

استخدام الرياضيين لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) ودوره في تعزيز الاتصال الرياضي
دراسة مسحية على عينة من لاعبي فريق OMS لكرة القدم بمدينة مليانة
Athletes' use of social networking sites (facebook) and its role in promoting sports communication

A survey study on a sample of OMS football team players in the city of Miliana

د. ريم الفول¹

جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة، مخبر الإعلام والرأي العام وصناعة القيم (الجزائر)
r.elfoul@dbkm-univ.dz

تاريخ القبول: 11 / 06 / 2022

تاريخ الارسال: 10 / 06 / 2021

ملخص:

تهدف هذه المداخلة إلى بلورة تصور حول واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الاتصال الرياضي، ومحاولة معرفة مدى مساهمتها في غرس مفاهيم الاتصال الرياضي لدى الرياضيين الجزائريين ونخص بالذكر لاعبي فريق OMS لمدينة مليانة، من خلال استخدام المنهج المسحي وأداة الاستمارة البحثية التي قدرت بـ 25 استمارة، ومن أهم النتائج أن الاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يلعب دورا مهما وسط الرياضيين عكس الاتصال الشخصي.

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي/الفيسبوك، الاتصال الرياضي، الاستخدام /الرياضيين.

Received:10/06/2021

Accepted :11/06/ 2022

Abstract :

This intervention aims to crystallize a perception about the reality of the use of social networking sites in the field of sports communication, and to try to know the extent of their contribution to instilling the concepts of sports communication among Algerian athletes, especially the players of the OMS team in the city of Miliana, through the use of the survey method and the research form tool, which was estimated at 25 forms. One of the most important results is that sports communication through social networking sites does not play an important role among athletes, unlike personal communication.

Keywords: Social networking cites/Facebook, Sports communication, use/athletes

معلومات المقال

Article info

مقدمة:

تعتبر الرياضة من أهم وسائل تحقيق التنمية الاجتماعية في المجتمعات الحديثة، حيث أصبحت من أهم وسائل بث روح الانتماء للوطن وغرس القيم الاجتماعية والشعور بالارتباط بين افراد المجتمع من خلال الممارسة الجماعية، كما أن النشاط البدني المنظم من الأمور المسلم بها للارتقاء بالصحة والمحافظة عليها، حيث تحظى الدول المتقدمة بالاهتمام اللازم نتيجة لانتشار الوعي بين شرائح المجتمع المختلفة. هنا يأتي دور الاتصال الرياضي في هذا المجال، حيث لا يوجد من ينكر الدور الكبير والتأثير الفعال التي تمارسه وسائل الاتصال في الآونة الأخيرة خاصة الوسائط الجديدة من خلال إخبار الأفراد والنوادي الرياضية على ما يجري في العالم الرياضي من جهة، وتوعيتهم على ممارسة الرياضة المفيدة للصحة من جهة أخرى، لكونها بديلة على طبيعة المجتمعات الحديثة ولها القدرة الكافية على التأثير فيهم.

وبعد الزيادة الكبيرة في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة على مستوى العالم حاولت العديد من المؤسسات والهيئات والأشخاص توظيف هذه المواقع في خدمة أغراضها المختلفة وتحقيق أهدافها، من خلال إجراء الحوارات التي كانت تتم في الواقع، ومن خلال هذه المواقع أصبح الحوار والمناقشات حول مختلف القضايا والاهتمامات المشتركة دون الحاجة إلى تواجد جميع المشاركين "الاتصال والتواصل" في مكان واحد، أو حتى زمن واحد، فهذه المواقع تسمح للمستخدمين بالتعليق والمشاركة والنقاش متى تواجد العضو في الوقت المناسب له بصفحة الشخصية، وبالتالي أصبحت تستخدم في جميع المجالات حتى الرياضية منها من خلال تبادل ونشر معلومات حول القضايا الرياضية والانشغالات المختلفة في هذا المجال وبين مختلف اللاعبين في الفريق الواحد، ومن ثم جاءت اشكالية دراستنا كالتالي:

كيف يساهم موقع فيسبوك في تعزيز الاتصال الرياضي وسط لاعبي فريق كرة القدم بمدينة مليانة؟

2. البناء المنهجي والإجرائي لموضوع الدراسة:

1.2 تساؤلات الدراسة:

- فيما تتمثل عادات وأنماط استخدام لاعبي كرة القدم بمدينة مليانة لتطبيق الفيسبوك؟
- ما هي الاشباكات المحققة من خلال استخدام لاعبي كرة القدم بمدينة مليانة لتطبيق الفيسبوك؟
- كيف تساهم مضامين موقع الفيسبوك في تفعيل الرسالة الاتصالية وسط لاعبي فريق كرة القدم بمدينة مليانة حسب متغيرات الدراسة؟

2.2 أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في الانتشار الواسع والكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة خاصة موقع الفيسبوك الذي أثر على مختلف أفراد المجتمع، ويعتبر موضوع الاتصال الرياضي ومساهمته في ترسيخ مفاهيم الممارسة الرياضية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي موضوعا حديثا خاصة في الوقت الذي تزايد فيه استخدام هذه المواقع الالكترونية، لذلك نسعى من خلال هذا البحث الكشف عن مدى مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفاسبوك في تعزيز الاتصال الرياضي لدى اللاعبين الرياضيين.

