



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بابل/ كلية الآداب
قسم الاعلام/ فرع الصحافة

(الفيس بوك و علاقته ب التشكيل الثقافة الرياضية)

لدى طلبة الجامعات

(دراسة ميدانية على طلبة كلية الآداب جامعة بابل)

بحث تخرج قدمه الطالب

محمد مجيد حميد

بإشراف الأستاذ

د. امجد الربيعي

ضمن متطلبات مشروع بحث التخرج

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

((وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَالِمٌ))

صَدَقَ اللَّهُ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ

شكر وتقدير

الشكر و الثناء لله عز و جل أولاً على نعمة الصبر و القدرة على إنجاز العمل ،
فالله الحمد على هذه النعم

و أتقدم بالشكر و التقدير إلى الدكتور امجد الربيعي الذي تفضل بإشرافه على هذا
البحث ، و لكل ما قدمه لي من دعم و توجيه و إرشاد لإتمام هذا العمل على ما هو
عليه فله أسمى عبارات الثناء و التقدير .

إلى أجمل وأطيب إنسان كل الشكر وأرق عبارات الثناء، لقد وقفت إلى جانبي في
كل الأوقات والأزمات، وأعطيتني كل الحب والحنان، أنت أعظم أب ومعك أشعر
بالأمان إلى الأبد.

و اهدي إلى هديتي من الله، والنعمة الكبيرة التي أعيشها، أمي إني مدين لك بكل ما
وصلت إليه وما أرجو أن أصل إليه من الرفعة.

الباحث

محمد مجيد حميد

المقدمة

يعد موقع فيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واستخداماً بحسب العديد من البحوث والدراسات، إذ يتيح هذا الموقع لمستخدميه معرفة أهم الأحداث وآخر الأخبار وحدث المعلومات، والعديد من الخدمات، إذ يزداد الإقبال عليه لعوامل وأسباب عدة.

ولم يقتصر موقع فيس بوك كونه موقعاً للتواصل مع الأقارب والأصدقاء بل تجاوز ذلك ليشكل واحدة من أهم وسائل الإعلام الجديد، فهو يحتوي على العديد من الصفحات العامة التي تعنى بالموضوعات المختلفة كالسياسة والفن والعلوم... والرياضة، إذ يتم إنشاء هذه الصفحات إما من شخص معروف كسياسي بارز أو عالم معروف أو رياضي مشهور أو يتم إنشاؤها من شخص يهتم بإحدى الموضوعات، وكذلك يتيح موقع فيس بوك إنشاء مجموعات تجمع أشخاصاً مهتمين بموضوع معين، ولكثرة انتشار الصفحات الرياضية والمجموعات الرياضية نجد ظهور اعتماد المستخدمين على موقع فيس بوك في الحصول على المعلومات الرياضية التي يبحثون عنها، وذلك لتصحيح الأفكار الرياضية الخاطئة. ويعد موقع فيس بوك منبرا للإعلام الرياضي الذي أسهم في إيصال الأخبار ومتابعة المباريات والأحداث الرياضية بشكل سريع إلى الجمهور الرياضي.

ومن أجل الإحاطة بمتغيرات بحثنا تم تقسيمه على ثلاثة فصول، تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث، أما الفصل الثاني الذي جاء بعنوان الإعلام الرياضي وجمهوره على فيس بوك وثقافته الرياضية عبر مباحثه الأربعة، إذ تناول المبحث الأول الإعلام الرياضي فيما تناول المبحث الثاني موقع فيس بوك أما المبحث الثالث فقد تناول الجمهور الرياضي ثم المبحث الرابع الذي تناول الثقافة الرياضية، في حين حدد الفصل الثالث للدراسة الميدانية فضلاً عن النتائج والاستنتاجات.

