

مجلة قاف

دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل
الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني



اصدارات
قراءات

تقارير دولية
أخبار علمية

دراسات
بحوث

Qaaf e Journal for Media Studies and Political Science

دورية محكمة مختصة بالدراسات الإعلامية والسياسية والعلوم المتفرعة عنها الأردن - السنة الثالثة نيسان 2024, مج3, ع1

دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني

The role of Social media in shaping the sports culture of the Jordanian audience

أسامة الخوالدة
جامعة الزرقاء
كلية الدراسات العليا
قسم الإعلام الرقمي

د.أمجد صفوري
جامعة الزرقاء
كلية الدراسات العليا
قسم الإعلام الرقمي

doi.org/10.58596/qaafa/26

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني، وتوضيح أسباب استخدام بعض المشتركين لمنصات التواصل الاجتماعي التي تسهم في تشكيل الثقافة الرياضية لديهم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداة الاستبانة للوصول إلى العينة المختارة في الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها، أن مواقع التواصل الاجتماعي تتبنى استراتيجيات تغطية موضوعات رياضية متنوعة وتحاول تلبية اهتمامات وتوقعات الجمهور، كما أن الأشخاص يرون بعض القضايا السلبية المتعلقة بتقديم المعلومات الرياضية عبر وسائل معينة، مثل الخوف من مناقشة القضايا الرياضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واحتمال انتشار المعلومات الكاذبة. **الكلمات المفتاحية:** منصات التواصل الاجتماعي، الثقافة الرياضية، الجمهور الأردني.

Abstract

The study aimed to identify the degree of use of social media platforms in shaping sports culture among the Jordanian public, and to explain the reasons for some participants' use of social media platforms that contribute to shaping their sports culture. The study used the descriptive analytical approach relying on the questionnaire tool to reach the sample selected in the study.

The study reached several results, the most prominent of which is that social media sites adopt strategies for covering various sports topics and try to meet the interests and expectations of the public. People also see some negative issues related to providing sports information through certain means, such as the fear of discussing sports issues via social media, and the possibility of Spread of false information.

Keywords: social media platforms, sports culture, the Jordanian public.

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تساهم في نشر الثقافة الرياضية بشكل واسع وفعال، فيفضل قدرتها على الوصول إلى عدد كبير من المستخدمين في جميع أنحاء العالم، تُمكننا هذه المواقع من مشاركة المعلومات والأخبار الرياضية بسهولة وسرعة، وعندما يتم توفير هذه الأخبار والمعلومات بشكل منهجي ومدعوم بالأبحاث العلمية، فإنها تحظى بمصداقية عالية وتعزز الثقافة الرياضية بين الناس. علاوة على ذلك، تُقدّم مواقع التواصل الاجتماعي منصة مثالية للمناقشة والتفاعل حول المواضيع الرياضية المختلفة، ويمكن للمستخدمين مشاركة آراءهم وتجاربهم الشخصية، وتبادل الأفكار مع آخرين من خلال التعليقات والردود على المنشورات. وبالتالي، تسهم هذه المناقشات والتفاعلات في تبادل المعرفة وتعميق المعرفة الرياضية لدى الأفراد.

وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياة الكثيرين في جميع أنحاء العالم، حيث تعتبر هذه المنصات الرقمية نقطة التقاء الملايين من الأشخاص، حيث يمكنهم التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض بسهولة وفعالية. وتشمل مواقع التواصل الاجتماعي عددًا من الخدمات والتطبيقات مثل Facebook و Instagram و Twitter وغيرها، حيث توفر هذه المنصات الفرصة للمستخدمين للتعرف على أشخاص جدد ومتابعة أحداث وأخبار العالم ومشاركة أفكار ومقترحاتهم بسهولة وبسرعة (العلي، 2023، 205).

ويمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل والتفاعل بين الرياضيين وجمهورهم، كما يمكن للرياضيين المشهورين استخدام هذه المنصات للتواصل المباشر مع معجبيهم، ومشاركة الصور والفيديوهات من حياتهم الرياضية. وبالمثل، يمكن للجمهور التفاعل مع نجومهم المفضلين من خلال إعجابات ومشاركة المنشورات، مما يعزز الروابط الثقافية والعاطفية بين الرياضيين وجمهورهم (الجبر وآخرون، 2017، 79).

ولا يمكننا إغفال الأثر الهام الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة الرياضية بين الشباب، فهي تتيح للشباب الفرصة لاكتشاف رياضات جديدة والاطلاع على معلومات تفصيلية حولها، بالإضافة إلى ذلك، تقدم هذه المنصات منصة للشباب للتفاعل بشكل نشط مع الألعاب الرياضية المختلفة والانخراط في مناقشات تثقيفية حولها. ولذلك، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا حيويًا في نشر الثقافة الرياضية وتعزيزها. من خلال توفير المعلومات الدقيقة والمنظمة والمدعومة بالأبحاث العلمية، وتعزيز التفاعل والمناقشة بين المستخدمين، بالإضافة إلى تعزيز التواصل بين الرياضيين وجمهورهم واستهداف الشباب بشكل خاص، تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الثقافة الرياضية ونشرها بين الجمهور بشكل كبير وملحوس (عرفات، 2018، 163).

وبالنسبة للثقافة الرياضية، فقد حظيت هذه المواقع بشعبية كبيرة بين محبي الرياضة في جميع أنحاء العالم، خاصة وأنها تمكن مستخدميها من مشاركة مشاعرهم وآرائهم حول الأحداث الرياضية على هذه المنصات الرقمية والتفاعل مع محبي الرياضة الآخرين. وليس ذلك فحسب، بل يمكنهم أيضًا متابعة نجومهم المفضلين والحصول على تحديثات مستمرة حول أحدث الأخبار والإحصائيات والمعلومات الرياضية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لهؤلاء المستخدمين أيضًا المشاركة في مناقشات ومنافسات رياضية عبر الإنترنت

وتبادل الخبرات والمعلومات مع مجتمعات رياضية واسعة النطاق (القرعان، 2018، ص32).

ونتيجة للتطور الهائل في تقنيات الاتصال الرقمي، أصبح من الواضح أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تطور الثقافة الرياضية، حيث تمكن الأفراد من المشاركة والتفاعل والتواصل بشكل أكبر وأسرع من أي وقت مضى. تحتفظ هذه المنصات بمكانتها كأداة قوية للتعبير عن العواطف والرغبات والمشاركة في مناقشات تهم الجماهير الرياضية. تساهم هذه الثقافات الرياضية الرقمية في تعزيز التواصل والتفاعل بين المشجعين من مختلف الجنسيات واللغات وتوفير منصة مثالية لتبادل المعرفة والخبرات الرياضية (العيسى، 2020، 10).

مشكلة الدراسة:

تعد منصات التواصل الاجتماعي عاملاً مؤثرًا أو فاعلاً في عملية التثقيف والتوعية في عدة مجالات كالثقافية والسياسية والاجتماعية والرياضة، خاصة وإنها تستهدف جميع أفراد المجتمع في مختلف الأعمار، ولا تقتصر على فئات اجتماعية معينة، وهذا ما عاد بالفائدة على المساهمة في انتشار الثقافة الرياضية بشكل يجعل جميع الفئات ومن جميع الأعمار تشارك بالأحداث والمعلومات الرياضية وبشتى الطرق التعبيرية عن ذلك إن كان بالفيديو أو التسجيل الصوتي أو حتى بالكتابة، حيث سنرى الكثير من الجمهور يطلق منصات خاصة بالرياضة والتثقيف الرياضي رغم تفاوت مستوياتها التقنية أو العلمية إلا أنها تساهم في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور.

وبناء على ذلك تتمثل مشكلة الدراسة في: **التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟**

أهمية الدراسة:

1. الأهمية العلمية:

- قلة الدراسات التي تناولت دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.
- قلة الصفحات الرياضية المتخصصة في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.
- استكمال الدراسات السابقة وإفادة الباحثين الجدد في هذا الحقل من أجل الإسهام في تشكيل منهج علمي نحو أسس التوعية بالثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

2. الأهمية التطبيقية:

- توجيه كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية لعمل دورات وندوات تساهم في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.
- التوعية المجتمعية بأبرز القضايا التي تواجه الرياضة الأردنية وتشكل عائقًا للنهوض بالوعي الرياضي وتشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني. ويتفرع من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف إلى درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.
2. التعرف إلى أسباب استخدام بعض المشتركين منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية.

6. توجد علاقة ارتباطية بين التأثيرات المعرفية المترتبة على متابعة المبحوثين للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذه المتابعة.

7. توجد علاقة ارتباطية بين التأثيرات الوجدانية المترتبة على متابعة المبحوثين للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذه المتابعة.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة

1. منصات التواصل الاجتماعي (اصطلاحاً): منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (بن بخمة، 2015، 227)

منصات التواصل الاجتماعي (إجرائياً): هي الصفحات الرياضية المتخصصة على منصة الفيسبوك التي يتابعها الجمهور الأردني المهتم بالشأن الرياضي.

2. الثقافة الرياضية (اصطلاحاً): مجموعة القيم الاجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية والتي تساهم في خلق السلوك الأمثل والأفكار والأعراف الثقافية للفرد في مجاله الرياضي وفي المجالات المجتمعية الأخرى. (قدومي والعمد، 2017)

الثقافة الرياضية (إجرائياً): اعتمد الباحثان تعريف (قدومي والعمد، 2017) كتعريف إجرائي للثقافة الرياضية.

3. الجمهور الأردني (إجرائياً): المواطنون الأكثر عرضه لمنصة الفيسبوك ويتابعون الصفحات الرياضية المتخصصة.

النظرية المستخدمة: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

جاءت نظرية الاعتماد كرد فعل على النظرة الفردية التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث اهتم كل من Defleur Melven And Ball Rokeach عام 1976 بعدد من التفسيرات البديلة لاستخدام وسائل الاتصال، فقد طرحا أهمية المنظور الاجتماعي في النظر إلى العلاقة بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستخدم ومن هنا بدأ النظر إلى إطار أوسع من العلاقات وهي (المجتمع والوسيلة والجمهور) ومن هنا ظهرت نظرية نظام الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام Media System. Dependency Theory (MSD) وهي مرجع ذات نفسى اجتماعي تنتمي لنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام (حسين وشريف، 2019، 601).

