

## الشباب الجزائري والإعلام الرياضي عبر السوشيال ميديا

-دراسة في آثار صفحات الفايسبوك على عينة من مستخدميها-

## Algerian youth and sport's information via Social Media

A study on the effects of Facebook pages users'

يوسف ذيب<sup>1</sup>، حجام الجمعي<sup>2</sup>Dib Youcef<sup>1</sup>, Hadjam Eldjemai<sup>2</sup>

جامعة أم البواقي / مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة جامعة قسنطينة 3 / youcefddb2020@gmail.com

جامعة أم البواقي / مخبر الاتصال والمجتمع جامعة المسيلة / hadjameldjemai@gmail.com

تاريخ النشر: 2020/12/22

تاريخ القبول: 2020/09/06

تاريخ الاستلام: 2020/06/13

www.ajsp.cerist.dz/en/PresentationRevue/316

الملخص : تهدف دراستنا هذه الى الكشف عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات ذات المحتوى الرياضي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك، وانعكاساتها عليهم؛ بتبيان الآثار المعرفية، السلوكية، والوجدانية التي تترتب عن هذا الاستخدام. وقد استندنا على مدخلين نظريين، هما الاستخدامات والأشباع، والإعتماد على وسائل الإعلام، واستخدمنا منهج المسح الوصفي، موظفين أداة استمارة الاستبيان الإلكتروني، أجاب عن أسئلتها 200 شاب مستخدم للصفحات الرياضية عبر شبكة الفايسبوك تم اختيارهم بطريقة العينة العرضية. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها أن الشباب الجزائري المستخدم للصفحات الرياضية عبر فايسبوك يخصص لذلك حيزا زمنيا مقبولا ويفضل العزلة في هذا الاستخدام، كما أنه يفضل المنشورات التي تحتوي على وسائط متعددة، ومن بين الآثار المترتبة عن هذا الاستخدام تعزيز البعد المعرفي بالإطلاع المستمر على أخبار الرياضة، وأيضا التنفيس عن المشاعر بإبداء الرأي والمشاركة في مختلف النقاشات الرياضية.

الكلمات المفتاحية: الشباب الجزائري، الاعلام الرياضي، شبكات التواصل الاجتماعي، صفحات الفايسبوك الرياضية، الاستخدام، الآثار.

Abstract : The aim of the current study is to reveal sport pages use by Algerian youth via Facebook social network, and its impacts, in order to highlight its cognitive, affective, and behavioral effects, outcomes of its usage. The study was based on two theoretical approaches, Gratification theory and Media Dependency theory. The survey was the followed method with the help of an electronic questionnaire distributed among 200 young Facebook sport pages users, selected according to a convenience sample. The study results accentuated the fact that young Algerian users of Facebook sports pages spent a reasonable amounts of time and tend to prefer a stay alone use, and also they prefer posts containing Multimedia, and one of the effects also is they stay constantly tuned on sports news, and a way to vent and express their feeling and opinion and take part in sports debates.

**Keywords:** Algerian youth, sport information, Social Media, Facebook, sport pages, use, effects.

الجانب النظري.

## 1-مقدمة وإشكالية الدراسة:

أحدثت تكنولوجيايات الاتصال بأجيالها المتعاقبة ثورة شملت مختلف العناصر المشكلة للبيئة الاتصالية، وساهمت تطوراتها المتلاحقة في إحداث تغييرات عميقة على مستوى الإنسان كمنتج ومستهلك لها وعلى مستوى الوسائط الحاملة للرسائل التي أصبحت تنتج بشكل مكثف وأني، ولقد مست هذه الطفرة مختلف مناحي الحياة والنشاطات الانسانية. ولعل من أبرز التكنولوجيايات الاتصالية التي أحدثت تغييرات عميقة في المجتمعات المعاصرة، وأثرت بوضوح في مختلف الأنشطة الانسانية وضاعفت من وتيرة نموها وسرعت حركية الأفكار فيها نجد الإنترنت، والتي مكّن التطوير المستمر لها والتحديث المتسارع لخدماتها من التوصل لأهم إفرانها وهي شبكات التواصل الاجتماعي، التي باتت دعائم تنقل التفاعل الانساني من أشكاله البسيطة في الفضاء التقليدي إلى أشكاله المعقدة في الفضاء الافتراضي بحدود هلامية، منتجة صورا جديدة للتواصل بإلغائها للحدود الزمكانية وإتاحة ذلك لجميع فئات المجتمع عن طريق الكتابة وتبادل الصور والفيديوهات، وحتى بناء قواعد علمية ومعرفية، ما جعل الاقبال عليها كثيفا، وهي التي فرضت سياقات تفاعلية افتراضية وفق علاقات جديدة ومجتمعات تنفرد بسمات فريدة، وفي الجزائر لايزال الإقبال على هذه الشبكات يسير بوتيرة متسارعة لاسيما من طرف الشباب، وتزامن ذلك مع الأحداث التي عاشتها البلاد في السنوات الأخيرة، وفي مختلف المجالات كالسياسة والرياضية وغيرها. وحسب تقرير صدر في شهر جانفي 2020، فقد بلغ عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 22 مليون مستخدم، وبزيادة 12% في ظرف 9 أشهر (slideshare.net). وتعد شبكة الفايسبوك من بين أهم شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداما وهذا لطبيعة التواصل الذي تتيحه والخدمات الكثيرة التي تقدمها، ومنها خدمة إنشاء مجموعات وصفحات لمستخدمين يمتلكون نفس الاهتمامات والميولات، لتنقل الفايسبوك من مجرد تقنية للتواصل إلى منصة تقدم خدمة إعلامية متخصصة لجمهورها من خلال محتوياتها، لتنافس بذلك الاعلام التقليدي لما تتيحه من مزايا.

ولقد ساهم التطور المذهل للفايسبوك في إحداث تغييرات جوهرية في الممارسة الإعلامية وبالتالي في طبيعة التأثير الذي يمارسه هذا الإعلام الجديد، ويعتبر الإعلام الرياضي من الأنواع الإعلامية المتخصصة التي وجدت لها مكانا عبر هذه الشبكة من خلال الصفحات

الرياضية التابعة لمؤسسات إعلامية أو هيئات أو حتى أشخاص عاديين، لكنه يختلف عن الأنماط الأخرى لخصوصية موضوعه وهو الرياضة، والتي لم تعد مجرد لعبة أو هواية أو نشاط بدني، بل تداخلت مع الأنشطة الأخرى كالاقتصاد والتجارة وحتى السياسة، ويضاف الى ذلك طبيعة الوسيلة الأمر الذي يجعل كل هذا عملية معقدة استقطبت اهتمام الدارسين والباحثين، وهو ما أردناه أيضا في دراستنا هذه واستنادا لمُدخلي الاستخدامات والاشباع والإعتماد على وسائل الاعلام بأبعاده المعرفية، السلوكية، والوجدانية، أن نتناول صفحات فايسبوك الرياضية من حيث الاستخدام والآثار، باعتبارها تحظى بمتابعة وتفاعل شريحة واسعة من جمهور المستخدمين عموما والشباب على وجه التحديد.

