

The Algerian Sports Audience on Social Media

A Study from the Perspective of the Theory of Value Determinism

Dr. Mohamed Lemouchi ¹, Dr. Youcef Dib ²

¹: 20 August 1955 University -skikda (Algeria), m.lemmouchi@univ-skikda.dz

²: Larbi Ben M'hidi University -Oum Bouagui (Algeria), youcef.dib@univ-oeb.dz

Received:26 /12/2024, Accepted: 25/01/2025, Published: 14/02/2025

Abstract:

This study aims to shed light on the Algerian sports audience on social media, specifically on sports-related Facebook pages, in order to analyze it in the light of the Value Determinism Theory as proposed by the Algerian thinker Abdel Rahman Azzi. Through this work, we aspire to explore the aspects of the digital and regional use of social media by the Algerian sports public, taking this into consideration the continuous growth of users and followers of Algerian sports pages on Facebook, as well as the value dimensions resulting from the use of these sports pages by the research community. This is through the communication approach in its value dimension, which was addressed by Dr. Abderrahmane Azzi, the researcher, relied on the Christian description method, and applied it in the study on a cross-sample of 160 users of the sports pages through the Facebook network and employees of the electronic questionnaire. Algerian sports audience's use of sports-related Facebook pages is infused with ethical, social, and cognitive values, the more positive this engagement becomes. This engagement is even more positive when its use is functional, achieving goals that have a beneficial impact on the individual's physical and psychological condition, as well as their real-life social life.

Keywords: values, social media, The Sports Audience, Facebook pages, effects, use.

الجمهور الرياضي الجزائري عبر السوشيل ميديا

دراسة من منظور نظرية الحتمية القيمية

د. لموشي محمد ¹، د. ذيب يوسف ²

1: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر، m.lemmouchi@univ-skikda.dz

2: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، youcef.dib@univ-oeb.dz

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الجمهور الرياضي الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد على صفحات الفايسبوك الرياضية، من أجل دراسته على ضوء ما تنادي به الحتمية القيمية للمفكر الجزائري عزي عبد الرحمان، ونصوب من خلال هذا العمل إلى التعرف على مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف الجمهور الرياضي الجزائري، في ظل التنامي المستمر لمستخدمي ومتابعي الصفحات الرياضية الجزائرية عبر الفايسبوك، وكذلك الأبعاد القيمية الناتجة عن استخدام مجتمع البحث لتلك الصفحات الرياضية، وذلك من خلال المقاربة الاتصالية في بعدها القيمي التي تناولها الدكتور عبد الرحمان عزي. اعتمد الباحث على منهج الوصف المسحي وطبقه في الدراسة على عينة عرضية قوامها 160 فردا من مستخدمي الصفحات الرياضية عبر شبكة الفايسبوك موظفين أداة الاستبيان الإلكتروني. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن كلما كان استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات

الرياضية على الفيسبوك مشبعا بالقيم الأخلاقية والاجتماعية والمعرفية كلما كان هذا الاعتماد إيجابيا، ويكون أكثر إيجابية إذا كان استخدامه وظيفيا بتحقيق أغراض تعود بالإيجاب على الفرد وحالته الجسدية والنفسية وحياته الاجتماعية الواقعية.

الكلمات المفتاحية:

القيمة، مواقع التواصل الاجتماعي، الجمهور الرياضي، صفحات الفيسبوك، آثار، استخدام.

تمهيد:

بحثت الدراسات العلمية الأولى التي اعتنت بعلوم الإعلام والاتصال جميعها بتأثير الرسالة الاتصالية لتلك الوسائل على مستقبلها، وكانت أطراف العملية الاتصالية أو كيفية التأثير وحجمه هي أبرز الأهداف التي بنيت عليها نظريات الاتصال والإعلام هذه، إلا أنه ومع التطور العلمي الحاصل موازاة والطفرة التكنولوجية فقد تغيرت المعالم والفروض الأساسية لعديد النظريات وأصبح التوجه الفكري اليوم للباحثين في هذا المجال هو إعادة هيكلة وصياغة تلك النظريات الكلاسيكية وفق توجهات حديثة تتوافق فيها فروضها ومتغيراتها مع البيئة الرقمية، وكيف أصبح المستقبل اليوم مشاركا في العملية الإعلامية وليس مستقبلا، وكيف بات أيضا منتجا للمضامين الإعلامية، فكل تلك الآليات التفاعلية التي تحدث داخل الدارة الاتصالية تختلف من مجتمع إلى آخر ومن فئة اجتماعية إلى أخرى، ذلك أن لكل مجتمع إطار فلسفي تنبثق منه خصائصه التكوينية الثقافية ومنه منظومته القيمية، وإن تطرقنا إلى كثافة الاعتماد الحاصل على مواقع التواصل الاجتماعي سنجد أن الفيسبوك يكتسح ذلك الاعتماد بالنسبة للمجتمعات العربية التي تفضله على بقية المواقع كتويتر، يوتوب وحتى أنستغرام، ومن هنا تأتي أهمية المنظومة القيمية بالنسبة للفرد في تفسير المضامين الإعلامية تفسير علمي، منهجي ومنطقي بالنسبة للمجتمعات العربية الإسلامية التي تغفر إلى نظريات علمية تفسر الظواهر الإعلامية والاتصالية بطريقة تتلاءم بها وتلك الخصوصية للمجتمعات الإسلامية، حتى ظهرت نظرية الحتمية القيمية لعزي عبد الرحمان الذي وضع تصور عام حول تفسير الظاهرة الإعلامية بناء على القيمة التي تعتبر الوحدة الأساسية في نظريته، وسنحاول في هذا البحث دراسة الجمهور الرياضي الجزائري وتوجهه القيمي واللاقيمي عبر استخدامه السوشيال ميديا تحت غطاء نظرية الحتمية القيمية.

1- بناء موضوع الدراسة:

1. إشكالية وتساؤلات الدراسة:

تعتبر الوسائط الاتصالية الحديثة أبرز أوجه التفاعل الاجتماعي في هذه الفترة والتي تسيطر عليها التكنولوجيا وتحاصرنا أينما كنا، ويكفي أن نقول مواقع التواصل الاجتماعي لنكتشف مدى انتشار واعتماد أفراد المجتمع على تلك المواقع الاجتماعية كوسيلة وأداة رئيسية للتواصل مع الآخرين على اختلاف ميولاتهم وأصنافهم، خاصة الجماهير الرياضية منهم التي تعتبر أحد أضخم وأعرض جماهير وسائل الإعلام بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة داخل المجتمع، ومن هنا فقد وجب التوجه إلى ظاهرة استخدام الجمهور الرياضي لمواقع التواصل الاجتماعي والنظر إليها نظرة عمودية لتسريح هذه الظاهرة من جوانب عديدة، ولعل أبرز ما يميز تلك المواقع هي المزايا التكنولوجية التي تقدمها لهم، فهي تقدم الوظيفة الإخبارية الإعلامية، وتعتبر أيضا جسرا للتواصل بالنسبة لمعظم مستخدميها، كما أنها في ذات الحال هي متنفس للجميع أين يلجؤون لها في مختلف أوقاتهم وأوضاعهم النفسية، وباعتبارها أيضا أحد أوجه الإعلام الجديد، فقد أصبح اليوم من الضروري الوقوف عندها كأداة للتنشئة الاجتماعية، لأن الفرد يستقطب من هذه المواقع الكثير من القيم التي تبني مع الوقت ما يشكل بعد ذلك دعامة ثقافية واجتماعية داخل المجتمعات، وهنا تكمن أهمية القيم التي يستقيها الفرد من مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمجتمع ككل باعتبار هذه الأخيرة بناء فرعي يشكل في مجمله البناء الكلي تحت ما تنادي به البنائية الوظيفية، وبالنظر أن العملية الاتصالية والإعلامية في حد ذاتها تتفاعل كافة عناصرها في انساق وتتأغم مع القيم، ولأن سير الدراسات العلمية السابقة تسير من الوسيلة إلى المستخدم لتؤثر وتغير، فقد آن الأوان للنظر اليوم إلى مسار جديد ينطلق من المستخدم وصولا إلى الوسيلة، يحدد فيه الفرد كيف وبماذا يتأثر وفق منظوره الخاص ومعايير القيمية الخاصة، وهو

ما تنادي به نظرية الحتمية القيمية للمفكر الجزائري عزي عبد الرحمان. وهو ما يجعلنا نتطرق وفق هذه النظرية لتأثير ذلك الاستخدام المكثف للجمهور الرياضي الجزائري لوسائل التواصل الاجتماعي وانعكاسه على طبيعة استخدامهم سواء كان قيميا " إيجابيا " أو سلبيا " لا قيميا ". ويجرنا هذا النقاش لطرح الإشكالية التالية: ما هي مظاهر الاستخدام القيمي (الإيجابي) واللاقيمي (سلبي) للصفحات الرياضية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك من قبل الجمهور الرياضي الجزائري؟ وما هو أثر تلك الصفحات الرياضية على قيم الجمهور الرياضي الجزائري؟

