

مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على تشكيل الرأي العام في المجال الرياضي

م.د / احمد نبيل عمر رمضان

مدرس بقسم الادارة الرياضية والترويج

كلية التربية الرياضية - جامعة بنها

المقدمة :

تزداد أهمية الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المحلي والدولي مع تنوع استعمالاتها، وازدياد عدد المستخدمين لها، ولا تتحصر أهمية الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في مجال تبادل المعلومات، فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية واجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية هامة. فقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد أو الإعلام البديل، الذي يشمل المواقع الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

يتفق كلا من عباس صادق (٢٠١٤) ، علاء المليجي (٢٠١٥) على ان عملية التواصل الاجتماعي أصبحت بفعل التكنولوجيا الحديثة عموماً وتكنولوجيا المعلومات بصفة خاصة من وسائل الاتصال الرئيسية التي غيرت من مسار الاتصالات فأصبح من السهل الحصول على المعلومات بشكل منظم وسريع من خلال الحواسيب والهواتف الشخصية على مدار الساعة . وبرزت مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك-التويتر- واتس أب - لينكد أن) لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة المعلومات دون منافس ، حيث ربطت شبكة المعلومات الأشخاص بعضهم ببعض (٢٠:١٧) (١٨ : ٤٥) .

يشير كلا من ابراهيم امام (٢٠٠٨) ، محي الديهي (٢٠١٥) الى أن مواقع التواصل الاجتماعي لقد أحدثت تطوراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكيل عالماً افتراضياً يفتح المجال للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقه ، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأناً عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرراً على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية،. (٢ : ٢٨٥) (٢٣ : ٩٥)

ويذكر مشارى مرسى (٢٠١٥) ان إيجابيات الإعلام الجديد المتمثل فى مواقع التواصل الاجتماعى تكمن فى سرعة الإتصال، والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلاماً مرسلًا من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع فى الاتصال (٢٥: ١٥٢).

ويذكر كلا من احمد بدر (٢٠٠٧)، سعيد سراج (٢٠١٣)، فاروق يوسف (٢٠١٤) نظرية المجال العام التى ظهرت عام (١٩٦٢)، وهى تشرح وتصف نشأة تكوّن الرأي العام وحالة الرأي، والمجال العام يتوسط فى الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذى قد يُركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة، وهذا المجال العام - كما نشأ فى المجتمعات البرجوازية الأوروبية - كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفى رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام

(٤: ٣٥) (١٥: ٢٨) (٢٠: ٤٢)

تشير سارة جون Johnson (٢٠١٢) نقلا عن "هابرماس Habermas" ان المناخ أو المجال العام عرف بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد فى مكان معروف أو مميز (فى أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والإتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي.

وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على :

- ١- مدى الوصول والإنتشار.
- ٢- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
- ٣- رفض الإستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).
- ٤- الفهم والثقة والوضوح فى المضمون الإعلامى.
- ٥- وجود سياق إجتماعى ملائم.
- ٦- الثقة والوضوح والصدق فى المضمون الإعلامى. (٣٣: ٤٢)

ويتفق كلا من فاروق يوسف (٢٠١٤)، سمير حسين (٢٠١٢) على ان الثورة الإتصالية والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت قد ساهمت فى ظهور فضاء عام إجتماعى جديد يخضع لمثالية "هابرماس". ويعتمد على أن يكون الرأي العام حراً فى حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت يقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد. (٢٠: ٦٥) (١٦: ٥٧) .

يشير منير حجاب (٢٠٠٥) الى ان الاعلام الاجتماعى يمثل فى عصرنا الحالى قوة رئيسية فى حسم الكثير من القضايا وفى بناء الدول وترسيخ أركانها والحفاظ عليها وعلى هيبتها ومكانتها بالتالى أصبح قوة يحسب حسابها تماما كالقوة العسكرية والاقتصادية ، فقد لعب الاعلام الجديد أدوارا كبيرة فى حياة الافرادات ومع التطور التكنولوجى الذى يشهده العصر الحالى ومع الدور المتزايد والفعال لمواقع التواصل الاجتماعى التى أصبحت تلعب دورا فى عملية جمع وتحليل وتحرير الاخبار وتبادلها بين المستخدمين وكذلك تزويد الوسائل الاعلامية بمعلومات دقيقة وذات مصداقية فى كثير من الاحوال يكون فيها المواطن الحلقة الاساسية فى بقاء وصياغة المضمون الاعلامى وتبادلها على نطاقات واسعة الانتشار (٢١: ١٤٧).

مشكلة الدراسة :

ان التطور الحاصل فى علم الاتصال أدى الى انتاج اشكاليات جديدة لا يمكن حلها الا بالرجوع الى مقارنات جامعة شاملة تأخذ بعين الاعتبار تعقد العناصر الفاعلة فى عملية التواصل ووضعها الديناميكي . واصبح من الصعب دراسة العملية الاتصالية بشكل عام من منطلقات جزئية ولا بد من دراستها من خلال المتغيرات السياسية والايديولوجية والتكنولوجية والاقتصادية والاعلامية . ومع تعدد الابعاد الالكترونية للاعلام أشكال متعددة فى التفاعل الالكترونى يأتى فى مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعى .

وتكمن مشكلة الدراسة فى المدى الذى تتركه مواقع التواصل الاجتماعى بحيث يمكن القول أنها يمكن أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي يسعم فى تكوين الرأى العام فى المجال الرياضى وبناء على مشكلة الدراسة فقد أمكن صياغة السؤال المحورى على النحو التالى (ماهو دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تشكيل الرأى العام المحلى فى المجال الرياضى وتأسيساً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتحاول رصد دور مواقع التواصل الإجتماعي، وتأثيرها على تشكيل الرأى العام فى المجال الرياضى .

هدف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة محاولة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيرها على تشكيل الرأى العام فى المجال الرياضى من خلال المحاور التالية :-

- ١- أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعى لتشكيل الرأى العام فى المجال الرياضى .
- ٢- أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعى .
- ٣- أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعى .
- ٤- المجالات التى يتم تناولها فى مواقع التواصل الاجتماعى للتأثير على الرأى العام فى المجال الرياضى .
- ٥- تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على الرأى العام فى المجال الرياضى .

أهمية الدراسة والحاجة اليها (الاهمية العلمية والتطبيقية) :

١- تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها احد الدراسات التي تعنى بموضوعات العصر وتنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي في الوطن العربي ، فمواقع التواصل الاجتماعي تعد وسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور ، اذ يؤدي غياب الحوار ، إلى اختلال العلاقة بينهما .

٢- تعد هذه الدراسة من الدراسات الاولى على حد علم الباحث التي تتناول تأثير ودور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على تشكيل الرأي العام في المجال الرياضي ، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ، التي من الممكن اذا "وظفت من ان تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي .

٣- تكمن أهمية الدراسة في كونها من الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام في المجال الرياضي لدى العاملين في ذلك المجال وتكوينه ، اذا تعد احدى مستجدات تكنولوجيا الرأي العام في الحصول على المعلومات الالكترونية المفيدة التي تخدم القضايا الرياضية بما تتضمنه من مواد نصية ورسوم وصور ثابتة وغير ذلك .

المصطلحات المستخدمة في الدراسة :

مواقع التواصل الاجتماعي : " يعرفها عباس صادق (٢٠١٤) بأنها إحدى وسائل الإتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت، التي تسمح للمستخدم أو المشترك أو المتواصل مع الآخرين، وتقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات" (١٧ : ٢٤)

الرأي العام : يعرفه فاروق يوسف (٢٠١٤) بأنه " وجهة نظر غالبية أفراد المجتمع قضية عامة تهم الجماهير ، أما القضية العامة فنعني بها قضية أو مشكلة عامة تجد صدى لها لدى الجماهير بما يدفعها إلى إبداء وجهات نظرها حول هذه القضية فضلاً عن تصوراتها حول التعامل مع هذه المشكلة " (٢٠ : ٣٠)

الدراسات المرتبطة :

اولا : الدراسات العربية :-

١- دراسة ايمان عبد الحميدالهاب (٢٠١٨) التي هدفت الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التنشئة السياسية لدى شباب القرية واستخدمت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على الاستبيان كاداة لجمع البيانات وتوصلت الى الدور الايجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على عملية التنشئة السياسية لشباب القرية (٥) .

