



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف المسيلة  
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية



القسم: الإعلام والاتصال الرياضي  
الشعبة: إعلام واتصال رياضي  
التخصص: إعلام واتصال رياضي سمعي بصري  
الرقم التسلسلي: .....  
الرمز: .....

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي  
إعداد الطالب: شودار بلال  
تحت عنوان

دور الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية  
"دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية (545 شهيد) بغيلاسة  
ولاية برج بوعريريج"

لجنة المناقشة:

رئيسا	الجامعة: محمد بوضياف مسيلة	*اسم ولقب الأستاذ (ة)
مشرفا ومقررا	الجامعة: محمد بوضياف مسيلة	*مريشيش خالد
مناقشا	الجامعة: محمد بوضياف مسيلة	اسم ولقب الأستاذ (ة)

السنة الجامعية: 2019-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر

قال تعالى: «ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن

أعمل صالحا ترضاه وارضمني برحمتك في عبادك الصالحين" الزمل: 19.

فالحمد لله حمد الشاكرين موصولا بالثناء عليه وتوفيقه لنا في إتمام إنجاز

هذه المذكرة، فالحمد له أولا والشكر له ثانيا، والفضل له ثالثا.

وقال الرسول ﷺ: من لم يشكر الناس لم يشكر الله ﷻ

يسعدنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان ووافر الاحترام وأسمى التقدير إلى الأستاذ

المشرف "مريش خالد" الذي لم يبخل علينا بنصائحه وإرشاداته وتوجيهاته القيمة التي

مهدت لنا الطريق لإتمام هذا العمل عرفنا منا له بالجميل جزاه الله كل خير.

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال الرياضي

على ما قدموه لي طوال المشوار الدراسي الجامعي، ونذكر على وجه الخصوص الأستاذ

"جلال صلاح الدين" "عمرون مفتاح" "حميسى براهمي" "زواوي عبد الوهاب" "لبشير

أحمد" "السعيد بن بار" "جوادي صفاء" "بوساق أسماء".

كما لا يفوتني أن نشكر كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز العمل المتواضع

"الله في عون العبد ما دام العبد في عون أخيه"

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا

تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك

**الله جل جلاله**

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين..

**سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم**

إلى من أحمل اسمك بكل فخر إلى من أفتقدك منذ الصغر

إلى من يرتعش قلبي لذكرك يا من أودعتني لله أهديك هذا البحث

أبي رحمه الله

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى العنان والتفاني

إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعائها سر نجائي وحنانها بلسم جراحي

**إلى أغلى الحبايب أمي المحببة**

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله إلى من أثاروني على أنفسهم

إلى من علموني علم الحياة إلى من أظهروا لي ما هو أجمل من الحياة

**إخوتي**

إلى أستاذي ومعلمي وتوأم روحي ورفيق دربي .. إلى صاحب القلب الطيب والنوايا الصادقة

إلى من رافقتني ومعك سررت الدرب خطوة بخطوة وما تزال ترافقتني

**أستاذي فاروق شتوي**

إلى من كانوا ملاذي وملجئي إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات

إلى من سأفتقدهم ..... وأتمنى أن يفتقدوني

إلى من جعلهم الله أخوتي بالله ..... ومن أحببتهم بالله

**طلبة قسم الإعلام والاتصال الرياضي**

إلى كل طاقم وإدارة قسم الإعلام الرياضي أهدي ثمرة جهدي المتواضع

**إلى قاري هذا الإهداء**

## قائمة المحتويات

	شكر
	إهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية Abstract
أ-ب-ت	مقدمة
	<b>الجانب المنهجي</b>
الصفحة	<b>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>
6	1 - 1 - إشكالية الدراسة
8	1 - 2 - فرضيات الدراسة
8	1 - 3 - أهمية الدراسة
8	1 - 4 - أهداف الدراسة
9	1 - 5 - تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
12	1 - 6 - الدراسات السابقة
19	1-6-1- التعليق على الدراسات السابقة
21	1-6-2- مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

21	1 - 7 - مميزات الدراسة الحالية
	الجانب النظري
الصفحة	الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والفايسبوك
23	تمهيد
	2 - 1 - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
24	1-1-2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
25	2-1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
26	3-1-2- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
29	4-1-2- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
30	5-1-2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
31	6-1-2- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
32	7-1-2- الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
	2 - 2 - ماهية الفاييسبوك
35	1-2-2- تعريف الفاييسبوك
36	2-2-2- نشأة وتطور موقع الفاييسبوك
37	3-2-2- سمات وخصائص الفاييسبوك
38	4-2-2- دوافع استخدام الفاييسبوك
39	5-2-2- تطبيقات موقع الفاييسبوك
42	6-2-2- الخدمات الاتصالية والتواصلية لموقع الفاييسبوك
42	7-2-2- إيجابيات وسلبيات الفاييسبوك

45	خلاصة
الصفحة	الفصل الثالث: الوعي الرياضي والمراقبة
47	تمهيد
.....	3-1-1-3 الوعي والوعي الرياضي
	3-1-1-3-1 مدخل عام للوعي
48	3-1-1-3-1-1 تعريف الوعي
48	3-1-1-3-2 أصناف الوعي
49	3-1-1-3-3 أبعاد الوعي
49	3-1-1-3-4 مستويات الوعي
50	3-1-1-3-5 أنواع الوعي
	3-2-1-3 الوعي الرياضي
51	3-2-1-3-1 تعريف الوعي الرياضي
51	3-2-1-3-2 أهمية الوعي الرياضي
51	3-2-1-3-3 المهارات اللازمة لصناعة الوعي الرياضي
52	3-2-1-3-4 التعصب في الملاعب والوعي الرياضي
53	3-2-1-3-5 الإعلام والوعي الرياضي
53	3-2-1-3-6 علاقة الوعي الرياضي بالتربية البدنية والرياضية
	3-2-3 - المراقبة
55	3-2-3-1 تعريف المراقبة
56	3-2-3-2 مراحل المراقبة

57	3-2-3-أنماط المراقبة
58	3-2-4-مظاهر النمو في مرحلة المراقبة
62	3-2-5-حاجيات المراقب
63	3-2-6-مشكلات المراقبة
64	3-2-7-المراقبة في مرحلة التعليم الثانوي
65	3-2-8-أهمية الرياضية بالنسبة للمراقبين
65	3-2-9-أثار التربية البدنية والرياضية على المراقب
66	خلاصة
	-الجانب التطبيقي
الصفحة	الفصل الرابع: منهجية الدراسة
68	تمهيد
69	4-1- الدراسة الاستطلاعية
69	4-2- منهج الدراسة
70	4-3- متغيرات الدراسة
70	4-مجتمع وعينة الدراسة
72	4-5- أساليب جمع البيانات (أدوات جمع البيانات)
73	4-6- الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة (الصدق، الثبات، الموضوعية)
79	4-7- تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية
80	4-8- خطوات إجراء الدراسة الميدانية
81	خلاصة

الصفحة	الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة النتائج
83	5-1- عرض النتائج
83	5-2- تحليل النتائج
116	5-3- مناقشة النتائج في ظل الفرضيات
الصفحة	الفصل السادس: الاستنتاجات والاقتراحات
123	6-1- الاستنتاج العام
125	6-2- الاقتراحات والفرضيات المستقبلية
128	- الخاتمة
130	- قائمة المصادر والمراجع
136	- قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
71	1	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس
71	2	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن
72	3	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي
74	4	يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول
75	5	يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني
76	6	يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث
77	7	يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الرابع
78	8	يوضح الاتساق بين كل محور والدرجة الكلية للاستبانة
78	9	قيمة معامل الثبات ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة
83	10	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)
84	11	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)
85	12	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)
86	13	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)
87	14	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)
89	15	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)
90	16	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)
91	17	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)
93	18	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)
94	19	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)
95	20	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

96	21	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)
97	22	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)
98	23	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)
99	24	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)
100	25	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)
101	26	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)
103	28	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)
104	29	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)
105	30	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)
106	31	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)
107	32	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)
108	33	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)
109	34	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25)
110	35	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26)
111	36	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (27)
112	37	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (28)
113	38	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (29)
114	39	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (30)
115	40	يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (31)

## قائمة الأشكال

الصفحة	رقم الشكل	عنوان الشكل
83	1	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)
84	2	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)
85	3	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)
86	4	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)
87	5	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)
89	6	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)
90	7	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)
91	8	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)
93	9	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)
94	10	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)
95	11	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)
96	12	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)
97	13	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)
98	14	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)
99	15	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)
100	16	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)
101	17	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)
102	18	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

103	19	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)
104	20	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)
105	21	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)
106	22	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)
107	23	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)
108	24	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)
109	25	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25)
110	26	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26)
111	27	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (27)
112	28	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (28)
113	29	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (29)
114	30	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (30)
115	31	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (31)

## المخلص بالغة العربية:

هدفت هذا البحث إلى دراسة دور الفاييسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، وقد تم استخدام المنهج الوصفي من أجل تحقيق أهداف الدراسة على عينة قصدية من تلاميذ ثانوية (545) شهيد بغيلاسة برج بوعريريج مكونة من (80) مفردة (58) ذكر و(22) أنثى، وقد اعتمدنا في ذلك على أداة الاستبيان لإنجاز الدراسة، وقمنا بتقسيمها إلى أربعة محاور بناء على التساؤلات التي طرحناها والمتمثلة في، المحور الأول: "عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفايسبوك، المحور الثاني: "للفاييسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية"، المحور الثالث: "للفاييسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية"، المحور الرابع: "للفاييسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية"، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى: أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفاييسبوك بشكل منتظم، أن الفاييسبوك يساهم بشكل كبير في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ الطور الثانوي من الناحية (المعرفية)، و (الصحية)، و(الاجتماعية)، من خلال تعرضهم لمضامينه الرياضية.

### الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، الفاييسبوك، الوعي الرياضي، المراهقة

## الملخص باللغة الإنجليزية:

### **The summary is extremely English:**

This research aimed to study the role of Facebook in spreading mathematical awareness among high school students. The descriptive approach was used in order to achieve the objectives of the study on an intended sample of high school students (545). A martyr in Bordj Bou Arreridj

Consisting of (80) single, (58) male and (22) Female, and we relied on the questionnaire tool to complete the study, and we divided it into four axes based on the questions which they proposed, represented in the

First axis Habits and patterns of Facebook use by secondary school students, Axis Two: Facebook has a role in spreading mathematical awareness among secondary school students, "the third axis: "Facebook has a role in spreading health sports awareness among secondary school students," the fourth topic: «Facebook has a role in spreading mathematical and social awareness among high school students."

The results of the study concluded: Most of the study sample used Facebook regularly, Facebook contributes greatly to spreading sports awareness among secondary school students in terms of (cognitive), (health), and (social), through their exposure to its sports contents.

### **Key words:**

**Social Media ,Facebook, Mathematical awareness, Adolescence.**

## مقدمة:

مما لا شك فيه أن المجتمعات الإنسانية بشكل عام تعيش اليوم ثورة معرفية غير مسبوقه، تتخطى الحواجز لتجعل من العالم قرية صغيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة، وأصبح العصر الذي نعيش فيه يسمى عصر المعلومات نتيجة الإنجازات المختلفة من طرف الإنسان، وتعد شبكة الأنترنت من أبرز مستحدثات التكنولوجيا التي فرضت نفسها اليوم على المستوى العالمي خلال السنوات الماضية، حتى أصبحت أسلوبا للتعامل اليومي ونمط للتبادل المعرفي بين شعوب العالم المتقدم، كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة جعلها من أحد أهم معالم العصر الحديث ذلك لأنها فتحت أفقا واسعة أمام الأفراد للتفاعل فيما بينهم ونقل همومهم ومشكلاتهم من خلال بناء علاقات افتراضية.

ومع التطورات الهائلة التي عرفتتها شبكة الأنترنت وظهور الجيل الثاني الذي أتاح إمكانات جديدة في الشبكة من خلال ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أحدث تكنولوجيايات الاتصال أكثرها شعبية، والتي أصبحت تعد الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها ربطت العالم ببعضه البعض، ومكنت الناس من التواصل فيما بينهم حيث فتحت أفقا غير مسبوقه في مجال الحريات والآراء الأفكار.

فكان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي هو الثورة الحقيقية بعينها في جميع الميادين حيث أصبحت بمثابة شريان حياة للأفراد والمجتمعات ولا يمكن الاستغناء عنها مطلقا، فهي أتاحت سرعة التواصل بين الأشخاص وسهولة الحصول على المعلومات، كما ساهمت في تقوية العلاقات الاجتماعية، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أيضا من وسائل التعليمية والتنقيفية والخدماتية في نفس الوقت ومن بين أهم المواقع التواصلية الفايسبوك FACEBOOK ، التويتر TWITTER ، اليوتيوب YOU TUBE ، لينكدان LINKDEN ، الانستقرام "Ingram اماي سبيس "Myspace" وغيرها من الشبكات التفاعلية الأخرى. ويأتي موقع الفايسبوك FACEBOOK في صدارة هذه المواقع ومقدمتها وذلك لشعبيته الكبيرة التي يحظى بها من طرف المستخدمين، فهو لم يبقى مجرد أداة للتواصل والتعرف على أصدقاء جدد، بل أصبح يساهم في التعليم ونقل الحقائق والوقائع التي تدور من حولنا وفي مختلف أنحاء العالم والحصول على هذه الأخبار والمعلومات يتيح الفايسبوك FACEBOOK بشكل مجاني مما يجعلهم أكثر إقبالا عليه.

ويسعى الفايسبوك غيره من مواقع التواصل الاجتماعي إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع (كالتعليم والتربية والترفيه والتنقيف ونشر الوعي)، وفي مختلف المجالات خاصة في المجال الرياضي الذي يعتبر مجال خصب لموقع الفايسبوك خصوصا في ظل التطورات التكنولوجية التي تعرفها بلادنا اليوم وتوفر إمكانية استخدامه لدى جميع شرائح المجتمع، إذ نجد ان الفايسبوك يهتم بنشر المعلومات والأخبار والمضامين الرياضية التي من شأنها تنمية الوعي الرياضي لدى المستخدم ذلك عن طريق اطلاعه على القضايا الرياضية المختلفة، ودفعه إلى نبذ التعصب والعنف من خلال مضامينه الرياضية، كما يساهم

الفايسبوك في دفع الأفراد إلى مزاوله الأنشطة الرياضية الصحية، كما نجد أن الفايسبوك ينشر مواضيع تساهم في إكساب الأفراد الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم وغيرها من المضامين التي تساهم في تنمية الوعي الرياضي لدى المستخدم يتم هذا عن طريق ومجموعات الصفحات المجموعات الفايسبوك الرياضية التي تم تصميم العديد منها من طرف مدربين ورياضيين ومختصين في مجال الرياضي، الأمر الذي جعل الفايسبوك في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي واستقطابه لجميع فئات المجتمع خصوصا المراهقين كون هذه الفئة أكثر متابعة للمضامين الرياضية عن غيرها.

وتعد مرحلة المراهقة حسب الباحثين والمختصين في علم نفس النمو بمرحلة الأزمات حيث يمكن للمراهق أن تصادفه العديد من الأزمات والمشكلات والاضطرابات التي تمس بشخصيته، فالمراهقة ليست كما يعتقد البعض فترة هادئة من الفوضى فهي تعد حسب الباحثين النفسين فترة العواصف والتوتر، وكذلك فترة الأزمات النفسية وتمتلي بالمعناة والإحباط والصراع والقلق وصعوبة التوافق، وهنا يكمن درور الفايسبوك ومضامينه الرياضية في تزويد المراهق بالمعلومات التي تمكنه من بناء جسمه بطريقة سليمة خصوصا أن هذه المرحلة تعرف تغيرات سريعة في النمو، وكذا تكمن أهمية الفايسبوك في دفعه للممارسة الأنشطة الرياضية لتخفيف من التوتر وضغوطات التي يتعرض لها في هذه المرحلة، ويحقق له اشباعا رياضية من الناحية النفسية والمعرفية والصحية والترفيهية والاجتماعية التي بدورها تساهم في تنمية وعيه الرياضي. وفي ضوء ما تطرقنا إليه أنفا، تأتي هذه الدراسة لرصد دور الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي

لدى تلاميذ المرحلة الثانوية وللإحاطة بالموضوع قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث أطر وهي كالآتي:

الجانب المنهجي: يحتوي على فصل وتطرقنا فيه إلى:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة وتناولنا فيه:

إشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة، الدراسات السابقة والتعليق عليها ومدى الاستفادة منها، مميزات الدراسة الحالية.

الجانب النظري: يحتوي على فصلين وتطرقنا فيه إلى:

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والفايسبوك وتناولنا فيه:

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وقدمنا فيه تعريفا مختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي وكذا نشأتها وأنواعها وخصائصها، وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة على مجال استخدامها والآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتطرقنا في هذا الفصل أيضا إلى ماهية الفاسبوك انطلاقا من تعريفه، سماته وخصائصه، ودوافع استخدامه، وأهم تطبيقاته، والخدمات الاتصالية والتواصلية لموقع الفايسبوك، آثاره الإيجابية والسلبية.

الفصل الثالث: الوعي الرياضي والمراهقة وتناولنا فيه:

مدخل عام للوعي قدمنا فيه تعريف للوعي وأصنافه ومستوياته وأبعاده وأنواعه ثم فصلنا في الوعي الرياضي انطلاقاً من تعريفه أهميته والمهارات اللازمة لصناعاته، والتعصب في الملاعب والوعي الرياضي، والإعلام والوعي الرياضي، علاقة الوعي الرياضي بالتربية البدنية والرياضية.

وتطرقنا في هذا الفصل أيضاً للمراقبة انطلاقاً من تعريفها ومراحلها وأنماطها، ومظاهر النمو في مرحلة المراهقة، وحاجيات ومشكلات المراهقة، والمراقبة في مرحلة التعليم الثانوي، وأهمية وآثار الرياضية بالنسبة للمراهق.

الجانب التطبيقي: مقسم على ثلاث فصول وهي كالآتي:

الفصل الرابع: منهجية الدراسة وتناولنا فيه:

الدراسة الاستطلاعية، منهج الدراسة، متغيرات الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، أساليب جمع البيانات (أدوات جمع البيانات)، الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة (الصدق، الثبات، الموضوعية)، تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية، خطوات إجراء الدراسة الميدانية.

الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة النتائج وتناولنا فيه:

عرض النتائج، تحليل النتائج، مناقشة النتائج في ظل الفرضيات

الفصل السادس: الاستنتاجات والاقتراحات وتناولنا فيه:

الاستنتاج العام، الاقتراحات والفرضيات المستقبلية، قائمة المصادر والمراجع، قائمة الملاحق.

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

1-1- إشكالية الدراسة

1-2- فرضيات الدراسة

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

1-6- الدراسات السابقة

1-6-1- التعليق على الدراسات السابقة

1-6-2- مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

1-7- مميزات الدراسة الحالية

## 1-1- إشكالية الدراسة:

يحثل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفايتهم، فقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرص وإمكانيات جديد في مجال التواصل فقد فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته. وتعد الانترنت من أهم وأبرز مظاهر التكنولوجيات الحديثة خلال السنوات القليلة الماضية، حتى أنها أصبحت أسلوبا للتعامل اليومي، ونمطا للتبادل المعرفي بين شعوب العالم وأحد معالم العصر الحديث، بل إن البعض أطلق عليه عصر الأنترنت أو عصر ثورة المعلومات، لما أحدثته هذه الشبكة من آثار عميقة، وتغيرات جذرية في أساليب وأشكال التواصل في شتى نواحي الحياة، ولما أحدثته من تغيرات في كافة أنماط الاتصال الإنساني (بن سفران، 2015، ص412)

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية أحد مظاهر التفاعل الإعلامي في إطار الثورة التكنولوجية الحديثة، ويمارس من خلالها المستخدمون كافة الأنشطة التفاعلية والتشاركية بكل حرية، مما جعل العالم قرية صغيرة، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقترب من المسافة التي تفصله عن جهاز الحاسوب شيئا فشيئا، وزمن الحصول عليها لا يتعدى ثواني، مما جعلها منهجا ومصدرا لأفكار جديد وسهلة دون الحاجة لوسيط، وهي لم تكنفي بدورها كأداة لتبادل المعلومات فحسب بل عدته إلى أن أصبحت أداة فاعلة في الحياة الاجتماعية للكثيرين، فقد فتحت أمامهم فرص عديدة للتفاعل وسرد مشاكلهم وهمومهم، وبنالي خلق حركة ديناميكية من التطور والانتشار لتتحول إلى أداة إعلامية، تعرف بإعلام الاجتماعي الجديد تؤثر في قرارات المشتركين واستجاباتهم خاصة في المجال الرياضي. (نتاح زكريا، 2016، ص50)

فتورة الجيل الثاني من الأنترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك FACEBOOK الذي أنشأه الأمريكي "مارك زوكر بيغر" عام (2004) بغية ضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم أضحى اليوم يضم ما يفوق 2مليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع استخداما نظر لطبيعة الخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتحها، فالفايسبوك يعتبر أبرز مواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص الذي أصبح له تأثير كبير على كافة فئات المجتمع وعلى المراهقين بصفة خاصة التي تعتبر الأكثر عرض لمختلف المفاهيم والأفكار. (مريم نريمان، 2012، ص4)

وتعد مرحلة المراهقة واحد من أهم مراحل النمو التي يجتازها الفرد، والتي يطلق عليها العلماء مرحلة الميلاد الجديد، لما لها من خصوصيات ومطالب تتفرد بها عن باقي المراحل فيها ينفرد النمو بوتيرة سريعة تؤدي إلى إحداث تغير عام على المستوى الجسدي والعقلي والجنسي والانفعالي والاجتماعي وحتى على المستوى الخلفي والديني، ونجد هذه الفئة من المجتمع مواكبة للرياضة سواء من حيث الممارسة أو من حيث المتابعة لأخبارها وقضاياها، فمزولة الرياضة ووعي المراهقين بها أمر في غاية الأهمية، فهي وسيلة

فعالة لتربية وتعديل السلوك وتوجيه طاقاتهم نحو عمل مفيد وتخليصهم من مشاكل هذه المرحلة، وأهمها المشاكل النفسية والجنسية والاجتماعية وبذلك تضمن لهم قدرا كافيا من التوازن الاجتماعي، النفسي، البدني. (أحمد الاوزي، 1992، ص52)

ولقد أصبحت الرياضة جزءا من الثقافة، والحياة الرياضية جزءا من الحياة الثقافية، وصار النشاط الرياضي ضرورة للإعداد العقلي والفكري، والتربوي، والثقافي، فالرياضة تمد المراهق بكثير من المهارات والخبرات الحركية والمعارف والمعلومات التي تغطي جوانب الصحة البدنية والنفسية والاجتماعية بالإضافة إلى المعلومات التي تغطي الجوانب العلمية بتكوين الجسم وذلك باستخدام الأنشطة الحركية، حيث تلعب دورا في توجيه عملية النمو البدني في الوسائط التربوية، تنمي النواحي النفسية والاجتماعية والخلقية التي تعمل على ضمان النمو الشامل والمتزن مما يحقق احتياجات المرحلة ، (الصافي، وآخرون، 2018، ص32)

وهذا يتطلب تفهما كاملا من الأجهزة الاجتماعية كالأ أسرة والمدرسة والتنظيمات الاجتماعية وخاصة الإعلام لأهمية الوعي الرياضي للمراهقين في التنشئة الاجتماعية وخاصة الإعلام الجديد المتمثل في الفيسبوك كنموذج من المواقع الاجتماعية الحديثة لكونه الوسيلة الأكثر استقطابا وتأثيرا على هذه الفئة من المجتمع.

فالمعلومات والأخبار التي تنتشر عبر الفيسبوك في مختلف المضامين الرياضية، من خلال الصفحات المجموعات الرياضية التي تم تصميم العديد منها من طرف مدربين ورياضيين ومختصين في مجال الرياضي وهذا بغية اكساب عادات وسلوكيات رياضية وتكوين اتجاهات إيجابية، يساعد في نشر الوعي الرياضي.

وعليه تبادر إلى أذهاننا العديد من الأفكار في مدى نجاعة الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية وهذا ما شجع إلى البحث في هذا المجال والتطرق إلى عناصر الموضوع من خلال طرح التساؤل العام التالي:

- هل للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟  
ويندرج تحته مجموعة من التساؤلات الجزئية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفيسبوك؟

- هل للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟

- هل للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟

- هل للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟

**1-2- فرضيات الدراسة:****الفرضية العامة:**

- للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

**الفرضيات الجزئية:**

- تلاميذ المرحلة الثانوية يستخدمون الفيسبوك بشكل منتظم.

- للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

**1-3- أهمية الدراسة:**

تتبع أهمية الدراسة من كونها تتناول موضوعا هاما ألا وهو الوعي الرياضي وهذا الأخير بدأ يطرح نفسه بإلحاح في الآونة الأخيرة مع الانتشار الكبير الذي عرفته مواقع التواصل الاجتماعي يأتي في مقدمتها الفيسبوك، وبما يمكن أن تحققه هذه الدراسة من نتائج يمكن الاستفادة منها، وترجع أهمية الدراسة إلى:

- إبراز الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- توضيح أهمية الفيسبوك كوسيلة لنشر المعلومات والأخبار والمعارف الرياضية.

- معرفة الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر المعلومات الصحية وتصحيح السلوكيات الرياضية الخاطئة.

- التعرف على أهمية الفيسبوك في نشر الروح الرياضية وتنمية الجوانب الاجتماعية في الأوساط الرياضية.

- هذا البحث يعد مرجع لمكتبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية كما يعتبر مرجع مستقبلي ودراسة

سابقة للباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال والإعلام والاتصال الرياضي خاصة.

**1-4- أهداف الدراسة:**

لكل دراسة أو بحث هدف أو مجموعة من الأهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها، وهذه الدراسة تسعى لتحقيق جملة من الأهداف وهي:

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- الوقوف على عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفيسبوك

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر المعلومات والمعارف الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة

الثانوية.

- معرفة مدى تأثير الفيسبوك على تنمية الثقافة البدنية والرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

## 1-5- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية من الضروريات في الدراسات والبحوث العلمية، ويعود ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في البحوث الاجتماعية والإعلامية والنفسية تبعاً لتلك المجتمعات وخصائصها وكما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لظاهرة معينة وبذلك اختلفت المفاهيم من باحث إلى آخر، وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم التالية:

## 1-5-1- الدور:

**لغة:** من دار يدور دوراً، أي تحرك باتجاهات متعددة وهو في مكانه، وهو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة. (محمد عاطف، 1995، ص395)

**اصطلاحاً:** يعرف على أنه عبارة عن نمط منظم من المعايير فيما يخص سلوك فرد يقوم بوظيفة معينة في الجماعة والدور شيء مستقل عن الفرد الذي يقوم بهذا الدور، فالفرد بشر أما الدور فهو يحدد السلوك أو يعبر عن الانفعال ويحدد الأقوال. (جابر، ولوكيا، 2006، ص113)

ويعرف أيضاً بأنه "النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة، وهو أيضاً المعيار الاجتماعي الذي يتصف به مركز اجتماعي، فالفرد الذي يشغل وظيفة يتوقع منه العملاء والمشرفون عليه وزملاؤه في المهنة والجمهور وغيرهم بأن يسلك مسلكاً معيناً يتسم بصفات معينة يقرها جميع الأخصائيين والاجتماعيين. (يحي حسن درويش، 1988، ص143)

**إجرائياً:** هو الأداء الوظيفي الذي يقوم به الفيسبوك من خلال توفيره للمضامين الرياضية عن المنشورات والصفحات الرياضية وتعليق عليها وتفاعل معها، إذ تساعد على نشر الوعي الرياضي للمستخدمين بصفة عامة وتلاميذ المرحلة الثانوية بصفة خاصة.

## 1-5-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

## اصطلاحاً:

تعرف "بأنها عملية التواصل مع عدد من الناس أقارب، زملاء، أصدقاء، عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوباً لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت". (خالد غسان، 2013، ص24).

وتعرف أيضاً أنها: "مجتمعات على الخط المباشر تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من أصدقاء موثوق فيهم، وتقدم مكاناً لتجمع الأفراد على الخط المباشر، وإقامة علاقات جديدة أو للتعرف على أفراد آخرين في مجال عملهم نفسه. (البياتي، ص377، 2014)

كما تعرف أيضاً "هي منظومة من مواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها، فهي مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين

أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف، الصداقة، المراسلة، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات، صفحات للأفراد، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات. (بن بريكة زينب، 2019، ص89)

وتعرف أيضا بأنها "تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذا العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو انتماء لشركة ما أو حمل جنسية في بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (ماهر عودة، 2015، ص83)

#### التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من المواقع الإلكترونية يتم استخدامها من طرف تلاميذ المرحلة الثانوية، توفر سرعة توصيل المعلومات والأخبار الرياضية ووضع الصور والفيديوهات والتعليق عليها والتفاعل معها.

#### 1-5-3- الفاييبوك:

#### اصطلاحا:

يعرف على أنه موقع ويب للتواصل يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. (فتحي حسين، 2011، ص203) وفي تعريف آخر "يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها. (البياتي، 2014، ص390)

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفيس بوك Facebook على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profile وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص. (مريم ناريمان، 2012، ص55)

#### التعريف الإجرائي:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي يتم استخدامه من طرف تلاميذ المرحلة الثانوية للاطلاع على مختلف المعلومات والأخبار الرياضية التي تشكل لهم الوعي الرياضي.

#### 1-5-4- الوعي:

-لغة: الوعي من فعل وعى حفظ قلب الشيء، وعى الشيء أي حفظه وفهمه.

