

Jordanian Youth's Use of Social Television in the Qatar World Cup

Wael ziad ALsharu
Faculty of Media
Zarqa University
walsharu@zu.edu.jo

Suheir fahid Mohammad
Faculty of Media
Al-Balqa Applied University
s.malkawi@hotmail.com

Mohammad fawwaz Eneizat
Faculty of Media
Zarqa University
meneizat@zu.edu.jo

Amer Khaled Ahmad
Faculty of Media
Zarqa University
Amer.k@zu.edu.jo

Received : 28/11/2023

Accepted : 01/07/2024

Abstract:

This study aims to identify the extent to which Jordanian youth use social media as a visual medium for watching the FIFA World Cup in Qatar, and the factors influencing their acceptance and use of social media. The study employed a survey methodology, administering a questionnaire to a purposive sample of 232 young Jordanian men and women. The results showed a high overall average for the factors influencing Jordanian youth's acceptance and use of social media as a visual medium for following the FIFA World Cup in Qatar. The study found that the expected effort domain was the most influential factor in Jordanian youth's acceptance and use of social media. The statement, "Learning to use social media to watch the FIFA World Cup in Qatar is easy for me," ranked first with a mean score of 4.34. Similarly, the expected performance domain saw the statement, "Social media contributed to increased audience engagement with the FIFA World Cup in Qatar," rank first with a mean score of 4.26. The results also showed that in the area of social influence, the statement "My friends and acquaintances motivate me to use social media to follow the Qatar World Cup" ranked first, with a mean score of 4.01. The study also revealed that the statement "I have the ability, knowledge, and experience to use social media to follow and watch the Qatar World Cup" ranked first, with a mean score of 4.29. The results further indicated that the statement "Weak technical support for internet services among Jordanian youth" ranked first, with a mean score of 4.29, among the difficulties Jordanian youth face in using social media to achieve their goals.

Keywords: Jordanian youth, social television, digital networks, FIFA World Cup.

استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي في موندリアル كأس العالم قطر

عمر خالد أحمد	محمد فوز عنيذات	سهير فهد محمد محمد	وائل زياد أحمد الشرع
كلية الإعلام	كلية الإعلام	كلية الإعلام	كلية الإعلام
جامعة الزرقاء/الأردن	جامعة الزرقاء/الأردن	جامعة البلقاء التطبيقية/الأردن	جامعة الزرقاء/الأردن
Amer.k@zu.edu.jo	meneizat@zu.edu.jo	s.malkawi@hotmail.com	walsharu@zu.edu.jo

القبول : 2024/07/01

الاستلام : 2023/11/28

المخلص:

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى قيام الشباب الأردني على استخدام التلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في موندリアル كأس العالم قطر، والعوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت استمارة الاستقصاء على عينة عمدية قوامها (232) شاباً وشابة من الشباب الأردني. وقد توصلت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية لمتابعة موندリアル كأس العالم قطر ككل، وتوصلت إلى أن مجال الجهد المتوقع قد جاء في مقدمة العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، حيث احتلت عبارة: "تُعلم استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة موندリアル كأس العالم قطر أمر سهل بالنسبة لي"، على المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (M=4.34)، أما في مجال الأداء المتوقع فقد حازت عبارة: "ساهم التلفزيون الاجتماعي في زيادة متابعة الجماهير لموندリアル كأس العالم قطر"، على المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (M=4.26)، وفيما يتصل بنتائج مجال التأثير الاجتماعي فقد حازت عبارة: "يحفزني أصدقاؤني ومعارفي على استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة موندリアル كأس العالم قطر"، المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (M=4.01)، وكشفت نتائج الدراسة أن عبارة: "لدي القدرة والمعرفة والخبرة الكافية للتعامل مع التلفزيون الاجتماعي واستخدامه في متابعة ومشاهدة موندリアル كأس العالم قطر"، احتلت المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (M=4.29)، وبيّنت نتائج الدراسة أن عبارة: "ضعف الدعم الفني لخدمات الإنترنت لدى الشباب الأردني"، احتلت المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (M=4.29)، من بين الصعوبات التي تواجه الشباب الأردني في استخدام التلفزيون الاجتماعي في تحقيق أهدافهم.

الكلمات المفتاحية: الشباب الأردني، التلفزيون الاجتماعي، الشبكات الرقمية، موندリアル كأس العالم.

المقدمة:

(2023a) ، بالإضافة إلى الاستفادة من خدمات شبكات التواصل الاجتماعي، في بثّ المحتوى عبر صفحات الويب، أو تطبيقات الهواتف الذكية، أو المنصات الرقمية (Hatamleh et al., 2023a)، وبذلك بات التلفزيون الاجتماعي نمطاً سلوكياً جديداً بين مشاهدي التلفزيون؛ مما يُعدّ أنموذجاً واضحاً لظاهرة إعلامية رقمية تمتدّ أبعادها إلى تغيير الإنتاج التلفزيوني والسلوك الاستهلاكي للمشاهدين، تجاه البرامج والمواد التلفزيونية المختلفة، لا سيّما البرامج والأحداث الرياضية، سواء أكانت محلية، أم إقليمية، أم دولية (Abdoh, 2021).

وتتمتع البرامج والأحداث الرياضية بالعالمية دون غيرها من البرامج والأحداث، فحظيت على اهتمام وسائل الإعلام، وتعدّدت القنوات الفضائية، كما وساهمت التقنيات الرقمية الحديثة وتعدّد بيئات

أثّرت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال عبر الكمّ الهائل من وسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية، وتقنيات الاتصال الرقمية، على صناعة التلفزيون خلال السنوات الماضية (Safari et al., 2023; Ahmad, 2022) ، فقد امتزجت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة، وأحدثت تغييرات وتطورات كبيرة على مستوى المحتوى والتقنية والصناعة، لا سيّما بعد ظهور مفهوم التلفزيون الاجتماعي، أو ما يعرف بالشاشة الثانية (Ibraheem, 2022).

فبرز هذا المفهوم في العديد من بلدان العالم، ومنها البلدان العربية ومن ضمنها الأردن، كوسيلة تلفزيونية جديدة ومكمّلة للتلفزيون التقليدي، الأمر الذي دفع العديد من القنوات التلفزيونية إلى إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها على شبكة الإنترنت (Habes et al., 2022).

قنوات سهلة الاستخدام، تمكنهم من مشاهدة ومتابعة مباريات فرقهم المفضلة في مونديال كأس العالم، ومن هنا تبرز الحاجة إلى فهم هذه الوسائل ودورها في مساعدة الشباب الأردني، على متابعة مونديال كأس العالم قطر (2022م)؛ لذا جاءت هذه الدراسة للوقوف على استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم (قطر).

