الإعلام الجديد (Social Media) عبر مواقع الفضاء الافتراضي وتأثيره على الصحافة الرياضية: دراسة ميدانية على عينة من متتبعي المواقع الرياضية عبر الانترنت.

أ. عبد الله ملوكي جامعة سطيف

مقدمة:

يكتسي الإعلام أهمية بالغة في حياة الأفراد، ذلك لما له من قدرات عالية على جذب العديد من الجماهير المختلفة من حيث العادات، التقاليد، الأعراف، القيم، المعتقدات..الخ، ولما له من استطاعة على تزويد الأفراد بالمعلومات المتنوعة، سواء تعلق الأمر بالصعيد الاجتماعي، السياسي، الاقتصادي، الثقافي...الخ، بالإضافة إلى تحقيق مجموعة من الوظائف كالإعلان، الدعاية، التسلية، الترفيه...الخ.

ومن جهة أخرى تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة و نختص بالذكر منها وسائل الإعلام الجديد و مواقع الشبكات الاجتماعية من بين أهم التطورات التي تمخضت عن الأنظمة المعلوماتية، وبصفة خاصة الجيل الثاني و الثالث للانترنت (Web2.0 & Web 3.0)، هذه الأخيرة أصبحت تشكل البيئة الافتراضية الموازية للواقع المعيش والتي يقوم من خلالها الأفراد بممارسة النشاطات اليومية المختلفة، كالقراءة، التواصل، تبادل الآراء ومشاركة الاهتمامات...الخ ، كما مكنت العديد من الكوادر الرياضية و سيم الإعلامية منها،في التقارب و المساهمة في الارتقاء بالنشاط البدني و الرياضي سواء من الناحية النظرية و التطبيقية .

أولا: أهمية موضوع الدراسة :

يتميز موضوع الإعلام الجديد (Social Media) عبر مواقع الفضاء الافتراضي وتأثيره على الصحافة الرياضية بغاية الأهمية حيث أنه يمكننا من تسليط الضوء على كيفية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الصحافة الرياضية كما أنه يسمح لنا بمعرفة مجالات استفادة هذه الأخيرة من خصائص مواقع الإعلام الجديد، بالإضافة إلى ذلك فإنه يتيح لنا معرفة كيفية مساهمة تكنولوجيا الفضاء الرقمي الافتراضي في إنعاش الصحافة الرياضية و العملية الاتصالية بين كل من صانع الرسالة و الجمهور المتلقي من خلال ابتكار أنماط وعادات تواصلية جديدة.

ثانيا: أهداف الدراسة:

يمكن إجمال أهداف الدراسة لموضوع " يتميز موضوع أثر تكنولوجيا التعليم الالكتروني (E-Learning) في تطوير المناهج التربوية في مجال الرياضة " في النقاط الآتية:

التطلع عن قرب عن دور التكنولوجيات الحديثة للاتصال و خصوصا مواقع الإعلام الجديد في إنعاش الصحافة الرياضية.

إزالة اللبس أو الغموض في معنى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة و نختص بالذكر مواقع الإعلام الاجتماع ، في تطوير المناهج الصحافة الرياضية.

تقديم دراسة علمية أكاديمية يستند إليها الطلبة والباحثون عند الحاجة.

ثالثا: إشكالية و تساؤلات موضوع الدراسة:

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية (Social Network Sites) ونختص بالذكر منها موقع فايسبوك (Facebook) والمدونات الجزئية (Microblogs) كتويتر (Twitter) من بين أهم الدعائم المعلوماتية المساعدة على انتشار المعلومات و تدفقها بحرية و على نطاق واسع بصفة عولمية، دون مراعاة للحدود الجغرافية للبلدان، مما ساعد ذلك على تقارب العديد من الأفراد على اختلاف توجهاتهم و نختص بالذكر منها الجماهير الرياضية، ومن خلال ما سبق يندرج سؤالنا المحوري حول:

ما هو الأثر الذي تضطلع به مواقع الإعلام الجديد على الصحافة الرياضية لدى متتبعي المواقع الافتراضية؟

و في ظل هذا السؤال الرئيسي يمكن طرح التساؤلين الفرعيين الآتيين:

كيف يمكن لمواقع الإعلام الجديد أن تساهم في إنعاش و تعزيز الصحافة الرياضية؟

كيف يمكن للصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد أن تساهم في تغيير أنماط العملية الاتصالية و العلاقة بين صانع الرسالة الرياضية و الجمهور المتلقي؟

ما هي أهم السمات الأساسية الإيجابية التي تضيفها مواقع الإعلام الجديد إلى الصحافة الرياضية؟

رابعا: الدراسات المقاربة و المشابهة

دراسة ماجد سالم تربان بعنوان " فن التقرير الصحفي في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية" عام (2012م)، منشورة بمجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية) ، المجلد السادس عشر، العدد الثاني ، و طرح الإشكالية المعتمدة على مدى اهتمام المواقع الفلسطينية الالكترونية بفن التقرير

الصحفي من ناحية الصياغة و تطبيق الأسس النظرية فيه، و اعتمد على منهج المسح بالإضافة إلى تحليل المحتوى، على عينة تمثل في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، و توصل إلى أهم النتائج الآتية:

تهتم المواقع الإخبارية الالكترونية بالتقرير الإخباري، في المرتبة الأولى من حيث أنواع التقارير المنشورة، وبنسبة بلغت (74.05 %) من عينة الدراسة.

التقارير الصحفية السياسية جاءت في المرتبة الأولى من حيث الاهتمام و بنسبة بلغت (37.4 %)، من مجموع التقارير المنشورة في مواقع الدراسة.

التقارير ذات التغطية المحلية جاءت في المرتبة الأولى لاهتمام مواقع الدراسة و بنسبة تقدر بـ(74 %) .

دراسة علي عبد الزهرة الهاشمي، بعنوان " تأثير الحصار على الثقافة الرياضية لأساتذة كلية التربية الرياضية من خلال ما تنشره الصحافة الرياضية" ، عام (2002م)، منشور بمجلة التربية الرياضية، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، بغداد، و طرح الإشكالية المتعلقة بسسبب وجود الضعف الكبير في الاهتمام بالثقافة الرياضية، و تتمثل أهم الفرضيات التي استند عليها في:

الكاتب الرياضي يحتل المركز الأول بين الوسائل التي يحصل من خلالها أساتذة كلية التربية الرياضية على الثقافة الرياضة في الوقت الحاضر.

الكاتب الرياضي يحتل المركز الأول الذي يحصل من خلاله أساتذة كلية التربية على الثقافة الرياضية قبل الحصار.

هناك اختلاف بين الحالة الراهنة و الحالة الافتراضية لمتغيرات البحث.

واستخدم المنهج المسحي على تمثل في (56 مدرسا) بكلية التربية الرياضية، اختيرت بطريقة عشوائية ، وقد اعتمد على الاستبيان كأداة لتحليل البيانات، ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها ما يأتي:

(74 %) من أفراد العينة لا يقرؤون الصحف الرياضية بسبب تكرار المواضيع و تشابهها.

قراءة الصحف الرياضية كمصدر من مصادر الثقافة الرياضية حصلت على نسبة (23.214 %) من عينة البحث.

يوجد هناك اختلاف بين الحالة الراهنة و الحالة الافتراضية في متغير للمواضيع الثقافية في الصحف الرياضية.

خامسا: فرضيات الدراسة: استنادا إلى ما سبق من سؤل محوري و تساؤلات فرعية يمكن أن نطرح الفرضيتين الآتيتين:

الفرضية الأولى: تساهم مواقع الإعلام الجديد عبر الفضاء الرقمي في زيادة التدفق الإخباري الحر لجمهور الصحافة الرياضية ؟.