3.2 أهداف البحث:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الرياضيين لموقع الفيسبوك .

- التعرف على الاشباكات التي يحققها الرياضيين أثناء تواصلهم عبر موقع الفيسبوك .
- التعرف على مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز الاتصال الرياضي وسط الرياضيين تبعاً لمتغير السن والمستوى التعليمي.

4.2 منهج الدراسة وأدواتها:

يعرف المنهج العلمي بكونه أسلوباً للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، ومن ثم الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة (عليات، 2000).

فهو عبارة عن عملية فكرية منظمة أو أسلوب أو طريق منظم دقيق هادف يسلكه الباحث مستهدفاً إيجاد حلول لمشاكل أو ظاهرة بحثية معينة، فالمنهج هو قواعد يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم وتعد المناهج المعتمدة في البحوث العلمية باختلاف الموضوع المبحوث فيه وطبيعة الدراسة وباعتبار الظاهرة المدروسة ينتمي إلى حاضر ممتد، فإن أنسب المناهج لدراسة هذا النوع من المواضيع هو المنهج المسحي باعتبار موضوع دراستنا حامل لرسالة إعلامية، حيث يهدف هذا النوع من المناهج إلى وصف الخصائص الأساسية للجمهور وأنماط سلوكه الاتصالي من خلال تأثير وسيلة اتصالية، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنتظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها (دليو، 2006).

ودراستنا تنتمي للمنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الملائم لمثل هذه الدراسات، حيث يهدف هذا النوع من المناهج إلى وصف الخصائص الأساسية للاعبين وأنماط سلوكهم الاتصالي من خلال تعرضهم واستخدامهم لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي، فهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها (المشهداني، 2017).

5.2 أدوات الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستمارة باعتبارها أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية، أو مباشرة من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث.

والاستمارة البحثية هي الطريقة الأنسب لموضوع دراستنا وطبيعته، وكذا طبيعة المنهج المستخدم حيث قمنا بتصميم استمارة الاستبيان وتوزيعها على عينة المتمثلة في لاعبي فريق سريع شباب مليانة والذين يقدر عددهم بـ 25 مفردة، لاستجلاء دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تعزيز الاتصال الرياضي وسط الرياضيين، وقد تضمنت هذه الاستمارة مجموعة من الأسئلة الموجهة والمغلقة.

6.2 مجتمع البحث وعينة الدراسة:

ويقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشراً، أم مؤسسة، أم أنشطة تربية، كما أن دراسة أي سلوك أو ظاهرة اجتماعية تعتمد أساساً على العينات المأخوذة من هذا المجتمع لأن العينة تعتبر منبع المعلومات التي نريد أن نعرفها ونسعى للوصول إلى الأسباب التي نحاول التعرف عليها، ويتمثل مجتمع بحثنا في مجموع فرق كرة القدم بمدينة مليانة والذي اخترنا من عينة قصدية (العرضية) والمتمثلة في فريق نادي سريع شباب مليانة .

الجدول رقم (01): خصائص العينة من حيث المتغيرات

خصائص العينة من حيث المتغيرات											
المستوى التعليمي						السن					
جامعي		ثانوي		متوسط		27-30 سنة		23-26 سنة		19-22 سنة	
النسبة	الرقم	النسبة	الرقم	النسبة	الرقم	النسبة	الرقم	النسبة	الرقم	النسبة	الرقم
04%	01	41.66%	15	36%	09	36%	09	52%	13	12%	03
		6									

نلاحظ من خلال الجدول أن نصف أفراد العينة سنهم يتراوح ما بين 23-26 سنة ثم تليها نسبة اللاعبين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-30 سنة بنسبة 36% وأخيرا نجد الفئة الصغرى بنسبة 12%. في حين نجد أن أغليبيتهم مستواهم ثانوي بنسبة 41.66%، ثم يليه المستوى المتوسط بنسبة، وأخيرا الجامعي بنسبة 04%.

3. البناء النظري لموضوع الدراسة:

1.3 مواقع التواصل الاجتماعي وأهم استخداماتها:

تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0، لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها و تغذية محتوياتها، فهي مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة والمراسلة والمحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، فهو مصطلح استعير للدلالة على ظاهرة اجتماعية جديدة، وبالتالي يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع الافتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات الاتصال الرقمي (شايب، 2018-2019)، ومواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع رقمية على الانترنت تتيح للمستخدمين بها إنشاء صفحات خاصة بهم يشتركون من خلالها مع آخرين بمواد متنوعة نصية وسمعية ومرئية وأشياء مختلفة (الغفيلي، ب س ن).

وبدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في عام 1997، وكان موقع "SixDegrees.com" أول هذه المواقع من خلال إتاحتها الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، وإذا كان موقع "SixDegrees.com" هو رائد مواقع التواصل الاجتماعي، فإن موقع "MySpace.com"، قد فتح آفاقاً واسعة لهذا النوع من المواقع وحقق نجاحاً هائلاً منذ إنشائه عام 2003، بعد ذلك توالى هور مواقع التواصل الاجتماعي، لكن العلامة الفارقة كانت في ظهور موقع Facebook.com الذي يمكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية (الهدى، 2013/2014).

وتعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول والاهتمامات، لذلك تعرف بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه (الطيار، 2014). وفتح موقع الفيسبوك آفاقاً واسعة لهذا النوع من المواقع وحقق نجاحاً هائلاً منذ إنشائه عام 2003 حيث مكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية (غزال مريم، 2013). كما يعتبر من أهم المواقع على الإطلاق.

كما تعتبر هذه الشبكات الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام، من تلك الانتقادات التأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري وتفككه، لكن في المقابل هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، و تقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدورها الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال الانتفاضات الجماهيرية (الشهري، 2013).

2.3 استخدامات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

• استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي: (نومار، 2012)

الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء : ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء .

الممارسات السياسية : حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه و توجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

تكوين العديد من الأصدقاء : لقد أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقاً للمعايير التي يختارها هو .

التسلية و ممارسة الهوايات: فمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين و مباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته و اهتماماته.

التسويق والإعلان : حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

الخدمات الطبية: حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات و النصائح الطبية، الطب عن بعد...

وتتعدد استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعة المستخدم والإشباع التي يسعى إلى تحقيقها سواء كانت معرفية، نفسية، اجتماعية أو ثقافية وغيرها.

• خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص نذكر أهمها: (سعدون، 2016-2017)

- شبكات التواصل الاجتماعي شبكات عالمية

- أغلب هذه الشبكات متاحة للجميع وبالمجان.
- أنها صممت أساساً لتكون سهلة الاستخدام وبدون تعقيدات.
- أنها عملت على تكوين مجتمعات افتراضية جديدة.
- أنها جمعت لأول مرة بين النص المكتوب والمقطع المرئي.
- أنها عملت على تحويل المستخدم لها من متلقٍ للمعلومات كما في وسائل الأعلام التقليدية، إلى منتج للمعلومات ومشارك فيها.
- أن الكثير من الشباب يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة، ولتفريغ الشحنات العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية عبر تلك الشبكات.
- أنها مصدر جديد وجيد للحصول على المعلومات.
- مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل حر للتعبير عن وجهات نظره.

• الفيسبوك:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (نصر، 2010).

أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ولتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.

3.3 أهمية وأهداف الاتصال الرياضي:

- يعتبر الاتصال الرياضي العمود الفقري لأي نشاط بدني من خلال تبادل المعلومات المتخصصة بين طرفين أو أكثر، وباستخدام مختلف أنواعه الشفهية، مكتوبة، مسموعة، سمعية بصرية، جماهيرية... ومن أهم خصائص الاتصال الرياضي نذكر:
- يتضمن الاتصال الرياضي جانبا كبيرا من الاختيارات، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه .
 - يتميز الاتصال الرياضي بأن له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ويخاطب قطاعات كبيرة من الجماهير الرياضية .
 - الاتصال الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع .

• أهداف الاتصال الرياضي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها...

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والحفاظ عليها .

- نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها .

• أهمية الاتصال الرياضي:

تتمثل أهمية الاتصال الرياضي أن الاتصال الرياضي في أنه يدعم التربية البدنية والرياضية وساهم في تطويرها كما أسهم في الارتقاء بالمنافسات الرياضية، كما أنه يسمح بتكوين بنية معرفية لدى اللاعبين، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم وأهداف ووسائل التربية البدنية والرياضية بوجه عام، بالإضافة إلى ذلك فإن الاتصال الرياضي يساهم في تنمية ثقافة الممارسة الرياضية الصحية بغرض محو الأفكار المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض اللاعبين بمختلف النوادي الرياضية، وذلك فيما يتعلق بالتربية البدنية والرياضية الصحية.

أما فيما يخص أهمية الاتصال الرياضي بين اللاعبين عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيمكن أن نحدد من خلال أنه يساهم في مساعدة اللاعبين على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه، بالإضافة إلى أنه يساهم في تكوين بنية معرفية مرتبطة بقضايا رياضية معينة خاصة بالنادي الرياضي واللاعبين على حد سواء، كما أن الاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على عادات وسلوكيات اللاعبين كما يساهم في دفعهم للمشاركة الفعالة من أجل تحقيق أهداف رياضية نبيلة وكذا خلق لغة الحوار والتواصل بين اللاعبين في الفريق الواحد، ومن ثمة خلق الروح الرياضية وروح العمل الجماعي لصالح الفريق.

تأثير الممارسة الرياضية على الصحة البدنية للاعبين:

ويبرز هذا التأثير في:

- الاستجابة الصحية للنشاطات البدنية والرياضية من خلال إشباع الحاجات الأساسية للاعب.
- تنمية ردود الفعل الإيجابية لدى اللاعبين الممارسين للنشاط البدني تجاه النجاح والحد من التوتر العصبي.
- المشاركة في النشاطات البدنية والرياضية المناسبة للفرد.
- الابتكار أو الإبداع في النشاط البدني والرياضي.
- تقليل التوتر والعصبية والأرق وزيادة الثقة بالنفس.