وتصنف نظرية الاعتماد من ضمن النظريات ذات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام، شأنها في ذلك شأن نظريات ترتيب الاولويات، والاستخدامات والإشباع، وهذه النظريات تنطلق من فرضية مشتركة، هي ان لوسائل الاعلام تأثيراً يتراوح بين القوة والضعف، والمباشر وغير المباشر، وتدرس هذه النظريات جانبين رئيسين، ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟ وماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟ (خلايفية، 2022، 42).

ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على يد الباحثة ساندر بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال

3. التعرف إلى أسباب عدم استخدام البعض الاخر منصات التواصل الاجتماعي من اجل تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

4. معرفة الصفحات الرياضية المتخصصة في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

5. معرفة الموضوعات الرياضية التي تساهم في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

6. التعرف إلى دور المنصات في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

7. معرفة تأثيرات المنصات والمواضيع الرياضية المنشورة عليها في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني.

أسئلة الدراسة:

1. ما درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

2. ما أسباب استخدام بعض المشتركين منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

3. ما أسباب عدم استخدام البعض الاخر منصات التواصل الاجتماعي من اجل تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

4. ما الصفحات الرياضية المتخصصة في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

5. ما الموضوعات الرياضية التي تساهم في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

6. ما دور المنصات في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

7. ما التأثيرات الوجدانية للمنصات والمواضيع الرياضية المنشورة عليها في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

8. ما التأثيرات السلوكية للمنصات والمواضيع الرياضية المنشورة عليها في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

9. ما التأثيرات المعرفية للمنصات والمواضيع الرياضية المنشورة عليها في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني؟

فرضيات الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة المواضيع الرياضية تعزى للعوامل الديموغرافية.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور تعزى للعوامل الديموغرافية.

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة المبحوثين للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية تعزى للعوامل الديموغرافية.

4. توجد علاقة ارتباطية بين درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة المواضيع الرياضية، ودور هذه المنصات في تشكيل الثقافة الرياضية لديهم.

5. توجد علاقة ارتباطية بين درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة المواضيع الرياضية، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة المبحوثين

دراسة القيسي (2019). دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية.

هدفت الدراسة إلى تقصي دور الإعلام الرياضي العراقي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية العراقية البالغ عددهم (193) عضواً بواقع (19) نادياً رياضياً في الموسم الرياضي لعام 2018. استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني لدراسة مجتمع الدراسة بأسلوب الحصر الشامل. وأظهرت الدراسة أن دور الإعلام الرياضي في دعم ثقافة الجماهير الرياضية تعدى المستوى المطلوب، وأن الإعلام الرياضي العراقي يوفر برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم، في حين تراجع نشاط المؤتمرات الصحفية لإظهار المشاريع المستقبلية إلى مستويات متأخرة.

دراسة مبيضين، حداد، مقابلة، الزيود (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة مساق كرة السلة وكرة القدم بجامعة اليرموك.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة مساق كرة السلة وكرة القدم، وإلى دوافع الطلبة في استخدام هذه المواقع، الفروق في آراء أفراد العينة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية تبعاً لمتغيرات (السنة الدراسية، مكان السكن، معدل استخدام الإنترنت يومياً، المساق). وأستخدم الباحثون المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. وقد أظهرت النتائج إلى أن دوافع الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً في مجالي (التكنولوجي والثقافي) وكان متوسطاً في مجال (الاجتماعي)، كما أظهرت النتائج وجود فروق ظاهرية في جميع مجالات الدراسة تبعاً لمتغيرات الدراسة.

دراسة القرعان (2018). دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى شباب مملكة البحرين.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى شباب مملكة البحرين، ومستوى رضا الشباب البحريني عن مستوى الثقافة الرياضية التي تقدمها قناة البحرين الرياضية، وتكون مجتمع الدراسة من مشاهدي قناة البحرين الرياضية من فئة الشباب 18-35 سنة حيث جرى اختيار العينة العشوائية طبقية البالغ عددها (366) فرداً، وأظهرت النتائج أن هناك دوراً متوسطاً لقناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب، وأن رضا الشباب البحريني عن الدور الثقافي لقناة البحرين الرياضية لم يكن كبيراً، وجاء متوسطاً، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية تبعاً لمتغير الجنس والعمر والمحافظة، وأوضحت النتائج أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور قناة البحرين الرياضية لدى شباب مملكة البحرين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، الممارسة الرياضية وعدد مرات المشاهدة.

دراسة لحلوح (2017). دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، ولتحقيق

من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى (غزالي ولامية، 2014، 155).

وترتكز أبعاد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، من خلال الفهم الاجتماعي، ويقصد به البعد الذي يركز على المعرفة المتكونة لدى الفرد، وكيفية انتقالها ما بين المجتمعات ومؤسساته، وإلى توجيه التفاعل والذي يقصد بها تنمية المهارات التي تكون متناسقة ومتناسبة مع كافة المؤثرات الاجتماعية والفردية، وإلى التسلية الاجتماعية، الذي يهتم في تحقيق وظيفة التسلية، على اعتبار أنها من الوظائف الضرورية في تحقيق مفهوم الانسجام الاجتماعي، وإلى الفهم الذاتي، الذي يركز على تقييم الذات، القيم، الاعتقادات والاتجاهات، بحيث تساهم في تحقيق الأهداف الذاتية للأفراد، والتي بدورها تؤثر على علاقة الوسيلة الإعلامية بالفرد، سواء كان ذلك في توسيع العلاقات أو المحافظة عليها، أو فقدانها (الضامن، 2017، 471).

والتأثير الذي ينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يمكن بيانه من خلال المجالات أو التأثيرات التالية (مكاوي والسيد، 2009):

1. التأثيرات المعرفية: تشمل إزالة الغموض، تكوين اتجاهات حول قضايا جدلية، وترتيب أولويات، بالإضافة إلى تنظيم المعتقدات.
2. التأثيرات الوجدانية: تؤثر على المشاعر والعواطف كالخوف والتوتر، وتعد من أقل التأثيرات دراسة.
3. التأثيرات السلوكية: نتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية، تظهر في النشاط أو الخمول تجاه سلوكيات أو قضايا معينة.

وجه الاستفادة

استفاد الباحثان من توظيف "نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام" في فهم كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور وهذا يتضمن فهم الطرق التي يتلقى بها الجمهور المعلومات الرياضية وكيف يتفاعل معها، كما يتمكن الباحثان من خلال النظرية تحليل المحتوى الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد كيف يتم تقديم الاخبار والتقارير الرياضية وتأثيرها على تشكيل آراء وثقافة الجمهور.

الدراسات السابقة:

دراسة بيطار (2022) أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي (دراسة ميدانية على مشجعي الأندية الرياضية).

هدفت الدراسة إلى توضيح أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي حيث يتألف المجتمع من مشجعي الأندية الرياضية وكانت عينة البحث تتألف من (176) شخص وتم الاعتماد في جمع البيانات على الاستبانة كأداة رئيسية في البحث، ودعت الدراسة وسائل الإعلام المختلفة إلى عمل برامج رياضية حوارية تثقيفية حول مختلف المواضيع الرياضية لزيادة التوعية بين فئة الشباب ببيان أهمية الرياضة في حياتنا وأنها ليست مجرد تمارين يجب القيام بها وإنما يجب اتخاذها كأسلوب حياة صحي لما لها من فوائد عديدة على أجسامنا، وتوعية المدربين للحد من انتشار المعلومات الخاطئة ومحاربة الأمور السلبية من قبل الأشخاص غير المؤهلين على مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة الخطيب (2015). دور قنوات (Sport beIN) في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني وتعزيز العالقات الاجتماعية لديهم.

تبحث هذه الدراسة في تأثير قنوات (Sport beIN) على الثقافة الرياضية والعلاقات الاجتماعية للشباب الأردني، مستخدمة المنهج الوصفي واستبيان على 573 طالبًا من جامعة اليرموك. وجدت الدراسة أن قنوات (Sport beIN) لها دور كبير في نشر الثقافة الرياضية وتعزيز العلاقات الاجتماعية بين الشباب، مع تأثير أكبر على الذكور. كما أشارت إلى أن هذه القنوات تجذب الطلاب بغض النظر عن تخصصاتهم الأكاديمية، مؤكدة على أهميتها كأداة للتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الشباب الأردني.

دراسة (Wang, 2014) كيف تستخدم المنظمات الرياضية وسائل التواصل الاجتماعي لبناء العلاقات؟ تحليل مضمون الاستخدام الدوري الأمريكي للمحترفين لشبكة تويتر.

تستكشف هذه الدراسة كيفية استخدام أندية الدوري الأمريكي للمحترفين (NBA) لموقع تويتر في إدارة وتطوير العلاقات مع جمهورها خلال موسم 2013-2014، من خلال تحليل 5561 تغريدة. وجدت أن الأندية تستخدم تويتر بشكل أساسي لبناء العلاقات المهنية مع المعجبين عبر تبادل المعلومات والترويج للمنتجات، مع استخدام الرسائل العامة، الهاشتاغات، الارتباطات الشعبية، وإعادة التغريدات كأدوات اتصال رئيسية. تشير النتائج إلى أن الارتباطات الشعبية تعزز العلاقات المهنية، بينما الرسائل العامة والهاشتاغات تفيد العلاقات الشخصية والمجتمعية. توصي الدراسة الأندية باستخدام هذه الأدوات بفعالية لتحسين العلاقات مع جمهورها.

التعليق على الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها:

1. الدراسات السابقة، ذات حداثة وتميز في تناول الثقافة الرياضية واستخدام المنهج الوصفي والاستبانة، تشابهت مع الدراسة الحالية خصوصاً في تركيزها على منصات التواصل الاجتماعي، مثل تويتر والفيسبوك، لبناء العلاقات مع الجمهور.
2. أهمية الدراسات السابقة تكمن في تشكيل الثقافة الرياضية واستخدام منصات التواصل المختلفة، مع وجود تشابهات واختلافات بينها وبين الدراسة الحالية التي تستهدف الجمهور الأردني.
3. تختلف الدراسة الحالية في تركيزها على منصات التواصل الاجتماعي كأداة لتشكيل الثقافة الرياضية لدى الجمهور الأردني، مستخدمة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، على عكس الدراسات السابقة التي اعتمدت على نظريات مختلفة.
4. استفاد الباحثان من الدراسات السابقة في تحديد الأهداف بدقة، اختيار المنهج المناسب، وتحديد أدوات جمع البيانات، مع إمكانية مقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات الأخرى للوصول إلى فهم أعمق.

