

تجليات الثقافة الرياضية من خلال الميديا الجديدة**دراسة وصفية تحليلية لعينة من المضامين المعرفية والصحية لمجموعة****(الثقافة الرياضية) على موقع الفايسبوك****Sports culture through new media****An analytical and descriptive study on a sample of the
cognitive and health contents of the (Sports Culture)****group on Facebook**

كريمة شعبان*

كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

karimachabane@hotmail.com

تاريخ القبول: 2022/04/01

تاريخ الاستلام: 2022/01/16

الملخص

تعتبر الثقافة الرياضية احدى جوانب الثقافة العامة التي تربط بين الجوانب الرياضية، الفكرية، الأخلاقية، المعرفية... وغير ذلك، وتنتشر هذه الثقافة عبر وسائل عدة من بينها مواقع التواصل الاجتماعي التي تحتوي على صفحات ومجموعات يقوم بإنشائها بعض الأفراد، الهدف منها نقل المعرفة الرياضية بالإضافة إلى محاولة غرس سلوكيات إيجابية في المجتمع، وتهدف هذه الدراسة إلى استظهار محتويات صفحة الثقافة الرياضية عبر موقع الفايسبوك لمعرفة الدور الذي تضطلع به لنشر الثقافة الرياضية من الناحيتين المعرفية والصحية بالإضافة إلى محاولة رصد مختلف التفاعلات الافتراضية إزاء هذه المحتويات، مع العلم أن هذه التفاعلات تأخذ أشكالاً متعددة فقد تكون على شكل تعليقات (مكتوبة أو فيديو مصورة، إدراج صور وأيقونات ورسومات متبادلة وغيرها...) أو مشاركة المحتوى إما مع مجموعات أو مع أصدقاء، وقد وصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها أن صفحة " الثقافة الرياضية " من بين الصفحات التي تحاول من خلال مضامينها عبر الفايسبوك -نشر ثقافة رياضية تتسم بالدقة والالتزان العلمي والمعرفي للوصول إلى الهدف المنشود وهو نشر الثقافة الرياضية في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام الجديدة؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الفايسبوك؛ الثقافة الصحية؛ المعرفة الرياضية؛

* المؤلف المرسل: كريمة شعبان ، الإيميل: karimachabane@hotmail.com

Abstract

Sports culture is one of the aspects of the general culture that links the sports, intellectual, moral, cognitive aspects, etc., and this culture spreads through several media, including social networking sites that contain pages created by some individuals the aim of which is to transfer sports knowledge in addition to Trying to inculcate positive behaviors in society.

This study aims to memorize the contents of the sports culture page on Facebook to know the role it plays in spreading sports culture in terms of knowledge and health, in addition to trying to monitor the various virtual interactions with these contents, knowing that these interactions take many forms, they may be in the form of comments (written or video clips, insert pictures, icons, graphics, etc...) or Share content either with groups or with friends

We have reached a set of results, the most important of which is that the "Sports Culture" page is among the pages that try - through its content on Facebook - to spread a sports culture characterized by accuracy and scientific and cognitive balance to reach the desired goal, which is to spread sports culture in society.

Keywords: new media; social networking sites; Facebook; sports health culture; sports culture

مقدمة

يستخدم مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي لوصف مجموع التكنولوجيات الرقمية التي يتم توظيفها لتقاسم المعلومات ومناقشتها وتبادل التجارب الانسانية بين المستخدمين، كما يتفق العديد من الباحثين على اعتبار هذه الشبكات واحدة من بين الوسائط التكنولوجية الأكثر استخداما من طرف الأفراد نظرا لخدماتها العديدة والمتميزة فضلا عن المزايا التي تتمتع بها، فقد فتحت الآفاق لمستخدميها من أجل التعرف على مختلف الثقافات والترود بمختلف المعارف في شتى الميادين ومختلف المجالات.

وتعتبر الثقافة واحدة من بين أهم المواضيع المتداولة عبر هذه المنصات، حيث تشير إلى تلك العلوم والمعارف والفنون والآداب، كما أنها تعتبر إحدى الأسس التي تعتمد عليها المجتمعات الإنسانية في التعبير عن تراثها وتاريخها وتعد الثقافة الرياضية إحدى جوانب هذه الثقافة العامة التي تربط بين الجوانب الرياضية والجوانب الفكرية المعرفية، فهي عبارة عن إدراكات وانفعالات إيجابية تمنح الفرد الرياضي قيمة اجتماعية، كما أنها سلوك يترجم مدى الوعي لدى كل انسان بمنظومة القيم الأخلاقية التي تبثها الرياضة في الأفراد والأسر على حد سواء.

وتنتشر هذه الثقافة الرياضية عبر وسائط اتصالية عديدة من بينها موقع الفايسبوك الذي يعتبر واحد من بين أهم المواقع التي تحاول نشر هذا النوع من الثقافة من خلال تلك الصفحات أو المجموعات التي يتم إنشاؤها من طرف أفراد ذووا اهتمامات رياضية مشتركة، فيكون اللقاء

والتجمع عبر الفضاء الأزرق من أجل تبادل المنافع والمعلومات، فهذه الصفحات تسمح لمستخدميها والمنضوين تحت لوائها ببحث معارف وغرس سلوكيات صحيحة سواء كانت اجتماعية، تربوية، معرفية أو صحية.

وعليه تر كز هذه الدراسة على استجلاء الدور الذي تضطلع به مجموعات الفايسبوك من أجل غرس الثقافة الرياضية من الناحيتين المعرفية والصحية، وكذا رصد أشكال التفاعل مع هذه المحتويات

وعليه تمحورت إشكالية هذه دراسة في السؤال الجوهرى التالى:

كيف تناولت مجموعة الثقافة الرياضية عبر فايسبوك المضامين المعرفية والصحية في المجال الرياضي وماهى مختلف أشكال تفاعل المستخدمين مع هذه المضامين؟

تتفرع هذه الإشكالية إلى عدة أسئلة فرعية على النحو التالى:

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعى فى نشر الثقافة الرياضية؟
- ما هى أبرز الموضوعات التى ركزت عليها مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك؟
- هل لصفحة الثقافة الرياضية عبر فايسبوك دور فى نشر المحتوى المعرفى والصحى؟
- ماهى الأهداف التى تسعى إلى تحقيقها مجموعة الثقافة الرياضية من خلال منشوراتها عبر الفايسبوك؟

- من هم أبرز المحركون والفاعلون عبر مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك؟
- ما نوع الحامل الإعلامى الذى استخدمته مجموعة الثقافة الرياضية لنشر مضامينها عبر الفايسبوك؟