من هنا وقصد الاحاطة بمختلف جوانب الاشكالية طرحنا التساؤل الرئيس التالي:

- ماهي الآثار السلوكية والمعرفية والوجدانية المترتبة عن استخدام الشباب الجزائري لصفحات الفايسبوك الرياضية؟

ولحصر الموضوع في جوانب محددة نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي عادات تصفح الشباب الجزائري لصفحات الفايسبوك الرياضية؟

- ماهي أنماط تصفح الشباب الجزائري لصفحات الفايسبوك الرياضية؟

- ماهي الآثار السلوكية لصفحات الفايسبوك الرياضية على الشباب الجزائري؟

- ماهي الآثار الوجدانية لصفحات الفايسبوك الرياضية على الشباب الجزائري؟

- ماهي الآثار المعرفية لصفحات الفايسبوك الرياضية على الشباب الجزائري؟

أهداف الدراسة: لكل دراسة علمية أهدافا تسعى للوصول إليها كنتيجة حتمية للبحث، والتي تختلف باختلاف طبيعة الدراسة وتوجهها، ونحن نهدف الى وصف الظاهرة المدروسة من خلال جملة من الأهداف الفرعية والتي نوجزها كالتالي:

- وصف استخدام الشباب الجزائري لصفحات الفايسبوك الرياضية من خلال بعدي العادات والأنماط.

- الكشف عن الآثار المعرفية المترتبة عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية.

- الكشف عن الآثار السلوكية المترتبة عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية.

- الكشف عن الآثار الوجدانية المترتبة عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية.

2- مفاهيم الدراسة: تعتبر هذه الخطوة من أهم خطوات الدراسات العلمية، من أجل ضبط المعنى العام للمصطلحات، انطلاقا من اشتقاقها اللغوية، والتعاريف الاصطلاحية

للعلماء والمفكرين وفق ما يتماشى مع التوجه النظري للدراسة، وصولا الى التعريف الاجرائية من خلال أبعادها ومؤشراتها التي ستنقلنا فيما بعد الى الدراسة الميدانية. الشباب: هي مرحلة من المراحل العمرية، وقدمت هيئات دولية عدة تعاريف اعتمدت عامل السن كمعيار أساسي لتعريف الشباب، واتفقت -تقريبا- على بداية سن الشباب من سن 15 عاما، ولكنهم اختلفوا في نهاية فترة سن الشباب، فمنهم من أقر أن نهاية الفترة تنتهي عند سن 24 عاما، وآخرون أقروا أن نهاية فترة سن الشباب تنتهي عند سن 35 عاما. (صقر، 2019، ص 49)

وفي دراستنا نحدد مفهوم الشباب الجزائري اجرائيا بأنه كل جزائري مستخدم لصفحات الفاييسبوك ذات المضامين الرياضية ويكون سنه ضمن الفئة العمرية من 18 الى 35 سنة. الاعلام الرياضي: الإعلام هو نقل المعلومات أو المعرفة العلمية الى الجماهير العريضة عن طريق العمل الاتصالي عبر وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة وإذاعة وتلفزيون، من حيث هي أدوات اتصال وأيضا قنوات أو مسالك للاتصال بجانب كونها نظم اعلامية أصلية(حجاب، 2003، ص 416).

والرياضة يعرفها قاموس اكسفورد(www.oxfordlearnersdictionairies.com) بأنها نشاطات ومهارات بدنية، يتنافس من خلالها الفرد أو الجماعة بغرض التسلية. والإعلام المتخصص يعتمد على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة، ويستخدم كافة الإمكانيات الفنية والتقنية لوسائل الإعلام المختلفة لتعظيم قدراته على جذب الجمهور المستهدف، وتحقيق أعلى درجات التأثير والانتشار والإقناع.(حسين، 2006، ص 111) والإعلام الرياضي هو من نوع من الاعلام المتخصص يهدف الى نشر المعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القوانين والقواعد الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيهم الرياضي.(مهري، 2014، ص 126) -شبكات التواصل الاجتماعي: مواقع تتشكل على شبكة الويب، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عن حياتهم العامة أو شبه العامة، واتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهات نظر الأفراد او المجموعات.(حداد، 2019، ص 20)

-صفحات الفاييسبوك: خدمة من الخدمات التي يقدمها موقع الفاييسبوك، تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الاستفادة منها ومن ميزاتها التي تستقيها بشكل أساسي من الموقع

بحد ذاته، وتقوم فكرتها على انشاء وتصميم صفحة يتم فيها وضع بيانات مختلفة باختلاف توجه الصفحة والهدف من إنشائها. (حداد، 2019، ص26).

وفي دراستنا هذه نقصد بها اجرائيا صفحات الفايسبوك التابعة لهيئات رسمية أو مؤسسات اعلامية والصفحات غير الرسمية، والتي تهتم وتختص بالمجال الرياضي وتنشر مضامين عن الأنشطة الرياضية أو ذات العلاقة بها وتطرح وتعالج المواضيع والقضايا الرياضية.

-الأثار: يعتبر مفهوم الأثر من بين المفاهيم الأساسية في دراستنا، والمرتببط بالإطار النظري الذي قمنا بتبنيه فيها، فمن المهم أن نقف عنده بدقة من أجل تحديد أبعاده ومؤثراته.

جاء في القاموس الفرنسي "لاروس" الأثر effet هو "الانطباع الناتج عن شخص ما أو شيء ما: ما هو الأثر الذي خلفه الخطاب عليك" (www.larousse.fr)

في مجال الإعلام والاتصال يرى منير حجاب أنه "بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد" (حجاب، 2003، ص75)

واجرائيا هو مجموع الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، جراء الاستخدام الفعلي للصفحات ذات المضامين الرياضية عبر شبكة فايسبوك من طرف الشباب الجزائري.

-الاستخدام: بعد أيضا مفهوما محوريا في دراستنا هذه، ويعد من المفاهيم الشائعة والتي تم تناولها بكثرة في الدراسات الاعلامية. وهو "الاستعمال العادي لأي تقنية جديدة عن طريق وسائل خدمية مسهلة لاستخدام وظيفي في الحياة المهنية الخاصة". (دليو، 2012، ص55)

ويشير مفهوم الاستخدام في دراستنا هذه الى عادات وأنماط ودوافع الوصول والتصفح والتعرض للنشط والاختياري لمحتويات صفحات الفايسبوك ذات المحتوى الرياضي.