تحليل نتائج الدراسة

نوع ومنهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة والبيانات والمعلومات المتعلقة وتحليلها، وتفسيرها لاستخلاص الدلالات المتضمنة فيها؛ استخدم الباحثان منهج مسح جمهور وسائل الإعلام والذي يهدف للوصول إلى معرفة سلوك الجمهور

ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (611) طالب وطالبة، وأظهرت نتائج الدراسة أن الدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.38%)، وأظهرت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجامعة، وأظهرت أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الكلية الانسانية والعلمية ولصالح الكلية الإنسانية.

دراسة فوجيل وخيف (2017). دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من شباب أم البواقي.

هدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية. تم إجراء دراسة ميدانية على مجتمع الدراسة والمتمثلة في شباب مدينة أم البواقي، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي وتطبيقها على عينة الدراسة وهي العينة العشوائية البسيطة والمتمثلة في 120 شاباً من مدينة أم البواقي، واستخدام الاستبيان كأداة للدراسة وتم توزيعها بطريقة التوزيع المباشر من قبل الباحث. وأظهرت الدراسة نتائج أهمها: أن هناك اقبال كبير على مواضيع الإعلام الرياضي من طرف الشباب الجزائري، وأن الإعلام الرياضي يؤثر على سلوك وعادات الشباب الجزائري، وينشر الإعلام الرياضي للشباب الجزائري ثقافة رياضية.

دراسة (Yang & Ngoc Thi 2017) قوة مواقع التواصل الاجتماعي على عقلنا وجسدنا: دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تصور الشباب فيما يتعلق باللياقة البدنية في السويد.

تستكشف هذه الدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تصور الشباب السويديين (20-25 عاماً) للياقة البدنية، معتمدة على البحث النوعي وتحليل المحتوى. وجدت أن الإنستغرام واليوتيوب هما الأكثر شيوعاً لمتابعة اهتمامات اللياقة البدنية، مشيرة إلى دور هذه المواقع في تشكيل صورة الجسم المثالي وتوفير الإلهام لتغيير الجسم واقتراح تمارين وأنماط أكل صحية. توصي الدراسة بإجراء المزيد من الأبحاث لفهم لهذا التأثير.

دراسة بومرداس وبوكوة (2016) " تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي من خلال الإعلام الرياضي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بأم البواقي - قناة الأهداف نموذجاً.

هذه الدراسة تستهدف فهم دور الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، من خلال استبيان وزع على 100 طالب وطالبة من جامعة العربي بن مهيدي. النتائج تكشف تعرض الشباب لمضامين الإعلام الرياضي بشكل جزئي، وأن هذا التعرض يساهم في إشباع رغبتهم في متابعة الأخبار الرياضية، والترفيه، وتنمية ثقافتهم الرياضية. كما تُظهر الدراسة أن الإعلام الرياضي له تأثير إيجابي على الجوانب المعرفية، الثقافية، والسلوكية للطلبة، مشجعاً إياهم على اكتساب ثقافة رياضية أعمق.

وما يفضلها مما ينشر على هذه الوسائل وحجم الآراء حول المواد المعلى عنها أو المنشورة عبرها وما حققته هذه المواد .

أداة جمع البيانات

استخدم الباحثان أداة الاستبانة لجمع بيانات الدراسة الحالية، من خلال تصميمها على جوجل درايف، وهي عبارة عن نسخة الكترونية تحتوي على مجموعة من الاسئلة الموجهة على عينة من الطلبة حول موضوع الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في المتابعين للصفحات الرياضية المتخصصة في الفيسبوك، فيما ستبلغ عينة الدراسة (412) مشتركا على منصات التواصل الاجتماعي من الجمهور الأردني تم اختيارهم بطريقة العينة العمدية ممن يتابعون الموضوعات الرياضية باستخدام الفيسبوك.

جدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
النوع الاجتماعي	ذكر	260	63.1%
	أنثى	152	36.9%
	المجموع	412	100%
العمر	أقل من 30 سنة	97	23.5%
	30-أقل من 40 سنة	127	30.8%
	40-أقل من 50 سنة	113	27.4%
	من 50 سنة فأكثر	75	18.2%
	المجموع	412	100%
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	76	18.4%
	دبلوم	52	12.6%
	بكالوريوس	196	47.6%
	دراسات عليا	88	21.4%
المجموع	412	100%	
مكان الإقامة	إقليم الشمال (إربد/المفرق/جرش/عجلون)	83	20.1%
	إقليم الوسط (عمان/الزرقاء/مادبا/البلقاء)	283	68.7%
	إقليم الجنوب (الكرك/الطفيلة/معان/العقبة)	46	11.2%
	المجموع	412	100%

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية، إذ تُظهر البيانات أن نسبة عدد الذكور من إجمالي عينة الدراسة بلغت (63.1%)، بينما كانت نسبة عدد الإناث (36.9%).

كما يلاحظ أيضاً توزيع أعمار عينة الدراسة، فقد جاءت الفئة "30- أقل من 40 سنة" في المرتبة الأولى بنسبه بلغت (30.8%)، وجاءت الفئة "40- أقل من 50 سنة" في المرتبة الثانية بنسبه بلغت (27.4%)، وجاءت الفئة "أقل من 30 سنة" في المرتبة الثالثة بنسبه بلغت (23.5%)، وجاءت الفئة "من 50 سنة فأكثر" في المرتبة الأخيرة بنسبه بلغت (18.2%).

وفيما يتعلق بمتغير المؤهل العلمي فكانت أعلى نسبة في عينة الدراسة "بكالوريوس" بنسبه بلغت (47.6%)، وجاءت الفئة "دراسات عليا" في المرتبة الثانية بنسبه بلغت (21.4%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة "ثانوية فما دون" بنسبه بلغت (18.4%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفئة "دبلوم" بنسبه بلغت (12.6%).

أما متغير مكان الإقامة لعينة الدراسة، جاءت الفئة "إقليم الوسط (عمان/الزرقاء/مادبا/البلقاء)" في المرتبة الأولى بنسبه بلغت (68.7%)، وجاءت في المرتبة الثانية الفئة "إقليم الشمال (إربد/المفرق/جرش/عجلون)" بنسبه بلغت (20.1%)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة "إقليم الجنوب (الكرك/الطفيلة/معان/العقبة)" بنسبه بلغت (11.2%).

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة قبل تطبيقها على أفراد العينة من خلال:

1. الصدق الظاهري (Face Validity):

لأغراض التحقق من الصدق الظاهري، تم عرض أداة الدراسة على عدد من المختصين الأكاديميين في مجال الإعلام من أساتذة الجامعات، لإبداء رأيهم في فقراتها من حيث صياغتها اللغوية، ومدى انتماء الفقرات لمجالاتها، وصلاحياتها للهدف الذي صممت لأجله، والأخذ بتوجيهاتهم وإشاراتهم للخروج بالشكل النهائي لها.

2. صدق البناء (Validity):

يقصد به مدى تعبير فقرات كل من متغيرات الدراسة عن المتغير الذي ينتمي إليه، والتأكد من أن كل متغير من متغيرات الدراسة ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الفقرات والعبارات بصورة مناسبة وأنها تقيس بالفعل هذا المتغير، وقد تمّ قياس صدق محتوى الاستبانة بقياس العلاقة بين كل فقرة وبين المحور الذي تنتمي إليه، واستبعاد الفقرات التي يكون معامل ارتباطها ضعيفاً.

إجراءات الثبات:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم حساب الاتساق الداخلي لجميع محاور الاستبانة وفق معادلة كرونباخ ألفا، بحيث يكون كل محور من المحاور متسقاً مع بنائه الكلي، ويمكن بيان ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (2) ثبات أسئلة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا

معامل كرونباخ ألفا	عدد العبارات	أداة الدراسة
0.991	11	درجة مساهمة الموضوعات والقضايا الرياضية في تشكيل الثقافة الرياضية
0.995	11	دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية
0.996	8	التأثيرات المعرفية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية
0.995	6	التأثيرات الوجدانية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية
0.994	6	التأثيرات السلوكية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية
0.994	42	أداة الدراسة ككل

تشير نتائج الجدول السابق رقم (2) إلى أن معامل كرونباخ ألفا لجميع محاور الدراسة بلغ (0.994)؛ واستناداً إلى القاعدة المُشار إليها في معظم الدراسات الإنسانية والتي تشير إلى أن قيمة كرونباخ ألفا من (0.70) فأعلى تعني وجود الثبات، فإن جميع القيم كانت أكبر من (0.70) وهو ما يدل على تمتع الفقرات بالثبات.

الرياضية، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة أجابت بنعم، وذلك على النحو التالي:

الجدول (4) أسباب عدم استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية

الفقرات	نعم	لا	النسبة
فقدان الخصوصية عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي.	63	34	64.9%
بعض المعلومات قد تكون غير دقيقة.	62	35	63.9%
الخوف من الإدمان وضياح الوقت في التصفح غير المفيد.	60	37	61.9%
لأنني غير مهتم بمتابعة الموضوعات الرياضية	60	37	61.9%
أتابع القضايا الرياضية عبر القنوات التلفزيونية الرياضية.	53	44	54.6%
لأنها لا تحتوي على معلومات متخصصة بالموضوعات الرياضية	50	47	51.5%
وسيلة لانتشار المعلومات الرياضية الكاذبة.	48	49	49.5%
قد تكون وسيلة لممارسة التعصب الرياضي.	47	50	48.5%
لأنها تقدم معلومات رياضية سطحية.	44	53	45.4%
الخوف من مناقشة القضايا الرياضية عبر منصات التواصل الاجتماعي.	42	55	43.3%

تشير نتائج الجدول (4) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لأسباب عدم استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية، حيث جاءت أعلى الأسباب للفقرة "فقدان الخصوصية عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي" بواقع (63) تكراراً وبنسبة بلغت (64.9%) تلتها الفقرة التي تنص على: "بعض المعلومات قد تكون غير دقيقة" بواقع (62) تكراراً وبنسبة بلغت (63.9%)، في حين كانت أقل النسب لأسباب عدم الاستخدام للفقرة التي تنص على: "لأنها تقدم معلومات رياضية سطحية" بواقع (44) تكراراً وبنسبة بلغت (45.4%)، تلتها الفقرة: "الخوف من مناقشة القضايا الرياضية عبر منصات التواصل الاجتماعي"، بواقع (42) تكراراً وبنسبة بلغت (43.3%).