أولاً: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

وقد تمثلت مشكلة البحث في تحديد طبيعة اعتماد طلبة الجامعات على موقع (فيس بوك)، وعلاقته بتشكيل الثقافة الرياضية في ظل التطور العلمي والتكنولوجي لاسيما المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال التي توفر المعلومات اللازمة للأفراد، وتسلب الضوء على التغيير الحاصل في عادات الجمهور الرياضي الاتصالية التي انتقلت من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد، وإزاء ما سبق يمكن التعبير عن مشكلة البحث بتساؤل رئيس هو : (ما مدى اعتماد طلبة الجامعات على فيس بوك مصدراً للمعلومات وما هي علاقته بتشكيل الثقافة الرياضية؟)

والذي تنبثق عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل بما يأتي

- ١- ما نوع الموضوعات الرياضية التي يتصفحها طلبة الجامعات العراقي على موقع فيسبوك؟
- ٢ - ما مستوى الثقة بما ينشر على موقع فيس بوك من معلومات رياضية ؟ ٣- ما تصنيف المنشورات الرياضية التي يفضلها طلبة الجامعات على موقع فيسبوك؟
- ٤ - ما مستوى التفاعل مع المعلومات الرياضية على موقع فيس بوك ؟
- ٥ - ما مدى استخدام طلبة الجامعات موقع فيس بوك للحصول على المعلومات الرياضية ؟
- ٦- ما أسباب اعتماد طلبة الجامعات على موقع فيس بوك مصدراً للمعلومات الرياضية ؟
- ٧- ما هي إسهامات موقع فيس بوك في تشكيل الثقافة الرياضية ؟

ثانياً: أهمية البحث:

وتكمن أهمية البحث في المجالات الآتية:

١- الأهمية العلمية: يكتسب هذا البحث أهميته من كونه من الدراسات العلمية المعاصرة، فهو يمثل تطبيقاً علمياً منهجياً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لاسيما في استخدام طلبة الجامعات موقع فيس بوك مصدراً للمعلومات الرياضية، إذ يوفر بحثنا حقائق علمية عن حجم الاستخدام ومستواه وأنماطه عن طريق التمكين الكافي لإجابات المبحوثين من الجمهور الرياضي، فضلاً عن أن هذا البحث يرفد المكتبة العلمية والإعلامية، والتي نأمل ان تفيد الباحثين مستقبلاً.

٢ – الأهمية المجتمعية: تأتي أهمية البحث للمجتمع من أهمية معرفة مدى اعتماد طلبة الجامعات على فيس بوك مصدراً للمعلومات وعلاقته بتشكيل الثقافة الرياضية لاسيما بعد انتشار استخدام فيس بوك بين شرائح الجمهور الرياضي المختلفة وبدء اللاعبين بإنشاء صفحات لهم على موقع فيس بوك فضلاً عن زيادة بث المباريات على موقع فيس بوك عن طريق البث المباشر وكذلك إنشاء العديد من الصفحات الرياضية التي تهتم بأخبار اللاعبين والمباريات والبطولات ، وقيام وسائل الاعلام بإنشاء صفحات عامة على فيس بوك وأصبح طلبة الجامعات المتخصص يتابع الاخبار وبرامج الفضائيات عبر الصفحات الرياضية على موقع فيس بوك .

ثالثاً: أهداف البحث :

تتمثل أهداف البحث في هدف رئيسي وهو

١. مدى اعتماد طلبة الجامعات على الفيس بوك مصدر للمعلومات و علاقته بتشكيل الثقافة الرياضية.

٢. الكشف عن اهم الموضوعات الرياضية التي يتصفحها طلبة الجامعات على موقع فيسبوك.

٣. المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة موقع فيسبوك

٤. نوع الجهاز المستخدم للدخول الى فيس بوك لحصول على المعلومات الرياضية

٥. عدد الزيارات موقع فيسبوك للحصول على المعلومات الرياضية

رابعاً: أدوات البحث:

تم الاعتماد بشكل رئيس على الاستبانة الالكترونية لجمع المعلومات والبيانات، إذ تم

تصميمها لتناسب اغراض الدراسة، وذلك للحصول على المعلومات التي تتعلق

بمدى اعتماد طلبة الجامعات على موقع فيس بوك مصدراً للمعلومات وعلاقته

بتشكيل الثقافة الرياضية لديهم.

- الاستبانة الالكترونية: هي احدث أنواع الاستبانة التي جاءت نتيجة التطور التكنولوجي والتقني ونتيجة التوسع في استخدام شبكة الانترنت، إذ يتم الاستغناء عن النموذج الورقي ونشر الاستبانة الكترونياً عبر مواقع الانترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي.