3- الدراسات السابقة: يعدّ اطلاع الباحث على الدراسات السابقة والمشابهة أو ما يعرف بالتراث العلمي، خطوة ضرورية تمكن الباحث من تكوين فكرة عامة تساعد في الإحاطة بجوانب الموضوع، وخلال محاولة اطلاعنا على التراث العلمي لم نجد دراسات مطابقة لدراستنا، إلا أننا وجدنا دراسات تلتقي معها في بعض المتغيرات، اخترنا منها دراستين كما يلي:

➤ الدراسة الأولى: الإعلام الرياضي في الفضاء الافتراضي، دراسة تحليلية (بوقرة وآخرون، 2019، ص158).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع الاعلام الرياضي عبر البيئة الالكترونية الجديدة متمثلة في الشبكات الاجتماعية ومميزاته، من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو واقع الاعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ ووظفت الدراسة المنهج الوصفي

وأداة تحليل المحتوى الإلكتروني لعينة من منشورات صفحة الهدف الدولي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك، وقد توصلت الى جملة من النتائج أهمها أن الإعلام الرياضي عبر الصفحة موضوع الدراسة يتميز بالتفاعلية وباستخدام الوسائط المتعددة، وبتنوع المضامين، ويواجه عديد العوائق منها منافسة القنوات التلفزيونية الرياضية.

➤ الدراسة الثانية: تأثير وسائل الاعلام الجديدة في الحد من العنف الرياضي وسط

الجمهوري الجزائري لكرة القدم، دراسة ميدانية(نمر، أوثن، 2019، ص 250)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة تأثير وسائل الإعلام الجديد في الحد من العنف وسط جمهور رياضة كرة القدم في الجزائر، من خلال طرح التساؤل الرئيسي: هل لوسائل الإعلام الجديد تأثير في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الرياضي؟ وقد استخدمت المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان موجهة على عينة مقدارها 100 مفردة من الجمهور الرياضي من جهة والإعلاميين الرياضيين من جهة أخرى، ومن أهم ما توصلت اليه أن زيادة العنف الرياضي يرتبط بشكل واضح بانتشار الاعلام الجديد وزيادة مواقع التواصل الاجتماعي.

4- نظريات الدراسة: إن الاستناد لإطار نظري في الدراسة العلمية له دور كبير في زيادة دقتها وضمان رصانتها، فتبني نظريات علمية يعطي تكاملا بنيويا لعناصر البحث، ويكون بمثابة الموجه خلال مختلف مراحل الدراسة والى غاية نتائجه النهائية، وقد استندنا الى مايلى:

➤ نظرية الاستخدامات والاشباعات:

قمنا بتوظيف مدخل الاستخدامات والاشباعات للكشف عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية عبر موقع فايسبوك وأهم الدوافع الكامنة خلف هذا الاستخدام، واعتمدنا على النظرية في صياغة تساؤلات ضمن استمارة الاستبيان وتحديد أبعاد الأسئلة الفرعية لقياس عادات وأنماط التصفح وكذا وضع المؤشرات المناسبة.

وتعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من بين النظريات التي أحدثت نقلة نوعية في تاريخ البحوث الإعلامية، ورغم أنها نظرية قديمة نسبيا وارتبطت نشأتها بوسائل الاعلام التقليدية، إلا أنها لازالت تستقطب الباحثين حتى في مجال الاعلام الجديد.

أما في الاعلام الرياضي، وفي اسقاط لفكرة نظرية الاستخدامات والاشباعات، جاء عند خير الدين علي عويس وعطا حسن بأن "الاعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الاعلامية التي يتلقاها، بل ان استخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته

يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي يعرضها الاعلام الرياضي.(عوبس، عبد الرحيم، 1998، ص25)

### ➤ نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

استندت دراستنا كذلك الى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهذا لدراسة الآثار المترتبة عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، وظهر ذلك في استمارة الاستبيان وبالضبط في محور الآثار من خلال الأسئلة والمؤشرات، والتي تم فيها قياس الآثار التي جاءت بها النظرية (آثار معرفية، وجدانية، وسلوكية)، كما استعنا بها في تحليل وتفسير المعطيات التي تحصلنا عليها.

ويمكن تلخيص فكرة النظرية على النحو التالي: إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. (اسماعيل، 2003، ص 279)

وعن علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام بنظرية الاستخدامات والاشباع في بحوث الإنترنت. فان بحوث الاستخدام والإشباع ونتائجها في الاتصال الرقمي وبصفة خاصة مواقع الانترنت، هي المدخل الأساسي لتطبيقات فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار خصائص هذا الاتصال وسياقه.(عبد الحميد، 2004، ص 310).

الجانب التطبيقي.

### 1- الطرق المنهجية المتبعة:

- الدراسة الاستطلاعية: تعتبر الدراسة الاستطلاعية " مرحلة أولية أو دراسة قبلية تسبق الدراسة الأساسية تهدف الى جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات عن الموضوع" (مرنيز، بوسكرة، 2019، ص280)، وفي دراستنا كان توجهنا الى أفراد مجتمع البحث يتمثل في طرح أسئلة الاستبيان في صورته الأولية على أصدقاء افتراضيين عبر فايسبوك يتفاعلون مع الصفحات الرياضية وكذا محرر بصفحة "الهداف El Heddaf" وكان ذلك في شهر نوفمبر 2019، وهذا بغرض معرفة سهولة الاستجابة لأسئلة الاستمارة وفهم العبارات الواردة فيها، وبالتالي امكانية اجراء الدراسة، وأيضا من أجل جمع أفكار ومعلومات اضافية.

- نوع الدراسة ومنهجها: تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية، والتي تسعى الى معرفة الظواهر ووصفها، عبر مراحل يقوم بها الباحث الى غاية تحقيق الأهداف.

ويرى أحمد بن مرسلي بأن "الدراسات الوصفية هي الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة فيها، كما هي الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع البيانات المحققة لذلك.(بن مرسلي، 2010، ص 51). وهو الحال بالنسبة لدراستنا التي نسعى من خلالها الى وصف وتحليل الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية التي يمكن ان تحدثها صفحات الفايسبوك الرياضية في مستخدميها الشباب.