يفسر الباحثان النتيجة التي توصلوا إليها فيما يتعلق بأسباب عدم استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حصل السبب "فقدان الخصوصية عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي"، ربما يعود بشكل رئيسي إلى مخاوف تتعلق بالخصوصية والدقة في المعلومات، بالإضافة إلى أنها تعكس قلقاً متزايداً بين الأفراد حول كيفية إدارة وحماية معلوماتهم الشخصية على الإنترنت، وكذلك حول مصداقية المعلومات التي يتم نشرها على هذه المنصات.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة لعلوح (2017) التي أظهرت نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية.

المنصات التي تتابع من خلالها المحتوى الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول المنصات التي تنشر المحتوى الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة أجابت بنعم، وذلك على النحو التالي:

درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

للوصول إلى وصف دقيق لخصائص عينة الدراسة تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، وذلك على النحو التالي:

جدول (3) درجة اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

درجة الاعتماد	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	135	32.8%
بدرجة متوسطة	138	33.5%
بدرجة قليلة	42	10.2%
لا أتعتمد	97	23.5%
المجموع	412	100%

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، فقد جاءت درجة الاعتماد "بدرجة متوسطة" في المرتبة الأولى بواقع (138) تكراراً وبنسبة بلغت (33.5%)، تلاها درجة اعتماد "بدرجة كبيرة" بواقع (135) تكراراً وبنسبة بلغت (32.8%)، ثم درجة اعتماد "لا أتعتمد" بواقع (97) وبنسبة بلغت (23.5%)، ثم درجة اعتماد "بدرجة قليلة" بواقع (42) وبنسبة بلغت (10.2%).

يعزو الباحثان النتيجة التي توصلوا إليها فيما يتعلق بدرجة اعتماد الجمهور الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حصلت فئة درجة الاعتماد "متوسطة" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتبنى استراتيجيات تغطية موضوعات رياضية متنوعة وتحاول تلبية اهتمامات وتوقعات الجمهور، كما يعكس ارتفاع درجة الاعتماد الاستجابة الإيجابية لهذه المواقع في تحقيق تواصل فعال في نقل المحتوى الرياضي الذي يلبي تفضيلات واهتمامات متابعي الرياضة عبر هذه الوسائل الرقمية، كما يفسر الباحثان هذه النتيجة إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً أساسياً في حياة المستخدمين ووسيلة رئيسية للتواصل والتفاعل الاجتماعي، حيث تتيح للأفراد التفاعل مع المحتويات الرياضية المتنوعة؛ وتؤدي دوراً حيوياً في تشكيل وتعزيز الثقافة الرياضية، وبناء مجتمع رياضي يتسم بالتنوع والحوار.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة القرعان (2018) التي تشير نتائجها إلى أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "بدرجة متوسطة" في تنمية الثقافة الرياضية وأنهم مهتمون بها من حيث الأساليب والتقنيات الفنية، حيث تشكل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة هامة لتحقيق هذا الهدف. كما وتتفق مع نظرية الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، من منطلق العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على هذه الشبكات للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة.

أسباب عدم استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول عدم استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة

جدول (5) منصات التواصل الاجتماعي التي من خلالها تتابع المحتوى الرياضي

النسبة	تكرار	المنصات
83.8%	264	فيسبوك
66.6%	210	يوتيوب
48.2%	152	إنستغرام
26.3%	83	تيك توك
23.8%	75	منصة X (تويتر سابقاً)
18.4%	58	سناپ شات

تشير نتائج الجدول رقم (5) إلى توزع عينة الدراسة وفقاً لمنصات التواصل الاجتماعي التي من خلالها تتابع المحتوى الرياضي، فقد جاءت أعلى منصة "فيسبوك" بواقع (264) تكراراً وبنسبة بلغت (83.8%)، تلتها المنصة "يوتيوب" بواقع (210) تكراراً وبنسبة بلغت (66.6%)، في حين كانت أقل النسب للمنصتين "X" تويتر سابقاً، سناپ شات" بواقع (58، 75) تكراراً وبنسبة بلغت (23.8%)، (18.4%) على التوالي. يفسر الباحثان هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بمنصات التواصل الاجتماعي التي من خلالها تتابع المحتوى الرياضي، حيث حصلت منصة فيسبوك على أعلى نسبة بين نظيراتها من المنصات الأخرى، قد يعود هذا إلى أن أفراد عينة الدراسة يتجهون لاستخدام منصة الفيسبوك باعتبارها وسيلة فعالة في نشر المعلومات الرياضية وأنها وسيلة رئيسية لمتابعة الأخبار والأحداث الرياضية. أسباب استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول أسباب استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية، تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

جدول (6) أسباب استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية

الفقرات	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة
سهولة التواصل مع اللاعبين والفرق	2.36	1.139	مرتفعة
التأثر بالرياضيين وآرائهم حول القضايا الرياضية بمختلف جوانبها.	2.26	1.165	متوسطة
التعرف على حياة اللاعبين خارج الملعب ومشاركتهم في تجاربهم الشخصية والمهنية	2.24	1.175	متوسطة
تبادل الآراء والخبرات حول القضايا الرياضية.	2.15	1.193	متوسطة
تعلم مهارات رياضية جديدة منخل المشاهدة فيديوهات تعليمية ونصائح من الخبراء والمحترفين على منصات التواصل الاجتماعي	2.15	1.200	متوسطة
سهولة متابعة حسابات اللاعبين والفرق الرياضية المفضلة لديهم.	2.07	1.213	متوسطة
التفاعل مع المحتوى الرياضي والمشاركة في النقاشات والتعليقات	2.06	1.212	متوسطة
تساعد في نشر الثقافة الرياضية بشكل واسع.	1.96	1.232	متوسطة
الترويج للأحداث الرياضية المختلفة.	1.95	1.238	متوسطة
الوصول بسهولة إلى محتوى رياضي متنوع، سواء كانت أخبار الرياضة أو فيديوهات تعليمية أو حتى تقارير عن المباريات	1.87	1.249	متوسطة
الوصول السهل إلى المحتوى الرياضي	1.84	1.256	متوسطة
المحور ككل	2.08	-	متوسطة

تشير نتائج الجدول (6) إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات المحور تراوحت ما بين (1.84-2.36)، فقد جاءت الفقرة التي تنص على: "سهولة التواصل مع اللاعبين والفرق" في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (2.36) وانحراف معياري (1.139) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما الفقرة التي تنص على: "التأثر بالرياضيين وآرائهم حول القضايا الرياضية بمختلف جوانبها" جاءت في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (2.26) وانحراف معياري (1.165) وبدرجة موافقة متوسطة، وجاءت الفقرة التي تنص على: "التعرف على حياة اللاعبين خارج الملعب ومشاركتهم في تجاربهم الشخصية والمهنية" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ (2.24) وانحراف معياري (1.175).

في حين جاءت الفقرة التي تنص على: "الترويج للأحداث الرياضية المختلفة" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (1.95) وانحراف معياري (1.238) وبدرجة موافقة متوسطة، وجاءت الفقرة التي تنص على: "الوصول بسهولة إلى محتوى رياضي متنوع، سواء كانت أخبار الرياضة أو فيديوهات تعليمية أو حتى تقارير عن المباريات" في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (1.87) وانحراف معياري (1.249) وبدرجة موافقة متوسطة، أما الفقرة التي تنص على: "الوصول السهل إلى المحتوى الرياضي" حلت في المرتبة الحادية العاشر والأخيرة بمتوسط حسابي (1.84) وانحراف معياري (1.256) وبدرجة موافقة متوسطة.

كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المتوسط الحسابي المحور ككل بلغ (2.08)، وبدرجة موافقة متوسطة، وهذه يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً في تفضيلات الأفراد واستجاباتهم، ولكن الاتجاه العام يشير إلى تفضيل وتقدير وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية للتواصل واستهلاك المحتوى الرياضي.

يفسر الباحثان النتيجة التي توصلوا لها فيما يتعلق بأسباب استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حَصَلَ السبب "سهولة التواصل مع اللاعبين والفرق" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى التحول الذي طرأ على الطرق التي يمكن فيها للجمهور التفاعل مع الرياضة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي لأعضاء الفرق الرياضية واللاعبين منصات موثوقة وفعالة للتفاعل المباشر مع متابعيهم، حيث توجد حسابات موثوقة للفرق واللاعبين على هذه المنصات، مما يُمكن الجمهور من الحصول على أخبار حصرية ومعلومات تفصيلية حول حياة الرياضيين وأدائهم الرياضي، هذا التواصل المباشر يعزز التفاعل الرياضي ويشكل جسراً تواصلياً فعالاً بين الرياضيين وعشاق الرياضة، مما يجعل سهولة التواصل عاملاً محورياً في استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتشكيل الثقافة الرياضية.

تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة مبيضين، حداد، مقابلة، الزبود (2019) التي تبين دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية. يُظهر التوجه المشترك نحو ارتفاع مستويات الدافع لدى الطلاب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة الرياضية، ويمكن أن يكون الدافع العالي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية ناتجاً عن العديد من العوامل، مثل

محددة في العديد من المجتمعات، وهذا يجعلها موضوعًا يحظى بتفاعل كبير وتأييد شديد من جانب محبي الرياضة، كذلك لا يمكن تجاهل تأثير الأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم، حيث تجمع هذه الأحداث النجوم والمنتخبات الوطنية في تنافس عالمي، مما يزيد من جاذبية الرياضة ويجعلها محط اهتمام واسعة النطاق.