وللتفصيل أكثر في هذا الموضوع قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات التي تساعدنا في تحديد أهم النقاط الواجب التركيز عليها وهي كالآتي:

- ما هي طبيعة استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على الفايسبوك؟
 - ما هي مظاهر الاستخدام القيمي (الإيجابي) للصفحات الرياضية عند الجمهور الرياضي الجزائري؟
 - ما هي مظاهر الاستخدام اللاقيمي (السلبي) للصفحات الرياضية عند الجمهور الرياضي الجزائري؟
 - ما هو أثر استخدام الصفحات الرياضية من طرف الجمهور الرياضي الجزائري على القيم الأخلاقية، المعرفية والاجتماعية؟
2. أهمية الدراسة:

✓ تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفايسبوك بصفة خاصة لدى المجتمعات العربية والمجتمع الجزائري الذي هو محور الدراسة، وكذلك حجم الاعتماد الحاصل على الفايسبوك كوسيلة إعلامية واتصالية لجماهير وسائل الإعلام الحديثة، وهو ما يجعل التطرق لدراسة علاقة الاعتماد على صفحات الفايسبوك بالمجتمع وجماهيره المختلفة ضرورة قصوى لفهم الظاهرة والوصول إلى أبعادها الحقيقية.

✓ ضرورة التوجه اليوم إلى دراسة الظواهر الإعلامية من خلال إطار نظري ومنهجي مستنبط من المرجعية الإسلامية والخصوصية الاجتماعية العربية، وهو ما تتوافق فيه هذه الدراسة التي ستختص بفهم ظاهرة الاستخدام القيمي لوسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للجماهير الرياضية الجزائرية، في محاولة لفهم الظواهر الإعلامية المتعلقة بالإعلام الحديث من زاوية علمية نستطيع من خلالها إسقاط متغيراتها على المجتمع الجزائري.

✓ حجم الاهتمام بالجمال الرياضي في الجزائر من طرف الجماهير الرياضية خاصة بعد انجازات المنتخب الوطني التي تعد أحد أهم وأعرض القواعد الجماهيرية بالنسبة لوسائل الإعلام في الجزائر، بالإضافة إلى حجم الاعتماد الحاصل على الفايسبوك وصفحاته الرياضية كوسيلة إخبارية وتواصلية وأيضاً ترفيهية بالنسبة لهذه الشريحة من المجتمع، وهي مجموعة من النقاط سنحاول دراستها من منظور قيمي في هذه الورقة البحثية.

3. أهداف الدراسة:

- فتح المجال أمام الباحثين في مجال الإعلام والاتصال للقيام بدراسات اتصالية وإعلامية حول نظرية الحتمية القيمية في الدراسات القادمة.
- استجلاء المظاهر القيمية الإيجابية والسلبية للاعتماد على الصفحات الرياضية من طرف الجمهور الرياضي الجزائري.
- البحث في طبيعة استخدام الجمهور الرياضي للصفحات الرياضية على الفايسبوك وكيف يمكن أن يكون قيميا وفي مناحي أخرى لا قيمي، من خلال ربط هذه الدراسة بتيار فكري جديد كنظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
- التعرف على الآثار التي قد يحدثها استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على مجموعة القيم الأخلاقية، المعرفية والاجتماعية.

➤ محاولة وضع جملة من الآليات والتوصيات للجمهور الرياضي الجزائري المستخدم للصفحات الرياضية على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك من أجل حماية قيمهم وأفكارهم وتوعيتهم بالطريقة المثلى التي يمكنهم من خلالها استخدام تلك الصفحات بما يتماشى ومبادئ مجتمعتنا وثقافتها.

4. الدراسات السابقة:

✓ دراسة حميدة نواصرية: أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب-دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام. (نواصرية، 2019) توصلت هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الحديثة تعزز من القيم الخاصة بالأبعاد الجمالية، المعرفية والاجتماعية، وهذا ما يتوافق مع فروض نظرية الحتمية القيمية، وتوصلت الدراسة أيضا أن وسائل الإعلام الحديثة تؤثر بالإيجاب على زيادة الثقة بالنفس، وتحول أفراد المجتمع إلى أفراد أكثر اهتماما بأنفسهم وفي طريقة تعاملهم مع الآخرين من خلال التأثير على سلوكهم بالإيجاب، بالإضافة إلى توصل الدراسة إلى نتيجة تبجيل وأولوية القيم الأخلاقية بالنسبة للفرد على بقية القيم الأخرى.

✓ دراسة لسوفي شهرزاد: الشباب الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي - الفاييسبوك - دراسة في مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي. (لسوفي، 2018) هدفت الدراسة إلى البحث في دراسة مظاهر استخدام الشباب الجزائري القيمي واللاقيمي للفايسبوك، وانتهت الدراسة إلى أن في حالة استخدام موقع الفاييسبوك كموقع تواصل اجتماعي تكون إيجابية في حال ما كان اعتماده لأغراض وظيفية لغترات زمنية ليست طويلة ومتباعدة في آن واحد ولدوافع يحدها الفرد بعقلانية، ويكون مشبعا بالقيم التي تساعده في العمليات التواصلية والتفاعلية على الفاييسبوك، بينما يكون التأثير سلبيا ولاقيميا بمجرد ابتعاد الفرد عن الاستخدام العقلاني وعن القيمة وحتى عن القدرة على تحديد نوع العلاقة الاجتماعية فيه، وعن عدم فهمه أو ادراكه لأي محتوى أو أي قيم أو ثقافة يتعايش معها.

5. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

■ القيمة:

أ- لغتا:

جاء في المعجم الوسيط أن قيمة الشيء هي قدره وقيمة المتاع ثمنه (ابراهيم، 1973)، أما في القاموس المحيط فقد جاءت القيمة بكسر القاف وجمعها قيم وما له قيمة إذ لم يدم على شيء، واستقامته واستقام اعتل وقومته بمعني عدلته فهو قويم مستقيم (أبادي، بت)، أما في معجم العلوم الاجتماعية فيشار إلى القيم أنها الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد كما تصبح في محددات السلوك (بدوي، 2011)

ب- اصطلاحا:

من المتفق عليه أن وضع مفهوم شامل ودقيق لمصطلح القيمة أمر صعب للغاية وذلك بالنظر إلى اختلاف توجهات المفكرين والباحثين الذين عالجوا هذا المصطلح والاختلاف الموجود بين تلك المذاهب والعلوم، كعلم النفس، وعلم الاجتماع إلى غير ذلك. فترى الباحثة جبر سعاد أن القيم هي " المعايير التي يلتزمها الأفراد والمجتمعات وتشكل محددات سلوكهم ومصدر الأحكام والتفضيلات لديهم، كما تشكل منظومة القناعات بالغايات العليا في حياتهم." (جبر، 2008).

وسنركز في هذه الدراسة على مفهوم القيمة عند المفكر عزي عبد الرحمان صاحب النظرية الحتمية القيمية في الإعلام ونتجاوز كل المفاهيم التي تناولت القيمة من زوايا مختلفة، وقد عرّف هذا الأخير القيمة أنها " ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدرها وإنما أداة تتجسد فيها القيم." (عزي، 2003)

ونعرف القيم إجرائياً أنها مجموعة الأحكام والمعايير التي تحكم سلوك الفرد وترتكز في الأساس على ما قومه القرآن والسنة، وهي ذات الأحكام التي تنظم حياة الأفراد وفق القانون الأخلاقي المستمد من الدين الإسلامي. فهي ما يمكن الفرد من التفاعل الإيجابي مع محيطه الذي يسمح له بالارتفاع لمراتب أعلى.

■ مواقع التواصل الاجتماعي:

من أبرز التعريفات التي لاقت انتشاراً كبيراً لدى الباحثين حول مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي نجد تعريف الذي قدمه الثنائي **Boyd & Elisson** " أنها مواقع تتشكل على شبكة الويب، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عن حياتهم العامة أو شبه العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهات نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر." (Mboyd & B.elisson, 2007)

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها." (زاهر، 2003)

ويمكن تعريفها إجرائياً أنها أحد المستحدثات التكنولوجية وهي عبارة عن مواقع إلكترونية تمنح الفرد فرصة التواصل والتفاعل مع الآخرين عبر هذه المنصات وفقاً لنظام معين لمستخدمي الشبكة يعرضون فيها أنفسهم عن طريق حساباتهم الخاصة التي يقدمون فيها يومياتهم وحياتهم حتى الخاصة منها لتتم بعدها عمليات التفاعل فيما بين هؤلاء المستخدمين.