وجاء في القاموس le petit Larousse ulistree الواعي هو إدراك الفرد للشيء بوضوح سواء حول عالمه الخارجي أو ما بداخله، وهو إحساس داخلي يدفع الفرد للحكم على الأشياء والأفعال في حسنها وسيئها. (مليفة زيد، 2015، ص19)

- اصطلاحاً: يعرف على أنه الفهم وسلامة والإدراك، وهو شعور الكائن الحي بنفسه وما يحيط به. (بكار، 2000، ص09)

ويعرف أيضاً على أنه "أول معرفة للفرد بالشيء أو الأمر حيث يسمع عنه ولكنه تتقصه المعلومات التفصيلية الكاملة عنه"، أما العلامة محمد بن أبي بكر الرازي فقد قدم الوعي: أنه الحفظ والمعرفة فعندما يقال أن الفرد قد وعي الحديث أي حفظه. (إمام شكري، 2009، ص111)

إجرائياً: هو حصيلة المعلومات والخبرات وعادات ومهارات محتفظ بها ويمكن استرجاعها في أي وقت.  
**1-5-6- الوعي الرياضي:**

اصطلاحاً: هو تفسير معنى التربية والرياضة وتوضح أهمية الثقافة الرياضية وزيادة حصيلتها للفرد والمجتمع من خلال المعلومات العلمية الرياضية التي تقدم له عن أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية ويكون من شأنها تكوين وتنمية وتطوير ثقافته الرياضية. (مقورة، 30، 2017)

**التعريف الإجرائي:**

هو إدراك للمعارف والمعلومات الرياضية التي يتلقاها تلاميذ المرحلة الثانوية عن طريق موقع الفايبيوك، والتي من شأنها تنمية ثقافتهم الرياضية، وتعديل سلوكياتهم، ودفعهم نحو ممارسة الأنشطة البدنية والرياضية.

**1-5-7- المراهقة:**

**لغة:** إن كلمة المراهقة تفيد معنى الاقتراب، أو الدنو من الحلم، بذلك يؤكد علماء فقه اللغة هذا بمعنى في قولهم راهق بمعنى غشا أو دنا، فالمرهق بهذا المعنى هو الفرد الذي يدنو من الحلم واكتمال النضج. (فؤاد البهي السيد، 1975، ص275)

وجاء في قاموس المحيط من المعاني (راهق) ما يلي: راهق الغلام أي قارب الحلم، ودخل مكة مراهقاً... أي آخر الوقت حتى ي كاد يفوته التعريف أي الوقوف بعرفة (مالك سلمان مخول، 1985، ص52).

**اصطلاحاً:** هي مرحلة اقتراب النشأة من النضج الجسدي والعقلي والنفسي والاجتماعي وهي إعلام بانتهاء الطفولة وبدأ فترة المراهقة حسب ما حددها العلماء بالمدة نابين 12 سنة إلى 18 سنة وتسمى في هذه الحالة بالمراهقة المبكرة وقد تمتد إلى أكثر من سن الرشد أي أكثر من السن الحقيقي أي 18 سنة بحيث قد تصل إلى 21 سنة وتسمى بالمراهقة المتأخرة (محمد بن محمود، 2014، ص07).

تعريف الدكتور محمد الزعلابي "المراهقة هي المرحلة النمائية الثالثة التي يمر بها الإنسان في حياته من الطفولة إلى الشيخوخة، وهي التي تتوسط الصبا والشباب وتتميز بالنمو السريع في جميع اتجاهات النمو، البدني والنفسي والعقلي والاجتماعي". (محمد الزعلابي، 1998، ص14)

**التعريف الإجرائي:**

هي مرحلة حساسة يمر بها كل فرد في حياته حيث تتميز بالتغيرات الجسمية والنفسية والاجتماعية التي تنتقل به من مرحلة البلوغ إلى مرحلة الرشد.

### 1-6- الدراسات السابقة:

إن من أهم مراحل البحث العلمي مرحلة مراجعة أدبيات الدراسة أو ما تسمى بالدراسات السابقة، والتي تتمثل في قراءة الأولية للأبحاث أو الكتب المتوفرة حول موضوع الدراسة التي تساعد الباحث في وضع تصور فكري حول موضوع المراد دراسته، حيث يصبح لديه القدرة على التعرف وتحديد العناصر اللازمة للقيام بالدراسة، ونظرا لأهمية مراجعة الدراسات المشابهة بموضوع دراستنا وما توافره من معلومات قيمة فإنه سيتم ذكر فيما يلي بعض الدراسات ذات العلاقة بالدراسة الحالية ألا وهي : دور الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

**تم ترتيب الدراسات السابقة حسب الأهمية:**

#### \*الدراسة الأولى:

دراسة الطالب نتاح زكرياء (2016) تحت عنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الرياضي لدى المراهقين، وهي دراسة مكتملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي تخصص سمعي بصري، بجامعة المسيلة.

**إشكالية الدراسة: تمحورت حول:**

- هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في زيادة الوعي الرياضي لدى المراهقين؟
- وقد انطلقت الدراسة من مجموعة التساؤلات الفرعية التي تم طرحها كما يلي:
- هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في نقل المعلومة الرياضية للمراهقين؟
- هل لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية في إكساب الثقافة الرياضية لدى المراهقين؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الروح الرياضية لدى المراهقين؟

#### **أهداف الدراسة:**

- إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تلبية رغبات وحاجات المراهقين فيما يخص المعارف والمعلومات المتعلقة بالرياضة دون تخصيص رياضة أخرى.
- معرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المراهقين في إكسابهم الثقافة الرياضية من الناحية الصحية والأخلاقية والنفسية ومدى تأثرهم بها.

- معرفة مدى قدرة مواقع التواصل في زيادة الروح الرياضية لدى المراهقين.

**المنهج المتبع:** المنهج الوصفي.

**أدوات جمع البيانات:** الاستبيان

**مجتمع وعينة الدراسة:** عينة قصدية، واختيرت عينة 64 تلميذ وتلميذة من الأقسام النهائية لثانوية جمال عبد الناصر لبلدية الهامل ولاية مسيلة، 26 ذكور، 28 إناث.

**أهم نتائج الدراسة:**

- أغلب المستجوبين يستعملون شبكة الأنترنت ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفايسبوك.

- أغلب المستجوبين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث سنوات. أغلب المستجوبين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم في مواضيعها معلومات متعلقة بالأنشطة البدنية والرياضية، وكذلك تنقل أخبار ويوميات الرياضيين.

- مواقع التواصل الاجتماعي حسب المستجوبين تساهم في تنمية معارفهم الرياضية، وتلعب دورا في تعريفهم بالمفاهيم الرياضية كما تساهم في تعريفهم بمختلف أنواع الألعاب الرياضية.

- ويرى أغلب المستجوبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إبراز أهمية النشاط الرياضي على الناحية الصحية والنفسية.

- أغلب المستجوبين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بنشر ثقافة الروح الرياضية من خلال ما تقدمه عبر صفحاتها المختلفة.

- أغلب المستجوبين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بتنمية القيم والمبادئ السامية التي تهدف إليها الرياضية

**\*الدراسة الثانية:**

دراسة عبد الناصر مقورة (2017) تحت عنوان "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نشر الوعي

الرياضي لدى تلاميذ الطور النهائي من المرحلة الثانوية، وهي دراسة مكتملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي تخصص سمعي بصري، بجامعة المسيلة.

**إشكالية الدراسة:** تمحورت حول

- هل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟
- وقد انطلقت الدراسة من مجموعة التساؤلات الفرعية التي تم طرحها كما يلي:
- هل لاستخدامات التكنولوجيا الحديثة للأنترنت دور في نشر الوعي الرياضي لدى المراهقين؟
- هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر الوعي الرياضي لدى المراهقين؟
- هل لتتنوع وتوسع الوسائل التكنولوجية دور الوعي الرياضي لدى المراهقين؟

**أهداف الدراسة:**

- محاولة التعريف بمصطلح التكنولوجيا في كل ما هو مفيد من الناحية العلمية خاصة فئة المراهقين.
- معرفة مدى إقبال فئة المراهقين على هذه التكنولوجيات خصوصا في المجال الرياضي.
- معرفة مدى تأثير هذه التكنولوجيات على نشر الوعي الرياضي لدى المراهقين.
- معرفة مدى إقبال المراهقين على تناول المعلومات والمعارف الرياضية من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

**المنهج المتبع:** تم استخدام المنهج الوصفي.

**أدوات جمع البيانات:** تم الاعتماد على استمارة الاستبيان.

**مجتمع وعينة الدراسة:** اختار الباحث عينة عشوائية من تلاميذ المرحلة النهائية بثانويات أولاد عدي قبالة والذي يبلغ عددهم (40) تلميذ وتلميذة.  
**أهم النتائج التي وصلت إليها الدراسة:**

- استخدامات التكنولوجيا الحديثة للإنترنت تساهم بشكل كبير في زيادة دافعية المراهقين نحو التقصي والبحث عن مختلف الأخبار والمعلومات والمواضيع الرياضية.

- ويرى أغلب المراهقين أن الإنترنت تساهم إلى حد كبير في تنمية ثقافة المراهقين فكرا وتطبيقا في المجال الرياضي.

- أغلب المراهقين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات.

- اغلبية المراهقين لهم أقبال كبير لموقع الفيسبوك الذي يرونه الأنسب لهم في نشر المعلومات في المجال الرياضي.

- أغلب المراهقين المستجوبين يتابعون الوسائل التكنولوجية وبنسبة كبيرة.

- أغلب المراهقين يهتمون بمتابعة هذه الوسائل التكنولوجية لاكتساب المعارف والأفكار وتحسين ووعيهم الرياضي.

**\*الدراسة الثالثة:**

دراسة الطالب بودبوز خليفة (2017) تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الشباب على ممارسة النشاط الرياضي (الفيسبوك نموذجا)، وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة أم الباقى.

**إشكالية الدراسة: محور حول:**

- ما هو دور الفيسبوك في تشجيع الشباب على ممارسة النشاط الرياضي؟
- انطلقت الدراسة من مجموعة التساؤلات الفرعية التي تم طرحها كما يلي:
- هل هناك إقبال من طرف الشباب على متابعة المضامين الرياضية التي ينشرها موقع الفيسبوك؟
- ما نوع الأنشطة الرياضية المتناولة عبر الفيسبوك؟

- هل يؤدي الفايبيوك دورا في موازنة النشاط الرياضي عند الشباب؟  
أهداف الدراسة:

- محاولة الكشف عن المضامين الرياضية التي عرضها في موقع الفايبيوك؟
  - معرفة نوع المضامين الرياضية المتناولة في الفايبيوك؟
  - التعرف على حاجات المجتمع لدى تعرضهم للمضامين الرياضية عبر الفايبيوك؟
  - محاولة إبراز الدور الذي يساهم فيه الفايبيوك في تشجيع الشباب على ممارسة الأنشطة الرياضية؟
- المنهج المتبع:** تم استخدام منهج المسح بالعينة.  
**أدوات جمع البيانات:** تم الاعتماد في هذه الدراسة على الأدوات التالية:  
الملاحظة، والمقابلة، والاستبيان.

**مجتمع وعينة الدراسة:** تم اختيار عينة قصدية من شباب ولاية أم بواقي، حيث تم توزيع 100 استمارة استبيان على أفراد العينة.  
**أهم نتائج الدراسة:**

- تم التسجيل أن معظم أفراد العينة تستخدم موقع الفايبيوك بصفة دائمة، وهذا ما تقدره النسبة 67% .
- أكدت النتائج أن المضامين الرياضية هي الأكثر متابعة من طرف أفراد العينة وذلك بنسبة 20.53%.
- تتلخص النتائج في كون صفحات النجوم تتربع على أكثر نسبة متابعة من طرف أفراد العينة بنسبة 34%.
- أوضحت النتائج أن الألعاب الجماعية (كرة القدم، كرة السلة، كرة اليد) هي الأنشطة التي يفضلها أفراد العينة حيث تربعت على أعلى نسبة بين الأنشطة الأخرى وذلك بنسبة 51.62%.
- سجلت النتائج أن معظم المبحوثين غير منظمين لإحدى المجموعات الرياضية وذلك بنسبة 69%.
- أسفرت النتائج أن المضامين الرياضية تلبى حاجيات أفراد العينة وذلك بنسبة 58%.
- تؤكد النتائج أن الفايبيوك يشجع على ممارسة الأنشطة الرياضية وذلك بنسبة 53%.
- أظهرت النتائج أن معظم المبحوثين لم تقنعهم المواضيع الرياضية المنشورة عبر الفايبيوك لكي يمارسو الرياضية وقدرت نسبتهم بـ 63.82%.
- توضح النتائج أن جل المبحوثين يعتقدون أن الفايبيوك لا يحدد لهم رياضية ما ليمارسوها في أرض الواقع، بل تعود لرغبات نفسية بالدرجة الأولى وقدرت نسبتهم بـ 87%.

#### \*الدراسة الرابعة:

دراسة الطالب طارق دخان (2015) تحت عنوان دور البرامج التلفزيونية الجزائرية في نشر الوعي الرياضي لدي تلاميذ الطور الثانوي، وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي تخصص سمعي بصري، بجامعة المسيلة.

**إشكالية الدراسة:** تمحورت حول:

هل للبرامج الرياضية التلفزيونية دور في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ الطور الثانوي بالثانوية الجديدة بعين الخضراء ولاية مسيلة؟

وقد انطلقت الدراسة من مجموعة التساؤلات الفرعية التي تم طرحها كما يلي:

- هل أسلوب تقديم البرامج الرياضية التلفزيونية لا يساعد على جذب انتباه تلاميذ الطور الثانوي بالثانوية الجديدة بعين الخضراء ولاية مسيلة؟

- هل تركز البرامج التلفزيون الرياضية على تقديم برامج رياضية في مجالات متعددة تنمي الثقافة الرياضية لدى الطور الثانوي بالثانوية الجديدة بعين الخضراء ولاية مسيلة؟

- هل مضمون البرامج الرياضية التلفزيونية لا يساعد على تنمية الوعي لدى الطور الثانوي بالثانوية الجديدة بعين الخضراء ولاية مسيلة؟

**أهداف الدراسة:**

- معرفة المكانة التي تخضي بها السياسة الرياضية لدى الرجل الإعلامي وموقعها في إطار السياسة العامة للبرامج التلفزيونية.

- تحليل مضمون البرامج الرياضية التي تقدم في التلفزيون ومدى اشباعها لحاجيات التلاميذ.

- استطلاع رأي تلاميذ المرحلة الثانوية للتعرف على احتياجات هذه الفئة من البرامج التلفزيونية.

- عرض آراء بعض الخبراء حول الأهداف المقترحة لبرامج التلفزيون الرياضية الناجحة.

**المنهج المتبع:** المنهج الوصفي المسحي.

**أدوات جمع البيانات:** الاستبيان

**مجتمع وعينة الدراسة:** عينة الصدفة، ويتمثل حجم العينة المختارة في 60 تلميذ من الثانوية الجديدة ببلدية عين الخضراء ولاية مسيلة.

**اهم نتائج الدراسة:**

- غالبية التلاميذ لا يحبذون كثيرا مشاهدة البرامج التلفزيون الجزائرية الرياضية، وان غالبية البرامج لا تلبي حاجياتهم الرياضية.

- معظم البرامج الرياضية تهدف إلى نشر الوعي الرياضي من خلال البرامج التي تقدمها وتهدف إلى توعية التلاميذ في جميع المجالات الرياضية.

- التلاميذ يحبذون مشاهدة برامج تلفزيونية رياضية في مجالات متعددة وتخصصات حسب ميولتهم الرياضية.

- معظم ما يقدم برامج رياضية من مضمون ومحتوى يعمل على تغيير سلوكيات وميولات واتجاهات التلاميذ نحو الرياضة.

**\*الدراسة الخامسة:**

دراسة الطالب سلماني ياسين (2017) تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الاشباكات الإعلامية الرياضية للمراهقين، وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي تخصص سمعي بصري، بجامعة المسيلة.

### إشكالية الدراسة: محور حول

- هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تحقيق الاشباكات الإعلامية الرياضية لدى المراهقين؟ وقد انطلقت الدراسة من مجموعة التساؤلات الفرعية التي تم طرحها كما يلي:
  - هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تحقيق الاشباكات المعرفية الرياضية لدى المراهقين؟
  - هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تحقيق الاشباكات الإخبارية لدى الشباب المراهق؟
  - هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تحقيق الاشباكات الترفيهية الرياضية لدى المراهقين؟
- أهداف الدراسة:**

- ابراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالأنشطة الرياضية ذات البعد التربوي، والصحي والأخلاقي، كذلك ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي تلبي رغبات وحاجات واشباكات المراهق وشغفه لمعرفة كل ما يخص بالمعارف والمعلومات المتعلقة بالرياضية دون تخصيص رياضية عن أخرى

- معرفة مدى إقبال المراهقين على الاطلاع عما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي

- معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الثقافة البدنية والرياضية لدى المراهقين.

**المنهج المتبع:** تم استخدام المنهج الوصفي.

**أدوات جمع البيانات:** تم الاعتماد على استمارة الاستبيان.

مجتمع وعينة الدراسة: تم اختيار العينة بطريقة عشوائية، حيث بلغ عدد أفراد العينة 127 تلميذ من ثانوية محمد الشريف بن شبيبة ببوسعادة.

### أهم نتائج الدراسة:

- توجه المراهقين بنسبة كبيرة إلى موقع الفايسبوك وبدجة أقل إلى موقع اليوتيوب للحصول على المعلومة الخاصة بالمجال الرياضي.

- اهتمام المراهقين بمواقع التواصل الاجتماعي حيث يتوجهون أكثر للمواضيع المتعلقة بالأخبار الرياضية التنافسية وبالمعلومات الرياضية التي لها علاقة بالصحة والتربية وهذا المحتوى مرتبط بالوظائف الإخبارية من جهة وبالوظائف التثقيفية من جهة أخرى.

- مواقع التواصل الاجتماعي تقوم أيضا بالوظيفة الإخبارية بتزويد المتابع بمعلومات حول أخبار النجوم والبطولات الرياضية.

- مواقع التواصل الاجتماعي تدفع بالمراهقين من خلال منشوراتها إلى ممارسة الرياضية والتعريف بمختلف أنواعها.

ما يبث وينشر في مواقع التواصل الاجتماعي يحفز أغلب المراهقين على ممارسة الأنشطة البدنية والرياضية

**الدراسة السادسة:** دراسة الطالبة محمدي نجاه (2015) تحت عنوان درجة استخدام طلبة الإعلام والاتصال الرياضي لشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومة (الفييس بوك نموذج)، وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي تخصص سمعي بصري، بجامعة المسيلة.  
**إشكالية الدراسة:** ما درجة استخدام طلبة الاعلام الرياضي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في الحصول على المعلومة؟

وقد انطلقت الدراسة من مجموعة التساؤلات الفرعية التي تم طرحها كما يلي:

- هل لطلبة الإعلام الرياضي عادات وأنماط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع وحاجات استخدام طلبة الإعلام الرياضي لشبكات التواصل الاجتماعي الفييس بوك؟
- هل لطلبة الإعلام الرياضي اشباكات محققة من استخدام الفييس بوك؟

**أهداف الدراسة:**

- التعرف على مدى اعتماد طلبة الإعلام والاتصال الرياضي على شبكة التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومة.
- التعرف على أهم الروابط التي يلجأ إليها طلبة الإعلام والاتصال لاستسقاء المعلومات الضرورية لصياغة قوالبهم الإعلامية واخبارهم اليومية.
- معرفة العوامل المتحكمة في لجوء استخدام طلبة الإعلام والاتصال الرياضي لهذه المصادر الإعلامية محاولة الكشف عن الاشباكات التي توفرها شبكة التواصل الاجتماعي.
- معرفة دوافع استخدام طلبة الإعلام والاتصال الرياضي لشبكة التواصل الاجتماعي وحجم الاشباكات التي تحققها.

**المنهج المتبع:** تم استخدام المنهج الوصفي.

**أدوات جمع البيانات:** الاستبيان

**مجتمع وعينة الدراسة:** تم اختيار عينة قصدية مكونة من 30 مفردة من طلبة الإعلام والاتصال الرياضي بمعهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة مسيلة.

**أهم نتائج الدراسة:**

- تبين أن أغلب الطلبة المبحوثين يستخدمون الموقع يوميا ولأكثر من ساعتين كما توجد أقلية تستخدم الموقع بصفة أسبوعية وبحجم زمني ضئيل جدا ينم عن استخدام استكشافي غير هادف.
- أغلب الطلبة المبحوثين يتيح لهم الموقع التعبير عن أفكارهم بكل حرية ودون قيد وأن أحد أسباب ارتياحهم هو إعطائهم مساحة للحوار والتحاور مع الزملاء وأصدقاء الدراسة.

-يستخدم طلبة الإعلام والاتصال الرياضي الفيس بوك لتحقيق اشباعات اجتماعية ونفسية ومعرفية ووجدانية.

أغلبية الطلبة المبحوث يرون ان الفيس بوك أصبح من الضروريات في الحياة اليومية.

### 1-6-1-التعليق على الدراسات السابقة:

#### \*التعليق على الدراسة الأولى:

إن الدراسة التي كان صاحبها "نتاح زكرياء" والتي جاءت بعنوان "دور مواقع التواصل، الاجتماعي في زيادة الوعي الرياضي لدى المراهقين"، تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع (الوعي الرياضي)، وتشابهت من حيث المنهج الوصفي للدراسة، وكذا أداة جمع البيانات (الاستبيان)، كلتا الدراستين استخدمت نفس مجتمع البحث المتمثل في تلاميذ المرحلة الثانوية، وكذا في العينة المستخدمة وهي العينة القصدية.

واختلفت من حيث المتغير المستقل حيث استخدمت هذه الدراسة مواقع (التواصل الاجتماعي) وهي كثيرة ومتنوعة في حين الدراسة الحالية استخدمت (الفيسبوك) كنموذج من مواقع التواصل الاجتماعي.

#### \*التعليق على الدراسة الثانية:

إن الدراسة التي كان صاحبها دراسة "عبد الناصر مقورة" والتي جاءت بعنوان " دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ الطور النهائي من المرحلة الثانوية". تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع (الوعي الرياضي)، وتشابهت من حيث المنهج الوصفي للدراسة، وكذا أداة جمع البيانات (الاستبيان)، كلتا الدراستين استخدمت نفس مجتمع البحث المتمثل في تلاميذ المرحلة الثانوية،

واختلفت من حيث المتغير المستقل حيث استخدمت هذه الدراسة (دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال) بينما الدراسة الحالية استخدمت (الفيسبوك)، كما اختلفت في نوع العينة المستخدمة وهي العينة العشوائية، في حين اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية.

#### \*التعليق على الدراسة الثالثة:

ان الدراسة التي كان صاحبها " بودبوز خليفة" والتي جاءت بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الشباب على ممارسة النشاط الرياضي (الفيسبوك نموذجا)، تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل (الفيسبوك)، وتشابهت من حيث العينة (القصدية).

واختلفت من حيث المتغير التابع ألا وهو تشجيع الشباب على ممارسة النشاط الرياضي في هذه الدراسة، والوعي الرياضي في الدراسة الحالية، كما اختلفت من المنهج حيث استخدمت هذه الدراسة منهج (المسح بالعينة) بينما استخدمنا في الدراسة الحالية المنهج (الوصفي)، وكذا اختلفت من أدوات جمع البيانات

حيث استخدمت هذه الدراسة (الملاحظة، والمقابلة، والاستبيان) بينما استخدمنا في دراستنا أداة واحدة هي (الاستبيان)، واختلفت أيضا في مجتمع البحث حيث استخدمت هذه الدراسة شباب ولاية أم بواقي، في حين استخدمت دراسة الحالية تلاميذ المرحلة الثانوية مجتمع بحث.

**\*التعليق الدراسة الرابعة:**

إن الدراسة التي كان صاحبها دراسة "طارق دخان" والتي جاءت بعنوان " دور البرامج التلفزيونية الجزائرية في نشر الوعي الرياضي لدي تلاميذ الطور الثانوي"، تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع (الوعي الرياضي)، وتشابهت من حيث المنهج الوصفي للدراسة، وكذا أداة جمع البيانات (الاستبيان)، كلتا الدراستين استخدمت نفس مجتمع البحث المتمثل في تلاميذ المرحلة الثانوية. واختلفت من حيث المتغير المستقل حيث استخدمت هذه الدراسة (البرامج التلفزيونية الجزائرية) بينما الدراسة الحالية استخدمت (الفايسبوك)، كما اختلفت في نوع العينة المستخدمة وهي عينة الصدفة، في حين اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية.

**\*التعليق الدراسة الخامسة:**

ان الدراسة التي كان صاحبها " الطالب سلmani ياسين" والتي جاءت بعنوان " عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الاشباكات الإعلامية الرياضية للمراهقين"، تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع حيث تناولة هذه الدراسة الاشباكات الإعلامية الرياضية وهو متغير قريب من الوعي الرياضي في المضمون، فكلهما متعلقان بنواحي الرياضية (المعرفية والصحية والاجتماعية، والنفسية، الإخبارية)، وتشابهت من حيث المنهج الوصفي للدراسة، وكذا أداة جمع البيانات (الاستبيان)، كلتا الدراستين استخدمت نفس مجتمع البحث المتمثل في تلاميذ المرحلة الثانوية.

واختلفت من حيث المتغير المستقل حيث استخدمت هذه الدراسة مواقع (التواصل الاجتماعي) وهي كثيرة ومتنوعة في حين الدراسة الحالية استخدمت (الفايسبوك) كنموذج من مواقع التواصل الاجتماعي، كما اختلفت في نوع العينة المستخدمة وهي العينة العشوائية، في حين اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية.

**\*التعليق على الدراسة السادسة:**

ان الدراسة التي كان صاحبها "محمدي نجاه" والتي جاءت بعنوان " درجة استخدام طلبة الإعلام والاتصال الرياضي لشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومة (الفايس بوك نموذج)، تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل (الفايسبوك)، وتشابهت من حيث المنهج الوصفي للدراسة، وكذا أداة جمع البيانات (الاستبيان)، ومن حيث العينة (القصدية).

واختلفت من حيث المتغير التابع ألا وهو (المعلومة) في هذه الدراسة، و(الوعي الرياضي) في الدراسة الحالية، كما أن هناك اختلاف في مجتمع البحث حيث استخدمت هذه الدراسة طلبة الإعلام والإعلام والاتصال الرياضي، في حين استخدمت دراسة الحالية تلاميذ المرحلة الثانوية مجتمع بحث.

**1-6-2-مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:**

استفاد الباحث من هذه الدراسات في تحديد العديد من الإجراءات المنهجية وترتيب الأفكار التي يجب أن تراعى فيها منهجية البحث العلمي وأسلوب المعالجة الإحصائية، وكانت أوجه الاستفادة في النقاط التالية:

- تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع التساؤلات وفروض الدراسة.
  - اختيار المنهج الوصفي.
  - اختيار الطرق الإحصائية المناسبة.
  - مساعدة الباحث في اختيار عينة الدراسة الميدانية
  - اختيار أدوات البحث.
  - الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
  - الاهتداء إلى المراجع التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الإطار النظري للدراسة.
  - نتائج الدراسات السابقة ساعدتني في توضيح وتفسير نتائج الدراسة.
  - ساعدت الباحث بتحديد أهداف الاستمارة وتصحيحها بشكل يخدم اهداف البحث.
- 1-7-مميزات الدراسة الحالية:**

تتميز هذه الدراسة عن الدراسة السابقة في:

- تميزت الدراسة الحالية بأنها درست دور الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، (فمن ناحية المتغير المستقل تعتبر دراسة جديد حسب معلومات الباحث)

## الفصل الثاني

### شبكات التواصل الاجتماعي والفاسبوك

-تمهيد

2-1-1- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

2-1-1-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

2-1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

2-1-3- أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

2-1-4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

2-1-5- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

2-1-6- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

2-1-7- الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

2-2- ماهية الفاييسبوك

2-2-1- تعريف الفاييسبوك

2-2-2- نشأة وتطور موقع الفاييسبوك

2-2-3- سمات وخصائص الفاييسبوك

2-2-4- دوافع استخدام الفاييسبوك

2-2-5- تطبيقات موقع الفاييسبوك

2-2-6- الخدمات الاتصالية والتواصلية لموقع الفاييسبوك

2-2-7- إيجابيات وسلبيات الفاييسبوك

-خلاصة

**تمهيد:**

أصبحت الأنترنت تشغل حيزا عظيما في حياة الإنسان المعاصر، نظرا لما تقدمه من خدمات عديدة ومتنوعة لعل أهمها تسهيل عملية التواصل بين الافراد في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزوج بين الثقافات عن طريق ما يسمى "بمواقع التواصل الاجتماعي"، حيث أنه لم يعرف مصطلح التواصل الاجتماعي إلكترونيا إلا في وقتنا الحاضر فإذا كانت الأنترنت قد جعلت العالم أشبه ما يكون بقريّة صغيرة فإن شبكات التواصل الاجتماعي جعلته أقرب ما يكون إلى طاولة مستديرة للاجتماعات والنقاشات، خاصة لما اكتسبت هذه الشبكات من شعبية واسعة بين مختلف فئات المجتمع وفي مختلف أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة، ولقد تعددت هذه الشبكات وتنوعت، إلا أن صعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك" فتح الأبواب على عدة أسئلة في شأن الدور الذي يلعبه على عدة أصعدة سياسية اجتماعية أهمها المتعلقة في المجال الرياضي، خاصة أن فايسبوك تفوق على الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي سواء بعدد مستخدميه أو بمدى انتشاره على مستوى العالم.

وعليه سنحاول في هذا الفصل توضيح جزئيتين أساسيتين: أولهما مواقع التواصل الاجتماعي من حيث تعريفها، ونشأتها، وأشهر الشبكات الاجتماعية، مجالات استخدامها، خصائصها، أثارها السلبية والإيجابية وثانيهما ما تعلق بالفيس بوك كما هو مشار إليه في عناصر خطة هذا الفصل انطلاقا من التعريف، نشأته، أهم سماته وخصائصه، دوافع استخدامه، اهم تطبيقاته، آليات التواصل بين أعضائه، سلبيات وإيجابيات موقع فايسبوك.