تظهر نتائج هذه الدراسة توافقًا مع دراسة بومرداس وبوكولة (2016) التي كانت تهدف إلى فهم دور الإعلام الرياضي في نشر وتنمية الثقافة الرياضية، حيث سلطت الضوء على أهمية وسائل الإعلام الرياضي في تشكيل وتوجيه الوعي الرياضي وتعزيز الثقافة الرياضية بين الجماهير.

الصفحات الرياضية المتخصصة التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل الثقافة الرياضية

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول صفحات الرياضية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الثقافة الرياضية، تمّ احتساب المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

جدول (9) الصفحات الرياضية المتخصصة التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الصفحة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
الصفحات التي تحتوي على تحديثات رياضية حية ومحتوى تحليلي عالي الجودة حول رياضة محددة (مثلًا: كرة القدم فقط أو كرة السلة فقط)	3.83	1.448	مرتفعة
الصفحات التي تحتوي على تحديثات رياضية حية ومحتوى تحليلي عالي الجودة على مختلف الرياضات.	3.82	1.455	مرتفعة
الصفحات التي تحتوي على مقاطع فيديو رياضية فكاهية	3.69	1.552	مرتفعة
الصفحات الرياضية المحلية التي تقدم أخبارًا وتحليلات حول الأحداث المحلية.	3.61	1.608	مرتفعة
الصفحات الرياضية للفرق المحلية.	3.50	1.666	مرتفعة
صفحات المؤثرين الرياضيين	3.50	1.660	مرتفعة
الصفحات التي تتيح للاعبين فرصة كتابة مقالات تسلط الضوء على تجاربهم وقصصهم الرياضية الشخصية.	3.43	1.686	مرتفعة
حسابات الصحف الرياضية المتخصصة	3.17	1.821	مرتفعة
المحور ككل	3.56	-	مرتفعة

تشير نتائج الجدول (9) إلى أن المُتوسّطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة وتراوح ما بين (3.17-3.83)، فقد جاءت الصفحة التي تنصّ على: "الصفحات التي تحتوي على تحديثات رياضية حية ومحتوى تحليلي عالي الجودة حول رياضة محددة (مثلًا: كرة القدم فقط أو كرة السلة فقط)" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (3.83) وانحراف معياري (1.448) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما جاءت الصفحة التي تنصّ على: "الصفحات التي تحتوي على تحديثات رياضية حية ومحتوى تحليلي عالي الجودة على مختلف الرياضات" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (3.82) وانحراف معياري (1.455) وبدرجة موافقة مُرتفعة.

التواصل الاجتماعي، والتعلم من تجارب الآخرين، والمشاركة في النقاشات حول القضايا الرياضية، وهو ما يعكس توجهًا إيجابيًا نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لنشر وتعزيز الثقافة الرياضية.

درجة المتابعة للرياضات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول درجة المتابعة للرياضات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تمّ احتساب المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

جدول (8) الرياضات التي تتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الرياضة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
كرة القدم	3.98	2.009	مرتفعة
كرة السلة	3.68	1.922	مرتفعة
العاب القوى	3.08	1.797	مرتفعة
سباق الراليات	3.01	1.776	مرتفعة
تنس ارضي	2.98	1.872	متوسطة
السباحة	2.84	1.821	متوسطة
كرة الطائرة	2.69	1.698	متوسطة
تنس الطاولة	2.66	1.669	متوسطة
كرة القدم الأمريكية	2.62	1.476	متوسطة
المحور ككل	3.06	-	متوسطة

تشير نتائج الجدول (8) إلى أن المُتوسّطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات المحور تراوحت ما بين (2.62-3.98)، فقد جاءت الرياضة "كرة القدم" في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (3.98) وانحراف معياري (2.009) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما جاءت الرياضة "كرة السلة" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (3.68) وانحراف معياري (1.922) وبدرجة موافقة مُرتفعة، وبينما جاءت الرياضة "العاب القوى" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.08) وانحراف معياري (1.797).

في حين أن الرياضة "تنس الطاولة" في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (2.66) وانحراف معياري (1.669) وبدرجة موافقة متوسطة، وجاءت الرياضة "كرة القدم الأمريكية" في المرتبة التاسعة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.62) وانحراف معياري (2.009) وبدرجة موافقة متوسطة.

كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المُتوسّط الحسابي المحور ككل بلغ (3.06)، وبدرجة موافقة متوسطة.

يفسر الباحثان النتيجة التي توصل لها فيما يتعلق بالرياضات التي تتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت الرياضة "كرة القدم" على أعلى نسبة، قد يعود هذا التنوع في التفضيلات الرياضية إلى عدة عوامل، منها شعبية الرياضة مثل كرة القدم، حيث تعكس تغطيتها الإعلامية الواسعة وقاعدتها الجماهيرية الكبيرة، بالإضافة إلى تأثير الثقافة والموقع الجغرافي الذي يلعب دورًا هامًا في تحديد شعبية الرياضات المختلفة؛ ولأحداث الرياضية الكبرى، مثل كأس العالم، كما يؤدي تأثير الثقافة دورًا هامًا في توجيه تفضيلات الجماهير نحو كرة القدم، حيث ترتبط هذه الرياضة بقيم وتقاليدها

جدول (11) درجة مساهمة الموضوعات والقضايا الرياضية في تشكيل الثقافة الرياضية

الفقرات	مُتوسِّط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة
قضايا المساواة بين الجنسين في إتاحة الفرص المتساوية للرجال والنساء في مختلف الرياضات.	3.25	1.776	مرتفعة
قضايا الفساد وعدم النزاهة في الرياضة	3.10	1.809	مرتفعة
قضايا العنف في الملاعب وخارجها	3.04	1.860	مرتفعة
الموضوعات التي تناقش الإحداث والإخبار المحلية	3.00	1.852	متوسطة
الموضوعات التي تختص بالحديث عن الرياضيين وأخبارهم	3.00	1.862	متوسطة
قضايا التطورات التكنولوجية في مجال الرياضة	2.94	1.888	متوسطة
القضايا التي تعزز الهوية الوطنية والانتماء للدولة.	2.92	1.914	متوسطة
الموضوعات التي تناقش الإحداث والإخبار العالمية	2.89	1.898	متوسطة
الموضوعات التي تعمل على نمو الفكر الرياضي	2.88	1.933	متوسطة
الموضوعات التي تهتم بكيفية الاهتمام بالصحة والتغذية من خلال الرياضة	2.87	1.933	متوسطة
التنافسية وروح المنافسة وتعزيز الحماس والولاء للفرق واللاعبين المفضلين.	2.82	1.922	متوسطة
المحور ككل	2.97	-	متوسطة

تشير نتائج الجدول (11) إلى أن المُتوسِّطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة تراوحت ما بين (2.82-3.25)، فقد جاءت الفقرة التي تنصّ على: "قضايا المساواة بين الجنسين في وإتاحة الفرص المتساوية للرجال والنساء في مختلف الرياضات" في المرتبة الأولى، وبمُتوسِّط حسابي بلغ (3.25) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما جاءت الفقرة التي تنصّ على: "قضايا الفساد وعدم النزاهة في الرياضة" في المرتبة الثانية، بمُتوسِّط حسابي بلغ (3.10) وانحراف معياري (1.809) وبدرجة موافقة مُرتفعة.

في حين جاءت الفقرة التي تنص على: "الموضوعات التي تهتم بكيفية الاهتمام بالصحة والتغذية من خلال الرياضة" في المرتبة العاشرة متوسط حسابي (2.87) وانحراف معياري (1.933) وبدرجة موافقة متوسطة؛ في حين جاءت الفقرة التي تنص على: "التنافسية وروح المنافسة وتعزيز الحماس والولاء للفرق واللاعبين المفضلين" في المرتبة الحادية عشرة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.82) وانحراف معياري (1.922) وبدرجة موافقة متوسطة.

يعزو الباحثان النتيجة التي توصلوا لها فيما يتعلق بدرجة مساهمة الموضوعات والقضايا الرياضية في تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حصلت الفقرة "قضايا المساواة بين الجنسين في إتاحة الفرص المتساوية للرجال والنساء في مختلف الرياضات" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى أن الجمهور الأردني يعتبرون قضايا المساواة بين الجنسين وقضايا الفساد وعدم النزاهة في الرياضة هي المواضيع الأكثر أهمية بالنسبة لهم، ويظهر توجيه اهتمام إلى قضايا العنف في الملاعب وخارجها. يمكن أن يكون هذا التفضيل ناتجاً عن الوعي المتزايد بأهمية تعزيز العدالة والنزاهة في المجال الرياضي، فكما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المُتوسِّط الحسابي المحور ككل بلغ (2.79)، وبدرجة موافقة مرتفعة، إلى أن قضايا المساواة بين الجنسين في إتاحة الفرص المتساوية للرجال والنساء في مختلف الرياضات، إلى الوعي

أما في المرتبة السابعة جاءت الصفحة التي تنص على: "الصفحات التي تتيح للاعبين فرصة كتابة مقالا تتسلط الضوء على تجاربهم وقصصهم الرياضية الشخصية" بمتوسط حسابي (3.43) وانحراف معياري (1.686) وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الصفحة التي تنص على: "حسابات الصحف الرياضية المتخصصة" في المرتبة الثامنة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.17) وانحراف معياري (1.821) وبدرجة موافقة مرتفعة.

كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المُتوسِّط الحسابي للمحور ككل بلغ (3.56)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وهذه يشير إلى أن المتوسط الحسابي العالي لمعظم الصفحات الرياضية المتخصصة والتي يتابعها أفراد عينة الدراسة، خاصة الصفحات التي تحتوي على تحديثات رياضية حية ومحتوى تحليلي عالي الجودة، قد يعود هذا إلى أن الجمهور يفضل الصفحات التي تقدم محتوى تحليلي متخصص ومحدث في رياضة معينة، مما يدل على اهتمام عميق بالتفاصيل والتحليلات الدقيقة في مجالات رياضية محددة؛ وهو ما يعكس رغبة المتابعين في الحصول على معلومات غنية ومتعمقة حول رياضاتهم المفضلة.