٢- **دراسة مها السيد بهنسى (٢٠١٨)** التي هدفت الى بحث العوامل المؤثرة على جهود التعبئة السياسية عبر الشبكات الاجتماعية باستخدام نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا كما سعت الدراسة الى رصد اشكال المشاركة السياسية المختلفة التي يقوم بها مستخدمو الشبكات الاجتماعية والتعرف على الصفحات والمجموعات السياسية التي تابعها مستخدمو الشبكات الاجتماعية قبيل ثورة ٣٠ يونيو. ورصد اطر التعبئة السياسية فى صفحات الحركات السياسية على موقع فيسبوك قبل ثورة ٣٠ يونيو. واستخدمت الدراسة على المنهج الوصفى التحليلي واعتمدت على الاستبيان كاداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة الى جملة العوامل المؤثرة فى جهود التعبئة السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعى باستخدام نموذج النظرية الموحدة (٢٧) .

٣- **دراسة ياسمين محمد السيد (٢٠١٨)** التي هدفت الى دراسة الدور المتزايد لوسائل الاعلام الاجتماعية فى وضع اجندة الافراد مستخدمى مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة موقع فيسبوك وتويتر وتوجيه اهتمامهم بقضايا معينة واستخدمت الدراسة على المنهج الوصفى التحليلي واعتمدت على الاستبيان كاداة لجمع البيانات وتوصلت الى وتؤكد نتائج الدراسة على ثنائية الاتجاه بين اجندة وسائل الاعلام الاجتماعية والافراد وعلى الطبيعة التفاعلية لهذه الاجندات حيث يتفاعل الجمهور مع مصادر وسائل الاعلام الاجتماعية التي يعد هو جزءا منها واكدت نتائج الدراسة على ان سمة وضع الاجندة والتهيئة المعرفية يعملان معا ولهما دور رئيسي فى تشكيل الرأى العام وبناء اجماع عام واتجاه حول القضايا المثيرة للجدل (٣٠).

٤- **دراسة ريهام يحيى امبابي (٢٠١٨)** التي هدفت الى لتعرف على دور الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المعنية محل الدراسة لمواجهة الأزمات وكيفية التعامل أثناء الأزمة وبعد انتهائها، وقياس مدى كفاءتها في معالجة وإدارة آثار هذه الأزمة، ومدى اعتماد الجمهور العام عليها للحصول على المعلومات اللازمة لإحداث اتجاه معين مدى تشكيل الرأى العام للجمهور. تم الاعتماد على المنهج المسحي ، وتمثلت عينة الدراسة في عينة الوزارات وقوامها (٤ وزارات) وعينة تحليلية : تشمل تحليل كافة الأساليب الاتصالية الخاصة بالأزمات في الفترة ، تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة عن طريق استخدام صحيفة تحليل مضمون وإستمارة استقصاء و دليل مقابلة متعمقة. أشارت النتائج إلى استخدم العديد من الأساليب الاتصالية بالأزمات وكذلك تعدد اساليب التعامل مع الازمات فى الوزارات طبقا لحجم الازمة ودرجة صعوبتها (١٢) .

٥- دراسة مروة ماجد السواح (٢٠١٨) التي هدفت الى التعرف على دور العلاقات العامة بالأندية لتشكيل صورتها الذهنية عبر صفحاتها الافتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي ، والتعرف على طبيعة وملامح هذه الصورة في أذهان جماهير الأندية الرياضية، وكذلك التعرف على الأدوات والإمكانات التي توفرها الأندية للعلاقات العامة لتسهيل دورها ومهامها. واستخدمت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت الى الدور الفعال لادارة العلاقات العامة بالاندية الرياضية في تحسين الصورة الذهنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والواقع الافتراضي (٢٤).

٦- دراسة ميرهان محمد ابو الفتوح (٢٠١٧) : التي هدفت الى تحديد مدى تأثير إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي الثقافة السياسية لدي طلاب الجامعات المصرية ، فكان من الضروري وضع إطار نظري عن ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ، كما استوجب الأمر إلقاء الضوء علي الثقافة السياسية بصفة عامة والثقافة السياسية المصرية بصفة خاصة وذلك مع دراسة حالة لطلاب الجامعات المصرية ،حالة من جامعة في العاصمة وهي جامعة القاهرة ، وأخري من جامعة إقليمية وهي جامعة الزقازيق. وقد تم استخدام الاستبيان لمعرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في عناصر الثقافة السياسية المصرية وأثبتت نتائج الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي أثر ضعيف على عناصر الثقافة السياسية المصرية حيث لا يوجد تأثير لمواقع التواصل الإجماعي على المعارف السياسية لشباب الجامعات المصرية بالإضافة إلى عدم وجود تأثير على مفهوم المشاركة السياسية للشباب وعدم وجود تأثير على التوجهات تجاه السلطة على الرغم من وجودها الفاعل في المجتمع، و لكن تأثيرها يكون على حرية الفكر والتعبير لدى الشباب (٢٨) .

٧- دراسة الاء عادل عيد (٢٠١٦) : التي هدفت الى على علاقة تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدامهم للإنترنت. وكانت أهم نتائج الدراسة : نسبة من يتعرضون للإرهاب الإلكتروني بصفة منتظمة (نعم) من إجمالي مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ، توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الإضطراب أثناء استخدام الإنترنت، أي أنه كلما زاد تعرض المبحوثين للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزداد لديهم إضطرابات استخدام الإنترنت (١).

٨- دراسة سعود محمد العجمي (٢٠١٦) التي هدفت الى التعرف على مدى تأثير انتشار مواقع التواصل الاجتماعي كتويتر وغيرها من المواقع على الشباب الجامعي في دولة الكويت.التعرف على اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي في دولة الكويت قراءة الخبر او المعلومة منها

وايضا التعبير من خلالها. التعرف على الاساليب والطرق التي يستخدمها الشباب الجامعي في تنظيم الحراك والنزول الى الشارع من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعية توعية الشباب الجامعي في دولة الكويت باخلاقيات الكتابة (١٤) .

ثانيا الدراسات الاجنبية :

٩- دراسة لوردائش (٢٠١٣) : التي هدفت الى استكشاف استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأى العام لشباب الجامعات في رومانيا وتم التوصل الى النتائج التالية : اظهرت التحليلات أن اكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرصو طلاب الجامعات الرومانية على استخدامها هي الفيس بوك ثم اليوتيوب ، ووجود علاقة ارتباط موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتوجية الرأى العام الطلابي نحو القضايا في رومانيا (٣٥).

١٠- دراسة ميشيل فانسون (٢٠١٢) : التي هدفت الى اثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية وطبقت على عينة بلغ قوامها (١٦٠٠) شاب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا وتوصلت الى النتائج التالية :اعترف الشباب بقضاء اوقات اطول على الفيس بوك وباقية مواقع التواصل الاجتماعي كما ن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تغيير انماط حياتهم (٣٤).

١١- قامت سارة جون (٢٠١٢) بدراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي وتناولت الدراسة استخدامات التكنولوجيا الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص بالنسبة لمتظاهري الديمقراطية في تونس ومصر وتوصلت الى الخلاف الكبير حول اهمية التكنولوجيا الرقمية في تحديد نتائج الاضطرابات المدنية في الدول العربية في بداية عام ٢٠١١ كما توصل الباحثة الى ان (تويتر) هو الجهاز الاكثر استخداما على وسائل الاعلام (٣٧) .

١٢- قامت كاترين اودنيل (٢٠١١) بدراسة حول الكم المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي .حيث ركزت الدراسة على ان وسائل الاجتماعية لعبت دورا محوريا في تشكيل المناقشات السياسية في الربيع العربي، وان المحادثات حول الثورة غالبا ما تسبقها الاحداث الكبرى ، اضافة الى ان وسائل الاعلام الاجتماعية حملت القصص الملهمة من الاحتجاجات عبر الحدود الدولية (٣٢).