4. البناء التطبيقي لموضوع الدراسة:

الجدول رقم (02): نوع الاتصال المستخدم بكثرة في النادي حسب متغير السن

نوع الاتصال المستخدم في النادي بكثرة						السن
22-19 سنة		26-23 سنة		30-27 سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
66.66%	02	84.61%	11	77.77%	07	اتصال شخصي
33.33%	01	15.38%	02	22.22%	02	اتصال جمعي
00%	00	00%	00	00%	00	اتصال جماهيري
00%	00	00%	00	00%	00	عبر مواقع التواصل الاجتماعي
100%	03	100%	13	100%	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن الاتصال المستخدم بكثرة في النادي من طرف أغلبية اللاعبين مهما كان سنهم هو الاتصال الشخصي، بنسبة تتجاوز 66.66%، هذا راجع إلى استخدام الطرق الكلاسيكية وعدم مواكبة التطور التكنولوجي، حيث نجد أن الصفحة الرئيسية للفريق فيها منشورات قديمة، وأن أغلبية الصفحات الأخرى تكون تسير من طرف هواة أو محبي الفريق فقط، فأغلبية

الأفراد لا يولون أهمية للاتصال الرياضي عبر الفيسبوك رغم أن له أهمية كبيرة في تعديل السلوك الرياضي وترسيخ ثقافة الممارسة الرياضية خاصة وأن نسبة الاستخدام مرتفعة عند الشباب. كما يمكننا القول أن الاتصال الشخصي هنا هو من أهم أنواع الاتصال بالنسبة للنادي رغم انتشار مختلف الوسائط الجديدة إلى أنه يبقى الغالب.

الجدول رقم (03): مدى مساهمة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) بالنسبة للنادي حسب متغير السن

السن						ساهم الفايسبوك في:
30-27سنة		26-23 سنة		22-19سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	الترويج للأنشطة الرياضية
55.55%	05	84.61%	11	66.66%	02	للقند
00%	00	07.69%	1	00%	00	غرس ثقافة رياضية صحية
44.44%	04	07.69%	1	33.33%	01	لا يساهم
100%	09	100%	13	100%	03	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه، أن صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تساهم حسب أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم للقند، ثم أغلبية الفئة المتبقية يرون أنها لا تساهم، وهذا ما أكدته لاعب من هذا النادي قائلا أن مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف اللاعبين والطاقت الرياضي ككل هو الفيسبوك فقط ولا وجود لمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، كما أن أغليبتها غير رسمية. كما أن هذه الصفحات هدفها نقد اللاعبين وطريقة اللعب، والطاقت الفني... وعادة ما يكون نقد حول معلومة خاطئة أو نقد هدام. وهذا راجع إلى أن النقد هنا هو نظرة كلية عن النادي من خلال التفسير والتحليل والتعميم والتقييم من طرف المستخدمين الهواة فقط عادة ما يكونون من المدينة التي ينتمي إليها الفريق، وهذا النقد يكون تشجيع، أو تحليل اللقاءات، أو للقند فقط.

الجدول رقم (04): مدى اعتبار الفيسبوك كمصدر أوليا بالنسبة للحصول على المعلومات الخاصة بالنادي حسب متغير السن

السن						هل يعتبر الفايسبوك مصدرا أوليا للحصول على المعلومات الخاصة بالنادي؟
27-30سنة		23-26 سنة		19-22سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
11.11%	01	15.38%	02	00%	00	احيانا
88.88%	08	84.61%	11	100%	03	ابدا
100%	09	100%	13	100%	03	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04)، أن أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم يرون أن موقع الفيسبوك لا تعتبر مصدرا أوليا بالنسبة للنادي للحصول على المعلومات الخاصة بالنادي بنسب تتجاوز 80%، وهذا راجع لكثرة المواقع الهاوية من طرف أشخاص غير معروفين، وعادة

تكون فيها الاشاعات والمساس باللاعبين، لهذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للنادي ليس لها مصداقية، وأصبحوا يفضلون الاتصال الشخصي والجماعي من خلال مختلف الاجتماعات للاتفاق على مواعيد المباريات أو إمضاء العقد، أو التخطيط للمباريات والتدريبات... وهذا ما تبين من خلال الجدول رقم 02.

الجدول رقم (05): مدى تقديم الفايسبوك من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية حسب متغير السن

السن						هل يقدم موقع الفايسبوك كل ما يحتاجه النادي من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية؟
30-27سنة		26-23 سنة		22-19سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
22.22.	02	15.38%	02	33.33%	01	احيانا
77.77%	07	84.61%	11	66.66%	02	ابدا
100%	09	100%	13	100%	03	المجموع

نلاحظ هنا أن أغلبية أفراد العينة اتفقت على أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تقدم كل ما يحتاجه النادي من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية، وبنسبة تتجاوز 66%. لأن النادي رغم قدمه وشعبيته وسط المليانيين (سكان مدينة مليانة)، إلى أن هدفه الأساسي هو ربح المباريات والعمل على الفريق فقط وليس الترويج للممارسة الرياضية الصحية من خلال غرس الثقافة الرياضية وتعديل السلوك. وهذا ما لوحظ من خلال تصفح الصفحة الرئيسية للنادي ومختلف الصفحات التابعة للأندية، أي أن أغلبية المضامين هي عبارة عن صور للاعبين وهم في الميدان، أو مضامين ليس لها علاقة بالنادي أصلا، أي أن النادي هو حلقة مغلقة ولا وجود لمصلحة العناصر أو المستخدم.