من ناحية أخرى، الصفحات التي تقدم تحديثات وتحليلات عبر مختلف الرياضات لا تزال تحظى بتقدير كبير، مما يشير إلى وجود جمهور يقدر التنوع والشمولية في التغطية الرياضية. ومع ذلك، يبدو أن هناك تقديراً أقل نسبياً للصفحات التي تركز على تجارب اللاعبين الشخصية والقصص، مما يمكن أن يشير إلى أن المتابعين يفضلون المحتوى التحليلي والمعلوماتي على الجوانب الشخصية والسردية.

نتائج هذه الدراسة تتفق مع دراسة الخطيب (2015) التي ركزت على دور قنوات spoortbein في تعزيز مستوى الثقافة الرياضية وتعزيز العلاقات الاجتماعية، أظهرت الدراسة أن هذه القناة تُعدُّ جاذبية قوية للشباب.

يُعد الاستجابة الإيجابية للصفحات الرياضية متسقاً مع الدور الجذاب الذي أظهرته قنوات spoortbein، حيث تُعتبر هذه الصفحات مصدرًا جذابًا للمستخدمين وتحظى بتقديرهم، خاصةً بين الشباب الجامعي وفتة الذكور بشكل أكبر، تجمع الدراسة الحالية ودراسة الخطيب على أهمية الرياضة كوسيلة لتعزيز العلاقات الاجتماعية ورفع مستوى الثقافة الرياضية.

درجة مساهمة الموضوعات والقضايا الرياضية في تشكيل الثقافة الرياضية.

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول درجة مساهمة الموضوعات والقضايا الرياضية في تشكيل الثقافة الرياضية، تمّ احتساب المُتوسِّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

الرياضية عبر مشاركة لحظاتهم البارزة وإنجازاتهم" في المرتبة الحادية عشرة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.79) وانحراف معياري (1.921) وبدرجة موافقة متوسطة.

يفسر الباحثان النتيجة التي توصلوا لها فيما يتعلق بدور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حصل الدور "تشجيع النقاش والحوار حول القضايا الرياضية المثيرة للجدل وتشكيل لوجهات نظر وقيم رياضية حولها" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى أنّ الجمهور الأردني يظهر اهتماماً كبيراً بمحتوى الرياضة، خاصةً النقاش حول القضايا الرياضية المثيرة للجدل، وتأثير الإعلانات والرعايات في زيادة الاهتمام بالفعاليات الرياضية، كما يُظهر أيضاً أن المحتوى الرياضي يؤدي دوراً هاماً في بناء الوعي الرياضي وثقافة رياضية جماعية، وهذه النتائج تُسلط الضوء على أهمية دور وسائل الإعلام الرياضية في توجيه وتشكيل تفاعل الجماهير مع الأحداث والقضايا الرياضية، فكما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المتوسط الحسابي للمحور ككل بلغ (2.87)، وبدرجة موافقة مرتفعة، إلى أن تشجيع النقاش والحوار حول القضايا الرياضية المثيرة للجدل وتشكيل وجهات نظر وقيم رياضية حولها إلى استعداد الأفراد للمشاركة في تبادل الآراء والقيم حول مواضيع رياضية محددة، مما يعكس التفاعل القوي مع القضايا الرياضية المثيرة للاهتمام.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة بومرادي وبوكوة (2016) التي أظهرت أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً في تشجيع الطلاب على اكتساب الثقافة الرياضية ويؤثر على الجوانب المعرفية والثقافية للشباب، يُظهر هذا التوافق أهمية وسائل الإعلام الرياضي في تأثيرها على الفهم والتشكيل لدى الفئات الشابة.

التأثيرات المعرفية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول التأثيرات المعرفية في المواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، تمّ احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

جدول (15) التأثيرات المعرفية للمواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

الفقرات	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة
فهم كيفية العناية بالجسم واللياقة البدنية.	2.51	2.014	مرتفعة
وفرت محتوى تعليمي ونصائح حول التدريبات البدنية والتغذية الرياضية	2.50	2.027	مرتفعة
تشكيل الآراء والقيم حيال القضايا الرياضية المثارة	2.49	2.013	مرتفعة
تطوير فهم أعمق وأوسع للرياضة وما يتعلق بها.	2.48	2.021	مرتفعة
تعزيز المعرفة بالرياضات المختلفة	2.47	2.022	مرتفعة
زيادة الفهم حول الأداء والتكتيكات والاستراتيجيات المستخدمة في المباريات	2.46	2.021	مرتفعة
تعزيز المعرفة باللاعبين والأندية الصاعدة.	2.45	2.027	مرتفعة
زيادة الوعي الرياضي بالألعاب واللاعبين وتاريخهم وقوانينهم	2.42	2.047	مرتفعة
المحور ككل	2.47	-	مرتفعة

المرتفع بأهمية تعزيز المساواة وتحقيق التوازن بين الجنسين في الميدان الرياضي.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة خيف (2017) التي استهدفت نشر الثقافة الرياضية بين شباب الجزائر. تبينت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الرياضي تلعب دوراً حيوياً في تشكيل سلوكيات وعادات الشباب، مساهمة في نشر ثقافة رياضية بينهم، يُظهر التوافق بين الدراسة الحالية ودراسة خيف على أهمية الإعلام الرياضي في نقل القيم والمفاهيم الثقافية للشباب وتوجيه اهتماماتهم نحو مواضيع رياضية ذات أهمية اجتماعية وثقافية.

دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية
للتعرّف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، تمّ احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

جدول (13) دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

الفقرات	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة
تشجيع النقاش والحوار حول القضايا الرياضية المثيرة للجدل وتشكي لوجهات نظر وقيم رياضية حولها.	2.95	1.849	متوسطة
التأثر بالإعلانات والرعايات للفعاليات الرياضية وازدياد الاهتمام بها ومتابعتها	2.93	1.873	متوسطة
زيادة الوعي بالرياضة غير التقليدية	2.92	1.863	متوسطة
تشكيل وجهات نظر وثقافة رياضية جماعية.	2.91	1.852	متوسطة
تبادل الآراء والتعليقات حول الأداء الرياضي والفرق واللاعبين.	2.90	1.876	متوسطة
تشجيع المشاركة الرياضية	2.88	1.871	متوسطة
تساهم فيجعل الرياضة جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس وثقافتهم.	2.87	1.876	متوسطة
تسليط الضوء على اللاعبين والفرق	2.85	1.879	متوسطة
تساهم في نقل الأحداث الرياضية.	2.81	1.902	متوسطة
تساهم في بناء الوعي الرياضي وزيادة المشاركة والتفاعل حول الأحداث الكبرى.	2.80	1.898	متوسطة
المساهمة في بناء شهرة اللاعبين والفرق الرياضية عبر مشاركة لحظاتهم البارزة وإنجازاتهم.	2.79	1.921	متوسطة
المحور ككل	2.87	-	متوسطة

تشير نتائج الجدول (13) إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات المحور تراوحت ما بين (2.79- 2.95)، فقد جاءت الفقرة التي تنص على: "تشجيع النقاش والحوار حول القضايا الرياضية المثيرة للجدل وتشكي لوجهات نظر وقيم رياضية حولها" في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (2.95) وبدرجة متوسطة من الموافقة، بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "التأثر بالإعلانات والرعايات للفعاليات الرياضية وازدياد الاهتمام بها ومتابعتها" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (2.93) وانحراف معياري (1.849) وبدرجة موافقة متوسطة.

وحلّت الفقرة التي تنص على: "تساهم في بناء الوعي الرياضي وزيادة المشاركة والتفاعل حول الأحداث" في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (2.80) وانحراف معياري (1.898) وبدرجة موافقة متوسطة؛ وجاءت الفقرة التي تنص على: "المساهمة في بناء شهرة اللاعبين والفرق

جدول (17) التأثيرات الوجدانية للمواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة الموافقة	الفقرات
2.003	2.51	مرتفعة	الشعور بالانتماء للأندية الرياضية أو المنتخبات التي أشجعها
2.023	2.48	مرتفعة	الشعور بالانتماء الوطني الرياضي.
2.023	2.47	مرتفعة	تعزير الروح الرياضية والخلق الرياضي السليم
2.021	62.4	مرتفعة	الشعور بالاندماج مع الآخرين نتيجة التفاعل معهم حول الموضوعات الرياضية.
2.027	2.45	مرتفعة	تعزير روح التحدي والمنافسة لدي.
2.052	2.40	مرتفعة	زيادة الحماس والتشويق
-	2.46	مرتفعة	المحور ككل

تشير نتائج الجدول (17) إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة تراوحت ما بين (2.40- 2.51)، فقد جاءت الفقرة التي تنص على: "الشعور بالانتماء للأندية الرياضية أو المنتخبات التي أشجعها" في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (2.51) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "الشعور بالانتماء الوطني الرياضي" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (2.48) وانحراف معياري (2.023) وبدرجة موافقة مُرتفعة.

بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "تعزير روح التحدي والمنافسة لدي" في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي بلغ (2.45) وانحراف معياري (2.027) وبدرجة موافقة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "زيادة الحماس والتشويق" في المرتبة السادسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.40) وانحراف معياري (2.052) وبدرجة موافقة مرتفعة. كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي للمحور ككل بلغ (2.46)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وهذه يشير إلى أن الشعور بالانتماء للأندية الرياضية أو المنتخبات التي يشجعها أفراد عينة الدراسة تنطلق من الروابط العاطفية والهويات الشخصية التي يقوم الأفراد بتكوينها مع الفرق الرياضية.

يفسر الباحثان النتيجة التي توصلوا لها فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية للمواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حصل التأثير الوجداني "الشعور بالانتماء للأندية الرياضية أو المنتخبات التي أشجعها" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً حيوياً في تشكيل الثقافة الرياضية من خلال نشر كافة الأحداث الرياضية، حيث تؤثر على عواطف ومشاعر الجمهور تجاه مختلف المواضيع الرياضية؛ وأن المشاركين يشعرون بالانتماء للأندية والفرق الرياضية، ويظهر تأثيراً إيجابياً على الشعور بالانتماء الوطني الرياضي، ويعزز بالتالي في روح التحدي والمنافسة.