وقد استفاد الباحث من دراسة وتحليل الدراسات المرتبطة من خلال : الاستفادة من خبرات الباحثين السابقين في توليد أفكارا جديدة لمعالجة موضوع الدراسة، تحديد المحاور الرئيسية لأداة جمع البيانات، الاستفادة من نتائج تلك الدراسات في مناقشة نتائج هذه الدراسة .

منهجية وإجراءات الدراسة :

- ١- منهج الدراسة : استخدم الباحث المنهج الوصفي الميداني المناسب لأهداف هذه الدراسة .
- ٢- مجتمع الدراسة : يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في مجال الرياضة متضمنا (وزارة الشباب والرياضة - اللجنة الاولمبية المصرية- الاتحادات الرياضية -العاملين في مجال الاعلام الرياضى - مديريات الشباب والرياضة - الاندية الرياضية - مراكز الشباب) .
- ٣- عينة الدراسة : بلغت عينة الدراسة (٣٠٠) فرد من مجتمع الدراسة يشترط فيهم أن يكونوا من مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى بشكل متزايد (اكثر من ثلاث ساعات يوميا طبقا لما تحدده بعض الدراسات) ، ويوضح جدولى (١) ، (٢) التوصيف الاحصائى لعينة الدراسة .

جدول (١) توصيف عينة الدراسة طبقا للجهات المختلفة (ن = ٣٠٠)

م	الجهة	العدد	%
١	وزارة الشباب والرياضة .	٣٥	١١٫٦٧
٢	اللجنة الاولمبية المصرية .	١٠	٣٫٣٣
٣	الاتحادات الرياضية (الاولمبية - غير الاولمبية) .	٤٥	١٥
٤	العاملين في مجال الاعلام الرياضى	٦٩	٢٣
٥	مديريات الشباب والرياضة بالمحافظات	٥٢	١٧٫٣٣
٦	الاندية الرياضية	٥٥	٢٣٫٢٣
٧	مراكز الشباب	٣٤	١١٫٣٣
	المجموع	٣٠٠	%١٠٠

جدول (٢) التوصيف الاحصائى لعينة الدراسة طبقا للمتغيرات (ن = ٣٠٠)

المتغير	العدد	%	
النوع	ذكر	١٩٦	٦٥٫٣٣
	أنثى	١٠٤	٣٤٫٦٧
	المجموع	٣٠٠	١٠٠
المؤهل	دكتوراه	١٢	٤

١١٣٣	٣٤	ماجستير	العلمي
١٦٣٣	٤٩	دبلوم دراسات عليا	
٤٩٣٣	١٤٨	مؤهل عال	
١٩	٥٧	معهد سنتان .	
١٠٠	٣٠٠	المجموع	
٣٢	٩٦	اقل من ٥ سنوات	عدد سنوات الخبرة
٢٤	٧٢	من ٥-١٠ سنوات	
٢٣	٦٩	من ١٠-١٥ سنة	
٢١	٦٣	أكثر من ١٥ سنة	
١٠٠	٣٠٠	المجموع	
٣٧٣٣	١١٢	اقل من ٣٥	العمر
٢٤٦٧	٧٤	من ٣٥-٤٥	
٢١٦٧	٦٥	من ٤٥-٥٥ سنة	
١١٣٣	٤٩	اكثر من ٥٥ سنة	
١٠٠	٣٠٠	المجموع	
٦٩٦٧	٢٠٩	متزوج ويعول	الحالة الاجتماعية
٧	٢١	مطلق	
٣٦٧	١١	ارمل	
١٩٦٧	٥٩	اعزب	
١٠٠	٣٠٠	المجموع	
١٥	٤٥	وزارة الشباب والرياضة - لجنة اولمبية	جهة العمل
٢٨	٨٤	مديريات شباب ورياضة	
٣٤	١٠٢	اندية رياضية- مراكز شباب- اتحادات رياضية	
٢٣	٦٩	العاملين في مجال الاعلام الرياضى	
١٠٠	٣٠٠	المجموع	
٦٨	٢٠٤	قطاع عام	الوظيفة
١٦٦٧	٥٠	قطاع خاص	
١٥٣٣	٤٦	عمل حر	
١٠٠	٣٠٠	المجموع	

٤- أدوات جمع البيانات : استخدم الباحث في جمع البيانات استمارة الاستبيان من تصميمها واتباع الباحث في ذلك الخطوات التالية في إعداد الاستبيان : القراءات النظرية للمراجع العلمية وتحليل الدراسات والبحوث المرتبطة بموضوع الدراسة والمقابلات الشخصية غيرالمقننه مع عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الدراسة . حيث تم تحديد(٥) محاور للاستبيان وهي:-

- ١- أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل الراى العام فى المجال الرياضى .
 - ٢- أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي .
 - ٣- أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
 - ٤- المجالات التى يتم تناولها فى مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الراى العام فى المجال الرياضى .
 - ٥- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الراى العام فى المجال الرياضى .
- وأشتمل الاستبيان على ميزان تقدير ثلاثى(موافق /الى حدا ما /غير موافق) وتم تحديد الدرجات التالية وفقا لميزان التقدير وذلك على التوالي(٢-١- صفر).

٥- الدراسة الاستطلاعية : قام الباحث بأجراء دراسة استطلاعية بهدف التأكد من سلامة وسهولة فهم عبارات الاستبيان وإمكانية قراءتها وفهمها ،ومناسبة الوقت اللازم لاستقاء الاستبيان حتى لا يتضرر المختبر من طول الفترة التي يقضيها في الإجابة على الاستبيان ، تمت الدراسة الاستطلاعية فى الفترة من (٢٠١٨/٧/١) حتى (٢٠١٨/٧ /١٥) على عينة من العاملين فى المجال الرياضى وبلغت(٤٠) فرد من غير عينة الدراسة .

٦ - المعاملات العلمية للاستبيان :-

- **صدق المحتوى** : قام الباحث بحساب صدق المحتوى (صدق المحكمين): حيث تم عرض محاور الاستبيان وعباراته على مجموعة من المتخصصين(٥) خبراء في مجال الإدارة الرياضية يشترط فيهم أن يكون حاصل على درجة دكتوراه الفلسفة والأستاذية في مجال الإدارة الرياضية والاعلام الرياضى وان لا تقل على سنوات خبراته عن (٢٥) سنة في مجال التخصص وذلك لإبداء رأيهم وحكمهم على إن المحاور المختارة للاستبيان تتفق مع الغرض منه وان كل عبارة تنتمي للمحور الذي يتضمنها وكذلك مدى الوضوح في فهم كل عبارة ، وترك حرية استبعاد العبارات وإضافة عبارات جديدة يرونها مناسبة .ويوضح جدول(٣) عدد العبارات المستبعدة بعد العرض على الخبراء .

جدول (٣) النسبة المئوية لاتفاق رأى الخبراء على المحاور والعبارات (صدق المحكمين) (ن=٥)

م	المحاور	العبارات المبدئية	%	العبارات المستبعدة	العدد النهائي
١	أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعى لتشكيل الرأى العام فى المجال الرياضى .	٢٧	٣٢,٥٣	٢	٢٥
٢	أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعى .	١٠	١٢,٠٥	٢	٨
٣	أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعى .	١٠	١٢,٠٥	١	٩
٤	المجالات التى يتم تناولها فى مواقع التواصل الاجتماعى للتأثير على الرأى العام فى المجال الرياضى .	١٦	١٩,٢٨	١	١٥
٥	تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على الرأى العام فى المجال الرياضى .	٢٠	٢٤,١٠	١	١٩
	المجموع	٨٣	١٠٠	٧	٧٦

وقد جاءت النتائج كما يلي:-

- موافقة الخبراء بنسبة (١٠٠%) على مدى مناسبتة المحاور الخمسة المقترحة .
- موافقة الخبراء بنسبة (١٠٠%) على مدى كفاية المحاور .
- وفى حدود ما وضعه الباحث من نسبة لقبول رأى الخبراء وهو اتفاق (٨٠%) على الأقل لقبول العبارة ، وقد تم استبعاد عدد (٧) عبارة من المحاور الخمسة لعدم حصولها على المحك المقبول لدرجة الموافقة من قبل السادة الخبراء .
- **صدق الاتساق الداخلى** : قام الباحث بحساب قيمة معامل الارتباط بيرسون عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلى للمحور الذى تمثله وكذلك حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لمجموع المحاور، ويوضح جدول(٤) قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والمحور المنتمية إليه.