الجدول رقم (06): مدى تشجيع موقع الفايسبوك على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى اللاعبين حسب متغير السن

السن						هل تعتقد ان مواقع الفايسبوك يشجع على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى الشباب
30-27سنة		26-23 سنة		22-19سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	23.07%	03	33.33%	01	
22.22%	02	07.69%	01	00%	00	دائما
77.77%	07	69.23%	09	66.66%	02	احيانا
100%	09	100%	13	100%	03	ابدا
						المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية العينة مهما كان سنها ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تشجع أبدا على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى الشباب بنسبة تتجاوز 66% مهما كان سنهم، وهذا ما يؤكد نتائج الجداول السابقة. على أن المضامين

التي نراها من خلال موقع الفاسبوك هي سوى للتسلية والترفيه وعادة لا تكون لها علاقة بالرياضة بصفة عامة وبالنادي بصفة خاصة، وهذا ما يؤكد غياب مصداقية الصفحة رغم شعبية النادي في الوسط الملياني وحب سكان المدينة له منذ البداية.

الجدول رقم (07): مدى تقديم الفاييسبوك دعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرارية والتقدم في الممارسة الرياضية الصحية حسب متغير السن

السن						هل يقدم الفاييسبوك دعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرار والتقدم في الممارسة الرياضية الصحية:
30-27سنة		26-23 سنة		22-19سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11.11%	01	30.76%	04	00%	00	دائما
55.55%	05	61.53%	08	66.66%	02	احيانا
33.33%	03	07.69%	01	33.33%	01	ابدا
100%	09	100%	13	100%	03	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم ترى أن موقع الفاييسبوك يقدم أحيانا فقط الدعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرار والتقدم في الممارسة الرياضية الصحية بنسبة تتجاوز 66%، من خلال مشاركة المناصرين وتشجيعاتهم ودعمهم، لأن النادي رغم تغير اللاعبين من حين إلى آخر، فهو نادي قديم النشأة وله دعم المناصرين، خاصة سكان المدينة، من خلال تنمية ردود الفعل الإيجابية والتي تدفعهم إلى الممارسة الرياضية، والمشاركة في النشاطات البدنية التي تليق بهم.

الجدول رقم (08): المحفزات التي يمكن أن يعتمد عليها الرياضي لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن

السن						ماهي المحفزات التي يمكن الاعتماد عليها لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
30-27سنة		26-23 سنة		22-19سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	15.38%	02	100%	03	الشهرة
11.11%	01	53.84%	07	00%	00	التشجيع من طرف الانصار
44.44%	04	15.38%	02	00%	00	المنصات الالكترونية الخاصة
44.44%	04	30.76%	04	00%	00	تخصيص مكلف بالإعلام
100%	09	100%	13	100%	03	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية اللاعبين الذين سنهم يتراوح ما بين 19-22 سنة يعتبرون أن الشهرة هي المحفز الأول الذي يمكن الاعتماد عليه لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر الفايبربوك بنسبة 100%، في حين نجد أن الفئة التي أعمارها ما بين 23-26 سنة يرون أن التشجيع من طرف المناصرين هو أول حافز لذلك، أما الفئة المتبقية والتي سنها ما بين 27-30 سنة ترى أن لضمان هذا النوع من الاتصال عبر الواب يجب تدعيم المنصات الالكترونية الخاصة بالاتصال الرياضي وتخصيص مكلف بالإعلام لذلك، لكون عملية الاتصال الرياضي تعتمد على نقل أو توصيل فكرة أو مفهوم أو معلومة، تمكنا من نشر كل ما يساعد على تطبيق إستراتيجيات التطوير لكافة المناشط الرياضية في القطاع الرياضي، كما أن وسائل الاتصالات قد تعددت وأصبحت متوفرة في متناول الجميع بما يمكن الإدارة الرياضية من مخاطبة اللاعبين والمدربين ببث توجيهاتها ورسائلها عبر كل وسائل الإعلام خاصة الجديدة منها. كما نلاحظ أن الفروقات في الجدول منطقية جدا لأن الفئة الأصغر والأقل نضجا مهتمة بالشهرة والتباهي أمام الآخرين، في حين الفئة المتوسطة تريد التشجيع لمواصلة المشوار، أما الفئة الأكثر نضجا تتجه نحو الوسيلة وكيفية التعامل معها لتطوير الاتصال الرياضي من خلال هذا الفضاء الالكتروني والذي فتح عدة مجالات لتطوير الرياضة والاتصال الرياضي.