- ما أشكال تفاعل المستخدمين مع مضامين صفحة الثقافة الرياضية عبر شبكة الفايسبوك؟

الأهداف

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى ما يلى:

- الكشف عن الدور الذى تؤديه مواقع التواصل الاجتماعى فى نشر الثقافة الرياضية
- تحديد حجم اهتمام مجموعة الثقافة الرياضية بالجانبين الصحى والمعرفى من خلال منشوراتها عبر الفايسبوك

- رصد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها مجموعة الثقافة الرياضية من خلال منشوراتها عبر الفايسبوك
- التعرف على طبيعة الفاعلين في مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك
- معرفة نوع الحامل الإعلامي الذي استخدمته مجموعة الثقافة الرياضية لنشر مضامينها عبر الفايسبوك
- تسليط الضوء على أشكال تفاعل المستخدمين مع منشورات الصفحة

الأهمية

تؤدي الميديا الجديدة دور لا يستهان به في نشر الثقافة الرياضية بمختلف مجالاتها لدى المستخدمين وتكمن أهمية هذا البحث في تبيان الدور الذي تؤديه مجموعات الفايسبوك عبر صفحاتها (خاصة مجموعة الثقافة الرياضية) في تثقيف المستخدمين وكذا زيادة معرفتهم بالثقافة الرياضية وبالتالي تفعيل وتجسيد القيم النبيلة في المجتمع، كما تكمن أهمية هذه الدراسة أيضا في أنها ترصد حجم تفاعل المستخدمين مع محتويات هذه المجموعة.

منهج الدراسة: يندرج هذا المقال ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي لا تقتصر على مجرد جمع البيانات والمعلومات بل تتعدى ذلك إلى معالجة المعطيات منهجيا واستخلاص النتائج طبقا لأهداف الدراسة وعليه فإن المنهج المستخدم هو المنهج المسحي الذي يعتبر طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها

الأدوات: بما أن طبيعة الدراسة والمنهج المتبع في تناول الظواهر هما اللذان يفرضان الأدوات الضرورية للتعامل مع موضوع الدراسة لغرض جمع المعلومات وتحليلها فقد اعتمدنا من أجل معالجة هذا الموضوع معالجة علمية ومنهجية صحيحة على تقنية تحليل المضمون من أجل التعرف على كيفية معالجة مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك للمواضيع المعرفية والصحية الخاصة بالثقافة الرياضية

مجتمع البحث والعينة: يتمثل مجتمع البحث في كل ما نشر من محتوى عبر مجموعة الثقافة الرياضية في الفايسبوك منذ نشأة الصفحة في 10 فيفري 2018 وبما أن عدد المنشورات كثير جدا ومضامينها مختلفة ومتعددة وبما أن دراستنا تعنى فقط بالمحتويات المعرفية والصحية لهذه

المجموعة فقد ارتأينا اختيار عينة قصدية وفق ما يخدم أهداف وأغراض دراستنا ، وعليه فقد تمثلت العينة في كل ما نشر من محتويات معرفية وصحية من الفترة الممتدة من 10 فيفري 2018 إلى 10 أفريل 2018 ويرجع اختيارنا لهذه الفترة للتحليل نظرا لكثرة المنشورات على الصفحة في اليوم الواحد، وقد تمثلت مفردات العينة في 27 منشور اختير بطريقة قصدية

فئات التحليل:

أ-فئات المضمون: ماذا قيل؟

1-**فئة الموضوع:** وهي من أكثر الفئات استخداما لأنها تجيب على السؤال على ما يدور المحتوى؟ وقد وقع اختيارنا لهذه الفئة لنتمكن من ضبط مختلف المواضيع الخاصة بالثقافة الرياضية الواردة في منشورات المجموعة محل الدراسة عبر الفاييبوك وقد تم تقسيمها إلى مواضيع فرعية هي المواضيع المعرفية والمواضيع الصحية ومن ثم تقسيم كل موضوع فرعي إلى مؤشرات

2-**فئة الأهداف:** ونقصد بها الأهداف المراد تحقيقها من خلال نشر مواضيع الثقافة الرياضية وتتمثل في الأهداف التالية: نشر المعرفة الرياضية، الوعي الرياضي الصحي، أهداف تنقيفية، أهداف تربوية، وقاية

3-**فئة الفاعلين:** أي المحركين الأساسيين في المضمون، وقد تم تقسيمها إلى الفئات الفرعية التالية: مسؤول عن المجموعة، خبير رياضي

ب-فئات الشكل: كيف قيل؟

1- **نوع الحامل الإعلامي:** نص مكتوب، صور، نص مكتوب مرفق بالصور

2-**فئة التفاعلات مع المحتوى:** الهدف من هذه الفئة هو قياس مدى تفاعل مستخدم موقع الفاييبوك مع منشورات المجموعة وقد تم تقسيمها إلى الفئات الفرعية التالية فئة الإعجابات، فئة عدد التعليقات وفئة عدد المشاركات للمنشور، وقد تم تحديد طرق القياس على النحو التالي: إذا كان عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركات أقل من 20 لكل فئة فرعية فنقول أن التفاعل محدود وإذا كان عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركات لكل فئة فرعية من 21 إلى 40 نقول

أن التفاعل متوسط أما إذا كان عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركات لكل فئة فرعية أكثر من 41 فنقول أن التفاعل قوي

ج-وحدة التحليل: هي المقطع الذي نقوم بحسابه وقد وقع اختيارنا على وحدة الموضوع من خلال حساب المواضيع التي يحملها المحتوى محل التحليل، أما بالنسبة لأسلوب القياس فقد استعملنا أسلوب العد لرصد تكرار ظهور الفئات والوحدات.

الخلفية النظرية للدراسة

وسائل الإعلام الجديدة: سنتبنى في هذه الدراسة مصطلح وسائل الإعلام الجديدة على اعتبار أنه الأنسب في الترجمة لـ New Media بدلاً من الإعلام الجديد والإعلام البديل المتداول في الكثير من البحوث والدراسات والكتب المترجمة، ولأنه في نظرنا لا وجود لإعلام جديد وإعلام قديم وإنما هناك وسائل إعلام قديمة ووسائل إعلام جديدة وعليه سنقدم مجموعة من التعريفات المختلفة لهذا المصطلح

من تعريف وسائل الإعلام الجديدة ما يلي:

- تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية: اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

- عرفه ليستر بأنه: مجموعة الاتصال التي تولدت عن التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

- هي الوسائل التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك في أسلوب ميسر وبسرعة منخفضة، وتصنف التفاعل المباشر، وتدمج وسائل الاعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي (مناجلية، 2016، 458)

- نوع من الاعلام يتم عبر الانترنت يستخدم فيه فنون وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب مع الانترنت كوسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع الجمهور لتقضي الأخبار الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجمهور عبر الانترنت بسرعة (شقرة، 2014، 11).