جدول (٤) معاملات الارتباط بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبيان (ن=٣٠)

رقم العبارة	قيمة ر	م	المحور الثانى	م	تابع المحور الرابع
١	٠,٥٤٧	٣	٠,٨٤٦	١٢	٠,٨٧٤
٢	٠,٦٥٤	٤	*٠,٢٦٧	١٣	٠,٧٧٤

٠.٨٤٤	١٤	*.٣١٨	٥	٠.٨٤١	٣
٠.٧٢٩	١٥	*.٣٢٤	٦	٠.٧٤١	٤
المحور الخامس		٠.٨٦٩	٧	٠.٨٥١	٥
٠.٨٠٢	١	٠.٧٤٦	٨	٠.٧٥٢	٦
٠.٦٨٨	٢	المحور الثالث		٠.٨٦٩	٧
٠.٦٩٥	٣	*.٢٥٤	١	*.٢٥٨	٨
٠.٧٧٨	٤	٠.٩١١	٢	٠.٦٦٧	٩
٠.٨١١	٥	٠.٨٨٧	٣	٠.٦٨٥	١٠
٠.٨٢٢	٦	٠.٧٤١	٤	٠.٧٤٧	١١
٠.٨٩١	٧	*.٢٥٢	٥	٠.٥٩٧	١٢
٠.٧٦٣	٨	٠.٩٦٣	٦	*.٢٥٠	١٣
٠.٨٦٢	٩	٠.٨٥٢	٧	٠.٨٧٢	١٤
٠.٦٩٨	١٠	٠.٧٤١	٨	٠.٧٦٢	١٥
٠.٧٨٧	١١	*.٢٣٣	٩	٠.٧٨٦	١٦
٠.٨١٢	١٢	المحور الرابع		*.٢٩٣	١٧
*.٣٠٩	١٣	٠.٦٥٥	١	٠.٦٨٤	١٨
*.٢٨٩	١٤	٠.٦٨٧	٢	٠.٨٤١	١٩
٠.٦٩٧	١٥	٠.٧٥٦	٣	*.٢٩٨	٢٠
٠.٨٦١	١٦	٠.٨١١	٤	٠.٧٤١	٢١
٠.٨٧١	١٧	٠.٦٥٨	٥	٠.٨٥٢	٢٢
*.٣١٦	١٨	٠.٨٢٥	٦	٠.٧٦٤	٢٣
٠.٨٥٧	١٩	*.٣١٩	٧	٠.٦٩٢	٢٤
----	----	٠.٦٦٣	٨	٠.٧٢٢	٢٥
----	----	٠.٦٥٥	٩	المحور الثاني	
----	----	٠.٦٩٩	١٠	٠.٧٥٤	١
----	----	٠.٨٢٢	١١	٠.٧٥٦	٢

• قيمة "ر" الجدولية = (٠.٣٥٨) عند مستوى معنوى (٠.٠١).*

ويتضح من جدول رقم (٣) استبعاد عدد (١٤) عبارة من المحاور الخمسة جاءت على النحو التالي : استبعاد عدد (٤) عبارات من المحور الاول ، (٣) عبارات من المحاور التالية (الثاني - الثالث - الخامس) ، واستبعاد عدد (١) عبارة من المحور الرابع وذلك لأنهم غير دالة إحصائياً حيث ان قيمة " ر " المحسوبة اقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوي (٠.٠١) . وبذلك أصبح عدد العبارات النهائية لاستمارة الاستبيان (٦٢) عبارة كما يوضحها جدول (٥) .

جدول (٥) الشكل النهائي لعبارات الاستبيان

م	المحاور	العدد النهائي للعبارات	%
١	أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل الرأي العام في المجال الرياضي .	٢١	٣٣.٨٧
٢	أ أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي .	٥	٨.٠٦
٣	أ أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .	٦	٩.٦٨
٤	المجالات التي يتم تناولها في مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام في المجال الرياضي .	١٤	٢٢.٥٨
٥	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام في المجال الرياضي .	١٦	٢٥.٨٠
	المجموع	٦٢	١٠٠

حساب الثبات : ولتحقيق ثبات الاستبيان، قام الباحث باستخدام معامل (الفكرونباخ) ، وجاءت نتيجة

حساب معاملات الثبات كما يوضحها جـول (٦)

جدول (٦) قيم معامل ألفا Alpha لمحاو الاستبيان

م	المحاور	قيمة معامل الفا
١	أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل الرأي العام في المجال الرياضي	٠.٨٤٥
٢	أ أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي .	٠.٧٦٥
٣	أ أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .	٠.٨٦٤
٤	المجالات التي يتم تناولها في مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام في المجال الرياضي .	٠.٧٩١
٥	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام في المجال الرياضي .	٠.٨٨٥
	المجموع	١٠٠

يتضح من جدول (٦) أن قيم المعاملات للثبات بطريقة " الفا " تتراوح بين (٠.٧٦٥ ، ٠.٨٨٥) وذلك يشير أن الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات.

التطبيق الميداني للدراسة : قام الباحث بتطبيق الدراسة خلال الفترة (٢٥/٧/٢٠١٨) حتى (٢٧/٩/٢٠١٨)

الخطة الإحصائية للدراسة : استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية : المتوسط الحسابي - معامل الارتباط بيرسون - معامل الفا كرونباخ - النسب المئوية

عرض ومناقشة النتائج :

اولا : عرض النتائج :

توضح الجدوال من جدول (٩) الى جدول (١٣) التكرارات ، المجموع التقديري ، النسب المئوية، الترتيب لكل

جدول (٩) المحور الاول : أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل الرأى العام فى المجال الرياضى . (ن = ٣٠٠)

الترتيب	%	المجموع التقديرى	التكرارات			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
٤	٨٩ر٥	٥٣٧	١٨	٢٧	٢٥٥	اتاحة الفرصة للتعبير عن الاراء بحرية مطلقة فى مناقشة القضايا الرياضية.	١
١٠	٨٥ر٥	٥١٣	٣٢	٢٣	٢٤٥	الاتصال بالأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد فى المجال الرياضى .	٢
١١	٨٤ر٨	٥٠٩	٣٤	٢٣	٢٤٣	التسلية والترويح فى مواقع التواصل الاجتماعى .	٣
١٢	٨٤	٥٠٤	٣٧	٢٢	٢٤١	تنمية المهارات الشخصية والحياتية والتعامل مع الآخرين فى المجال الرياضى .	٤
١	٩٠ر١٧	٥٤١	١٧	٢٥	٢٥٨	اتاحة للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين فى المجال الرياضى .	٥
١٤م	٨١ر٣٣	٤٨٨	٤٧	١٨	٢٣٥	التعبير عن الذات .	٦
١٤	٨١ر٣٣	٤٨٨	٤٥	٢٢	٢٣٣	التوعية فى عرض أنشطة مختلفة فى المجال الرياضى.	٧
١٣	٨٢ر٥	٤٩٥	٣٥	٣٥	٢٣٠	نظراً لحدائه مواقع التواصل الاجتماعى وتطورها .	٨
١٦	٨٠ر٨٣	٤٨٥	٢٥	١٥	٢٣٥	توفر الحماية للمعلومات الشخصية بعكس المواقع الاخرى .	٩
٦	٨٨ر٨٣	٥٣٣	٢١	٢٥	٢٥٤	الاحاطة بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولا بأول فى المجال الرياضى.	١٠
١٩	٧٨ر١٧	٤٦٩	٥٦	١٦	٢٢٥	تزايد الاهتمام باتجاهات واحوال الدولة ومتابعة أخبارها خاصة فى المجال الرياضى .	١١
٩	٨٧ر٦٧	٥٢٦	٢٤	٢٦	٢٥٠	تأييد الاحتياجات على بعض القرارات الحكومية فى المجال الرياضى .	١٢
٢٠	٧٧	٤٦٢	٦٠	١٨	٢٢٢	زيادة قدرة المؤسسة الرياضية فى التعامل مع وسائل الاعلام .	١٣
٢١	٧٦ر١٧	٤٥٧	٦٣	١٧	٢٢٠	استمرارية اداء المؤسسة الرياضية اعلاميا .	١٤
٧	٨٨ر٦٧	٥٣٢	٢١	٢٦	٢٥٣	تحسين صورة وسمعة المؤسسة الرياضية .	١٥
٨	٨٨ر١٧	٥٢٩	٢٣	٢٥	٢٥٢	التواصل الفورى والسريع مع العاملين والعملاء بالمؤسسة الرياضية .	١٦
١٨	٧٧ر٦٧	٤٦٦	٥٩	١٦	٢٢٥	تزويد وسائل الاعلام المختلفة بالمعلومات الصحيحة .	١٧
١٧	٧٩ر٦٧	٤٧٨	٤٨	٢٨	٢٢٤	ازالة الاثار السلبية على مستوى العاملين والعملاء .	١٨
٥	٨٩ر٣٣	٥٣٦	١٩	٢٦	٢٥٥	المساهمة فى استمرارية كشف ومواجهة الفساد والمخالفات .	١٩
٢م	٨٩ر٦٧	٥٣٥	١٩	٢٧	٢٥٤	المساهمة فى تغيير القرارات لبعض الجهات الرياضية .	٢٠
٢	٨٩ر٦٧	٥٣٦	١٨	٢٨	٢٥٤	تغيير الصورة الذهنية فى مجالات سوق العمل بالشباب والرياضة .	٢١