إن تحديدنا لنوع الدراسة بقودنا الى تحديد نوع المنهج الذي سنقوم بإتباعه، للوصول الى نتائج علمية سليمة ودقيقة، والمنهج الملائم لدراستنا هو منهج المسح الوصفي، واستخدمناه من أجل وصف استخدام جمهور الشباب الجزائري لصفحات الفايسبوك ذات المحتوى الرياضي والآثار المترتبة عن ذلك، باستخدام تقنية مناسبة تتمثل في استمارة الاستبيان الإلكترونية، ومن ثم معالجتها وتحليلها في ضوء نظريات التي تم تبنيها في هذه الدراسة.

والمسح عبر الإنترنت من أشهر الأساليب المنهجية وأكثرها انتشارا في بحوث الميديا الجديدة، ويعكس التصور القائم حول دور مختلف الوسائط الحديثة بوصفها أداة تساعد على انجاز البحوث التقليدية، وبالنظر الى قدرتها الفائقة على اختصار المسافات والوقت وقدرتها على جعل حجم كبير من المبحوثين في متناول الباحث.(هميسي، 2014، ص 75)

وعلى الرغم من هذه المزايا فقد أثار الباحثون مخاوف بشأن استخدام هذا المنهج، باعتبار أن هناك قيودا مفروضة على هذا النوع من الأساليب في عملية جمع البيانات، مثل الصعوبات في الحصول على عينة تمثيلية، ومعدلات استجابة منخفضة من طرف المبحوثين اضافة الى المشاكل التقنية".(Granello, Wheaton, 2004, p4) إلا أننا لجأنا الى هذا الأسلوب المنهجي نظرا لمزاياه التي ذكرناها سابقا، ومنها قدرته الكبيرة على اختصار المسافات والزمن للوصول الى أكثر عدد ممكن من المبحوثين.

-مجتمع الدراسة والعينة: تعتبر هذه الخطوة أيضا من أهم الخطوات المنهجية لأي دراسة علمية ميدانية، فلا يمكن التوصل الى نتائج دقيقة دون الاختيار المناسب لمفردات الدراسة، ويتمثل المجتمع المستهدف في دراستنا في الشباب الجزائري المستخدم للصفحات الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي، أما المجتمع المتاح فيتمثل في جمهور الشباب الجزائري المستخدم للصفحات الرياضية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك.

وأسلوب المعاينة المناسب لدراستها هذه هو العينة العرضية "بحيث لا يكون هناك تحديد مسبق لمن تشملهم العينة، بل يتم اختيار وحداتها بين أول أقرب أو أسهل مجموعة يمكن أن يتواصل معها الباحث". (بن جخذل، 2019، ص64)

وفي المسوح عبر الانترنت، يستخدم الباحثون العينات الملائمة أو العرضية، والتي تدعو لمشاركة كل من يرى دعوة المسح عبر الانترنت الذي يختارون أو يتطوعون للمشاركة، وتعرض هذه المسوح لنفس القصور التي تتعرض لها المسوح الأخرى التي تعتمد على عينات غير احتمالية، حيث أن العلاقة بين العينة والمجتمع غير معلومة، ولذلك لا يوجد أساس نظري لحساب هامش خطأ المعاينة ومن ثم تقدير حجم تمثيل العينة للمجتمع ككل. (Internet survey, www.people-press.org)

ورغم هذه الاشكالات المنهجية إلا أننا اخترنا هذا النوع من العينات نظرا لضخامة وتشتت جمهور الشباب الجزائري المستخدم للصفحات الرياضية عبر فايسبوك، والعينة في دراستنا هذه هي كل شاب جزائري يستخدم صفحات موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ذات المضامين الرياضية ويتعرض للاستبيان ويجب على أسئلته، وتمكننا بعدما ما يقارب الشهرين من طرح استمارة الاستبيان في العديد من الصفحات الرياضية من الحصول على 234 استمارة، وقمنا باستبعاد 34 أجااب عن أسئلتها أشخاص من فئات عمرية غير فئة الشباب والاحتفاظ ب 200 منها مثلت عينة الدراسة.

-أداة جميع البيانات: لأدوات البحث العلمي دور هام في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في كل دراسة، وانطلاقا من موضوع دراستنا وأهدافها، فقد تم اختيار "استمارة الاستبيان"، وهي من أكثر الأدوات استخداما في البحوث الاعلامية.

واعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان الإلكتروني. حيث يتلقى فيها المبحوث دعوة للمشاركة عن طريق أي وسيلة أخرى مع ضرورة ارسال البيانات عبر الإنترنت، فمن المهم اذن أن يتم ارسال البيانات باستخدام شبكة الانترنت كقناة نقل، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبيانا الكترونيا". (دليو، 2014، ص223) وقد قمنا بتصميم الاستمارة الالكترونية لهذا البحث باستخدام خدمة نماذج قوغل google drive، وهي الخدمة التي مكنتنا أيضا من الحصول على النسب المئوية لإجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة كأسلوب احصائي استخدمناه في هذه الدراسة اضافة الى التكرارات.

وتم تصميم الاستمارة استنادا الى نظريتي الدراسة والتي تخدم أهدافها كالتالي:

- البيانات الشخصية: ويتضمن متغيرات الجنس، السن، والمستوى الدراسي.
- المحور الأول: استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية، وتضمن عادات وأنماط الاستخدام، وقد احتوى هذا المحور على 7 أسئلة (مؤشرات)
- المحور الثاني: الآثار المترتبة عن استخدام الشباب الجزائري للصفحات الرياضية عبر شبكة الفاييسبوك، وتضمن بدوره 3 أبعاد وهي: الآثار المعرفية، الآثار السلوكية، والآثار الوجدانية، وقد احتوى 19 عبارة (مؤشرا).

#### -الشروط العلمية للأداة.

تم عرض أداة الاستبيان في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين وهم أساتذة جامعيين في التخصص اضافة الى الأستاذ المشرف بغرض معرفة مدى مناسبة أسئلة وعبارات كل محور لما سيتم قياسه ومدى وضوحها وصياغتها اللغوية، وتم أخذ الملاحظات - على قلتها- بعين الاعتبار بإجراء تعديلات على بعض الأسئلة والعبارات، إضافة إلى ما دوناه خلال الدراسة الاستطلاعية التي مكنتها أيضا من اختبار الأداة ووضوح الأسئلة والعبارات الواردة فيها قبل توزيعها إلكترونيا على المبحوثين.