خامسا: مصطلحات البحث :

- طلبة الجامعات: هو الجمهور الذي يهتم بكل ما يخص الرياضة من ألعاب ولاعبين وبطولات ويتابع أخبار الرياضة ويشاهد المباريات أو يسعى لحضورها وكذلك يسعى للانضمام إلى المجموعات الخاصة بالرياضة على موقع فيس بوك ويعلق ويتفاعل مع كل ما ينشر أو يكتبه بمشاهدة المنشورات .
- فيس بوك: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت الذي يتيح للأفراد إنشاء صفحة خاصة بهم وتكوين علاقات صداقة ونشر النصوص والصور ومقاطع الفيديو والتعليق على ما ينشر وإرسال الرسائل وإنشاء المجموعات ونشر الإعلانات يتميز بسهولة الاستخدام ومجانية الاشتراك .
- الثقافة الرياضية: هي جزء من الثقافة العامة تتكون من مجموعة من المعلومات والمعارف المتعلقة بالرياضة والمنافسات والألعاب تتضح أهميتها في زيادة الوعي بأهمية النشاط البدني وجعل الاتجاهات الرياضية مبنية على قواعد صحيحة.

ثانياً: الإطار النظري

الإعلام الرياضي

الإعلام الرياضي وجمهوره على فيس بوك وثقافته الرياضية

(المفهوم -- الخصائص _ مبادئ)

١ : مفهوم الإعلام الرياضي :

تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون في الإعلام الرياضي ، فقد عرفه الباحثان خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم بأنه: "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي". (عويس وعبدالرحيم، ١٩٩٨، صفح ٢٢)

ويعرف أيضاً بأنه: "عملية اتصال متخصص بالرياضة تمارس فيها نشر وإذاعة وبحث الأخبار الرياضية وتغطية الأحداث وإعلام الجمهور بالحقائق والمعلومات وشرح وتفسير القوانين والتعليمات والنظم ورصد وتحليل الحالات والقضايا التي تشغل الوسط الرياضي وإبراز الجوانب الإيجابية وتسلية الضوء على المتميزين ونقد الجوانب السلبية وتشخيص المشاكل عبر تزويد المهتمين بالبيانات اللازمة بما يكفل وعياً متفاعلاً حقيقياً بينه وبين الجمهور من جهة وبينه وبين المؤسسات الرياضية من جهة أخرى وصولاً لتحقيق الانجازات الرياضية". (العيثاوي، ٢٠١٠، صفح ١١).

٢ : خصائص الإعلام الرياضي

(العشاوي، الإعلام التلفزيوني المتخصص ميادين ومضامين، ٢٠١٢، صفحہ ٣٢)
هناك خصائص عديدة للإعلام الرياضي من أهمها:

١. يتميز الإعلام الرياضي بجماهيريه لما يمتلكه من القدرة على مخاطبة قطاعات متنوعة من الجماهير وعلى تغطية مساحات واسعة.

٢- يتمتع الإعلام الرياضي بمساحات أوسع من الحرية مما يمكنه لتناول الكثير من القضايا التي يتردد الإعلاميون في ميادين أخرى عن الخوض بها.

٣. إمكانية الإعلام الرياضي استثمار التطور التكنولوجي لا سيما في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى.

٤ - قيام الإعلام الرياضي بفصل ازدياد البطولات الرياضية لدور التقريب بين الدول التي قد تباعدها قضايا أخرى.

٥- لغة الإعلام الرياضي تتميز بالحيوية والبساطة والجاذبية وكثرة المصطلحات الخاصة باللعبة فضلا عن استخدام الكلمات والأمثال الشعبية أحيانا.

٦ - تغلب على الصورة في الإعلام الرياضي الصفة الإخبارية إذ يزداد استخدام الصورة لتوثيق الحدث ومنحه المصداقية والقدرة على الإقناع.

٣: مبادئ الإعلام الرياضي:

(الفرجاوي، ٢٠١٦، صفحة ٢٢)

- ١- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية.
- ٢- ضرورة التركيز على التكرار لنشر الرسالة الإعلامية.
- ٣- ضرورة الاعتماد على التقويم المستمر للرسائل الإعلامية.
- ٤- أن تتصف الرسالة الإعلامية بالوضوح والدقة.
- ٥- أن تعتمد الرسالة الإعلامية على المصادر الصادقة.
- ٦- المتبادل بين المؤسسة والجمهور .
- ٧- الاعتماد على العنصر البشري.
- ٨- أن تكون وسائل الإعلام مناسبة للجمهور .