جدول (١٠) المحور الثاني : اشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي . (ن = ٣٠٠)

الترتيب	%	المجموع التقديري	التكرارات			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
٥	٨٣ر٨٣	٥٠٣	٣٧	٢٣	٢٤٠	محادثة صوتية .	١
٤	٨٥ر١٧	٥١١	٣٤	٢١	٢٤٥	مناقشة جماعية .	٢
١	٨٩ر١٧	٥٣٥	٢٠	٢٥	٢٥٥	رسالة بريدية .	٣
٢	٨٨	٥٢٨	٢٢	٢٨	٢٥٠	مشاركة الملفات (الصوت - الصورة) .	٤
٣	٨٦ر١٧	٥١٧	٣٠	٢٣	٢٤٧	رسائل محادثة (شات) .	٥

جدول (١١) المحور الثالث : اساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي . (ن = ٣٠٠)

الترتيب	%	المجموع التقديري	التكرارات			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
١	٨٩	٥٣٤	١٨	٣٠	٢٥٢	عرض أخبار ومعلومات التي تتعلق بالمشكلات و اوجة القصور .	١
٢	٨٨ر٣٣	٥٣٠	٢٠	٣٠	٢٥٠	تقديم آراء حول المخالفات ومواجهة الفساد .	٢
٣	٨٧ر٦٧	٥٢٦	٢٣	٢٨	٢٤٩	التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري	٣
٤	٨٦ر٦٧	٥٢٠	٢٧	٢٦	٢٤٧	وضع لقطات مصورة عن المخالفات و اوجة القصور .	٤
٦	٨٥	٥١٠	٣٢	٢٦	٢٤٢	عرض تساؤلات عن هذه المخالفات ودور اجهزة الدولة .	٥
٥	٨٥ر٨٣	٥١٥	٣٠	٢٥	٢٤٥	تقديم مبادرات لحل المشكلات والخلافات .	٦

جدول (١٢) المحور الرابع : المجالات التي يتم تناولها في مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الراى العام فى المجال الرياضى. (ن = ٣٠٠)

الترتيب	%	المجموع التقديرى	التكرارات			العبارات	م
			موافق	الى حدا ما	غير موافق		
١	٩٠.١٧	٥٤١	٢٥٧	٢٧	١٦	المطالبة بإصلاحات فى قانون الرياضة .	١
٢	٨٩.٥	٥٣٧	٢٥٥	٢٧	١٨	المطالبة باصلاحات لمعالجة المشكلات فى المجال الرياضى .	٢
١٣	٧٥.٨٣	٤٥٥	٢٢٠	١٥	٦٥	تغيير الوزير الشباب والرياضة .	٣
١٤	٧٣.٣٣	٤٤٠	٢١٠	١٠	٨٠	تغيير لجنة الشباب والرياضة .	٤
١٢	٨٠.٨٣	٤٨٥	٢٣٥	١٥	٢٥	تغيير مجالس ادارة الاندية .	٥
٦	٨٧.٥	٥٢٥	٢٥٠	٢٥	٢٥	إجراء انتخابات تتميز بالنزاهة والشفافية .	٦
٤	٨٨.٥	٥٣١	٢٥٢	٢٧	٢١	محاربة الفساد والفاستدين والمشكلات فى المجال الرياضى .	٧
٨	٨٦.١٦	٥١٧	٢٤٦	٢٥	٢٩	اعادة توجيه المال العام و ثروات الدولة .	٨
١٠	٨٤.٥	٥٠٧	٢٤٠	٢٧	٣٣	تحسين الأوضاع الاقتصادية للعاملين فى مجال الشباب والرياضة .	٩
٣	٨٨.٨٣	٥٣٣	٢٥٤	٢٥	٢١	التصدي لمشكلتي المحسوبية وغياب الكفاءات .	١٠
٩	٨٤.٨٣	٥٠٩	٢٤٣	٢٣	٣٤	مخالفات وزارة الشباب والرياضة .	١١
١١	٨٤.١٧	٥٠٥	٢٤٠	٢٥	٣٥	مخالفة الاتحادات الرياضية الاولمبية وغير الاولمبية والتنوعية .	١٢
٥	٨٨	٥٢٨	٢٥١	٢٦	٢٣	مخالفات اللجنة الاولمبية المصرية .	١٣
٧	٨٦.٥	٥١٩	٢٤٧	٢٥	٢٨	نشاطات وفعاليات الاتحادات الرياضية المختلفة .	١٤

جدول (١٣) المحور الخامس : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الراى العام فى المجال الرياضى (ن = ٣٠٠)

الترتيب	%	المجموع التقديرى	التكرارات			العبارات	م
			موافق	الى حد ما	غير موافق		
٢	٩٠	٥٤٠	١٧	٢٦	٢٥٧	الآراء التي يتم طرحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح .	١
٣	٨٩ر٦٧	٥٣٨	١٦	٣٠	٢٥٤	طرحت مواقع التواصل الاجتماعي كل الآراء المتعلقة بالإصلاح في المجال الرياضى .	٢
٧	٨٨ر٦٧	٥٣٢	١٩	٣٠	٢٥١	حثدت مواقع التواصل الاجتماعي الجماهير للمشاركة في المسيرات والاحتجاجات .	٣
٨	٨٨ر١٧	٥٢٩	٢٣	٢٥	٢٥٢	دفعت الحكومة المصرية إلى الاستجابة لإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية.	٤
٩	٨٨ر٥	٥٣١	١٧	٣٥	٢٤٨	المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع سياسية معينة .	٥
٥	٨٩ر١٧	٥٣٥	١٠	٤٥	٢٤٥	المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع شخصية للنيل من أشخاص معينين .	٦
١٠	٨٨	٥٢٨	١٦	٤٠	٢٤٤	المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي ينتمون لأحزاب سياسية معينة .	٧
٤	٨٩ر٥	٥٣٧	١٨	٢٧	٢٥٥	تكوين الآراء تجاة بعض القضايا والاتجاهات .	٨
١٣	٨١ر٦٧	٤٩٠	٤٠	٢٠	٢٣٥	مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات دقيقة .	٩
١٦	٧٥	٤٥٠	٧٠	١٠	٢٢٠	الصحف والاذاعة والتلفزيون فقط هي الوسائل القادرة على تكوين رأي عام .	١٠
١٥	٧٦ر٦٧	٤٦٠	٦٥	١٠	٢٢٥	وسائل الإعلام الجماهيرية هي التي تؤثر فى الراى العام فى القضايا الجماهيرية.	١١
١٢	٨٤ر٨٣	٥٠٩	٢٢	٢٥	٢٥٣	مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها في الأمور العامة .	١٢
١١	٨٦	٥١٦	٣٠	٢٤	٢٤٦	مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة دائما .	١٣
٦	٨٩	٥٣٤	١٨	٣٠	٢٥٢	مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين .	١٤
١	٩١ر٦٧	٥٥٠	-----	٥٠	٢٥٠	الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) الرسمية تعرض رأياً بعينه على الجمهور .	١٥
١٤	٧٨ر٣٣	٤٧٠	٦٠	١٠	٢٣٠	مواقع التواصل الاجتماعي بها مجموعات متجانسة ومتشابهة فى الراى دائما .	١٦