2-عرض النتائج وتفسيرها: من خلال الدراسة الميدانية، توصلنا الى النتائج التالية:

#### ➤ محور البيانات الشخصية:

تبين لنا من خلال نتائج الدراسة الميدانية بأن أعلى نسبة من مستخدمي الصفحات الرياضية عبر موقع التواصل الاجتماعي فاييسبوك كانت من فئة الذكور بنسبة 91%، وهو التباين الذي كان متوقعا، باعتبار أن جمهور الرياضة بشكل عام في الجزائر أغلبه من فئة الذكور وانعكس ذلك أيضا على مواقع التواصل الاجتماعي، كما تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يمتلكون مستوى جامعي وبنسبة 50.50% ما يعتبر مطلقيا الى حد كبير باعتبار أن فئة الجامعيين هي فئة متعلمة ومن بين الأكثر تفاعلية واستخداما لشبكة الفاييسبوك، وتلتها فئة المستوى الثانوي بنسبة 25% ثم فئة المستوى المتوسط وأخيرا فئة الدراسات العليا.

#### ➤ أولا/ محور الاستخدامات:

الجدول رقم (01): يوضح مدة اعجاب عينة الدراسة بالصفحات الرياضية

النسبة المؤوية %	التكرار	مدة الاعجاب
9.5	19	أقل من سنة

47	94	من سنة الى 3 سنوات
43.5	87	أكثر من 3 سنوات
100	200	المجموع

يتضح من خلال نتائج الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون ويتصفحون الصفحات الرياضية منذ "من سنة الى 3 سنوات" ومنذ "أكثر من ثلاث سنوات" بنسبتين متقاربتين هما 47% و43.5%. فيما تستخدمها وتتصفحها نسبة ضئيلة منذ أقل من سنة فقط، ويعكس هذا الانتشار الواسع للصفحات الرياضية وسهولة انشائها والإقبال الواسع عليها.

الجدول رقم (02): يوضح مدى متابعة وتصفح الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	مدى تصفح الصفحات
68.5	137	غالباً
25.5	51	أحياناً
6	12	نادراً
100	200	المجموع

توضح نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة حريصون على تصفح ومتابعة الصفحات الرياضية عبر الفايبروك "غالباً" وذلك بنسبة 68.5% ثم تلتها نسبة 25.5% يتصفحونها "أحياناً"، وأخيراً نسبة ضئيلة "نادراً"، ويأتي هذا الإقبال الكبير من طرف المبحوثين لإشباع رغبات وحاجات معينة مما ينتج أثارا مختلفة ستبينها النتائج اللاحقة.

الجدول رقم (03): المدة المستغرقة لتصفح والتفاعل مع الصفحات الرياضية يوميا.

النسبة المئوية %	التكرار	المدة المستغرقة في اليوم
64	128	أقل من ساعة
33	66	من ساعة الى 3 ساعات
3	6	أكثر من 3 ساعات
100	200	المجموع

توضح نتائج الجدول أغلبية أفراد العينة يتصفحون ويتفاعلون مع الصفحات الرياضية عبر الفايبروك لمدة "أقل من ساعة" يوميا وذلك بنسبة 64%، تلتها نسبة "من ساعة الى 3

ساعات" يوميا، مما يعكس أن أفراد العينة يخصصون حيزا زمنيا لإشباع حاجاتهم المختلفة لخصائص هذه الصفحات التي تقدم الأخبار أولا بأول وإتاحتها للتفاعل دون قيود، ويمكن القول أيضا أن المدة المستغرقة قد تتغير بتغير الأحداث والمناسبات الرياضية.

الجدول رقم (04): يوضح مع من يتصفح المبحوثون الصفحات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	المدة المستغرقة في اليوم
45.5	91	لوحدهم
4.5	9	مع أفراد العائلة
26	52	تشاركها الأصدقاء عبر دعوتهم في التعليقات
24	48	تشاركها على حسابك الخاص (share)
100	200	المجموع

يوضح الجدول أن أغلبية أفراد العينة تعودوا على استخدام الصفحات الرياضية بمفردهم بنسبة 45.5%، ثم 26% يشاركون أصدقائهم المنشورات عبر دعوتهم في التعليقات، وبنسبة متقاربة تمثل 24% يشاركون منشورات الصفحات الرياضية عبر حساباتهم الخاصة (share)، ويعود تفضيل المستخدمين للتصفح بمفردهم لخاصية وسائل الإعلام الجديد بشكل عام عكس التقليدية التي تتيح التعرض الجماعي لجمهورها، أما مشاركة الأصدقاء المنشورات سواء كان ذلك بدعوتهم في التعليقات أو مشاركتها بخاصية (share)، فهو لإطلاع ذوي الاهتمام المشترك منهم على أخبار جديدة أو مشاهدة صور وفيديوهات.

الجدول رقم (05): القضايا والمواضيع الرياضية التي يفضل المبحوثون تصفحها والتفاعل معها

النسبة المئوية %	التكرار	القضايا والمواضيع
23.07	189	أخبار المنتخب الوطني والمحترفين
21.61	177	أخبار الأندية المحلية
14.04	115	الفساد الرياضي
12.45	102	العنف والتعصب الرياضي
3.7	26	التكوين والتدريب الرياضي
19.65	161	أخبار كرة القدم العالمية

2.07	17	جديد الأغاني الرياضية
3.9	32	مواضيع ورياضات أخرى
100	819	المجموع

توضح النتائج في الجدول أن أفراد العينة يفضلون عددا من المواضيع والقضايا الرياضية بنسب متقاربة مقارنة بأخرى والتي كانت نسبها ضئيلة، وتأتي في مقدمتها أخبار منتخب كرة القدم واللاعبين المحترفين بنسبة 23.07%، تلتها أخبار الأندية المحلية بنسبة 21.61%، ثم أخبار كرة القدم العالمية بنسبة 19.65%، فبالنسبة لأخبار منتخب كرة القدم ولاعبيه المحترفين فيمكن تفسيره بالنتائج الأخيرة ومنها التتويج بكأس افريقيا، وأيضا الصدى الإعلامي لبعض اللاعبين الناشطين في أوروبا، وبالنسبة لتصفح أفراد عينة الدراسة وتفاعلهم مع أخبار الأندية المحلية فيعد ذلك منتظرا أيضا باعتبار أن عينة الدراسة أصلا اخذت من صفحات الفايسبوك الخاصة بأخبار الأندية المحلية، ويفضل الجمهور هذه الصفحات للإطلاع على آخر الأخبار وأيضا المشاركة في النقاشات حولها، فيما سجلت المواضيع والقضايا الأخرى نسبا مقبولة كما هو في الجدول وأخرى نسبا ضئيلة مثل التكوين والتدريب والرياضات الأخرى غير كرة القدم والتي تمتلك جمهورا خاصا وقليلًا.