## 2-1 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

## 2-1-1-1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها وائل خضر فضل الله على أنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء بالجامعة أو الثانوية. (فضل الله، ص 06، 2010)

وتعرف أيضا "هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم". (بن كران، ص 161، 2015)

أما زايد فيرى يعرفها أنها " تجمعات اجتماعية تظهر على شبكة الأنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، بحيث يتواصلون فيما بينهم كأنهم في مجمع حقيقي. (جرار، ص 37، 2012)

عرفها شريف اللبان أنها: "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية "profile" عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون من خلال النظام. (هيتمي، ص 82، 2015)

عرفها (Ellson Boyd) أنها: "هي مواقع تتشكل من خلال الأنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر. (العريشي، والدوسري، ص 22، 2015)

ويمكن تعريفها أيضا أنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعددت في الأونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية. (بن كران، ص 161، 2015)

وتعرف أيضا أنها: "مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها الشركات الكبرى، لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين الصداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين. (عصام صلاح، ص 246، 2015)

وتعرف أيضا أنها: " طرق جديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع. (عبد الحميد، وعاطف، ص 119، 2015)

## 2-1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

في عام (1954) صاغ جون بارنز "john barnes" والذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر، وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات ومصدر ذلك تلك الطرفيات. (هتيمي، ص78-79، 2015)

وبدأت مجموعة من المواقع في الظهور أواخر التسعينيات مثل كلاس ميتس (classmates.com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس دجريزس (six degrees.com) عام 1997 حيث ركز الموقع الأخير على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات (أو أشخاص). (جرار، ص38، 2012)

وظهر موقع (stanley milgram) وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، ويسمح للمستخدم بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء كما أتاح منذ عام (1998) إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام (1999) و (2001) التي لم تحقق نجاحاً لعدم جودتها المادية. (هتيمي، ص79-80، 2015)

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية هذا العام انطلق موقع التواصل الاجتماعي (Friendster.com) الذي حقق نجاحاً دفع (Google) إلى محاولة شرائها عام 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock.com) كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعية سنة 2007 مع ظهور التقنيات الجيل الثاني للويب، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. (جرار، ص39، 2012)

وقبل ظهور موقع الفيس بوك أنشئ عام (2003) موقع ماي سبيس "My space" الأمريكي ونمي بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام (2006) وأهم ما يقدمه ماي سبيس تفاصيل الملفات الشخصية وتتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة فضلاً عن خدمة التدوين، وفي شباط (2004) أنشأ موقع الفيس بوك على يد مارك زوكر بيرغ في جامعة هارفرد، وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم، وكان موقع في البداية متاحاً فقط لطلاب

جامعة هارفرد، ثم فتح لطلبة الجامعات، وبعد ذلك لطلبة المدارس الثانوية، ثم عممت لتشمل أعضاء هيئة التدريس وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عام فأكثر. (هتيمي، ص 80-81، 2015) وفي عام (2005) تأسس موقع اليوتيوب "YouTube" في مدينة "MENLO PARK" في ولاية كاليفورنيا، بالولايات المتحدة الأمريكية وكان الإصدار التجريبي له عام (2005) وبيّح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو. (هتيمي، ص 81، 2015)

وفي أوائل عام (2006) ظهر موقع التويتر كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (odeo) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام (2007) من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة (odeo) بفصل الخمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم تويتتر. (بن كران، ص 193، 2015)

أما عربياً فهناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى، ومن أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية ياهو مكتوب وهو من أكبر وأشهر المواقع العربية والتي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع، وتقدم لهم العديد من الخدمات مثل البحث عن الأصحاب، تكوين صداقات، رفع ملفات الفيديو والصور ومشاركتها مع الأصدقاء وإنشاء مجموعات، وما نحو ذلك، وموقع عربي "arabiz" وهي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها عام (2009) وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط ولكنها انتشرت بسرعة بين الدول العربية. (هتيمي، ص 81-82، 2015)

## 2-1-3 أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

### أولاً: الفاييسبوك "FACEBOOK":

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي التي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط (2004)، في جامعة هارفرد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام (2007)، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة الأول من تموز (2010) النصف مليار شخص، ويزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة، ويضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدرشات.

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (توكل ومايكروسوفت) وبلغ عدد المشتركين فيه أكثر من (800) مليون شخص. (إبراهيم الشاعر، ص 63، 2015)

## ثانيا: التوتير "TWITTER":

توتير إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وأخذ التوتير اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني تغريده، واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغريدين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع توتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفائحهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، ويتنافس مستخدموا التوتير بعدد المتابعين لهم، كما تتيح شبكة توتير خدمة التدوين المصغر هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (توتير) أوائل عام (2006) عندما قامت شركة (obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة الانفصال عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (توتير) وذلك في أبريل عام (2007). (إبراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص64)

## ثالثا: اليوتيوب:

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (قوقل) يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها، تأسس موقع يوتيوب عام (2005) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشاد هرلي، وستيف تشن، وجادو كريم)، وهم موظفين سابقون في شركة (paypal) ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت (قوقل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1.65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية، ويعتبر موقع اليوتيوب موقع غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، التي تحتل موقعا مهما على شبكة الأنترنت. (إبراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص65)

## رابعاً: الانستقرام "instagram":

أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت حديثاً، لكنه استحوذ على اهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الأخرى، إذ بدأ موقع الأنستقرام خدماته في تشرين الأول من عام 2010، ويتيح موقع أنستقرام لمستخدميه إمكانية التقاط صورة وإضافة فلتر لتصبح جميلة وجذابة، مع إمكانية مشاركتها في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل الفيس بوك وتويتر وفلكر، وفي عام 2012 تم شراء موقع أنستقرام من قبل شركة فيس بوك، وبعد هذه الصفقة التزمت شركة فيس بوك بتطوير الموقع وأصبح موقع مكمل أو ضمن موقع فيس بوك، وعندما أصبح أنستقرام تابع لشركة فيس بوك تطور كثيراً وازدادت شعبيته بشكل كبير، فبعد سنة من تطويره من قبل فيس بوك أي في 2013 حصل على 190 مليون مستخدم نشط وتم تحميل 55 مليون صورة من قبل المستخدمين بشكل يومي، ويسجل موقع أنستقرام نجاحاً باهراً واستثنائياً وذلك لأنه وصل لهذا العدد من المستخدمين خلال مدة قصيرة مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى. (راضي، والتميمي، ص 227-228، 2017)

## خامساً: ماي سبيس "Myspace"

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات، نشر الصور والموسيقى، مقاطع الفيديو، المجموعات البريدية، الملفات، المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، أنشأت سنة 2003 على يد توماس أندرسون (tom Anderson) يقع مقر الشركة فيستا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية حيث تم فيما بعد بيع الموقع لشركة "نيوز كوربوريشن" يقع مقر الشركة الأم "نيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك. طبقاً لموقع أليكسا إنترنت يعد موقع ماي سبيس هو الترتيب ال 204 على مستوى العالم وال 144 على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، كما أنه فقد الكثير من زواره منذ إنشاء وتطوير الموقع المنافس وصاحب الترتيب الثاني عالمياً (Facebook)، كان هذا الموقع هو صاحب أعلى زيارة لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية في الفترة 2004 إلى 2007. (بن كران، ص 188، 2015)

## سادساً: فليكر "Flickr":

أحد مواقع التواصل الاجتماعي ويتيح إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو وحفظها، بحيث يعد جمعية لهواة التصوير على شبكة الأنترنت وموقعا مشهورا للتشارك في الصور الشخصية، ويستخدم موقع فليكر من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصورة الموجودة فيه، بدأ موقع فليكر تقديم خدماته في عام (2004) بواسطة شركة لودي كروب (Ludicrop) بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على شبكة الأنترنت ثم التخلي عن اللعبة، لكن مشروع فليكر ظل قائماً، وفي عام (2005) قامت شركة ياهو (Yahoo) بشراء شركة لودي كروب وفليكر، ويسمح للمستخدمين أيضاً بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معاً، ويستطيع الشخص إضافة صورة إلى مجموعة شخصية واحدة أو أكثر من مجموعة أو عدم إضافتها مطلقاً، فقد تخطى عدد مستخدمي موقع

فليكر وفقا لإحصائيات نشرت في عام(2011) أكثر من 81 مليون مستخدم ويعدد زيارات تصل إلى 80 مليون زيارة يوميا ويحتوي الموقع أيضا على أكثر من 6 مليار صورة ويتزايد الموقع بواقع مليون صورة يوميا. (راضي، والتيمي، ص234-235، 2017)

سابعاً: لينكد إن "LinkedIn":

هو موقع على شبكة الأنترنت يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، تأسس في ديسمبر كانون الأول عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 5 مايو 2003، يستخدم الموقع أساسا كشبكة تواصل مهنية، في يونيو عام 2012 بلغ عدد المسجلين في الموقع أكثر من 175 مليون عضو من أكثر من 200 دولة. الموقع متوفر 19 لغة عالمية، منها الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية، وحسب شركة كوانتكاست في شهر أكتوبر 2012 فإن لينكد إن يزوره شهريا أكثر من 42.7 مليون زائر فريد من داخل أمريكا، وأكثر من 117.2 مليون زائر فريد من أنحاء العالم، في مايو 2011 بدأت أسهم لينكد إن تتداول في بورصة نيويورك. (بن كران، ص204، 2015)

2-1-4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك الآلاف من المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالي، منها المواقع الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في مجتمعاتها، ومنها المواقع المتوسطة التي تخدم وحدة جغرافية لمجتمع معين، وهناك بعض مواقع الضخمة التي تصل خدماتها لأرجاء العالم كافة، ومن هذه المواقع ما يستخدم واجهه استخدام بسيط، بينما البعض الآخر قد يبدو أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، ويمكن تقسيم المواقع الاجتماعية وفق ما يلي:

أولاً: النوع الأساسي:

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات، بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفاييسبوك، ماي سبيس، وهاي فايف.

ثانياً: المرتبط بالعمل:

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية، وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

ثالثاً: مميزات إضافية:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر "MICRO BLOGGINH" مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايث.

## رابعاً: المواقع العربية:

من أشهر المواقع الاجتماعية العربية موقع عربيز "3rbeze" حيث تم إنشاؤه في فبراير 2009، وكان مخصصاً للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة في الدول العربية، والجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى، لكن عدداً كبيراً منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعارض داخلها، كصور وملفات مخلة بأداب العامة.

## خامساً: المواقع الاجتماعية والأعمال:

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن (LinkedIn) الذي جمع أكثر من 10 مليون مشترك وأكثر من 150 حرفة مختلفة. (جرار، ص 40-41، 2012)

## 2-1-5- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في اتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، وقد أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين، فحاجته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، لذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده، لذا نجد لهذه المواقع خصائص محددة منها:

**1- شاملة:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.

**2- التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية الميقتية في الإعلام القديم، التفاضل والصحف الورقية وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

**3- تعدد الاستعمالات:** مواقع التواصل سهلة ومرنة ويكمن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع الفقراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.

**4- سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

**5- اقتصادية في الجهد والوقت والمال:** في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكل يستطيع امتلاك حيز على شبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى. (إبراهيم الشاعر، ص 67، 2015)

**6- المشاركة "participation":** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تلمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

7-الانفتاح "openness": معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء التعديل على الصفحات حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز للوصول والاستفادة من المحتوى.

8-المحادثة "conversation": حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

9-المجتمع "community": وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

10-الترباط "connectedness": تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفاييسبوك وهكذا، مما يسهل من عملية انتقال المعلومات. (المقدادي، ص26-27، 2013)

## 2-1-6-مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن ايجازها في النقاط التالية:

### 1-التعارف والصدقات:

وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

### 2-إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة:

من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بنية الويب 2.0 هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

### 3-إنشاء مجموعات اهتمام:

وهي متاحة على الأنترنت منذ وقت بعيد، وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أن تقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماما، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة.

### 4-إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات:

وهي من الإمكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بنية الويب 2.0، فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات، ويقوم محبي صاحب الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

#### 5- البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية:

نشأ داخل الشبكات الاجتماعية مجتمع كبير جدا من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي الفيس بوك FACEBOOK على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح بيئة (منصة) تطوير للبرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي ومنها ما هو بحثي.

#### 6- الاستخدامات الترفيهية:

تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

#### 7- وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع:

توفر الشبكات الاجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، ومن أشهر تلك الوسائل، الرسائل الإلكترونية، وهي تدار عبر موقع الشبكة الاجتماعية وليس لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الإلكتروني المتعارف عليه، كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الأعضاء.

#### 8- الدعاية والإعلان:

يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية. (البياتي، ص 379-380-381، 2014)

#### 2-1-7- الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

لا يستطيع أحد إغفال الآثار المرتبطة بالإقبال الكبير للشباب والمراهقين باختلاف مستوياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك الآثار الإيجابية وآثار سلبية التي تؤثر في هذه الشريحة الكبيرة من المجتمع ونذكر فيما يلي:

#### أولاً: الآثار الإيجابية للمواقع التواصل الاجتماعي:

تعد الشبكات الاجتماعية أو ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي هي النافذة التي يطل منها الشباب على العالم الخارجي، ويستطيعون من خلالها ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعدهم على التقرب والتواصل فيما بينهم، وتفتح لهم أبواباً تمكنهم من إطلاق إبداعاتهم ومشاريعهم التي تحقق أهدافهم وتساعد المجتمع على النمو، وذلك من خلال ما يسمى بالمجموعات، وهناك بعض الإيجابيات كما ذكرها يحي جاد هي:

1- إلغاء حاجز الزمان ومن ثم سرعة التأثير.

2- إلغاء حاجز المكان ومن ثم سعة الانتشار.

3- إلغاء إمكانية التعقيم على المواقع ومن ثم تحقيق المصداقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في الاطلاع (أي حرية تداول المعلومة)

4- إلغاء إمكانية تكميم الأفواه ومن ثم تحقيق مناخ الحرية (خاصة حرية التعبير)

5- التشجيع على إبداء الرأي دون خوف عقاب أو تسلط، وهذا من أكبر المحفزات على الإبداع والاجتهاد.

6- تفعيل آلية الضبط الاجتماعي فأبي انحراف في الرأي أو خلل في الرؤية أو تقصير في الفعل ينشر على هذه الصفحات الإلكترونية سيجد من يقومه ويرشده.

7- التحفيز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين من بيئات مختلفة.

8- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب تواصل الفعال. (العريشي، والدوسري، ص64، 2015)

9- إمكانية التعرف على أشخاص يقدمون المساعدات في الحياة العامة، مثال هذا أن يلتقي شخص يبحث عن عمل بوظيفة، كلقاء مبرمج مثلا بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكا لك في عملك أو أفكارك.

10- إكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع إلكترونية مختلفة وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الاطلاع عليها، وهذا يجعلك على اطلاع دائم ومنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة.

11- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثيرين من المعجبين بها ما يزيد ثقة الفرد بنفسه. (بن كران، ص164، 2015)

### ثانيا: الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:

1- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث

2- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر

3- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائد.

4- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركاتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

5- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.

6- انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية. (إبراهيم الشاعر، ص69، 2015)

7- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاص.

8-الإدمان على هذا الموقع، حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها، اعترفت جميع الفئات بأنها تقضي أكثر من 6 ساعات يوميا على هذا الموقع، لذلك يتوجب على المستخدم أن يكون حريصا عند استخدام هذه الشبكة من الوقوع في شر الإدمان.

9-إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال، حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جوا من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار.

10-فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفيس بوك والماسي سبيس Myspace بنسب تفوق ال 20% من حالات الطلاق، ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكته أو العكس مهتما بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلا التواصل في الشبكة أو غير ذلك. (بن كران، ص164، 2015)

## 2-2-2- ماهية الفاييسبوك

## 2-2-1- تعريف الفاييسبوك:

الفايسبوك " Facebook " أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين. (المقدادي، ص34، 2013)

ويعرف أيضا على أنه "موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة (فايسبوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، ويمكن للمستخدمين من الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو الجهة أو العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء وأرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. (حسين عامر، ص 203-204، 2011)

عرفه شري كنكوف كينوت "SHERRY KINKOPH GUNTER" الفاييسبوك بأنه "واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، يمثل المجتمع الدولي على الأنترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم، يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق والعمل أو المنزل أو المدرسة أوي أي مكان آخر، تبنى هذه على سطح صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين، الفيس بوك "FACEBOOK" يسعى لخلق بيئة يمكن فيها للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزملاء، وتبادل الأنشطة الخاصة بهم، والتفاعل حول مصالح مشتركة أو هوايات، وإرسال الرسائل، والانضمام إلى الجماعات والشبكات الأخرى. (هيتي، ص89، 2015)

وعرفه موقع ويب-أو ببيديا على أنه "التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول لمستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع ويكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية. (أحمد جزار، ص51، 2012)

والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل ويعرف أيضا أنه " موقع للتواصل الاجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة. (العريشي، والدوسري، ص38، 2015)

## 2-2-2- نشأة وتطور موقع الفاييسبوك:

انطلق موقع (الفايس بوك) في 28 أكتوبر 2003، عندما قام مارك زوكر بيرغ وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفرد الأمريكية بابتكار (الفايس ماتش) مع زميله في غرفة السكن "موسكو فيتز" و "هيوز" حيث تم استخدام صورة لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية.

وقد لجأ زوكر بيرغ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد، وقام بنسخ صورة خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول على تلك الصورة التي وضعها في الموقع، ولما قام بتوجيه الموقع إلى عديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام به زوكر بيرغ، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهمت زوكر بيرغ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطره من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجه إليه في نهاية الأمر. (أحمد جزار، ص52، 2012)

قام زوكر بيرغ بتأسيس موقع "الفايس بوك" على نطاق "thefacebook.com" وتحديدا في 4 نوفمبر 2004 وانضم كل من إدوارد سافرين (المدير التنفيذي للشركة) و(داستين موسكو فيتز) مبرمج و(أندرو مالكوم) رسام جرافيك و(كريس هيوز) إلى زوكر بيرغ لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس عام (2004) فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل، وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفيس إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة (the) من اسمها شراء اسم النطاق (facebook.com) عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قما الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكر بيرغ بالخطوة المنطقية التالية، خلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى الدعوة للانضمام إلى الموقع، وبعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها لأبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.(بن كران، ص170-171، 2015)

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، ليصبح هذا التاريخ لاحقا أحد أهم التواريخ التي شكلت منعطفات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية والأنترنت، وفي أكتوبر من عام 2007، وبعد تنافس محتدم بين شركتي جوجل ومايكروسوفت، أعلنت شركة مايكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها قامت بشراء حصة في (فايس بوك) بلغت 6.1% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار، وعلى الرغم من ذلك فإن مايكروسوفت قامت بشراء

سهم مفضل يتضمن حقوقا خاصة مثل حقوق التصفية، وهو ما يعني أن مايكروسوفت ستتقاضى مستحقاتها قبل حملة الأسهم العادية في حال بيع الشركة، كما أن السهم الذي قامت مايكروسوفت بشرائه يعطيها الحق في نشر الإعلانات الدولية في الولايات المتحدة الأمريكية وعلى المستوى الدولي على الفيس بوك، وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له، وفي ديسمبر 2013 أضاف الفيس بوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمد من الأيقونة الشهيرة أعجبنى، أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعات جديدة من الأيقونات أصدرتها فيس بوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته.

(أحمد جرار، ص 53-54، 2012)

## 2-2-3 سمات وخصائص الفاييسبوك:

يتميز موقع الفيس بوك بعدد من السمات التي توفر معلومات معينة عن مستخدم موقع الفاييسبوك ومن أبرز سماته ما يلي:

1- **الملف الشخصي "profile"**: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، وكذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

2- **إضافة صديق "Add friand"**: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة البريد الإلكتروني.

3- **إنشاء مجموعة "Groups"**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

4- **لوحة الحائط "Wall"**: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

5- **النكزة "Pokes"**: منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

6- **الصورة "photos"**: وهي خاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

7- **الحالة "status"**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

8- **التغذية الإخبارية "News Feed"**: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل المتغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

**9- الهدايا "Gifts":** ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

**10- السوق "Marketplace":** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

**11- إنشاء صفحة خاصة على الموقع "Facebook":** تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهيا بـ فيس بوك، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Face book Adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصول لصفحتك على الفيس بوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته. (المقدادي، ص35-36-37، 2013)

**12- الدردشة إرسال الرسائل (messages):** وهي التي يستطيع المستخدمون بموجبها الاطلاع على الرسائل الواردة وإرسال رسائل جديدة، فضلا عن رؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها ومشاهدة الرسائل التي قمت بإرسالها.

**13- سمة الإعلان (MARKET PLACE):** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن أي منتج مجانا، فضلا عن البحث عن أي منتج ترغب بشرائه.

**14- الإشعارات (Notifications):** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال دائم مع آخر التحديثات التي تحدث للموضوعات التي أبديت إعجابك بها أو قمت بتعليق عليها مسبقا. (راضي، والتيمي، ص201-202، 2017)

## 2-2-4- دوافع استخدام الفاييسبوك:

هناك عدة أسباب تدفع الجمهور لاستخدام موقع الفيس بوك، إذ أن موقع الفيس وبوك جاء بعدد كبير من الميزات التي جعلته يتصدر قائمة اهتمامات المستخدمين، ومن هذه الأسباب هي:

- 1-يساعد على التواصل الاجتماعي وقضاء الأوقات مع الآخرين.
- 2-يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواهب والقدرات الشخصية.
- 3-سرعة تبادل المعلومات والأخبار.
- 4-يمكن الأشخاص من استخدام التطبيقات والمشاركة مع الآخرين.
- 5-يمكن استخدام موقع فيس بوك في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- 6-تواجد العديد من المؤسسات والمنظمات والشركات مما يتيح للجمهور التفاعل مع تلك المؤسسات والتعرف على أخبارها.

- 7- الحصول على تغذية مرتدة للأشخاص والتعرف على آرائهم وتوجهاتهم والتعرف على عاداتهم وتقاليدهم.
- 8- جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيس بوك.
- 9- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- 10- الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة.
- 11- تبادل التهاني والتوصيات والذكريات المشتركة بين الأشخاص.
- 12- سهولة استخدام موقع الفيس بوك عبر إتاحتها القوائم السهلة وإجراءات بسيطة. (راضي، والتميمي، المرجع السابق، ص202)

## 2-2-5- تطبيقات موقع الفيسبوك:

تم إنشاء التطبيقات كاستبانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة حالياً، وهناك عدد كبير جداً من التطبيقات بعضها منشأ من قبل شركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل المستخدمين العاديين. (فضل الله، ص15-16، 2010) وتتمثل أهم تطبيقات الفيسبوك في:

### 1- تطبيقات (Facebook Messenger) (Messenger lite) (Messenger Kids):

هناك ثلاثة تطبيقات خاصة بخدمات رسائل فيسبوك، الأول هو تطبيق فيس بوك ماسنجر العادي، حيث يأتي بجميع الخصائص بما في ذلك خاصية Chat Heads، الثاني هو ماسنجر لايت ومصمم خصيصاً للعمل على الهواتف الأقل في العتاد مع عدد أقل من الخصائص واستهلاك أقل لبيانات الهاتف، الثالث هو تطبيق ماسنجر للأطفال، وهو مصمم لتوفير الرقابة من الآباء على أطفالهم، هناك شائعة منتشرة بشأن إعادة دمج تطبيقات ماسنجر مرة أخرى داخل تطبيق فيس بوك الرئيسي، لذلك قد تختفي هذه التطبيقات الثلاثة في المستقبل.

### 2- تطبيق (Facebook page Manager): يستخدم تطبيق مدير صفحات فيسبوك Facebook

Pages Manager كما يبدو من اسمه لإدارة الصفحات، حيث يتيح التطبيق التفاعل مع المتابعين بشكل أفضل، ومشاهدة إشعارات الصفحة، والرد على الرسائل الخاصة بالصفحة، بالإضافة لمشاهدة الإحصائيات التي تخص الصفحة وتفاعل المتابعين مع المنشورات.

يقوم تطبيق فيسبوك الرئيسي باقتراح تنزيل تطبيق مدير الصفحات في حالة استخدامك لتطبيق في فيسبوك الرئيسي في إدارة صفحتك، يبدو أن التطبيق يعاني من بعض المشكلات طبقاً لمراجعات المستخدمين على متجر جوجل، لكنه يعمل في معظم الأوقات لإنجاز معظم المهام.

### 3- تطبيق (Facebook Ads manager): يعتبر تطبيق Facebook Ads Manager هو المسؤول

إدارة الإعلانات في فيس بوك، فهو تطبيق محدد للاستخدامات التجارية، فهو يتيح للشركات متابعة نفقاتها على الإعلانات وتحسين نتائجها والوصول إلى التحليلات اللازمة للبيانات، ما أنه يساعدهم من خلال تقديم النصائح والأفكار الجديدة لتحسين أداء الإعلانات، كما أنه يتيح تحرير الإعلانات وإنشاء الإعلانات

الجديدة، ولكن للأسف يأتي هذه التطبيق مع بعض المشاكل التقنية أكثر من تطبيق إدارة الصفحات Facebook Pages Manager، لذا فمن الضروري أن تتأكد من أي خطوة تقوم بها على هذا التطبيق في صفحة الويب العادية من وقت إلى آخر.

**4-تطبيق (Facebook Analytics):** تقع مهام هذا التطبيق في المنتصف ما بين تطبيقي Pages Manager و Ads Manage ، ولكنه لا يتيح إدارة الصفحات ولا الإعلانات، بل يستعرض تحليلات للبيانات والمعلومات، ويمكنك من خلاله استعراض مجموعة كبيرة من الإحصائيات التي لا توفرها التطبيقات الأخرى، كما أنه يتيح لك إنشاء قوالب مختلفة لهذه التحليلات والبيانات، فيمكنك عمل رسوم بيانية أو حتى خرائط حول بيانات شركتك ومدى التحسن في أداء إعلاناتك والمناطق التي تزدهر فيها، والحصول على إشعارات جديدة في حالة طرأ شيء مهم، أي باختصار هو تطبيق للبيانات والمعلومات فقط ولا يتيح إدارة الصفحات والإعلانات بشكل مباشر.

**5-تطبيق (Facebook Local):** يعتبر هذا التطبيق من التطبيقات التي لا تعمل عليها فيسبوك كثيرا لتطويرها وإصلاح الأخطاء الداخلية الموجودة بها، لذا حاول أن تستعد لأي إخفاقات منه، ويعمل التطبيق بمثابة دليل محلي للمستخدم عن أحدث الفعاليات القريبة منك وأحدث المطاعم ونقاط التجمع والأماكن الشعبية، كما أنه يعطيك بعض التوصيات للمطاعم والخدمات الجديدة القريبة منك، بالإضافة إلى بعض الأدلة المحلية التي ينشئها المستخدمون من حولك، ويشمل كذلك إظهار بعض الإشعارات للأحداث والفعاليات المستقبلية التي قد تهتمك.

**6-تطبيق (WORKPLACE BY FACEBOOK):** أطلقت فيس بوك هذا التطبيق لمنافسة G Suite والخدمات المماثلة له، فهو تطبيق يتيح التواصل لأعضاء فريق العمل الواحد وإتاحة مساحة شخصية لهم على الفيس بوك، كما يتيح بعض المميزات الأخرى كالمحادثات النصية والمكالمات الهاتفية ومكالمات الفيديو وتبادل الملفات والبيانات وغيرها الكثير.

أما Workplace Chat فهو تطبيق منفصل للتواصل، ولكننا نظن أن الكثير من الشركات لا تتواصل مع موظفيها حقاً من خلال هذا التطبيق، إلا إذا كانت من المؤسسات التجارية العملاقة التي يعمل بها أعداد كبيرة من الناس، ويأتي التطبيق مجاني بشكل عام، ولكنه يتيح فتح حساب لكل موظف بقيمة (3) دولارات شهريا

#### 7-تطبيق (Portal from Facebook):

Portal هو عبارة عن جهاز يقوم باتصالات الفيديو أطلقته الفيس بوك مع دمج مساعد Alexa الصوتي من أمازون، وهذا التطبيق هو مجرد أداة للتحكم في هذا الجهاز، فإذا لم يكن لديك هذا الجهاز، لن يكون لهذا التطبيق أي فائدة بالنسبة لك، ويتيح التطبيق إدارة الإعدادات في أجهزة Portal، كما يمكنك استخدامه للاتصال بالجهاز من خلال هاتفك الذي، ويشبه التطبيق في وظائفه تطبيقات مثل Google Home أو

Amazon Alexa ، فهم من أشد منافسيه. ويأتي جهاز Portal بسعر 129 دولار أمريكي، في حين يأتي التطبيق بشكل مجاني تمامًا.

**8-تطبيق (Study from Facebook):** يحاول فيس بوك أن يجمع الكثير من البيانات لمستخدميه حتى يتمكن من تحسين تجربة الاستخدام والانتشاء بشكل أوسع، لذا ظهر هذا التطبيق، وهو تطبيق حصري للاستخدام من قبل من هم في برنامج التعلم الذكي من فيس بوك، حيث يطلب التطبيق منهم الإجابة عن بعض الأسئلة وتتبع استخدامهم من أجل أبحاث السوق التي تجريها شركة فيس بوك، فهو يجمع بيانات مستخدميه مثل التطبيقات الموجودة على هواتفهم ومعدلات استخدامها، بالإضافة إلى جمع بعض البيانات الأخرى كالموقع الجغرافي والاهتمامات الشخصية وغيرها من المعلومات، لذلك فهو حصري لأعضاء هذا البرنامج فقط. (نور، تعرف على جميع تطبيقات فيس بوك وما يمكنها القيام به، 2019) [arabhardware.net/articles/تطبيق-جميع-تطبيقات-فيس-بوك-وما-يمكنه](http://arabhardware.net/articles/تطبيق-جميع-تطبيقات-فيس-بوك-وما-يمكنه)

**9-تطبيق (Photomania):** يسمح لك هذا التطبيق بإضافة تأثيرات وإطارات لصورك فبعد تسجيل الدخول إلى واجهة التطبيق الرئيسية والضغط على القسم الأول ستظهر لك جميع الألبومات الخاصة بصفحتك على الفاييسبوك، أيضا إمكانية رفع الصورة من على جهازك، حيث يكفيك فقط اختيار صورة معينة داخل الألبوم أو التي رفعتها لإضافة تأثيرات جميلة ومتنوعة حسب اختيارك.

**10-تطبيق (facebook2zip):** أحيانا قد نحتاج إلى تنزيل مجموعة من الألبومات الخاصة بأصدقائنا على الفاييسبوك وبالتالي يمكن الاستعانة بتطبيق facebook2zip الذي يسمح لك بتحميل أي ألبوم على الفاييسبوك، لأي شخص كان بضغط زر واحدة وبسرعة كبيرة أيضا.

المفروض بعد الدخول إلى الرابط تضغط على login with Facebook على أساس السماح للتطبيق بتسجيل الدخول إلى حسابك، ثم ستختار صديقك الذي تريد له ألبومه، لينقلك بعد ذلك إلى صفحة التحميل.

**11-تطبيق (Filmontv):** يمكنك عبر هذا التطبيق مشاهدة القنوات العالمية والعربية وأنت تتصفح الفاييسبوك دون الحاجة إلى مغادرته نهائيا، كما تستطيع الدردشة مع أصدقائك في الوقت نفسه مشاهدة قنوات عالمية وعربية في مجالات مختلفة كالرياضة، وقنوات الأخبار، والأفلام، قنوات كوميدية ووثائقية والتي تبث مقاطع صوتية كل هذا عبر تطبيق filmon live tv free الأكثر من رائع.