تظهر نتيجة هذه الدراسة توافقاً مع نتيجة دراسة الخطيب (2015) التي بينت أن قنوات Sport beIN تمثل قوة جذب للشباب وتعزز انتمائهم الوطني الرياضي، ويظهر أن تأثير وسائل الإعلام الرياضية، مثل قنوات Sport beIN قد يكون له دور كبير في تشكيل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية والانتماء الرياضي بين الشباب، مما يعكس تأثيرها الإيجابي على تكوين الانتماء الوطني الرياضي لديهم.

تشير نتائج الجدول (15) إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات تراوحت ما بين (2.42-2.51)، فقد جاءت الفقرة التي تنص على: "فهم كيفية العناية بالجسم واللياقة البدنية" في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (2.51) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "وفرت محتوى تعليمي ونصائح حول التدريبات البدنية والتغذية الرياضية" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (2.50) وانحراف معياري (2.014) وبدرجة موافقة مُرتفعة.

أما في المرتبة السابعة جاءت الفقرة التي تنص على: "تعزير المعرفة باللاعبين والأندية الصاعدة" بمتوسط حسابي (2.45) وانحراف معياري (2.027) وبدرجة موافقة مرتفعة، في حين كانت المرتبة الأخيرة للفقرة التي تنص على: "زيادة الوعي الرياضي بالألعاب واللاعبين وتاريخهم وقوانينهم" بمتوسط حسابي (2.42) وانحراف معياري (2.047) وبدرجة موافقة مرتفعة.

يفسر الباحثان النتيجة التي توصلوا لها فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية للمواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، حيث حصل التأثير المعرفي "فهم كيفية العناية بالجسم واللياقة البدنية" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى أن المحتوى الرياضي الذي ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يلعب دوراً مهماً في تشكيل الثقافة الرياضية من الناحية المعرفية؛ كما ويظهر أن الجمهور يستفيد من المحتوى الذي يساعد في فهم كيفية العناية بالجسم واللياقة البدنية، ويوفر محتوى تعليمي ونصائح حول التدريبات البدنية والتغذية الرياضية، كما يساهم في تشكيل الآراء والقيم حول القضايا الرياضية المثارة وتطوير فهم أعمق وأوسع للرياضة ومجالاتها المختلفة، حيث تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي للمحور ككل بلغ (2.47)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما يعني أن هناك فهماً لكيفية العناية بالجسم واللياقة البدنية، حيث وفرت محتوى تعليمياً ونصائح حول التدريبات البدنية والتغذية الرياضية للمحتوى الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي.

تظهر نتائج هذه الدراسة توافقاً مع دراسة بيطار (2022)، حيث أشارت النتائج إلى أهمية اتخاذ أسلوب حياة صحي، وفهم أعمق لفوائد الأسلوب الحياتي الصحي على الصعيدين الجسدي والعقلي. هذا يسلط الضوء على أهمية الاعتناء بالصحة وتبني أسلوب حياة نشيط وصحي لتحقيق الفوائد الشاملة على مختلف جوانب الحياة.

التأثيرات الوجدانية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

للتعرف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول التأثيرات الوجدانية في المواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

الثقافة الرياضية، حيث حصل التأثير السلوكي "زيادة التواصل بين اللاعبين والجمهور" على أعلى نسبة، قد يعود هذا إلى أن المحتوى الرياضي عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي دورًا فعالًا في تشكيل السلوك الرياضي للمتابعين، حيث يساهم في زيادة التفاعل والتواصل بين اللاعبين والجمهور، ويؤثر في قرارات المشجعين مثل حضور المباريات أو شراء المنتجات الرياضية ذات الصلة، يظهر أن هذا المحتوى يشجع على التعبير عن الآراء والانتقاد، ويسهم في تشكيل الرأي العام حول القضايا الرياضية المثارة.

تظهر نتيجة هذه الدراسة توافقًا مع دراسة بومراندس وبوكوة (2016) التي أظهرت أن الاعلام الرياضي يلعب دورًا في تشجيع الطلاب على اكتساب الثقافة الرياضية ويؤثر على الجوانب السلوكية للشباب بنسبة كبيرة.

اختبار الفروض

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة المواضيع الرياضية تعزى لعامل النوع الاجتماعي.

- (النوع الاجتماعي):

جدول (21) نتائج اختبار (T.test) للفرضية الأولى تعزى لنوع الاجتماعي

الفئة	متوسط الحسابي	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
ذكر	2.06	4.438	0.00
أنثى	2.75		

تشير بيانات الجدول رقم (21) فيما يتعلق بالمتوسط الحسابي للنوع الاجتماعي إلى أن متوسط الفئة الأنثوية أكبر من متوسط الفئة الذكورية، وأن قيمة اختبار T هي إيجابية (4.438)، وقيمة الدلالة (0.00) تشير إلى أن هذا الاختلاف هو ذو دلالة إحصائية.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة المبحوثين للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية تعزى للعوامل الديموغرافية.

- (التأثيرات المعرفية):

جدول (27) نتائج اختبار (T.test) للفرضية الثالثة تعزى لنوع الاجتماعي / التأثيرات المعرفية

الفئة	متوسط الحسابي	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
ذكر	1.76	3.704	0.00
أنثى	2.35		

تشير بيانات الجدول رقم (27) فيما يتعلق بالمتوسط الحسابي للنوع الاجتماعي إلى أن متوسط الفئة الأنثوية أكبر من متوسط الفئة الذكورية، وأن قيمة اختبار T هي إيجابية (3.704)، وقيمة الدلالة (0.00) وهو ما يشير إلى أن هذا الاختلاف هو ذو دلالة إحصائية.

التأثيرات السلوكية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

للتعرف على تقديرات أفراد العينة من المجتمع الأردني حول التأثيرات السلوكية في المواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وذلك على النحو التالي:

جدول (19) التأثيرات السلوكية للمواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية

الفقرات	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة
زيادة التواصل بين اللاعبين والجمهور	2.52	2.004	مرتفعة
متابعة الإحداث الرياضية بشكلها المختصر (النصوص الفيديوهات القصيرة)	2.50	2.024	مرتفعة
التعبير عن الآراء وانتقاد اللاعبين والفرق ومشاركة تجاربهم	2.49	2.020	مرتفعة
التأثير على سلوك المشجعين مثل حضور المباريات أو شراء المنتجات ذات الصلة بالرياضة.	2.48	2.018	مرتفعة
زيادة التفاعل والمشاركة	2.47	2.027	مرتفعة
المساهمة في تشكيل الرأي العام حول القضايا الرياضية المثارة	2.46	2.029	مرتفعة
المحور ككل	2.49	-	مرتفعة

تشير نتائج الجدول (19) إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات المحور تراوحت ما بين (2.46-2.52)، فقد جاءت الفقرة التي تنص على: "زيادة التواصل بين اللاعبين والجمهور" في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (2.52) وبدرجة مرتفعة من الموافقة، بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "متابعة الإحداث الرياضية بشكلها المختصر (النصوص الفيديوهات القصيرة)" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي بلغ (2.50) وانحراف معياري (2.024) وبدرجة موافقة مرتفعة.

بينما جاءت الفقرة التي تنص على: "زيادة التفاعل والمشاركة" في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي بلغ (2.47) وانحراف معياري (2.027) وبدرجة موافقة مرتفعة، بينما جاءت التي تنص على: "المساهمة في تشكيل الرأي العام حول القضايا الرياضية المثارة" في المرتبة السادسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.46) وانحراف معياري (2.029) وبدرجة موافقة مرتفعة.

كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي للمحور ككل بلغ (2.49)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وهذه يشير إلى أن زيادة التواصل بين اللاعبين والجمهور، ومتابعة الأحداث الرياضية بشكل مختصر لها فوراق كبيرة في تحديد التأثيرات السلوكية حول المواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يعزو الباحثان النتيجة التي توصلوا لها فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية للمواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل

- (العمر، المؤهل العلمي، مكان الإقامة):

الجدول (28) نتائج اختبار تحليل التباين لفرضية الدراسة الثالثة / التأثيرات المعرفية

المتغيرات	الفئات	قيمة F	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
العمر	أقل من 30 سنة	0.745	315	0.265
	من 30 - 40 سنة			
	من 40 - 50 سنة			
	من 50 سنة فأكثر			
المجموع				
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	0.248	315	0.587
	دبلوم			
	بكالوريوس			
	دراسات عليا			
المجموع				
مكان الإقامة	اقلية الشمال	10.53	315	0.00
	اقلية الوسط			
	اقلية الجنوب			
	المجموع			

تظهر نتائج الجدول رقم (28) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية (العمر، المؤهل العلمي)؛ وذلك من خلال النظر على قيمة الدلالة الإحصائية المرتبة بهم والتي بلغت (0.265) لمكان الإقامة (0.587) لمؤهل العلمي، وهذه القيم أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

كما تظهر بيانات الجدول السابق رقم (28) وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى ل (مكان الإقامة)؛ وذلك من خلال النظر على قيمة الدلالة الإحصائية المرتبطة بهما والتي بلغت (0.00) وهذه القيمة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، ولذلك تم اختبار LSD

- اختبار LSD / مكان الإقامة

الجدول (29) نتائج اختبار ANOVA/ LSD

مكان الإقامة	مكان الإقامة	دلالة الإحصائية	LSD	المتوسط
إقليم الشمال	إقليم الوسط	0.000	826.9	278.2
	إقليم الجنوب	0.016		
إقليم الوسط	إقليم الشمال	0.000		
	إقليم الجنوب	0.000		
إقليم الجنوب	إقليم الشمال	0.016		
	إقليم الوسط	0.000		

تشير بيانات الجدول السابق رقم (29) إلى أن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية حول تأثير مكان الإقامة على التأثيرات المعرفية المرتبة على متابعة المواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية، يظهر أن هناك اختلافاً بين إقليم الشمال والوسط (0.000) وبين إقليم الشمال والجنوب (0.016)، وبين إقليم الجنوب والوسط (0.000).

(التأثيرات الوجدانية):

الجدول (30) نتائج اختبار (T.test) للفرضية الثالثة تعزى لنوع الاجتماعي / التأثيرات الوجدانية

الفئة	متوسط الحسابي	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
ذكر	1.31	3.590	0.00
أنثى	1.75		

تشير بيانات الجدول رقم (30) فيما يتعلق بالمتوسط الحسابي للنوع الاجتماعي إلى أن متوسط الفئة الأنثوية أكبر من متوسط الفئة الذكورية، وأن قيمة اختبار T هي إيجابية (3.590)، وقيمة الدلالة (0.00) وهو ما يشير إلى أن هذا الاختلاف هو ذو دلالة إحصائية.