الفرضية الثانية: تساهم مواقع الإعلام الاجتماعي في تزويد الجمهور الصحافة الرياضية بمختلف الأخبار بطريقة حصرية وفورية ؟

سادسا: تبرير خطة الدراسة:

من خلال ما سبق ذكره من معطيات اعتمدت دراستنا هذه على شقين الأول نظري يتضمن الإطار المفاهيمي و النظري لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ومواقع الإعلام الجديد بالإضافة إلى الصحافة الرياضية، وذلك حتى يتمكن القارئ من معرفة مختلف التطورات الحاصلة على وسائل الإعلام الجديد، كما يتضمن هذا الجزء كذلك مجالات استفادة الصحافة الرياضية من مواقع الإعلام الجديد من خلال توصيف لمختلف العلاقات المرتبطة بين هذين المتغيرين، و أثره على العملية الاتصالية و الوظيفة الإخبارية التي توفرها للجمهور المتلقي، كما تتضمن هذه الدراسة جزءا تطبيقيا يتجلى من خلال المقاربة المنهجية الملائمة لعينة الدراسة، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات و تحليلها و مدى ثبات و دقة أداة عينة الدراسة، كما تضمنت لأهم النتائج المتوصل اليها.

سابعا: الكلمات المفتاحية لموضوع الدراسة: يتميز موضوع الإعلام الجديد (Social Media) عبر مواقع الفضاء الافتراضي وتأثيره على الصحافة الرياضية بالكلمات المفتاحية الرئيسية الآتية:

تعريف الصحافة الرياضية :

هي مجموعة الدعائم المادية و البرمجية وبالإضافة إلى الجرائد المتخصصة في نشر الأخبار و التقارير و المقالات و الأحاديث الرياضية سواء كانت محلية أو عالمية.1

تعريف الوسائط المتعددة:

يعني مصطلح الوسائط المتعددة (Multimedia) إمكانية الجمع (Association) بين العديد من الوسائل و ملحقات الاتصال و القادرة على تخزين و حفظ المعلومات، إرسال البيانات، إعادة إنتاجها، مع المحافظة على خصائص و استقلالية كل وسيلة اتصالية .2

مفهوم مواقع الإعلام الجديد (الاجتماعي):

الوليد عطى أحمد حسين، دراسة تحليلية لواقع الصحف الرياضية في عرض الصحف المصرية، أطروحة دكتوراه، جامعة حلوان، مصر، 2050، ص 1، على الموقع: http://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=26&cad=rja&ved=0CEMQFjAFOBQ&url=http%3A%2F%2Fwww.bu.edu.eg%2Fportal%2Fuploads%2Fdiscussed_thesis%2F11225512%2F11225512%25C2%25A0.pdf&ei=BGQ7Uu_XKonIswa6zYGICA&usg=AFQjCNHS9FA6M35zbrgmGK6uPGEzAapt2A&bvm=bv.52434380,d.Yms on 17/09/2013 at 23h:01.

[2] M.Noirhome-Fraiture & L.Goffinet, Multimedia, Press universitaire de Namur, Belgique,1995. p 22.

يعتبر الإعلام الجديد مصطلحا واسع الاستخدام في الدراسات الإعلامية خصوصا مع نهاية القرن العشرين، حيث أن وسائل الإعلام الجديدة أصبحت تحمل في طياتها العديد من الأنماط الاتصالية كإمكانية الوصول إلى المحتوى وفقا للطلب و في أي وقت ومن أي مكان يريده الفرد، بالإضافة إلى إمكانية رصد رجع الصدى و ردة الفعل المستخدم بطريقة إبداعية و تفاعلية، و لعل من أبرز ما يميز وسائل الإعلام الجديدة عن التقليدية هي رقمنة المحتوى الإعلامي مما قد يضفي ذلك جانبا حيويا في إنتاج المحتوى و صنع الرسالة الاتصالية .1

ومن جهة أخرى يمكن تعريف الإعلام الجديد بأنه مجموعة الدعائم التكنولوجية ذات الطبيعة الرقمية المعتمدة على النظام الثنائي و المتجسد عبر البيتات أو البيكسل (Pixels or Bytes)، حيث أن هذا الأخير على عكس النظام التماثلي يمكن من خلاله التحكم بالبيانات وتعديلها، الاتصال بالشبكات المتنوعة، و مع الأجهزة فيما بينها، بالإضافة إلى تكثيف الاتصال و ضغط حجم البيانات و سعة المعومات.2