**12-تطبيق (Pipi):** يعتبر من التطبيقات الرائعة جدا التي ستجدها على الفاييسبوك، حيث يسمح لك بإرسال الرسائل ومشاركة أي صديق لك على الفاييسبوك ملف قد يصل إلى حجم GB1، فكل ما عليك فعله هو اختيار صديقك ثم اختيار الملف من جهازك ثم سوف تتبثق لك نافذة لإرساله له.

**13-تطبيق (Bits trips):** من التطبيقات التي تسمح لك بإنشاء قصة برسومات تعبيرية على الفاييسبوك، تختار الشخصيات التي تريدها، ثم تنشئ قصة من وحي خيالك، التطبيق سهل الاستخدام. (حسين مزواد، ستة تطبيقات على الفاييسبوك مهمة جدا ستندم إن لم تعرفها، 2019)

[http://www.igli5.com/2015/05/blog-post\\_82.html](http://www.igli5.com/2015/05/blog-post_82.html)

## 2-2-6- الخدمات الاتصالية والتواصلية لموقع الفاييسبوك:

يتيح موقع الفيس بوك العديد من الخدمات الاتصالية والتواصلية التي يوفرها للمستخدمين والتي لها دور كبير في زيادة شعبية موقع فيس بوك وهذه الخدمات هي:

**1-محتوى المجموعة يقوم ببنائه المستخدمون:** يوفر موقع فيس بوك للجميع الأدوات المبتكرة والخدمات الاتصالية الفعالة، بحيث يقوم كل مستخدم ببناء محتوى صفحته، وبالتالي تتكون شبكة متفرعة لا نهاية لها من المحتوى الخاص بكل مستخدم.

**2-التواصل المستمر بين المستخدمين:** يوفر موقع فيس بوك خدمة التواصل الفعال ليس فقط للاتصال المباشر بين الأفراد، وإنما هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، يمكن أيضا الإعجاب والتعليق.

**3-التحكم في المحتوى المعروف:** يتيح موقع فيس بوك روابط للخدمات الأدوات التي يمكن استخدامها في إضافة الأصدقاء، وتحديد من يرغب في مشاهدة أنشطته وأخباره، وروابط المواقع والصفحات التي ترغب في عرض محتواها لديه، فالشخص هو فقط من يحدد المحتوى الذي سيعرض على صفحته.

**4-اكتساب خبرات متعددة:** يوفر موقع فيس بوك للمستخدمين العديد من الصفحات التي من شأنها رفع الخبرة الشخصية للفرد المستخدم، فإن الاتصال والتواصل الإلكتروني الذي يقوم به مستخدمو موقع فيس بوك يجعلهم يكتسبون خبرات جديدة عبر وجود أشخاص متخصصين في المجالات كافة، إذ أن موقع فيس بوك يتيح العديد من مصادر المعرفة

**5-يطور من المهارات الاتصالية للمستخدمين:** موقع فيس بوك ينمي لدى المستخدمين مهارات الاتصال ومهارة التواصل الاجتماعي، والقدرة على تحمل المسؤولية والاحتكاك بالآخرين ومشاركتهم خبراتهم ومهارة التفكير الناقد، والقدرة على حل المشكلات وجمع المعلومات من مصادر مختلفة، وتصنيفها ونقدها، والقدرة على بناء العلاقات مع الآخرين محليا وعالميا. (راضي، والتميمي، ص203-204، 2017)

## 2-2-7-إيجابيات وسلبيات الفاييسبوك:

## أولا-إيجابيات الفاييسبوك:

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

**1-إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:**

وذلك عن طريق:

**1-1-إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أم يضيف صديق له على الموقع، وتتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه، ويمكن لمن يتلقى طلب صداقة أن**

يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من الأصدقاء الآخرين في حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.

إرشاد صدقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

1-2- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

1-3- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحد مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذة حياتهم إن كانت الهواتف متاحة للأصدقاء.

1-4- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.

1-5- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.  
2- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال:

في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذة شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفاييسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين، وكذلك يمكن للفايسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

### 3- يتيح الفاييسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور:

يشكل أكبر وأوسع مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفاييسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع فيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني، حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

### 4- التواصل مع مجتمعات افتراضية:

متخصصة في مواضيع شتى، تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبرتها.

### 5- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:

كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في مجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيس بوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

### 6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صورة ومقاطع فيديو:

ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفايسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة. (شقرة، ص 67-68-69،

(2014)

**ثانياً- سلبيات الفيس بوك:**

رغم الفوائد المختلفة التي يوفرها الفيس بوك لمتصفحيه، إلا أن له اضرار كبيرة على الفئات العمرية المختلفة نلخصها فيما يلي:

**1-الأضرار الاجتماعية:** حيث الفيس بوك الأشخاص من أي وضع اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات، بهدف تشويه صورة هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صورة مخلة بآداب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.

**2-الأضرار النفسية:** حيث تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الاقتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة والتي يمكن أن تؤذي الفرد.

**3-أثار سلبية على المراهقين:** فيما يتعلق في شرب الخمر أو المخدرات أو الزنا أو المثلية الجنسية. (بن كران، 173، ص 2015)

**-الإدمان على الموقع:** فالفرد بعد استخدام الموقع يجد نفسه مدمنا على استخدامه، فقد أثبتت الإحصائيات أن الموقع يستخدمه ما يزيد عن 500 زائر على مستوى العالم العربي وحده مما يشير إلى حالة انسحاب اجتماعي في الدول العربية إلى العالم.

**5-العزلة والانطوائية:** فهو يخرج الفرد عن الحيز الاجتماعي الذي ينتمي إليه ويجعله منطوي وغير قادر على التفاعل الحي المباشر.

**6-اللاواقعية:** فهو عالم افتراضي مختلف عن الخيال، لذلك لا يمكنه أن يكون وسيلة لتغير المجتمع.

**7-الكذب والادعاءات:** فالموقع يعلم السلوكيات غير مرغوب فيها كالكذب حيث يظهر الأفراد بشخصيات مخالفة لشخصياتهم الحقيقية، ويسهل الادعاءات الكاذبة، وإقامة علاقات شاذة والإباحية مما يؤثر سلبا على سلوكيات الشباب.

**8-تدمير العلاقات الأسرية:** فهو يشنت ويدمر العلاقات داخل الأسر بين الزوجين لأو بين الآباء والأبناء، فالإفراط في استخدامه يشنت الأسرة ويدفعها إلى الطلاق أو الخيانة أو الانعزال.

**9-إنتهاك خصوصية المشتركين:** وذلك من خلال نشر صور أو فيديوهات لأشخاص آخرين ونبذها والتعليق عليها والسخرية منها من طرف المستخدمين.

**10-إضاعة الوقت:** إضاعة الوقت في متابعة أمور تافهة وغير واقعية وإهمال جوانب أخرى مهمة.

**11-تدني المستوى الدراسي:** فالشباب أو المراهقون ينشغلون باستخدام الموقع طيلة الوقت وذلك على حساب دراستهم مما يؤدي إلى تدني مستواهم الدراسي والثقافي. (تياي، ص 121-122، 2018)

## خلاصة:

الشبكات الاجتماعية هي مواقع إلكترونية وجدت في المقام الأول من أجل المستخدم، حيث تتيح له التواصل مع الآخرين في مجتمع افتراضي واسع، مرت على عدة مراحل كان أولها ظهورها ثم اختفاءها ثم ظهورها ثانية، وقد حققت الشبكات الاجتماعية نجاحا كبيرا وثروة طائلة لمالكها بسبب تميزها واختلافها عن المواقع الشخصية أو الإعلامية أو الترفيهية، وأهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي هو كيفية توجيهها للشريحة التي تخاطبها وتهتم بها، وكيفية إدارة وإعداد المحتوى الخاص بهذه الشريحة، وأصبحت المواقع تدرس شريحة العملاء والزوار الذين يهتمون بها من أجل أن تضع لهم المحتوى المناسب.

والفايسبوك هو أشهر هذه المواقع حيث يتيح التواصل مع الأفراد في مجتمع افتراضي حيث كان تطوره على عدة مراحل، وقد حقق فايسبوك نجاحا وشهرة عالية بسبب تميزه واختلافه على الشبكات الأخرى، وأهم ما يميزه توجهه لشريحة المراهقين حيث عرف إقبالا كبيرا عليه، ولكن تبقى هذه الشبكة لها إيجابيات وسلبيات التي تعود على مستخدميها بالفائدة أو الضرر.

## الفصل الثالث

### الوعي الرياضي والمراقبة

-تمهيد

3-1-1-3- الوعي الرياضي

3-1-1-3- مدخل عام للوعي

3-1-1-3- تعريف الوعي

3-1-1-3- أصناف الوعي

3-1-1-3- أبعاد الوعي

3-1-1-3- مستويات الوعي

3-1-1-3- أنواع الوعي

3-1-2-3- الوعي الرياضي

3-1-2-3- تعريف الوعي الرياضي

3-1-2-3- أهمية الوعي الرياضي

3-1-2-3- المهارات اللازمة لصناعة الوعي الرياضي

3-1-2-3- التعصب في الملاعب والوعي الرياضي

3-1-2-3- الإعلام والوعي الرياضي

3-1-2-3- علاقة الوعي الرياضي بالتربية البدنية والرياضية

3-2-3- المراقبة

3-2-3- تعريف المراقبة

3-2-3- مراحل المراقبة

3-2-3- أنماط المراقبة

3-2-3- مظاهر النمو في مرحلة المراقبة

3-2-3- حاجيات المرهق

3-2-3- مشاكلات المرهقين

3-2-3- المراقبة في مرحلة التعليم الثانوي

3-2-3- أهمية الرياضية بالنسبة للمرهقين

3-2-3- آثار التربية البدنية والرياضية على المراقق

-خلاصة

### تمهيد:

يعد الوعي الرياضي من المواضيع البارز في المجتمع التي تسطير على الساحة في العصر الحديث ذلك لأنه يركز على معرفة الأمور والقضايا الرياضية المختلفة ومصطحا هذا الإدراك بنبذ التعصب مع الانتماء والمساهمة الفعلية في التشجيع المثالي والتعامل الإيجابي مع القضايا الرياضية المختلفة، ومع هذا الانتشار السريع لشبكة العالمية للمعلومات الانترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يأتي في مقدمتها الفايسبوك مكن من تنمية الوعي الرياضي لدى المستخدمين وخصوصا المراهقين كونهم الفئة الأكثر استخدام لهذا الموقع ولأكثر اهتمام بالشؤون الرياضية

وعليه سنتناول في هذا الفصل الوعي بشكل عام والوعي الرياضي بشكل خاص ونفصل فيهما، وسنتناول المراهقة ونفصل فيها.

### 3-1-1-مدخل عام للوعي

#### 3-1-1-1-تعريف الوعي:

لغة:

يشير مفهوم الوعي لغويا إلى المعرفة والإدراك والاحتواء، فوعى الشيء وعيا أي جمعه، ووعى الحديث أي فهمه وقلبه وتدبره وحفظه، ووعيت الأذان أي سمعت، ووعى فلان أي انتبه من نومه، ووعى الشيء أي أخذه كله، ووعى اليتيم أي حافظ عليه، والوعي هو الشعور الظاهر في مقابل فقدان الوعي، ووعى أي حفظ وفهم "المنجز". (تركي، ص52، 2011)

والوعي في اللغة أيضا هو: "الفهم والإدراك والسلامة" (بكار، ص9، 2000)

اصطلاحا:

يمكن التعرف إلى مفهوم "بوصفه حالة عقلية من اليقظة، يدرك فيها الإنسان نفسه وعلاقاته بما حوله من زمان ومكان وأشخاص، كما يستجيب للمؤثرات البيئية استجابة صحيحة، وبالرجوع إلى أصل الكلمة في اللغة اللاتينية يتضح أنها تعني أشياء معروفة على نحو متصل، ويرجع بعض الناس الوعي إلى المعرفة. (مسعود، ص103، 2011)

يعرف علماء النفس الوعي بأنه: "شعور الكائن الحي بنفسه وما يحيط به". (بكار، ص9، 2000)

التعريف العام الذي اتفق عليه العاملون في المنهج العلمي للوعي "الوعي هو نتاج أساسي من الأحاسيس الخارجية المستمد من البيئة، فالحواس تنقل المعلومات الحسية إلى جذع الدماغ وخاصة التشكل الشبكي، والذي بدوره ينقل ويوزع المعلومات إلى المناطق المختصة في القشرة الدماغية والتي تغذي بدورها وبشكل ارتجاعي، التشكل الشبكي الذي يعمل على نقل ردود الأفعال إلى الأعضاء الحركية للتعامل مع المستخدمات البيئية، هذا هو التفسير العلمي لعملية أو ظاهرة الوعي". (جابر السيد، ص272، 2014)

#### 3-1-1-2-أصناف الوعي:

1-الوعي العفوي التلقائي: ذلك النوع من الوعي الذي يكون على أساس قيامنا بنشاط معين دون أن يتطلب منا مجهودا ذهنيا كبير بحيث لا يمنعنا من مواصلة أي نشاط آخر.

2-الوعي التأملي: وعي يتطلب حضورا ذهنيا قويا مرتكزا في ذلك على قدرات عقلية كلية كالذكاء أو الإدراك أو الذاكرة.

3-الوعي الحدسي: وهو الوعي المباشر والفجائي الذي يجعلنا ندرك الأشياء أو العلاقات أو المعرفة دون أن نكون قادرين على الإدلاء بدليل أو استدلال







ولهذا فإن نجاح صناعة الوعي الرياضي يعتمد بشكل أساسي على القدرة على الاتصال بال جماهير، وهذه تحتاج إلى مهارات متنوعة وفقا لطبيعة الأفراد وخصائصهم ومستوياتهم الثقافية والبيئية التي يتواجدون فيها، فالإتصال بطلاب الجامعات لتوعيتهم والتأثير على آرائهم ومواقفهم، يحتاج إلى مهارات خاصة تتناسب مع الأجواء التي يعيشها الطلاب في الجامعة واهتماماتهم، والاتصال بفتة الجمهور الرياضي يحتاج إلى مهارات خاصة بهذه الفتة وتختلف بتأكيد عن مهارات الإتصال بطلاب الجامعات والاتصال بالجمهور كذلك يحتاج إلى مهارات من نوع مختلف يتناسب مع المستويات الفكرية والعاطفية والثقافية لهذا الجمهور.

كما أن نوع مهارات الإتصال وطريقة مخاطبة الجمهور تعتمد على موقع الشخص الذي يمارس الوعي الرياضي والأدوات التي يمتلكها، فالإتصال بالناس من خلال الصحف الرياضية المكتوبة يختلف من حيث الأسلوب والمهارة عن الإتصال بالأفراد من خلال التلفزيون أو وسائل التواصل الاجتماعي، والاتصال بال جماهير يختلف بينه وبين الجمهور العادي من حيث الوسائل والأدوات والمهارات. (مقورة، المرجع السابق ص16-17)

### 3-1-2-3-التعصب في الملاعب والوعي الرياضي:

الرياضة متعة وهواية جميلة، قد أحبها الكثير من شعوب العالم، وهذه الرياضية لها قيم سامية ومبادئ نبيلة وفوائد كثيرة على الرياضيين سواء كانوا لاعبين أم أندية أم جماهير رياضية أم حكام أم محللين، إذا استخدمت الاستخدام الصحيح الذي يسير وفق هذه القوانين والمبادئ الرياضية التي تسمو بالرياضية والرياضيين إلى الاخلاق الكريمة، بعيدا عن اللعب والفوضى أو الصخب والتعصب في التشجيع من الجماهير وغيرهم، كما أنها تربي الإنسان على الأخلاق الكريمة والقيم السامية، وإن يبتعد الرياضيون بها عن التعصب والصخب ويتصفوا بالقيم الأخلاقية الرفيعة التي تحميهم من اللعب الفوضوي في الشوارع بعيدا عن التوجيه السليم واللعب الصحيح .

ومن المؤسف حقا ما يصدر عن فئة خاصة من المجتمع الرياضي من سلبيات التي سلبت المتعة والإبداع ولا تدل على الروح الرياضية ولا الوعي الرياضي كممارسات وأفعال لا تتصل بالأخلاق الرياضية، فبدلا من أن نتخذ الرياضية وسيلة للتنافس الشريف والمحبة والتعارف نجعلها سبيلا لإرهاق النفوس بأمراض النفسية والعضوية والاضطرابات السلوكية، وتبادل الألفاظ النابية والسيئة بين بعض الجماهير، والكتابة على المرافق العامة والمسالك عبارات رياضية لا تليق بالرياضية ولا بالمجتمع، ومتى كانت لدينا الروح الرياضية ستظل الرياضية منهجا للأخلاق والقيم، فالرياضية صفات أخلاقية يجب التحلي بها كي يقدم كل من الرياضيين والجماهير صورة حضارية تنقل التطور الرياضي في بلادنا الغالية وتعكس الأخلاق الرياضية والوعي الرياضي. (نتاح، ص35، 2016)



الجسم وتنمية عناصر اللياقة البدنية، ولكن قبل الشروع في عملية الحث على مزاوله النشاط يجب أن توجد قاعدة كبيرة من ذوي الاتجاهات الرياضية والتي يمكنها تعزيز الثقافة الرياضية الصحيحة في مختلف أقطاب المجتمع الرياضي.

إن إيجاد المناخ هنا سواء على صعيد الفرد أو الجماعة يحتاج إلى وعي من قبل المؤسسة الإعلامية التي تقوم بدورها بإعداد كافة المستلزمات من استراتيجيات ودراسات وإحصائيات وتخطيط منشآت مع تذليل كافة الصعوبات التي يمكن أن تعيق سير تحقيق المناخ الملائم لمزاوله الأنشطة الرياضية، بل ونوعية المجتمع بأهمية التربية البدنية عن طريق الصحف الرياضية المختلفة أو عن طريق منشورات والكتب الرياضية لكي يصبح المجتمع واعياً. (مقورة، ص17، 2017)

### 3-2 - المراهقة

#### 3-2-1- تعريف المراهقة:

لغة: ترجع لفظة المراهقة إلى الفعل العربي (راهق) الذي يعني الاقتراب من الشيء، فراهق الغلام فهو مراهق، أي قارب الاحتلام، ورهقت الشيء رهقا قريت منه، والمعنى هنا يشير إلى الاقتراب من النضج والرشد. (بن سهيل البادي، ص8، 2003)

#### اصطلاحاً:

اصطلاح المراهقة في علم النفس يعني: " الاقتراب من النضج الجسمي والعقلي والنفسي والاجتماعي، ولكنه ليس النضج نفسه، لأنه في مرحلة المراهقة يبدأ الفرد في النضج العقلي والجسمي والنفسي والاجتماعي ولكنه لا يصل إلى اكتمال النضج إلا بعد عديد قد تصل إلى 9 سنوات. (بن سهيل البادي، ص9، 2003)

ومصطلح المراهقة في اللغة الأجنبية (Adolescence) يشتق من اللغة اللاتينية (Adolescentia)

والفعل معناه (كبر)، والمراهقة هي المرحلة التي ينتقل فيها الكائن من الطفولة إلى الرشد بحسب معجم (Littre)، أي أن المراهقة هي الانتقال من الاتكالية إلى مرحلة الاعتماد على الذات. (سليم، ص375، 2002)

عرف أوسبال المراهقة بأنها "الوقت الذي يحدث فيه التحول في الوضع البيولوجي للفرد. (الزغبى، ص18، 2010)

عرفها فرود وبيج في موسوعة العلوم الاجتماعية بأنها "تلك الفترة التي تمتد ما بين البلوغ والوصول إلى النضج المؤدي إلى الإخصاب الجنسي، حيث تصل الأقسام المختلفة للجهاز الجنسي إلى أقصاها في الكفاءة، وفي المراحل المختلفة لدورة الحياة وفي الحقيقة سوف لا تكتمل مرحلة المراهقة إلا عندما تصبح جميع العمليات الضرورية للإخصاب والعمل والإفراز ناجحة. (الزغبى، ص19، 2010)

يعرفها فاخر عاقل بأنها: "فترة من حياة الفرد تبدأ نهاية الطفولة، وهي فترة انتقالية يبدأ المراهق خلال هذه الفترة بالاستقلال عن أسرته إلى أن يصبح شخصا مستقلا يكفي ذاته، فالمراهقة لها فترة تختلف من شخص لآخر. (دبلة، ص117، 2010)

التعريف الذي اتفق عليه العلماء: "المراهقة هي حالة من النمو تقع بين الطفولة والرجولة أو الأنوثة ولا يمكن تحديد فترة المراهقة، لأنها تعتمد على السرعة الضرورية في النمو الجسمي وهي متفاوتة، وبما أن عملية النمو السيكولوجي غامضة من غير السهل أن تقرر هذه المرحلة من حياة الإنسان حتى يصبح النظام الغددي ناميا بصورة كلية، ومما لا ريب فيه أن هذا الاحتمال يجيب أن ينتهي في بداية العشرينات من العمر، المراهقة تشمل الأفراد الذين هم بالعقد الثاني من الحياة. (غباري، أبو شعيرة، ص224، 2015)

### 3-2-2- تحديد مراحل المراهقة:

لقد اختلف العلماء في تقسيم وتحديد مراحل المراهقة من حيث البداية والنهاية، نظرا لعدم وجود مقاييس موضوعية خاصة تخضع لها هذه التقسيمات ولكنهم أخضعوها لمجال دراستهم وتسهيلا لها قسمت على ثلاث مراحل رئيسية وهي:

**المراهقة المبكرة (11-14 سنة):** وتتميز بتغيرات بيولوجية سريعة. (الراشدي، ص31، 2012)

وتتمثل أهم سمات هذه المرحلة في:

- 1- تتميز هذه المرحلة في نظرية بياجيه بالانتقال من التفكير الوعي (المادي الملموس) المميز للطفل إلى العمليات المنطقية المنهجية.
- الشعور بعدم الاتزان.
- 3-زيادة إحساس الفرد بجنسه.

4-ظهور العناصر الجنسية الثانوية مع عدم اكتمال نضجها ودون القيام بوظائفها.

5-ضغوط الدوافع الجنسية التي لا يعرف المراهق كيفية كبح جمحها.

6-الاهتمام بتفحص الذات وتحليلها. (أبو أسعد، والخاتنتة، ص327-328، 2011)

**المراهقة الوسطى (14-18 سنة):** وهي مرحلة اكتمال التغيرات البيولوجية. (الراشدي، ص31، 2012)

وتتمثل أهم سمات هذه المرحلة في:

- 1-الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.
- 2-الميل إلى مساعدة الآخرين وتقديم العون لهم.
- 3-الاهتمام بالجنس الآخر ويبدو على شكل ميول واهتمامات بتكوين صداقات وإقامة علاقات مع أفراد.

4-اختيار الأصدقاء من بين الأفراد الذين يميل المراهق إليهم.

5-الميل إلى الزعامة.

6-وضوح الاتجاهات والميولات لدى المراهق. (أبو أسعد، والخاتنتة، ص328، 2011)

**المراهقة المتأخرة (18-21 سنة):** حيث يصبح الشاب أو الفتاة إنسانا راشدا بالمظهر والتصرفات.

(الراشدي، ص31، 2012)

وتتمثل أهم سمات هذه المرحلة في:

1-يتميز سلوك المراهق في هذه المرحلة بالتوافق مع المجتمع الذي يعيش فيه.

2-تقل لدى المراهق النزعات الفردية.

3- تتحدد اتجاهاته السياسية والاجتماعية.

4- تتضح ميوله المهنية.

5- الانخراط في النشاطات الاجتماعية. (أبو أسعد، والخاتنة، ص328، 2011)

### 3-2-3- أنماط المراهقة:

يرى الدكتور صاموئيل مغاريوس أن هناك أربعة أنماط عامة للمراهقة يمكن تلخيصها فيما يلي:

**أولاً- المراهقة المتكيفة:** هي المراهقة الهادئة نسبياً، والتي تميل إلى الاستقرار العاطفي، وتكاد تخلو من التوترات الانفعالية الحادة، وغالباً ما تكون علاقة المراهق بالمحيطين به علاقة طيبة، كما يشعر المراهق بتقدير المجتمع له وتوافقه معه، ولا يسرف المراهق في هذا الشكل أو نوع من المراهقة في أحلام اليقظة أو الخيال، ومعناه هذا النوع يميل إلى الاعتدال.

**ثانياً- المراهقة الإنسحابية المنطوية:** وهي صورة تميل إلى الاكتئاب أو مكتئبة تميل إلى الانطواء والعزلة، والسلبية والخجل، والشعور بالنقص، وعدم التوافق الاجتماعي، مجالات المراهق هنا وعلاقاته الاجتماعية ضيقة ومحدودة يميل المراهق إلى التفكير في نفسه وحل مشكلات حياته، أو التفكير الديني والتأمل في القيم الروحية الأخلاقية، كما يسرف في الاستغراق في الهواجس وأحلام اليقظة حتى تصل في بعض الأحيان إلى حد الأوهام والخيالات المرضية.

**ثالثاً- المراهقة العدوانية المتمردة:** ويكون فيها المراهق ثائراً متمرداً على السلطة أكانت سلطة الوالدين أو سلطة المدرسة أو المجتمع الخارجي، كما يميل المراهق إلى تأكيد ذاته والتشبه بالرجال ومجاراتهم في السلوك كالتدخين، إطلاق الشارب، السلوك العدواني في هذا النوع يكون صريحاً مباشراً في شكل إيذاء للمحيطين، كما قد يكون بصورة غير مباشرة حيث يتخذ صورة العناد، وبعض المراهقين من هذا النوع يتعلق بالأوهام والخيال وأحلام اليقظة.

**رابعاً- المراهقة المنحرفة:** إن حالات هذا النوع تمثل الصورة المتطرفة للشكلين المنسحب والعدواني، فإن كانت الصورتين السابقتين غير متوافقة أو غير متكيفة، إلا أن مدى الانحراف لا يصل إلى خطورته في الصورة الظاهرة في هذا النوع، حيث نجد الانحلال الخلفي والانهيال النفسي.

إن هذا النمط لم ينجح في تطوير معايير الأخلاقية، فنجد أن المراهقين علاقتهم الاجتماعية باردة غير مكترثة، وتخلو من الحساسية حيال مشاعر الآخرين والمبادئ العامة، كما نجدهم مستمرين في بحثهم الأناني عن المتعة الشخصية، وتصرفاتهم لا تفكير فيها ولا أحاسيس، ونجدها تتسم بالتخريب والتدمير للآخرين، حتى طموحاتهم من النوع المدمر الأناني سواء ما يتعلق منها بالطموح في ميدان العمل أو ميدان النزوات الجنسية. (دبلة، ص130-131، 2010)

### 3-2-4- مظاهر النمو في مرحلة المراهقة:

#### أولاً-النمو الجسمي:

وهو في مظهرين أساسيين:

النمو الفيسيولوجي: النمو بالأجهزة الداخلية غير الظاهرة التي يتعرض لها المراهق في البلوغ وما بعده ويشمل بوجه خاص الغدد الجنسية.

النمو العضوي: ويشمل نمو الأبعاد الخارجية للمراهق (الطول، الوزن، العرض)

مرحلة المراهقة مرحلة النمو الجسمي وطفرة ولا يفوقها في النمو إلا مرحلة ما قبل الولادة ويتميز النمو الجسمي بعدم الانتظام.

يزداد الطول ويتسع المنكبين، وطول الجذع والذراعين، والساقين، ويتأخر نمو الأطراف السفلية عن العلوية، ويزداد الوزن تبعاً لزيادة نمو العضلات والعظام وزيادة الشحم عند الفتيات، يتغير شكل الوجه في كل جزء (داخلي، خارجي) فيبدو غير متناسق في المراهقة المبكرة والوسطى وينمو الشعر في أجزاء محددة بصورة واضحة.

فالمراهق مدهول بتغيرات ويطلب شكلاً يتوافق وفكرته السابقة ويتتبع النمو الجسمي عند أقرانه من المراهقين، فالشذوذ في النمو الجنسي عند المراهق كظهور حب الشباب بصورة سيئة يسبب أزمة تكيف خصوصاً إذا صوحت بالسخرية.

الذكور: أقو جسمياً وعضلاتهم تنمو بسرعة وازدياد في الطول، وتمايز في اتساع الكتفين واهتمام بالمظهر الجسمي، وصوت خشن.

الإناث: تراكم الشحم في مناطق معينة كالصدر والردفين وازدياد في الطول والوزن، أسرع وقتاً وأقل كما من الذكور، نمو عظام الحوض ميزة لنمو الإناث، تهتم الأنثى بالوزن والطول وتناسق الوجه وشفاء البشرة.

فيسيولوجياً:

تنشط الغدة الجنسية عند الذكور مثل الخصيتين وعند الإناث المبيضين، تؤثر الغدة النخامية على النمو عامة، والعظام خاصة وعلى إفراز الغدة الجنسية وفي الأجهزة الداخلية ينمو القلب بشكل أكبر من الشرايين فيصبح ضغط الدم منتجا للقلق والصداع والتوتر عند المراهق.

تغيرات جنسية ثانوية الذكور (صوت خشن، شعر الذقن، والشارب) وللإناث (الأرداف، ومنطقة الفخذين).

