

دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاه اتخاذ القرار بالنسبة للهيئات الرياضية

أ.م.د/ شريف محمود أبو العينين

استاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية
كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة -
جامعة حلوان

اهمية ومشكلة البحث :

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة و تعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر ، يوتوب ، وغيرها ، وانتشرت بشكل كبير في الآونة الأخيرة وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجالات المختلفة ومنها الهيئات الرياضية ، بشكل كبير وخطير وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمال وهو ما يجعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة والتي أصبح الهيئات الرياضية يعاني منها معاناة شديدة فقد ساعدت على انتشار العنف والشغب وساهمت كثيرا في اثاره العديد من المشكلات الرياضية وغيرت فكر المتابعين لها (3 : 35) .

ونتيجة لانتشار العديد من المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط- التواصل الاجتماعي- إلا أنه بالرغم من تعدد تلك المواقع يظل هناك بعض المواقع تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

1- الفيس بوك:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط وصدقات جيدة من خلاله ، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف بالمجتمع بهويتهم. (2 : 114)

2- تويتر:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية ، فهو موقع مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة. يصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفاً للرسالة الواحدة (2 : 118)

3- اليوتيوب:

على الرغم من اختلاف بعض الآراء حول كون اليوتيوب موقع للتواصل الاجتماعي أم موقع لرفع ملفات الفيديو، إلا أن هناك رأي يقول بأنه موقع يجمع بين النشاطين وهو ما يميزه عن غيره وذلك نتيجة للضغط الهائل على مشاهدة الفيديوهات التي تنتشر من خلاله وهو ما يدفع بعض المشتركين للمشاركة بإدلاء آراءهم ووضع تعليقات على الفيديو المنشور وهو ما يفتح مجال للتواصل الاجتماعي مع غيرهم من متابعي نفس الفيديو (4 : 70) .

ومن خلال استعراضنا لمدى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبين أنها أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة المجتمعات بل أصبح الأفراد يقبلون على استخدام تلك المواقع لدرجة قد تصل إلى الإدمان في بعض الأحيان ، ولا شك أن تلك المواقع باتت تلعب دوراً هاماً على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية ، ولا يخفى علينا مدى التأثير الذي يقوم به مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفييس بوك، تويتر، انستجرام" وغيرها من المواقع التي تجذب العديد من الفئات العمرية في المتابعين والإداريين واللاعبين والحكام والهيئات الرياضية ، فهم لا يستطيعون رسم صورة كاملة وتصور شامل لما يتابعونه من خلال وسائل الإعلام المختلفة فهم يستقون المعلومة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وما تعترية من حقائق ومغالطات ، مما يلزمهم الكثير للحكم الصائب على الأمور وبالتالي على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية لأنهم يتعاملون بعواطفهم ويندفعون نحو ما يؤثر فيهم سواء بالسلب أو بالإيجاب دونما أي تفكير .

حيث إن القدرة على اتخاذ القرارات تعتبر مقياساً لمدى قدرة الإداري في تسيير عملة وفقاً لخطة الموضوعية ، وهي تعتبر أساس نجاح عمله ومهاراته في تنفيذ متطلبات خطة وفي حل المشاكل التي قد تقابله ، فالقرارات الجيدة التي يتخذها الإداري ينعكس أثرها على العملية الإدارية بما يحقق أهدافها. (6 : 40).

ويرى الباحث أن هذه المواقع تدخل جميع البيوت ويستخدمها جميع الفئات والأعمار فهي أداة فتاكة إذا أسيء استخدامها وقد تكون أداة شديدة الإيجابية إذا أحسن استخدامها وتم تقنينها فيما يخدم الفئات المتابعة لها ، فهي كفيلة بأن تنقل السلوك الجيد والسيئ على السواء ، وأصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا وواقع مفروض والتي أصبح تأثيرها واسع وبشكل كبير في عالم الرياضة بصفة عامة وعلى مجال الإدارة واتخاذ القرار في الهيئات الرياضية بصفة خاصة ، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزء مهم ومؤثر جداً في الشارع الرياضي حيث صارت سلاح ذو حدين بالنسبة للقرار في المجال الرياضي ، لأن مستخدمي تلك المواقع منهم المثقف ومنهم الغير مثقف والذي لا يملك لغة حوار والذي يتقن بالسب والشتم وبالجانب الآخر أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اخبارية سريعة جداً يستطيع المتصفح بمتابعة فريقه أينما حل وارتحل إضافة الى الجوانب الأخرى للرياضي الذي يعشقه ومتابعة جوانبه الحياتية الأخرى .