مشكلة الدراسة:

بالتزامن مع انطلاق مونديال كأس العالم (2022)، التي بدأت في (20) نوفمبر (2022) في دولة قطر، بات الكثير من مشجعي كرة القدم من جميع أنحاء العالم لا سيما الشباب الأردني، بالبحث عن التطبيقات الرقمية التي تمكنهم من مشاهدة ومتابعة فرقهم المفضلة في مونديال كأس العالم، خاصة في ظل التحول الرقمي الذي يشهده العالم أجمع، حيث ظهرت تطبيقات عديدة مكنت مشجعي كرة القدم من مشاهدة مباريات كأس العالم (2022)، ومعرفة كل ما هو جديد حول أخبار المباريات واللاعبين، وكل ما يتعلق بهذا الحدث الرياضي الأضخم على مستوى العالم، ومن هنا برزت مشكلة الدراسة في محاولة توضيح مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر، والكشف عن مدى تأثير بعض المتغيرات من: (العمر، والمستوى الاقتصادي، والمستوى التعليمي، والسكن).

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. قلة الأبحاث والدراسات العلمية الإعلامية المتعلقة بالموضوع على الصعيد المحلي بشكل عام، وعلى الشباب الأردني بشكل خاص.
2. أنها الدراسة الأولى التي تتناول فيها شريحة الشباب الأردني، واستخدامه للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر.
3. الازدياد الكبير والملاحظ بعدد التطبيقات الرقمية، التي ظهرت منذ بداية مونديال كأس العالم قطر وحتى نهايته، حيث أصبحت من الوسائل المهمة التي يعتمد عليها مشجعو كرة القدم في متابعة ومشاهدة مونديال كأس العالم قطر.
4. يمكن أن تفيد نتائج الدراسة في الخروج بمؤشرات؛ لتفعيل هذه التطبيقات، وتطوير استخدامها في مجالات أخرى.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة التعرف إلى:

1. مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر، تبعاً للمتغيرات الديموغرافية: (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، مكان السكن).

التلفزيون الاجتماعي، في سهولة الوصول إلى الأحداث الرياضية ومتابعتها في أي جزء من أجزاء العالم (Ahmad et al., 2023a; Mahmoud et al., 2023)، فهي تمنح المشاهدين من مختلف فئات المجتمع، خاصة فئة الشباب، قدرًا كبيرًا من الرفاهية في متابعة الأحداث الرياضية، متحررين بذلك من القيود الزمنية أو حتى المكانية، حيث أصبحت تُعرض من مواقعها مباشرة، ومكنتهم من التعرف إلى الكثير من المعلومات المتعلقة بفنون الرياضة واللياقة البدنية وفوائدها، كما شجعت الدول على الاهتمام بها، واستضافت العديد من الدورات والبطولات والمونديالات العالمية على أرضها، مثل: مونديال كأس العالم وغيرها لأهداف عديدة منها الربحية، وإبراز أهم ما توصلت إليه هذه الدول من تقدم في مختلف المجالات والقطاعات، بالإضافة إلى دورها في الترويج للسياحة والبضائع والأدوات الرياضية (Ba-Bakr & Othman, 2014).

ومع ذلك، فإنَّ الارتفاع السريع لمواقع الشبكات الاجتماعية (SNS)، يعمل على توسيع مشاركة المستخدم إلى أماكن افتراضية (Hatamleh et al., 2023b; Habes et al., 2023b)، حيث ينخرط ملايين المستخدمين في مشاركة آرائهم وردود أفعال الآخرين، في الوقت الفعلي أثناء مشاهدة الأحداث الرياضية الضخمة المتلفزة، مثل: كأس العالم لكرة القدم، أو الألعاب الأولمبية (Shirazi et al., 2011; Highfield et al., 2013).

إنَّ استضافة بطولة كأس العالم لكرة القدم، كما هي الحال مع الألعاب الأولمبية الصيفية والشتوية، تمثل استثمارًا كبيرًا في العلاقات العامة، سواء بالنسبة للاتحادات الوطنية المعنية، أو للحكومات المركزية والمحلية. وهذه المؤسسات الأخيرة هي التي تمول معظم الاستثمارات المرتبطة بالحدث، وتتطلع إلى جني مزايا كبيرة (Szymanski, & Szymanski, 2010).

وخير مثال على ذلك استضافة دولة قطر مؤخرًا لمونديال كأس العالم (2022) في الفترة من (20) نوفمبر (2022) إلى (18) ديسمبر في دولة قطر، حيث ساهمت هذه الاستضافة وبشكل كبير على تحقيق أهداف عديدة، وفي مختلف المجالات خاصة الاقتصادية، حيث كشف الاتحاد الدولي لكرة القدم عن حقائق وأرقام تؤكد استضافة قطر لأفضل نسخة في تاريخ كأس العالم.

حيث يعدّ كأس العالم لكرة القدم، أحد أكبر الأحداث الرياضية وأكثرها شعبية. وتتميز بطولة كأس العالم لكرة القدم بأفضل المهارات والتكتيكات الفنية، التي يمكن العثور عليها في كرة القدم، وتؤثّر على الملايين من لاعبي كرة القدم الهواة والترفيهيين حول العالم (Junge et al., 2004).

ومع انطلاق مونديال كأس العالم قطر، لوحظ تزايد إقبال الشباب الأردني على استخدام وسائل التلفزيون الاجتماعي من المنصات والتطبيقات المختلفة؛ بهدف متابعة ومشاهدة هذه المباريات؛ لأنها تُعدّ

مثل: (فيس بوك، تويتر، انستجرام، تيك توك، يوتيوب) (habes, 2019)، ويقصد به (إجرائيًا) وسيلة يتم من خلالها نقل مباريات كأس العالم من خلال منصات التواصل الاجتماعي، بحيث يتمكن الأفراد متابعة فعاليات كأس العالم التي تبث عبر الفيس بوك، واليوتيوب، والتطبيقات الذكية.

الشباب الأردني: ويقصد به (إجرائيًا) فئة الشباب من (الشباب والشابات) الذين يعيشون في المملكة الأردنية الهاشمية، التي تتراوح أعمارهم ما بين سن (15) و(40) عامًا، ويشكل الشباب جزءًا مهمًا من التعداد السكاني في الأردن، وهم يمثلون مجموعة متنوعة من الخلفيات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

النظرية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology- UTAUT)، حيث اعتمد على هذه النظرية لارتباطها المباشر بالإطار المفاهيمي للموضوع المدروس، إذ تساعد على توضيح وتفسير كيفية استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم (قطر)، وكيفية مساهمة هذه الوسيلة في تحقيق الأهداف المتصلة بمتابعة المباريات بأحسن صورة.

