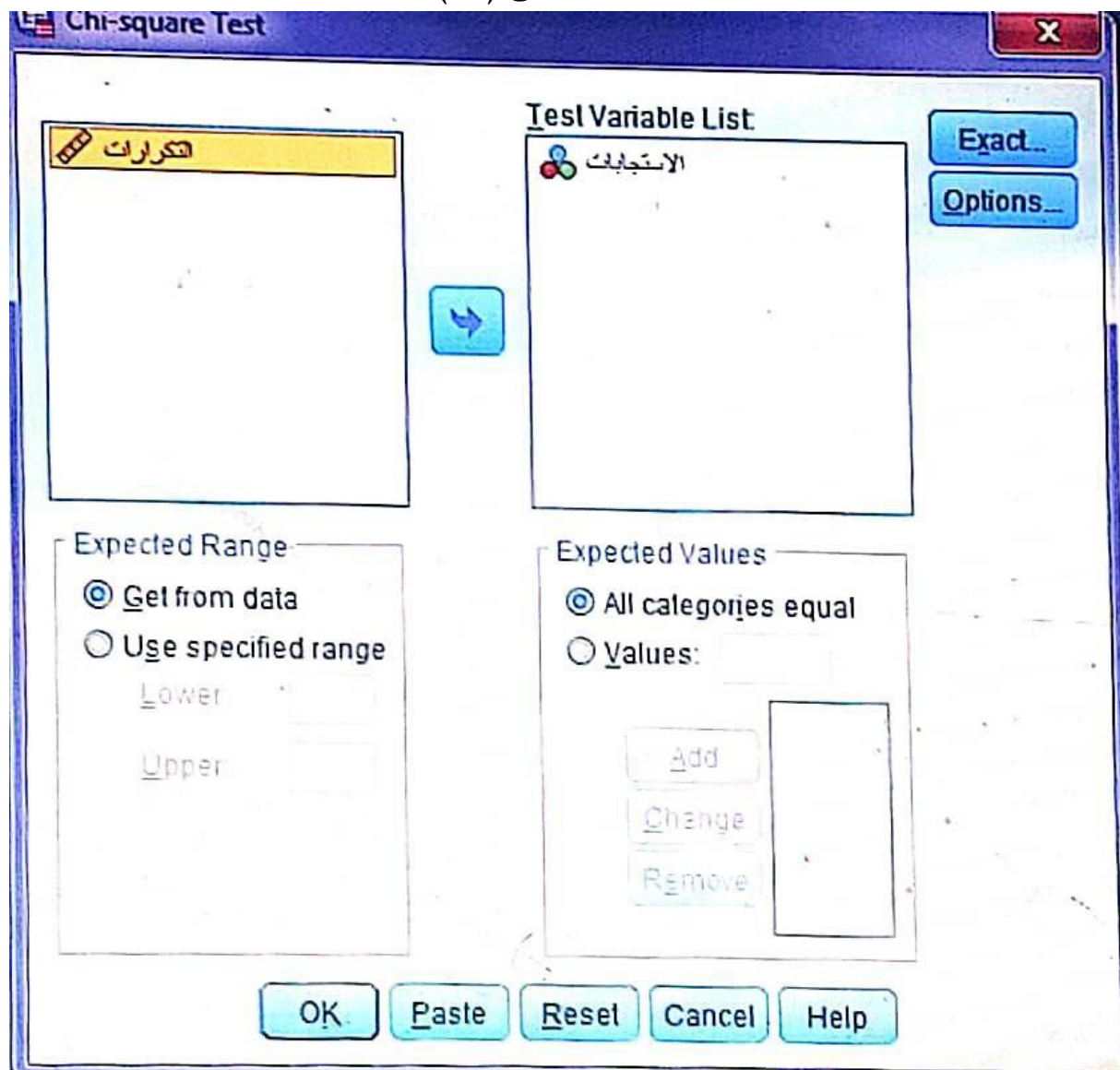
6. من وجهة نظرك هل مواقع التواصل الاجتماعي تحفزك على التنافس بشكل أقوى لكسب جمهور أوسع؟

نعم  لا  أحيانا

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على شهرة الرياضيين :