كما تعرف مواقع الشبكات الاجتماعية أو الإعلام الاجتماعي بأنها مجموع الخدمات المتاحة عبر شبكة الانترنت و التي تسمح للأفراد بإمكانية تنظيم أنفسهم في شكل جمهور من خلال تكوين العديد من الملفات الافتراضية عبر الشبكة والاشتراك في الموقع الواحد، كما تتيح هذه الخدمات إمكانية إطلاع الأفراد على بيانات نظرائهم المشتركين في الخدمة الواحدة، بالإضافة إلى إتاحة التعرف على مختلف العلاقات ، الصداقات و الاتصالات التي يكونها المستخدمون في علاقة تشعبية.3

ويشمل الإعلام الجديد كل الوسائل الإعلامية و الاتصالية منذ ظهورها وصولا إلى التكنولوجيا الرقمية و التي نستطيع من خلالها تحقيق معالجة البيانات، الفورية في الوصول إلى المعلومات، بالإضافة إلى الفورية الفائقة (Hypermeidacy) أو التشعبية في الحصول على هذه الأخيرة، حيث أن الفرد يستطيع الوصول إلى مختلف المحتويات و يتلقى الرسائل بفارق زمني يكاد ينعدم عن الوقت الفعلي و من الطرف العديد من المصادر المتنوعة، فالإعلام الجديد يعتبر كنتيجة للتزاوج بين الحساب (Computation) و الفن، و الذي نتج عنه تكنولوجيا الحاسبات كوسائط تعبيرية (Expressive Medium)، يستطيع عبرها المستخدم ممارسة العديد من النشاطات.4

ومن جهة أخرى يمكن استخدام مصطلح الإعلام الاجتماعي (Social Media) للدلالة على الإعلام الجديد (New Media) بوسائله المتنوعة، و الذي يتيح التفاعل بين المستخدمين، و يكون عادة عبر تقاسم و مشاركة مجموعة من الدعائم الإعلامية سواء تعلق الأمر بالمادية التقنية أو البرمجية منها، حيث يمكن أن يتجلى عبر الاشتراك في الشبكة نفسها أو عبر مشاركة الصور، الفيديوهات، المقاطع الصوتية ...الخ، فمصطلح اجتماعي (Social) يشير إلى اتساع و انتشار بالإضافة إلى إمكانية استخدام هذه الوسائل الاتصالية الحديثة و البرامج والمواقع بصفة أساسية عبر الشبكة من طرف عموم الأفراد دون استثناء، فقد انتشر استخدام مصطلح الإعلام الاجتماعي (Social media) لدى العامة في (سنة 2005)، حيث يعتبر الجيل الثاني للانترنت (Web2.0) من المكونات المركزية والرئيسية لظهور مصطلح الإعلام الجديد، ففي بداية الأمر تمخض عنه ظهور ما يعرف بـ"الشبكة الاجتماعية" (Social Web) و الذي تطور إلى " الإعلام الاجتماعي (Social Media)، حيث إن هذه المصطلحات في مجملها تعبر عن التفاعلية بين المستخدمين، إمكانية الإطلاع على مختلف المحتويات عبر الشبكة...الخ.5

ثامنا: السمات العامة للصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد.

تتميز الصحافة الرياضية عبر الفضاء الرقمي بالعديد من السمات لتي تميزها عن بقية الوسائل الاتصالية الأخرى، و التي تجعلها منفردةبالعديد من الخصائص نختص بالذكر منها:

التفاعلية: " إن كلمة(Interactite) مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، أي من الكلمة السابقة(Inter) وتعني بين أو مابين، ومن كلمة(Activus)وتفيد الممارسة في مقابل النظرية. وعليه عندما يترجم مصطلح التفاعلية (L'interactivite) من اللاتينية فيكون معناه(ممارسة بين اثنين) أي تفاعل وتبادل بين شخصين.إذا، نفهم أن جوهر مصطلح التفاعلية يكمن في التبادل و التفاعل، حوار بين اثنين"6 بالإضافة إلى7:

---

[1] http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html , on 12/07/2013 , at 19h14.

[2] Nicolas Gane and David Beer, New Media : The Key Concepts, Berg, N.Y, U.S.A, 2008, 06-07.

