

دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية الافتراضية.

Use of students' motivation for virtual sports groups.

رزيقة بن عبد المومن¹، كلية علوم الإعلام والاتصال،

benabdelmoumen.razika@univ-alger3.dz (الجزائر)

سليمة قاصدي²، كلية علوم الإعلام والاتصال، kasdisalima@hotmail.com (الجزائر).

تاريخ الاستلام: 2019/ 10/ 25 ؛ تاريخ المراجعة: 2019/ 10/ 25 ؛ تاريخ القبول : 2019/ 10/25

ملخص: هدف البحث الحالي لدراسة دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية الافتراضية، حيث كشفت النتائج عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام والمستوى الجامعي. في حين أشارت النتائج الميدانية لغياب العلاقة بين دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية ونوع جنسهم.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام؛ المجموعات الرياضية؛ الاتصالات عبر وسيط الكمبيوتر.

Abstract : The goal of the current research to examine the motives of the students to use virtual sports groups, with the findings revealed a statistically significant relationship between the motives of use and university level.

While noting the on-the-ground results of the absence of the relationship between the use of students' motivation to sports groups and sex

Keywords: Users; sports groups; computer-Mediated-Communication.

1. مقدمة وإشكالية البحث:

يعتبر الاتصال أحد أهم الدوافع الأساسية في العلاقات الشخصية، سواء في الاتصالات وجها لوجه أو عبر الشبكات الاجتماعية، وقد تزايد عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية بشكل كبير في الآونة الأخيرة مما دفع العديد من الباحثين للاهتمام ودراسة المجتمعات الافتراضية.

تؤكد معظم الأدبيات أن المجتمعات الافتراضية ليست أماكن خيالية غامضة بل هي جزء من العالم الحقيقي "فالأفراد في المجتمعات الافتراضية يتبادلون النكت والنقاشات... يدخلون في خطابات ثقافية... يمارسون التجارة ويتبادلون العلم... يتقاسمون الأحاسيس... يضعون الخطط... ويقعون في الحب... يجدون الأصدقاء ويخسرونهم. فالأفراد في المجتمعات الافتراضية يقومون بنفس ما يقوم به الأفراد في العالم الحقيقي، لكن نترك أجسادنا خلفنا، لا يمكنك أن تقبل أحدا ولا يمكن لأحد أن يلصقك في أنفك. لكن الكثير يمكن أن يحدث ضمن هذه الحدود... (Rheingold, 1993, p.12) ."

شكلت الميزات التي تمنحها الانترنت للمستخدمين كفاعلين في عملية التواصل أحد أهم الانشغالات العلمية التي انصب اهتمام الباحثين نحوها. وغالبا ما يبحث المستخدم عن أفراد وجماعات لهم نفس الاهتمامات والأفكار؛ إلا أن الدوافع التي تدعو لاستخدامها تختلف من شخص لآخر. تختلف المجموعات الافتراضية، وتتعدد باختلاف المواضيع والأهداف والمجال المخصص لإنشائها. فنجد المجموعات السياسية والاجتماعية والعلمية والرياضية... وغالبا ما اهتم الباحثون بالمجموعة السياسية والاقتصادية والاجتماعية ولم يولي اهتماما كبيرا للمجموعات الرياضية ولهذا فإنه من المفيد البحث في دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية.

2. أدبيات البحث والتحديد المفاهيمي.

1.2 الاتصالات عبر وسائط الكمبيوتر CMC

يؤكد عدد من الباحثين أن الاتصالات عبر وسائط الكمبيوتر تقدم منفذا للأشخاص الذين لا يشعرون بالراحة في مناقشة القضايا الشخصية في الاتصال وجها - لوجه، وذلك للحفاظ على خصوصية الأفراد. ولكون الانترنت هي "شبكة من أجهزة الكمبيوتر التي تسمح بنقل البيانات" (Wood & Smith,2001,p.33)

تعتبر CMC ركيزة تستند عليها الانترنت وأداة أساسية فإن للتواصل بين المستخدمين في مواقع الشبكات الاجتماعية وقد تم تعريفها على أنها:

"Synchronous and asynchronous electronic mail and computer conferencing by which senders encode in text messages that are relayed from senders computers to receivers " (Walther,1992,p.52)

دوافع استخدام CMC

كشف العديد من الدراسات دوافع استخدام الأفراد للاتصالات عبر وسيط الكمبيوتر من بينها:

– أن مستخدمي الأفراد الذين يشعرون بأقل قيمة في التفاعل وجها لوجه، وقليل التفاعلات خارج الخط (offline) يميلون لاستخدام CMC أكثر، بالإضافة أن هؤلاء المستخدمين يميلون إلى استخدام

الصفحة الرئيسية للترفيه وتمير الوقت (Papacharissi(2002)

– كما يؤكد أن استخدام (Roberts et al (2000) أن استخدام CMC يؤدي إلى زيادة الرفاهية النفسية والامكانيات الاجتماعية لدى الأشخاص الخجولين.