تعددت تسميات وسائل الإعلام الجديدة، فبالإضافة إلى الإعلام الجديد والإعلام البديل السابق ذكرهما نجد أيضا مصطلحات أخرى على غرار الإعلام الرقمي والإعلام الإلكتروني وإعلام المواطن والإعلام التفاعلي.

في ذات الإطار طرح الباحث " بول لفنسون" **Paul livenson** مصطلح أحدث وسائل الإعلام الجديدة والتي يرى أنها تقوم بتنظيم وتوصيل الكلام إلى العالم وتسمح لجميع مستهلكي المعلومات أن يصبحوا منتجين وهذا يحدث في أي وقت يكتب فيه شخص ما تغريدة على تويتر أو يرفع فيديو على يوتيوب أو أي موقع آخر على الانترنت (لفنسون، 2015، 9) وعليه فمستخدم أحدث الوسائل الجديدة حسب لفنسون له سلطة في اختيار إنتاج المحتوى واستهلاك المحتوى الذي أنتجه غيره،

يفرق "بول لفنسون" بين ثلاث أنواع من الوسائل:

-وسائل إعلام تقليدية: الصحف والإذاعة والتلفزيون والتي ماتزال في مكانة قوية اليوم تقريبا كما في الماضي ذلك لأن حراس البوابة في هذه الوسائل يتخذون كل القرارات بشأن المعلومات والأخبار والتزفيه الذي سيظهر على صفحاتهم وشاشاتهم وبالتالي تستطيع الجماهير الحصول على المعلومات بسهولة واستهلاكها ولكن ليس نشرها.

-وسائل إعلام جديدة: هي وسائل جديدة لكنها خاضعة لسيطرة تحريرية تماما مثل الصحيفة المطبوعة، مثلا موقع صحيفة النيويورك تايمز أو موقع أمازون اللذان يعملان مع الناشرين لا المستهلكين.

-أحدث وسائل الإعلام الجديدة: تسمح للمستهلكين أن ينتجوا وينشروا المحتوى بنفس سهولة استقباله واستهلاكه، فعلى الفايسبوك وتويتر واليوتيوب وجوجل بلس والويكيبيديا أو المدونة يستطيع أي شخص أن يبدع محتوى، فالكاتب والناشر غالبا ما يكونا نفس الشخص، المستهلكون المنتجون الذي يصل عددهم المتزايد الآن إلى مئات ملايين في جميع أنحاء العالم، لهذا نسمي هذا الاعلام ليس الجديد فحسب وإنما أحدث الجديد (لفنسون، 2015، 9-12)

من بين أهم وسائل الاعلام الجديدة المدونات، تقنية الواقع الافتراضي المعزز، الصحف الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، سنحاول أن نفصل في تحديد مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وإبراز أهم خصائصها.

مواقع التواصل الاجتماعي

تشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على شبكة الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع (كاتب، 2011، 4،5)

ويرى **عباس مصطفى صادق** أن في مواقع التواصل الاجتماعي يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة حيث يتبادلون الأفكار والمعلومات ويتصلون ببعضهم البعض ويحدثون وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم (صادق، د.ت، 100)

في حين يشير بعض الباحثون إلى أن هذا المفهوم يستخدم لوصف مجموع التكنولوجيات الرقمية التي يتم توظيفها لتقاسم المعلومات ومناقشتها وتبادل التجارب الإنسانية بين مستخدميها وذلك بطريقة أكثر فاعلية قائمة على التفاعل وبناء العلاقات الاجتماعية بصيغ تختلف عن تلك الموجودة في الواقع الفيزيائي (نبيح، 2013، 80)

يعرفها **وائل مبارك خضر فضل الله** بأنها صفحات الويب التي يمكن أن تسهل عملية التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات (زاهر، د ت، 21)

وعليه يتفق مجمل الباحثون على اعتبار هذه المواقع شبكات اجتماعية تقوم على أساس الاتصال التفاعلي من خلال تبادل الملفات على اختلاف أنواعها، كما تسهل الحياة الاجتماعية من خلال توطيد وتعزيز العلاقات الاجتماعية، فهي مواقع تفاعلية، إخبارية، تعبيرية بالإضافة إلى كونها مواقع ترويجية فهي تستخدم من طرف الهيئات والمؤسسات من أجل إقناع الجمهور بمختلف السلع والخدمات الجاهزة للاستهلاك.

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتصف الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين، ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردها فيما يلي: (حويوي، 2016، 8)

- أ- **التفاعل والتحاور**: السمة الأساسية لهذه المواقع هو الاتصال ذو الاتجاهين الذي يكون فيه الفرد مستقبلاً متلقياً ومرسلاً مدوناً في ذات الوقت فهي تلغي قواعد الإعلام التقليدي في البث والتلقي وتفتح المجال على مصراعيه للتحاور والتفاعل والمشاركة الفعالة للأفراد
- ب - **العالمية**: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية من خلال تمكين المتفاعلين من تجاوز الإكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات الحضور وطقوس المكان، حيث يستطيع الفرد التواصل مع غيره في أقصى الأرض وأدناها بكل بساطة وسهولة
- ج- **المشاركة الجماعية**: تشجع هذه الوسائل كل الأفراد المهتمين بموضوع ما على المساهمة في التبادل والتغذية الراجعة، كما تتيح هذه المواقع خاصية إنشاء مجموعات لها نفس الاهتمامات بمسمى معين وأهداف محددة، كما توفر أيضاً لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر (شفيق، 2011، 184، 183)
- أ- **التنوع وتعدد الاستعمالات**: فقد يستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء....