وهدف هذه النظرية إلى تفسير نية الفرد وسلوكه تجاه استخدام التكنولوجيا الحديثة، فهي بمثابة أداة مهمة لقياس وتقييم احتمال قبول المستخدمين للتكنولوجيا الحديثة أو رفضها، حيث تعدّ النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا جزءًا من النماذج النظرية العديدة التي حاولت تفسير العوامل المؤثرة في تبني التكنولوجيا الحديثة وفهمها، حيث أنشئت هذه النظرية في عام (2003م)، وذلك من خلال دمج ثمانية نماذج مختلفة أو نظريات تتعلق بقبول واستخدام التكنولوجيا المتمثلة بنظرية السلوك المخطط، ونظرية انتشار المبتكرات، وأنموذج الدافعية، ونظرية الفعل المبرر، وأنموذج قبول التكنولوجيا، وأنموذج يجمع بين أنموذج قبول التكنولوجيا، ونظرية السلوك المخطط، وأنموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية، والنظرية المعرفية الاجتماعية، حيث قام فنجاتش وآخرون باختبار متغيرات كل أنموذج من هذه النماذج، ثم جمعت المتغيرات التي تؤثر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا والاستخدام الفعلي، ووضعت في أنموذج واحد عرف بالنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Venkatesh et al, 2003). وتكونت هذه النظرية من أربعة متغيرات أساسية ذات تأثير على النية السلوكية لقبول التكنولوجيا واستخدامها وهي:

الأداء المتوقع: يعدّ العامل الأول في النظرية، وأحد الركاز الأساسية التي لها تأثير مباشر على نية الفرد باستخدام التكنولوجيا الحديثة، وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي، بحيث يتأثر الأداء المتوقع ويقصد به درجة اعتقاد الأفراد بأن استخدامهم للتكنولوجيا

2. العوامل المؤثرة في استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر تبعًا للمتغيرات: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

3. الفروق بين المتغيرات الديموغرافية: (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، مكان السكن)، والعوامل المؤثرة تبعًا للمتغيرات: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) لمدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر، تبعًا للمتغيرات الديموغرافية: (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، مكان السكن).

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$)، بين العوامل الديموغرافية: (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، مكان السكن)، والعوامل المؤثرة في استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

مصطلحات الدراسة:

- **مونديال كأس العالم:** هو عبارة عن بطولة كرة القدم التي تتنافس فيها المنتخبات الوطنية من مختلف دول العالم، وتقام كل (4) سنوات، ويعدّ هذا الحدث الرياضي الأكبر والأشهر على مستوى العالم، حيث يتابعه ملايين الأشخاص من مختلف البلدان، وتأسس مونديال كأس العالم في عام (1930) من قبل الاتحاد الدولي لكرة القدم "فيفا"، وكانت الأوروغواي أول دولة تستضيف هذه البطولة (FIFA, 2021)، ويقصد به (إجرائيًا) المونديال الذي أقيم في دولة قطر التي احتضنت فعاليات بطولة كأس العالم لكرة القدم في نسخته الثانية والعشرين لعام (2022م)، التي أقيمت في الفترة من (20) نوفمبر إلى (18) ديسمبر (2022م)، وتميّز هذا المونديال باعتباره النسخة الأولى في العالم العربي والإسلامي ومنطقة الشرق الأوسط، ونظمت هذه البطولة في فصل الشتاء؛ لتجنّب مخاطر المناخ الحارّ في قطر؛ ممّا يجعلها أول بطولة لا تقام خلال فصل الصيف، كما أجريت البطولة على مدار إطار زمني قصير يبلغ (29) يومًا، حيث أجريت (64) مباراة على ثمانية ملاعب في خمس مدن، حيث شارك (32) منتخبًا، وقسمت المنتخبات المشاركة في المونديال إلى ثماني مجموعات.

- **التلفزيون الاجتماعي:** هو نقطة تلتقي فيها منصات التواصل الاجتماعي والتلفزيون، و(S.TV) هو أيّ تفاعل على منصات التواصل الاجتماعي، حيث يشارك من خلاله ملايين الأشخاص من مختلف المناطق في العالم تجربتهم على منصات التواصل الاجتماعي،

وفي ضوء ما سبق قامت هذه الدراسة بالاستفادة من هذه النظرية، وذلك من خلال اختبار الفروض القائمة على أساس أن العوامل المؤثرة في قبول التلفزيون الاجتماعي واستخدامه كوسيلة مرئية، لها تأثير على مدى استخدام الشباب الأردني لاستخدام هذه الوسائل في متابعة موندリアル كأس العالم (قطر)، كما أن الاختلافات الفردية المتمثلة بمتغيرات: (العمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي)، تؤثر على العلاقة القائمة بين عوامل قبول التلفزيون الاجتماعي واستخدامه كوسيلة مرئية رقمية على مدى استخدام الشباب الأردني لهذه الوسائل في متابعة موندリアル كأس العالم (قطر)، وبناء على ما تقدم يظهر أن النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالدراسة الحالية.

الدراسات السابقة:

قام الباحثون بمراجعة مصادر المعلومات وقواعد البيانات المتوفرة، وعُثر على دراسات باللغتين العربية والإنجليزية، ورُتبت من الأقدم إلى الأحدث وفقاً للاتّيات.

- خلصت دراسة (Habes et al, 2023)، إلى أن هناك أربعة عوامل مرتبطة بشكل مباشر بمشاهدة التلفزيون الاجتماعي: (الخبرات، الوقت الفعلي، المحتوى الرقمي، التواصل وجهاً لوجه). لذلك، خلصت الدراسة أيضاً إلى أن الدور البارز للواقع الافتراضي في تعزيز تجارب التلفزيون الاجتماعي، فيما يتعلق بعوامل مثل: الترفيه، والتواصل، وتبادل المعلومات، إلا أن تأثيره يعدّ ظاهرة معقدة.

- كشفت نتائج دراسة (Vezzali et al., 2023) أن التعرض لوسائل الإعلام كان مرتبطاً بقدر أكبر من التواصل والوكالة المنسوبة للنساء. في المقابل، ارتبطت الشركة والفاعلية (سلباً وإيجاباً، على التوالي)، بإسناد قدرات الذكور النمطية: (القدرة على الانخراط في التخصصات والوظائف الأكاديمية الذكورية النمطية)، إلى النساء مقارنة بالرجال، ولم تظهر أي آثار لتصورات الخصائص الأنثوية النمطية، إذ أدار الجنس هذه التأثيرات، حيث كانت الارتباطات أقوى بين الذكور منها بين الإناث. وتناقش الآثار النظرية والعملية للنتائج.

- توصلت دراسة (Ahmad et al., 2023a) بأن من يمارسون الرياضة بانتظام، يشاهدون البرامج الرياضية عبر القنوات التلفزيونية أكثر ممن لا يمارسون أي نشاط رياضي، وأن البرامج الرياضية التلفزيونية تساهم في تشكيل الوعي بالصحة البدنية لدى طلبة الجامعات الأردنية، وتعمل على تشكيل الوعي بالصحة البدنية لديهم، كما أثبتت النتائج أنه كلما زادت كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية التلفزيونية؛ زاد دور هذه البرامج في تشكيل الوعي بالصحة البدنية لديهم.