- (العمر، المؤهل العلمي، مكان الإقامة):

الجدول (31) نتائج اختبار تحليل التباين لفرضية الدراسة الثالثة / التأثيرات الوجدانية

المتغيرات	الفئات	قيمة F	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
العمر	أقل من 30 سنة	5.374	315	0.06
	من 30 - 40 سنة			
	من 40 - 50 سنة			
	من 50 سنة فأكثر			
المجموع				
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	10.532	315	0.268
	دبلوم			
	بكالوريوس			
	دراسات عليا			
المجموع				
مكان الإقامة	اقلية الشمال	24.200	315	0.461
	اقلية الوسط			
	اقلية الجنوب			
	المجموع			

تظهر نتائج الجدول رقم (31) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو التأثيرات المعرفية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية (العمر، المؤهل العلمي، مكان الإقامة)؛ وذلك من خلال النظر على قيمة الدلالة الإحصائية المرتبة بهم والتي بلغت (0.06)، للعمر (0.461) للمؤهل العلمي، (0.461) لمكان الإقامة، وهذه القيم أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

(التأثيرات السلوكية):

الجدول (32) نتائج اختبار (T.test) للفرضية الثالثة تعزى لنوع الاجتماعي / التأثيرات السلوكية

الفئة	متوسط الحسابي	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
ذكر	2.33	3.625	0.00
أنثى	1.76		

تشير بيانات الجدول رقم (32) فيما يتعلق بالمتوسط الحسابي للنوع الاجتماعي إلى أن متوسط الفئة الذكورية أكبر من متوسط الفئة الأنثوية، وأن قيمة اختبار T هي إيجابية (3.625)، وقيمة الدلالة (0.00) وهو ما يشير إلى أن هذا الاختلاف هو ذو دلالة إحصائية.

- (العمر، المؤهل العلمي، مكان الإقامة):

الجدول (33) نتائج اختبار تحليل التباين لفرضية الدراسة الثالثة / التأثيرات السلوكية

المتغيرات	الفئات	قيمة F	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
العمر	أقل من 30 سنة	0.789	315	0.653
	من 30 - 40 سنة			
	من 40 - 50 سنة			
	من 50 سنة فأكثر			
المجموع				
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	3.074	315	0.00
	دبلوم			
	بكالوريوس			
	دراسات عليا			
المجموع				
مكان الإقامة	اقليم الشمال	0.670	315	0.781
	اقليم الوسط			
	اقليم الجنوب			
	المجموع			
				-

تظهر نتائج الجدول رقم (33) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو التأثيرات السلوكية للمواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية (العمر، مكان الإقامة)؛ وذلك من خلال النظر على قيمة الدلالة الإحصائية المرتبة بهم والتي بلغت، (0.653) للعمر، (0.781) لمكان الإقامة، وهذه القيم أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

كما تظهر بيانات الجدول السابق رقم (33) وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لـ (المؤهل العلمي)؛ وذلك من خلال النظر على قيمة الدلالة الإحصائية المرتبطة بهما والتي بلغت (0.00) وهذه القيمة أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

- اختبار LSD / المؤهل العلمي

الجدول (34) نتائج اختبار ANOVA/ LSD

المؤهل العلمي	المؤهل العلمي	دلالة الإحصائية	LSD	المتوسط
ثانوي عامة فا دون	دبلوم	0.672	365.6	131.8
	بكالوريوس	0.000		
	دراسات عليا	0.00		
دبلوم	ثانوي عامة فا دون	0.672		
	بكالوريوس	0.000		
	دراسات عليا	0.006		
بكالوريوس	ثانوي عامة فا دون	0.000		
	دبلوم	0.000		
	دراسات عليا	0.611		
دراسات عليا	ثانوي عامة فا دون	0.00		
	دبلوم	0.006		
	بكالوريوس	0.611		

تشير بيانات الجدول السابق رقم (34) إلى أن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية حول تأثير المؤهل العلمي على التأثيرات السلوكية

المرتبة على متابعة المواضيع المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الرياضي، ويظهر المستوى "ثانوي عامة فا دون"، أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في مستويات الاعتماد بين أصحاب هذا المستوى وبين حملة الدبلوم ($p = 0.672$)، ولكن هناك فروق معنوية عند مقارنتهم بأصحاب البكالوريوس ($p = 0.000$) وحملة الدراسات العليا ($p = 0.00$).

النتائج

1. أن مواقع التواصل الاجتماعي تتبنى استراتيجيات تغطية موضوعات رياضية متنوعة وتحاول تلبية اهتمامات وتوقعات الجمهور حيث أصبحت جزءاً أساسياً في حياة المستخدمين في العصر الحالي، وتقدم فرصاً اجتماعية وثقافية واقتصادية.
2. أن الأشخاص يرون بعض القضايا السلبية المتعلقة بتقديم المعلومات الرياضية عبر وسائل معينة، مثل الخوف من مناقشة القضايا الرياضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واحتمال انتشار المعلومات الكاذبة.
3. تُظهر النتائج وجهات نظر إيجابية تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الرياضية، وتنعكس أيضاً التنوع في المحتوى وتقييمات الأفراد بين الوسائل المختلفة.
4. يعكس التنوع في التفضيلات على وسائل التواصل الاجتماعي اهتمامات الأفراد في الرياضات المختلفة، وبالتالي تحسين توجيه الجهود وتلبية توقعات الجماهير بشكل أفضل.
5. يظهر المستخدمين استمتاعاً وتقديراً لمحتوى الرياضة الذي يُقدّم على هذه الصفحات، وخاصة الصفحة التي تحتوي على مواضيع متعلقة بالصفحات الرياضية للفرق المحلية.
6. يبدي المشاركون اهتماماً كبيراً بمحتوى الرياضة، خاصة النقاش حول القضايا الرياضية المثيرة للجدل، وتأثير الإعلانات والرعايات في زيادة الاهتمام بالفعاليات الرياضية، وأن المحتوى الرياضي يلعب دوراً هاماً في بناء الوعي الرياضي وثقافة رياضية جماعية.

التوصيات

1. تشجيع الصفحات الرياضية على تحسين جودة المحتوى المقدم، مع التركيز على تقديم محتوى متنوع يلبي اهتمامات الجماهير المختلفة.
2. تعزيز التنوع في الرياضات المعروضة وتغطية أوسع للأحداث الرياضية المختلفة لتلبية تفضيلات متنوعة للجماهير.
3. تشجيع المشغلين على محاربة الخوف من مناقشة القضايا الرياضية الحساسة وتعزيز بيئة فعّالة للحوار والمناقشة الرياضية.
4. توفير آليات للتحقق من صحة المعلومات الرياضية ومحاربة انتشار المعلومات الكاذبة.
5. دعم التفاعل المستمر من قِبل المتابعين وتحفيزهم على المشاركة في المحتوى الرياضي.
6. إطلاق حملات تفاعلية وتحديات رياضية لتشجيع المشاركة الفعّالة وبناء مجتمع رياضي نشط.
7. تعزيز وسائل التواصل مع الجمهور من خلال تحسين استراتيجيات التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
8. تكثيف الجهود في تقديم محتوى توعوي حول الرياضة وأهميتها في بناء وعي رياضي قوي وثقافة رياضية مستدامة.
9. استكشاف فرص التحسين في استراتيجيات الإعلان والرعاية لزيادة جاذبية الفعاليات الرياضية وتعزيز التفاعل معها.

- المصادر والمراجع**
- بن بخمة، رمضان. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي: مقارنة نظرية. مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، مج1، ع1، 227-253.
 - بومرداس، بوكولة. (2016). تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي من خلال الإعلام الرياضي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بأم البواقي - قناة الهداف أنموذجاً. رسالة ماجستير، كلية علوم الاعلام والاتصال، 260.
 - بيطار، هلال. (2022). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي. دراسة ميدانية على مشجعي الأندية الرياضية، المعهد العالي لإدارة الأعمال، الجمهورية العربية السورية.
 - الجبر، حامد وعقيل، ابتسام وحسن، منى. (2017). واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية
 - حسين، نور وشريف، حميد. (2019). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وحدود الاغتراب المترتبة عليه. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، مج2019، ع69، 601-651.
 - الخطيب، يوسف. (2015). دور قنوات (bein Sport) في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الاردني وتعزيز العلاقات الاجتماعية لديهم : دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة اليرموك، 1-70.
 - خلايفية، عمار. (2022). تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، مج3، ع3، 42-49.
 - الضامن، رشا. (2017). اعتماد الجمهور الكويتي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، مج2017، ع10، 471-511.
 - عرفات، إيمان. (2018). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيمة الثقافة لدى الشباب وفقاً للتراث الاستمولوجي لنظرية الحتمية القيمية. مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث المتخصصة، مج3، ع1، 160-205.
 - العلي، عقبة. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية، مج4، ع5، 97-255.
 - العيسى، رنا. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.
 - غزائي، محمد ولامية، صابر. (2014). انعكاسات الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية - دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، مج2، ع4، 155-187.
 - القدومي، عبد الناصر والعمد، وليد. (2017). اتجاهات طلبة جامعة النجاح الوطنية نحو الاشتراك بالأنشطة الرياضية داخل الحرم الجامعي، مجلة كلية التربية، مج2، ع1، 32.
 - القرعان، عدنان عبد العزيز. (2018). دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى شباب مملكة البحرين. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الاردن - عمان.
- المراجع الأجنبية**
- Thi Ngoc, Mai Le & Yang, Jie (2017). The Power of Media to Our Mind and Body: Study of Social Social Media's Effecton Young Female's Perception Unpublished masters Regarding Fitness in Sweden, dissertation), Jönköping University
 - Wang, Yuan (2014). How Do Sports Organizations Use Social Media to Build Relationships? A Content Analysis of NBA Clubs' Twitter Use, (Unpublished masters dissertation), The University of Alabama, Tuscaloosa, Alabama