عموماً يمكن حصر أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في النقاط التالية:

- تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالسرعة الفائقة مقارنة بالتواصل التقليدي بين الأفراد والجماعات
- في مواقع التواصل الاجتماعي لا يقتصر دور المشارك فيها على تلقي المعلومات بل يمتد هذا الدور إلى المساهمة في إثراء النقاش
- يحس الأفراد الذين يتواصلون فيما بينهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بحرية أكبر في التعبير عن مواقفهم وآراءهم إزاء القضايا المختلفة موضوع النقاش. (بوغرة، 2014، 464،

أهم مواقع التواصل الاجتماعي: بدأت شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور على الويب في منتصف العقد الأخير من القرن المنصرم ومنها شبكة **(كلاس ميتس)** للربط بين زملاء الدراسة في عام 1995، ومن أشهر الشبكات أو المواقع المتواجدة حالياً نجد:

موقع فايسبوك: شبكة اجتماعيه يمكن الدخول اليها مجانا وتديره شركة " فيسبوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام اليها، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، يمكن للمستخدمين اضافة اصدقاء الى قائمة اصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وايضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الاصدقاء بأنفسهم كما وعرف الموقع نفسه في صفحة التسجيل بان الفيسبوك موقع ذو نفع اجتماعي، لأنه يربطك بالناس المحيطين بك (السعدي، 2015، 162)

فالفيسبوك موقع إلكتروني خاص بالتواصل الاجتماعيّ، يتمكّن المُستخدِم من خلاله من التواصل والتفاعل مع الأصدقاء، والعائلة، والزملاء، أو أيّ مُستخدِم آخر للموقع،

مزايا الفاييسبوك

يُوجد العديد من المزايا التي يتمتع بها موقع الفيس بوك، ومنها ما يأتي:

- إمكانية ضبط إعدادات الخصوصية بحيث يُحدد الأشخاص المسموح لهم برؤية المحتوى الذي ينشره المُستخدِم.

- إجراء الدردشة التفاعلية بين المُستخدِمين.

-إضافة التعليقات على مُشاركات المُستخدِمين الآخرين.

-إمكانية نشر مقاطع فيديو بخاصية البث المُباشر.

- حظر أيّ محتوى ضار يُنشر من خلال الموقع، حيث يُبلِّغ عن المُستخدِم الذي ينشر هذا المحتوى ويُحظر من قبل إدارة الموقع.

- توافر الموقع بلغات مُتعددة تصل إلى 37 لغة مُختلفة.

-الوصول إلى بعض الألعاب الإلكترونية وتشغيلها. (<https://mawdoo3.com>)

-لوحة الحائط Wall، وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأيّ

مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم

-النكزة، poke وهي تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به (نبيح، 2013، 101)

-الصور، photos وهي الخاصة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها

-الحالة، status حيث تتيح هذه الخاصة للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وبما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي (بوسيف، 2015، 122)

-الهدايا، Gifts تتيح هذه الميزة للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

-السوق Marketplace، وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجاناً

بالإضافة إلى كل هذه المميزات فإمكان المستخدم إنشاء حساب مجاني بطريقة سهلة.

تعريف الثقافة:

هي طريقة الحياة التي تتمكن جماعة بشرية من تأسيسها لتكون مقبولة من جميع أفراد الجماعة وملائمة لهم كمجموع، وهي طريقة تتضمن أساليب الإدارة وآليات ونمط التفكير، وآداب السلوك والمعتقدات أو منظومة الأخلاق والقيم التي تحكم الجماعة وكذلك اللغة (عبد الحلیم، 2000، ص، 13).

وشكّل تعريف الباحث " تايلور " المنطق الأساسي والرئيسي للعديد من الدراسات الثقافية حيث اعتمده الباحثون نصاً مهماً في تحديد ماهية الثقافة وتحديد عناصرها المعنوية والسلوكية حيث يرى " تايلور " أن الثقافة هي: " الكلّ المركب الذي يشتمل على المعارف والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والتقاليد وكل القابليات (الممكنات) التي يكتسبها الفرد باعتباره عضواً في المجتمع (سعيد، 2013، 52).

أما " كلايد كلاكهون " فقد قدم مفهوماً للثقافة على النحو التالي:

يقصد بالثقافة جميع مخططات الحياة التي تكوّنت على مدى التاريخ، بما في ذلك المخططات الضمنية والصريحة والعقلية واللاعقلية وغير العقلية، وهي موجودة في أي وقت كموجهات لسلوك الناس عند الحاجة (الجوهري، 1997، 63).

انطلاقاً من التعريفات السابقة يتبين أن الثقافة سلوك مكتسب مرتبط مباشرة بالإنسان الذي يعيش في إطار جماعة.

وظائف الثقافة:

- الثقافة وسيلة للتماسك الاجتماعي.
- الثقافة تسهّل عمليات التفاعل والتواصل بين الناس من خلال رموزها.
- الثقافة تكسب الأفراد اتجاهات السلوك باعتباره عضو في مجتمع يتميز. بسمة اجتماعية، أو خلفية معينة.
- الثقافة تشبع حاجات الناس وتزودهم بالآليات التي تمكنهم من الحصول على متطلبات اليومية.
- الثقافة تقدّم للفرد تفسيرات مستمدة في الغالب من إطار أخلاقي أو عقائدي راسخ لكل المتغيرات الثقافية الإيجابية منها أو السلبية (حمص، 2009، 100)
- يتبين مما سبق أن الثقافة طريقة للحياة ووسيلة للترابط والتماسك الاجتماعي فهي تؤدي أدواراً لا غنى عنها في المجتمع كما أن وظائفها كثيرة ومتشعبة إلا أن أهم جانب فيها أنها مستمدة من قيم المجتمع الذي توجد فيه وهذا ما يجعلها حسب تعبير كلاكهون مخطط للحياة موجه لسلوك الناس.

الثقافة الرياضية:

هي مجموعة من القيم الاجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية التي تنصب في خلق الأفضل والأحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية يستند إليها نشاط الفرد في المجالات المختلفة أو في المجتمعات المختلفة (علاوي، 1998، ص: 120)

هي مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون والأنشطة الرياضية المختلفة التي يكتسبها الفرد من البيئة ويُزود من خلالها خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو القراءة لتلك الأنشطة (عويس عبد الرحيم، 1998، 56-57).

وتمثل الثقافة الرياضية أحد فروع الثقافة العامة التي تعتمد الثقافة العريضة المبنية على مختلف نواحي المعرفة الإنسانية، لتساهم في تمكين الفرد من القيام بواجباته ومسؤولياته التربوية والمهنية، ولكي يقوم الفرد بهذا الدور عليه أن يفكر ويتحدث ويفهم ويعبر عن مهنته ليجعلها قريبة إلى أذهان الناس ويجد لها المؤيدين، والراغبين المشجعين وهذا لا يتم إلا من خلال ثقافة رياضية تستند وتتربط مع ثقافة عامة، أي توظيف العام لخدمة الخاص (الهاشمي، 2002، 88).

والثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعدت المفهوم البدني للبحث لتشمل المفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترفيهية والثقافية وهي وسيلة مهمة من وسائل تعميق صلة المواطن بوطنه وواقعه، إن ما سبق ذكره لا يجري بشكل عفوي وإنما بشكل مبرمج سواء في المدارس أو الكليات أو عن طريق التلفزيون (إبراهيم بن صالح، 2017، 125) أو من خلال وسائل الإعلام الجديدة بمختلف وسائطها، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي- خصوصا الفايبروك- تزخر بصفحات متنوعة الهدف منها تثقيف المستخدمين رياضيا سواء من الناحية المعرفية أو الصحية أو الاجتماعية أو التربوية.

2- الثقافة الصحية:

هي وسيلة تساعد الناس على العيش ب حياة صحية وتساهم في الوقاية من التعرض للأمراض بجميع أنواعها، فعندما يحافظ الأفراد على صحتهم ينعكس ذلك على المجتمع كاملا ويقلل من انتشار الأمراض، وبالتالي يزداد الوعي نحو طبيعة الإصابة بمرض ما وأسباب حدوثه والأعراض التي تظهر على المصاب والطرق المناسبة والصحيحة لعلاجها. وتعد الثقافة الصحية عملية مستمرة مبنية على مجموعة من المعارف الأساسية والتي تهدف إلى تغيير سلوك الأفراد وجعلهم أكثر اهتماما بصحتهم، عن طريق إتباع أسلوب معين في توجيه المعلومات الصحية إلى كافة الأشخاص مهما كانت أعمارهم (خضر، 2016).

وتعتمد الثقافة الصحية حتى تحقق أهدافها على العناصر التالية:

- الرسالة الصحية: هي المحتوى الذي يتكون من معلومات صحية عامة، أو حول مرض معين، وتحتوي على كافة التفاصيل التي تساهم في وصف الحالات الصحية للأفراد.
- المثقف صحياً: هو الشخص الذي يمتلك كافة المعلومات والخبرة والكفاءة المناسبة من أجل تقديم الشرح المناسب للأشخاص الآخرين، حول الثقافة الصحية.

- **المستهدفون من الثقافة الصحية:** هم مجموعة الأشخاص الذين يسعى المثقف صحياً أن يوصل لهم الرسالة الصحية بشكل مناسب، حتى يتمكنوا من استيعابها، وفهمها وتطبيقها في حياتهم اليومية.

- **وسيلة التثقيف الصحي:** هي الطريقة المتبعة في توصيل الرسالة الصحية من المثقف صحياً إلى المستهدفين من الثقافة الصحية، مثل عقد المحاضرات أو طباعة الكتيبات التي تحتوي على كافة معلومات الثقافة الصحية (خضر، 2016).

مجالات الثقافة الرياضية:

للثقافة الرياضية عدّة مجالات، اقتصادية، سياسية، معرفية، صحية، اجتماعية وتربوية، وسوف نركز على بعض المجالات كالتالي:

1-المجال المعرفي للثقافة الرياضية:

المعرفة الرياضية هي العمليات التي تقوم باختزان المعلومات، حيث تستند الثقافة المعرفية بالأساس على عمليات الإدراك، الاكتشاف التعرّف، التخيل، الحكم، التفكير والتي من خلالها يحصل الفرد على المعارف والفهم الإدراكي، والمعرفة مفهوم له عدة معان، فهناك المعرفة التي تسعى إلى التعرف إلى نشاط العقل، وكذلك حالات العقل الداخلية، والتي تتمثل في التفكير والاستيعاب والتركيز، والتعلّم والفهم والتذكر، وحلّ المشكلات وهي عمليات كلّها أساسية، وهناك المعرفة التي هي مجموعة متباينة من الاستعدادات والقدرات العقلية وذلك كالدراسة، والفهم والإدراك والتخيّل والتعميم والاستدلال، لذلك فإن الناتج المعرفي يعتبر هو المحصلة النهائية لاكتساب التحصيل وتكوين المفاهيم والتكوينات الذهنية (إسماعيل عبد الفتاح، 2001، 56).

وتتمثل أهم الأهداف المعرفية في المجال الرياضي فيما يلي:

- معرفة التاريخ الرياضي والأبطال.

- معرفة المفاهيم والمصطلحات السائدة في النشاط.

- معرفة الأداء الحركي الصحيح لكل نشاط.

- معرفة قوانين وقواعد الألعاب الرياضية.

- معرفة الخطط المتبعة في النشاط الممارس.

- معرفة قواعد الأمن والسلامة لتجنب الإصابات.

- معرفة المعلومات الصحية العامة.
- معرفة القيم الاجتماعية المناسبة.
- معرفة المهارات الترويحية لممارستها وقت الفراغ.
- معرفة الأداء الفني للمهارات (إسماعيل عبد الفتاح 2001، 58).

الإطار التطبيقي للدراسة

قراءة وصفية تحليلية لمحتوى مجموعة " الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك ":

-التعريف بمجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك:

هي مجموعة شبابية جزائرية تعني بنشر كل ما له علاقة بمجال الثقافة الرياضية، تأسست في 10 فيفري 2018، يديرها أمين بلعربي، وهو مدرب ويقوم بتنظيم المجموعة وتولي عمليات البحث.

تعرف المجموعة بنشاطها في المجال الرياضي، خصوصا الصّحي منه، حيث يقوم مسير الصفحة بنشر كل ما له علاقة بالصحة الرياضية وبالعملية التدريبية.

يستقي مسير المجموعة المعلومات من مختلف الوسائل المتاحة ويستعين في كثير من الأحيان بأطباء ومتخصصين من أجل تأكيد المعلومات والاستقاضة في شرح وتحليل كل ما له علاقة بالمجال المعرفي والصحي.

الهدف من إنشاء هذه المجموعة هو خلق فضاء تفاعلي من أجل تثقيف الأفراد صحيا ومعرفيا في المجال الرياضي.