ثانياً:

فيس بوك (المفهوم، المميزات، الخصائص)

أولاً: مفهوم الفيس بوك

يعرف فيس بوك بأنه "موقع للتواصل الاجتماعي يمثل مجتمع دولي على شبكة الانترنت وهو مكان يلتقي به أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم عن طريق تبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من المعلومات فضلاً عن التواصل مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة والعديد من الآخرين في شبكتهم الاجتماعية، ويربط الفيس بوك الأشخاص داخل المدن أو المناطق، أو العمل أو المدرسة، أو المنزل أو في الخارج، وما إلى ذلك استناداً إلى بنية صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين الفرديين بمشاركة المعلومات عن أنفسهم والتواصل مع الآخرين، يسعى الفيس بوك إلى إنشاء بيئة يسجل فيها الأعضاء الدخول بانتظام لتتبع ما يفعله الأصدقاء والزملاء، ومشاركة أنشطتهم الخاصة، والتفاعل حول الاهتمامات والهوايات، وإرسال الرسائل، والانضمام إلى المجموعات". (٤ Gunter, 2012, p. ويمكن تعريفه أيضاً بأنه "موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية، أن هناك من استغله في الجانب السيئ، وهناك من استفاد منه للتواصل الإيجابي بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم". (السوداني و منصور، ٢٠١٥، صفحة ١٠٧)

ثانياً: مميزات فيس بوك التي تفسر زيادة اعداد مستخدميه:

(عبود و العاني، ٢٠١٥، صفحة ١٤٥)

١.سهولة الاستخدام وسهولة التعامل مع الموقع.

٢.سهولة البحث عن الأصدقاء.

٣.مجانية الاشتراك وإتاحته للجميع من دون تمييز. – تنوع الوسائط التي يعتمدها الموقع مقارنة بالوسائل الأخرى ومن ثم تنوع الملفات التي يمكن تبادلها بين المشتركين.

٤.المرونة التي يمنحها الموقع في قبول الأصدقاء أو رفضهم مما يمنح المشاركين شعوراً بالاستقلالية والقدرة على تحديد دائرة الأصدقاء من دون عناء.

ثالثاً: خصائص موقع فيس بوك:

(مباركي، ٢٠١٧، صفحة ٥٤) للأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب.

١.التفاعلية: إن مستخدم الفيس بوك يرسل، ويكتب، ويستقبل ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، ويعد الفيس بوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فيعدها كانت

٢.العالمية: تمكن الفيس بوك من إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، إذ يمكن اتصالات خطية مباشرة (مرسل – متلقي)، أحدث الفيس بوك ثورة غيرت مسار الاتصالات إذ إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر ليشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلاً نقداً أو تعليقاً.

٣. وسهولة الاستخدام: أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع الفيس بوك أمام المشتركين فيه الكثير من الأنشطة، والفيس بوك أحد البرامج

الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف، الرموز و الصور التي تيسر للمستخدم التفاعل.

٤.التوفير والاقتصاد: إن مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك حساب على الفيس بوك، ولم يعد ذلك حكرا على أصحاب الأموال، غير أن الفيس بوك ولأنه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي، فإنه يحصل سنويا على عشرات الملايين من الأرباح الناتجة عن تداول الأفراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم .

المبحث الثالث: الثقافة الرياضية (مفهومها، خصائصها، أنواعها)

الثقافة الرياضية إنه رابط اجتماعي تعرف من خلاله المجموعة على نشاط متعلق بالرياضة. عادة ما يكون الرابط بين الناس من مختلف الأيديولوجيات السياسية والدينية وحتى التعليمية المختلفة عندما نتحدث عن القضايا الرياضية ، تبقى الكلاسيكية في الخلفية. تم التأكيد على هذا لأنه على الرغم من أن الشخص رياضي أو مجرد متفرج ، إلا أن الرياضة تعد بلا شك ظاهرة هائلة. كل ما يتم إثارته ينعكس في عروض الشخصيات الرياضية.