من خلال ملاحظات الباحث سواء في المجال الأكاديمي أو المجال الأهلي فقط رأى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المتابعين للرياضة في مصر تعد وسيلة للضغط على متخذى القرار في الهيئات الرياضية المتمثلة في ان مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير طبقا لنوعية المادة المنشورة على المتابعين لها سواء من الإداريين أو اللاعبين أو الجمهور عند اتخاذ القرارات ، كان رد سامي قمصان المدرب العام في جهاز فريق النادي الأهلي ، على التقارير التي تشير حول رحيل حسين الشحات عن القلعة الحمراء قائلاً: "التعاقد مع الشحات كان مطلب جماهيري" وأضاف في تصريحات عبر شاشة "الحدث اليوم" اليوم الخميس "حسين الشحات التعاقد معه كان مطلب من الجماهير، هو لاعب مميز ودوره ظهر في مسابقة الدوري والكأس وأفريقيا وكأس العالم للأندية" (13) ، مما يدل على ان المواد المنشورة في صيغ فيديو (صوت وصورة) لها تأثير اكبر من المواد المنشورة صوت فقط على اتخاذ القرارات ، المواد المنشورة في صيغ صوت فقط على اتخاذ القرارات لها تأثير اكبر من المواد المنشورة خبر فقط على اتخاذ القرارات ، تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات بين إدارات الأندية واللاعبين ، تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات في انتقالات اللاعبين عند اتخاذ القرارات الخاصة بذلك ، تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مشكلات ادارية كثيرة داخل الهيئات الرياضية المختلفة ، الأمر الذي يصعب على متخذ القرار أيا كان موقعة في الهيكل الإداري ، الحصول على المعلومات الصحيحة اللازمة ليتخذ القرارات الصائبة ، وانطلاقاً من خبرة الباحث في مجال الادارة الرياضية وفي التعامل مع البيانات ، وبناء على خلفية الباحث العلمية ، ونتيجة لأهمية الموضوع المطروح فقد رأى الباحث اجراء هذا البحث ألا وهو "دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية".

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فيما يلي:

- مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الهيئات الرياضية ومدى تأثيرها على الأفراد من جميع الفئات العمرية.
- على الرغم من الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي إلى أنها تتسم بالعديد من الآثار على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية.
- ضرورة الانتباه إلى وضع ضوابط ومعايير لتقنين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لحد من انتشار تلك الظاهرة على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية.
- الوقوف على التأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتعرف عليها للتمكن من الحد من الآثار السلبية الخاصة بها ومحاولة تعزيز الأثر الإيجابي لتلك الوسائل.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية من خلال الاهداف الفرعية التالية :

1. التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية.
2. التعرف على أكثر الفئات العمرية استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي المؤثره على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية.
3. التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية.
4. التعرف على تقديم بعض المقترحات التي قد تساهم في وضع حل لمشكلة دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية.

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثير على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية ؟
2. من هم أكثر الفئات العمرية استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي المؤثره على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية ؟
3. ما دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية ؟
4. ما هي المقترحات التي تساعد على الحد من التأثير السلبي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية ؟

المصطلحات :**مواقع التواصل الاجتماعي**

تضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه : " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض ، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته. (5 : 9)

اتخاذ القرار

يقصد باتخاذ القرار بأنه اختيار بين مجموعة من البدائل لإيجاد حل لمشكلة أو لمواجهة موقف أو لمحاولة تغيير حالة ، وهذا الاختيار يعتمد على تنظيم جهود الافرد للاستفادة من الآراء والأفكار والمعتقدات المرتبطة بالمشكلة ، وعلى القيم والعادات والخبرات والجوانب والسمات الشخصية (6 : 58)