■ الجمهور الرياضي:

هو مجموعة من الأشخاص أو الأفراد الذين تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية أو قناة تلفزيونية أو صحيفة أو مواقع إلكترونية، أو هو جمهور لوسائل الاعلام المذكورة جملة واحدة. (قسايسية، 2007)

ونعرفه إجرائياً أنه مجموعة أفراد المجتمع الذي يملكون ميولاً رياضية، تجعلهم يتابعون المضامين الخاص بالأنشطة الرياضية التي تقدمها وسيلة إعلامية واحدة أو أكثر، وفي دراستنا هذه فالجمهور الرياضي المقصود بالعملية البحثية هو الجمهور الرياضي الإلكتروني أو المتابع للرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

■ صفحات الفيسبوك:

خدمة من الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك، تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الاستفادة منها ومن ميزاتها التي تستقيها بشكل أساسي من الموقع بحد ذاته، وتقوم فكرتها على إنشاء وتصميم صفحة يتم فيها وضع بيانات مختلفة باختلاف توجه الصفحة والهدف من إنشائها. (حداد، 2019)

وفي دراستنا هذه نقصد بها إجرائياً صفحات الفيسبوك التابعة لهيئات رسمية أو مؤسسات إعلامية والصفحات غير الرسمية، والتي تهتم وتختص بالمجال الرياضي وتنتشر مضامين عن الأنشطة الرياضية أو ذات العلاقة بها وتطرح وتعالج المواضيع والقضايا الرياضية.

■ الآثار:

يعتبر مفهوم الأثر من بين المفاهيم الأساسية في دراستنا، والمرتبط بالإطار النظري الذي قمنا بتبنيه فيها، فمن المهم أن نقف عنده بدقة من أجل تحديد أبعاده ومؤثراته. فقد جاء في القاموس الفرنسي "لاروس" الأثر *effet* هو "الانطباع الناتج عن شخص ما أو شيء ما: ما هو الأثر الذي خلفه الخطاب عليك" (www.larousse.fr) أما في مجال الإعلام والاتصال يرى منير حجاب أنه "بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد" (حجاب، 2003) وإجرائيا هو مجموع الآثار القيمة جزاء الاستخدام الفعلي للصفحات ذات المضامين الرياضية عبر شبكة فايسبوك من طرف الجمهور الرياضي الجزائري.

■ الاستخدام:

يعد أيضا الاستخدام مفهوما محوريا في دراستنا هذه، ويعد من المفاهيم الشائعة والتي تم تناولها بكثرة في الدراسات الإعلامية. وهو "الاستعمال العادي لأي تقنية جديدة عن طريق وسائل خدماتية مسهلة لاستخدام وظيفي في الحياة المهنية الخاصة". (دليو، 2004) ويشير مفهوم الاستخدام في دراستنا هذه إلى عادات ودوافع الوصول والتصفح والتعرض لمحتويات صفحات الفايسبوك ذات المحتوى الرياضي من طرف الجمهور الرياضي الجزائري.

6. المدخل النظري للدراسة " نظرية الحتمية القيمة في الإعلام ":

■ التعريف بصاحب النظرية عزى عبد الرحمان:

صاحب هذه النظرية هو الجزائري عزى عبد الرحمان مواليد بني ورتلان بولاية سطيف سنة 1954، خريج الجامعة الجزائرية تخصص صحافة سنة 1977، قبل أن يتحصل بعدها على شهادة الماجستير سنة 1980، ليتحول بعدها إلى الولايات المتحدة الأمريكية ليواصل عمله هناك كأستاذ متحصلا فيما بعد على شهادة الدكتوراه في سيولوجيا الإعلام سنة 1985 من جامعة " نورث تكساس "، قبل أن يعود إلى الجزائر ليزاول عمل التدريس وموازة مع هذا اشتغل أيضا هذا الأخير في مجال الصحافة وكان محررا في جريدة الشعب، أما على المستوى الأكاديمي فقد عمل كأستاذ في أكثر من بلاد بداية من الجزائر، ثم الولايات المتحدة الأمريكية قبل أن يعود إلى الجزائر ومن ثم إلى ماليزيا فالسعودية، ليستقر أخيرا في الإمارات العربية المتحدة التي درس بها في أكثر من جامعة. أما على المستوى العلمي فقد نشر الباحث أكثر من 40 عمل وبحث علمي ناقش فيها العديد من المحاور العلمية في مجال العلوم والاتصال وبالتحديد في مجال الصحافة ووسائل الإعلام الجماهيري، العلاقات العامة، تكنولوجيات الاتصال الحديثة، إضافة إلى عديد من الكتب المنفردة وأيضا المشتركة مع باحثين آخرين، إلى جانب كل هذا فقد شغل الباحث الجزائري العديد من المناصب الإدارية في الجامعات التي اشتغل بها أبرزها كان رئيسا لقسم الاتصال بالجامعة الإسلامية بماليزيا، وأيضا رئيس قسم الاتصال بجامعة الإمارات العربية المتحدة ونائب مدير جامعة الجزائر مكلفا بالدراسات العليا. (www.sharjah.ac.ae)

■ مفهوم النظرية:

في البداية أطلق الباحث عزى عبد الرحمان تسمية الحتمية النظرية القيمة ثم في كتابه *الإعلام والقيم* أطلق عليها زميله الباحث نصير بوعلي مسمى " الحتمية القيمة في الإعلام "، وللنظرية عدة مسميات أخرى مثل: الإعلام القيمي (على مستوى النظام)، الحتمية القيمة الإعلامية (على مستوى التأثير)، نموذج عزى عبد الرحمان على (مستوى النماذج).

ويتكون مفهوم النظرية من محاور أساسية تتمثل في:

الحتمية: يقصد بها المتغير الواحد والرئيسي وهي القيمة التي تعتبر بمثابة المحرك الأساسي لفهم أو تفسير الظاهرة الإعلامية.

القيمة (القيمة): يرى عزى عبد الرحمان أن القيمة هي أساس العملية الإعلامية وكل الميكانيزمات التي تعمل على التأثير، وأن تفسير الظاهرة يكمن في قربها أو بعدها عن القيمة التي يكون مصدرها الدين.

الإعلام: ويقصد به الوظائف الإعلامية لوسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة.

■ فروض النظرية:

وضع عزى عبد الرحمان فرضيتين أساسيتين تتعلق الأولى بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور مع وسائل الإعلام (الشباب أكثر فئة متأثرة في قيمها) (عزى، منهجية الحتمية القيمة في الإعلام، 2013)، وحدد لها مجموعة من الفرضيات تتلخص في أن الشباب هم أكثر العناصر الاجتماعية بحثا عن الإثارة والمتعة باعتمادهم على التكنولوجيات الحديثة على أساس أنهم أكثر فئة ارتباطا بالوسائل الإعلامية والاتصالية الحديثة وتبنى التكنولوجيات الجديدة وتأثيراتها المتعلقة بالتمرد والبحث عن الهوية، وتشكل تلك الوسائط الإعلامية الحديثة عالما رمزيا يقترب أو يبتعد عن العالم المعاش ومن ثم تأثيرها يظل في هذا المستوى ولا ينتقل إلى الواقع تلقائيا وبغض النظر عن الشكل والمضمون.

فيما تركز الفرضية الثانية لنظرية الحتمية القيمة أنه كلما ارتبطت مضامين وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجبا، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سالباً، ويطلق عليها أيضا بفرضيات الأثر السالب والموجب انطلاقاً من النظرية (السوفي، 2018) وتتخلص الفرضيات السلبية من ناحتي الشكل والمضمون على عدة مستويات، انطلاقاً من الإحساس بالعزلة بسبب كثرة استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها السلبي على مهارات الاتصال الشخصي وكذلك على الصحة النفسية والجسدية، وخاصة أن سوء استعمال وسائل الإعلام والاتصال يؤدي إلى إهدار القيم وتحييدها وإضعافها واضمحلال الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية إضافة أن سوء استخدامها أيضا (تجاه المضمون) قد يكون وسيلة للتهرب والإفلات من الواقع الاجتماعي، ويكون تعويضا رمزيا لعلاقات اجتماعية مفقودة، وذلك ما يلاحظ في كثرة استخدام الإعلام الجديد ومشتقاته كوسائل الاتصال الحديثة الشخصية كمواقع التواصل الاجتماعي. أما الفرضيات الإيجابية تتطرق من حسن استخدام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومدى مساهمتها في تكوين الفرد من خلال توسيع دائرة معارفه وعلومه وتنمية الإحساس بأن الفرد جزء من العالم وتعزيز القيم إلى غير ذلك من المساهمات الإيجابية لوسائل الإعلام إن أحسن الفرد استغلالها مرتكزا بذلك على القيمة المستتبطة من الدين.