اولاً: مفهوم الثقافة:

لقد عرف العالم ادوارد تايلور * الثقافة في كتابه (الثقافة البدائية) الصادر عام ١٨٧١م بأنها الكل المعقد الذي يشمل المعارف والمعتقدات والفنون والقانون والأخلاق والتقاليد وكل القابليات والتطبيقات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في مجتمع ما". (بهاوي،

٢٠١٣؛ صفحة ٩٦) أما العالم فرانس بواز ** فعرفها على أنها "كل مظاهر العادات الاجتماعية في جماعة ما، وكل ردود أفعال الفرد المتأثرة بعادات المجموعة التي يعيش فيها، وكل منتجات الأنشطة الإنسانية التي تتحدد بتلك العادات". (العبيدي و النعيمي، ٢٠١٥، صفحة ١٩) وتعرف الثقافة أيضاً بأنها: عبارة عن مجموعة عادات الناس، ومعلوماتهم، وأفكارهم، وعواطفهم، وكذلك تمرسهم في فنون الإنتاج، والخدمات اليومية على مستوى التعليم والمؤسسات الاجتماعية التي تنظم الحياة الاجتماعية، والتي تتبلور ضمن الظروف التاريخية والمكتسبات والآثار العلمية والفنية ". (القاسمي، ٢٠٠٨، صفحة ٥٧) ويمكن تعريفها أيضاً بأنها: "نتيجة ما حصله الإنسان في حياته من معارف، وحققه لنفسه من إدراك، وكذلك هي الترجمة الصادقة لمعتقداته، وخبرته، والقيم التي يؤمن بها

ثانياً: خصائص الثقافة:

(سلطان، ٢٠١٤، صفحة ٢٤)

١. الثقافة ظاهرة إنسانية واجتماعية.
٢. الثقافة متكيفة: لأن الثقافة متغيرة، وتغيرها يعني المرونة والقدرة على التكيف.
٣. الثقافة متكاملة: تتجه الثقافة باستمرار إلى خلق الانسجام بين أجزائها المختلفة وتميل إلى أن تكون كلاً متكاملًا، وكلما زاد تكامل الثقافة، تتماسك أنماط السلوك مع بعضها البعض.
٤. الثقافة مثالية وواقعية: مثالية لأنها تتضمن المثل العليا التي يؤمن بها أفراد المجتمع، وواقعية لأنها تمثل السلوك الفعلي الواقعي للأفراد.
٥. الثقافة ظاهرة ومتضمنة: فهي تظهر بما يصفه الإنسان من ملابس وأثاث وطائرات وأدوات، وهي متضمنة لأن الأشياء المادية ما هي إلا نتاج أفكار المجتمع وتقاليده وعاداته ومثله العليا واتجاهاته نحو الطبيعة والحياة والآخرة. ٦- الثقافة عضوية وفوق عضوية: عضوية لأن الإنسان هو الذي خلق الثقافة وجذورها منغرسه، وفوق عضوية لأنها لا ترتبط بجيل واحد من الناس، ولكنها تتخطى الأجيال المتعاقبة.

ثالثاً: أنواع الثقافة:

(العبيدي م.، ٢٠١٥، صفحة ٩)

١. الثقافة الرياضية: وهي مجموعة المعارف الرياضية المتاحة للفرد والتي تكون اتجاهاً إيجابياً
٢. الثقافة القانونية: وتعني الوعي القانوني لدى المواطن بالأبعاد القانونية للجوانب العملية .
٣. الثقافة الاجتماعية: وتعني الإطار العام الذي يحكم العلاقات بين الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية في إطار المجتمع العام والمجتمعات العالمية.
٤. الثقافة التقنية: وهي تعني اكساب الفرد المهارات والمعرفة التكنولوجية وفهم التقنيات الحديثة واستخدام الجديد من حيث اللغات الأخرى.
٥. الثقافة العلمية: تعرف بأنها المعارف والنتائج التي تفرزها التجارب العملية والمشاهد والظواهر على وفق أصول المنهج العلمي في البحث العلمي نحو ممارسة النشاط الرياضة والتطبيقية التي يتعامل معها.
٦. الثقافة السياسية.

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية لمستخدمي موقع فيسبوك و علاقته بتشكيل الثقافة الرياضية

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية على عينة مستخدمي موقع فيسبوك لدى طلبة الجامعات.