أولا: عرض وتحليل نتائج فئات المضمون لمنشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك

1. فئة الموضوع:

الجدول رقم (01) يمثل طبيعة الموضوعات التي تناولتها منشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر

الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	فئة الموضوع
3.7	1	المواضيع المعرفية
14,81	4	آداب وأخلاقيات مهنة التدريب في المجال الرياضي نصائح ومعلومات للرياضيين

11,11	3	التعرف على بعض الرياضات وفائدتها	
3,7	1	خطر تعاطي المنشطات في الرياضة العالمية	
3.7	1	الأطفال والرياضة	
7.40	2	التخطيط والتدريب الرياضي	
18.51	5	تمارين للتخلص من بعض الأمراض	المواضيع الصحية
22.22	6	فوائد بعض الأغذية لصحة الجسم	
11.11	3	نصائح وتمارين لصحة الجسم	
3.7	1	تقديم الإسعافات الأولية للرياضيين	
100	27		المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن المضامين التي تركز عليها منشورات مجموعة الثقافة الرياضية هي المواضيع الصحية حيث نجد بالدرجة الأولى وبنسبة 22.22 % المواضيع ذات العلاقة بفوائد بعض الأغذية للجسم ، تليها المواضيع التي تهتم بالتمارين الرياضية للتخلص من بعض الأمراض وذلك بنسبة 18.51%، وهي مواضيع صحية أيضا ثم المواضيع التي تقدم فيها نصائح ومعلومات للرياضيين والتي تقع تحت فئة المواضيع المعرفية و نسبتها 14,81 % ، كما نجد أن نسبة 11.11 ينقسمها نوعان من المواضيع ،أحدهما ينتمي إلى المواضيع المعرفية ويهتم بالتعرف على بعض الرياضات وفائدتها أما الآخر فينتمي إلى المواضيع الصحية ويتعلق الأمر بتقديم نصائح وتمارين لصحة الجسم وبعدها نجد المواضيع التي تهتم بالتخطيط والتدريب الرياضي وهي تنتمي إلى فئة المواضيع المعرفية بنسبة 07.40 % ، لتأتي بعدها مباشرة المواضيع المعرفية التالية آداب وأخلاقيات مهنة التدريب في المجال الرياضي ، خطر تعاطي المنشطات في الرياضة العالمية، الأطفال والرياضة، بالإضافة إلى المواضيع الصحية المتعلقة بتقديم الإسعافات الأولية للرياضيين جاءت كل هذه المواضيع بنفس النسبة والتي تبلغ 3.7%

من خلال هذه الأرقام نلاحظ أن مجموعة الثقافة الرياضية تعرضت للعديد من المواضيع الصحية والمعرفية حيث لاحظنا أنها أولت اهتماما بالغا للمواضيع الصحية على حساب المواضيع المعرفية حيث ركزت في المرتبة الأولى و الثانية أيضا على مواضيع لها علاقة بصحة الرياضي والتي تشمل: الرياضة والتغذية ، أهم فوائد الليمون للجسم ،أفضل أربع وجبات قبل التمرين ،فوائد

شرب الماء ، الغذاء والتحكم في وزن الجسم ... وغيرها حيث حرصت على تزويد المتابعين سواء كانوا رياضيين أولا بمعلومات دقيقة عن نوع الأغذية اللازمة للحفاظ على الصحة من جهة وعلى اللياقة البدنية من جهة أخرى ، كما تناولت منشورات المجموعة عبر الفايسبوك في المرتبة الثانية المواضيع الصحية أيضا من خلال التركيز على تقديم تمارين للتخلص من بعض الأمراض والآلام مثل آلام الظهر وآلام العضلات وغيرها من المواضيع المهمة والمفيدة ، وفي المرتبة الثالثة ركزت الصفحة على عدة مواضيع معرفية قدمت على شكل نصائح ومعلومات للرياضيين مثل موضوع نصائح ومعلومات حول التعرق بالإضافة إلى نشرها مواضيع كثيرة أخرى متفاوتة الأهمية جاءت في المراتب الأخيرة من الترتيب مثل موضوع آداب وأخلاقيات مهنة التدريب في المجال الرياضي و موضوع إصابة ضلع مفصل الكتف، تقديم مجموعة من الوصفات لمن يعاني من الكسل الشديد والحمول المصاحب بكثرة النوم وقلة النشاط (الوصفات مصحوبة بصور). نشر برامج تأهيلية مختلفة مثل نشر برنامج تأهيلي خاص بالإصابة بالعضلة الضامة وكذلك مواضيع ذات علاقة بالإسعافات الأولية التي يتوجب القيام بها أثناء مختلف الإصابات ...

وبالنظر إلى جميع هذه المواضيع المنشورة يمكننا القول إن مجموعة الثقافة الرياضية ركزت من خلال منشوراتها على مواضيع لتثقيف المتابع رياضيًا وصحيا ومعرفيا.

2-فئة الأهداف:

الجدول رقم (02) يمثل الأهداف المراد تحقيقها من خلال نشر مواضيع الثقافة الرياضية على

الفايسبوك

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
نشر المعرفة الرياضية	9	33.33
الوعي الرياضي الصحي	10	37.03
أهداف تثقيفية	3	11.11
أهداف تربوية	2	7.4
وقاية	3	11.11
المجموع	27	100

- يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه تصدر أهداف الوعي الرياضي الصحي الترتيب الأول بنسبة 37.03%، تليها في الترتيب الثاني أهداف نشر المعرفة الرياضية بنسبة

33.33%، ثم الأهداف التثقيفية والوقائية بنفس النسبة في الترتيب الثالث 11.11%، وفي المرتبة الأخيرة نجد الأهداف التربوية بنسبة 7.4%،

- ويمكن تفسير هذه النسب بأن المجموعة أنشئت من أجل التثقيف الصحي في الأساس وهي أيضا من بين أهم الأهداف التي يصبوا إليها مسيري المجموعة من خلال مساعدة المستخدمين والمنضمين إلى المجموعة الفايسبوكية على العيش بحياة صحية ووقايتهم من التعرض للأمراض بجميع أنواعها بالإضافة إلى الأهداف الأخرى مثل نشر المعرفة الرياضية التي جاءت في المرتبة الثانية لتؤكد أن هذه المجموعة تهتم أيضا بالجانب المعرفي الذي يسمح بتكوين المفاهيم ذات العلاقة بالرياضة واستيعابها وإدراكها بطريقة صحيحة مثل معرفة الخطط المتبعة في النشاط الممارس أو معرفة قواعد الأمن والسلامة لتجنب الإصابات أو غير ذلك أما الأهداف المتبقية فاحتلت المراتب الأخيرة وهذا لا يرجع لعدم أهميتها وإنما لأنها ليست ضمن الاهتمامات الأساسية لمسيري المجموعة

الجدول رقم (03) يمثل فئة الفاعلين أي المحركين الأساسيين في المضمون

الفاعلين	التكرار	النسبة المئوية
المسؤول عن المجموعة	24	88.88
خبير رياضي	3	11.11
المجموع	27	100

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن أهم فاعل في المجموعة هو المسير أو المسؤول عن المجموعة وقد جاء في المرتبة الأولى بنسبة 88.88 يليه في المرتبة الثانية الخبير الرياضي بنسبة 11.11 وهي نسبة قليلة مقارنة بالنسبة الأولى التي تؤكد أن أصحاب المجموعة حريصون على إعطاء الأفضل لمنتبعيهم وعلى انتقاء ما يقومون بنشره بحرص شديد، ويتضح ذلك جليا إذا علمنا أن المسؤول عن المجموعة يمارس مهنة التدريب وهذا ما يؤكد خبرته ودرايته بكل ما ينشره من مضامين ومعلومات.