■ تطبيق المدخل النظري على الدراسة:

وقد رأى مجموعة البحث مناسبة تطبيق هذه النظرية كمدخل للدراسة لعدة اعتبارات، أهمها:

✓ ملائمة نظرية الحتمية القيمة لواقع ما نعيشه اليوم بين الاعتماد والاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف أفراد المجتمع على اختلاف أصنافهم، وكذلك ما يحصل على مختلف الصفحات الرياضية من تصرفات وسلوكات خارج الإطار الرياضي والأخلاقي لا سيما وإن تعلق الأمر بالتنافس الموجود بين المشجعين دفاعا على أنديتهم أو انتماءاتهم الرياضية، وهي ظاهرة تستحق الدراسة والتعمق فيها من منظور النظرية الحتمية القيمة في الإعلام.

✓ توافق موضوع الدراسة مع ما تنادي به نظرية الحتمية القيمة، أين ستبحث هذه الدراسة طبيعة استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية وأيضا مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي (الإيجابي والسلبي)، وهل

الجمهور الجزائري ينتهي ويصل إلى الاستخدام الإيجابي من عدمه، وذلك من خلال التفاعلات الحاصلة على الصفحات سواء في التعليقات أو مشاركات المنشورات إلى غير ذلك. وتذهب الدراسة إلى أبعد من هذا بما أنها ستصل بناء على نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إلى أثر هذا الاستخدام على القيم الاجتماعية، الأخلاقية والمعرفية. وهو ما يحقق بصفة مباشرة ما تنادي به نظرية الحتمية القيمية في الإعلام. ومن هنا فإن هذا الدراسة تحاول الاستفادة النظرية في تفسير ظاهرة استخدام الجمهور الرياضي لصفحات الفيسبوك، وكذلك رصد التأثيرات القيمية كما تناولنا آنفاً المعرفية، السلوكية والاجتماعية.

II - الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. حدود الدراسة:

تمثلت حدود دراستنا فيما يلي:

المجال الجغرافي: وهو الإطار المكاني الذي تمت فيه الدراسة، وفي دراستنا هذه تمثل الحدود الجغرافية أفراد المجتمع المنتمين إلى جميع ولايات الجزائر.

المجال الزمني: وهي الفترة الممتدة منذ بداية العمل العلمي والدراسة ككل إلى غاية الانتهاء منها وتمثل الوقت المستغرق في انجاز هذه الدراسة بين بداية شهر جويلية 2024 إلى غاية شهر نوفمبر 2024.

المجال البشري: ويقصد به الأفراد الذين سيجري عليهم البحث، ويتمثل المجال البشري في هذه الدراسة في جميع أفراد المجتمع الجزائري المستخدمين للفيسبوك والذين يملكون ميولات رياضية نحو المضامين الإعلامية الخاصة بالمجال الرياضي على صفحات الفيسبوك.

2. نوع الدراسة ومنهجها:

أ- نوع الدراسة

تتدرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية، والتي تسعى إلى معرفة الظواهر ووصفها، عبر مراحل يقوم بها الباحث إلى غاية تحقيق الأهداف. ويرى أحمد بن مرسلتي بأن "الدراسات الوصفية هي الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة فيها، كما هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع البيانات المحققة لذلك (بن مرسلتي، 2010). وهو الحال بالنسبة لدراستنا التي نسعى من خلالها إلى وصف وتحليل استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للفيسبوك والصفحات الرياضية والتأثيرات القيمية الناتجة عن هذا الاستخدام.

أ- منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين، ويعني المنهج أيضا في الفكر العلمي المعاصر الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. (همام، 1984) وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي لملاءمته نوع الدراسة وأهدافها وفي سبيل الوصول إلى نتائج علمية سليمة ودقيقة، أين سنقوم بوصف استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للفيسبوك والصفحات الرياضية وتأثيرات ذلك الاستخدام على مستوى القيم، باستخدام تقنية مناسبة تتمثل في استمارة الاستبيان الإلكترونية، ومن ثم معالجتها وتحليلها في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

والمسح عبر الإنترنت من أشهر الأساليب المنهجية وأكثرها انتشارا في بحوث الميديا الجديدة، ويعكس التصور القائم حول دور مختلف الوسائط الحديثة بوصفها أداة تساعد على انجاز البحوث التقليدية، وبالنظر إلى قدرتها الفائقة على اختصار المسافات والوقت وقدرتها على جعل حجم كبير من المبحوثين في متناول الباحث (هميسي، 2014). وقد لجأنا إلى هذا الأسلوب المنهجي نظرا لمزاياه التي ذكرناها سابقا، ومنها قدرته الكبيرة على اختصار المسافات والزمن للوصول إلى أكثر عدد من المبحوثين في أقل وقت ممكن، وهي المعادلة التي يتفوق فيها هذا المنهج وأسلوب المسح الإلكتروني عن بقية الأساليب والطرق المنهجية.

3. مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل المجتمع المستهدف في دراستنا هذه في الجمهور الرياضي الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد عبر موقع الفيسبوك الذين يتابعون الشؤون الرياضية عبر صفحات هذا الموقع. فيما يتمثل المجتمع المتاح في الدراسة بأفراد الجمهور الرياضي المتابعون للصفحات الرياضية التي تعرض مضامين إعلامية خاصة بالرياضة. وأسلوب المعاينة المناسب لدراستنا هذه هو العينة العرضية "بحيث لا يكون هناك تحديد مسبق لمن تشملهم العينة، بل يتم اختيار وحداتها بين أول أقرب أو أسهل مجموعة يمكن أن يتواصل معها الباحث". (بن جخل، 2014) وفي المسوح عبر الإنترنت، يستخدم الباحثون العينات الملائمة أو العرضية، والتي تدعو لمشاركة كل من يرى دعوة المسح عبر الإنترنت الذين يختارون أو يتطوعون للمشاركة، وتعرض هذه المسوح لنفس القصور التي تتعرض لها المسوح الأخرى التي تعتمد على عينات غير احتمالية، حيث أن العلاقة بين العينة والمجتمع غير معلومة، ولذلك لا يوجد أساس نظري لحساب هامش خطأ المعاينة ومن ثم تقدير حجم تمثيل العينة للمجتمع ككل. (Internet survey, www.people-press.org)

ورغم هذه الإشكالات المنهجية إلا أننا اخترنا هذا النوع من العينات نظرا لضخامة وتشتت مجتمع الدراسة المكون من أفراد الجمهور الرياضي المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك، والعينة في دراستنا هذه هي كل فرد من هذا الجمهور جزائري لديه ميولات رياضية ومتابع للمواضيع الرياضية، يستخدم موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك معتمدا فيها على الصفحات الرياضية في سبيل إشباع حاجياته ورغباته، ويتعرض للاستبيان ويجيب على أسئلته، وتمكنا بعد فترة وجيزة من طرح استمارة الاستبيان في العديد من الصفحات الرياضية الجزائرية عبر مواقع الفيسبوك في الحصول على 177 استمارة، وقمنا باستبعاد 17 استمارة (كانت إجاباتهم غير جادة)، لنتحصل في الأخير على 160 استمارة مثلت عينة الدراسة النهائية.

4. أداة جمع البيانات:

تلعب أدوات البحث العلمي دور في غاية الأهمية في جمع المعلومات والبيانات في كل جهد علمي وأكاديمي، وانطلاقا من موضوع هذه الورقة البحثية، فقد تم اختيار "استمارة الاستبيان"، التي تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال.

واعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان الإلكتروني. حيث يتلقى فيها مفردات عينة الدراسة دعوة من أجل المشاركة في الاستبيان عن طريق أي وسيلة أخرى مع ضرورة إرسال البيانات عبر الإنترنت، فمن المهم إذن إرسال البيانات أو الاستبيان باستخدام شبكة الانترنت كقناة اتصال بين الباحث والمبحوث، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبياناً إلكترونياً (دليو، 2004). وقد قمنا بتصميم الاستمارة الإلكترونية لهذا البحث باستخدام خدمة نماذج غوغل google drive، وهي

الخدمة التي مكنتنا أيضا من الحصول على النسب المئوية لإجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة كأسلوب إحصائي استخدمناه في هذه الدراسة إضافة إلى التكرارات.

وتم تصميم الاستمارة استنادا إلى نظرية الدراسة الحتمية القيمة في الإعلام والتي تخدم أهدافها كالتالي:

- **محور البيانات الشخصية:** ويتضمن متغيرات الجنس، السن.
- **المحور الأول:** واختص هذا المحور في الاستخدام أو واقع استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لصفحات الفايسبوك الرياضية.
- **المحور الثاني:** مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي لصفحات الفايسبوك الرياضية من طرف الجمهور الرياضي
- **المحور الثالث:** الآثار المترتبة من استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للفيسبوك وصفحاته الرياضية على القيم الأخلاقية، المعرفية والاجتماعية.