[3] Danah m.boyd and Nivole B.Ellison, Social Network Sites: Definition , Historyand Scholarship, Journal of Computer Mediated Communication, Vol 13, International Communication Association, U.S.A, 2008, p 211.

[4] Wendy Hui Kyong Chun and Thomas Keenan, New Media , Old Media : A History and Theory Reader, Routledge, New York, U.S.A, 2006, p p 01-02.

[5] Mizuku Lto and others, Hnging Out, Messing Around and Getting Out, The MIT Press, U.S.A, 2010, p 28.

[6] محمد الأمين موسى، مرتكزات الخطاب الإعلامي في الوطن العربي في ظل العولمة، المحاور الثلاث عن واقع الحريات العامة و ثورة المعلومات، ورقة العمل المقدمة للمؤتمر العلمي الحادي عشر، جامعة الشارقة، 1-1 ماي ، 2002، ص 01.

[7] ، ص ص 02-01.

الحضور (presence): حيث أن خدمات الوسائط المتعددة دائمة الحضور، أي أنها متوفرة في أي وقت، حيث يستطيع الفرد المستخدم اللجوء إليها في أي وقت يشاء، بإضافة على أنه يستطيع تخزينها في العديد من الأوعية المادية الأخرى.

الكثافة العالية للمعلومات (High Information Density): حيث أن الشخص المستخدم للوسائط المتعددة بإمكانه الحصول على كم هائل من المعلومات و البيانات و المعرفة التي يريدها، ذلك من خلال سعتها التخزينية الواسعة، بالإضافة إلى إمكانية الربط عبر شبكة الانترنت، حيث أن قدرة التخزين تطورت من الجيجا بايت (Gigabyt) إلى التيرابايت (Terabyte) هذا الأخير يفوق الأول بألف مرة في سعة التخزين.

تعدد الحواس (Multisensory): لقد كانت الوسائط الاتصالية التقليدية تقتصر على استخدام حاسة أو حاستين على الأكثر، لكن مع دخول الوسائط المتعددة أصبح الفرد يستطيع أن يوظف العديد من الحواس، كالكتابة و الاستماع إلى الموسيقى، و مشاهدة الفيديوهات و الصور وإعداد الرسوم البيانية و التوضيحية ...الخ.

الفورية (Instantaneity): حيث أن الشخص الباحث عن البيانات و المعلومات العلمية، من خلال الوسائط المتعددة بإمكانه أن يرسها و يحصل عليها بطريقة فورية و آنية و بصفة سريعة، من خلال إمكانية الاتصال بقواعد البيانات و بنوك المعطيات، أو من خلال خدمة البريد الالكتروني، ويمكن للصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد أن توفر للمتلقي1:

تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين: حيث أن المستخدمين كيفية حصولهم على المعلومات سواء كان ذلك على شكل نص مكتوبة أو من خلال مجموعة من الصور الثابتة أو المتحركة، بالإضافة إلى ذلك فإن الفرد يستطيع الحصول على المعلومات التي يريد باللغة التي يشاؤها، كما يستطيع الفرد من خلال الوسائط المتعددة اختيار القناة الاتصالية التي يريدها سواء كان ذلك عن طريق النص الفائق، أو من خلال مقاطع الفيديو ...الخ.

إمكانية الاتصال الشخصي: حيث أن المستخدمين للوسيلة الاتصالية الواحدة يمكنهم الاتصال مع بعضهم البعض، ذلك من خلال البريد الالكتروني أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش، مما يؤدي إلى زيادة التفاعلية بين الأفراد و بالتالي تزداد مدة الاستخدام بين الأشخاص.

إمكانية إضافة المعلومات: فبفضل ما تتيحه الوسائط المتعددة من رجع الصدى عن طريق صفحات الويب و صفحات الاهتمامات و الهوايات و المكالمات الهاتفية و البريد الالكتروني، ، فإن الفرد المتلقي لمحتوى الرسالة بإمكانه أن يكون صانعا لها وبالتالي يتدخل بصفة مباشرة أو غير مباشرة في إنتاج المحتوى الإعلامي وفقا لرغباته و حاجاته.