- كشفت دراسة (Crabill et al., 2023) أن وسائل الإعلام الإخبارية الشعبية على الإنترنت، ركزت على ثلاثة مواضيع: الفرص المتاحة للنساء والفتيات في الرياضة، والنتائج الموروثة، والفوائد

الحديثة سيحسن من أداء وظيفته به"، ويمكن اعتبارها بمثابة المنفعة المتوقعة من استخدام التكنولوجيا (Durak, 2019) ويقصد بها في هذه الدراسة توقّعات الشباب الأردني، بأن استخدامهم للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية، سيلبّي احتياجاتهم في متابعة موندリアル كأس العالم (قطر) بأحسن صوره وبأفضل جودة.

- **الجهد المتوقع:** يعدّ العامل الثاني في النظرية، ويرتبط مفهومه بمدى السهولة المتوقعة من استخدام التكنولوجيا الحديثة في المجال الوظيفي (ALBUGAMI, 2014)، ويقصد بها في هذه الدراسة توقّعات الشباب الأردني بأن استخدامهم للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية، سيسهل من عملية متابعة موندリアル كأس العالم (قطر)، بغض النظر عن مكان التواجد.

- **التأثيرات الاجتماعية:** تعدّ العامل الثالث في النظرية، وبحسب ما تشير إليه النظرية فإن سلوك الفرد يتأثر بنظرة الآخرين المهمين بالنسبة له في استخدام التكنولوجيا الحديثة، أي هي الدرجة التي يدرك فيها الفرد أهمية الآخرين، ويعتقد أنه يجب عليه استخدام التكنولوجيا الحديثة إرضاءً لهم، والحصول على تقديرهم (Yu, 2012)، ويقصد بها في هذه الدراسة إدراك الشباب الأردني أن للتأثيرات الاجتماعية دوراً كبيراً على تقبل الأشخاص لاستخدام التكنولوجيا وانتشارها في المجتمع، ممّا يساعد على تحقيق أهداف الشباب الأردني بانتشار استخدام التلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية لمتابعة موندリアル كأس العالم قطر.

- **التسهيلات المتاحة:** تعدّ العامل الرابع في النظرية، فهي تؤثر بشكل مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي للفرد، ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التكنولوجيا الحديثة موجودة لدى الفرد، وهي الدرجة التي يمكن للفرد أن يعتقد أن وجود البنية التحتية التنظيمية والتقنية قد وجدت لدعم استخدام النظام (Durak, 2019)، ويقصد بها في هذه الدراسة توقع الشباب الأردني بأن توفرّ الإمكانيات اللازمة، يدعم استخدام التلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة موندリアル كأس العالم قطر.

وفي هذه الدراسة استُخدمت هذه النظرية بشكل كبير من خلال معرفة مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في موندリアル كأس العالم قطر، وإمكانية استخدامها لمعرفة أهم المتغيرات التي تؤثر على عملية الترويج، ممّا يؤثر على عملية متابعة موندリアル كأس العالم قطر ومشاهدته عبر التلفزيون الاجتماعي، حيث يعدّ هذا الموضوع من المواضيع المهمة خاصة في الفترة التي تمت بها إقامة موندリアル كأس العالم في قطر، ويعود السبب في ذلك إلى انتشار هذه التطبيقات والخدمات الجديدة بصورة غير مسبقة في المجتمعات، لا سيّما المجتمع الأردني، ومن هذه التطبيقات التلفزيون الاجتماعي عبر الفيس بوك، والروابط الرقمية التي تدعم بثّ ونشر موندリアル كأس العالم (قطر)، واعتبارها كوسيلة مرئية.

- إنَّ أغلب مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، يدركون تمامًا مدى تأثير التلفزيون الاجتماعي وقدرته في تشكيل الرأي العام؛ وذلك بسبب سهولة استخدام الإنترنت، خصوصًا في ظلَّ وجود منصات باتت أساسية في حياة الناس.

- بات معظم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، يبتكرون طرقًا لتوصيل الشبكات الاجتماعية بالتلفزيون؛ حتى يتسنى للمشاهدين في منازلهم التواصل مع الأصدقاء وغيرهم الذين يشاهدون البرامج نفسها.

- استفاد الباحثون من الدراسات السابقة في التعرف إلى النظريات والمناهج والمقاييس والأدوات المستخدمة؛ الأمر الذي ساعد في اختيار النظرية المناسبة، وتحديد الإجراءات المنهجية وضبطها بما يتناسب مع الدراسة الحالية.

- توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في الدراسة الحالية واختيار فروضها.

- فتح المجال أمام الدارسين والباحثين للقيام بدراسات مُتقدِّمة تستكمل ما بدأت به الدراسة الحالية، حول تبني واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم (قطر)، في القطاعات الأخرى؛ نظرًا لزيادة استخدام هذه الوسائل بين فئات الجماهير المختلفة.

- لم يجد الباحثون أيَّ دراسة محلية تناولت استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم (قطر)، حيث يعدّ التلفزيون الاجتماعي من الوسائل المُهمّة التي يجب أن يسلط الضوء عليها؛ لما تزخر به من جماهير كبيرة ومتنوعة، وما توفره من القدرة على إدارة العلاقة بينها وبين هذه الجماهير؛ من خلال عمليات التواصل والتفاعل التي تتم بشكل مباشر بدون حواجز زمنية أو حتى مكانية.

إجراءات الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، "التي تركز على وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة (Ahmad et al., 2023b)"، واعتمدت الدراسة على منهج المسح "الذي يعتبر جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث" (Ahmad et al., 2022)، ولفترة زمنية كافية للدراسة؛ وذلك من أجل تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معيّن، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة (Alzyoud et al., 2023)، وذلك من خلال مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها وإعدادها، وفي ضوء ذلك فإنَّ الدراسة سوف تتبع منهج المسح على مستوى واحد، وهو مسح جمهور وسائل الإعلام؛ لتوضيح مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر، والكشف عن مدى تأثير بعض المتغيرات وهي: (العمر،

التجارية. ومع ذلك، كان هناك نقص واضح في المشاركة النقدية من وسائل الإعلام، فيما يتعلق بمبادرات العرض ومطالباته ووعوده. حيث شارك (2.5%) فقط من جميع التغطية الإعلامية الإخبارية عبر الإنترنت، في مناقشات وتحليلات ونقد هادف للأثار الاجتماعية والاقتصادية المزعومة لكأس العالم للسيدات (2023).

أظهرت دراسة (Helal et al., 2023) أنَّ محتوى (SM) لم يؤثر بشكل كبير على نوايا إعادة الزيارة بشكل مباشر. وكان محتوى (SM) مؤشرًا سابقًا مهمًا للثقة المتصورة، وتنبأت الثقة المتصورة بالنوايا المستقبلية لزيارة المملكة العربية السعودية مرة أخرى. ولذلك، كانت الثقة الملموسة في الخدمات السياحية، وسيطًا مهمًا لتأثيرات السياحة الصغيرة على نوايا السياح. ومع ذلك، لم يكن مسار الوساطة للقيمة المدركة ذا دلالة إحصائية. وكان على المسوقين السياحيين التأكد من أنهم ينقلون بشكل مناسب محتوى جذابًا يركز على دعم الثقة في الوجهة، خاصة خلال فترات الأحداث الكبرى.