– يشير (papacharissi & Rubin (2000) إلى أن الأشخاص الذين وجدوا التفاعلات وجها لوجه مرضية كان الدافع وراء استخدام CMC هو البحث عن المعلومات، وعلى العكس من ذلك، الذين لم يجدوا الاتصال وجها لوجه مرضية كان الدافع وراء استخدام CMC هو الاتصال الشخصي.

كما وجدوا أن الأفراد الذين استخدموا CMC للاتصال الشخصي يميلون إلى قضاء معظم الوقت على الانترنت.

2.2 الجماعات الرياضية.

إن التطور الهائل الذي عرفته الأنترنت، سمح بظهور ملايين المستخدمين والعديد من الجماعات الافتراضية في كل المجالات. ومن بينها المجموعات الرياضية التي تجمع بين أعضاء لهم اهتمامات وميول رياضية مشتركة. تحمل تسميات مختلفة إما حول نوع الرياضة ككرة القدم، كرة اليد... أو حول نجوم الرياضة والمشاهير.

يشير (Whittaker, Lssacs, & Day(1997 إلى الخصائص الأساسية للمجموعات الافتراضية على الأنترنت:

أولاً: أعضاء لديهم نشاط، أو فائدة، أو حاجة أو هدف مشترك، والذي يشكل السبب الرئيسي للانتماء إلى جماعة. ثانياً: يشارك الأعضاء في المشاركة الفعالة المتكررة وغالبا ما تكون هناك تفاعلات مكثفة، أو علاقات عاطفية قوية أو الأنشطة المشتركة التي تحدث بين المشاركين. ثالثاً: أعضاء لهم حق الوصول إلى الموارد المشتركة وهناك سياسات تحديد امكانية الوصول إلى تلك الموارد. الخاصية الرابعة: المعاملة بالمثل من المعلومات والدعم والخدمات بين الأعضاء. خامساً: إطار مشترك "الاتفاقيات الاجتماعية، اللغة، والبروتوكولات".

3منهجية البحث

1.3 منهج البحث

يشير Yin "إن اختيار نوع البحث يرتبط أساسا بالأسئلة الأولية للباحث ويتبعها مباشرة بالإضافة إلى توفر المعلومات لديه" (لوصيف، 2008، ص123). وعليه فإن البحث الحالي يندرج ضمن الدراسات الإمبريقية، واعتمدنا على المسح التحليلي كمنهج يناسب طبيعة موضوع البحث.

2.3 فرضيات البحث:

ف1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية والمستوى الجامعي.

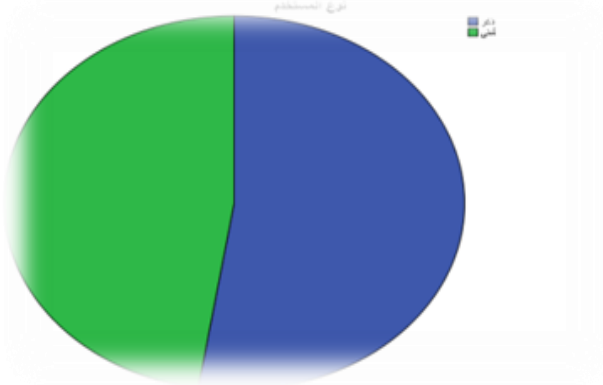
ف2: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية والنوع.

3.3 ميدان البحث

أجري البحث الميداني على عينة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وقد تم تصميم استمارة إلكترونية تحت عنوان " دوافع استخدام الطلبة للمجموعات الرياضية" لتسهيل عملية جمع البيانات والوصول إلى العينة المقصودة مباشرة. حيث قمنا بإرسال دعوات المشاركة بطريقة عرضية في المجموعات الطلابية والرياضية. وقد رافق هذه الاستمارة الغرض من البحث والسرية من المشاركة. وقد بلغ العدد الاجمالي للمستخدمين الذين أكملوا الاجابة على بنود الاستمارة 40 مستخدم.