III- النتائج ومناقشتها :

محور البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يوضح جنس أفراد العينة المتابعون للصفحات الرياضية

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	139	86.88
إناث	21	13.12
المجموع	160	100

المصدر: المؤلفان

تبين لنا من خلال نتائج الدراسة الميدانية بأن أعلى فئة من مستخدمي الصفحات الرياضية على الفايسبوك هي فئة الذكور بنسبة 86.88%، وهي النتيجة التي كانت متوقعة من طرف الباحث إلى حد بعيد، بالنظر أن جمهور الرياضة بشكل عام في العالم أو بالخصوص في الجزائر أغلبه من الذكور، واهتمام الذكور هذا بالرياضة على مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك ما هو إلا امتداد للاهتمام الواقعي للذكور بالرياضة على حساب الإناث.

الجدول رقم (02): يوضح سن أفراد العينة المتابعون للصفحات الرياضية

الجنس	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	11	06.87
من 21 إلى 30	62	38.75
من 31 إلى 40 سنة	71	44.38
فوق 40 سنة	16	10
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

في حين كانت أغلبية أفراد العينة من فئة الشباب الذين تقل أعمارهم عن 40 سنة بنسبة **83.13%** بين الفئتين السنتين (من 21 إلى 30 سنة بـ **38.75%**، ومن 31 إلى 40 سنة بـ **44.38%**)، وهو ما يعكس اهتمام الشباب الكبير بالرياضة وكل ما يخص الشأن الرياضي حتى على مواقع التواصل الاجتماعي. وهي أحد النقاط التي تناولتها نظرية الحتمية القيمة في فروضها حول ميولات الشباب إلى اعتماد واستخدام التكنولوجيات الحديثة مقارنة ببقية فئات المجتمع، على أساس أن سمات وخصائص تلك الفئة تجعلها تميل وتبحث عن الإثارة والتشويق والحركة التي تقدمها تلك الوسائط.

المحور الأول: واقع استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على الفايسبوك
الجدول رقم (03): يوضح مدى متابعة أفراد العينة للصفحات الرياضية

مدى المتابعة	التكرار	النسبة
دائما	121	75.63
أحيانا	24	15
نادرا	15	09.37
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

يتضح من خلال هذا الجدول أن أغلب أفراد العينة يتابعون الصفحات الرياضية على الفايسبوك بشكل دائم بنسبة **75.63%**، فيما كان **15%** منهم يتابعون الصفحات الرياضية أحيانا، مقابل **9.37%** يكتفون بالاطلاع عليها نادرا أو حسب الفرصة والمناسبة المواتية لذلك. وهي قراءة تؤكد أهمية الرياضة كمنشأ اجتماعي لدى الجمهور، وأيضا أهمية الصفحات الرياضية بالنسبة لأفراد العينة الذين يحرصون على متابعتها بصفة دائمة ويضعونها ضمن أولوياتهم، على أساس أنهم يعتبرون تلك الصفحات قناة الاتصال الأولى داخل البيئة الرقمية التي تمكنهم من الاطلاع على كل الأخبار، الأحداث والمستجدات المتعلقة بالرياضة.

الجدول رقم (04): يوضح حجم متابعة أفراد العينة للصفحات الرياضية

حجم المتابعة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	43	26.88
من ساعة إلى	84	52.50
أكثر من ساعتين	33	20.62
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

يتبين لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أغلب أفراد العينة الممثلة للجمهور الرياضي تتابع الصفحات الرياضية بمعدل من ساعة إلى ساعتين يوميا بنسبة **52.50%**، في حين تقاربت نسبة إجابات بقية أفراد العينة بين من يتابع الصفحات الرياضية لأقل من ساعة وأكثر من ساعتين بـ **26.88%** و **20.62%** على التوالي، وهي فترة زمنية تعكس حجم الأهمية التي يوليها المبحوثين من الجمهور الرياضي إلى المجال الرياضي والمضامين الرياضية مقارنة بباقي

المجالات الأخرى، بالنظر إلى الحجم الساعي الذي يعكس بدوره أهمية الرياضة بصفة عامة لدى الجمهور المتابع للصفحات الرياضية.

الجدول رقم (05): يوضح الجلسة المفضلة لأفراد العينة عند متابعة للصفحات الرياضية

الجلسة	التكرار	النسبة
الجلسة الصباحية	15	09.37
الجلسة المسائية	66	41.25
الجلسة الليلية	79	49.38
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

يتضح لنا من خلال الجدول أن الجلستين الليلية والمسائية هي الجلستان المفضلتان بالنسبة للجمهور الرياضي من أفراد العينة عند متابعة الصفحات الرياضية على الفايسبوك، وتقاربت نسبتهما بين 49.38% بالنسبة للجلسة الليلية و 41.25% بالنسبة للجلسة المسائية، في حين كانت الجلسة الصباحية هي الأقل نسبة بـ 09.37%، وهي قراءة تبيّن أن معظم أفراد العينة يفضلون الاطلاع على الصفحات الرياضية بداية من المساء بالنظر أنها الفترة التي يكونون فيها خارج أوقات العمل أو الدراسة بالإضافة أنها الفترة التي تواكب إجراء جل المباريات أو الأحداث الرياضية، ويكون الاطلاع على الصفحات في تلك الفترة من أجل أخذ حوصلة على الأخبار الرياضية المتاحة طيلة اليوم. إضافة إلى كل هذا فإن الدراسات العلمية المتعلقة باستخدام مواقع السوشال ميديا جميعها انتهت إلى نتيجة أن الفترة المسائية والليلية هي الفترات الأكثر استخداما لتلك المواقع من طرف مستخدميها.

الجدول رقم (06): يوضح منذ متى يتابع أفراد العينة الصفحات الرياضية على الفايسبوك

فترة المتابعة	التكرار	النسبة
أقل من سنة	09	05.62
من سنة إلى 5	53	33.12
أكثر من 5 سنوات	98	61.26
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

أما فيما يخص متابعة أفراد الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على الفايسبوك فقد أبان الجدول الموضح أعلاه أن جلّ الباحثين يتابعون الصفحات الرياضية منذ أكثر من 5 سنوات بنسبة 61.26%، تلتها الفئة التي تتابع تلك الصفحات منذ فترة من سنة إلى 5 سنوات بـ 33.12%، وكانت فترة الأقل من سنة هي الأقل ظهورا في إجابات العينة بنسبة 05.62%. وهي قراءة تثبت تعلّق الجمهور الرياضي بالصفحات الرياضية منذ فترة طويلة أي منذ بروز الفايسبوك والصفحات الرياضية وحتى قبل ذلك، وهي ميولات نفسية متعلّقة بالرياضة كنشاط انساني واجتماعي يمارسونه أفراد المجتمع أو يتابعونه على الصفحات الرياضية في الفايسبوك، والتي تمثل وسيلة تلبي رغبات وحاجيات تلك

ال جماهير. كما تعكس أيضا الميولات الرياضية لأفراد العينة الذين يبحثون عن أية منصات تتناول الشأن الرياضي على الوسائط الاتصالية الحديثة.

الجدول رقم (07): يوضح القضايا والمواضيع التي تتابعها أفراد العينة من خلال الصفحات الرياضية

المواضيع الرياضية	التكرار	النسبة
أخبار المنتخب	160	31.37
أخبار الأندية الكروية	122	23.92
كرة القدم الأوروبية	98	19.22
رياضات أخرى	74	14.51
أخبار المشاهير	56	10.98
المجموع	510	%100

المصدر: المؤلفان

وفيما يتعلق بالقضايا والمواضيع الرياضية التي يرغب الباحثون في متابعتها عن طريق صفحات الفيسبوك الرياضية فقد كانت نسبة تلك المواضيع متقاربة تصدرتها متابعة أخبار المنتخب الوطني بنسبة 31.37%، تلتها أخبار الأندية الكروية المحلية بنسبة 23.92%، وكان لكرة القدم الأوروبية نصيب كبير من إجابات أفراد العينة بنسبة 19.22%، لتأتي بعدها الفئة التي اختارت مواضيع رياضات أخرى بنسبة 14.51%، وفي الأخير متابعة أخبار المشاهير الرياضيين بنسبة 10.98%. وتفسر المتابعة الحثيثة للجمهور الرياضي لأخبار المنتخب الوطني عبر صفحات الفيسبوك الرياضية إلى تعلق الشعب الجزائري بصفة عامة بالمنتخب الوطني لكرة القدم منذ سنوات فارطة، ضف إلى ذلك نتائج المنتخب الوطني المحققة مؤخرا والصحة الكروية الجزائرية منذ أكثر من 10 سنوات، إضافة إلى التنويع القاري الذي زاد من رغبة الجماهير الجزائرية في متابعة كل ما يخص المنتخب الأول ووطد أكثر تلك العلاقة، أما عن رغبة الجماهير الرياضية في متابعة كل ما يخص النوادي الرياضية الكروية المحلية فهذا راجع إلى انتماءات أفراد الجمهور لمختلف الأندية الكروية الجزائرية ومدى تعلقهم وارتباطهم بنواديهم التي تعتبر واجهة رياضية لهم ومحل منافسة يثبتون من خلالها أنفسهم عن طريق تفوق أندية، فتسمح لهم صفحات الفيسبوك البقاء على مقربة من ناديهم في متابعة آخر أخبارهم وأيضا التعبير عن افتخارهم واعتزازهم بنواديهم ونتائجهم، هذا إضافة إلى رغبات وميولات بقية الباحثين في متابعة الدوريات الكروية الأوروبية ورياضات أخرى يتابعون من خلال الصفحات الرياضية أبرز الأخبار المتعلقة بهذه المواضيع.