الجدول رقم (06): القضايا والمواضيع الرياضية التي يفضل الباحثون تصفحها والتفاعل معها

النسبة المؤوية %	التكرار	أنواع المنشورات
25.40	93	صور
36.06	132	فيديو
26.50	97	نصوص
12.02	44	روابط
100	366	المجموع

توضح نتائج الجدول أن أفراد العينة يفضلون المنشورات التي تحتوي على فيديوهات في الترتيب الأول بنسبة 36.06% بدلالة مجموع التفضيلات كونها تحتوي على مقاطع من مباريات أو إعادة للقطات ومشاهد، تلتها المنشورات على شكل نصوص والمنشورات التي

تحتوي على صور بنسبتين متقاربتين هما 26.50% و 25.40% على الترتيب، وتحتوي المنشورات على شكل نصوص على حوارات أو تصريحات أو أخبار أو تحليلات تستدعي الإسترسال والإستشهاد، أما الصور فتفضيلها لكونا أكثر جذبا للانتباه كصور اللاعبين.

الجدول رقم (07): طرق تفاعل المبحوثين مع الصفحات الرياضية

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	طريقة التفاعل	
200	14	52	134	التكرار	"أعجبي" وردود الأفعال الأخرى
100	7	26	67	النسبة%	
200	61	106	33	التكرار	التعليق
100	30.5	53	16.5	النسبة%	
200	113	61	26	التكرار	المشاركة على الحساب الخاص share
100	56.5	30.5	13	النسبة%	
200	43	122	35	التكرار	الإرسال للأصدقاء أو دعوتهم في التعليقات
100	21.5	61	17.5	النسبة%	
200	148	33	19	التكرار	الاكتفاء بالقراءة فقط
100	74	16.5	9.5	النسبة%	

كشفت نتائج الدراسة أن طرق تفاعل أفراد عينة الدراسة مع منشورات الصفحات الرياضية كانت على الشكل التالي:

- الإعجاب وردود الأفعال الأخرى: يتفاعل أفراد العينة مع منشورات الصفحات الرياضية عن طريق الإعجاب أو ردود الأفعال الأخرى التي يتيحها فايسبوك (أحبته، أحزني، واو، أغضبني...) "دائما" بنسبة 67% تلتها "أحيانا" بنسبة 26% وأخيرا "نادرا" بنسبة 7% فقط، ما يدل على نشاطها وإثارتها لاهتمام متابعيها الذي يعبرون عن ذلك بهذه الخاصية وأيضا لسهولة تطبيقها والتي تتيح التعبير عن المشاعر بالضغط على زر واحد بدلا عن الكتابة.

- التعليق: أفراد العينة يعلقون على المنشورات "دائما" بنسبة 16.5% ثم "أحيانا" بنسبة 53% وأخيرا "نادرا" بنسبة 30.5%، ويمكن القول أنه وعلى عكس الإعجاب فإن أفراد العينة لا يفضلون كثيرا التفاعل بالتعليقات إلا أحيانا أو نادرا وذلك لطبيعة المواضيع التي يهتمون بها والتي قد لا تدعو الى فتح نقاشات، وتختلف الضرورة الى التعليق باختلاف المواضيع.

-المشاركة على الحساب الخاص share : أفراد العينة يشاركون المنشورات على حساباتهم الخاصة "نادرا" بنسبة 56.5% ثم "أحيانا" بنسبة 30.5%، ويرتبط استعمال هذه الخاصية بالقيمة التي يمنحها لها المستخدم ثم يتبناها ويحاول الترويج لها لمتابعيه.

-الإرسال للأصدقاء أو دعوتهم للإطلاع على المنشور: صرّح أفراد عينة الدراسة أنهم يرسلون منشورات الصفحات الرياضية لأصدقائهم أو يدعونهم عن طريق التعليق بكتابة أسمائهم "أحيانا" بنسبة 61% ثم "نادرا" بنسبة 21.5% وأخيرا "دائما" بنسبة 17.5%، وذلك باعتبار أن استعمال هذه الخاصية يكون فقط للأصدقاء ذوي الاهتمام المشترك.

-الإكتفاء بالقراءة: أوضحت النتائج أن أفراد العينة يكتفون بقراءة منشورات الصفحات الرياضية "نادرا" بنسبة 74% ثم "أحيانا" بنسبة 16.5% وأخيرا "دائما" بنسبة 9.5% فقط، مما لا يتعارض مع النتائج السابقة بما أن معظمهم يفضلون التفاعل مع منشورات الصفحات الرياضية ويؤكد هذا أن جمهورها يعتبر نشطا ويستخدمها لإشباع رغبات معينة

➤ ثانيا/ محور الآثار.

الجدول رقم (08): الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام الصفحات الرياضية

الآثار المعرفية		موافق	محايد	غير موافق	المجموع
التكرار	الإطلاع المستمر على اخر الأخبار الرياضية	123	56	21	200
النسبة%		61.5	28	11.5	100
التكرار	الإطلاع المستمر على اخر أخبار النجوم المفضلين لديك	98	67	35	200
النسبة%		49	33.5	17.5	100
التكرار	الإطلاع المستمر على مواقبت المقابلات والأحداث الرياضية	109	64	27	200
النسبة%		54.5	32	13.5	100
التكرار	زيادة معلوماتك ومعارفك حول مختلف المواضيع والقضايا الرياضية	118	69	13	200
النسبة%		59	34.5	6.5	100
التكرار	ازالة الغموض حول بعض المواضيع والقضايا الرياضية	78	83	39	200
النسبة%		39	41.5	19.5	100
التكرار	تصحيح آراء مغلوطه كونتها سابقا عن عن مواضيع وقضايا رياضية	91	56	53	200
النسبة%		45.5	28	26.5	100

200	25	73	102	التكرار	تكوين آراء جديدة حول اتجاه مختلف القضايا والمواضيع الرياضية
100	12.5	36.5	51	النسبة %	

توصلت الدراسة إلى أن الآثار المعرفية المترتبة عن استخدام الصفحات الرياضية كالتالي:

- الإطلاع المستمر على آخر الأخبار الرياضية: صرح 61.5% من أفراد العينة أنهم يوافقون بأن استخدامهم للصفحات الرياضية ساهم في اطلاعهم المستمر على آخر الأخبار الرياضية.
- الإطلاع المستمر على آخر اخبار النجوم المفضلين لديك: أوضحت النتائج أن إجابات المحوئين تتراوح بين الموافقة بنسبة 49% والحياد بنسبة 33.5%.
- الإطلاع المستمر على مواقيت المباريات والأحداث الرياضية: كشفت النتائج أن نسبة المحوئين الموافقين على هذا المؤشر تقدر بـ 54.5% ونسبة المحايدين 32%.
- زيادة المعلومات والمعارف حول مختلف المواضيع والقضايا الرياضية: أوضحت نتائج الدراسة أن 59% من أفراد عينة الدراسة يوافقون، و 34.5% التزموا الحياد في إجاباتهم.
- ازالة الغموض حول بعض المواضيع والقضايا الرياضية: التزم 41.5% من أفراد عينة الدراسة بالحياد في الإجابة فيما أبدى 39% منهم موافقتهم.
- تصحيح آراء مغلوطه عن مواضيع وقضايا رياضية: أبدى 45.5% من أفراد العينة موافقتهم، فيما التزم 28% منهم الحياد ولم يوافق 26.5% منهم.
- تكوين آراء جديدة بشأن مواضيع وقضايا رياضية: صرح 51% من أفراد عينة الدراسة أنهم موافقون، في حين التزم 36.5% منهم الحياد والبقية غير موافقين.