أحد المعالم الرئيسية يقاس عليها النضوج الجنسي عند الذكور ظهور الحيوان المنوي الكامل الشامل المتميز بالخصوبة والحركة، أما الإناث فالطمث هو العلامة الأكثر وضوحاً. (غباري، أبو شعيرة، 234-235،

(2015)

### ثانيا-النمو الحركي:

في بدء مرحلة المراهقة ينمو جسم المراهق نوما سريعا "طفرة نمو" فينتج عن هذا النمو السريع غير المتوازن ميل المراهق لأن يكون كسولا خاملا قليل النشاط والحركة، وهذه المرحلة على خلاف المرحلة السابقة (الطفولة المتأخرة) التي كان يتميز فيها الطفل بالميل للحركة والعمل المتواصل وعدم القابلية للتعب، وذلك لأن النمو خلال الطفولة المتأخرة يسير معتدلة، فالمراهق في بدء هذه المرحلة يكون توافقه الحركي غير دقيق فالحركات تتميز بعدم الاتساق، فنجد أن المراهق كثير الاصطدام بالأشياء التي تعترض سبله أثناء تحركاته وكثيرا ما تسقط من بين يديه الأشياء التي يمسك بها، ويساعد على عدم الاستقرار الحركي التغيرات الجسمية الواضحة والخصائص الجنسية الثانوية التي طرأت عليه، وتعرضه لنقد الكبار وتعليقاتهم وتحمله العديد من المسؤوليات الاجتماعية مما يسبب له الارتباك وفقد الاتزان، وعندما يصل المراهق إلى قدر من النضج تصبح حركاته أكثر توافقا وانسجاما فيزداد نشاطه ويمارس المراهقون تدريبات رياضية محاولين إتقان بعض الحركات الرياضية التي تحتاج إلى الدقة و التآزر الحركي مثل (العزف على الآلات الموسيقية وبعض الألعاب الرياضية المتخصصة والكتابة على آلة الكتابة). (فناوي، ص29، 1993)

### ثالثا-النمو الانفعالي:

يمثل الجانب الانفعالي جانبا رئيسا في بناء شخصية المراهق ومحور لتوافقه أو عدمه، وترتبط انفعالات المراهق بالتغيرات العضوية الداخلية وما يصحبها من مشاعر وجدانية وتغيرات فيزيولوجية داخل الجسم، كما ترتبط انفعالاته بالبيئة الخارجية التي تحيط به فهي بمثابة ميزة لهذه الانفعالات، وتتميز الاضطرابات بعدم الثبات الانفعالي الذي يبدو على شكل تذبذب في الحالة المزاجية وتقلباتها في السلوك واتجاهات المتناقضة أحيانا، ويؤدي ذلك إلى عدم التماثل بين سرعة النمو الجسمي من ناحية والنمو الانفعالي من ناحية أخرى، وتتسم انفعالات المراهق بمظاهر عدة منها:

- 1-اهتمام المراهق بذاته بما يطرأ على جسمه من تغيرات وهو يحاول أن يتوافق مع جسمه الجديد ويتقبله ويشعر المراهق بالرضا أو الضيق كلما يقترب أو يبتعد عن الصورة التي يريد أن يكون عليها.
- 2-تتسم انفعالات المراهق بالتقلب وعدم الثبات وسرعان ما تتحول انفعالاته من المرح وسرور إلى الحزن واليأس.
- 3-يجمع خيال المراهق ويحاول أن يعوض أنواع النقص والحرمان والفشل بوسطة أحلام اليقظة، كثيرا ما يستغرق في هذه الأحلام ويحقق عن طريقها ما لا يحققه في الواقع. (دبلة، ص123-124 2010)
- 4-تطور الحب عند المراهق، فالحب هو شحنات انفعالية نفسية يميل بها الفرد نحو من يحب ويرغب بتدعيمها بأساليب ليتقبلها المحيط.

فالنجاح في إيجاد فتاة تشاركه ذلك الشعور هو بمثابة دفعة انفعالية إيجابية تؤكد ذكوريته المرغوبة، ومؤثر على جميع جوانب النمو الأخرى للمراهق، ولأنثى مؤكدة أنوثتها المرغوبة، لكن عدم وجود شريك في الحب

أو وجود عاقلات لذلك الشريك سيؤدي لنتائج عظيمة قد تصل للانتحار. (الغباري، أبو شعيرة، ص282، 2015)

#### رابعاً-النمو العقلي:

تتسم مرحلة المراهقة بنمو القدرات العقلية باختلافاتها، حيث يدخل في مرحلة الذكاء المجرد، العمليات العقلية العليا، التركيز، التذكر، الحكم، التعميم، كذلك القدرات الخاصة، هنا يسر النمو العقلي من العام إلى الخاص ومن البسيط إلى المعقد، أي من الإدراك الحسي والحركي إلى إدراك العلاقات المعقدة والمعاني المجردة وهنا ينمو الذكاء العام ويسمى القدرة العقلية العامة، وهو القدرة التي تكمن وراء جميع أنماط السلوك العقلي وتظهر في قدرة المراهق على الحكم واكتساب المهارات والقدرة على التكيف مع المواقف والمشاكل الجديدة وفي قدرته على ممارسة العمليات العقلية العليا كالتفكير، والتذكر والتخيل وإدراك العلاقات من خصائص النمو العقلي. (دبلة، ص124-125، 2010)

تصبح القدرات العقلية أكثر تعبيراً ودقة من ذي قبل، وتبدأ قدرات المراهق بالتمايز حيث تزداد قدرته على التحصيل واكتساب المهارات والمعلومات، وما يميز التعليم بهذه الفترة أن يبني على أساس منطقي على عكس المرحلة السابقة التي كان التعليم بها يتم بشكل آلي، وكذلك تتضح قدرة المراهق على نقد ما يقرأ، وتزداد قدرته على الانتباه لفترات أطول مما يمكنه من استيعاب مشكلات كبيرة، وهو ذلك يصبح قادر على التعامل مع المفاهيم الاجتماعية مثل الخير والفضيلة والعدالة والديمقراطية والحرية، وتظهر ما يسمى بالقدرات الخاصة، ويصل ذكاء المراهق في نهاية هذه الفترة إلى أعلى قمم النضج، وكذلك يستطيع المراهق أن يطور مفاهيم المواطنة الصالحة والمفاهيم الأخلاقية المختلفة، ويكون قد بدء بوضع تصور عن مهنة المستقبل، وتبرز اهتمامات المراهق في نهاية هذه المرحلة بالقراءات الفلسفية الفكرية والأدبية، ويمتلك المراهق القدرة على المناقشة المنطقية وتقبل آراء الآخرين ومحاولة إقناعهم. (غباري، ص238، 2015)

#### خامساً-النمو الاجتماعي:

يتأثر النمو الاجتماعي السوي الصحيح في المراهقة على التنشئة الاجتماعية من جهة وعلى النضج من جهة أخرى، وكلما كانت بيئة الطفل ملائمة ساعد ذلك على أن تكون العلاقات الاجتماعية ملائمة عندما تتسع دائرة معاملاته، ويتصف النمو الاجتماعي في المراهقة بمظاهر رئيسية وخصائص أساسية وتبدو هذه المظاهر في المراهقة بمظاهر رئيسية وخصائص أساسية في تآلف المراهق مع الأفراد الآخرين أو نفوره منهم وعزوفه عنهم ويتضح تآلف المراهق فيما يأتي:

1-يميل إلى الجنس الآخر، ويؤثر هذا الميل على نمط سلوكه ونشاطه ويحاول أن يجذب انتباه الجنس الآخر بطرق مختلفة.

2-الثقة وتأكيد الذات: فيتخفف من سيطرة الأسرة ويؤكد شخصيته ويشعر بمكانته.

3- الخضوع لجماعة التظاهر: حيث يخضع لأساليب أصدقائه وخلانه وأقاربه ومساكنهم ولمعاييرهم ونظمهم ويتحول بولائه الجماعي من الأسرة إلى النظائر.

4- يدرك العلاقات القائمة بينه وبين الأفراد الآخرين.

5- اتساع دائرة تفاعل الاجتماعي، حيث تتسع دائر نشاطه الاجتماعي ويدرك حقوقه وواجباته ويتخفف من أنانيته ويقتررب بسلوكه من معايير الناس ويتعاون معهم في نشاطه ومظاهر الحياة الاجتماعية ويتضح نفور المراهق فيما يلي:

أولاً- التمرد: حيث يتحرر من سيطرة الأسرة ليشعرها بفرديته ونضجه واستقلاله ويعصي ويتمرد ويتحدى السلطة القائمة في الأسرة.

ثانياً- السخرية: تطور إيمان المراهق بالمثل العليا البعيدة تطوراً ينحو به أحياناً نحو السخرية من الحياة الواقعية المحيطة به ليبعداها عن المثل التي يؤمن بها ويدعو إليها ولكنه يقتررب شيئاً فشيئاً من الواقع كلما اقترب من الرشد واكتمال النضج.

ثالثاً- التعصب: يزداد تعصب المراهق لآرائه ومعايير جماعة النظائر التي ينتسب إليها ولأفكار رفاقه وأساليبهم، وقد يتخذ تعصب المراهق سلوكاً عدوانياً في الألفاظ النابية والنقد اللاذع.

رابعاً- المنافسة: يؤكد المراهق مكانته بمنافسته أحياناً لزملائه في ألعابهم وتحصيلهم ونشاطهم. (زيدان، والسالموطي، ص160-161، 1994)

#### سادساً- النمو الجنسي:

يبدأ النمو الجنسي بعد الولادة حيث يبدأ ترداد الفروق الجنسية مبكراً، وفي نهاية الطفولة المتأخرة يبدأ ظهور اهتمام كل جنس بالآخر، ومنه تبدأ التساؤلات عن السلوك الجنسي ومع بداية المراهقة تحدث تغيرات عديدة ترتبط بالنمو الجنسي سواء من الناحية النفسية أو الفيسيولوجية أو الاجتماعية أو الانفعالية. **عند الذكور:** تبدأ الأعضاء التناسلية في النمو مما يولد عنده رغبة في الاستشارات الجنسية تتطلب اشباعاً قد تكون في أحلام اليقظة أو الأحلام العادية، تنعكس سلماً على الناحية النفسية للمراهق ولمعالجة ذلك لابد من التخلص من هذه الطاقة الجنسية عن طريق النشاط الرياضي كالمشاركة في النوادي الرياضية، والاجتماعي كالإبداع في الكتابة أو المشاركة في النوادي الثقافية مسرحية.

**عند الإناث:** علامات البلوغ تصبح واضح لدى الفتاة جسماً وكذا الطمث الشهري الأولي الذي يعتبر كصدمة بالنسبة للفتاة الذي يسبب لها إحراجاً وبصيبيها العلع والخوف، لذلك نجد البنات تخجل عن نفسها من ظاهرة الطمث، وكبر الثديين والأرداف وما يسبب لها عزوفاً عن الممارسة الرياضية في مؤسستها.

وبصفة عامة في مرحلة المراهقة تتطور الرغبة والميل الجنسي حيث يكون أكثر حدة عند الذكور مما يتطلب الإشباع الفوري الذي يتحقق من خلال التفريغ عن طريق الأحلام وممارسة العادات الأخرى. (ربوح، ص108-109، 2017)





### سادسا-المشكلات المهنية:

مثل نقص التعليم والتدريب، نقص التأهيل المهني، سوء التوافق المهني، وظهور ظاهرة البطالة، والاعتماد على الآخرين. (خضرة، ص274-275، 2014)

### 3-2-7-المراهقة في مرحلة التعليم الثانوي:

تعد المراهقة في الطور الثانوي متغيرة حيث يلجأ فيها المراهق إلى الاستقرار وتكوين علاقات هادئة مع الآخرين وتكون علاقته سطحية وقلة اهتمامه بزملائه، ومن مميزات هذه الفترة بالنسبة للمراهق (المرحلة الثانوية) بعده عم أسرته، وحدة انفعالاته وتناقضاته، كما يكون متمردا وعاصيا وخارجا عن الأعراف وغي مبال بنصائح من أكبر منه حيث يبتعد عنهم ويميل أكثر إلى الجنس الآخر مع نزوجه الجنسي، وتكون مرحلة التعليم الثانوية لا تخلو من المشاكل الأسرية نقد الوالدين، المعاملة كطفل والقسوة وتحديد شخصيته، كما تكون هناك مشاكل أخرى مدرسية ونفسية منها سلوكاته وتهرباته داخل القسم ومقاطعته لدرس الأستاذ وخوفه من الامتحان وشعوره بالقلق خاصة أمام الجنس الآخر، وشعوره بالمعاناة والصراعات كلها تؤدي في داخله إلى البحث عن الهوية كما يعاني المراهق في فترة الثانوية من مشاكل اجتماعية كتمرد عن المجتمع ومخالفته قيمه، الابتعاد عن الأصدقاء من الذكور بالإضافة إلى مشاكل صحية تتمثل في الصداع وآلام في المعدة والنوم القليل، للمراهق في المرحلة التعليمية الثانوية حاجيات يجب مراعاتها مثل الاحترام والحب والحنان وإثبات الذات والمكانة الاجتماعية كما لا بد أن ننوه في هذه الفترة تكون له حاجيات جنسية يجب شرحها من منطلق الشريعة الإسلامية والتفريق بين رؤية الإسلام ورؤية الغرب لها. (ربوح، ص117-118، 2017)

### 3-2-8-أهمية الرياضية بالنسبة للمراهقين:

إن الرياضية عملية تسلية وترويح لكلا الجنسين، هذا حيث أنها تحضر المراهق فكريا وبدنيا كما تزوده بالمهارات والخبرات الحركية من أجل التعبير عن الأحاسيس والمشاعر النفسية المكتنزة التي تؤدي إلى اضطرابات نفسية وعصبية عند انفجاره، فيتحصل المراهق من خلالها على جملة من القيم المقيدة التي لا يستطيع تحصيلها في الحياة الأسرية، كما تعمل الحصص التدريبية على صقل مواهب الرياضي وقدراته النفسية والبدنية وفق متطلبات العصر، وأنجح منهج لذلك هو مكيف الحصص الرياضية من أجل شغل وقت الفراغ الذي يحس فيه الرياضي بالقلق والملل، وبعد الرياضية يتعب المراهق عضليا وفكريا فيستسلم حتما للراحة والنمو بدلا من أن يستسلم للكسل والخمول، ويضيع وقته بما لا يرضي الله ولا النفس ولا المجتمع، وعند مشاركة المراهق في التجمعات الرياضية والنوادي الثقافية من أجل ممارسة مختلف أنواع النشاطات الرياضية، فإن هذا يتوقف على ما يحس به عن طريق التغيرات الجسمية والنفسية والعقلية التي يمر بها.

-إعطاء المراهق نوعاً من الحرية وتحميله بعض المسؤوليات التي تتناسب مع قدراته واستعداداته كحرية اختيار أماكن اللعب مثلاً، التقليل من الأوامر والنواهي.

-مساعدة المراهق على اكتساب المهارات والخبرات المختلفة في الميادين الثقافية والرياضية لتوفير الوسائل والإمكانيات والجو الذي يلائم ميول المراهق فهو دائماً في حاجة ماسة إلى النصح والإرشاد والثقة والتشجيع، فعلى المدرب أداء دوره في إرشاد وتوجيه وبتث الثقة في حياة المراهقين طوال مشوارهم الرياضي. (رزيق، ص15، 1986)

### أثار التربية البدنية والرياضية على المراهق:

**أولاً- الآثار النفسية:** إن المراهق يهتم بالخصائص الجسمية وتذوقه للنشاط والحركة ويصاحبه في جميع مراحل نموه ونتيجة لهذا فالتربية البدنية والرياضية حريصة على أن يكون مصدرها التطور الطبيعي في سلوكيات الطفل ولا بد لها أن تستخدم محبته للحركة من تسيير تطوره النفسي والإسراع فيه، كما أن التربية البدنية والرياضية تعالج المشاكل والانحرافات النفسية عند المراهق، توجيه الرغبات والتحرر من الكبت ومن الاضطرابات.

**ثانياً- الآثار الفكرية:** إن التدريب على التعب ينمي الصبر وتمارين الجراً والمهارة تنمي الثقة بالنفس وتخلق جواً من الابتهاج والفرح ويمكن أن يكون عنصر قوة الشخصية والتربية البدنية والرياضية التي تقوم مع الرفاق تستلزم النظام والتنسيق العلمي للحركات.

ومن جهة نظرية فكرية تجد أن تعلم الحركة وتعلم المهارة الحركية تؤديان إلى تربية شكل خاص من أشكال الانتباه كما يعودان على المثابرة وحب النجاح في الوقت نفسه.

**ثالثاً- الآثار الاجتماعية:** إن التربية البدنية تقوي الرغبة في النشاط وفي العمل الذي يقصد لقوته وكماله ولإصابة نجاح يكفي لذاته وتختلف في روح الجماعة والشعور بالعبء الصادق، فالانتمية الاجتماعية من نصف الإنجاز الشخصي والذي بواسطته يندمج الفرد في المجتمع فهذا يعني الاندماج للجماعات، ولكن هي الاستعاب أثناء التطور للمراهقة مادامت هي ظاهرة اجتماعية في كل تعقيداتها. (دخان، ص42، 2015)

### خلاصة:

أن المراهقة تعتبر بمثابة الأزمة طويلة الأمد التي يجتازها الفرد خلال سنوات ليست بالقصيرة والتي تكون متعب للمراهق ولكل المحيطين به من أولياء ومعلمين، لهذا وجب عليهم جميعا تفهمه لأقصى الحدود والعمل على إرشاده لتجاوز كل المشكلات النفسية والاجتماعية وأن كان غير ذلك فإن الأخطار والعواقب ستكون جسيمة على المجتمع ككل، لأن المراهق سيشعر بالضيق وخيبة الأمل، ولعل من بين أحسن الطرق والوسائل الأكثر ملاءمة لتحقيق الخروج السليم من هذه المرحلة أو بصيغة أصح بأقل الأضرار هو المشاركة في مختلف النشاطات البدنية والرياضية وتوعية المراهق بأهميتها التي لها دور فعال في مساعدة المراهق على تفهم نفسه وتكوين الشخصية وتوفير له الارتياح النفسي والذهني، وتساهم في التوافق والالتزان بين النمو الجسمي والنفسي والعقلي كما أنها تساهم أيضا في تنمية السمات والقيم الأساسية الأخلاقية للمراهق كالإحساس بروح المسؤولية والاحترام وحسن التعامل مع الآخرين.

## الفصل الرابع

### منهجية الدراسة

-تمهيد

4-1- الدراسة الاستطلاعية

4-2- منهج الدراسة

4-3- متغيرات الدراسة

4-4- مجتمع وعينة الدراسة

4-5- أساليب جمع البيانات (أدوات جمع البيانات)

4-6- الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة

(الصدق، الثبات، الموضوعية)

4-7- تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية

4-8- خطوات إجراء الدراسة الميدانية

-خلاصة

**تمهيد:**

يتحدد الإطار المنهجي للدراسة انطلاقاً من مجموع الدراسة، وعلى الباحث أن يختار ذلك الإطار بدقة وحذر حتى يستطيع فك الغموض والإجابة على تساؤلات الدراسة لذلك فإننا سنحاول ضمن هذا الفصل توضيح منهجية الدراسة، حيث يتضمن عرضنا لمجموعة الإجراءات المنهجية التي تم استخدامها والاعتماد عليها أثناء الدراسة وهي: الدراسة الاستطلاعية ومنهج الدراسة، بالإضافة إلى مجتمع وعينة الدراسة وكذا أدوات جمع البيانات، والخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة، تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية وأخيراً خطوات إجراء الدراسة الميدانية.

لذلك جاء هذا الفصل أساس الإجراءات الميدانية اللازمة والمتبعة في بحثنا. قصد الوصول إلى الغاية التي تسعى إليها كل البحوث العلمية وهي الوصول إلى الأهداف المسطرة



ويعرف أيضا بأنه "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها لدراسة دقيقة". (بوحوش، والذنيبات، ص139، 2007)

#### 4-3-متغيرات الدراسة:

استنادا إلى فرضيات الدراسة تبين لنا جليا أن هناك متغيرين اثنين أحدهما مستقل وآخر تابع.

-**المتغير المستقل:** يسمى أحيانا بالمتغير التجريبي (EXPRPMENTAL VARIABLE) وهو عبارة عن متغير الذي يفترض الباحث انه السبب أو أحد الأسباب لنتيجة معينة، ودراسته قد تؤدي إلى معرفة تأثيره على متغير آخر. (علاوي، وكامل راتب، ص219، 1999)

-تحديد المتغير المستقل: "الفايسبوك".

**المتغير التابع:** يعرف بأنه "المتغير الذي يتغير نتيجة تأثير المتغير المستقل". (علاوي، وكامل راتب، المرجع السابق، ص220،)

-تحديد المتغير التابع: "الوعي الرياضي".

#### 4-4-مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة يقصد به "جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث. (عبد المؤمن، ص184، 2008) ويعرف أيضا بأنه "كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة، فهو مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على بيانات. (عبد المؤمن، المرجع السابق، ص184) مجتمع البحث في هذه الدراسة هو تلاميذ المرحلة الثانوية (بثانوية 545 شهيد) ببلدية غيلاسة للموسم الدراسي (2019/ 2020) حيث تم الحصول على تعداد التلاميذ من إدارة المؤسسة وبلغ مجموعهم (332) تلميذ وتلميذة.

وتعرف العينة على أنها "جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا. (العزاوي، ص161، 2008)

وتعرف أيضا أنها "نموذج يشتمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفات مشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة أو صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات. (قنديلي، ص137، 1999)

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا بختيار أسلوب العينة ونظرا لاقصارنا على التلاميذ الذين يستخدمون موقع الفايسبوك دون غيرهم، فقد تم اختيار العينة العمدية (القصدية) والتي تعني "اختار الباحث لمفردات هذه العينة بطريقة عمدية لا تتوفر فيها العشوائية، طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث، وينتقي الباحث أفراد عينته بما

يخدم أهداف دراسته، وبناءا على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص وغيرها". (المشهداني، ص96، 2019) وتعني أيضا أنها "اختيار الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية، وذلك تبعا لما يراه الباحث من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث". (عبد الحميد، ص137، 1993)

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية، قصدية بغرض الحصول على عينة محددة تتمثل في تلاميذ الطور الثانوي من المستويات الثلاثة (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي) الذين يستخدمون موقع الفاييبوك، وهي تمثل نسبة (24.09%) من المجتمع الأصلي وهي نسبة مقبولة لغايات البحث العلمي فكان حجم العينة الأساسية (80) تلميذ وتلميذة، ومن أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذه العينة:

- سهولة الوصول إلى مفردات العينة.
- عدم استغراق وقت طويل نظرا لضيق وقتنا.
- أفراد العينة موزعين كالاتي:

جدول رقم(1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير (الجنس)

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	58	72.5%
أنثى	22	27.5%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول رقم(01) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس يتضح من خلاله أن عدد الذكور قدر بـ (58) فرد أي بنسبة (84%)، في حين نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ (22) أي بنسبة (16%) وقد تم اختيارهم بطريقة قصدية كون الذكور أكثر استعمال للفايبوك.

الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير(السن)

السن	التكرارات	النسبة المئوية
15	7	8.75%
16	12	15%
17	23	28.75%
18	19	23.75%
19	14	17.50%
20	5	6.25%
المجموع	80	100%





\*صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول: عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفايسبوك.

الجدول رقم (04): يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1-منذ متي وأنت تستخدم الفاييسبوك؟	0.899**	دال عند 0.01
2-استخدامك للفايسبوك يكون بشكل:	0,510*	دال عند 0.05
3-إذا كان بشكل دائم فما هو معدل الاستخدام اليومي:	0,960**	دال عند 0.05
4-ماهي الأوقات المفضلة لديك لتصفح الفاييسبوك؟	0,968**	دال عند 0.01
5-ماهي الوسيلة التي تستخدمها في تصفحك لموقع الفاييسبوك؟	0,956**	دال عند 0.01
6-ماهي الأماكن المفضلة لديك لاستخدام الفاييسبوك؟	0,955**	دال عند 0.01
7-هل تستخدم موقع الفاييسبوك من أجل:	0,941*	دال عند 0.05
8-ما طبيعة المواضيع التي تستهويك على الفاييسبوك؟	0,933**	دال عند 0.01
9-هل تتابع المواضيع الرياضية من خلال استخدامك للفايسبوك؟	0,665*	دال عند 0.05
10-هل أنت عضو في إحدى المجموعات الرياضية الناشطة على الفاييسبوك؟	0,582*	دال عند 0.05

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية لفقراته قد تراوحت ما بين (0.582-0.968)، هذا ما يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى الدلالة (0.01-0.05)، وبذلك تعتبر فقرات المحور الأول صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

الجدول رقم (05): يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
11- هل تساهم المضامين الرياضية المتناولة في الفيسبوك في تزويدك بالمعارف الرياضية؟	0,951**	دال عند 0.01
12- هل ساعدك الفيسبوك في التعرف على اقتصاديات الرياضة (أسعار اللاعبين، إيرادات الأندية، التسويق الرياضي)؟	0,877**	دال عند 0.01
13- هل ساهم الفيسبوك في زيادة قدرتك على المشاركة بالرأي والمناقشة في المواضيع الرياضية؟	0,960**	دال عند 0.01
14- من خلال متابعتك للمضامين رياضية عبر الفيسبوك هل ساعدك ذلك في التعرف على مختلف أنواع الألعاب الرياضية والوسائل التي تستخدم في ممارستها؟	0,877**	دال عند 0.01
15- هل ساهم الفيسبوك من خلال المواضيع المتناولة في تعريفك بالنواحي القانونية للألعاب الرياضية؟	0,825*	دال عند 0.05
16- هل تساعدك صفحات الفيسبوك الرياضية أو المجموعات على معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها؟	0,960**	دال عند 0.01
17- هل ساهم الفيسبوك في تعريفك بأغلب الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم؟	0,901**	دال عند 0.01

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني والدرجة الكلية لفقراته قد تراوحت ما بين (0.825-0.960)، هذا ما يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى الدلالة (0.01-0.05)، وبذلك تعتبر فقرات المحور الثاني صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

الجدول رقم (06): يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
18- هل تتابع المواضيع المتعلقة بالمجال الصحي الرياضي عبر الفيسبوك؟	0,955**	دال عند 0.01
19- هل يساهم الفيسبوك في نشر إرشادات ونصائح صحية للوقاية من الأمراض بممارسة الألعاب الرياضية؟	0,964*	دال عند 0.05
20- هل ينشر الفيسبوك مواضيع صحية توضح أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية في زيادة كفاءة أجهزة الجسم الوظيفية؟	0,916**	دال عند 0.05
21- هل يساهم الفيسبوك في نشر مواضيع صحية تعمل على التوعية بخطورة ومضار المنشطات والتدخين في المجال الرياضي؟	0,922**	دال عند 0.01
22- هل استخدامك للفيسبوك أكسبك وعيا رياضيا لطرق المحافظة على اللياقة البدنية والتحكم في الوزن؟	0,855*	دال عند 0.05
23- من خلال متابعتك للمضامين الرياضية الصحية عبر الفيسبوك هل ساهم ذلك في دفعك لضرورة الاهتمام بالغذاء الصحي وتصحيح العادات الغذائية الخاطئة؟	0,937**	دال عند 0.01
24- هل ترى أن المواضيع الصحية التي تنشر في الفيسبوك أكسبتك وعيا رياضيا يجنبك التمارين والسلوكيات المؤدية للإصابات وتعمل على تصحيحها؟	0,937**	دال عند 0.01

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية لفقراته قد تراوحت ما بين (0.855-0.964)، هذا ما يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى الدلالة (0.01-0.05)، وبذلك تعتبر فقرات المحور الثالث صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الرابع: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

الجدول رقم (07): يوضح صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الرابع

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
25- هل ترى أن المواضيع الرياضية التي تنشر في الفيسبوك تساهم في تعزيز مفهوم الانتماء للجماعة والوطن؟	0,820**	دال عند 0.01
26- هل ترى أن مضامين الرياضية التي تنشر على الفيسبوك تساهم في توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع؟	0,915**	دال عند 0.01
27- حسب رأيك هل تساهم المضامين الرياضية المتداولة في الفيسبوك في تنمية مفهوم التعاون وقيمه الاجتماعية؟	0,965**	دال عند 0.01
28- هل ترى أن المواضيع الرياضية المتداولة في الفيسبوك تساهم في تصحيح مدركات المجتمع الخاطئة عن الرياضية وتكسبهم وعيا رياضيا؟	0,881**	دال عند 0.01
29- هل يشجعك الفيسبوك من خلال المواضيع الرياضية المتداولة في الانتماء إلى للمؤسسات والأندية الرياضية الشبابية؟	0,965*	دال عند 0.05
30- هل ترى أن الفيسبوك يساهم في إكساب الأفراد الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم من خلال مواضيعه؟	0,820**	دال عند 0.01
31- هل يساهم الفيسبوك في نشر مواضيع تبين أهمية الأنشطة البدنية والرياضية في إشباع حاجيات الفرد وميوله؟	0,965**	دال عند 0.01

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية لفقراته قد تراوحت ما بين (0.820-0.965)، هذا ما يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى الدلالة (0.01-0.05)، وبذلك تعتبر فقرات المحور الرابع صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.



وتجدر الإشارة إلى أن معامل الثبات ألفا كرو نباخ تتراوح بين (0-1) كلما اقترب من (1) دل على وجود ثبات عالي، كلما اقترب من (0) دل على عدم وجود ثبات، والحد الأدنى المتفق عليه لمعامل ألفا كرونباخ هو (0.6).

ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهز للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية.

#### 4-6-3-الموضوعية:

والموضوعية بمفهومها العام تعني التحرر من التحيز والتعصب وعدم إدخال العوامل الشخصية فيما يصدر الباحث من أحكام، وآراء واعتقادات أي أن الباحث أثناء دراسته الميدانية لا يتأثر في كل الأحوال بأرائه الشخصية وأهوائه الذاتية وميوله، فالموضوعية تقتضي أن تصف قدرات الفرد كما هي موجودة فعلا لا كما نريدها أن تكون. (شادية إبراهيم، أحمد محروس، ص27، 2012)

ويقصد بالموضوعية أيضا "أن تكون لفقرات أداة الدراسة أو أسئلة الاختبار المعنى نفسه عند مختلف الافراد المبحوثين (عينة الدراسة) أي لا يختلف المبحوثون في تفسير معنى فقرة من فقرات الاستبانة، او سؤال من أسئلة الاختبار. (أبو سمرة، والطيطي، ص76، 2019)

انطلاقا من الأداة المستعملة في بحثنا كانت عبارتها سهلة ومفهومة وواضحة، زيادة على ذلك قام الباحث بتوزيع الاستبيان على محكمين وتبين أنها خالية من تعقيدات والصعوبة والتأويل، وعلى هذا الأساس نستنتج أن الاستبيان يتميز بالموضوعية.

#### 4-7-تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية:

قام الطالب بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال:

البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (Statistique Package For SPSS (Social Science)

من أجل مناقشة الفرضيات في ضوء أهداف البحث، وقد استعملنا الأساليب الإحصائية التالية:

-معامل الارتباط بيرسون : لقياس صدق فقرات الاستبيان.

-اختبار ألفا كرونباخ: لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.

التكرارات والنسب المئوية: لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة وتعرف على اتجاهاتهم نحو أسئلة وعبارات أداة الدراسة.

-اختبار كاي تربيع: لدلالة الإحصائية على وجود فروق في إجابات أفراد العينة على أسئلة الدراسة

يتم اتخاذ قرار دلالة الفروق المشاهدة بمقارنة قيمة كا2 المحسوبة لكل بند مع قيمة كا2 المجدولة وهذا عند مستوى الدلالة 0.05، وتكون دالة عندما تكون قيمة المحسوبة أكبر من قيمة المجدولة.