يوضح الشكل رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب نوع جنسهم، حيث مثلت نسبة الاناث 52,5% وفي المقابل كانت نسبة الذكور 47,5%. وقد بلغ متوسط سن العينة 23 سنة (جدول رقم 1

شكل (1): توزيع أفراد العينة حسب نوع الجنس



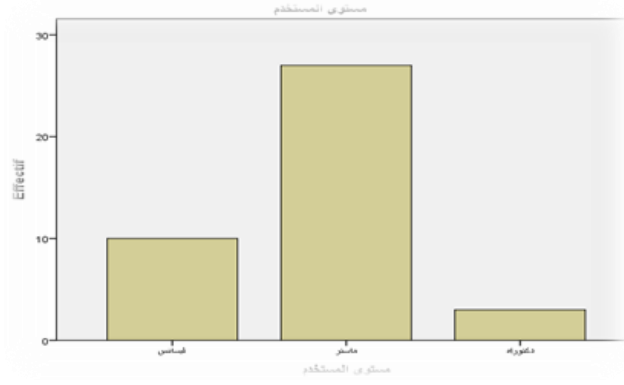
جدول (1): توزيع أفراد العينة حسب السن.

السن	
23,85	المتوسط
35	القيمة الدنيا
19	القيمة العليا
3,00	الانحراف المعياري

استخدمت عينة طلاب الجامعات في العديد من الدراسات المتعلقة باستخدام الانترنت، وهي تؤكد أن طلاب الجامعات هي العينة المناسبة للبحث؛ لأن لديها تجربة الأنترنت والوصول إلى شبكة الانترنت (eg: Bonebrake ,2002 ; Papacharissi &Rubin , 2000) . والشكل رقم(2) يوضح

توزيع أفراد العينة وفقا لمستواهم الجامعي.

شكل (2): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.



4.3 أدوات القياس

تشكل أدوات القياس أهمية كبيرة في أي بحث علمي؛ لأنها تمكن الباحث من جمع البيانات لقياس الظاهرة المراد دراستها. كما أن "المقياس يستمد قيمته من مجموع الأسئلة المطروحة أو البنود، وعلاقتها بالاتجاه الذي تسعى إلى قياسه... و إذا كانت البنود لا تمثل عينة واحدة فقط من عالم هذا الاتجاه، فإنه ينبغي الاحتفاظ إلا بالتي تكون لها دلالة ... أي تلك التي ترتبط عن قرب بالاتجاه ... و سواء كان هذا الارتباط ظاهرا أو لا فإنه ينبغي قياسه و إثباته قبل استخدامه " (عزيز لعبان، 2008، ص157). شملت أداة البحث الحالي قسمين. القسم الأول شمل مقدمة توضيحية للهدف من البحث، وبنودا عن المعلومات الديموغرافية للمبحوثين لأغراض إحصائية تمثلت في النوع، المستوى والسن. أما القسم الثاني من المقياس تضمن بنود مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية.

• وصف مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية.

اعتمدنا في البحث الحالي في عملية جمع البيانات، على مقياس دوافع استخدام الانترنت لـ Uwe (2001) Wolfradt & Doll "The Internet Motivation Scale". وقد تم ترجمته وتكييفه لتحقيق

الهدف من هذا البحث. يقيس هذا المقياس دوافع الأفراد لاستخدام المجموعات الرياضية الافتراضية، يتكون من 20 بندا تقيس ثلاثة أبعاد: دافع المعلومات، دافع الاتصال بين الأشخاص، ودافع الترفيه. والجدول رقم (2) يوضح بنود مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية.

جدول(2): بنود مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية.

الأبعاد	البنود	أمثلة
دافع المعلومات	1.2.3.4.	ألتقى الأخبار الحقيقية من خلال
	5.6.7.8	استخدام المجموعات الرياضية
		تتيح لي المجموعات الرياضية العديد من الأمور المهمة التي لا أستطيع الوصول إليها في مكان آخر.
دافع الاتصال بين الأشخاص	9.10.11	وجدت أصدقاء ومعارف جديدة عبر
	12.13..	المجموعات الرياضية استخدام
	14.15	المجموعات الرياضية يجعلني أشعر بأ أنني قريب من الآخرين.
دافع الترفيه	16.17.1	أنا ألهي نفسي عن إجهاد الجامعة
	8.19.20	باستخدام المجموعات الرياضية.
		استخدام المجموعات الرياضية يساعدني في تمرير وقتي.