الجدول رقم (08): يوضح طرق تفاعل أفراد العينة مع الصفحات الرياضية

طريقة التفاعل	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
ردود الأفعال العادية () التكرار	114	37	09	160
أعجبني، أغضبني (...)	71.	23.1	05.	100
%	25	2	63	%
التعليق	33	61	66	160

100	41.	38.1	20.	النسبة	
%	25	3	62	%	
160	77	59	24	التكرار	المشاركة
100	48.	36.8	15	النسبة	
%	12	8		%	
160	109	35	16	التكرار	الاكتفاء بالقراءة
100	68.	21.8	10	النسبة	
%	12	8		%	

المصدر: المؤلفان

أما عن طرق تفاعل الجمهور الرياضي الجزائري مع المنشورات التي تضعها الصفحات الرياضية فقد أبانت نتائج الدراسة حسب الجدول (08) أن ما نسبته **71.25%** يتفاعلون بردود أفعال عادية مثل أعجبي، متضامن... الخ، في حين أن **23.12%** منهم أحيانا فقط ما يتفاعلون مع منشورات الصفحات الرياضية، بالمقابل أقر بقية أفراد العينة أنهم نادرا ما يتفاعلون مع المنشورات بنسبة **5.63%**، وهي قراءة تدل أن نسبة كبيرة من الجمهور الرياضي الممثلة بالعينة تتفاعل مع المنشورات التي يجدونها وهذا بالنظر إلى سهولة العملية التي لا تقتضي سوى الضغط على زر واحد للتعبير عن آرائهم. أما فيما يخص التعليق فقد كانت نسبة الذين يعلقون دائما على المنشورات منخفضة (مقارنة بالتفاعل العادي السابق) وكانت نسبة تلك الفئة **20.62%**، في حين تقاربت نسبة الفئة التي تعلق أحيانا وقدرت بـ **38.13%** والفئة التي نادرا ما يعلقون على المنشورات بنسبة **41.25%**، ما يعكس أن أفراد العينة لا يحبذون كثيرا إبداء آرائهم حول المنشورات عن طريق التعليق عليها، ويتوجهون للتفاعل عن طريق التعليق إلا في المنشورات التي تثير النقاش بين مستخدمي تلك الصفحات أو يرونها تستوجب التفاعل معها حسب كبيعة المنشور.

في حين أقر أفراد العينة أن أغليبتهم نادرا ما يشاركون تلك المنشورات بنسبة **48.12%** وأحيانا فقط ما يشاركونها بنسبة **36.88%** وكانت النسبة الأقل هم الذين يشاركون باستمرار تلك المنشورات التي تعجبهم، في قراءة تؤكد أن طبيعة المواضيع الرياضية والمنشورات تعتبر المعيار الرئيسي في تفاعل الجمهور معها عن طريق المشاركة، وهي نوع المواضيع التي يرونها الأقرب لهم والتي يريدون من خلالها مشاركتها مع أصدقائهم على حسابهم الخاص. بالمقابل فالقراءة الإحصائية تؤكد أيضا أن جل أفراد العينة لا يميلون إلى التفاعل مع المنشورات الرياضية عن طريق إعادة مشاركتها ويكتفون بردود الأفعال العادية تجاهها أو التعليق عليها.

بالمقابل فقد عبّر أغلب المبحوثين ما نسبته **68.12%** أنهم نادرا فقط ما يكتفون بالقراءة لتلك المنشورات الرياضية التي يجدونها، ما يؤكد النتائج السابقة وما تناولناه أن معظم أفراد العينة يتفاعلون مع تلك المنشورات كلّ عبر طريقته وسلوكه الخاص، ولو كان تقديم ردود أفعال عادية هي السلوك الغالب على تفاعل الجماهير مع المنشورات الرياضية.

المحور الثاني: مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي لصفحات الفيسبوك الرياضية من طرف الجمهور الرياضي

الجدول رقم (09): يوضح استخدام الوقت كقيمة لتصفح أفراد العينة للصفحات الرياضية

النسبة	التكرار	الوقت المحبذ للتصفح
04.37	07	من الثامنة صباحا حتى
11.25	18	من الواحدة زولا حتى
31.88	51	من الخامسة عصرا حتى
52.50	84	بعد العاشرة ليلا
%100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

توصلت الدراسة من خلال هذه المؤشر الخاص بالوقت كقيمة من خلال زمن الاطلاع على المنشورات الرياضية على الصفحات المخصصة لذلك أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 52.5% يحبذون التجول في تلك الصفحات بعد العاشرة ليلا وكانت النسبة الثانية هي الفئة التي تحبذ الفترة المسائية حتى قبل العاشرة ليلا بنسبة 31.88%، فيما كانت النسبة الأقل من يحبذون الفترة الصباحية. وهي قراءة تعكس معالم الإيجابية والسلبية للوقت وكيفية استغلاله، خاصة وأن السهر لساعات متأخرة سيؤثر ويضر بالصحة النفسية وحتى البدنية وتجبره على الاستيقاظ المتأخر أو النهوض باكرا وهو في قمة العياء والإرهاق بسبب قلة النوم، وهو الواقع الذي نعيشه اليوم بما أن الجمهور الرياضي الجزائري يسهر لساعات متأخرة مع مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الرياضية بمختلف مضامينها بصفة خاصة، ومن هنا فإن الاستخدام السلبي يظهر جليا على قيمة الوقت بما أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي ولساعات طويلة ومتأخرة يعد مظهرا سلبيا (لا قيميا) في حد ذاته، خاصة وأنه يؤثر بالسلب على واجباتهم اليومية وإهمال أمور حياتهم وتأجيل الأعمال إلى أوقات لاحقة، كما من شأنه أن يؤثر على التحصيل الدراسي لديهم، في حين يمكن تقادي كل هذا من خلال الاستخدام العقلاني والمنطقي للصفحات الرياضية على الفايسبوك.

الجدول رقم (10): يوضح العلاقات الاجتماعية التي يبنها أفراد العينة من خلال الصفحات الرياضية

إمكانية	بناء	علاقات	التكرار	النسبة
نعم			73	45.63
لا			87	54.37
المجموع			160	%100

المصدر: المؤلفان

من خلال الدراسة الميدانية ترى أفراد العينة وما نسبته 45.63% أن صفحات الفايسبوك الرياضية تسمح لهم ببناء علاقات اجتماعية غير الواقعية، وتكون بمثابة جسر تواصل جديد بالنسبة لهم، يؤسسون لتلك العلاقات على أنها جوهر حياتهم الحقيقية ويتواصلون من خلالها أيضا، الشيء الذي من شأنه أن يؤدي إلى الانعزال على الواقع الاجتماعي الحقيقي بما في ذلك أصدقاء الدراسة، أصدقاء الحي، زملاء العمل، الأهل والأقارب إلى غير ذلك، فينخفض بذلك التفاعل معهم والتواصل مع الحياة الواقعية بصفة عامة، لأن أفراد العينة يعوضون شبكة العلاقات الاجتماعية الحقيقية والواقعية بشبكة أخرى افتراضية وهذا ما يعد مظهرا سلبيا من مظاهر استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على الفايسبوك، ما من شأنه أن يؤثر على مهارات اتصال الفرد وحياته الاجتماعية.