- **توصلت دراسة (Kim, 2021)، إلى أنَّ الوجود الاجتماعي للمشاهدين المشاركين الافتراضيين، يتوسط العلاقة بين المشاركة التلفزيونية والاستمتاع بالتلفزيون الاجتماعي.** وأوصت الدراسة بضرورة دراسة أنواع البرامج الإعلامية المختلفة للتلفزيون الاجتماعي، والمحتوى المقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيراته المعنوية والفكرية على الوجود الاجتماعي للفرد، وتأثيره عليه نتيجة الحاجة إلى التواصل الاجتماعي، خاصة فئة طلبة الجامعات.

- **توصلت دراسة (Habes, 2019) إلى أنَّ إطار الاستخدامات والتبليات يؤدي دورًا رئيسًا في تعزيز الدوافع، مثل: الاسترخاء، والروتين اليومي، والوصول إلى المعلومات، والتعلم، والوقت، والترفيه، والهروب من الواقع، والبحث عن أصدقاء جدد.** بالإضافة إلى ذلك، فإنَّ القدرة الاجتماعية والاستخدامية هي عوامل مهمة تؤثر على الدافع الشخصي للمشاهدين لاستخدام التلفزيون الاجتماعي.

- **وأظهرت دراسة (Hwang, Y, & Lim, J. S. 2015) ، أنَّ دوافع المعلومات والإثارة للتلفزيون الاجتماعي، ترتبط ارتباطًا إيجابيًا بالحضور الاجتماعي، في حين أنَّ دوافع الراحة والمعلومات تنبئ بشكل إيجابي بالتزام القناة الرياضية.**

- **أما دراسة طارق علي حمود (2013)،** قد توصل الباحث إلى أنَّ هذه التقنية الجديدة لم يصبح توزيعها جماهيريًا، وإنما مملوكة من قبل فئة النخبة في المجتمع، فضلًا عن أنَّ استخدامها يتطلب توفر مهارات محدّدة من قبل المستخدمين.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الأدبيات البحثية والدراسات السابقة، يتمثل تعليق الباحثين في النقاط الآتية:

- إنَّ التلفزيون الاجتماعي هو أحدث تطور للتلفزيون التفاعلي، وهو ما جعل تجربته أكثر تشاركية.

حسبما أوضحتها نتائج التعداد السكاني الأردني لعام (2022)، ولتحقيق أهداف الدراسة؛ استُخدمت العينة العمدية لاختيار (250) شابًا وشابة، الذين يستخدمون التلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في متابعة مونديال قطر كأس العالم (عينة الدراسة)، وبعد توزيع استمارة البحث على أفراد العينة المبحوثة، استرجع الباحثون منها ما مجموعه (241) استمارة، وبعد تدقيقها استُبعدت (9) استمارات منها؛ لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، ليصبح بذلك عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (232) استمارة فقط، ويوضح الجدول (1) السمات الشخصية للمبحوثين.

الجدول (1) التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة

النسبة	التكرار	الفئات	النوع
94.4	219	ذكر	النوع
5.6	13	أنثى	
13.8	32	أقل من 20 سنة	العمر
48.3	112	من 20 إلى أقل من 30 سنة	
29.7	69	من 30 إلى أقل من 40 سنة	
8.2	19	40 سنة فأكثر	
39.2	91	ثانوية عامة أو ما يعادلها	المستوى التعليمي
8.6	20	دبلوم	
44.8	104	بكالوريوس	
3.4	8	ماجستير	
3.9	9	دكتورة	المستوى الاقتصادي
34.1	79	أقل من 250 دينارًا	
30.6	71	من 250 دينار – أقل من 400 دينار	
19.4	45	من 400 دينار – أقل من 550 دينارًا	
15.9	37	أكثر من 550 دينارًا	مكان السكن
62.5	145	الحضر	
37.5	87	الريف	
100.0	232	المجموع	

المقترحات المُقدّمة؛ للتأكد من مدى صلاحية الأداة في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

اختبار الثبات:

تم قياس الثبات من خلال أسلوب كرونباخ ألفا لقياس الاتساق الداخلي لمقاييس أسئلة الدراسة، حيث بلغت درجة الثبات لمقياس معدل استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية ($\alpha=0.85$)، ولمقياس الأداء المتوقع ($\alpha=0.80$)، ولمقياس الجهد المتوقع ($\alpha=0.77$)، ولمقياس التأثير الاجتماعي ($\alpha=0.81$)، ولمقياس التسهيلات المتاحة ($\alpha=0.79$)، ولمقياس الصعوبات التي تواجه الشباب الأردني في استخدام التلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية ($\alpha=0.89$)، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة.

اختبار الصدق:

استُخدم اختبار الصدق الظاهري للكشف عن قدرة الاستبانة في الإجابة عن تساؤلات الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من المُتخصصين الأكاديميين، من ذوي الخبرات الطويلة في مجالات البحث العلمي، ومن المؤهلين في مجال موضوع الدراسة، وذلك للحكم على الاستبانة من حيث وضوح عباراتها، وصحة الصياغة اللفظية والتراكيب اللغوية الموظفة فيها، ومدى مناسبتها للمحاور التي تنتمي إليها، والتأكد من أنها تتضمن جميع المتغيرات والجوانب والأبعاد التي ترتبط بالمشكلة البحثية، وكذلك مدى توافقها مع أهداف البحث وتساؤلاته؛ وللتأكد من تغطيتها الشاملة لموضوع الدراسة، وتم اختبار صدق الأداة من خلال عرضها على خمسة محكمين من كلية الإعلام في جامعة اليرموك، وقد استجاب الباحثون لأرائهم، وقاموا بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء

نتائج الدراسة:

- معدل استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية
لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر).

الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم قطر مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
الفيس بوك	3.69	1.068	مرتفع
تطبيق ياسين tv	3.60	1.272	متوسط
أخرى	3.49	1.202	متوسط
اليوتيوب	2.99	1.051	متوسط
تطبيق يلا شوت tv	2.90	1.131	متوسط
أنستجرام	2.75	.998	متوسط
التيك توك	2.69	1.040	متوسط

بالإضافة إلى تمتعها بالعديد من المميزات التي تجعلها وسيلة جديدة من وسائل التلفزيون الاجتماعي، فهي سهلة الاستخدام، ولا تحتاج إلى تكاليف عالية، فهي مكنت الشباب الأردني من متابعة مونديال كأس العالم (قطر).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (المزاهرة، 2018)، التي بينت أن شبكة الفيسبوك هي الشبكة الأكثر استخداماً بين الممارسين من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

- العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر).