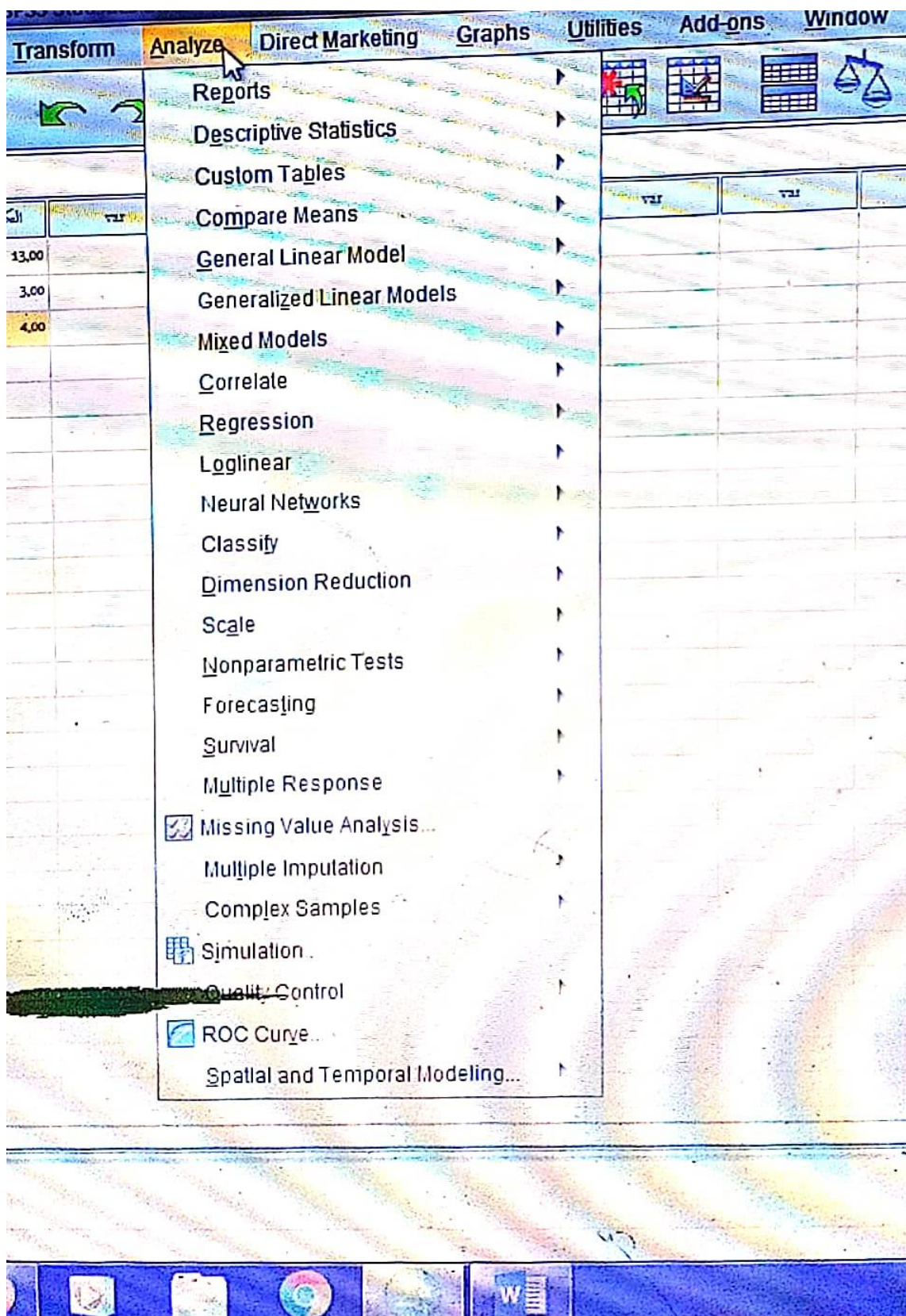
1. هل تتابع رياضيين مشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- نعم  لا  أحيانا
3. هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع رياضيين مشهورين؟
- نعم  لا  نادرا
4. هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في زيادة شهرة الرياضيين؟
- نعم  لا  نوعا ما
5. أسبق و أن تواصلت مع أندية في مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الانضمام؟
- نعم  لا  نادرا
6. هل تتوقع أن مواقع التواصل الاجتماعي يفتح لك أبوابا لفرص تسويقية؟ .
- نعم  لا  أحيانا
7. هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لبناء علامة شخصية؟
- نعم  لا  غالبا
8. هل تستخدم شهرتك على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للأعمال الخيرية والمساهمة في القضايا الاجتماعية؟
- نعم  لا  غالبا

SPSS V23 ملحق (02):









## ملخص الدراسة :

.العنوان: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة المهنية للرياضيين في الجزائر