تاسعا: الصحافة الرياضية عبر الفضاء الافتراضي الرقمي و دينامكية الاتصال مع الجمهور المتلقي.

تعتبر صحافة المواطن عبر مواقع الإعلام الجديد بمثابة الجيل الحديث من الإعلام الذي انبثق عنه بيئة اتصالية معاصرة، و الذي اتاح و ووفر فرصا جديدة للتفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى تقاسم و مشاركة المعلومات و التواصل مع الأفراد، فمصطلح الإعلام الجديد يتكون من عنصرين أساسين يتمثل الأول في اعتماده على تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية (Computer Layer) هذا الأخير الذي يشكل المكونات المادية الشكلية و التقنية له، و بدوره يتعدى إلى مختلف تكنولوجيات الاتصال الحديثة، في حين أن العنصر الثاني يتمثل في المكون الثقافي (Cultural Layer) ، حيث أن الإعلام الجديد ببيئته الحديثة يشجع ويحث على أنواع معينة من التفاعل بين مختلف الأفراد المستخدمين، حيث إن العلاقة بين المكونين السابقي الذكر هي علاقة تكاملية تكافلية (Symbiotic Relation)، فعندما يتآلف كل من العنصر الثقافي مع تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية أو مع مختلف وسائل الاتصال الحديثة يؤدي ذلك إلى ابتكار نوع جديد من الاتصال و إلى استحداث أنماط تواصلية جديدة، بالإضافة إلى ظهور استخدامات للوسائل الإعلامية و الاتصالية لم تكن مألوفة و غير متوقعة من ذي قبل، ويعني مصطلح الإعلام الجديد كذلك إلى إمكانية الاتصال المستمر بين مختلف الأفراد، كما يشير كذلك إلى الجيل الجديد من تكنولوجيا الاتصال الرقمية و التي يمكن نقلها (Mobile Technologies) كالهواتف الخلوية، الانترنت، و التي من شانها أن تؤثر على الحياة الاجتماعية و الثقافية للأفراد .2

عاشرا:الوسائط المتعددة (Multimedia) عبر مواقع الإعلام الجديد و انعكاسها على الصحافة الرياضية.

تعتمد الوسائط المتعددة أو الملتيميديا عبر مواقع الإعلام الجديد على العديد من العناصر الأساسية و الهامة التي تسمح بتناقل المعلومة وفهمها خاصة في مجال الصحافة الرياضية من خلال العديد من الصفات و الأشكال ذلك وفقا لرغبة المتلقي، كما أنها تسمح كذلك بحدوث الأثر و الاستجابة بنسبة كبيرة دلك وفقا لما يتطلع غليه القائم بالاتصال أو صانع الرسالة الإعلامية، وتتمثل هذه العناصر في3:

سليم عيد محمد غوي بلقاسم، تقنيات الاتصال في الصحافة الرياضية عبر الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد و تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 01-09 مارس 2009، ص ص 111-111.

[2] Heidi A.Campbell, When Religion Meets New Media, Routledge, New York, 2010, p p 09-10

[3] محمد جاسم الصميدعي، الاتصال الجماهيري، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص500.

مقاطع الفلاش: حيث يتمثل هذا العنصر في عرض المحتوى بأسلوب شيق ، ذلك من خلال تحويل الرسوم و الصور الثابتة إلى متحركة وتفاعلية مما يضفي على المضمون نوعا من الحيوية.

المقاطع الصوتية: يتمثل هذا العنصر في إعادة قراءة النص المكتوب من خلال مقطع صوتي يصاحب هذا الأخير، كما يمكن كذلك أن يكون هذا المقطع كتعليق على صورة توضيحية أو رسم بياني، أو كنوع من التحليل و التفسير لمجموعة من النتائج و المعطيات.

الفيديوهات: حيث يقوم هذا العنصر على تحويل الفيديوهات العادية إلى فيديوهات رقمية من خلال استعمال العديد من البرامج و التقنيات التي تسمح بنشره على شبكة الانترنت، أو من خلال العديد من الأشكال و الصيغ التي تسمح بتناقل هذه المقاطع بين العديد من الأجهزة كالهاتف المحمول، والحاسوب الشخصي، وباقي الأوعية المادية الأخرى.