مناقشة النتائج :

- المحور الاول : أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل الرأي العام في المجال الرياضي .
يتضح من جدول (٩) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة الدراسة تتراوح ما بين (٩٠ر١٧%)
و(٧٦ر١٧%) وان العبارات الاعلى من (٨٥%) بلغت (١٠) عبارات وجاءت على النحو التالي :-
١- اتاحة للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين في المجال الرياضي. بنسبة مئوية (٩٠%).
٢- تغيير الصورة الذهنية في مجالات سوق العمل بالشباب والرياضة. بنسبة مئوية (٨٩ر٦٧%).
٣- المساهمة في تغيير القرارات لبعض الجهات الرياضية . بنسبة مئوية (٨٩ر٦٧%).
٤- اتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة في مناقشة القضايا الرياضية. بنسبة مئوية (٨٩ر٥%).
٥- المساهمة في استمرارية كشف ومواجهة الفساد والمخالفات في المجال الرياضي . بنسبة مئوية (٨٩ر٣٣%).
٦- الاحاطة بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولا بأول في المجال الرياضي . بنسبة مئوية (٨٨ر٨٣%).
٧- تحسين صورة وسمعة المؤسسة الرياضية . بنسبة مئوية (٨٨ر٦٧%).
٨- التواصل الفوري والسريع مع العاملين والعملاء بالمؤسسة الرياضية بنسبة مئوية (٨٨ر١٧%).
٩- تأييد الاحتياجات على بعض القرارات الحكومية في المجال الرياضي. بنسبة مئوية (٨٧ر٦٧%).
١٠- الاتصال بالأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد في المجال الرياضي. بنسبة مئوية (٨٥ر٥%).

ويرجع الباحث ذلك الى : ان مواقع التواصل الاجتماعي قد تسهم في حسن إستغلال الوقت المتاح لتشكيل الرأي العام في المجال الرياضي بالاضافة الى الاستغلال الكفاء للموارد البشرية المتاحة وضمان سرعة توجيهها للتعامل مع العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام في المجال الرياضي كما تعكس هذه النتائج أهمية الدور الذي تلعبه هذه المواقع على الصعيد الاجتماعي، لمساهمتها بالتواصل مع الآخرين، وسرعة وسهولة هذا التواصل، وكسب أصدقاء ومعارف جدد، وغيرها من الدوافع التي تعكس طبيعة الاستخدامات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي.

ويتفق ذلك مع ما ذكره : كلا من : عباس صادق (٨)(٢٠١٤) ، ميرهان ابو الفتوح (٢٨)(٢٠١٧) ، بسنت البطريق (٦)(٢٠١٨) ، غادة حسن (١٩)(٢٠١٨) على ان مواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت علاقات الأفراد أكثر تداخلا واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، وان اهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، وذلك لعدم وجود أي نوع من الرقابة على الآراء التي يطرحها

المشاركون في هذه المواقع الاجتماعية ، الذين يرون فيها منبراً حراً يطرحون فيه آراءهم دون أية تدخلات من هذه الوسائل، كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيراً حاسماً على الأفراد المشاركين فيها.

المحور الثاني : أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي .

- يتضح من جدول (١٠) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة الدراسة تتراوح ما بين (١٧ر٨٩%) و(٨٣ر٨٣%) وان العبارات الاعلى من (٨٥%) بلغت (٤) عبارات وجاءت على النحو التالي :-
- ١- رسالة بريدية . بنسبة مئوية (١٧ر٨٩%) .
 - ٢- مشاركة الملفات (الصور - الفيديو) . بنسبة مئوية (٨٨%) .
 - ٣- رسائل محادثة (شات). بنسبة مئوية (١٧ر٨٦%) .
 - ٤- مناقشة جماعية . بنسبة مئوية (١٧ر٨٥%) .

ويرجع الباحث ذلك الى: ان الرسائل البريدية هي الاسهل والاسرع انتشارا من أشكال واليات التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي مما يسهم في تكوين وتشكيل رأى عام في اى موضوع أو قضية من موضوعات والقضايا المرتبطة بالرياضة .

ويتفق ذلك مع ما ذكره كلا من : وليد النحاس (٢٩)(٢٠١٨) ، زاهر رامى (١٢)(٢٠٠٣) ، ياسمين السيد (٣٠)(٢٠١٨) ، على تعدد وتنوع اشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي وان الرسائل البريدية ومشاركة ملفات الصور او الفيديو تاتي في المرتبة الاولى الاكثر استخداما بين مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي اذ تتيح هذه الخدمة سهولة وسرعة وصول المعلومات والبيانات المراد نشرها مما يؤثر في تكوين اتجاهات الرأى العام .

المحور الثالث : أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

- يتضح من جدول (١١) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة الدراسة تتراوح ما بين (٨٩%) و(٨٥%) وان العبارات الاعلى من (٨٥%) بلغت (٥) عبارات وجاءت على النحو التالي :-
- ١- عرض أخبار ومعلومات التي تتعلق بالمشكلات واوجة القصور . بنسبة مئوية (٨٩%) .
 - ٢- تقديم آراء حول المخالفات ومواجهة الفساد . بنسبة مئوية (٣٣ر٨٨%) .
 - ٣- التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري . بنسبة مئوية (٦٧ر٨٧%) .
 - ٤- وضع لقطات مصورة عن المخالفات واوجة القصور . بنسبة مئوية (٦٧ر٨٦%) .
 - ٥- تقديم مبادرات لحل المشكلات والخلافات . بنسبة مئوية (٨٣ر٨٥%) .

ويرجع الباحث ذلك الى: اهتمام ووعى عينة الدراسة بتوجيه مواصل ٦٩ التواصل الاجتماعي نحو التأثير الايجابي لها بما يدل على وعى واهتمام عينة الدراسة بالشان

العام ورغبتهم فى عرض اى معلومات صحيحة ودقيقة تتعلق بالمشكلات المرتبطة بالمؤسسات الرياضية بما يسهم فى توجيه الرأى العام فى تلك المؤسسة .

ويتفق ذلك مع ما ذكره كلا من : ميشيل فانسون Michael Faison (٣٥)(٢٠١٢) ، حسين هتيمى (٩)(٢٠١٥) ، ريهام امبابى (١١)(٢٠١٨) ، مها بهنسى (٢٧)(٢٠١٨) ، حاتم عاطف (٧)(٢٠١٨). إذ تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات فى اساليب المشاركة أهمها: الغاء الحواجز الجغرافية والمكانية، وتجاوز الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد فى هذا العالم الافتراضى التواصل مع أي شخص فى أي مكان. وتفتح للفرد خاصية التفاعلية: فهو مستقبل وقارئ ومرسل وكاتب ومشارك عكس الوسائل التقليدية فى الإعلام التقليدى .

المحور الرابع : المجالات التى يتم تناولها فى مواقع التواصل الاجتماعى للتاثير على الرأى العام فى المجال الرياضى.

يتضح من جدول (١٢) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة الدراسة تتراوح ما بين (٩٠.١٧%) و (٣٣.٣٣%) وان العبارات الاعلى من (٨٥%) بلغت (٨) عبارات وجاءت على النحو التالى :-

- ١- المطالبة بإصلاحات فى قانون الرياضة . بنسبة مئوية (٩٠.١٧%) .
- ٢- المطالبة باصلاحات لمعالجة الفساد فى المجال الرياضى . بنسبة مئوية (٨٩.٥%) .
- ٣- التصدي لمشكلتي المحسوبة وغياب الكفاءات . بنسبة مئوية (٨٣.٨٨%) .
- ٤- محاربة الفساد والفاستدين والمشكلات فى المجال الرياضى . بنسبة مئوية (٨٨.٥%) .
- ٥- مخالفات اللجنة الاولمبية المصرية . بنسبة مئوية (٨٨%) .
- ٦- إجراء انتخابات تتميز بالنزاهة والشفافية . بنسبة مئوية (٨٧.٥%) .
- ٧- نشاطات وفعاليات الاتحادات الرياضية المختلفة . بنسبة مئوية (٨٦.٥%) .
- ٨- اعادة توجيه المال العام و ثروات الدولة . بنسبة مئوية (٨٦.٦%) .