المحور الأول : النوع الاجتماعي

جدول رقم (١)

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ذكر	٦٠	٥٥.٥%	الاولى
انثى	٤٨	٤٤.٤%	الثانية
المجموع	١٠٨	١٠٠%	

نتائج البحث

١. تشير نتائج الواردة في الجدول رقم (١) بلغ عدد الذكور ٦٠مبحوثا ونسبته

المئوية ٥٥.٥% أما عدد الاناث ٤٨مبحوثا ونسبته ٤٤.٤%

المحور الثاني

١. مدى اعتماد طلبة الجامعات على الفيس بوك مصدر للمعلومات و علاقته

بتشكيل الثقافة الرياضية

جدول رقم (٢)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الاولى	٦٣.٦%	٧٠	دائماً
الثانية	٢٥.٩%	٢٨	أحياناً
الثالثة	٩.٩%	١٠	نادراً
	١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٢) ان فئة دائماً حصلت على ٧٠ اختيار و نسبته المئوية قدرها ٦٣.٦% حيث جاءت في المرتبة الأولى و هذا يفسر أن غالبية أفراد العينة تستخدم الفيس بوك دائماً أما فئة أحيانا حصلت على ٢٨ اختيار و نسبته المئوية ٢٥.٩% حيث جاءت في المرتبة الثانية أما نادراً حصلت على ١٠ اختيار نسبته المئوية ٩.٩% حيث جاءت في المرتبة الثالثة.

٢.الكشف عن اهم الموضوعات الرياضية التي يتصفحها طلبة الجامعات على موقع فيسبوك

جدول رقم (٣)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الاولى	٥٠%	٥٤	اخبار
الثانية	٢٩.٦%	٣٢	مقالات
الثالثة	٢٠.٣%	٢٢	تقارير
	١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتضح الجدول رقم (٣) أن فئة الاخبار حصلت على ٥٤ اختيار و نسبتها ٥٠% و جاءت في المرتبة الأولى و فئة مقالات حصلت على ٣٢ اختيار و جاءت في المرتبة الثانية ٢٩.٦% أما في المرتبة الثالثة جاءت فئة تقارير حيث حصلت على ٢٢ اختيار و نسبته المئوية ٢٠.٣% و هذا يفسر ان غالبية أفراد العينة تستخدم اخبار الفيس بوك لقراءة الموضوعات الرياضية

٣. المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة موقع فيسبوك

جدول رقم (٤)

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
منذ أكثر من عامين	٥٠	٤٦.٢%	الأولى
لا يستطيع ان احدد	٣٠	٢٧.٧%	الثانية
منذ عامين	٢٠	١٨.٥%	الثالثة
منذ عام	٨	٧.٤%	الرابعة
المجموع	١٠٨	١٠٠%	

يتضح أن الجدول رقم (٤) أن فئة منذ أكثر من عامين حصلت على ٥٠ تكرار و نسبتها المئوية قدرها ٤٦.٢% وجاءت في المرتبة الأولى و أن فئة لا يستطيع ان احدد حصلت على ٣٠ تكرار و نسبتها المئوية ٢٧.٧% و جاءت في المرتبة الثانية أما فئة منذ عامين حصلت على ٢٠ تكرار و نسبتها المئوية ١٨.٥% و جاءت في المرتبة الثالثة أما فئة منذ عام حصلت على ٨ تكرار و نسبتها المئوية ٧.٤% جاءت في المرتبة الرابعة.

٤. نوع الجهاز المستخدم للدخول الى فيس بوك لحصول على المعلومات الرياضية .

جدول رقم (٥)

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الهاتف المحمول	٦٤	٥٩.٢%	الاولى
أكثر من جهاز	٢٤	٢٢.٢%	الثانية
الحواسيب اللوحية (الايپاد)	١٣	١٢%	الثالثة
الكمبيوتر الشخصي (اللابتوب)	٧	٦.٤%	الرابعة
المجموع	١٠٨	١٠٠%	

يتضح أن الجدول رقم (٥) أن فئة الهاتف المحمول حصلت على ٦٤ تكرار و نسبته المئوية ٥٩.٢% و جاءت في المرتبة الأولى وهذا يفسر أن غالبية أفراد العينة تستخدم الهاتف المحمول للحصول على المعلومات الرياضية أما فئة أكثر من جهاز حصلت على ٢٤ تكرار و نسبته المئوية ٢٢.٢% و جاءت في المرتبة الثانية أما فئة الحواسيب اللوحية حصلت على ١٣ تكرار و نسبته المئوية، ١٢% و جاءت في المرتبة الثالثة أما فئة الكمبيوتر الشخصي حصلت على ٧ تكرار نسبته المئوية ٦.٤% و جاءت في المرتبة الثالثة.