إحدى عشر: المقاربة المنهجية المناسبة لعينة الدراسة.

كلمة منهج أو (Method)، تعني " إجراءات أو عملية لإحراز شيء أو لتحقيق هدف، كما تعني إجراء نظاميا تقنينيا، وخاصة في البحث العملي، أو أسلوبا للاستقصاء يصلح للتخصص أو فن بعينه، و تعني أيضا خطة نظامية لعرض مادة التعليم أو التوجيه، كما تعني أيضا فرعا من فروع المعرفة أو الدراسة، يتناول مبادئ و تقنيات التحقيق العملي"[1]، ومن خلال دراستنا هذه فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، ذلك لوصف و تحليل مختلف البيانات المتعلقة بالصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد، بالإضافة إلى المنهج الإحصائي، من أجل تحويل هذه الظاهرة إلى مصدر مشهدي، وتحليلها بيانيا و إحصائيا.

اثنى عشر: مجال و عينة الدراسة

يعد استخدام العينات من الأمور العادية في مجال البحوث و الدراسات العلمية سواء الاجتماعية أو الطبيعية. و العينة هي عبارة عن مجوعة جزئية من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي، فبدلا من إجراء البحث أو الدراسة على كامل مفردات المجتمع يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة"[2]

و عينة دراستنا تتمثل في كونها عينة طبقية قصدية تتمثل مجموعة من شباب مدينة سطيف الواقعة على بعد خوالي (300كم) شرق العاصمة الجزائرية، و المتراوحة أعمارهم ما بين 24-33 سنة، و المستخدمين لشبكة الانترنت و المتعرضين إلى مضامين الصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد في صورها المتنوعة، ومن جهة أخرى فإن توزيعها قد اعتمد على عينة الكرة الثلجية، فبعد بلوغ توزيع الاستبيان إلى مرحلة التشبع في المعلومات، أي أنه كلما وزعنا الاستمارة الاستبيانية على عدد آخر جديد من أفراد مجتمع البحث تحصلنا على البيانات والمعلومات نفسها، و بالتالي توقف عدد مفردات الدراسة عند(87 مفردة).

ثلاثة عشر: أدوات جمع البيانات .

" يعتبر الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات و المعلومات من مصادرها، و الاستبيان لا يمكن أن يمثل الموضوع و لا يمكن أن يمثل المبحوثين و لكنه يمثل توقعات الباحث. و عليه فالاستبيان هو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع و الإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة"[3]

ومن خلال دراستنا هذه اعتمدنا على الاستمارة الاستبيانية من أجل الحصول على البيانات من طرف المبحوثين وهي تضم مجموعة من الأسئلة تضم كل من البيانات العامة للمبحوثين بالإضافة إلى أسئلة تشتمل على أهم أنماط و عادات استخدام عينة الدراسة للصحافة لرياضية عبر شبكة الانترنت في حين أن المحور الثالث يتمثل في أهم الخصائص الاتصالية و السمات الإيجابية التي تضيفها مواقع الإعلام الجديد عبر الفضاء الرقمي إلى الجمهور المتلقي.

و قد استخدمنا برنامج (Statistical Package of social sciences) الذي يشار إليه باختصار (SPSS) في نسخته (17.0)، ودرجة ثبات و اتساق الاستبانة بلغت من خلال اختبار "الفاكرومباخ" بـ(7.02) أي إنه كلما أعدنا توزيع الاستبيان على عينة الدراسة كلما تحصلنا على النتائج نفسها بنسبة تقدر بـ(72.30%) و هي النسبة ذاتها في مدى اتساق اسئلة الاستبانة.

جدول إحصائي يوضح مدى اتساق وصدق الاستبانة
)Reliability Statistics(

---

[1] رجاء محمود أبو علام، مناهج البحث العلمي في العلوم النفسية و التربوية، دار الكتاب الحديث للطباعة و النشر و التوزيع، ط6، القاهرة، 2006، ص 521.

[2] محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص 11.

[3] مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000، ص 511.