الجدول رقم (11): يوضح اللغة التي يعتمدها أفراد العينة في التفاعل داخل الصفحات الرياضية

النسبة	التكرار	اللغة
06.87	11	اللغة العربية الفصحى
39.38	63	اللغة العامية
46.25	74	اللغة الهجينة (عربية،
07.50	12	لغات أجنبية
%100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

وعن اللغة التي يعتمدها الجمهور الرياضي الجزائري في التفاعل حول منشورات الصفحات الرياضية فقد أجاب ما نسبته **85.63%** من أفراد العينة أنهم يستخدمون اللغة العامية واللغة الهجينة بألفاظها الشعبية (**39.38%** يعتمدون العامية و**46.25%** يعتمدون اللغة الهجينة) بالمقابل فإن أقليات فقط يستخدمون اللغة العربية الفصحى أو لغات أجنبية أخرى، وهي قراءة تعكس الاستخدام السلبي الذي يؤثر بصفة مباشرة على اللغة الأم (اللغة العربية) التي تعد رمزا من رموز الهوية، واللغة في حد ذاتها قيمة ثقافية وأيضاً دينية، أصبحت بسبب مواقع التواصل الاجتماعي تعاني من أزمة حقيقة وعميقة خاصة وأن الاستعمال الواسع لها على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف جل أصناف جماهير مواقع التواصل الاجتماعي أصبح يشكل حاجزا حقيقيا للحفاظ عليها وعلى مبادئها، في صورة تثبت الاستخدام اللاقيمي من طرف الجمهور الرياضي لصفحات الفايسبوك الرياضية.

الجدول رقم (12): يوضح ردود أفعال أفراد العينة حول المنشورات والتفاعلات التي لا تعجبهم

النسبة	التكرار	ردود الأفعال
38.75	62	عدم التفاعل معها
23.12	37	التعليق والتعبير عن عدم الرضا
11.25	18	الدخول في مشاحنات كلامية
26.88	43	بالإمكان الوصول إلى مرحلة
%100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

يتضح من خلال الجدول الموضح أعلاه الخاص بردود أفعال المبحوثين تجاه المنشورات والتفاعلات التي لا تعجبهم أو تثير غضبهم وعدم رضاهم، فغالبية أفراد العينة يحبذون عدم التفاعل معها بنسبة **38.75%**، في حين احتلت الفئة التي ترى إمكانية الوصول إلى مرحلة تبادل الشتائم المرتبة الثانية بـ **26.88%** وبنسبة أقل الفئة التي تعلق بطريقة عادية للتعبير عن عدم الرضا بـ **23.12%** في حين بإمكان **11.25%** من المبحوثين الدخول في مشاحنات كلامية، وبلغت

الأرقام فإن ما نسبته **38.13%** قد يقدمون ردود أفعال سلبية (الدخول في مشاحنات الكلامية وإمكانية الوصول إلى مرحلة تبادل الشتائم) هو ما يعبر أن استخدام فئة كبيرة من أفراد العينة هنا لا يقي بالنظر إلى تأثيره على القيم الأخلاقية والخروج عن الإطار الاجتماعي والتواصلي المحترم إلى إطار آخر غير أخلاقي، وعدم الثبات على الاحترام المتبادل حتى ولو تعلق الأمر بمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (13): يوضح إمكانية نقل أفراد العينة لعلاقاتهم الافتراضية إلى أرض الواقع

إمكانية تحويل العلاقات إلى	التكرار	النسبة
نعم	84	52.50
لا	76	47.50
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

في حين من بين الاستخدامات الإيجابية التي عبر عنها أفراد العينة من خلال الدراسة الميدانية فإن **52.50%** منهم تمكن من نقل العلاقات الافتراضية التي نشأت على الصفحات الرياضية إلى الواقع الحقيقي، وهي حالة من الاستخدامات الإيجابية خاصة وأن تلك العلاقات يميزها الاحترام والتقدير المتبادل وأن الصفحات الرياضية سمحت لهم بمعرفة أشخاص آخرين من أماكن مختلفة من ربوع الوطن بفضل الرياضة والروح الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، ومن أوجه تلك العلاقات نجد السفر والتنقل بين الجماهير مثلاً مع أنديةهم إلى مناطق وولايات أخرى، فتلك الصداقات التي بنيت في العالم الافتراضي بإمكانها التحول إلى صداقات حقيقية خاصة بين المناصرين، وهو استخدام إيجابي بما أن صفحات الفايسبوك الرياضية كانت بمثابة جسر اتصالي حقيقي وخليّة اجتماعية ذات فائدة بين الجماهير الرياضية على اختلاف انتماءاتها وتوجهاتها.

الجدول رقم (14): يوضح الهدف وراء متابعة أفراد العينة للصفحات الرياضية

الهدف	التكرار	النسبة
الحصول على آخر الأخبار	93	58.12
الترفيه والتنفيس	45	28.13
مشاهدة الفيديوها والصور	13	08.13
البقاء على مقربة من ناديك	09	05.62
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

أما في يتعلق بالهدف من وراء متابعة العينة للصفحات الرياضية قد أجاب ما نسبته **58.12%** من أفراد العينة أن استخدام الصفحات الرياضية نابع من هدف محدد وهو الحصول على الأخبار المعلومات والبيانات للبقاء على اطلاع

على كل ما يخص الرياضة، وهو استخدام قيمي وإيجابي بما أن الغرض منه هو تغذية قيمة المعرفة والاطلاع على المستجدات وإشباع رغبات وحاجات داخلية لدى أفراد الجمهور الرياضي.

من جهة أخرى فقد أبان **28.13%** من المبحوثين أن لجوئهم لمتابعة الصفحات الرياضية يشعرهم بنوع من الراحة النفسية والتخلص من الإرهاق النفسي وضغوطات الحياة اليومية، وهو استخدام إيجابي إن نظرنا إليه من زاوية توفير أحد وظائف الإعلام الرئيسية والممثلة بالترفيه والتسلية على أن يكون هذا في أوقات مناسبة وعدم الإفراط في ذلك لأنه سيتحول إلى إدمان وهروب من الحياة الواقعية.

➤ **المحور الثالث: الآثار المترتبة من استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للفيسبوك وصفحاته الرياضية على القيم الأخلاقية، الاجتماعية والمعرفية.**

الجدول رقم (15): يوضح القيم الأخلاقية من خلال الصفات التي تلازم أفراد العينة في متابعتهم للصفحات الرياضية

الصفات	التكرار	النسبة
التقدير والاحترام	71	44.37
الالتزام بالقيم والأخلاق الحسنة	24	15
مساعدة الآخرين	23	14.38
الصبر	06	03.75
الصدق	36	22.50
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

يتضح من خلال الجدول أن أغلب إجابات المبحوثين بنسبة **44.37%** التزمت بصفة التقدير والاحترام أثناء تجولهم في الصفحات الرياضية، تلتها صفة الصدق بـ **22.50%**، فيما حضرت مساعدة الآخرين والالتزام بالقيم والأخلاق الحسنة بنسب مقاربة، فقيمة الاحترام تتباين لدى الجمهور الرياضي بما أن الرياضة هي لغة عالمية وروح رياضية، وهي ألعاب يحكمها التنافس الذي كثيرا ما يبني عداوات كما بإمكانه بناء علاقات وصداقات، فالإلتزام أفراد العينة بصفة الاحترام والتقدير نابع من فهمهم للمنظومة الاجتماعية الرياضية التي يلزمها قيم أخلاقية كالاحترام والصدق والالتزام بالأخلاق الحسنة لكي تتجح، خاصة وأن الأمر في الرياضة يتعلق بجماهير عريضة تستلزم تكاتف الجميع من أجل تحقيق هدف واحد، وتتطلب أيضا احترام الجماهير المنافسة لكي تحصل بدورك على الاحترام الذي تريده. وما قدمته هذه القراءة الإحصائية أن مفردات العينة أبانوا عن وعي كبير بأهمية الأخلاق الحسنة في اعتمادها كقيمة داخل المجال الرياضي أثناء متابعة الشأن الرياضية عبر صفحات الفيسبوك.

الجدول رقم (16): يوضح القيم الاجتماعية من خلال الصفات التي تلازم أفراد العينة في متابعتهم للصفحات الرياضية

الصفات	التكرار	النسبة
التضامن والتعاون مع من حولك	68	42.50

21.25	34	بناء علاقات اجتماعية جديدة
20	32	التواصل مع الآخرين
11.88	19	تحمل المسؤولية
04.37	07	الإيثار
%100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

في حين أشارت نتائج الدراسة أن متابعة الصفحات الرياضية من طرف أفراد العينة يؤثر بالإيجاب على القيم الاجتماعية من خلال الإجابات على الصفات التي تلازم الفرد في استخدام تلك الصفحات وأجاب معظم أفراد العينة أن استخدامهم لصفحات الفايسبوك الرياضية يلزمه دائما صفات التضامن والتعاون بـ **42.50%**، بناء علاقات اجتماعية جديدة بـ **21.25%**، التواصل مع الآخرين بنسبة **20%**. وهي نتائج تعكس أن أفراد العينة من الجمهور الرياضي الجزائري ومن خلاله استخدامه صفحات الفايسبوك الرياضية يزيد إحساسه بقيم المجموعة الممثلة في التضامن والتعاون خاصة وأن الأمر يتعلق بجماهير عريضة لمنتخب وطني واحد أو نادي واحد، فغالبا ما نرى حملات تشجيعية أو تعاونية لتقديم الإضافة المادية أو المعنوية لتلك النوادي أو الاحتشاد والالتفاف بناديتهم ومنتخبهم، وأيضا أهمية قيمة التواصل مع الآخر وبناء علاقات اجتماعية جديدة بما أن الجماهير الرياضية تملك ثقافة تكوين العلاقات الافتراضية التي يعلمون أنها علاقات حقيقية بما أن الرياضية هي فضاء للتعارف والاتصال خارج العالم الافتراضي، خاصة وأن أغلبية الباحثين أكدوا أن علاقاتهم الافتراضية تحولت إلى علاقات حقيقية والتقوا بالعديد من الأصدقاء من الفايسبوك في العالم الحقيقي بالنظر إلى الجو التنافسي للرياضة وتنقل المشجعين مع نواديتهم إلى مناطق وولايات أخرى.