الجدول رقم (09): نوع الاتصال المستخدم في النادي بكثرة حسب متغير المستوى التعليمي

نوع الاتصال المستخدم في النادي						المستوى التعليمي	
						متوسط	
						ثانوي	جامعي
						النسبة	التكرار
اتصال شخصي						73.33%	11
اتصال جمعي						26.66%	04
اتصال جماهيري						00%	00
عبر مواقع التواصل الاجتماعي						00%	00
المجموع						100%	15

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (09)، أن أغلبية أفراد العينة مهما كان مستواهم التعليمي بنسبة تتجاوز 88%، يرون أن الاتصال الشخصي هو الاتصال الأكثر استخداما في النادي، بنسبة تتجاوز 70%. في حين نرى أن الاتصال السمعي البصري، أو عبر الجرائد أو نت غائب تماما. لأن الاتصال الشخصي يؤدي إلى تحقيق التفاعل الكامل بين طرفي الاتصال، المرسل الذي يبدأ الإرسال والمستقبل الذي يقوم بالاستقبال، لأنه يتم بطريقة مباشرة وجها لوجه ودون وسيط، بالإضافة إلى انه يسير في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل وبالعكس أي تبادل الأدوار في ارسال واستقبال الرسالة الاتصالية بطريقة فورية، الأمر الذي يعطي فرصة كبيرة للقيام بالمشاركة الفعالة من كلا الطرفين.

الجدول رقم (10): مدى مساهمة الفايسبوك بالنسبة للنادي حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي						ساهم الفايسبوك في:
جامعي		ثانوي		متوسط		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	الترويج للأنشطة الرياضية الخاصة بالنادي
100%	01	60%	09	88.88%	08	للنقد
00%	00	6.66%	01	00%	00	غرس ثقافة رياضية صحية
00%	00	33.3%	05	11.11%	01	لا يساهم
100%	01	100%	15	100%	09	المجموع

نرى من خلال الجدول، أن صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حسب أفراد العينة ومهما كان مستواهم التعليمي تساهم في النقد فقط بنسبة تتجاوز 60 %. وهذا ما أكدته لنا أحد اللاعبين في النادي، مشددا على أن للنادي عدة صفحات غير رسمية ناقدة للنادي وعادة ما تكون هدامة وهدفها هو النقد والإساءة له، وهذا راجع لعدم تحيين الصفحة الرئيسية وإبرازها أكثر من جهة، والتعليقات السلبية من جهة أخرى. بالرغم من أن من أهم الشروط التي لها علاقة بمصدر الرسالة الاتصالية الرياضية هي الوسيلة الإعلامية الرياضية، التي تتفاوت هذه الوسائل في درجة التأثير على الجمهور والمستخدمين، بفعل عدة عوامل طبقا لقدرات وإمكانيات كل وسيلة، فالوسائل الجديدة مهمة جدا هنا لأن نسبة الاستخدام مرتفعة عند الجمهور المستهدف أي الجمهور الرياضي، فعلى النادي إعادة استراتيجية اتصالية لإيصال الرسائل المناسبة في الوقت المناسب وللجمهور المناسب من خلال استخدام مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (11): مدى اعتبار الفايسبوك كمصدر أولي بالنسبة للنادي للحصول على المعلومات حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي						هل يعتبر الفايسبوك مصدرا أوليا بالنسبة للنادي للحصول على معلومات؟
جامعي		ثانوي		متوسط		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
00%	00	46.66%	07	00%	00	احيانا
100%	01	53.33%	08	100%	09	ابدا
100%	01	100%	15	100%	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة لا يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا أوليا بالنسبة للنادي للحصول على المعلومات حول الممارسة الرياضية الصحية بنسبة تتجاوز 50%. وهذا ما أكدناه سابقا، أي أن كثرة الصفحات التابعة للأنصار أو الأشخاص الغير المعروفين قلل من أهمية الصفحة الرئيسية من جهة، وكثرة المضامين التي ليس لها علاقة بكرة القدم والنادي قلل من أهمية الموقع، كما أن أغلبية المضامين للترفيه والتسلية بعيدة كل البعد عن التخصص. فمصادقية الصفحة تزداد بزيادة قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا الأخير على ثقة الجمهور المستهدف بمصداقيته معه، والعكس صحيح، أي يقل التأثير تبعا لضعف هذه الثقة إلى أن تتلاشى مع الوقت.

زيادة فعالية الاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفايسبوك تتجسد بوضوح الموضوع للمستخدم وكل المواضيع تكون لها علاقة بالرياضة والنادي في حينها لجذب إنتباه المستخدمين وارتفاع نسبة التفاعل، مثلا أن يكون مضمون الرسالة الاتصالية الرياضية تتعلق بقضية تشغل الرأي العام الرياضي من خلال عرض الموضوع، من خلال محاولة تفسيره وتحليله وترك الفرصة للمستخدم لإبداء رأيه بما لديه من خبرات في مجال الرياضة. بشرط أن تكون صياغة هذه الرسالة هادفة، وصادقة لأن الاتصال الرياضي السليم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي هو نتيجة التفاهم بين المرسل (النادي) والمتلقي (المستخدم أو المتصفح لهذه المواقع) من خلال عنصر أساسي هو " التفاعلية".