ويرجع الباحث ذلك الى : اهتمام عينة الدراسة الى توجيه مواقع التواصل الاجتماعى الى المطالبة بالعديد من الاصلاحات فى قانون الرياضة (قبل او بعد صدوره)ومعالجة اوجة الفساد فى المؤسسات الرياضية المختلفة حتى لا يتحول الى شكل من اشكال الفساد المؤسسى واعادة توجيه المال العام فى المؤسسات الرياضية بما يحقق اهداف تلك المؤسسات ، معالجة أوجة الفساد فى المؤسسات الرياضية مما يتيح مناخا تربويا يتميز بالنزاهة والشفافية .

ويتفق ذلك مع ما ذكره كلا من : حسنى عوض (٨)(٢٠١٢) ، محمود هارون

(٢٢)(٢٠١٧) ، سارة البش (١٣)(٢٠١٨) ، لورد ايش

(٣٢) Catherine ، O'Donnell ، (٣٥)(٢٠١٣) Lordache

(٢٠١١) ، مروة السواح (٢٤)(٢٠١٨)، يسرا الفاروق (٣١)(٢٠١٧) : أن مجالات تناول الموضوعات في مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات مثل الحراك الجماهيري أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، وهو ما أكدته معظم الدراسات السابقة التي أوضحت الدور المتعاظم لمواقع التواصل الاجتماعي خلال الثورات والتحوليات والحراك السياسي الذي يشهده العالم العربي والتي استطاعت حشد (الجماهير) خلال الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية منذ عام (٢٠١١) وحتى الان .

المحور الخامس : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام في المجال الرياضي .

يتضح من جدول(١٣) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة الدراسة تتراوح ما بين (٦٧ر٩١%) و

(٧٥%) وان العبارات الاعلى من (٨٥%) بلغت (١١) عبارة جاءت على النحو التالي :-

١- الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) الرسمية تعرض رأياً بعينه على الجمهور . بنسبة مئوية(٦٧ر٩١%) .

٢- الآراء التي يتم طرحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح . بنسبة مئوية (٩٠%) .

٣- طرحت مواقع التواصل الاجتماعي كل الآراء المتعلقة بالإصلاح في المجال الرياضي . بنسبة مئوية (٦٧ر٨٩%) .

٤- تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والاتجاهات . بنسبة مئوية (٨٩%) .

٥- المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع شخصية للنيل من أشخاص معينين . بنسبة مئوية (٨٩ر١٧%) .

٦- مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين . بنسبة مئوية (٨٩%) .

٧- حشدت مواقع التواصل الاجتماعي الجماهير للمشاركة في المسيرات والاحتجاجات . بنسبة مئوية (٦٧ر٨٨%) .

٨- دفعت الحكومة المصرية إلى الاستجابة لإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية . بنسبة مئوية(٦٧ر٨٨%) .

٩- المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع سياسية معينة. بنسبة مئوية (٨٨ر٨٨%) .

١٠- المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي يروجون لأحزاب سياسية معينة . بنسبة مئوية (٨٨%) .

١١- مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة دائماً . بنسبة مئوية (٨٦%) .

ويرجع الباحث ذلك الى : ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الان احدى وسائل

الديمقراطية عن طريق تكوين الوعي فالمضمون الذى تتوجه به هذه المواقع الاجتماعية عبر رسائل اخبارية أو ثقافية أو ترويجية أو غيرها لا يؤدي بالضرورة الى ادراك الحقيقة فقط بل انه يسهم فى تكوين الحقيقة والرأى العام وحل اشكالياتها باعتبار مواقع التواصل الاجتماعى منصات وادوات تسويق ونشر المعلومات .من خلال العالم الافتراضى لها بما يسهم فى التأثير على الرأى العام فى المجال الرياضى .

ويتفق ذلك مع ما ذكره كلا من :منير حجاب(٢١)(٢٠٠٥)، احمد بدر (٤)(٢٠٠٧)، ابراهيم امام (٢)(٢٠٠٨)، Sarah John (٣٦) (٢٠١٢) ، سعيد سراج (٨)(٢٠١٣)، رافت عبد الرازق(١٠)(٢٠١٣)، فاروق يوسف (٢٠)(٢٠١٤) ، ممدوح الحيطى (٢٦)(٢٠١٥) ، احمد محمد (٣)(٢٠١٨)، ايمان الهباب(٥)(٢٠١٨) ، مها بهنسى (٢٧)(٢٠١٨) ان مواقع التواصل تلعب دورا فعلا فى تعبئة الرأى العام تجاه بعض القضايا السياسية، مثلا أصبحت تمثل مجالا لحشد الجماهير فى الاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات محليا، وكذا فتحت المجال للدعاية الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية، إذ نجد على مستوى مواقع التواصل الاجتماعى يتم تكوين جماعات لنشر البرامج الانتخابية وكسب التأييد الشعبى، وهنا يتجلى بوضوح التقاطع بين عالمية ومحلية التأثير الخاص بمواقع التواصل الاجتماعى فى تكوين وتشكيل الرأى العام .

الاستنتاجات والتوصيات

اولا : الاستنتاجات :

المحور الاول : أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعى لتشكيل الرأى العام فى المجال الرياضى .

- ١- اتاحة للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين فى المجال الرياضى.
- ٢- تغيير الصورة الذهنية فى مجالات سوق العمل بالشباب والرياضة.
- ٣- المساهمة فى تغيير القرارات لبعض الجهات الرياضية .
- ٤- اتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة فى مناقشة القضايا الرياضية.
- ٥- المساهمة فى استمرارية كشف ومواجهة الفساد والمخالفات فى المجال الرياضى .
- ٦- الاحاطة بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولا بأول فى المجال الرياضى .
- ٧- تحسين صورة وسمعة المؤسسة الرياضية .
- ٨- التواصل الفورى والسريع مع العاملين والعملاء بالمؤسسة الرياضية .
- ٩- تأييد الاحتياجات على بعض القرارات الحكومية فى المجال الرياضى.
- ١٠ - الاتصال بالأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد فى المجال الرياضى.

- ١- رسالة بريدية .
 - ٢- الملفات (الصور - الفيديو) .
 - ٣- رسائل محادثة (شات) .
 - ٤- مناقشة جماعية .
- المحور الثالث : أساليب المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .**

- ١- عرض أخبار ومعلومات التي تتعلق بالمشكلات وواجهة القصور .
- ٢- تقديم آراء حول المخالفات ومواجهة الفساد .
- ٣- التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري .
- ٤- وضع لقطات مصورة عن المخالفات وواجهة القصور .
- ٥- تقديم مبادرات لحل المشكلات والخلافات .

المحور الرابع : المجالات التي يتم تناولها في مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام في المجال الرياضي.

- ١- المطالبة بإصلاحات في قانون الرياضة .
- ٢- المطالبة باصلاحات لمعالجة الفساد في المجال الرياضي .
- ٣- التصدي لمشكلتي المحسوبة وغياب الكفاءات .
- ٤- محاربة الفساد والفاستين والمشكلات في المجال الرياضي.
- ٥- مخالفات اللجنة الاولمبية المصرية .
- ٦- إجراء انتخابات تتميز بالنزاهة والشفافية .
- ٧- نشاطات وفعاليات الاتحادات الرياضية المختلفة.
- ٨- اعادة توجيه المال العام و ثروات الدولة .

المحور الخامس : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام في المجال الرياضي .