الجدول رقم (17): يوضح القيم المعرفية من خلال الصفات التي تلازم أفراد العينة في متابعتهم للصفحات الرياضية

الصفات	التكرار	النسبة
حب المعرفة والاطلاع	98	61.25
التوجه نحو التفكير العلمي	20	12.50
تغذية الفضول	37	23.12
الاصرار على النجاح	05	03.13
المجموع	160	%100

المصدر: المؤلفان

كما تؤثر الصفحات الرياضية واستخدامها بالنسبة للجمهور الرياضي على عديد القيم المعرفية حسب إجابات الباحثين الذين أكد أغلبيتهم بنسبة **61.25%** أن متابعة الصفحات الرياضية ينمي قيم المعرفة بالنظر إلى الكم الهائل من المعلومات والأخبار التي تنتجها الصفحات الرياضية، أيضا تغذية الفضول بنسبة **23.12%** والتفكير العلمي بـ **12.50%** من خلال تحليل الأخبار التي يستقونها وأخذ خبرات سابقة مما يحدث على الصفحات، من أجل الوصول إلى المعلومة الصحيحة لتغذية الفضول الذي يغزو نفسية الفرد الرياضي والجمهور الرياضي لمعرفة كافة الأخبار

الرياضية خاصة تلك التي تتعلق بانتمائه الرياضي سواء إلى رياضة معينة أو نادي رياضي أو حتى النجوم والمشاهير الرياضية.

IV- الخلاصة:

- في الأخير ومن خلال هذه الدراسة قد توصلنا إلى جملة من النتائج نعرضها فيما يلي:
- ✓ استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك يكون إيجابيا وذو قيمة كلما كان استخدامها مراعيًا لقيمة الوقت، والتي يحددها الفرد بعقلانية لفترات معينة ومتباعدة فكلما أدرك أفراد الجمهور الرياضي قيمة الوقت كلما كان الاستخدام إيجابيا وعكس ذلك صحيح، لأن الإدمان على تلك الصفحات سيجعل الفرد يهمل حياته الواقعية وواجباته الحياتية اليومية، وتكون متابعتها المفرطة للصفحات الرياضية مجرد مضيعة للوقت في حق حياته الواقعية.
 - ✓ إن تسطير أفراد الجمهور الرياضي الجزائري لهدف رئيسي وواقعي دون تفريط من استخدام الصفحات الرياضية على الفايسبوك سيحول ذلك الاستخدام إلى استخدام إيجابي، مثل إشباع الفضول وحس الاستطلاع وجمع المعلومات والاطلاع على آخر الأخبار لأن كل هذا يصب في خانة تحقيق أهداف معينة والوصول إلى قيم أخرى كالمعرفة مثلا، إضافة إلى أخذ قسط من الراحة والخروج من ضغوطات الحياة اليومية، على اعتبار أن العديدين يرون أن مواكبة الأحداث الرياضية بتتبعها بمثابة الهواية، ما سيعود بالإيجاب على الراحة النفسية للفرد ما إن مارس هوايته. كل هذا لأن طبيعة الاستخدام في حد ذاته يحدد ما إذا كان الاستخدام إيجابيا وذو قيمة أم سلبيا.
 - ✓ يكون الاستخدام أيضا إيجابيا إن تمسك الفرد بالقيم الأخلاقية التي تجعله يحافظ على آداب التواصل والاتصال بما في ذلك الاحترام، والتقدير وحسن التعامل مع الغير فتسمح له ببناء علاقات أخرى وتكوين شبكة اجتماعية جديدة قد تكون حقيقية مع الوقت إن عرف كيف يطوّر الجمهور الرياضي ذلك اعتمادا وانطلاقا من القيم الأخلاقية التي تجذب الفرد لها.
 - ✓ إن التعصب الرياضي لدى الجمهور الرياضي الجزائري يؤثر سلبا على الاستخدام ويحوّله إلى استخدام سلبي بما أن سلوك الأفراد وردة فعلهم حول ما يرونه على الصفحات الرياضية معاديا لهم وانتماءاتهم الرياضية سيدفعهم إلى التخلي عن تلك القيم الأخلاقية والوازع الديني، ويبادرون إلى القيام بسلوكات منافية للقانون الأخلاقي الاجتماعي النابع من الدين الإسلامي.
 - ✓ إن الاستخدام اللغوي الغير عربي أو المزيج الفرانكو عربي واللغة الهجينة والألفاظ الشعبية التي نراها في تعليقات الصفحات الرياضية من طرف الجمهور الرياضي الجزائري سيؤثر بالسلب على اللغة العربية التي تعتبر أحد أهم القيم الاجتماعية، الثقافية وحتى الدينية ويحول ذلك الاستخدام إلى استخدام لا قيمى إن تعلق الأمر بقيمة اللغة التي وجب علينا المحافظة عليها حتى داخل العالم الافتراضي ومواقع التواصل الاجتماعي.
 - ✓ في الأخير فكلما كان استخدام الجمهور الرياضي الجزائري للصفحات الرياضية على الفايسبوك مشبعا بالقيم الأخلاقية والاجتماعية والمعرفية كلما كان استخدامه إيجابيا على حياته الواقعية بعيدا عن الافتراضية، ويكون أكثر إيجابية إذا كان استخدامه وظيفيا بتحقيق أغراض تعود بالإيجاب على الفرد وحالته الجسدية، النفسية، المعرفية وحياته الاجتماعية الواقعية التي يتفاعل معها بحقيقته بعيدا عن التصنّعات الموجودة داخل مواقع التواصل الاجتماعية.

- الإحالات والمراجع:

المعاجم والقواميس:

- أحمد زكي بدوي. (2011). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. بيروت: مكتبة لبنان. ص 438-439
 - أنيس إبراهيم. (1973). المعجم الوسيط. القاهرة: دار المعارف. ص 774
 - الفيروز أبادي. (دت). القاموس المحيط (المجلد ط3). القاهرة: المطبعة المصرية. ص 166
 - منير محمد حجاب. (2003). الموسوعة الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع. ص 75
- رسائل الماجستير والدكتوراه:

- قسايسية علي. (2007). المنطلقات النظرية المنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الاعلام والاتصال - جامعة الجزائر، ص 157.

- ناريمان حداد. (2019). الحركة النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها، رسالة ماجستير. بسكرة: جامعة محمد خيضر. ص 26
- المقالات:

- حميدة نواصرية. (2019). أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب، دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام. مجلة آفاق العلوم (15)، 86-103.
- راضي زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية (15)، ص 23.
- شهرزاد لسوفي. (2018). لسوفي شهرزاد، الشباب الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك، دراسة في مظاهر الاستخدام القيمي اللاقيمي للمواقع. (جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، المحرر) مجلة العلوم الإنسانية (العدد 9)، 280-311.
- عبد الرحمان عزي. (2013). منهجية الحتمية القيمية في الإعلام (المجلد ط1). تونس: الدار المتوسطية للنشر. ص 29-32
- نور الدين هميسي. (2014). الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة، قراءة نقدية. مجلة علوم الانسان والمجتمع ، المجلد 3 (العدد 12). ص 75
- dannah Mboyd و nicole B.elisson. (2007). Social network site ; Definition, history and scholar ship . *Journal of computer mediated communication*. 02، (01) 13 ،

الكتب:

- أحمد بن مرسل (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية. ص 51.
- سعاد جبر. (2008). القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني (المجلد ط1). عمان: عالم الكتب الحديثة. ص 19
- سعد الحاج بن جخل. (2014). العينة والمعينة. عمان، الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون. ص 64

- طلعت همام. (1984). سين وجيم عن مناهج البحث العلمي،. بيروت: الشركة المتحدة للنشر والتوزيع. ص5
- عبد الرحمان عزي. (2003). دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز. بيروت: سلسلة كتب المستقبل العربي. ص106
- فضيل دليو. (2004). مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع. ص211
- مواقع الانترنت:

- survey, www.people-press.org.
- www.larousse.fr .
- www.sharjah.ac.ae .