٥. عدد الزيارات موقع فيسبوك للحصول على المعلومات الرياضية

جدول رقم (٦)

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
مرة واحدة أو أكثر في اليوم	٥٥	٥٠.٩%	الأولى
مرة واحدة أو أكثر كل اسبوع	٣٢	٢٩.٦%	الثانية
مرة واحدة أو أكثر كل يومين	١٥	١٣.٨%	الثالثة
مرة واحدة أو أكثر ما بين (٣_٦) أيام	٦	٥.٥%	الرابعة
المجموع	١٠٨	١٠٠%	

يتضح الجدول رقم (٦) أن فئة مرة واحدة أو أكثر في اليوم حصلت على ٥٥ تكرار و نسبته المئوية ٥٠.٩ و جاءت في المرتبة الأولى و هذا يفسر بكثرة زيارات أفراد العينة للحصول على المعلومات الرياضية لموقع فيسبوك في اليوم الواحد أما فئة مرة واحدة أو أكثر كل اسبوع جاءت في المرتبة الثانية حيث حصلت على ٣٢ تكرار و نسبته المئوية ٢٩.٦% أما فئة مرة واحدة أو أكثر كل يومين جاءت في المرتبة الثالثة حيث حصلت على ١٥ تكرار و نسبته المئوية ١٣.٨% أما فئة مرة واحدة أو أكثر ما بين (٣_٦) أيام حيث جاءت على المرتبة الرابعة حصلت على ٦ تكرار و نسبته المئوية ٥.٥%

المصادر

- ١::خير الدين علي عويس الاعلام الرياضي ج ١ القاهرة مركز الكتاب للنشر ١٩٩٨.
- ٢:: هادي عبدالله العيثاوي الاعلام الرياضي في العراق وسائله ورسائله ط١ بغداد المكتبة الرياضية للنشر والتوزيع ٢٠١٠
- ٣::هادي عبدالله العيثاوي الاعلام التلفزيوني المتخصص ميادين ومضامين بغداد دار الكتب و الوثائق ٢٠١٢
- ٤::علي عبد الحسين الفرجاوي دور الاعلام الرياضي المدرسي في تحقيق الاهداف المعرفية والوجدانية لمنهج التربية الرياضية للمرحلة الاعدادية بالعراق رسالة ماجستير جامعة الإسكندرية كلية تربية رياضية ٢٠١٦
- ٥::حسن السوداني محمد منصور شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجمهور المتلقين عمان مركز الكتاب الاكاديمي ٢٠١٥
- ٦::حارث عبود ،، مزر العاني الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي ط١ عمان دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع ٢٠١٥
- ٧::منال مباركي اشكال الجريمة الالكترونية المرتكبة عبر الفيس بوك دراسة ميدانية على عينة من شباب المستخدمين للموقع في الجزائر رسالة ماجستير غير منشورة جامعة العربي بن مهدي - ام البواقي - كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ٢٠١٧
- ٨::فوزي شريطي مراد التدوين الالكتروني والاعلام الجديد عمان . دار اسامة للنشر و التوزيع ٢٠١٥
- ٩::عبد الغني عماد سييسولوجيا الثقافة . المفاهيم و الاشكاليات - من الحداثة الى العولمة ط٣ بيروت مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠١٦

Oxford word power .2000.p.184::١٠

English Readers Dictionary.1967.p.103::١١

١٢::ابن منظور. لسان العرب مجلد التاسع قم ايران ادب الحوزة ١٩٨٤

١٣::محمد البهاوي الطبيعة الثقافية نصوص فلسفية مختارة و مترجمة ج٧

ط٢ الدار البيضاء افريقيا الشرق للطباعة والنشر ٢٠١٣

١٤::حارث علي العبيدي هبة عدنان النعيمي الثقافة بين المحلية و الكونية

في ضل عولمة الاتصال عمان. دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع ٢٠١٥

١٥::محمد جواد ابو القاسمي نظرية الثقافة ترجمة حيدر نجف . بيروت

مركز الحضارة لتنمية الفكر الاسلامي ٢٠٠٨

١٦::محمد صاحب سلطان . مبادئ علم الاتصال الاسس و المفاهيم . عمان،

دار المسيرة للنشر و التوزيع ٢٠١٤

١٧::حارث علي العبيدي الثقافة بين المحلية و الكونية في ضل عولمة

الاتصال. عمان . دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع ٢٠١٥