ثانيا: عرض وتحليل نتائج فئات الشكل لمنشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك

الجدول رقم (04) يمثل نوع الحامل الإعلامي

النسبة المئوية	التكرار	الحامل الإعلامي
18.51	5	نص مكتوب
11.11	3	صور
70.37	19	نص مكتوب مع صور
100	27	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أهم حامل إعلامي اعتمدت عليه مجموعة الثقافة الرياضية هو النص المكتوب مع الصور بنسبة 70.37%، يليه النص المكتوب بنسبة 18.51%، ثم الصور بنسبة 11.11%.

نلاحظ أن مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك تستخدم النص المكتوب المرفق بالصور بشكل أساسي ويرجع ذلك إلى اعتبار الصورة المصاحبة للنص وسيلة من الوسائل المؤكدة على المعنى الموجود في النص والمساعدة على الفهم والإيضاح، ويتم اعتمادها من أجل التبليغ والإفهام، كما أن بين النص والصورة روابط مشتركة فالصورة تساعد الرسالة لتكون أكثر قوة كما أنها تأخذ النص من السطحية إلى العمق لأن لها قدرة كبيرة في التأثير على الحواس والجوانب العاطفية والوجدانية لدى الأشخاص فضلا عن الجوانب العقلية ويقول الباحثون في هذا الإطار أن العلاقة بين الصورة والنص علاقة تكاملية إذ أن كل منهما يوضح الآخر ويبرزه ويؤكد صحته، فالصورة تؤكد ما كتب من نصوص والنصوص توضح ما وراء الصورة وحين تكون الصورة والنص متسقين يكون المعنى قوي والموضوع يصل لغايته (زقروق، 2021) وهذا ما تفتن له مسير المجموعة الذي غالبا ما ينشر مواضيع على شكل نصوص تصاحبها صور معبرة ومدعمة لما كتب .

جدول رقم(05) يمثل اللغة المستخدمة في منشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك

اللغة	تكرار	نسبة مئوية %
لغة عربية	18	66.66
مزيج بين اللغتين العربية والفرنسية	9	33.33
المجموع	27	100

أظهرت أرقام الجدول أعلاه أن استخدام اللغة العربية كلغة تواصل مع المتابعين كان كبير حيث سجلنا نسبة 66.66%، بينما استخدام المزيج بين اللغتين العربية والأجنبية جاء بنسبة 33.33%

إن استخدام اللغة العربية بشكل أساسي في تقديم المضامين يدل على اهتمام المجموعة بالمتابعين وحرص مسيروها على وصول المعلومة لهم بشكل صحيح ومفهوم وواضح فاستيعاب المتابع للمضمون يعتبر من الأمور الضرورية التي تسمح ببقاء المجموعة واستمراريتها وقد استخدم المزيج اللغوي في المواضيع التي تعنى بشرح بعض المصطلحات والمعلومات الخاصة بالميدان الرياضي مثلا شرح طريقة الإعداد البدني، شرح الاختبارات المستخدمة في قياس التوازن، توضيح كيفية التخلص من آلام العضلات بعد النشاط الرياضي، شرح بعض الأمراض... وغيرها

أشكال التفاعل مع محتوى المنشورات

الجدول رقم (06) يمثل الإعجابات بمنشورات المجموعة

الإعجاب	التكرار	النسبة المئوية
لا يوجد	0	0
محدود	27	100
متوسط	0	0
قوي	0	0
المجموع	27	100

يتبين من خلال الأرقام والنسب الموضحة في الجدول أعلاه أن التفاعل في مجموعة الثقافة الرياضية ضعيف نوعا ما مقارنة بغيرها من المجموعات التي تنشط في نفس المجال حيث لاحظنا أن كل المنشورات محل الدراسة أعجب بها المتابعين إلا أن عدد الإعجابات كان ضئيل حيث أنه لم يتجاوز العشرين إعجابا في كل المنشورات التي تنتمي إلى عينة الدراسة وعليه فقد صنفناها ضمن التفاعلات المحدودة فقد عبر المتابعون عن إعجابهم بكل المواضيع المنشورة عبر المنصة بنسبة 100 لكن نسبة التفاعل كانت ضعيفة

جدول رقم (7) يمثل عدد مشاركات المنشور

الإعجاب	التكرار	النسبة المئوية
لا يوجد	24	88,88
محدود	3	11,11
متوسط	0	0
قوي	0	0
المجموع	27	100

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن المنشورات التي لا توجد فيها مشاركة تتغلب على المنشورات التي شارك من خلالها أعضاء المجموعة أصدقاءهم المجموعة محتويات، فقد بلغت نسبة عدم المشاركة 88,88 مقابل 11,11 وهي نسبة محدودة

جدول رقم (8) يمثل التعليق على المنشورات

التعليق	التكرار	النسبة المئوية
لا يوجد	24	88,88
محدود	3	11,11
متوسط	0	0
قوي	0	0
المجموع	27	100

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن المنشورات التي لا يوجد فيها تعليق تتغلب على المنشورات التي علق عليها أعضاء المجموعة، فقد بلغت نسبة عدم 88,88 مقابل نسبة 11,11 وهي نسبة محدودة

يتنوع أشكال تفاعل المشتركين في المجموعة مع المنشورات، ومن بين أشكال التفاعل، نجد الإعجاب، التعليقات ومشاركة المحتوى.

المنشورات التي تفاعل معها المشتركين عن طريق ما يعرف بعملية التعليق على المحتوى. حيث يرى المختصون أن عملية التعليق هذه أو التعليق على محتوى المنشور هي عملية إضافة مبدعة للمنشور وليست مجرد رد لا يلتفت له.

إن الاهتمام بالتعليق قد جعله على قدم المساواة مع المبادرة بالإرسال، وقد أصبحت بعض المواقع تضيف للتعليق إمكانات الفيديو والصوت والصورة والرسوم التعبيرية، بالإضافة لإمكانات التعليق النصي (حسين علي إبراهيم الفلاحي، 2017، 62).