الجدول رقم (12): مدى تقديم الفايسبوك من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي						هل يقدم الفايسبوك كل ما يحتاجه النادي من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية؟
جامعي		ثانوي		متوسط		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	06.66%	01	00%	00	دائما
00%	00	33.33%	05	44.44%	04	احيانا
100%	01	60%	09	55.55%	05	ابدا
100%	01	100%	15	100%	09	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (12)، أن أغلبية أفراد العينة مهما كان مستواهم التعليمي بنسبة تتجاوز 55%، يرون أن الفايسبوك لا يقدم كل ما يحتاجه النادي من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية. كما أن للنادي عدة نقائص مهمة من بينها نقص الميزانية الخاصة به ودعمه من خلال الاشهار بمختلف الوسائل التقليدية والجديدة قبل التفكير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. فمن واجب النادي غرس ممارسة الرياضة الصحية لدى سكان المدينة، لكونه مثال نجاح بالنسبة لهم، فممارسة الرياضة بانتظام لها علاقة وثيقة بالصحة النفسية والجسدية، فهي تحسن جودة الحياة والوقاية من الأمراض والمشاكل الصحية، كما أن النظرية الرياضية تهتم بالتغذية الرجعية وعملية التقويم الدائمة ودورها في النمو والتطور.

الجدول رقم (13): مدى تشجيع الفايسبوك على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى اللاعبين حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي						هل تعتقد ان الفايسبوك يشجع على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى الشباب
جامعي		ثانوي		متوسط		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
00%	00	40%	06	00%	00	احيانا
100%	01	60%	09	100%	09	ابدا
100%	01	100%	15	100%	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13)، أن أغلبية أفراد العينة مهما كان مستواهم التعليمي بنسبة تتجاوز 60%، أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تشجع أبداً على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى الشباب. وهذا راجع لكون النادي غير هاوي من جهة وليس له القائم بالاتصال ولا حتى شخص من النادي عمله هو العمل على الصفحة وتطويرها وتحسينها لمتابعة الأنصار النادي ومن هنا يمكنه التأثير فيهم من خلال تكريس الثقافة الرياضية الصحية لديهم.

فالثقافة الرياضية تساعد في إيجاد فرد مرتاح نفسياً وجسدياً، فهي وجهاً ثقافياً وثرثراً وجدر بأن يلم الإنسان المعاصر الذي هو في أمس الحاجة إلى الصحة واللياقة... (الخولي وعدنان، 1999) فترسيخ الثقافة الرياضية الصحية والمبينة على قواعد معرفية صحيحة لدى الفرد تزيد من وعيه بأهمية النشاط البدني وتقوم بتعديل سلوكه على مختلف الجوانب الشخصية. فالاستخدام المكثف لموقع الفايسبوك عادة ما يؤثر على المستخدم بالسلب من خلال كثرة المضامين الكاذبة والخاطئة، فالصفحات الرسمية التابعة للنادي يمكنها استغلال مكانتها في المجتمع من خلال غرس ثقافة رياضية صحية وسليمة للمتبعين من خلال منشوراتها الهادفة والممنهجة والتي تكون من طرف مختصين في الرياضة ولما لا أطباء النادي لكسب ثقة المستخدم ولما لا ارتفاع نسبة التأثير لديه.

الجدول رقم (14): تقييد الفايسبوك كدعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرارية في الممارسة الرياضية الصحية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي						هل يقدم الفايسبوك دعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرار والتقدم في الممارسة الرياضية الصحية:
جامعي		ثانوي		متوسط		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
100%	01	86.66%	13	88.88%	08	احيانا
00%	00	13.33%	02	11.11%	01	ابدا
100%	01	100%	15	100%	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة بنسب تتجاوز 80%، يرون أن الفايسبوك يقدم أحيانا دعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرارية والتقدم في الممارسة الرياضية الصحية، خاصة من خلال دعم الأنصار. فمجالات الثقافة الرياضية متنوعة، يمكنها التعريف بالمجال الرياضي من خلال شرح أهم القواعد والقوانين التي يخضع لها الرياضي، ومساعدة الرياضي على الاهتمام بسلامة جسده والعناية به من جهة، ويمكنها المشاركة في التنشئة الاجتماعية للفرد من خلال غرس السلوكيات الصحيحة والمقبولة في المجتمع، عادة ما تكون هذه السلوكيات جسدية، ونفسية، وأخلاقية... من جهة أخرى.