#### 4-8-خطوات إجراء الدراسة الميدانية:

بعد الاطلاع على الخلفية النظرية وعدد من الدراسات السابقة المشابهة لموضوع الدراسة، ثم القيام بالدراسة الاستطلاعية، وبناء على فرضيات الدراسة قمت بتصميم الاستبيان.

وبعد ذلك قمت بعرض أسئلة الاستبيان على الأستاذ المشرف للدراسة وإجراء تعديلات عليها بناء على ملاحظاته.

-وبعد ذلك عرض الاستبيان على محكمين للتأكد من صدق الأداة وأنها تقيس ما أعدت لقياسه، وتمثل المحكمين في أساتذة ذوي خبرة في موضوع الدراسة، وبالاعتماد على الملاحظات التي أبداهما المحكمون قمت بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين ليتم إخراج وإخراجها في شكلها النهائي. وقد شملت خطوات إجراء الدراسة الميدانية إلى ثلاثة مجالات وهي كالاتي:

**المجال المكاني:** تم إجراء الدراسة بثانوية (545 شهيد) ببلدية غيلاسة ولاية برج بوعريريج  
**المجال الزمني:** تم إجراء الدراسة خلال الموسم الدراسي 2020/2019 وانقسم المجال الزمني للدراسة إلى مرحلتين:

**المرحلة الأولى:** خاصة بالجانب النظري والذي شرعنا في إنجازه في فترة امتدت من أوائل جانفي إلى غاية مارس 2020.

**المرحلة الثانية:** خاصة بالجانب التطبيقي امتدت من تاريخ تسليم استمارات الاستبيان للتلاميذ المعنيين وذلك بتاريخ 6 مارس 2020 وتم استرجاعها في 10 مارس 2020.

**المجال البشري:** وشملت دراستنا عينة مكونة من (80) تلميذ من ثانوية (545 شهيد) ببلدية غيلاسة ولاية برج بوعريريج.



## الفصل الخامس

### عرض وتحليل ومناقشة النتائج

5-1- عرض النتائج

5-2- تحليل النتائج

5-3- مناقشة النتائج في ظل الفرضيات

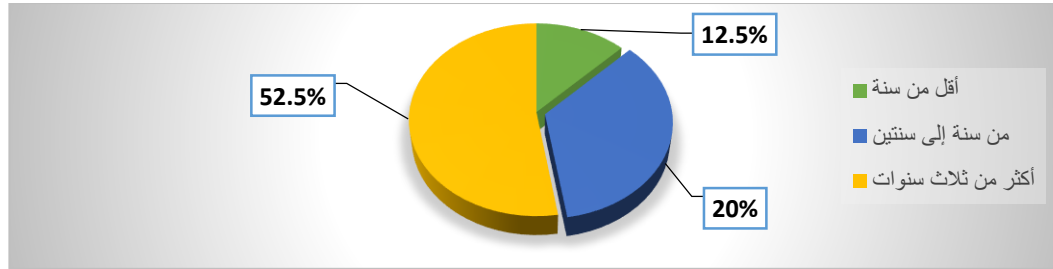
عرض وتحليل نتائج الدراسة:

عرض وتحليل نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفايسبوك:

السؤال رقم (01): منذ متي وأنت تستخدم الفاييسبوك؟

الجدول رقم (10) يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

بدائل الإجابة عن السؤال رقم (01)	التكرار	النسبة المئوية	كا <sup>2</sup> المحسوبة	كا <sup>2</sup> الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة عند
اقل من سنة	10	12.5%	19.30	5.99	02	0.05
من سنة إلى 3 سنوات	28	35%				
أكثر من ثلاث سنوات	42	52.5%				
المجموع	80	100%				



الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب إجابات أفراد العينة على السؤال رقم (1)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (01) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "أقل من سنة" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من سنة إلى سنتين" وقد بلغ عددهم (28) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (35%) أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ثلاث سنوات" وقد بلغ عددهم (42) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (52.5%).

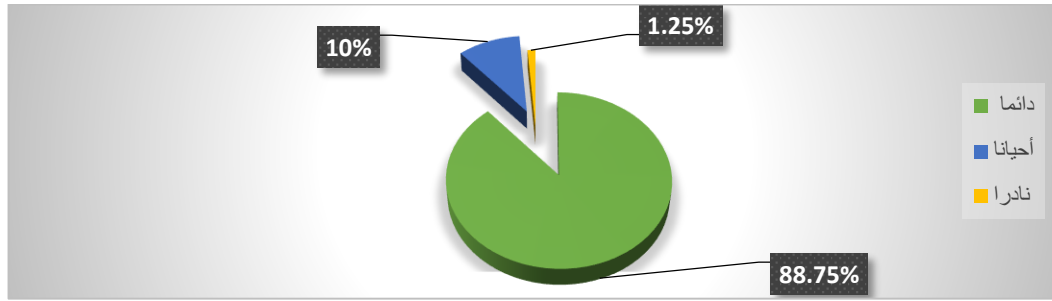
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (19.30) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "أكثر من ثلاث سنوات".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع الفاييسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.

السؤال رقم (2): استخدامك للفايسبوك يكون بشكل؟

الجدول رقم (11): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا2 المجدولة	كا2 المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (02)
دالة إحصائياً	02	5.99	111.47	88.75%	71	دائماً
				10%	08	أحياناً
				1.25%	01	نادراً
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (02): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (02) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "دائم" وقد بلغ عددهم (71) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (88.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" وقد بلغ عددهم (08) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (10%) أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" وقد بلغ عددهم (01) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (1.25%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (111.47) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "دائم"

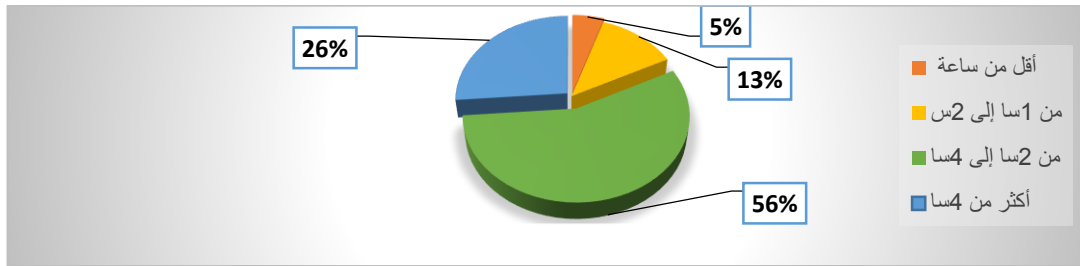
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة استخدامهم للفايسبوك يكون بشكل دائم.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (03): إذا كان بشكل دائم فما هو معدل الاستخدام اليومي؟

الجدول رقم (12): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (03)
دالة إحصائياً	03	7.81	49.10	5%	4	أقل من ساعة
				12.5%	10	من 1 سا إلى 2 سا
				56.25%	45	من 2 سا إلى 4 سا
				26.25%	21	أكثر من 4 سا
				100%	80	المجموع



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

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (03) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (04) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ (5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من 1 ساعة إلى 2 ساعتين" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من 2 ساعة إلى 4 ساعات" وقد بلغ عددهم (45) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (56.25%)، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من 4 ساعات" وقد بلغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (26.25%).

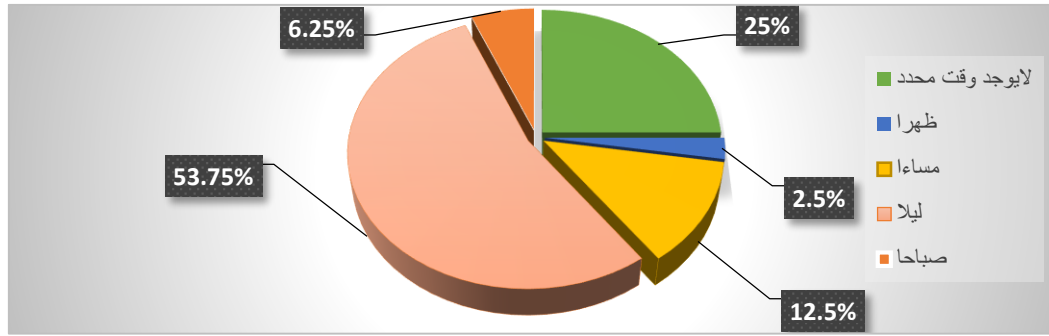
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (49.10) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (7.81) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (03) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "من 2 ساعة إلى 4 ساعات".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبيّنة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة معدل الوقت الذي يقضونه يومياً في استخدام الفايبيوك 2 ساعة إلى 4 ساعات.

السؤال رقم (04): ماهي الأوقات المفضلة لديك لتصفح الفايسبوك؟

الجدول رقم (13): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (04)
دالة إحصائيا	04	9.48	68.62	6.25%	5	صباحا
				2.5%	2	ظهرا
				12.5%	10	مساء
				53.75%	43	ليلا
				25%	20	غير محدد
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (04): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (13) والشكل رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى خمسة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "صباحا" وقد بلغ عددهم (05) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (6.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ظهرا" وقد بلغ عددهم (02) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (2.5%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مساء" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%)، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ليلا" وقد بلغ عددهم (43) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (53.75%)، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا يوجد وقت محدد" وقد بلغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (25%).

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

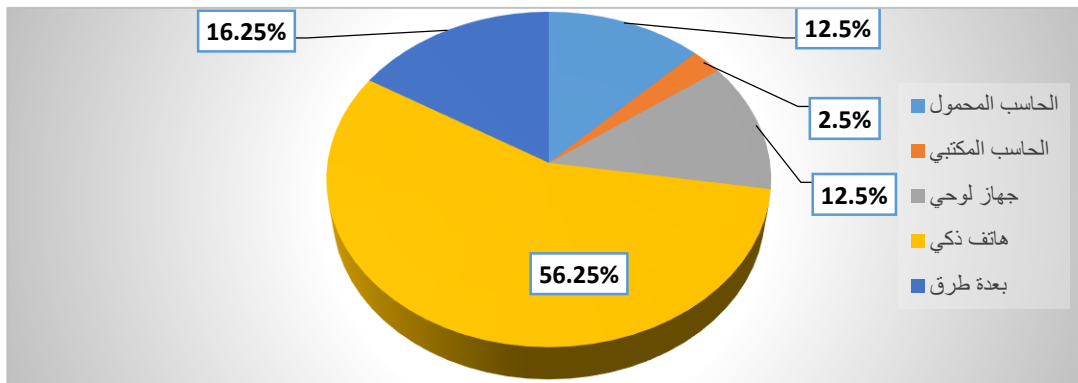
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع ( $\chi^2$ ) حيث بلغت ( $\chi^2$  المحسوبة) قيمة (68.62) وهي أكبر من قيمة ( $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (9.48) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (04) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "ليلا".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة الوقت المفضل لديهم لتصفح الفايسبوك هو ليلا.

السؤال رقم(5): ماهي الوسيلة التي تستخدمها في تصفحك لموقع الفايسبوك؟

الجدول رقم (14): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

بدائل الإجابة عن السؤال رقم (05)	التكرار	النسبة المئوية	$\chi^2$ المحسوبة	$\chi^2$ الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة عند 0.05
الحاسب محمول	10	12.5%	69.87	9.48	04	دالة إحصائيا
الحاسب المكتبي	2	2.5%				
جهاز لوحي	10	12.5%				
هاتف ذكي	45	56.25%				
بعده طرق	13	16.25%				
المجموع	80	100%				



الشكل رقم (05): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى خمسة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "الحاسب المحمول" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الحاسب

المكتبي" وقد بلغ عددهم (02) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (2.5%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "جهاز لوحي" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%)، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "هاتف ذكي" وقد بلغ عددهم (45) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (56.25%)، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بعدة طرق" وقد بلغ عددهم (13) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (16.25%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع ( $\chi^2$ ) حيث بلغت ( $\chi^2$  المحسوبة) قيمة (69.87) وهي أكبر من قيمة ( $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (9.48) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (04) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "هاتف ذكي".

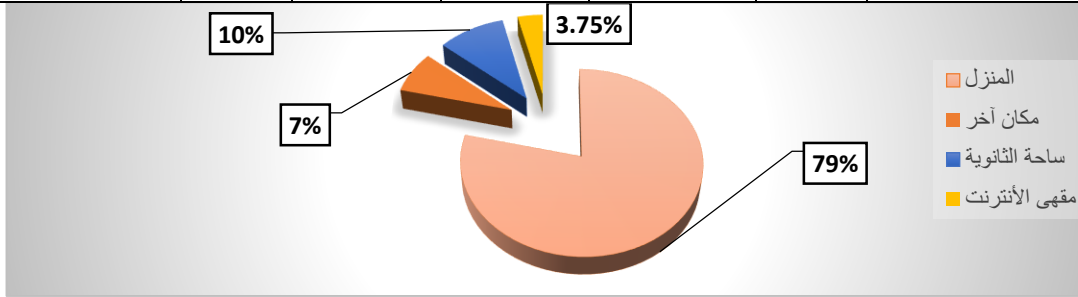
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح موقع الفايسبوك.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (06): ماهي الأماكن المفضلة لديك لاستخدام الفيسبوك؟

الجدول رقم (15): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

مستوى الدلالة	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (06)
دالة إحصائية	03	7.81	123.90	78.75%	63	المنزل
				10%	8	ساحة الثانوية
				3.75%	3	مقهى الأنترنت
				7.5%	6	في مكان آخر
				%100	80	المجموع



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

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "المنزل" وقد بلغ عددهم (63) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (78.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ساحة الثانوية" وقد بلغ عددهم (8) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (10%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مقهى الأنترنت" وقد بلغ عددهم (3) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (3.75%)، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "في مكان آخر" وقد بلغ عددهم (6) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (7.5%).

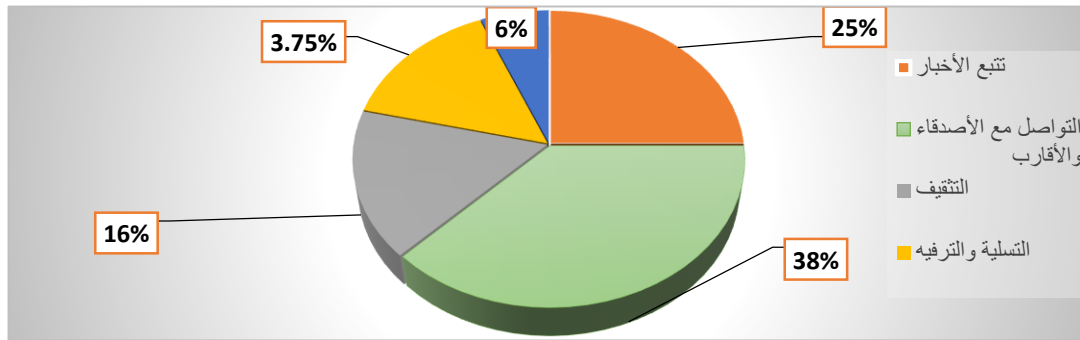
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (123.90) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (7.81) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (03) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "المنزل".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام الفيسبوك في المنزل.

السؤال رقم (07): هل تستخدم موقع الفايسبوك من أجل؟

الجدول رقم (16): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (7)
دالة إحصائياً	04	9.48	22.37	25%	20	تتبع الأخبار
				15%	12	التسلية والترفيه
				37.5%	30	التواصل مع الأصدقاء
				6.25%	5	الهروب من الواقع المعاش
				16.25%	13	التثقيف
				00.00	00	أغراض أخرى
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (07): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى خمسة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل "تتبع الأخبار" وقد بلغ عدده (20) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التسلية والترفيه" وقد بلغ عددهم (12) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (15%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التواصل مع الأصدقاء والأقارب" وقد بلغ عددهم (30) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (37.5%)، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

"الهروب من الواقع المعاش" وقد بلغ عددهم (05) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (6.25%)، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "التثقيف" وقد بلغ عددهم (13) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (16.25%).

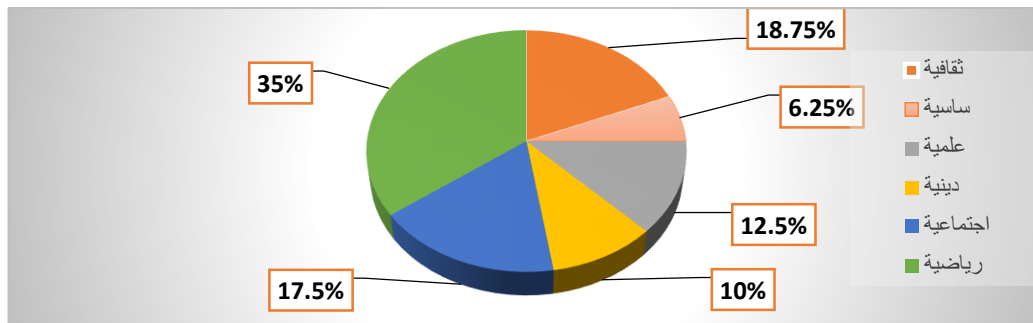
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع ( $\chi^2$ ) حيث بلغت ( $\chi^2$  المحسوبة) قيمة (22.37) وهي أكبر من قيمة ( $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (9.48) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (04) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "التواصل مع الأصدقاء والأقارب".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك لغرض التواصل مع الأصدقاء والأقارب.

السؤال رقم (08): ما طبيعة المواضيع التي تستهويك على الفيس بوك؟

الجدول رقم (17): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

بدائل الإجابة عن السؤال رقم (08)	التكرار	النسبة المئوية	$\chi^2$ المحسوبة	$\chi^2$ الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة عند 0.05
ثقافية	15	18.75%	24.55	11.07	05	دالة إحصائياً
سياسية	5	6.25%				
علمية	10	12.5%				
دينية	8	10%				
اجتماعية	14	17.5%				
رياضية	28	35%				
أخرى	00	00.00%				
المجموع	80	100%				



الشكل رقم (08): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (17) والشكل رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى ستة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل "رياضية" وقد بلغ عددهم (28) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (35%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ثقافية" وقد بلغ عددهم (15) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (18.75%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اجتماعية" وقد بلغ عددهم (14) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (17.5%)، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "علمية" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%)، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "دينية" وقد بلغ عددهم (08) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (10%)، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سياسية" وقد بلغ عددهم (05) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (6.25%).

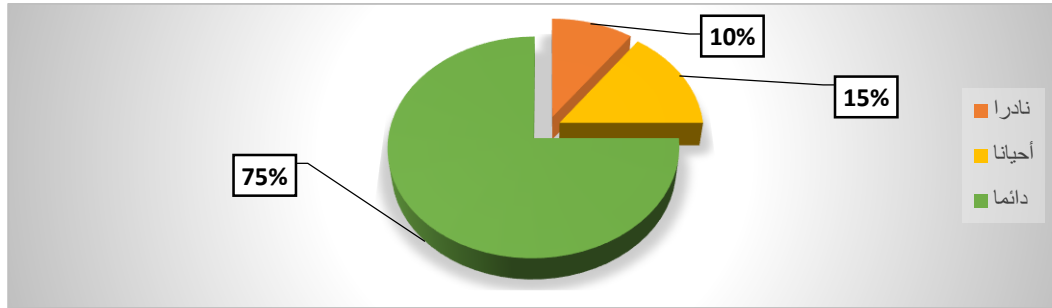
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع ( $\chi^2$ ) حيث بلغت ( $\chi^2$  المحسوبة) قيمة (24.55) وهي أكبر من قيمة ( $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (11.07) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (05) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "رياضية".

**الاستنتاج:** من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة تستهويهم المواضيع الرياضية على الفايسبوك أكثر من غيرها هذا راجع لأن أغلب أفراد العينة ذكور في مرحلة المراهقة فمن الطبيعي أن تستهويهم المواضيع الرياضية.

السؤال رقم (09): هل تتابع المواضيع الرياضية من خلال استخدامك للفايسبوك؟

الجدول رقم (18): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

بدائل الإجابة عن السؤال رقم (09)	التكرار	النسبة المئوية	كا <sup>2</sup> المحسوبة	كا <sup>2</sup> الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة عند 0.05
دائما	60	75%	62.80	5.99	02	دالة إحصائيا
أحيانا	12	15%				
نادرا	08	10%				
المجموع	80	100%				



الشكل رقم (09): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (18) والشكل رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (60) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم (12) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (15%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" وقد بلغ عددهم (08) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (10%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (62.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "دائما".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتابعون

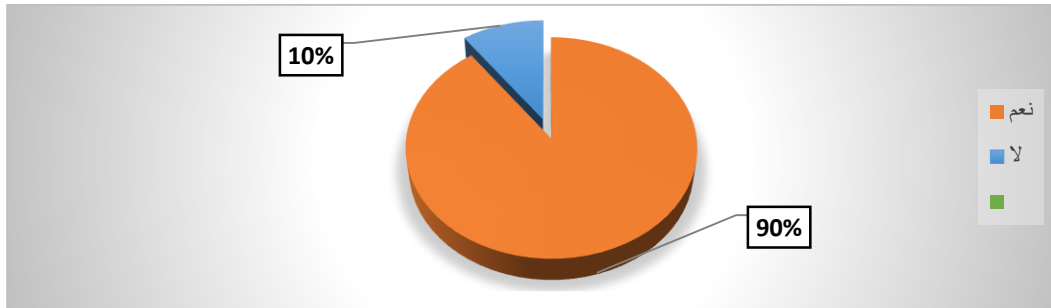
المواضيع الرياضية دائما من خلال استخدامهم لموقع الفاييسبوك.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (10): هل أنت عضو في إحدى المجموعات الرياضية الناشطة على الفايسبوك؟

الجدول رقم (19): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

مستوى الدلالة عند	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (10)
0.05	01	3.84	51.20	90%	72	نعم
				10%	8	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (10): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (72) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (90%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (08) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (10%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (51.20) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

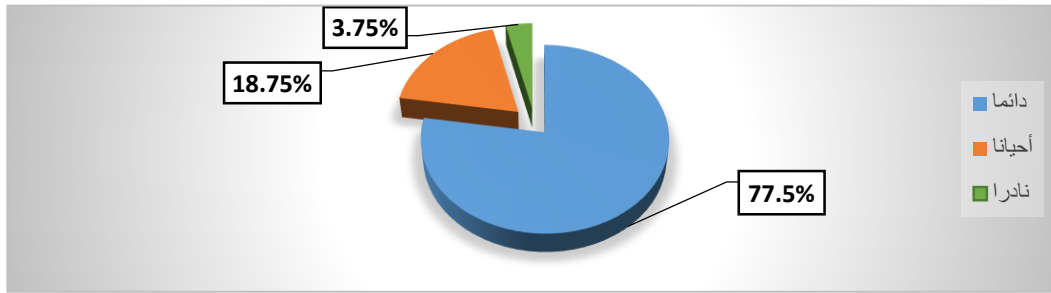
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة أعضاء في مجموعات رياضية ناشطة على الفايسبوك.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

السؤال: (11): هل تساهم المضامين الرياضية المتناولة في الفيسبوك في تزويدك بالمعارف الرياضية؟  
الجدول رقم (20): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

مستوى الدلالة	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (11)
عند 0.05						دائما
				77.5%	62	دائما
				18.75%	15	أحيانا
				3.75%	3	نادرا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (11): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (20) والشكل رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (62) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (77.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم (15) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (18.75%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" وقد بلغ عددهم (3) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (3.75%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (72.92) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "دائما".

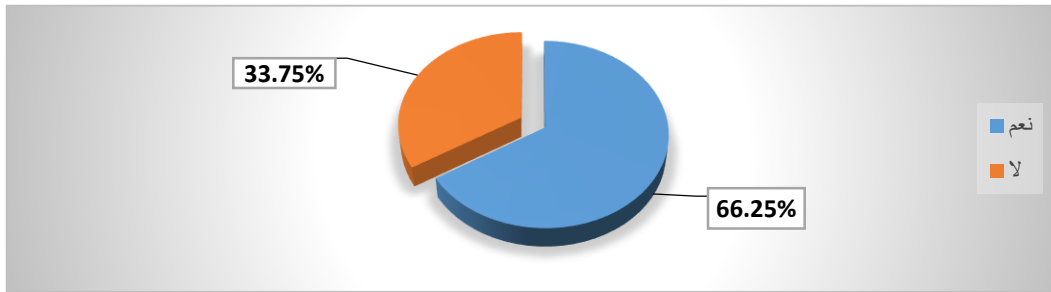
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة دائما ما تساهم المضامين الرياضية المتناولة في الفيسبوك في تزويدهم بالمعارف الرياضية.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (12): هل ساعدك الفايسبوك في التعرف على اقتصاديات الرياضة (أسعار اللاعبين، إيرادات الأندية، التسويق الرياضي)؟

الجدول رقم (21): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (12)
دالة إحصائية	01	3.84	8.45	66.25%	53	نعم
				33.75%	27	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (12): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (21) والشكل رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (53) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (66.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (27) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (33.75%).

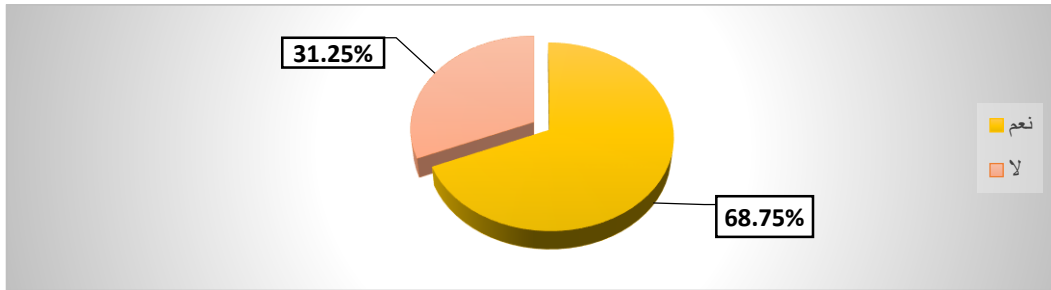
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (8.45) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد ساعدتهم الفايسبوك في التعرف على اقتصاديات الرياضة من ناحية أسعار اللاعبين، وإيرادات الأندية، والتسويق الرياضي.

السؤال رقم (13): هل ساهم الفايسبوك في زيادة قدرتك على المشاركة بالرأي والمناقشة في المواضيع الرياضية؟

الجدول رقم (22): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (13)
دالة إحصائيا	01	3.84	11.25	68.75%	55	نعم
				31.25%	25	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (13): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (22) والشكل رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (55) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (68.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (31.25%).

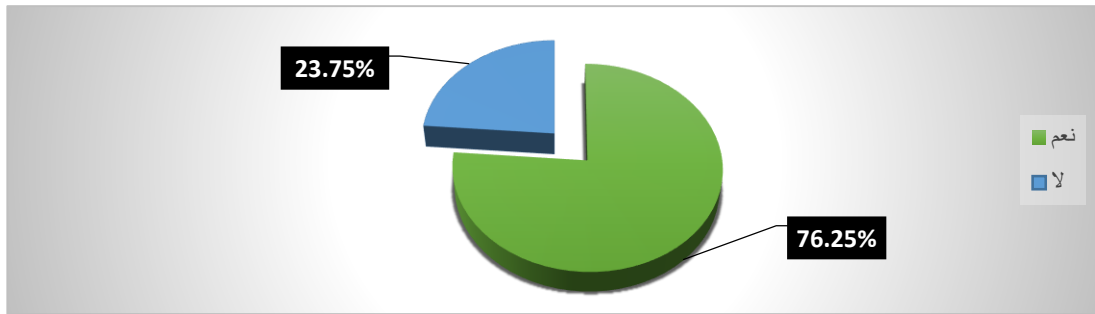
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (11.25) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد ساهم الفايسبوك في زيادة قدرتهم على المشاركة بالرأي والمناقشة في المواضيع الرياضية.

السؤال رقم (14): من خلال متابعتك للمضامين الرياضية عبر الفايسبوك هل ساعدك ذلك في التعرف على مختلف أنواع الألعاب الرياضية والوسائل التي تستخدم في ممارستها؟

الجدول رقم (23): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (14)
دالة إحصائياً	01	3.84	22.05	76.25%	61	نعم
				23.75%	19	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (14): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (23) والشكل رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (61) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (76.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (19) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (23.75%).

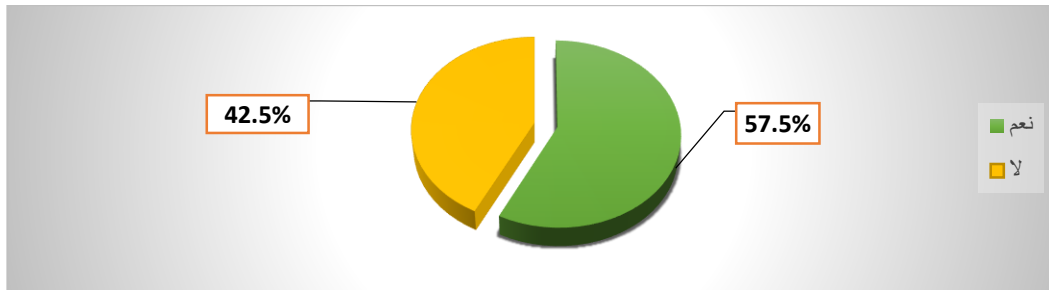
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (22.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة ساعدتهم الفايسبوك في التعرف على مختلف أنواع الألعاب الرياضية والوسائل التي تستخدم في ممارستها من خلال مضامينه الرياضية.

السؤال رقم (15): هل ساهم الفايسبوك من خلال المواضيع المتناولة في تعريفك بالنواحي القانونية للألعاب الرياضية؟

الجدول رقم (24): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (15)
دالة إحصائياً	01	3.84	11.80	57.5%	46	نعم
				42.5%	34	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (15): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (24) والشكل رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (46) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (57.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (42.5%).

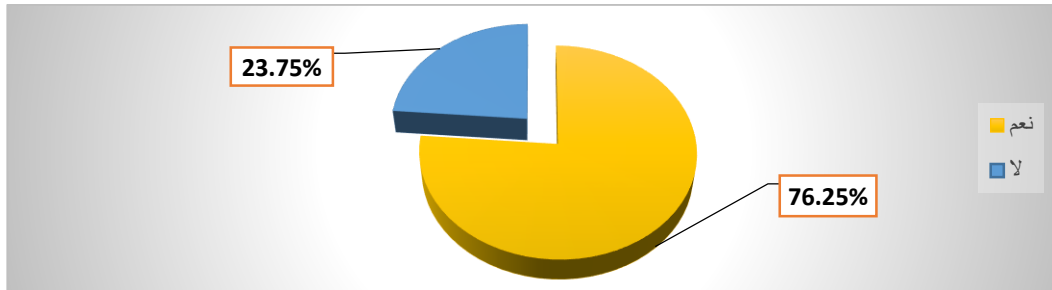
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (11.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد ساهم الفايسبوك في تعريفهم بالنواحي القانونية للألعاب الرياضية من خلال مواضيعه المتناولة.