من خلال تفاعل المستخدمين مع منشورات صفحة " الثقافة الرياضية " لاحظنا اعتماد المتفاعلين على التعقيب من خلال الإعجاب بالإضافة إلى بعض التعليقات التي كانت في الغالب تشكر المجموعة على المنشورات ذات الأهمية البالغة، أما عدد المشاركات فقد كان أيضا محدودا بالنسبة لهذه المنشورات التي وجدنا أنها جدّ معبّرة وغنية بالمعلومات المعرفية. ويرجع سبب تفضيل المتفاعلين التجاوب من خلال الإعجاب نظرا لكونها أكثر تعبيراً في بعض سياقات التلقي من الكتابة النصية.

النتائج العامة للدراسة:

تمكنا من خلال دراستنا الحالية التي عالجنا فيها تجليات الثقافة الرياضية من خلال الميديا الجديدة وبعد تحليل عينة من منشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر موقع الفايسبوك من الوصول إلى مجموعة من النتائج:

- اهتمت مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك بنشر المواضيع الصحية بالدرجة الأولى ثم المواضيع المعرفية

- من أهم أهداف منشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك الوعي الرياضي الصحي تليها أهداف نشر المعرفة الرياضية ثم الأهداف التثقيفية والوقائية وفي الأخير نجد الأهداف التربوية.

- أهم الفاعلين على صفحة مجموعة الثقافة الرياضية مسؤولي المجموعة، ثم الخبراء في مجال الرياضة.

- خلصت الدراسة إلى أن منشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك اعتمدت على النص المكتوب المصحوب بالصورة بشكل أساسي ثم النص المكتوب ثم الصور.

- توصلت الدراسة إلى أن منشورات مجموعة الثقافة الرياضية عبر الفايسبوك اعتمدت على اللغة العربية الفصحى بصفة أساسية في أغلب منشوراتها ثم على المزج بين اللغتين العربية والأجنبية بدرجة أقل وتمثلت اللغة الأجنبية في أغلب الأحيان في اللغة الفرنسية.

- بالنسبة لأشكال التفاعل مع محتوى المنشورات فقد تنوعت أشكال تفاعل المشتركين في المجموعة مع المنشورات، ومن بين أشكال التفاعل، الإعجاب، التعليقات ومشاركة المحتوى وقد كان عددها محدودا مما جعلنا نستنتج أن التفاعل في مجموعة الثقافة الرياضية جد محدود على الرغم من وجود محتوى هادف.

خاتمة:

من خلال العرض السابق نصل إلى نتيجة مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بفعالية في نشر الثقافة الرياضية من خلال مختلف المواقع.

ويعتبر موقع الفايستوك من أهم المواقع انتشارا وسهولة في الاستخدام لذا يستخدمه بعض الأفراد من خلال إنشاء مجموعات تعني بقضايا تفيد المجتمع وتساهم في تثقيفهم وتنمية قدراتهم الفكرية.

وتعتبر مجموعة " الثقافة الرياضية " من بين المجموعات التي تحاول-من خلال منشوراتها- نشر ثقافة رياضية تتسم بالدقة والاتزان العلمي والمعرفي للوصول إلى الهدف المنشود وهو نشر الثقافة الرياضية في المجتمع.

المراجع**1- الكتب:**

- إسماعيل كمال، عبد الفتاح أحمد (2001)، الثقافة الصحية للرياضيين، دار الفكر العربي، بيروت.
- علاوي محمد حسن (1998) علم النفس الرياضي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- عبد الحليم، عبد العاطي عباس (2000)، نموذج فلسفي لمنهج التربية البدنية والرياضية في سياقات الثقافة العربية الإسلامية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة.
- حمص محسن (2009)، المرشد في تدريس التربية الرياضية، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر.
- الهاشمي علي (2007) تأثير الحصار على الثقافة الرياضية لأساتذة التربية الرياضية، دار النهضة، مصر.
- سعيدي محمد (2013)، الأنثروبولوجيا، مفهومها وفروعها واتجاهاتها، دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- السعدي ناصيف جاسم مؤيد (2015) الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفايستوك، ط1، مؤسسة ألفا للوثائق ونشر واستيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة، الجزائر
- الجوهري محمد (1997) الأنثروبولوجيا أسس نظرية وتطبيقات عملية، دار المعرفة الجامعية، مصر
- لفنسون بول (2015) أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة ربيع هبة، دار الفجر، القاهرة
- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، الأردن.
- حسنين شفيق (2011)، الإعلام الجديد، الاعلام البديل: تكنولوجيا جديدة: عصر ما بعد التفاعلية، دار فكرون للطباعة والنشر والتوزيع.
- الفلاحي حسين علي إبراهيم، (2017) التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد، نمط اتصالي جديد...استخدامات متعددة، ط1، دار الكتاب الجامعي.
- شقرة علي خليل (2014)، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن

-المذكرات والأطروحات

- بورويبي عبد الهادي (2019) تفاعل الشباب مع الخطاب السياسي الرسمي من خلال شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك: دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجزائري "، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- شحاذة عثمان محمود (2009)، أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية ي نشر الثقافة الرياضية بين طلبة ديالي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي، العراق.
- حويوي نيشال (2015-2016)، دور مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في ترويج الخدمات السياحية: دراسة حالة وكالة هارماس للسياحة والسفر "، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية.
- بوسيف جمال (2020) مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان، دراسة وصفية تحليلية لعينة من المجموعات التي تدعو للحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفايسبوك، أطروحة دكتوراه، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.
- نبيح أمينة (2013)، اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي: دراسة ميدانية لمستخدمي فايسبوك في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال.

-المجلات العلمية:-

- راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- بن صالح إبراهيم (2017)، الثقافة الرياضية وعلاقتها بالقنوات الفضائية الرياضية، مجلة متون، العدد 2، المجلد 9.
- بوغرة باديس (2014)، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014

- مناجلية الهذبة (2016) الإعلام الجديد...الواقع والخصائص، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 7، عدد 10.

-الملتقيات والمؤتمرات

- _ جلولي مختار، نوار سمية (2021) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاستهلاكي للمواطن الجزائري دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك OPOCE على الفايسبوك.
- الملتقى الوطني الأمن الغذائي وحماية المستهلك في الجزائر 10 فيفري 2021، مخبر الاتصال والأمن الغذائي
- كاتب سعود (2011)، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي-جامعة الملك عبد العزيز-جدة المملكة العربية السعودية

-مواقع إلكترونية

- <http://mawdoo3.com>

- <https://www.almrsal.com>