- ١- الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) الرسمية تعرض رأياً بعينه على الجمهور .
- ٢- الآراء التي يتم طرحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح .
- ٣- طرحت مواقع التواصل الاجتماعي كل الآراء المتعلقة بالإصلاح في المجال الرياضي .
- ٤- تكوين الآراء تجاة بعض القضايا والاتجاهات .
- ٥- المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع شخصية للنيل من أشخاص معينين .
- ٦- مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين .
- ٧- حشدت مواقع التواصل الاجتماعي الجماهير للمشاركة في المسيرات والاحتجاجات .
- ٨- دفعت الحكومة المصرية إلى الاستجابة لإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية .

- ٩- المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع سياسية معينة.
 ١٠- المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي يروجون لأحزاب سياسية معينة .
 ١١- مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة دائما .

ثانيا : التوصيات :

في ضوء هدف الدراسة ومنهجها واجراءتها واستنتاجاتها يوصى الباحث بما يلي :-

- ١- اخضاع مواقع التواصل الاجتماعي لمزيد من الدراسات المتعمقة التحليلية والميدانية التي تقوم بها كليات التربية الرياضية للاستفادة منها في رصد تيارات واتجاهات الرأي العام خاصة في القضايا الامنية والقضايا الحيوية ، ومعرفة دوافع هذه الاستخدامات والاشباكات المحققة منها ، وتوصية أن تتواكب مناهج كليات التربية الرياضية والاعلام مع كل المستجدات في هذا الموضوع .
 ٢- الدعوة لانشاء مجموعات عمل تضم خبراء في ادارة الازمات في المجال الرياضي لمراقبة ودراسة مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أكثر فعالية في التواصل مع الجمهور الرياضي في التركيز على الجوانب الايجابية وتجاوز السبية منها .
 ٣- الدعوة الى قيام المؤسسات الرياضية (الاندية - الاتحادات الرياضية) الى انشاء صفحات الكترونية رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي تعبر عن حالة من الحوار مع الاعضاء وطرح المناقشات الجادة والفعالة من اجل المساهمة في تشكيل رأى عام داخل المؤسسة الرياضية يسعى الى التطوير ورفع كفاءة المؤسسة الرياضية .

قائمة المراجع :

المراجع العربية :

- ١- الاء عادل عيد (٢٠١٦) : " تعرض الشباب الجامعي للارهاب الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم للانترنت " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة المنوفية .
 ٢- ابراهيم محمد إمام (٢٠٠٨) : الإعلام والاتصال بالجماهير ، ط٣ ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة .
 ٣- احمد حسن محمد (٢٠١٨) : " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو مشكلات العنف الاسرى - دراسة تحليلية ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة .
 ٤- أحمد محمد بدر (٢٠٠٧) : " الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة" ، ط٣ ، مكتبة الأنجلو ، القاهرة .
 ٥- ايمان عبد الحميد الهباب (٢٠١٨) : " دور شبكات التواصل الاجتماعي في

- التنشئة السياسية لدى شباب القرية - دراسة ميدانية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب،جامعة المنصورة .
- ٦- بسنت احمد البطريق(٢٠١٨) : " دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية لدى الشباب المصرى " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام،جامعة القاهرة .
- ٧- حاتم محمد عاطف (٢٠١٨) : " الشائعات وعلاقتها بتكوين الرأى العام وصناعة القرار فى مصر - دراسة تطبيقية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة .
- ٨- حسنى محمد عوض (٢٠١٢) : اثر مواقع التواصل الاجتماعي فى تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب ، المجلة العلمية ، جامعة القدس المفتوحة ، القدس ، فلسطين .
- ٩- حسين محمود هتمى (٢٠١٥) : العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ١٠- رافت مهند عبد الرزاق (٢٠١٣) : " دور مواقع التواصل الاجتماعي فى تشكيل الوعى السياسى " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب والعلوم ، جامعة البترا ، عمان ، الاردن .
- ١١- ريهام يحيى امبابى (٢٠١٨) : " الاساليب الاتصالية المستخدمة بالوزرات المصرية فى ادارة الازمات وعلاقتها باتجاهات الرأى العام المصرى تحوها " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة عين شمس .
- ١٢- زاهر محمد رامى (٢٠٠٣) : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى العالم العربي، مجلة التربية، ع ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان، الاردن .
- ١٣- سارة عبد الحميد البش (٢٠١٨) : " دور وسائل الاتصال الحديثة فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو ثقافة الحوار - الفيس بوك نموذجا " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة .
- ١٤- سعود محمد العجمى (٢٠١٦) : " دور شبكات التواصل الاجتماعي فى بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، القاهرة .
- ١٥- سعيد احمد سراج (٢٠١٣) : " الرأى العام ومقوماته وأثره فى النظم السياسية المعاصرة " ، ط ٢، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة .
- ١٦- سمير محمد حسين (٢٠١٢) : " الرأى العام - الأسس النظرية والجوانب المنهجية " ، ط ٢ ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ١٧- عباس مصطفى صادق (٢٠١٤) : الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط ٢ ، دار الشروق للنشر و الطباعة، القاهرة .

- ١٨- علاء الدين محمد المليجي (٢٠١٥) : الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع ، الاسكندرية .
- ١٩- غادة الهامى حسن (٢٠١٨) : دور مواقع التواصل الاجتماعي فى تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصرى (ثقف نفسك - ثقافة دراسة تطبيقية) " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة .
- ٢٠- فاروق محمد يوسف(٢٠١٤) : "الرأى العام" ، ط٢ ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- ٢١- محمد منير حجاب (٢٠٠٥) : " أساسيات الرأى العام " سلسلة دراسات ، ط٢ ، دارعالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة
- ٢٢- محمود طارق هارون (٢٠١٧): الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها فى المعرفة البشرية :بين النظرية والتطبيق ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ٢٣- محى الدين اسماعيل الديهى (٢٠١٥) : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين " مكتب الوفاء القانونية ، الاسكندرية .
- ٢٤- مروة ماجد السواح (٢٠١٨) : " دور العلاقات العامة بالاندية الرياضية فى تشكيل صورتها الذهنية عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة .
- ٢٥- مشاري محمد مرسي (٢٠١٥) : شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة فى الوظائف، ط٢، دار المستقبل العربي للنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان.
- ٢٦- ممدوح عبد الواحد الحيطى (٢٠١٥) : شبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات السياسية فى المجتمع المصرى " ، دار ومكتبة الاسراء للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ٢٧- مها السيد بهنسى (٢٠١٨) : " استخدام الشبكات الاجتماعية فى التعبئة السياسية للجماهير فى مصر " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة .
- ٢٨- ميرهان محمد ابو الفتوح (٢٠١٧) : " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على الثقافة السياسية فى مصر : دراسة حالة للجامعات المصرية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، القاهرة .
- ٢٩- وليد محمد النحاس(٢٠١٨) : " دور المواقع الاخبارية والتواصل الاجتماعي فى تشكيل اتجاهات الراى العامالمصرى نحو القضايا العامة " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة .
- ٣٠- ياسمين محمد السيد (٢٠١٨) : " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو أداة الحكومة " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية

الإعلام ، جامعة القاهرة .

٣١- يسرا عمر الفاروق (٢٠١٧) : " الدور السياسى لشبكات التواصل الاجتماعى وتحولات المجال العام - الحالة المصرية نموذجا " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة .

ثانيا : المراجع الاجنبية :

32- Catherine , O'Donnell (2011) **New Study Quantifies use of social media in Arab Spring.**

33- James Johnson, (2007) **Public sphere, postmeclernism and polimic, the American political Science, Vol.88,No.2.**

34-Michael Faison (2009) **communicating out of crisis,1st ed., Macmillan press, London, p.5.**

35- Iordache, D. D. Lamanaukas, V. (2015):**"Exploring the Usage of Social Networking Websites: Perceptions and Public Opinions of Romanian University Students"**. Informatica. Economică; 17 (4).

36 - Samuel Coad Dyer (2012) **Getting People In Crisis Communication Plane, public relations quarterly, Vol.40, Fall. No.3, p.38.**

37- Sarah John (2012) : **World Development book case study: the role of social networking in the Arab Spring.**

ثالثا : شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) :

٣٨-مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها :

= <http://knol.google.com/k%d85/>