السؤال رقم (16): هل تساعدك صفحات الفايسبوك الرياضية أو المجموعات على معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها؟

الجدول رقم (25): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (16)
دالة إحصائياً	01	3.84	22.05	76.25%	61	نعم
				23.75%	19	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (16): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (25) والشكل رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (61) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (76.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (19) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (23.75%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (22.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

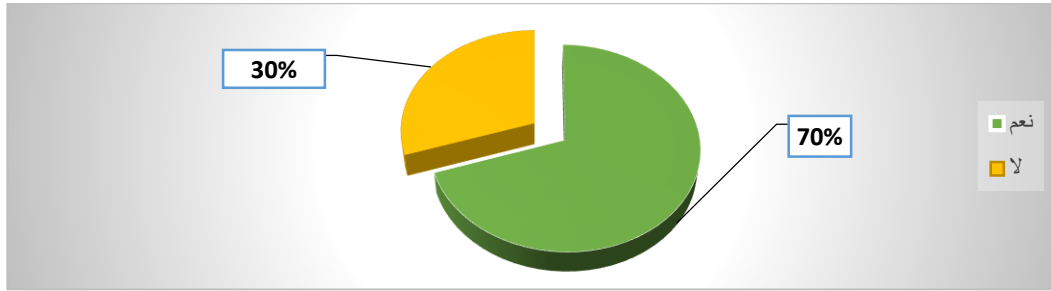
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة تطلعهم صفحات ومجموعات الفايسبوك الرياضية على معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (17): هل ساهم الفايسبوك في تعريفك بأغلب الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم؟

الجدول رقم (26): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (17)
دالة إحصائياً	01	3.84	12.80	70%	56	نعم
				30%	24	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (17): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (26) والشكل رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (56) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (70%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (24) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (30%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (12.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

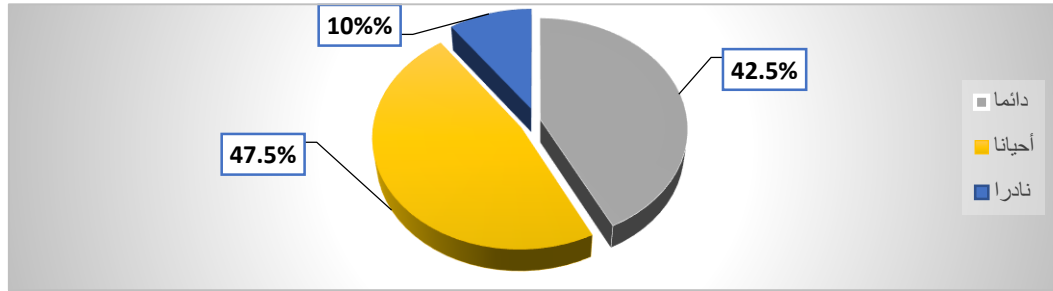
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة ساهم الفايسبوك في تعريفهم بأغلب الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم

عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية

السؤال رقم (18): هل تتابع المواضيع المتعلقة بالمجال الصحي الرياضي عبر الفيسبوك؟

الجدول رقم (27): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

دائل الإجابة عن السؤال رقم (18)	التكرار	النسبة المئوية	كا <sup>2</sup> المحسوبة	كا <sup>2</sup> الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة عند 0.05
دائما	34	42.5%	19.90	5.99	02	دالة إحصائيا
أحيانا	38	47.5%				
ابدا	8	10%				
المجموع	80	100%				



الشكل رقم (18): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (27) والشكل رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (42.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم (38) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (47.5%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" وقد بلغ عددهم (08) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (10%).

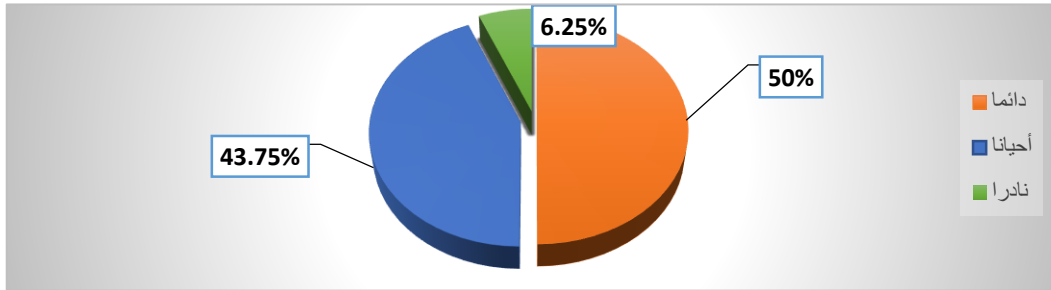
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (19.90) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "أحيانا".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة أحيانا ما تتابع المواضيع الرياضية المتعلقة بالمجال الصحي الرياضي عبر الفيسبوك.

السؤال رقم (19): هل يساهم الفايسبوك في نشر إرشادات ونصائح صحية للوقاية من الأمراض بممارسة الألعاب الرياضية؟

الجدول رقم (28): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (19)
دالة إحصائية	02	5.99	26.87	50%	40	دائما
				43.75%	35	أحيانا
				6.25%	5	ابدا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (19): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (28) والشكل رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (40) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (50%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم (35) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (43.75%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" وقد بلغ عددهم (5) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (6.25%).

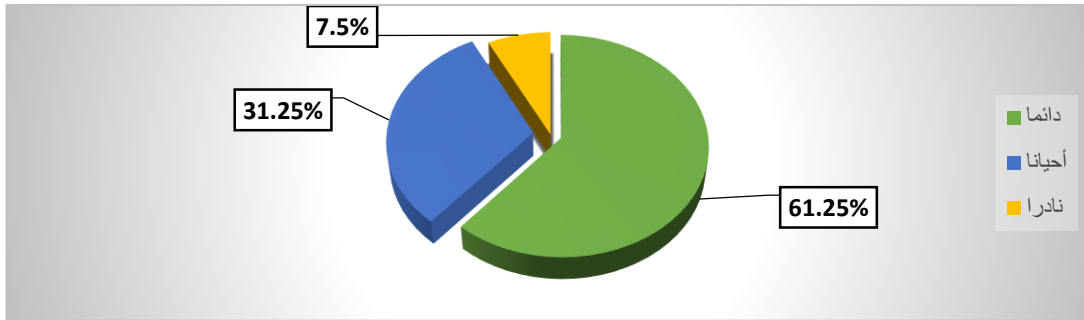
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (26.87) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "دائما".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك ينشر إرشادات ونصائح صحية للوقاية من الأمراض بممارسة الألعاب الرياضية بشكل دائم.

السؤال رقم (20): هل ينشر الفايسبوك مواضيع صحية توضح أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية في زيادة كفاءة أجهزة الجسم الوظيفية؟

الجدول رقم (29): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

مستوى الدلالة عند	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (20)
0.05				61.25%	49	دائما
				31.25%	25	أحيانا
				7.5%	6	ابدا
				%100	8	المجموع
	02	5.99	34.82			
	دالة إحصائية					



الشكل رقم (20): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (29) والشكل رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (20) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (49) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (61.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (31.25%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" وقد بلغ عددهم (6) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (7.5%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (34.82) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "دائما".

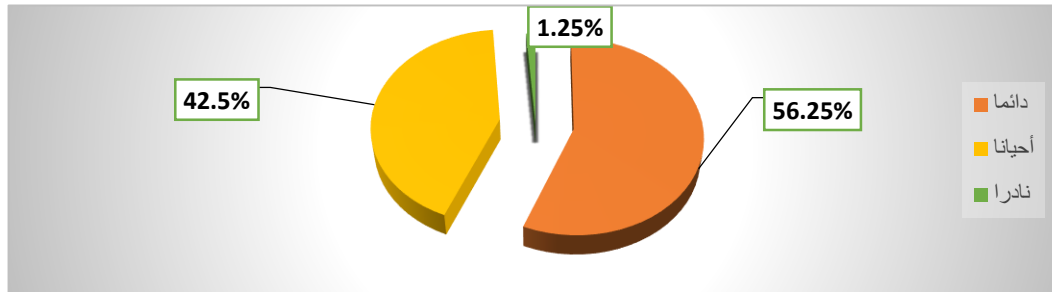
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرو أن الفايسبوك يساهم دائما في نشر مواضيع صحية توضح أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية في زيادة كفاءة أجهزة الجسم الوظيفية.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (21): هل يساهم الفايسبوك في نشر مواضيع صحية تعمل على التوعية بخطورة ومضار المنشطات والتدخين في المجال الرياضي؟

الجدول رقم (30): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	ك <sup>2</sup> المجدولة	ك <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (21)
دالة إحصائياً	02	5.99	39.32	56.25%	45	دائماً
				42.5%	24	أحياناً
				1.25%	1	أبداً
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (21): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (30) والشكل رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (21) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (45) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (56.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (42.5%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً" وقد بلغ عددهم (01) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (1.25%).

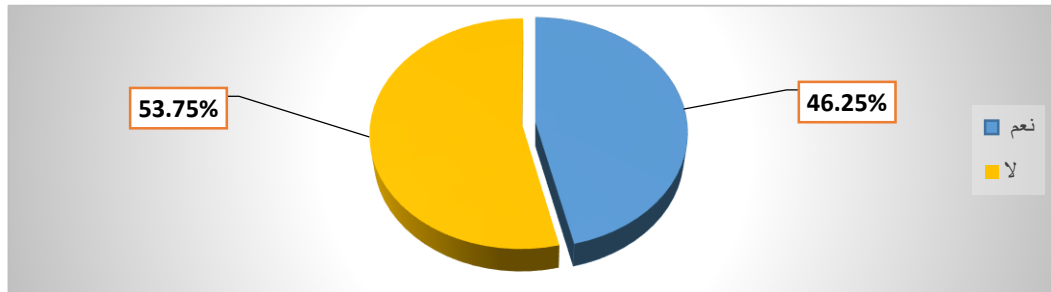
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (ك<sup>2</sup>) حيث بلغت (ك<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (39.32) وهي أكبر من قيمة (ك<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "دائماً".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك يساهم دائماً في نشر مواضيع صحية تعمل على التوعية بخطورة ومضار المنشطات والتدخين في المجال الرياضي.

السؤال رقم (22): هل استخدامك للفيسبوك أكسبك وعيا رياضيا لطرق المحافظة على اللياقة البدنية والتحكم في الوزن؟

الجدول رقم (31): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (22)
غير دالة إحصائيا	01	3.84	0.450	46.25%	37	نعم
				53.75%	43	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (22): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (31) والشكل رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (23) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (37) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (46.25%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (43) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (45%).

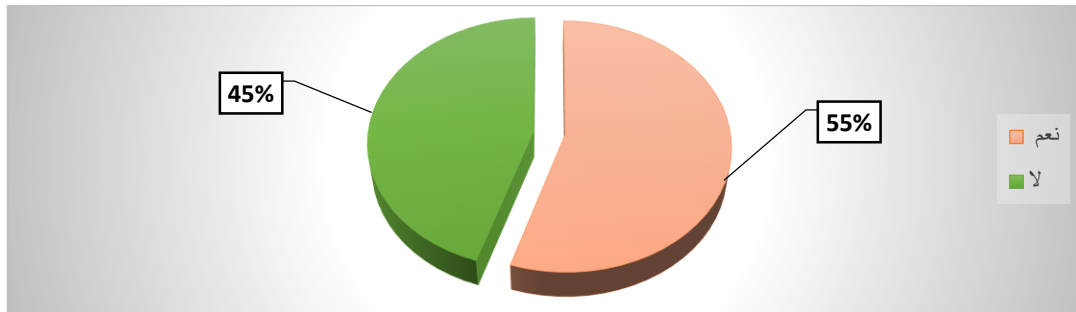
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (0.450) وهي أقل من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر.

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة لم يكسبهم الفيسبوك لم يكسبهم وعيا رياضيا لطرق المحافظة على اللياقة البدنية والتحكم في الوزن.

السؤال رقم (23): من خلال متابعتك للمضامين الرياضية الصحية عبر الفايسبوك هل ساهم ذلك في دفعك لضرورة الاهتمام بالغذاء الصحي وتصحيح العادات الغذائية الخاطئة؟

الجدول رقم (32): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (23)
دالة إحصائياً	01	3.84	10.80	55%	44	نعم
				45%	36	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (23): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (32) والشكل رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (23) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (44) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (55%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (36) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (45%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (10.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم"

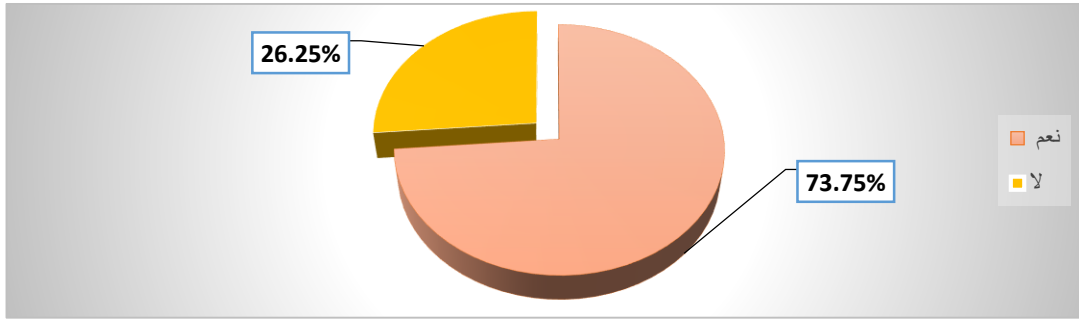
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد ساهم الفايسبوك في دفعهم لضرورة الاهتمام بالغذاء الصحي وتصحيح العادات الغذائية الخاطئة من خلال مضامينه الرياضية الصحية.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (24): هل ترى أن المواضيع الصحية التي تنشر في الفايسبوك أكسبتك وعيا رياضيا يجنبك التمارين والسلوكيات المؤدية للإصابات وتعمل على تصحيحها؟

الجدول رقم (33): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (24)
دالة إحصائية	01	3.84	18.05	73.75%	59	نعم
				26.25%	21	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (24): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (33) والشكل رقم (24) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (24) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (59) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (73.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (26.25%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (18.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم"

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد أكسبتهم المواضيع الصحية التي تنشر في الفايسبوك وعيا رياضيا يجنبهم التمارين والسلوكيات المؤدية للإصابات.

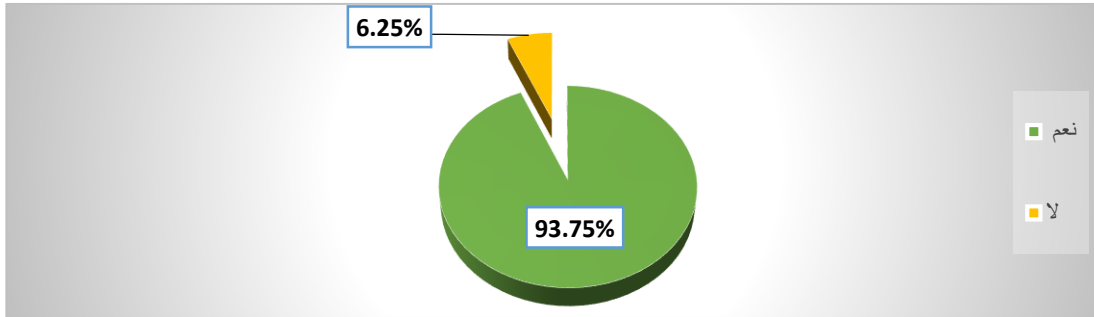
## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

عرض وتحليل نتائج المحور الرابع: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية

السؤال رقم (25): هل ترى أن المواضيع الرياضية التي تنشر في الفيسبوك تساهم في تعزيز مفهوم الانتماء للجماعة والوطن؟

الجدول رقم (34): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25)

مستوى الدلالة	درجة الحرية	$\chi^2$ الجدولة	$\chi^2$ المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (25)
عند 0.05 دالة إحصائية	01	3.84	61.25	93.75%	75	نعم
				6.25%	5	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (25): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (34) والشكل رقم (25) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (25) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (75) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (93.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (05) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (6.25%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع ( $\chi^2$ ) حيث بلغت ( $\chi^2$  المحسوبة) قيمة (61.25) وهي أكبر من قيمة ( $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

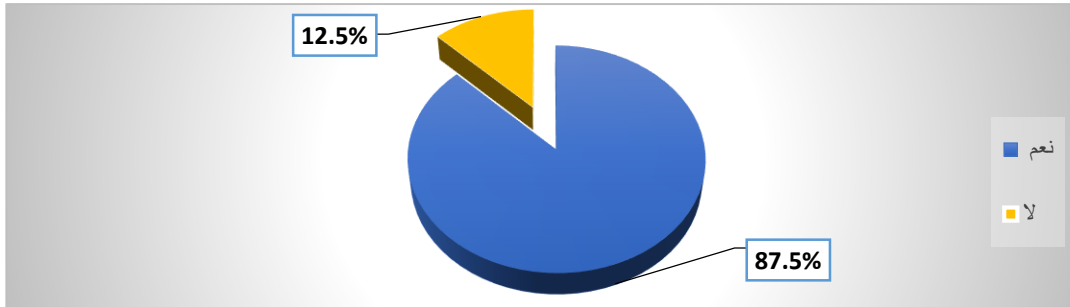
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الفيسبوك يساهم في تعزيز مفهوم الانتماء للجماعة والوطن من خلال المواضيع الرياضية التي تنشر فيه.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (26): هل ترى أن مضامين الرياضية التي تنشر على الفايسبوك تساهم في توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع؟

الجدول رقم (35): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم(26)
دالة إحصائياً	01	3.84	45	87.5%	70	نعم
				12.5%	10	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (26): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (35) والشكل رقم (26) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (26) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (70) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (87.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (12.5%).

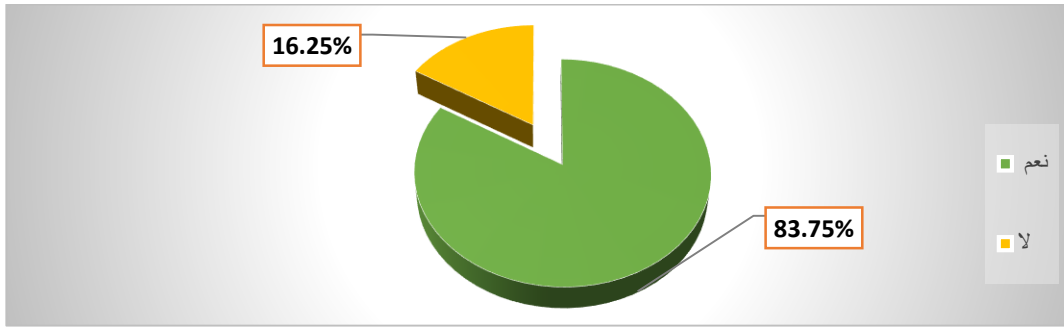
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (45) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن المضامين الرياضية التي تنشر في الفايسبوك تساهم في توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع الواحد.

السؤال رقم (27): حسب رأيك هل تساهم المضامين الرياضية المتداولة في الفايسبوك في تنمية مفهوم التعاون وقيمه الاجتماعية؟

الجدول رقم (36): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (27)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (27)
دالة إحصائياً	01	3.84	36.45	83.75%	67	نعم
				16.25%	13	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (27): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (27)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (36) والشكل رقم (27) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (27) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (67) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (83.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (13) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (16.25%).

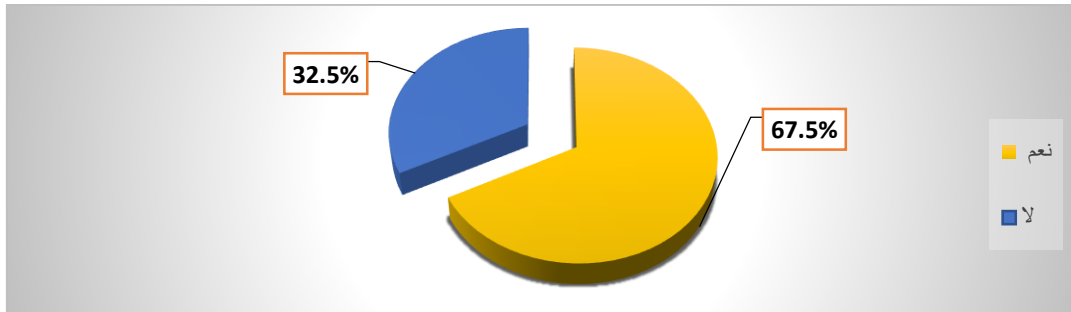
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (36.45) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن المضامين الرياضية المتداولة في الفايسبوك في تنمية مفهوم التعاون وقيمه الاجتماعية.

السؤال رقم (28): هل ترى أن المواضيع الرياضية المتداولة في الفيسبوك تساهم في تصحيح مدركات المجتمع الخاطئة عن الرياضية وتكسيبهم وعيا رياضيا؟

الجدول رقم (37): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (28)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال (28)
دالة إحصائيا	01	3.84	9.80	67.5%	54	نعم
				32.5%	26	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (28): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (28)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (37) والشكل رقم (28) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (28) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (54) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (67.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (26) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (32.5%).

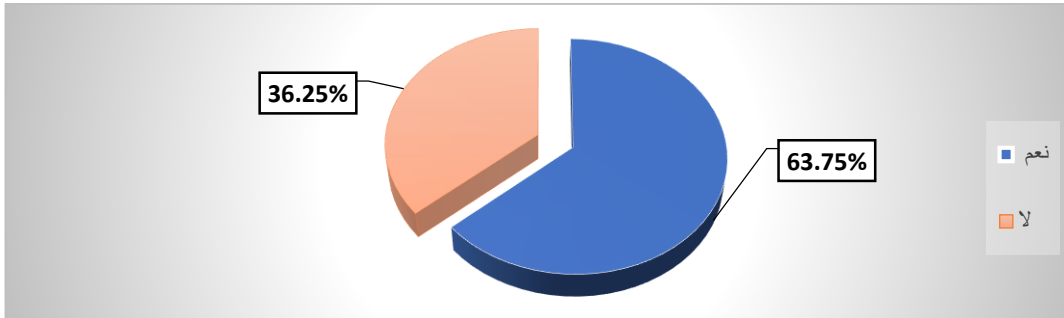
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (9.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الفيسبوك يساهم في تصحيح مدركات المجتمع الخاطئة عن الرياضية ويكسيبهم وعيا رياضيا من خلال مواضيعه المتناولة.

السؤال رقم (29): هل يشجعك الفايسبوك من خلال المواضيع الرياضية المتناولة في الانتماء إلى للمؤسسات والأندية الرياضية الشبابية؟

الجدول رقم (38): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (29)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> الجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (29)
دالة إحصائياً	01	3.84	6.05	63.75%	51	نعم
				36.25%	29	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (29): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (29)

#### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (38) والشكل رقم (29) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (29) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (51) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (63.75%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (29) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (36.25%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (6.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

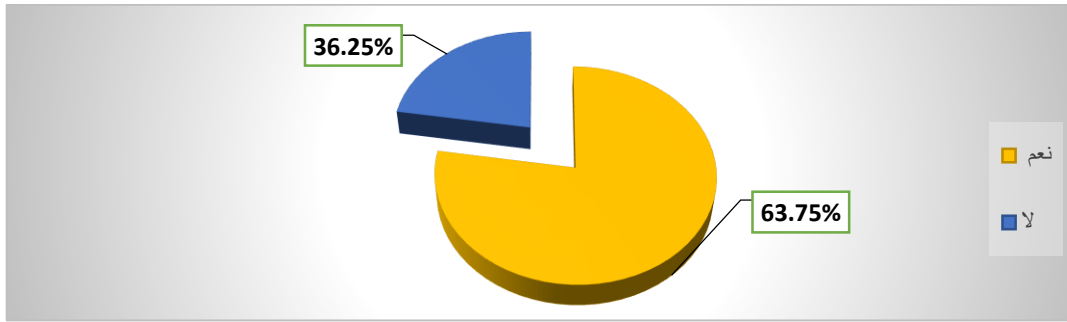
الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد شجعهم الفايسبوك في الانتماء إلى المؤسسات والأندية الرياضية الشبابية من خلال مواضيعه الرياضية المتناولة.

## الفصل الخامس = = = = = عرض وتحليل ومناقشة النتائج

السؤال رقم (30): هل ترى أن الفايسبوك يساهم في إكساب الأفراد الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم من خلال مواضيعه؟

الجدول رقم (39): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (30)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (30)
دالة إحصائياً	01	3.84	24.20	77.5%	62	نعم
				22.5%	18	لا
				%100	80	المجموع



الشكل رقم (30): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (30)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (39) والشكل رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (30) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (62) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (77.5%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (18) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (22.5%).

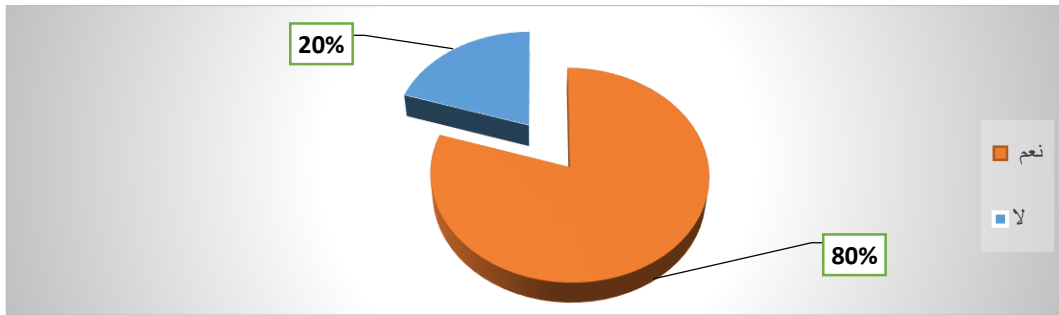
وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (24.20) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن المواضيع الرياضية التي يتناولها الفايسبوك تساهم في إكساب الأفراد الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم.

السؤال رقم (31): هل يساهم الفايسبوك في نشر مواضيع تبين أهمية الأنشطة البدنية والرياضية في اشباع حاجيات الفرد وميوله؟

الجدول رقم (40): يوضح نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (31)

مستوى الدلالة عند 0.05	درجة الحرية	كا <sup>2</sup> المجدولة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة عن السؤال رقم (31)
دالة إحصائياً	01	3.84	28.80	80%	64	نعم
				20%	16	لا
				100%	80	المجموع



الشكل رقم (31): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (31)

### عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم (40) والشكل رقم (31) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرد قد انقسمت إلى مجموعتان، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (31) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (64) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (80%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (16) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ (20%).

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه ودلالة الإحصائية لاتجاهات أفراد العينة لصالح القيمة الأكثر تكرار قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup> المحسوبة) قيمة (28.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر "نعم".

الاستنتاج: من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك ينشر مواضيع تبين أهمية الأنشطة البدنية والرياضية في اشباع حاجيات الفرد وميوله.

### 5-3- مناقشة النتائج في ظل الفرضيات:

#### 5-3-1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى: تلاميذ المرحلة الثانوية يستخدمون الفايسبوك بشكل منتظم.

هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الثاني حيث أوضحت الجداول ما يلي:

الجدول رقم(10): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (19.30) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (01).

الجدول رقم(11): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (111.47) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (02).

الجدول رقم(12): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (49.10) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (7.81) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (03)، وهي دالة إحصائياً، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (03).

الجدول رقم(13): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (68.62) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (9.48) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (04)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (04).

الجدول رقم(14): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (69.87) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (9.48) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (04)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (05).

الجدول رقم(15): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (123.90) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (7.81) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (03)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (06).

الجدول رقم(16): أظهرت النتائج بأن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة) بلغت (22.37) وهي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة) التي بلغت قيمة (9.48) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (04)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (07).

الجدول رقم(17): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (24.55) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (11.07) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (05)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (08).

الجدول رقم(18): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (62.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (09).

الجدول رقم(19): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (51.20) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (10).

تشير نتائج جداول المحور الثاني أن إجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة رقم (1،2،3،4،5،6،7،8،9،10) دالة إحصائياً حيث أن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) في كل عبارة المحور وهذا يعني أنها دالة إحصائياً.

ومنه نستنتج ان الفرضية الأولى محققة والتي مفادها تلاميذ المرحلة الثانوية يستخدمون الفايبيوك بشكل منتظم.

5-3-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الثاني حيث أوضحت الجداول ما يلي:

الجدول رقم (20): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (72.92) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (11).

الجدول رقم (21): أظهرت نتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (8.45) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (12).

الجدول رقم (22): أظهرت نتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (11.25) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01) وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (13).

الجدول رقم (23): أظهرت نتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (22.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (14).

الجدول رقم (24): أظهرت نتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (11.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (15).

الجدول رقم (25): أظهرت نتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (22.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (16).

الجدول رقم (26): أظهرت نتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (12.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (17).

تشير نتائج جداول المحور الثاني أن إجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة رقم (11،12،13،14،15،16،17) دالة إحصائياً حيث أن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) في كل عبارة المحور وهذا يعني أنها دالة إحصائياً.

ومنه نستنتج ان الفرضية الثانية محققة والتي مفادها للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

### 5-3-3- مناقشة نتائج الفرضية الثالثة: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الثالث حيث أوضحت الجداول ما يلي:

الجدول رقم(27): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت(19.90) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup>المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (18).

الجدول رقم(28): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (26.87) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup>المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (19).

الجدول رقم(29): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت(34.82) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (20).

الجدول رقم(30): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت(39.32) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (5.99) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (02)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (21).

الجدول رقم(31): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (0.450) وهي أقل من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (21).

الجدول رقم (32): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (10.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (22).

الجدول رقم (33): أظهرت النتائج بأن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (18.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (23).

تشير نتائج جداول المحور الثاني أن إجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة رقم (18،19،20،21،23،24) دالة إحصائياً حيث أن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> المجدولة)

وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (24).

ومنه نستنتج ان الفرضية الثالثة محققة والتي مفادها للفايسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية

5-3-4 مناقشة نتائج الفرضية الرابعة: للفايسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الثاني حيث أوضحت الجداول ما يلي:

الجدول رقم (34): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (61.25) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (25).

الجدول رقم (35): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (45) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (26).

الجدول رقم (36): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (36.45) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (27).

الجدول رقم (37): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (9.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (28).

الجدول رقم (38): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (6.05) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (29).

الجدول رقم (39): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (24.20) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (30).