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

- 1- دراسة شعاع اليوسف: (2006) بعنوان "فوائد وأضرار التقنيات الحديثة وتأثيراتها السلبية على صحة الفرد". دار موضوع الدراسة حول مدى تأثير إدمان الفرد للتقنيات الحديثة والإنترنت على قدرته على السيطرة على النفس ، ومدى ضعف علاقاته بالمحيطين به، وقدرته على التواصل الاجتماعي الحقيقي على أرض الواقع، ودرجة إهمال الفرد لوضعه الشخصي، كما حثت الدراسة وأكدت على درجة إدمان الأفراد على استخدام الإنترنت وغيره من التقنيات الحديثة أصبحت مؤشرا خطيرا، وكذلك نوه لأن مجانية الإنترنت واستطاعة أي فئة استخدامه وخاصة الشباب الجامعي يجعل الخطر مضاعف وأكد على ضرورة الانتباه لتلك النقطة ومحاولة وضع آليات للسيطرة وتقنين استخدام تلك التقنيات.
- 2- دراسة حلمي ساري (2005م): بعنوان "ثقافة الإنترنت ودورها في التواصل الاجتماعي"، تتسم هذه الدراسة بتوسعها وشموليتها في المجال المعرفي فيما يخص تكنولوجيا المعلومات نظريا وتطبيقيا، فقد تناولت الدراسة الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأجريت الدراسة على مجموعة من الشباب القطريين بمدينة الدوحة، بلغة عينة الدراسة (539) شاب وفتاة. وكانت نتائج تلك الدراسة أن الإقبال الشديد على مواقع التواصل الاجتماعي هو السبب الأكثر شيوعاً للعزلة النفسية والاجتماعية والذي يعد القلق والإحباط والتوتر المستمرين من أحد أهم الأعراض الخاصة بها. كما وجد الباحث أن هناك غضب وتذمر من قبل أسر الشباب والفتيات نتيجة لانعكاسهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتركهم لممارسة الحياة الاجتماعية الحقيقية مع ذويهم، كما توصل إلى أن هناك تزعزع في العلاقة الأسرية بين الشباب وعائلاتهم وتقصير في زيارة الأقارب والأهل من قبل الشباب.
- 3- دراسة محمد الخلفي (2002م): حول موضوع "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع"، وقد قامت الدراسة على استعراض التأثيرات التي تحدث نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت على المجتمع، ومدى الاستفادة من تلك المواقع والآثار السلبية والإيجابية الواقعة على مستخدميها، وقام الباحث بالتطبيق على عينة من (412) طالبا وطالبة من كلية الهندسة، وقد توصل الباحث إلى أن هناك العديد من السلبيات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أنها قد تصل إلى الإدمان وهو ما يجعل تلك المواقع مسيطرة بشكل كامل على حياة الفرد بينما رصد الباحث أن هناك جانب إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو تقريب المسافة بين الأفراد وخاصة من فئة الشباب والطلاب الدارسين بالجامعة ومساعدتهم في القيام بمهامهم العلمية ومحاولة التقريب بين الأفكار ووجهات النظر فيما يتعلق بالدراسة.

4- دراسة أيمن راشد 2001م بهدف التعرف على تأثير برنامج الرياضة للجميع على تنمية القدرة البدنية والعقلية واتخاذ القرار لقيادات الإدارة العليا بجمهورية مصر العربية ، واستخدم الباحث المنهج التجريبي ، وبلغ حجم العينة (47) عضو ، وأسفرت أهم النتائج على أن البرنامج المتبع له تأثير على القدرة البدنية والعقلية واتخاذ القرار .

5- دراسة كوثر الموجي وآخرون 2001م بهدف التعرف على اتخاذ القرار الإداري في مواجهة بعض الأزمات بقطاع الشباب والرياضة ، واستخدموا المنهج الوصفي ، وبلغ حجم العينة (150) عضو ، وأسفرت أهم النتائج على تصميم استمارة استبيان للأسلوب اتخاذ القرار .

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة كروات وآخرين (2011) : دراسة بعنوان "استخدام الانترنت وعلاقاته مع الحياة الاجتماعية والنفسية ، وأكدت نتائج هذه النظرية على أن الأفراد الذين يفرطون في استخدام الانترنت يفتقدون للسعادة التي تجلبها العلاقات الاجتماعية الحقيقية والمقابلات الفعلية التي تحدث بين الأهل والأقارب والأصدقاء ، كما أوضحت الدراسة أن هؤلاء الأشخاص الذين يدمنون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعانون من الإحباط والاكتئاب الشديد ومحاولة تجنب النشاطات الاجتماعية التي تعرض عليهم للقيام بها محاولة للترفيه عنهم فهم فقط يفضلون الجلوس خلف شاشة الكمبيوتر لفترات طويلة دون محاولة التخلي عن تلك العادة وفتح آفاق اجتماعية جديدة مع من حولهم.

2- دراسة ناي واربنج (Nie and Erbing) (2009م): وهي دراسة بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمع". وقامت هذه الدراسة بتوضيح تأثير الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت على شبكة الإنترنت أو من خلال تطبيقات الأجهزة المحمولة على قدرة الفرد على التواصل اجتماعياً مع من هم حوله ، وكانت نتائج تلك الدراسة أنه كلما زاد استخدام الفرد لوسائل التواصل الاجتماعي كلما قلت قدرته على التواصل اجتماعياً مع الأقارب والأصدقاء .