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر) مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
الجهد المتوقع	4.26	.776	مرتفع
الأداء المتوقع	4.23	.873	مرتفع
التأثير الاجتماعي	3.93	.955	مرتفع
التسهيلات المتاحة	4.11	.753	مرتفع

في ذلك إلى شيوع وسائل التواصل الاجتماعي وتوفرها، وسهولة الوصول إليها واستخدامها في أي مكان وزمان من قبل مختلف الفئات العمرية في المجتمع، فهي وسائل غير معقدة، ولا تحتاج إلى معرفة مسبقة، علاوة على أنها ذات تكاليف منخفضة نسبياً.

أولاً: الأداء المتوقع:

أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير الأداء المتوقع ككل حيث بلغ هذا المتوسط ($M=4.23$)، كما وأوضحت النتائج أن عبارة: "ساهم التلفزيون الاجتماعي في زيادة متابعة الجماهير لمونديال كأس العالم قطر"، احتلت المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ ($M=4.26$)، بينما جاءت عبارة كل من: "ساعد التلفزيون الاجتماعي الشباب الأردني على معرفة كل ما هو جديد حول أخبار المباريات واللاعبين"، وعبارة: "ساعد التلفزيون الاجتماعي باعتباره وسيلة مرئية في متابعة ومشاهدة مونديال كأس العالم قطر"، في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ ($M=4.22$)، ويعود السبب في ذلك نظراً لوعي

يبين الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر)، التي تراوحت ما بين ($M=2.69$) = 3.69)، كما أظهرت نتائج الجدول أن وسيلة (الفيس بوك) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.69$)، وتلتها في المرتبة الثانية تطبيق (ياسين TV) بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.60$)، بينما حازت وسيلة (التيك توك) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ($M=2.69$). ويعود السبب في ذلك لأنها من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في الأردن، حسبما بينته آخر إحصائية،

يبين الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر)، التي تراوحت ما بين ($M=3.93$ - $M=4.26$)، وأظهرت بيانات الجدول ارتفاع المتوسط العام لمتغير العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر) ككل، حيث بلغ هذا المتوسط ($M=4.13$)، كما وأوضحت نتائج الجدول إلى ارتفاع المتوسط الحسابي لمجال الجهد المتوقع، الذي بلغ ($M=4.26$)، وبذلك احتلت المرتبة الأولى من بين العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، ثم تلاه في المرتبة الثانية مجال الأداء المتوقع، حيث بلغ المتوسط الحسابي ($M=4.23$)، في حين احتلت مجال التسهيلات المتاحة المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ($M=4.11$)، بينما جاء مجال التأثير الاجتماعي في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.93$). ويعود السبب

الشباب الأردني بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي وما تقدمه من خدمات عديدة الأمر الذي بدوره أدى إلى زيادة متابعة موندリアル كأس العالم قطر .

ثانيًا: الجهد المتوقع:

بيّنت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير الجهد المتوقع ككل، حيث بلغ هذا المتوسط ($M=4.26$)، وكشفت النتائج أن عبارة: "تُعلم استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة موندリアル كأس العالم قطر أمر سهل بالنسبة لي"، احتلت المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ ($M=4.34$)، بينما جاءت عبارة: "وَقَر التلفزيون الاجتماعي الوقت والمال والجهد في متابعة ومشاهدة موندリアル كأس العالم قطر"، في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ ($M=4.26$)، في حين جاءت عبارة: "السهولة في استخدام التلفزيون الاجتماعي لمتابعة موندリアル كأس العالم قطر"، في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ ($M=4.19$)، ويعود السبب في ذلك إلى أن الطريقة التي صمّمت فيها وسائل التواصل الاجتماعي، تجعلها سهلة الاستخدام، فهي وسائل غير مُعقّدة، وتحتاج إلى القليل من المعرفة في الأسس التكنولوجية؛ ليتمكن المُستخدم من الاشتراك ومتابعة المباريات.

ثالثًا: التأثير الاجتماعي:

1. الصعوبات التي تواجه الشباب الأردني في استخدام التلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في موندリアル كأس العالم قطر.

كشفت نتائج الدراسة أن عبارة: "ضعف الدعم الفني لخدمات الإنترنت لدى الشباب الأردني"، احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ($M=4.29$)، بينما جاءت عبارة: "ضعف الدعم التقني لخدمات الإنترنت لدى الشباب الأردني"، في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ($M=4.17$)، أما عبارة: "التكاليف المالية الباهظة"، فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ($M=4.13$)، في حين جاءت عبارة: "عدم المعرفة التامة بكيفية استخدام التطبيقات التي تبتّ المباريات"، في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.51$)، ويعود السبب في ذلك لحداثتها وجديتها، ونتيجة للتطورات التكنولوجية السريعة والمتلاحقة التي تمرّ بها هذه الوسائل، علاوة على استحداث التطبيقات والروابط العديدة المتعلقة بموندリアル كأس العالم (قطر)؛ لذلك فهم بحاجة إلى دعم فني وتقني بشكل مستمرّ لمواكبة هذه التطورات أولاً بأول.

ثالثًا: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) لمدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في موندリアル كأس العالم قطر، تبعًا للمتغيرات الديموغرافية: (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، مكان السكن).

- يرفض الفرض الأول ما يتعلق بمتغير العمر، حيث أظهر اختبار (One-Way ANOVA)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في موندリアル كأس العالم (قطر) وفقًا لمتغير العمر. وهذه النتيجة تعني عدم وجود اختلاف في وجهات النظر بين مختلف الفئات العمرية، حول

أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير التأثير الاجتماعي ككل، حيث بلغ هذا المتوسط ($M=3.93$)، وبيّنت نتائج الدراسة أن عبارة: "يحفزني أصدقاؤني ومعارفي على استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة موندリアル كأس العالم قطر"، احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ($M=4.01$)، بينما جاءت عبارة: "يشجعني الزملاء على استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة موندリアル كأس العالم قطر"، في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.93$)، أما عبارة: "أقوم على استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة موندリアル كأس العالم؛ لأنّ كلّ من حولي يستخدمها"، فقد احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.85$)، ويعود السبب في ذلك لما تتمتع به وسائل التواصل الاجتماعي من سهولة الوصول والاستخدام، فهي لم تعد مجرد وسيلة اتصال عادية، بل وسيلة سريعة وفاعلة لها أثر كبير في حياتنا، فهي تقدّم مميزات وخصائص عديدة حول آليات المتابعة، كما أنّها تمّدتنا بالكثير من المعلومات والبيانات المتعلقة بموندリアル كأس العالم (قطر)، فهي تمكننا من رصد ومتابعة ردود أفعال المتابعين وتوقعاتهم حول المباريات، وهذا ما دفع الأصدقاء والمعارف من تشجيع بعضهم بعضًا لاستخدام مثل هذه المنصات كوسائل مرئية لمتابعة موندリアル كأس العالم قطر .