صدق وثبات مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية.

1. ثبات المقياس.

إن قياس معامل ألفا كرونباخ من أهم التقنيات الاحصائية لقياس الاتساق الداخلي وثبات المقاييس السيكولوجية. وقد تم قياس ألفا كرونباخ في البحث الحالي، حيث تشير النتائج أن مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية أداة صالحة وموثوق بها. والجدول رقم (3) يوضح معامل ألفا كرونباخ في البحث الحالي مقارنة مع دراسة (Wolfradt & Doll(2001).

جدول(3): معامل ألفا كرونباخ

معامل ألفا كرونباخ في دراسة Wolfradt & Doll(2001).	معامل ألفا كرونباخ في البحث الحالي	
$\alpha=.84$	$\alpha=.72$	دافع المعلومات
$\alpha=.81$	$\alpha=.86$	دافع الاتصال بين الأشخاص
$\alpha=.76$	$\alpha=.81$	دافع الترفيه
/	$\alpha=.90$	الدوافع مجتمعة

صدق المقياس.

تشير الارتباطات الداخلية دليلا على صدق البناء، "إذ يمكن تفسير ارتباط بند المقياس بدرجته الكلية، على أن البند يرتبط بالموضوع المقيس" (لعبان، 2008، ص.161). والجدول رقم (4) يوضح معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية وبين الأبعاد والدرجة الكلية.

جدول(4): علاقات الارتباط بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية وأبعاده الثلاثة.

دوافع الاستخدام (الدرجة الكلية)	دافع الترفيه	دافع الاتصال بين الأشخاص	دافع المعلومات	
			1	دافع المعلومات
		1	.57**	دافع الاتصال بين الأشخاص
	1	.73**	.47**	دافع الترفيه
1	.83**	.91**	.80**	(الدرجة الكلية)

**ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.01

يبين الجدول أعلاه أن علاقات الارتباط بين المقياس وأبعاده الثلاث ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 ؛ والتي تؤكد الاتساق الداخلي للمقياس.

4. عرض نتائج البحث.

1.4 التحليل الإحصائي الوصفي لمقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية.

يتضح من خلال الجدول رقم (5) أن بنود مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية موزع توزيعاً اعتدالياً، بحيث جاءت النتائج الخاصة بالأبعاد الثلاث كالتالي: دافع المعلومات: (المتوسط: 26,18، الوسيط: 26,00، المنوال: 24). دافع الاتصال بين الأشخاص: (المتوسط: 20,40، الوسيط: 21,50، المنوال: 23). دافع الترفيه: (المتوسط: 15,83، الوسيط: 16,00، المنوال: 15). وبالنسبة للمقياس ككل كانت النتائج كالتالي: (المتوسط: 62,40، الوسيط: 63,00، المنوال: 64)

جدول (5): توزيع بنود مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية وأبعاده الثلاث

المتوسط	الخطأ المعياري للمتوسط	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري	الالتواء	التفطح	
26,18	,90	26,00	24	5,71	_,29	_,08	دافع المعلومات
20,40	1,08	21,50	23	6,88	_,30	_,56	دافع الاتصال بين الأشخاص
15,83	,71	16,00	15	4,53	_,19	_,16	دافع الترفيه
62,40	2,32	63,00	64	14,70	_,14	_,10	دوافع الاستخدام

يؤكد يؤكد (2004) Morgan, Leech, Gloeckner, & Barrett أن درجة الالتواء إذا كانت أصغر من $1/+$ ، فإن توزيع قيم المتغيرات يمكن أن يعتبر معتدلا نسبيا، ولذلك فإن قياس الالتواء والتفلطح من أهم التقنيات الاحصائية التي تحدد فيما بعد نوع الاحصاء المناسب لطبيعة البحث.

يوضح الجدول أعلاه، أن نتائج اختبار الالتواء بالنسبة لأبعاد مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية تراوحت ما بين $30-$ و $19-$ أما قيمة الالتواء لمجموع المقياس كانت $(14-)$ ، وهي تشير إلى أن توزيع مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية ملتو نحو اليسار أما قيمة التفلطح كانت صغيرة $(10-)$ مما يدل على أن التوزيع قليل التفلطح (للتوزيع قمة عالية). تسمح هذه النتائج بالقول أن تشتت العينة ضعيف وبالتالي تتجه نحو الاعتدال الطبيعي.