وهي معطيات تجعلنا نستنتج بأن الصفحات الرياضية عبر الفايسبوك قد ساهمت في تعزيز البعد المعرفي لمستخدميها من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار ومعارف بشأن المواضيع والقضايا الرياضية التي تثير اهتمامهم وتشبع حاجاتهم ورغباتهم.

الجدول رقم (09): الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام الصفحات الرياضية

الآثار الوجدانية				موافق	محايد	غير موافق	المجموع
التكرار	121	54	25	200	التنفيس عن المشاعر من خلال التفاعل بشأن الفريق والنجم الرياضي المفضل		
النسبة	60.5	27	12.5	100			
التكرار	139	49	12	200	الشعور بالفرح تجاه الأخبار الإيجابية لفريقك ونجمك الرياضي المفضل		
النسبة	69.5	24.5	6	100			

				%	
200	18	37	145	التكرار	الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض مظاهر العنف اللفظي في الصفحات الرياضية
100	9	18.5	72.5	النسبة %	
200	14	60	126	التكرار	الشعور بالقلق تجاه مظاهر الفساد الرياضي
100	7	30	63	النسبة %	
200	115	45	40	التكرار	الشعور بهدر وتضييع الوقت
100	57.5	22.5	20	النسبة %	
200	14	69	117	التكرار	تشعر بثقتك في نفسك وتقديرك لذاتك واعتزازك بالانتماء الى مشجعي فريقك الرياضي
100	7	34.5	58.5	النسبة %	
200	42	133	25	التكرار	الاحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتهي اليه
100	21	66.5	12.5	النسبة %	

توصلت الدراسة إلى أن الآثار الوجدانية المترتبة عن استخدام الصفحات الرياضية كالتالي:

- التنفيس عن المشاعر بالمشاركة والتفاعل بشأن الفريق أو النجم المفضل: صرح أغلبية أفراد عينة الدراسة ونسبتهم 60.5% أنهم موافقون على أن استخدامهم للصفحات الرياضية قد ساعدهم على التنفيس عن مشاعرهم بالمشاركة والتفاعل بشأن فريقهم ونجمهم الرياضي المفضل، من خلال ابداء الرأي حول آخر الأخبار الرياضية وتبادل النقاشات مع ذوي الإهتمام المشترك مما يخلق حالة من الإستقرار النفسي.
- الشعور بالفرح تجاه الأخبار الايجابية للفريق والنجم المفضل: أبدى أغلبية أفراد عينة الدراسة ونسبة 69.5% موافقتهم على أن استخدامهم للصفحات الرياضية ينبي لهم شعور الفرحة تجاه الأخبار الإيجابية الخاصة بفريقهم الرياضي ونجمهم المفضل.

- الشعور بالقلق تجاه تفشي مظاهر الفساد والعنف الرياضي: صرّح أغلب أفراد العينة وبنسبة 63% أنهم موافقون على أن استخدامهم للصفحات الرياضية يخلق لهم حالة من الشعور بالقلق تجاه تفشي مظاهر الفساد والعنف الرياضي.

- الشعور بالحياء والحساسية تجاه مظاهر العنف اللفظي في الصفحات الرياضية: أبدى أغلبية أفراد العينة وبنسبة 72.5% موافقتهم بأن استخدامهم للصفحات الرياضية وُلد لديهم شعورا بالحياء والحساسية تجاه مظاهر العنف اللفظي فيها.

- الإحساس بالثقة في النفس والتقدير الذاتي والاعتزاز بالانتماء الى مشجعي الفريق والنجم المفضل: كشف أغلب أفراد العينة وبنسبة 58.5% أنهم موافقون على أن استخدامهم للصفحات الرياضية قد أشعرهم بالثقة في النفس والتقدير الذاتي والإعتزاز بالانتماء الى مشجعي فريقهم ونجمهم المفضل، في حين التزمت نسبة 34.5% بالحياد.

- الشعور بهدر وتضييع الوقت: لم يوافق أغلبي أفراد عينة الدراسة وبنسبة 57.5% على أن استخدامهم للصفحات الرياضية عبر الفايسبوك يشعرهم بهدر وتضييع الوقت، فيما التزمت نسبة 22.5% بالحياد والبقية موافقون.

- الإحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي ينتمون إليه: كشفت النتائج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة وبنسبة 66.5% التزموا الحياد في الاجابة على مدى مساهمة استخدامهم للصفحات الرياضية في إحساسهم بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي ينتمون اليه.

وهي معطيات تجعلنا نستنتج بأن استخدام الصفحات الرياضية كانت لها آثار وجدانية تتلخص في الراحة الشعورية والوجدانية وتقاسم لحظات الفرح والحزن والقلق.

الجدول رقم (09): الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام الصفحات الرياضية

الآثار السلوكية		موافق	محايد	غير موافق	المجموع
التكرار	مشاركة فريقك المفضل ونجمك المفضل أوقات الفوز والهزيمة	142	36	22	200
النسبة%		71	18	11	100
التكرار	التفاعل والمشاركة في نشاطات ومبادرات أنصار فريقك المفضل	65	109	26	200
النسبة%		32.5	54.5	13	100
التكرار	التفاعل بكتابة تعليقاتك عبر الصفحات الرياضية تدعم فيها فريقك ونجمك المفضل	101	62	37	200
النسبة%		50.5	31	18.5	100

200	45	108	47	التكرار	تغيير نمط وأسلوب تفكيرك بشأن مختلف المواضيع والقضايا الرياضية
100	22.5	54	23.5	النسبة%	
200	39	83	28	التكرار	التحريض على العنف في الملاعب
100	24	62	14	النسبة%	

بينت النتائج أن الآثار السلوكية المترتبة لاستخدام الصفحات الرياضية جاءت كالتالي:

- مشاركة الفريق المفضل والنجم المفضل أوقات الفوز والهزيمة: صرح أغلب أفراد العينة وبنسبة 71% أنهم موافقون على أن استخدام الصفحات الرياضية جعلهم يقومون بمشاركة فريقهم المفضل ونجمهم الرياضي المفضل أوقات الفوز والهزيمة.
- التفاعل والمشاركة في نشاطات ومبادرات أنصار فريقك المفضل: التزم أغلب العينة وبنسبة 54.5% الحياد ، فيما أبدت نسبة 32.5% موافقتها على هذا المؤشر.
- التفاعل بكتابة تعليقات عبر الصفحات الرياضية لدعم الفريق المفضل: بينت النتائج أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 50.5% موافقون، فيما التزمت نسبة 31% الحياد وبنسبة 18.5% منهم أبدوا عدم موافقتهم.
- تغيير نمط وأسلوب تفكيرك بشأن مختلف المواضيع والقضايا الرياضية: التزم أغلبية أفراد عينة الدراسة وبنسبة 54% الحياد بشأن مدى مساهمة استخدامهم للصفحات الرياضية في تغيير نمط وأسلوب تفكيرهم بشأن مختلف المواضيع والقضايا الرياضية، فيما أبدت نسبة 23.5% موافقتها وبنسبة 22.5% منهم لم توافق.
- التحريض على العنف في الملاعب: أوضحت النتائج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة وبنسبة 62% التزموا الحياد بشأن مدى مساهمة استخدام الصفحات الرياضية عبر الفايسبوك في تفشي العنف في الملاعب، فيما أبدى 24% منهم موافقتهم و14% لم يوافقوا.
- وهي معطيات تجعلنا نستنتج بأن استخدام الصفحات الرياضية كانت لها آثار سلوكية تتمثل في التنشيط وهو القيام بأشياء معينة كنتيجة نهائية للآثار المعرفية والوجدانية.

3-الاستنتاجات: نلخص فيما يلي أهم النتائج والتي هي إجابات عن تساؤلات الدراسة:

➤ أغلب مستخدمي الصفحات الرياضية يستخدمونها منذ (من سنة الى ثلاث سنوات) ثم (أكثر من 3 سنوات)، ويفضل أغلبهم العزلة في هذا الاستخدام.

- يفضل مستخدمو الصفحات الرياضية متابعة أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم واللاعبين المحترفين، ثم أخبار الأندية المحلية لكرة القدم ويفضلون المنشورات التي تحتوي على فيديوهات، كما يتفاعلون معها دائما بالإعجاب وأحيانا بالتعليق.
  - من بين الآثار المعرفية الناتجة عن الاستخدام والتفاعل مع الصفحات الرياضية الاطلاع المستمر على الأخبار، وزيادة المعارف بشأن المواضيع والقضايا الرياضية.
  - من بين الآثار الوجدانية التنفيس عن المشاعر، والشعور بالفرح تجاه الأخبار الإيجابية، والشعور بالحياء والحساسية تجاه تفشي مظاهر العنف اللفظي.
  - من بين الآثار السلوكية مشاركة الفريق والنجم المفضل أوقات الفوز والهزيمة.
- 4- الاقتراحات: من خلال ما سبق من نتائج توصلنا الى بعض الإقتراحات والتوصيات كمايلي:
- ضرورة الإهتمام الدائم بدراسات آثار وسائل الاعلام الجديد على الشباب، سيما مع التطورات المتلاحقة على مستوى الوسيلة والتي كان لها انعكاس على باقي عناصر العملية الاتصالية.
  - ضرورة اهتمام باحثين آخرين بموضوع أو أحد جوانب البحث لتعزيز الوعي بمدى تأثير الصفحات الرياضية كنمط جديد من الاعلام المتخصص والمكانة التي تحتلها لدى الشباب بما أن نتائج دراستنا تبقى نسبية وعينتها محدودة.
  - ضرورة اهتمام وسائل الاعلام التقليدية المتخصصة في الرياضة ومختلف الهيئات الرياضية بإنشاء صفحات رسمية عبر شبكة الفايسبوك، لأن الصفحات غير الرسمية تهتم عادة بالسبق على حساب المصداقية.

#### قائمة المراجع:

##### الكتب:

- 1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- 2- أحمد معي خلف صقر، العوامل الثقافية والاجتماعية وتأثيرها على الخطط الاستراتيجية لتشغيل الشباب في بعض دول العالم، دار التعليم الجامعي، 2019.
- 3- خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الاعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، 1989.
- 4- سعد الحاج بن جندل، العينة والمعينة، دار البداية ناشرون وموزعون، 2019.
- 5- شفيق حسين، الصحافة المتخصصة والمطبوعة والالكترونية، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006.
- 6- فضيل دليو، مدخل الى منهجية البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004.

- 7- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، 2004.
- 8- محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 9- محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العلمية للنشر والتوزيع، 2003.
- المذكرات:
- 10- ناريمان حداد، الحركة النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفايسبوك ومستخدماتها، رسالة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2019.
- المقالات:
- 11- سامية بوقرة واخرون، الاعلام الرياضي في الفضاء الافتراضي، دراسة تحليلية، مجلة علوم الأداء الرياضي، المجلد 1، العدد 1، 2019، ص 15.
- 12- سليمان نمر، بوزيد اوشن، تأثير وسائل الاعلام الجديد في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم، دراسة ميدانية، مجلة الابداع الرياضي، المجلد 10، العدد 2 مكرر، 2019، ص 250.
- 13- شفيقة مهري، ادارة الأزيمة الاعلامية الرياضية في مباراة الجزائر مصر 2010، قراءة تحليلية للشروق اليومي والمصري اليوم، مجلة الابداع الرياضي، المجلد 5، العدد 1، 2014، ص 124.
- 14- فضيل دليو، التكنولوجيات الجديدة للاعلام والاتصال والآثار، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 1، العدد 1، 2010، ص 50.
- 15- مرينز محمد جلال، بوسكرة أحمد، دور الاعلام الرياضي في تغطية المنافسات والأحداث الرياضية، دراسة ميدانية، مجلة الابداع الرياضي، المجلد 10، العدد 2 مكرر، 2019، ص 280.
- 16- نورالدين هميسي، الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة، قراءة نقدية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد 3، العدد 12، 2014، ص 75.
- 17- Darcy Haag Granello, Joe E Wheaton, Journal of counseling and Development, vol 82, Iss4, p387.

مواقع انترنت:

- 18- Digital 2020 Algeria, [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)
- 19- Encyclopedie et dictionnaires gratuits en ligne, [www.larouse.fr](http://www.larouse.fr)
- 20- Internet Surveys, [www.people-press.org](http://www.people-press.org)
- 21- Oxford Learner's Dictionaries, [www.oxfordlearnersdictionaries.com](http://www.oxfordlearnersdictionaries.com)