رابعًا: التسهيلات المتاحة:

كشفت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير التسهيلات المتاحة ككل، حيث بلغ هذا المتوسط ($M=4.11$)، كما أوضحت نتائج الدراسة أنّ عبارة: "لدي القدرة والمعرفة والخبرة الكافية للتعامل مع

- يرفض الفرض الثاني ما يتعلق بمتغير العمر، حيث أظهر اختبار (One-Way ANOVA)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، على العوامل المؤثرة باستخدام التلفزيون الاجتماعي: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

- يرفض الفرض الثاني ما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، حيث أظهر اختبار (One-Way ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، على العوامل المؤثرة باستخدام التلفزيون الاجتماعي: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

- يرفض الفرض الثاني ما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي، حيث أظهر اختبار (One-Way ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، على العوامل المؤثرة باستخدام التلفزيون الاجتماعي: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

- يرفض الفرض الثاني ما يتعلق بمتغير مكان السكن، حيث أظهر اختبار (Independent t-test)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، على العوامل المؤثرة باستخدام التلفزيون الاجتماعي: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

الاستنتاجات:

- بينت النتائج المتصلة باستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر)، بأن منصة (الفيس بوك) احتلت المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ ($M=3.69$)، تلاها في المرتبة الثانية تطبيق (ياسين TV) بمتوسط حسابي بلغ ($M=3.60$).

- بلغ المتوسط الحسابي الكلي للعوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية لمتابعة مونديال كأس العالم (قطر) ($M=4.13$)، كما أوضحت النتائج ارتفاع المتوسط الحسابي لمجال الجهد المتوقع حيث بلغ ($M=4.26$)، وبذلك احتلت المرتبة الأولى من بين العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي.

- بينت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير الجهد المتوقع ككل حيث بلغ ($M=4.26$)، وكشفت النتائج أن عبارة: "تعلّم استخدام التلفزيون الاجتماعي في متابعة مونديال كأس العالم قطر أمر سهل بالنسبة لي"، احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ($M=4.34$).

- كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع المتوسط العام لمتغير التأثير الاجتماعي ككل حيث بلغ ($M=3.93$)، وبينت النتائج أن عبارة: "يحفزني أصدقاؤني ومعارفي على استخدام التلفزيون الاجتماعي في

استخدام التلفزيون الاجتماعي كوسيلة تفاعلية، فالأفراد من ذوي الفئات العمرية المختلفة يستخدمون التلفزيون الاجتماعي لمتابعة البرامج المختلفة، التي لا تنحصر فقط على كرة القدم، ومن خلال هذه الوسيلة التفاعلية يمكن مناقشة القضايا، التعرف إلى الآراء بحرية بغض النظر عن فئاتهم العمرية.

- يرفض الفرض الأول فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، حيث أظهر اختبار (One-Way ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر وفقاً لمتغير المستوى التعليمي. وهذه النتيجة تعني عدم وجود اختلاف في وجهات النظر بين مختلف المستويات التعليمية، حول استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية، فالأفراد جميعهم يستخدمون التلفزيون الاجتماعي لمشاهدة البرامج المختلفة، ومناقشة القضايا، والتعرف إلى الآراء بحرية من خلال الوسيلة التفاعلية، بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية.

- يرفض الفرض الأول فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي، حيث أظهر اختبار (One-Way ANOVA)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر، وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي. وهذه النتيجة تعني عدم وجود اختلاف في وجهات النظر بين مختلف المستويات الاقتصادية، حول استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية، فالأفراد جميعهم يحصلون على الإنترنت، وهذا يُمكنهم من الوصول إلى التلفزيون الاجتماعي من خلال التطبيقات الذكية، ومنصات التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن مستوياتهم الاقتصادية.

- يرفض الفرض الأول ما يتعلق بمتغير مكان السكن، حيث أظهر اختبار (Independent t-test)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم (قطر)، وفقاً لمتغير مكان السكن. وهذه النتيجة تعني عدم وجود اختلاف في وجهات النظر بين المدن والريف، حول استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية، فالأفراد جميعهم بإمكانهم الوصول إلى منصات التواصل الاجتماعي واستخدامها كوسائل مرئية، في متابعة ومشاهدة مونديال كأس العالم (قطر)، بغض النظر عن أماكن تواجدهم، سواء أكان في المدن أم حتى في الريف.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) للعوامل الديموغرافية: (العمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، مكان السكن)، والعوامل المؤثرة في استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي كوسيلة مرئية في مونديال كأس العالم قطر: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي).

كبيراً في كل المحافل، وعلى جميع الأصعدة، مما يؤكد بأن التعامل معها ضرورة لا غنى عنها.

- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات؛ للبحث في العوامل التي تؤثر على استخدام الشباب الأردني للتلفزيون الاجتماعي، كوسيلة مرئية في مجالات أخرى مغايرة للعوامل الديموغرافية والمتغيرات التي تم بحثها في هذه الدراسة.

References:

1. Abdoh, K. (2021). From television networks to social networks: Patterns of the virtual presence of Egyptian government and private channels on Facebook. *Arab Journal for Media and Communication Research*, (35), 398-455.
2. Ahmad, A. K. M. (2022). The Impact of the Use of Social Networking Platforms on the Jordanian Voters in the Nineteenth Jordanian Parliamentary Elections during the Emerging Pandemic of the Coronavirus (COVID-19). *Zarqa Journal for Research and Studies in Humanities*, 22(2), 333-350. <https://doi.org/10.12816/0061218>
3. Ahmad, A. K., Al-Ameer, A., Alrahman, A., Alzyoud, S., & Makhareh, M. (2023b) Media Coverage of the 2021 Palestinian-Israeli Conflict: A Content Analysis Into the Online Version of Newspapers in Jordan. *Information Sciences Letters*, 12(7), 3239-3253. <http://dx.doi.org/10.18576/isl/120747>
4. Ahmad, A. K., AL-Jalabneh, A. A., Mahmoud, A., & Safori, A. (2022, March). Covid-19 and the Resurgence of the Hypodermic Needle Theory Applicability in Times of Crises. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 1423-1436). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08954-1_124
5. Ahmad, A. K., Tahat, O., Safori, A., Al-Zpubi, A., Ahmad, H. K., & Ananza, A. (2023a). The Role of Television Sports Programs in Shaping Awareness of Physical Health among Jordanian University Students. *Information Sciences Letters*, 12(7), 3077-3086. <http://dx.doi.org/10.18576/isl/120734>
6. Albugami, M. (2014). The continued use of internet banking: combining utaut2 theory and service quality model, *Journal of Global Management Research*, 13-14.
7. Alzyoud, S., Ahmad, A. K., Makhareh, A., Alabed Alrahman, A., Safori, A. (2023). The Concept of "New Media" among Jordanian News Producers. *Journal of Digital Media & Policy*, online first, https://doi.org/10.1386/jdmp_00128_1
8. Ba-Bakr, A. & Othman, M. (2014). The role of sports media in developing international relations

متابعة موندريال كأس العالم قطر"، احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (M=4.01).