الجدول رقم (15): المحفزات الذي يمكن أن يعتمد عليها الرياضي لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر الفايسبوك حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي						كرياضي ماهي المحفزات التي يمكن الاعتماد عليها لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر موقع الفايسبوك
جامعي		ثانوي		متوسط		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	26.66%	04	44.44%	04	الشهرة
00%	00	40%	06	44.44%	04	التشجيع من طرف الانصار
100%	01	06.66%	01	00%	00	لتدعيم المنصات الالكترونية الخاصة بالنادي
00%	00	26.66%	04	11.11%	01	تخصيص مكلف بالإعلام
100%	01	100%	15	100%	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13)، أن اللاعبين الذين مستواهم متوسط يرون أن المحفزات التي يمكن الاعتماد عليها لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الشهرة والتشجيع من طرف الأنصار بنسبة 44.44% للإيجابتين، في حين اللاعبين الذين مستواهم ثانوي يرون هذه المحفزات في الشهرة مع تخصيص مكلف بالإعلام لتحسين الصفحات الالكترونية بنسبة 22.66% للإيجابتين، أما الفئة الأخيرة أي الجامعيين فيرون اجبارية دعم المنصات الالكترونية الخاصة بالاتصال الرياضي والنادي، وهذا ما يؤكد على أن الفئة الأكثر وعيا بالوسيلة ومدى إيجابياتها وكيفية استخدامها للسير الحسن للاتصال الرياضي بين الجمهور والنادي وحتى بين أفراد النادي لاعبين كانوا أو من الطاقم الرياضي من خلال تحسين الموقع والتركيز على القائم بالاتصال. لأننا اليوم نعيش في القرية العالمية التي سماها ماكلوهان، وذلك من خلال مختلف التكنولوجيات والوسائط الجديدة، كالكومبيوتر والهواتف النقالة والحواسيب والانترنت... والتي سهلت التقارب بين البشر وألغت الحدود بين البلدان، بل قدمت حلولاً كثيرة باختصار المسافات، والسماح للإنسان استغلال الوقت وتقليل التكاليف وإنجاز الاعمال والمهام بسرعة فائقة والحصول على معلومات هائلة ومتعددة في اوقات قياسية.

5. نتائج الدراسة:

بعد التحليل المعمق لعينة الدراسة الخاصة بالبحث استخلصنا جملة من النتائج نلخصها على الشكل التالي:

- الاتصال الشخصي هو المستخدم بكثرة في النادي بنسبة لأغلبية اللاعبين مهما كان سنهم ومستواهم التعليمي.
- صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تساهم حسب أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم ومستواهم التعليمي للنقد الغير البناء.
- أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم ومستواهم التعليمي يرون أن الفايسبوك لا يعتبر مصدرا أوليا بالنسبة للنادي للحصول على المعلومات.
- أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم ومستواهم التعليمي اتفقت على أن الفايسبوك لا يقدم كل ما يحتاجه النادي من معلومات حول الممارسة الرياضية الصحية.
- أغلبية العينة مهما كان سنهم ومستواهم التعليمي ترى أن الفايسبوك لا يشجع أبدا على تكريس الثقافة الرياضية الصحية لدى الشباب.
- أغلبية أفراد العينة مهما كان سنهم ومستواهم التعليمي ترى أن موقع الفايسبوك يقدم أحيانا دعامة للرياضيين لدفعهم نحو الاستمرار والتقدم في الممارسة الرياضية الصحية.
- يوجد فروق بين أفراد العينة في التحفيز التي يمكن الاعتماد عليها لضمان السير الحسن للاتصال الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) تبعا لمتغير السن والمستوى التعليمي والنتائج تؤكد وعي الرياضيين الأكبر سنا والذين مستواهم ثانوي وجامعي بذلك.
- الاتصال الرياضي الإلكتروني الرسمي أي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص صفحة الايسبوك الخاصة بنادي كرة القدم بمدينة مليانة غير فعال والسبب الرئيسي راجع إلى عدم تحيين مضامين الصفحة الرسمية، وعدم الاهتمام بهذا النوع من الاتصال.

قائمة المراجع:

1. الخولي، أ. أ. (2001). أصول التربية البدنية والرياضية، المدخل، التاريخ، الفلسفة. القاهرة: دار الفكر العربي.
2. الشهري، ح. ب. (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع. جامعة الملك عبد العزيز.
3. الشهري، ح. ب. (s.d.). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة. مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع.

4. الطيار, ف. ب. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. الرياض: المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب المجلد 31، العدد 61.
5. الغفيلي, ف. ب. (s.d.). الإعلام الرقمي: ماهيته، أنواعه، آثاره، الإدارة العامة للأمن الفكري. السعودية.
6. المشهداني, س. س. (2017). مناهج البحث الإعلامي. بيروت: دار الكتاب الجامعي.
7. الهدى, غ. م. (2013/2014). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال. ورقلة: جامعة اصدي مرباح.
8. أمين أنور الخولي. (2001). أصول التربية البدنية والرياضية، المدخل، التاريخ، الفلسفة. القاهرة: دار الفكر العربي.
9. دليو, ف. (2006). أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية. قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية.
10. رضا, ب. (2014-2015). زغمار الياس، دور الممارسة الرياضية في التنشئة الاجتماعية للمراهقين في المرحلة الثانوية، دراسة ميدانية في بعض ثانويات أم البواقي. أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
11. سعدون, ن. (2016-2017). تمثلات النقد السياسي في الخطاب الإلكتروني للشباب الجزائري دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات الإلكترونية عبر صفحات الفيسبوك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3
12. شايب, ن. (2018-2019). الأبعاد الدلالية للمحتوى الثقافي في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المحتويات الثقافية في الفيسبوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: جامعة الجزائر.
13. عليات, ر. م. (2000). منهجية البحث العلمي. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
14. غزال مريم وشعوي نور الهدى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، جامعة اصدي مرباح، ورقلة، 2014/2013.
- نصر, م. (2010). الفيسبوك "صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟، جريدة القيس الكويتية اليومية. الكويت: العدد 13446.