الجدول رقم (40): أظهرت النتائج بأن قيمة (كا<sup>2</sup> المحسوبة) بلغت (28.80) وهي أكبر من قيمة (كا<sup>2</sup> الجدولة) التي بلغت قيمة (3.84) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (01)، وهذا يدل على وجود فرق ذات دلالة إحصائية لصالح التكرار الأكبر في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (31).

تشير نتائج جداول المحور الثاني أن إجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة رقم (25،26،27،28،29،30،31) دالة إحصائياً، حيث أن قيمة ( $\chi^2$  المحسوبة) أكبر من قيمة ( $\chi^2$  الجدولة) في كل عبارة المحور وهذا يعني أنها دالة إحصائياً. ومنه نستنتج ان الفرضية الرابعة محققة والتي مفادها للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

**5-3-5- مناقشة الفرضية العامة: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.**

من خلال النتائج السابقة والمتوصل إليها وبعد تحقق الفرضية الأولى وتحقق الفرضية الثانية وتحقق الفرضية الثالثة وتحقق الفرضية الرابعة، يمكن القول بأن الفرضية العامة التي مفادها "الفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية" محققة.

# الفصل السادس

## الاستنتاجات والاقتراحات

6-1- الاستنتاج العام

6-2 -الاقتراحات والفرضيات المستقبلية

-الخاتمة

-قائمة المصادر والمراجع

-الملاحق

## 6-1- الاستنتاج العام:

بعد عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها على ضوء الفرضيات توصلنا إلى نتائج التالية:

- 1- غالبية أفراد عينة يستخدمون موقع الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 52.5%.
- 2- غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفايسبوك يكون بشكل دائم بنسبة 88.75%.
- 3- أن غالبية أفراد عينة الدراسة معدل الوقت الذي يقضونه يوميا في استخدام الفايسبوك 2 ساعة إلى 4 ساعات بنسبة 56.25%.
- 4- الوقت المفضل لتصفح الفايسبوك لدى أغلب المبحوثين هو الفترة ليلية بنسبة 53.75%.
- 5- غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح موقع الفايسبوك بنسبة 56.2%.
- 6- غالبية أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام الفايسبوك في المنزل بنسبة 78.75%.
- 7- غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفايسبوك لغرض التواصل مع الأصدقاء والأقارب بنسبة 37.5%.
- 8- بينت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين تستهويهم المواضيع الرياضية على الفايسبوك أكثر من غيرها هذا راجع لأن أغلب أفراد العينة ذكور في مرحلة المراهقة فمن الطبيعي أن تستهويهم المواضيع الرياضية بنسبة 35%.
- 9- كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين يتابعون المواضيع الرياضية دائما من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك بنسبة 75%.
- 10- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين أعضاء في مجموعات رياضية ناشطة على الفايسبوك بنسبة 90%.
- 11- غالبية أفراد عينة الدراسة دائما ما تساهم المضامين الرياضية المتناولة في الفايسبوك في تزويدهم بالمعارف الرياضية بنسبة 77.5%.
- 12- غالبية أفراد عينة الدراسة قد ساعدهم الفايسبوك في التعرف على اقتصاديات الرياضية من ناحية أسعار اللاعبين، وإيرادات الأندية، والتسويق الرياضي بنسبة 66.25%.
- 13- غالبية أفراد عينة الدراسة قد ساهم الفايسبوك في زيادة قدرتهم على المشاركة بالرأي والمناقشة في المواضيع الرياضية بنسبة 68.75%.
- 14- غالبية أفراد عينة الدراسة ساعدهم الفايسبوك في التعرف على مختلف أنواع الألعاب الرياضية والوسائل التي تستخدم في ممارستها من خلال مضامينه الرياضية بنسبة 76.25%.
- 15- غالبية أفراد عينة الدراسة قد ساهم الفايسبوك في تعريفهم بالنواحي القانونية للألعاب الرياضية من خلال مواضيعه المتناولة بنسبة 57.5%.
- 16- غالبية أفراد عينة الدراسة تطلعهم صفحات ومجموعات الفايسبوك الرياضية على معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها بنسبة 76.25%.

- 17- غالبية أفراد عينة الدراسة ساهم الفايسبوك في تعريفهم بأغلب الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم بنسبة 70%.
- 18- غالبية أفراد عينة الدراسة أحيانا ما تتابع المواضيع الرياضية المتعلقة بالمجال الصحي الرياضي عبر الفايسبوك بنسبة 47.5%.
- 19- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك ينشر إرشادات ونصائح صحية للوقاية من الامراض بممارسة الألعاب الرياضية بشكل دائم بنسبة 50%.
- 20- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك يساهم دائما في نشر مواضيع صحية توضح أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية في زيادة كفاءة أجهزة الجسم الوظيفية بنسبة 61.25%.
- 21- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك يساهم دائما في نشر مواضيع صحية تعمل على التوعية بخطورة ومضار المنشطات والتدخين في المجال الرياضي بنسبة 56.25%.
- 22- غالبية أفراد عينة الدراسة لم يكسبهم الفايسبوك لم يكسبهم وعيا رياضيا لطرق المحافظة على اللياقة البدنية والتحكم في الوزن بنسبة 53.75%.
- 23- غالبية أفراد عينة الدراسة قد ساهم الفايسبوك في دفعهم لضرورة الاهتمام بالغذاء الصحي وتصحيح العادات الغذائية الخاطئة من خلال مضامينه الرياضية الصحية بنسبة 55%.
- 24- غالبية أفراد عينة الدراسة قد أكسبتهم المواضيع الصحية التي تنتشر في الفايسبوك وعيا رياضيا يجنبهم التمارين السلوكيات المؤدية للإصابات بنسبة 73.75%.
- 25- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك يساهم في تعزيز مفهوم الانتماء للجماعة والوطن من خلال المواضيع الرياضية التي تنتشر فيه بنسبة 93.75%.
- 26- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن المضامين الرياضية التي تنتشر في الفايسبوك تساهم في توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع الواحد بنسبة 87.5%.
- 27- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن المضامين الرياضية المتداولة في الفايسبوك في تنمية مفهوم التعاون وقيمه الاجتماعية بنسبة 83.75%.
- 28- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك يساهم في تصحيح مدركات المجتمع الخاطئة عن الرياضية ويكسبهم وعيا رياضيا من خلال مواضيعه المتداولة بنسبة 67.5%.
- 29- غالبية أفراد عينة الدراسة قد شجعهم الفايسبوك في الانتماء إلى المؤسسات والأندية الرياضية الشبابية من خلال مواضيعه الرياضية المتداولة بنسبة 63.75%.
- 30- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن المواضيع الرياضية التي يتناولها الفايسبوك تساهم في إكساب الأفراد الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم بنسبة 77.5%.
- 31- غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الفايسبوك ينشر مواضيع تبين أهمية الأنشطة البدنية والرياضية في اشباع حاجيات الفرد وميوله بنسبة 80%.

## 6-2- الاقتراحات والفرضيات المستقبلية

### 6-2-1- الاقتراحات:

- بعد عرض نتائج البحث والخروج ببعض الاستنتاجات، ارتأينا إعطاء بعض الاقتراحات نذكر منها:
- 1- الدعوة لإنشاء وصفحات رياضية على الفايسبوك تتبنى نشر الوعي الرياضي لدى فئة المراهقين.
  - 2- إنشاء مجموعات رياضية يشرف على المراهقين يناقشون ويطرحون فيها آرائهم اتجاهات إزاء القضايا المرتبط بالرياضة.
  - 3- نقتراح على رياضي النخبة والمستوي العالي القيام ببثوث مباشر (vidéo Live) عبر الفايسبوك لتحليل وتقييم المنافسة الرياضية
  - 4- تخصيص صفحات مجموعات تهتم بشرح قوانين وقواعد الألعاب وتواريخ الأحداث الرياضية من أجل تنمية الوعي الرياضي لمتابعيها. .
  - 5- ضرورة التغطية الإعلامية للتظاهرات الرياضية عبر الفايسبوك من قبل الناشطين والمهتمين بالقضايا والشؤون الرياضية
  - 6- فتح صفحات رياضية متخصصة عبر الفايسبوك من قبل المختصين والقائمين في المجال الرياضي تهتم بنشر مواضيع والمعلومات الرياضية المتنوعة.
  - 7- ضرورة إنشاء صفحات تهتم بالمجال الصحي الرياضي يشرف عليها أطباء ومختصون في هذا المجال.
  - 8- المراقبة المستمرة على الفايسبوك من قبل أشخاص من جهات مسؤولة على للمنشورات والتعليق التي تدعو إلى ممارسة العنف والشغب في الملاعب الرياضية.
  - 9- تخصيص صفحات رياضية تدعو إلى حث الجماهير الرياضية إلى تحلى بالقيم الاجتماعية والروح الرياضية.
  - 10- ضرورة عقد دورات تدريبية لفئة المراهقين لتطوير مهاراتهم في استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.
  - 11- اجراء المزيد من الدراسات عن الفايسبوك ووعي الرياضي حتى تكون النتائج قابلة لتعميم حيث تبقى نتائج الدراسة الحالية محصورة على أفراد العينة وهم تلاميذ المرحلة ثانوية 545 شهيد بغيلاسة.

## 6-2-2-الفرضيات المستقبلية

- 1-دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب نموذج) في نشر الوعي الرياضي
- 2-دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نشر الوعي الصحي الرياضي.
- 3-دراسة عن مواقع التواصل الاجتماعي(فايسبوك) في نشر الثقافة الرياضية.
- 4-دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) في تحقيق الاشباعات الإعلامية الرياضية.
- 5-دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نقل المعلومة الرياضية.

# الخاتمة

## الخاتمة:

إن التطور الهائل الذي شهدته الأنترنت في الأونة الأخيرة أحدث ثورة كبيرة في عالم الاتصال، تحديدا بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة (الفايسبوك) الذي استأثر بقبول وتجاوب في جميع أنحاء العالم، فهناك من استفادة منه للتواصل بالصورة والملفات والمحادثات (الدرشة) مع الأصدقاء وهناك من استغله في المجال الرياضي للتعرف على أهم الأخبار والمعلومات المتداولة في الساحة الرياضية، فقد أصبح الفاييسبوك مضمارا رحبا لبث الأخبار وتداولها بكافة مضامينها.

حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع الساعة والمتمثل وفي موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، الذي كثر عليه الاهتمام من قبل الباحثين والمفكرين، هذا فضلا عن الرواج والشعبية التي يحظى بها لدى مختلف شرائح المجتمع خصوصا فئة المراهقين، وقد ركزنا في بحثنا على هذه الفئة نظرا لما تملكه من طاقات وإمكانيات علمية وفكرية وثقافية وغيرها، تؤهلها لتكون فعالة في المجتمع من خلال ما تحمله من اتجاهات.

وتناولنا من خلال هذه الدراسة موضوع على دور الفاييسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، حيث تبين لنا من خلال دراستنا للموضوع أن الفاييسبوك يساهم بشكل كبير في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ الطور الثانوي الذي تقابله مرحلة المراهقة، حيث أظهرت لنا النتائج أن الفاييسبوك يساهم في نشر الوعي الرياضي المعرفي من خلال تزويدهم بالمعلومات والمعارف الرياضية المتنوعة والمختلفة، هذا التنوع في المعلومة هو ما جعل الفاييسبوك يتربع على وسائل التواصل الاجتماعي، كما تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن الفاييسبوك يساهم بشكل كبير في الوعي الصحي الرياضي من خلال الصفحات والمجموعات المتخصصة التي يشرف عليها أطباء وأخصائيون في المجال الرياضي، كما تبين لنا أن الفاييسبوك له دور كبير في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي من خلال نشره للمواضيع التي تعمل تنمية القيم الاجتماعية المقبولة ومبادئ وأهداف الروح الرياضية.

وفي الأخير نحسب هذه ماهي إلا محاولة بسيطة تمهد الطريق لإجراء دراسات وبحوث مستقبلية بتوجيهات ونظرية تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة لإعطاء صورة أوضح وأشمل بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- أحمد، الاوزي (1992) : المراهق والعلاقات النفسية ، ط1 ، منشورات علم التربية، الدار البيضاء.
- 2 - أحمد محمد، الزعبي (2010) : سيكولوجية المراهقة النظريات-جوانب النمو-المشكلات وسبل علاجها ، ط1 ، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن.
- 3- أحمد عبد اللطيف، أبو أسعد، سامي محسن الختاتنة (2011) : علم نفس النمو ، ط1 ، دار ديونو للنشر والتوزيع، الأردن.
- 4- إمام شكري، إبراهيم أحمد قحطان (2009) : الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين ، د ط ، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية.
- 5- بدر يحي، الراشدي (2012) : شخصية المراهق وكيفية التعامل معه ، ط1 ، دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 6- تائر أحمد الغباري، خالد محمد أبو شعيرة (2015) : سيكولوجيا النمو الإنساني بين الطفولة والمراهقة ، ط1 ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن.
- 7- جابر نصر الدين، ولوكيا الهاشمي (2006) : مفاهيم أساسية في علم الاجتماع ، ط1 ، دار الهدى للطباعة والنشر الأردن.
- 8- جبريل، بن حسن العريشي، سلمى، بنت عبد الرحمن محمد الدوسري (2015) : الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية ، ط1 ، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان.
- 9- حامد عبد السلام، زهران (1986) : علم نفس النمو الطفولة والمراهقة ، ط4 ، دار المعارف، القاهرة.
- 10- حسين، محمود هيثمي (2015) : العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 11- خالد بن سالم، بن سهيل البادي (2003) : المراهقة مشكلات وحلول ، ط1 ، مكتبة الضامري للنشر والتوزيع، عمان.
- 12- خالد غسان، يوسف المقدادي (2013) : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر، الأردن.
- 13- دبلة، خولة (2010) : دور التصدع الأسري المعنوي في ظهور الاغتراب النفسي لدى المراهق ، ط1 ، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان.

- 14- رحيم يونس، كرو العزاوي (2008) : مقدمة في منهج البحث العلمي ، ط1، دار دجلة ناشرون وموزعون، الأردن.
- 15- سعد سلمان المشهداني (2019) : منهجية البحث العلمي ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 16- سلمان بكر، بن کران (2015) : الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي ، ط1 ، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن.
- 17- سناء محمد سلمان (2010) : أدوات جمع البيانات في البحوث التربوية والنفسية ، ط1 ، عالم الكتاب، القاهرة.
- 18- شادية إبراهيم مصطفى المحروقي، أحمد محروس علي ناجي (2012) : الوجيز في إعداد البحث العلمي القانوني ، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع، الرياض.
- 19- صلاح عبد الحميد، ويمنى عاطف (2015) : الإعلام و الفضاء الإلكتروني ، ط1 ، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر.
- 20- طاهر احمد مسعود (2011) : المدخل إلى علم الاجتماع ، ط1 ، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن.
- 21- عامر إبراهيم قنديلجي (1999) : البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن.
- 22- عبد الكريم، بكار (2000) : تجديد الوعي ، ط1 ، دار القلم، دمشق.
- 23- عبد الرحمن، بن إبراهيم الشاعر (2015) : مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، ط1 ، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- 24- عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح (2014) : البحث العلمي أسسه ومناهجه ، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان.
- 25- علي خليل، شقرة (2014) : الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 26- علي معمر، عبد المؤمن (2008) : مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب ، ط1 ، دار الكتب الوطنية، بنغازي.

- 27-عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات (2007) : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون.
- 28-فتحي حسين عامر (2011) : وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبيوك ، ط1 ، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 29-فؤاد البهي، السيد (1975) : لأسس النفسية من الطفولة إلى الشيخوخة ، ط4 ، دار الفكر العربي، مصر.
- 30-ليلى أحمد جرار (2012) : الفايبيوك والشباب العربي ، ط1 ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
- 31-مالك سلمان، مخول (1985) : علم النفس والمراهقة ، ط2 ، المطبعة الجديدة، دمشق.
- 32-ماهر عودة الشمالية، وآخرون (2015) : تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، ط1 ، دار الإعمار العلمي والتوزيع، جدة.
- 33-محمد السيد محمد، الزعلابي (1998) : المراهق المسلم ، ط1 ، مكتبة التوبة، المملكة العربية السعودية.
- 34-محمد بن محمود، آل عبد الله (2014) : المراهقة والعناية بالمراهقين ، ط1 ، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية.
- 35-محمد عاطف، غيث (1995) : قاموس علم الاجتماع ، ط1 ، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- 36-محمد عبد الحميد (1993) : دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط1 ، عالم الكتاب، القاهرة.
- 37-محمد مصطفى زيدان، نبيل السمالوطي (1994) : علم النفس التربوي ، ط3 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة.
- 38-محمود أحمد أبو سمرة، محمد عبد الإله الطيطي (2019) : مناهج البحث العلمي (من التبين إلى التمكين) ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- 39-محسن على عطية (2009) : البحث العلمي في التربية مناهجه-أدواته-وسائله الإحصائية ، د ط ، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- 40-مروان عبد المجيد (2000) : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1 ، عمان.
- 41-مروى، عصام صلاح (2015) : الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل ، ط1 ، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.

- 42- مريم سليم (2002) : علم نفس النمو ، ط1 ، دار النهضة العربية، لبنان.
- 43- معروف رزيق (1986) : خفايا المراهقة ، ط2، دار الفكر المعاصر، دمشق.
- 44- نجوى ، عبد الهادي تركي (2011) : الإعلام وإدارة الأزمات الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية في ضوء الثورات العربية ، ط1 ، مكتبة جزيرة الورد للنشر والتوزيع، مصر.
- 45- هدى محمد، قناوي (1993) : سيكولوجية المراهقة ، ط1 ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، الإسكندرية.
- 46- وائل مبارك، خضر فضل الله (2010) : أثر الفيسبوك على المجتمع ، ،مدونة شمس النهضة، السودان.
- 47- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي (2017) : الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي، لبنان.
- 48- ياس، خيضر البياتي (2014) : الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديد ، ط1 ، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان.
- 49- يحي حسن، درويش (1988) : معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية ، ط1 ، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة.

#### قائمة الدوريات والمجلات العلمية:

- 50- الشيخ الصافي، وآخرون، (ديسمبر 2018) : أثر النشاط الرياضي اللاصفي على السلوك الاجتماعي لدى تلاميذ الطور الثانوي (15-17) سنة، مجلة علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي، 5، (5)، 32.
- 51- بن بريكة، زينب، (2 جوان 2019) : "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية"، مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع، 2، (2)، 86-111
- 52- عبير، بنت محمد بن ناصر بن سفران، (2015) : "استخدام الأنترنت وعلاقته بالعزلة الاجتماعية لدى طالبات جامعة الملك سعود"، مجلة الآداب، 27، (2)، 411-419.

#### قائمة الأطروحات والرسائل العلمية:

- 53- تياب خولة، (2018/2017)، "واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم بواقي، الجزائر.

54- ريوح، لخضر، (2017/2016)، "فاعلية المنشآت والوسائل الرياضية في المؤسسات التربوية وأثرها على تلاميذ المرحلة الثانوية"، رسالة دكتوراه، معهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، المسيلة، الجزائر.

55- طارق دخان، (2015/2014)، "دور البرامج الرياضية التلفزيونية الجزائرية في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ الطور النهائي"، رسالة ماستر، معهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر.

56- عبد الناصر، مقورة، (2017/2016)، "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ الطور الثانوي من المرحلة النهائية"، رسالة ماستر، معهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر.

57- محمد زكريا خيف، (2017/2016)، "دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري"، رسالة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم بواقي، الجزائر.

58- مسعودي أمينة، (2019/2018) "مواقع التواصل ودورها في تعزيز الوعي بقضايا الوطن" رسالة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المسيلة، الجزائر.

59- مليكة، زيد، (2015/2014)، "دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت"، رسالة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، شعبة العلوم الإسلامية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

60- مريم ناريمان نومار، (2015/2014)، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الطالب الجامعي الجزائري، رسالة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

61- نتاح، زكريا، (2016/2015)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الرياضي لدى المراهقين"، رسالة ماستر، معهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر.

الأنترنت:

62- مزواد، حسين، : "ست تطبيقات على الفايبروك مهمة جدا ستندم إن لم تعرفها"

[http://www.igli5.com/2015/05/blog-post\\_82.html](http://www.igli5.com/2015/05/blog-post_82.html)

63- مي، نور، (2019) : "تعرف على جميع تطبيقات فيس بوك وما يمكنها القيام به"

arabhardware.net/articles/تعرف-على-جميع-تطبيقات-فيس-بوك-وما-يمكنه.

الملاحق

وزارة التعليم العالي البحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف-مسيلة  
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية الرياضية  
قسم الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة استبيان

أخي التلميذ أختي التلميذة بعد التحية الطيبة التقدير:  
يشرفنا ويسرنا أن نتقدم إليكم بهذا الاستبيان الذي يندرج في إطار البحث العلمي لتحضير  
مذكرة التخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي  
تخصص سمعي بصري، تحت عنوان:

دور الفيسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية  
"دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية مالك بن نبي برج الخدير  
ولاية برج بوعرييج"

لهذا نرجو منكم المشاركة في إنجاز هذا البحث بإعطاء أجوبتكم الشخصية علما أن هذا  
الاستبيان يبقى سري وأجوبتكم تستعمل لغرض البحث العلمي فقط ولكم جزيل الشكر التقدير.  
ملاحظة:

توضع علامة (X) أمام الاختيار الذي يناسبك

-تحت إشراف الدكتور:

-مريشيش خالد

-من إعداد الطالب:

-شودار بلال

السنة الجامعية: 2019-2020

البيانات الشخصية:

-الجنس

-السن: .....

-المستوى الدراسي: الأولى ثانوي  الثانية ثانوي  الثالثة ثانوي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفايسبوك:

-منذ متي وأنت تستخدم الفاييسبوك؟

أقل من سنة  من سنة إلى ثلاثة سنوات  أكثر من ثلاثة سنوات

2-استخدامك للفايسبوك يكون بشكل:

دائم  أحيانا  نادرا

3-إذا كان بشكل دائم فما هو معدل الاستخدام اليومي:

أقل من ساعة  من 1ساعة إلى 2ساعتين

من 2ساعة-4ساعات  أكثر من 4 ساعات

4-ماهي الأوقات المفضلة لديك لتصفح الفاييسبوك؟

صباحا  ظهرا  مساء  ليلا

لا يوجد وقت

5-ماهي الوسيلة التي تستخدمها في تصفحك لموقع الفاييسبوك؟

الحاسب محمول  الحاسب المكتبي  جهاز لوحي

هاتف ذكي  بعدة طرق

6-ماهي الأماكن المفضلة لديك لاستخدام الفاييسبوك؟

المنزل  ساحة الثانوية  مقهى الأنترنت

في مكان آخر أذكره.....

7-هل تستخدم موقع الفاييسبوك من أجل:

تتبع الأخبار  التسلية والترفيه  التواصل مع الأصدقاء والأقارب

الهروب من الواقع المعاش  التتقيف

أغراض أخرى أذكرها.....

8- ما طبيعة المواضيع التي تستهويك على الفيس بوك؟

ثقافية  سياسية  علمية   
دينية  اجتماعية  رياضية

أخرى تذكر.....

9- هل تتابع المواضيع الرياضية من خلال استخدامك للفيسبوك؟

دائماً  أحياناً  نادراً

10- هل أنت عضو في إحدى المجموعات الرياضية الناشطة على الفيسبوك؟

نعم  لا

إذا كانت إجابتك (بنعم) أذكرها.....

المحور الثاني: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية

11- هل تساهم المضامين الرياضية المتناولة في الفيسبوك في تزويدك بالمعارف الرياضية؟

دائماً  أحياناً  نادراً

12- هل ساعدك الفيسبوك في التعرف على اقتصاديات الرياضية (أسعار اللاعبين، إيرادات الأندية،

التسويق الرياضي)؟

نعم  لا

13- هل ساهم الفيسبوك في زيادة قدرتك على المشاركة بالرأي والمناقشة في المواضيع الرياضية؟

نعم  لا

14- من خلال متابعتك للمضامين رياضية عبر الفيسبوك هل ساعدك ذلك في التعرف على مختلف أنواع

الألعاب الرياضية والوسائل التي تستخدم في ممارستها؟

نعم  لا

15- هل ساهم الفيسبوك من خلال المواضيع المتناولة في تعريفك بالنواحي القانونية للألعاب الرياضية؟

نعم  لا

16- هل ساعدتك صفحات الفيسبوك الرياضية أو المجموعات على معرفة مواعيد وأماكن الأحداث

الرياضية ونتائجها؟

نعم  لا

17- هل ساهم الفايسبوك في تعريفك بأغلب الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم؟

لا  نعم

المحور الثالث: للفايسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية

18- هل تتابع المواضيع المتعلقة بالمجال الصحي الرياضي عبر الفايسبوك؟

دائما  أحيانا  نادرا

19- هل يساهم الفايسبوك في نشر إرشادات ونصائح صحية للوقاية من الأمراض بممارسة الألعاب

الرياضية؟

دائما  أحيانا  نادرا

20- هل ينشر الفايسبوك مواضيع صحية توضح أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية في زيادة كفاءة أجهزة

الجسم الوظيفية؟

دائما  أحيانا  نادرا

21- هل يساهم الفايسبوك في نشر مواضيع صحية تعمل على التوعية بخطورة ومضار المنشطات والتدخين

في المجال الرياضي؟

دائما  أحيانا  نادرا

22- هل استخدامك للفايسبوك أكسبك وعيا رياضيا لطرق المحافظة على اللياقة البدنية والتحكم في الوزن؟

لا  نعم

23- من خلال متابعتك للمضامين الرياضية الصحية عبر الفايسبوك هل ساهم ذلك في دفعك لضرورة

الاهتمام بالغذاء الصحي وتصحيح العادات الغذائية الخاطئة؟

لا  نعم

24- هل ترى أن المواضيع الصحية التي تنتشر في الفايسبوك أكسبتك وعيا رياضيا يجنبك التمارين

والسلوكيات المؤدية للإصابات وتعمل على تصحيحها؟

لا  نعم

المحور الرابع: للفيسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية

25- هل ترى أن المواضيع الرياضية التي تنتشر في الفيسبوك تساهم في تعزيز مفهوم الانتماء للجماعة والوطن؟

نعم  لا

26- هل ترى أن مضامين الرياضية التي تنتشر على الفيسبوك تساهم في توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع؟

نعم  لا

27- حسب رأيك هل تساهم المضامين الرياضية المتداولة في الفيسبوك في تنمية مفهوم التعاون وقيمه الاجتماعية؟

نعم  لا

28- هل ترى أن المواضيع الرياضية المتداولة في الفيسبوك تساهم في تصحيح مفاهيم المجتمع الخاطئة عن الرياضية وتكسبهم وعيا رياضيا؟

نعم  لا

29- هل يشجعك الفيسبوك من خلال المواضيع الرياضية المتداولة في الانتماء إلى للمؤسسات والأندية الشبابية؟

نعم  لا

30- هل ترى أن الفيسبوك يساهم في إكساب الأفراد الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم من خلال مواضيعه؟

نعم  لا

31- هل يساهم الفيسبوك في نشر مواضيع تبين أهمية الأنشطة البدنية والرياضية في اشباع حاجيات الفرد وميوله؟

نعم  لا

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الملاحظة
1	جلال صلاح الدين	أستاذ محاضر "أ"	المسييلة	مقبول مع إجراء تعديل
2	براهمي عيسى	أستاذ محاضر "أ"	المسييلة	مقبول مع إجراء تعديل
3	بن البار السعيد	أستاذ محاضر "أ"	المسييلة	مقبول مع إجراء تعديل
4	يوسف حميش	أستاذ مساعد	المسييلة	مقبول مع إجراء تعديل

## ملخص الدراسة باللغة العربية:

. العنوان: "دور الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية"

. أهداف الدراسة:

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.  
- الوقوف على عادات وأنماط استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية للفايسبوك  
- التعرف على الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر المعلومات والمعارف الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.  
- التعرف على الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

- معرفة مدى تأثير الفايسبوك على تنمية الثقافة البدنية والرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.  
. منهج الدراسة: المنهج الوصفي.

. مجتمع وعينة الدراسة: مجتمع الدراسة هو تلاميذ المرحلة الثانوية (بثانوية 545 شهيد) ببلدية غيلاسة للموسم الدراسي (2019/ 2020)، تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية (قصدية) مكونة من (80) تلميذ وتلميذة.

. اساليب جمع البيانات: تم اعتماد على استمارة الاستبيان.

. نتائج الدراسة:

- أظهرت الدراسة أن تلاميذ المرحلة الثانوية يستخدمون الفايسبوك بشكل منتظم.  
- كشفت الدراسة أن للفايسبوك دور في نشر الوعي الرياضي المعرفي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.  
- كشفت الدراسة أن للفايسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.  
- كشفت الدراسة أن للفايسبوك دور في نشر الوعي الرياضي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.  
. الاقتراحات والفرضيات المستقبلية:

الاقتراحات:

- الدعوة لإنشاء صفحات رياضية على الفايسبوك تتبنى نشر الوعي الرياضي لدى فئة المراهقين.  
- إنشاء مجموعات رياضية يشرف على المراهقين يناقشون وي طرحون فيها آرائهم اتجاهات إزاء القضايا المرتبط بالرياضة.  
- تخصيص صفحات مجموعات تهتم بشرح قوانين وقواعد الألعاب وتواريخ الأحداث الرياضية من أجل تنمية الوعي الرياضي لمتابعيها. .  
- ضرورة التغطية الإعلامية للتظاهرات الرياضية عبر الفايسبوك من قبل الناشطين والمهتمين بالقضايا والشؤون الرياضية

-فتح صفحات رياضية متخصصة عبر الفاييسبوك من قبل المختصين والقائمين في المجال الرياضي تهتم بنشر مواضيع والمعلومات الرياضية المتنوعة.

-ضرورة إنشاء صفحات تهتم بالمجال الصحي الرياضي يشرف عليها أطباء ومختصون في هذا المجال.  
-المراقبة المستمرة على الفاييسبوك من قبل أشخاص من جهات مسؤولة على للمنشورات والتعليق التي تدعو إلى ممارسة العنف والشغب في الملاعب الرياضية.  
**الفرضيات المستقبلية:**

- دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب نموذج) في نشر الوعي الرياضي.
- دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نشر الوعي الصحي الرياضي.
- دراسة عن مواقع التواصل الاجتماعي(فايسبوك) في نشر الثقافة الرياضية.
- دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) في تحقيق الاشباعات الإعلامية الرياضية.
- دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نقل المعلومة الرياضية.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