2.4 دراسة علاقات الارتباط بين المتغيرات.

• **ف1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية والمستوى الجامعي.**

يبين الجدول رقم (6) أن هناك ارتباط سلبي بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية والمستوى الجامعي، حيث قدر معامل الارتباط بـ $(r = -0.04)$ عند مستوى $p=0.05$. وهذا يشير إلى وجود علاقة عكسية بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية والمستوى الجامعي للمستخدم. فكلما زادت دوافع استخدام المجموعات الرياضية كلما قل المستوى الجامعي والعكس بالعكس.

جدول (6): العلاقة بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية والمستوى الجامعي.

المستوى الجامعي	دوافع استخدام المجموعات الرياضية	
1	دوافع استخدام المجموعات الرياضية	دوافع استخدام المجموعات الرياضية
1	دوافع استخدام المجموعات الرياضية	المستوى الجامعي

*ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 (ذو ذيلين)

• ف2: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية والنوع.

يبين الجدول رقم (7) أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ودوافع استخدام

المجموعات الرياضية، حيث قدر معامل الارتباط بين المتغيرين ($r = 0.03$)

جدول (7): العلاقة بين دوافع استخدام المجموعات الرياضية والنوع.

النوع	دوافع استخدام المجموعات الرياضية	
1	دوافع استخدام المجموعات الرياضية	دوافع استخدام المجموعات الرياضية
1	دوافع استخدام المجموعات الرياضية	النوع

5. خلاصة

بينت النتائج أن الاهتمام بالمجموعات الرياضية الافتراضية لم يعد حكرًا على فئة واحدة بل تتمتع بممارسته كلتا الفئتين ذكورا واناثا وهذا ما توصلنا اليه كنتيجة فيما يتعلق بولوجهم للمجموعات الرياضية قصد الحصول على المعلومات الرياضية والاستفادة من نصائحهم ولكن ما يثير الانتباه ويستدعي الدراسة الاكاديمية المعمقة لنتيجة مفادها أن كلما قل مستوى الفرد زاد اهتمامه بهذه المجموعات الرياضية حسب نتائج البحث الخالي وهذا إن دل على شيء فإنه يبين أن هذه الفئة تملك وقت الفراغ أكثر من فئة الطلبة من جهة ومن جهة أخرى أن هاته المجموعات لم تلق الانتشار الواسع في المجتمع الجزائري بالمقارنة بالمجموعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

المراجع:

-عبان، عزيز. (2008) "علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية". أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3.

لوصيف، سعيد. (2008). "علاقة أنماط الزمن بالقيادة التحويلية: حالة الإطار القيادية الوسطى". أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علم النفس التنظيمي. جامعة الجزائر.

Bonebrake, K. (2002). College students' Internet use, relationship formation, and personality correlates. *CyberPsychology & Behavior*, 5, 551-557.

Morgan, G.A., Leech, N.L., Gloeckner, G.W., Barrett, K.C.(2004). "SPSS for Introductory Statistics". Use and Interpretation (second edition). Lawrence Erlbaum Associates. Publishers New Jersey

Papacharissi, Z. (2002). "The self online: The utility of personal home pages". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 46. 346-368.

Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 175–196.

Rheingold, H. (1993). “The Virtual Community”. Reading, Mass. Addison–Wesley.

Roberts, L. D., Smith, L. M., & Pollock, C. M. (2000). ‘u r a lot bolder on the net’: Shyness and Internet use. In W. R. Crozier (Ed.), *Shyness: Development, consolidation, and change* (pp.121–138). London: Routledge.

Walther, J.(1992). “Interpersonal effects in computer–mediated interaction: A relational perspective”. *Communication Research*.19. 52–90.

Whittaker, S., Issacs, E., & O’Day, V. (1997). “Widening the Net. Workshop report on the theory and practice of physical and network communities”. *SIGCHI Bulletin*. 29(3). 27–30.

Wolfradt, U., & Doll, J. (2001). Motives for adolescents to use the Internet as a function of personality traits, personal and social factors. *Journal of Educational Computing Research*, 24, 13–27.

Wood, A. F., & Smith, M. J. (2001). *Online communication: Linking technology, identity, and culture*. Mahwah, NJ: Erlbaum.