.أهداف الدراسة :

1. فهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز شهرة الرياضيين المحترفين وجاذبيتهم للجمهور والمشجعين.
2. استكشاف كيفية استخدام الرياضيين لمواقع التواصل الاجتماعي لتوسيع جماهيرهم وبناء علاقات أقوى مع المعجبين والمشجعين.
3. تحليل فرص التسويق والشراكات التجارية التي يمكن أن تنشأ للرياضيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها بشكل أمثل.
4. فحص التحديات والمخاطر المحتملة للاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي بما في ذلك التعليقات السلبية وانتقادات الجمهور.
5. تقديم توصيات للرياضيين حول كيفية الحفاظ على التوازن بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأدائهم الرياضي بشكل فعال.

هذه الأهداف تهدف إلى فهم أفضل لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على حياة الرياضيين المحترفين وتزويد الرياضيين ومديري الأندية الرياضية بالإرشادات اللازمة للاستفادة الأمثل من هذه المنصات في بيئة مهنية متغيرة.

## الإشكالية العامة

هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على الحياة المهنية للرياضيين في الجزائر ؟

## التساؤلات الجزئية

- 1- هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على تدريبات وأداء الرياضيين؟
- 2- هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم ؟
- 3- هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على شهرة الرياضيين ؟

## الفرضية العامة

لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على الحياة المهنية للرياضيين في الجزائر .

## الفرضيات الجزئية

1. لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على تدريبات وأداء الرياضيين .
2. لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على العلاقة بين الرياضيين وجمهورهم .

3. لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على شهرة الرياضيين.

. منهج الدراسة : اعتمادا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لدراستنا هذه

**مجتمع وعينة الدراسة:** وتم أخذ عينة عشوائية من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لجامعة

محمد بوضياف بالمسيلة للموسم (2024/2023) وقدرت بـ40 رياضي محترف .

. أدوات جمع البيانات :

تم الإعداد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات كما تم استخدام التكرارات والنسب المؤوية وكاف تربيع  $K^2$  ومعامل ألفا كرونباخ .

. نتائج الدراسة : توصل الباحث من خلال دراسته إلى:

- أن هناك تأثيرات لمواقع التواصل الاجتماعي على أداء وتدريب الرياضيين .
- أن هناك تأثيرات لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الرياضيين والمتابعين .
- أن هناك تأثيرات لمواقع التواصل الاجتماعي على شهرة الرياضيين

#### الاقترحات

1. تأثير الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات الرياضيين المحترفين : يمكن دراسة كيف تؤثر الإعلانات والعروض التجارية التي يتلقاها الرياضيون عبر منصات التواصل الاجتماعي على قراراتهم المهنية والمالية.
2. تحليل استراتيجيات التسويق الشخصي للرياضيين على مواقع التواصل : يمكن دراسة كيفية استخدام الرياضيين مواقع التواصل الاجتماعي لبناء علاماتهم الشخصية وترويج أنفسهم كعلامات تجارية.
3. تأثير التعليقات والتفاعل مع المعجبين على أداء الرياضيين : يمكن تحليل كيفية تفاعل الرياضيين مع معجبهم على مواقع التواصل ومدى تأثير ذلك على أدائهم الرياضي ونفسيته.
4. الأخلاقيات والسلوك على مواقع التواصل الاجتماعي للرياضيين : يمكن دراسة السلوكيات الأخلاقية للرياضيين على منصات التواصل ومدى تأثيرها على سمعتهم.
5. تأثير الاستخدام الزائد لوسائل التواصل على أداء الرياضيين : يمكن استقصاء تأثير الانخراط المفرط في وسائل التواصل الاجتماعي على تركيز وأداء الرياضيين.
6. مقارنة بين رياضي الألعاب التقليدية والرياضيين الإلكترونيين في استخدام وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي : يمكن دراسة كيفية تأثير مواقع التواصل على هاتين الفئتين من الرياضيين.

7. تأثير الدعاية والإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي على انتقال الرياضيين بين الأندية : يمكن استقصاء كيفية استخدام الأندية ووكلاء الرياضيين منصات التواصل لجذب الرياضيين وإبرام الصفقات.
8. تأثير تصرفات الجمهور والجماهير على سلوك الرياضيين على مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة تأثير التعليقات والانتقادات والتفاعل الجماهيري على سلوك الرياضيين عبر منصات التواصل.