- بيّنت نتائج الدراسة ارتفاع المتوسط العام لمتغير التسهيلات المتاحة لكل، حيث بلغ (M=4.11)، كما أوضحت النتائج أن عبارة: "الذي القدرة والمعرفة والخبرة الكافية للتعامل مع التلفزيون الاجتماعي واستخدامه في متابعة ومشاهدة موندريال كأس العالم قطر"، احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (M=4.29).

- بيّنت نتائج الدراسة أن عبارة: "ضعف الدعم الفني لخدمات الإنترنت لدى الشباب الأردني"، احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (M=4.29)، بينما جاءت عبارة: "ضعف الدعم التقني لخدمات الإنترنت لدى الشباب الأردني"، في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (M=4.17).

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها، يوصي الباحثون بالآتي:

- ضرورة قيام الشركات والمؤسسات الإعلامية الأردنية باستغلال مواقع التواصل الاجتماعي واستثمارها، واستخدامها كوسائل مرئية للتلفزيون الاجتماعي، والتي يتم من خلالها مشاركة المحتوى والمعلومات بشكل سريع وفعال، لا سيما موقع (الفيس بوك)؛ لأنه من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واستخداماً من قبل فئات المجتمع الأردني لا سيما الشباب.
- يعدّ التلفزيون التفاعلي فرصة للمتابعين للاستمتاع بتجربة مشاهدة موندريال كأس العالم بطريقة جديدة ومثيرة. لذا، نوصي بتجربة هذه التكنولوجيا المبتكرة للحصول على تجربة جديدة تتعمق فيها الأفكار والآراء، ويتأكد فيها التفاعل مع المحتوى المُتلفز.
- تسليط الضوء على التلفزيون الاجتماعي؛ نظراً لما يقّمه من إمكانات تعمل على نشر المعلومات والأخبار بشكل سريع وفعال، كما أن له دوراً مهماً في تحسين العلاقات الاجتماعية، وتوطيد الصداقات والعلاقات العائلية والاجتماعية.
- ضرورة اهتمام الشركات والمؤسسات الإعلامية الأردنية بالشباب؛ لأنّ هذه الفئة هي الفئة الأكثر استخداماً ومواكبة للتطورات التكنولوجية، خاصة فيما يتعلق باستخدام التطبيقات والشبكات الرقمية كوسائل مرئية للتلفزيون الاجتماعي، حيث يتأكد من خلالها التفاعل مع الجمهور بشكل كبير عن طريق الإعجابات والتعليقات والمشاركات.
- أن تحرص الشركات والمؤسسات الإعلامية الأردنية على معالجة التحديات والصعوبات التي يواجهها الشباب الأردني، حول استخدامهم للتلفزيون الاجتماعي كوسائل مرئية، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة التعامل معها مستقبلاً، فقد باتت التكنولوجيا تؤدي دوراً

18. Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a technology for audiencing and fandom: The# Eurovision phenomenon. *Information, communication & society*, 16(3), 315-339.
19. Hwang, Y., & Lim, J. S. (2015). The impact of engagement motives for social TV on social presence and sports channel commitment. *Telematics and informatics*, 32(4), 755-765.
20. Ibraheem, S. (2022). The relationship between the phenomenon of social television and strategies for marketing entertainment content via digital platforms. *Arab Journal for Media and Communication Research*, (36), 332-351.
21. Junge, A., Dvorak, J., & Graf-Baumann, T. (2004). Football injuries during the World Cup 2002. *The American journal of sports medicine*, 32(1_suppl), 23-27.
22. Kim, K. H. (2021). Digital and social media marketing in global business environment. *Journal of Business Research*, 131, 627-629.
23. Mahmoud, A., Ahmad, A. K., Safori, A., Eid, Y. N. A., & Al Tawalbeh, A. (2023). The Effect of Television and Electronic Advertisements on The Mental Image of Women Among A Group of Female Media Professionals. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 31-46. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5981>
24. Safori, A., Abd Rahman, N. A. B., & Ahmad, A. K. (2023). Media Content in the Digital Age. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 1-2. [10.11114/smc.v11i3.5971](https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5971)
25. Szymanski, S., & Szymanski, S. (2010). The economic impact of the World Cup. *Football Economics and Policy*, 226-235.
26. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, Management Information Systems*, 27(3), 425-478.
27. Vezzali, L., Visintin, E. P., Bisagno, E., Bröker, L., Cadamuro, A., Crapolicchio, E., & Harwood, J. (2023). Using sport media exposure to promote gender equality: Counter-stereotypical gender perceptions and the 2019 FIFA Women's World Cup. *Group Processes & Intergroup Relations*, 26(2), 265-283.
28. Yu, C. S. (2012). Factors affecting individuals to adopt mobile banking: Empirical evidence from the UTAUT model. *Journal of electronic commerce research*, 13(2), 104.
- (Sudan - Egypt - Algeria model). *Journal of Human Sciences*, 15(4), 51-64.
9. Crabill, E., Maddox, C., & Beissel, A. (2023). We Did It: A Content Analysis of Australian and New Zealand Online News Media Coverage of the Bid Process for the 2023 FIFA Women's World Cup. *International Journal of Sport Communication*, 16(1), 53-63.
10. Durak, H. (2019). Examining the acceptance and use of online social networks by preservice teachers within the context of unified theory of acceptance and use of technology model. *Journal of Computing in Higher Education*, 31(1), 173- 209.
11. FIFA. (2021). World Cup. <https://www.fifa.com/worldcup/>
12. Habes, M. (2019). The influence of personal motivation on using social TV: A Uses and Gratifications Approach. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 3(1), 32-39..
13. Habes, M., Alghizzawi, M., Ahmad, A. K., & Almuhaissen, O. (2023b). The Impact of Digital Media Learning Apps on Students' Behaviors in Distance Learning During COVID-19 at the University of Jordan. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 123-139. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5982>
14. Habes, M., Elareshi, M., Safori, A., Ahmad, A. K., Al-Rahmi, W., & Cifuentes-Faura, J. (2023a). Understanding Arab social TV viewers' perceptions of virtual reality acceptance. *Cogent Social Sciences*, 9(1), <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2180145>
15. Hatamleh, I. H. M., Safori, A. O., Ahmad, A. K., & Al-Etoun, N. M. D. I. (2023a). Exploring the Interplay of Cultural Restraint: The Relationship between Social Media Motivation and Subjective Happiness. *Social Sciences*, 12(4), 228. <https://doi.org/10.3390/socsci12040228>
16. Hatamleh, I. H. M., Safori, A. O., Habes, M., Tahat, O., Ahmad, A. K., Abdallah, R. A. Q., & Aissani, R. (2023a). Trust in social media: Enhancing Social Relationships. *Social Sciences*, 12(7), 416. <https://doi.org/10.3390/socsci12070416>
17. Helal, E. A., Hassan, T. H., Abdelmoaty, M. A., Salem, A. E., Saleh, M. I., Helal, M. Y., ... & Szabo-Alexi, P. (2023). Exploration or Exploitation of a Neighborhood Destination: The Role of Social Media Content on the Perceived Value and Trust and Revisit Intention among World Cup Football Fans. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(3), 210.