عدد الأسئلة (N of Items)	اختبار الفاكرومباخ (Cronbach's Alpha)
11	23,70

خاتمة (عرض لأهم نتائج الدراسة):

من خلال ما سبق من معطيات توصلنا من خلال دراستنا هذه إلى أهم النتائج الآتية:

عادة ما تتعرض عينة الدراسة إلى مواقع الصحافة الرياضية عبر شبكة الانترنت من المنزل بنسبة تقدر بحوالي(63.5%) ثم تليها مقاهي الانترنت بـ(20.6%) و تليها أماكن العمل و الدراسة بـ(15.9%).

تعتبر الكمبيوترات الخاصة و المحمولة من بين أهم الأجهزة المفضلة و أكثرها استخداما منم طرف عينة الدراسة للتعرض إلى الصحافة الرياضية عبر الانترنت و ذلك بنسبة تقدر بحوالي (63.5%) لدى عينة الدراسة ثم تليها أجهزة الحاسوب الخاصة بمقاهي الانترنت و الهواتف المحمولة.

(75%) من عينة الدراسة تتعرض إلى الصحافة الرياضية عبر مواقع الانترنت يوميا .

(82%) من عينة الدراسة تتعرض إلى الصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد في مدة تقل عن ساعة.

تعتبر الفترات المسائية من أهم الفترات التي تتعرض من خلالها عينة الدراسة إلى الصحافة الرياضية و ذلك بنسبة تقد بحوالي (74.15%).

يعتبر موقع فايسبوك (Facebook) من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية و أكثرها استخداما من طرف عينة الدراسة في الإطلاع على الأخبار الرياضية و ذلك بنسبة تقدر بحوالي (71.7%) .

تهتم المواقع الإخبارية عبر صفحات فايسبوك على التقرير الصحفي من أجل تغطية الأحداث الرياضية و ذلك عند (53.05%) من عينة الدراسة.

يتوجه معظم أفراد عينة الدراسة إلى الأخبار الرياضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، ذلك لاشتمال هذه الأخيرة على عنصر السبق الإخباري و الصحفي، سواء من قبل العامة أو المتخصصين، وذلك عند (68.8%) من مستخدمي موقع فايسبوك (Facebook) .

يساهم الإخراج الفني الجذاب على زيادة انجذاب عينة الدراسة نحو الصحافة الرياضية عبر الفضاء الافتراضي و ذلك بنسبة تقدر بحوالي (53%).

يتمثل عنصر التفاعلية في إمكانية التعليق الفوري ورجع الصدى الآني على مختلف الأحداث الرياضية لدى (61.9%) من عينة الدراسة.

تعتبر المضامين المصورة و المرئية و المتعلقة بالأحداث الرياضية الأكثر إقبالا من طرف متتبعي الصحافة الرياضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك بنسبة تقدر بحوالي (58.7%) .

تساهم مضامين الرياضة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في توعية المواطن ضد العنف في الملاعب عند عينة الدراسة من خلال صفحات فايسبوك (Facebook pages) .و النقاشات مع مختلف الأصدقاء و مجموعات الحوار .

يسمح موقع فايسبوك (Facebook) مشاركة جمهور الصحافة الرياضة لمختلف الأخبار و الأحداث لدى (75%) من المتعرضين للصحافة الرياضية.

أكدت (43.05%) من عينة الدراسة أن الصحافة الرياضية عبر مواقع الإعلام الجديد تساهم في زيادة تثقيف الأفراد المبحوثين في مجال العلوم الرياضيية.

قائمة لأهم المراجع المعتمدة:

أولا: المراجع العربية

رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي ز أساسياته النظرية و ممارساته العلمية، دار الفكر المعاصر، بيروت لبنان، 2000.

السعيد بو معيزة، التفاعلية في الإذاعة أشكالها و وسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007.

سعيد محمد غريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية عبر الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، جامعة البحرين، 07-09-أفريل2009.

محمد الأمين موسى، محمد الأمين موسى، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، المحور الثالث بعنوان العلاقات العامة و ثورة المعلومات،سلسلة الشر العلمي، العدد 37،، جامعة الشارقة، 5-7 ماي ، 2004.

محمد جاسم فلحي، النشر الالكتروني، دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2005.