3- دراسة كراوت وزملائه (Krout et al.) (2007م): تدور هذه الدراسة حول "تأثير استخدام شبكة الانترنت على التفاعل الاجتماعي وصحة الفرد النفسية" . وكانت نتائج هذه الدراسة هي أن الاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت يؤثر بشكل كبير وسلبى على قدرته على التواصل الاجتماعي مع من هم حوله، كما أنه يقلل من قدرة الفرد على التواصل مع أفراد أسرته في المنزل الواحد، كما أشارت الدراسة إلى أن الجلوس لفترات طويلة أمام جهاز الكمبيوتر والاستخدام المفرد لشبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الإصابة بالاكتئاب والعزلة الاجتماعية.

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته لطبيعة الدراسة .

مجتمع وعينة البحث

تمثل مجتمع البحث من اعضاء مجلس الادارات بالهيئات الرياضية بجمهورية مصر العربية المتابعين للأحداث الرياضية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، وتم سحب عينة عشوائية من فئات البحث المختلفة ، وبلغت عينة البحث عدد (50) فرد من اعضاء مجلس الادارات بالهيئات الرياضية المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي كعينة أساسية ، والجدول التالي يوضح توصيف عينة البحث :

جدول (1)
توصيف عينة البحث

م	الهيئة	المنصب	
		أعضاء مجالس إدارات	مدير تنفيذي
1	الأهلي	5	1
2	الزمالك	3	1
3	الأسماعيلي	3	1
4	الشمس	4	1
5	الصيد	4	1
6	الزهور	3	1
7	الجزيرة	4	1
8	هيليوبوليس	4	1
9	المقاولون	3	1
10	وادي دجلة	3	1
المجموع		50	

أدوات جمع البيانات

استخدم الباحث لجمع البيانات الاستبيان لجمع البيانات واتبع الخطوات التاليه :

خطوات إعداد استمارة الاستبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية

قام الباحث بإعداد استمارة الاستبيان قيد البحث من خلال الإطلاع على الكتب والمراجع العلمية ، والإطلاع على الدراسات والأبحاث المشابهة في مجال البحث .

- صمم الباحث استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة لتحقيق أهداف البحث وتم جمع محاور الاستبيان ، وتم تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث وتضمنت استمارة الاستبيان المحاور

أولا : ايجابيات دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية..

ثانيا : سلبيات دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية .

المعاملات العلمية للاستبيان :

1- الصدق :

أ- صدق المحكمين :

عرض محاور الدراسة على الخبراء

تم عرض محاور الدراسة على الخبراء لاستطلاع الراى ومعرفة مدى مناسبتها ومدى تحقيقها لأهداف البحث حيث بلغ عدد الخبراء (7) خبراء مرفق (1) وفى ضوء اتفاق الخبراء على المحاور الخاصة بالاستبيان ، فقد إرتضى الباحث نسبة 80% فأكثر كنسبة لاتفاق الخبراء على المحاور المقترحة وقد تراوحت الآراء ما بين (85.71% إلى 100%) وقد قبل الباحث نسبة (80%) فأكثر لقبول المحور لذا تم قبول جميع المحاور المقترحة .

عرض عبارات استمارة استبيان على الخبراء :

استخدم الباحث صدق المحكمين (صدق المحتوى) حيث تم الاستعانة بعدد (7) من الخبراء فى مجال الإدارة الرياضية ، وقد قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على الخبراء عن طريق المقابلة الشخصية فى الفترة من 2021/11/9م إلى 2021/11/24م وقام بشرح فكرة البحث والغرض منه وهدف استمارة الاستبيان وكيفية بنائها ، بهدف إبداء الراى فى الآتى :

- مدى مناسبة المحاور وتحقيقها للهدف.
- مدى تمثيل العبارات لمضمون المحور.

واتضح من آراء الخبراء فى عدد العبارات المناسبة لمحاور استمارة الاستبيان قيد البحث حيث بلغ عدد العبارات الكلى (40) عبارة هم اجمالى عبارات عدد (4) محاور ، تم حذف عدد (4) عبارات طبقا لرأى الخبراء وتبقى عدد (36) عبارة يمثلون استمارة الاستبيان فى صورتها الثانية .

ب - صدق الاتساق الداخلي :

استخدم الباحث الاتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور ودرجة استمارة الاستبيان ككل وإجراء ذلك تم اختيار عينة عشوائية استطلاعية قوامها (10) أفراد وهم من المجتمع الاصلى ومن خارج العينة الأساسية، وتراوحت قيم معامل الارتباط ما بين (0.724) ، (0.891) مما يدل على صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان .

2 - ثبات الاستبيان

استخدم الباحث طريقة التطبيق وإعادة التطبيق وذلك لحساب معامل الثبات للاستبيان ولإجراء ذلك تم اختيار عينة عشوائية استطلاعية قوامها (10) أفراد وهم من المجتمع الأصلي ومن خارج العينة الأساسية ولهم نفس الصفات والخصائص والشروط ويمثلوا فئات مجتمع البحث بفاصل زمني بين التطبيقين قد بلغ (14) يوم ، وتم تطبيق استمارة الاستبيان في الفترة من 2021/12/5م إلى 2021/12/19م وقد تم حساب معامل الثبات بين العبارات الفردية والعبارات الزوجية . واتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التطبيق الأول والثاني في عبارات الاستبيان وقد تراوحت معامل الثبات بين (0.74) ، (0.89) مما يوضح ثبات استمارة الاستبيان.

الدراسة الأساسية

وتشمل تلك الخطوة الدراسة الأساسية والتي قام فيها الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان مرفق (1) على عينة البحث ، في الفترة من 2022 / 1/2 م إلى 2022 / 2/24 م .

المعالجات الإحصائية

استخدم الباحث في معالجة البيانات إحصائياً الحاسب الآلي باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وهي المتوسط الحسابي-الانحراف المعياري-معامل الارتباط-معامل سيرمان-النسبة المئوية عرض ومناقشة النتائج :

عرض ومناقشة نتائج عبارات المحور الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية

جدول (2)

التكرارات والنسب المئوية لعبارات المحور الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية (ن = 50)

م	مواقع التواصل الاجتماعي		اوافق		إلى حد ما		لاوافق		مجموع تقديري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	39	78%	11	22%	-	-	-	-	139	92.67%
2	18	36%	16	32%	32	16%	102	68.00%	102	68.00%
3	28	56%	17	34%	10	5%	123	82.00%	123	82.00%
4	33	66%	11	22%	12	6%	127	84.67%	127	84.67%

يوضح جدول (2) آراء عينة البحث حول عبارات المحور الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية حيث تراوح الوزن النسبي ما بين (68.00% الى 92.67%) وقد ارتضى الباحث نسبة (75%) فأكثر من آراء عينة البحث لقبول موقع التواصل الاجتماعي كأكثر استخداماً وتأثيراً على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية وقد حققت مواقع (الفيس بوك 92.67%، تويتر 84.67%، اليوتيوب 82%) على الترتيب .

ويرجع الباحث هذه النتائج الى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي حيث يتوافر لكل مشترك صفحة خاصة به تمكنه من نشر ومشاهدة الاخبار والصور والفيديوهات بكل سهولة ، بالإضافة الى تمكنه من التواصل مع اصدقاء اخرين من نفس النادي التابع له او من اندية اخرى ، كما ان هذه المواقع تسمح له بمتابعة كافة الاخبار للأندية الرياضية الاخرى

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية للفئات العمرية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية (ن = 50)

م	الفئات العمرية	ك	%
3	من 26 الى 35 سنة	22	44%
4	من 36 الى 45 سنة	22	44%
5	من 46 فأكثر	6	12%

يوضح جدول (3) التكرارات والنسب المئوية للفئات العمرية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في الهيئات الرياضية وقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (12% الى 44%) وجاء ترتيب الفئات العمرية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار للهيئات الرياضية كالتالي :-

- من 26 الى 35 سنة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار للهيئات الرياضية بنسبة 44 %
- من 36 الى 45 سنة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار للهيئات الرياضية بنسبة 44%
- من 46 سنة فأكثر يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار للهيئات الرياضية بنسبة 12%

ويرجع الباحث هذه النتائج الى عامل السن وخاصة سنة الشباب ومدى اهتمامهم بالأنشطة الرياضية المختلفى وترددهم على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية ، والذي يتراوح ما بين 26 سنة الى 35 سنة ، كما يعزى الباحث عدم اهتمام المراحل العمرية الأكبر والتي تتراوح ما بين 36 الى أكبر من 46 الى بمتعمهم بالهدوء النسبى للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بحكم انشغالهم بمتطلبات الحياة الاسرية الخاصة بهم .

جدول (4)

التكرارات والنسب المئوية لعبارات المحور الخاص بدور بوسائل التواصل الاجتماعي
على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية إيجاباً (ن = 50)

م	التأثيرات الايجابية	اوافق		إلى حد ما		لاوافق		مجموع تقديري	وزن نسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	تقريب المسافات بين الهيئات الرياضية في جمهورية مصر العربية	39	78%	11	22%	-	-	139	92.67%
2	مشاهدة المباريات والبرامج الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي اون لاين	35	70%	15	30%	-	-	135	90.00%
3	عرض الانجازات والبطولات التي حققتها الهيئات الرياضية	31	62%	12	24%	7	14%	124	82.67%
4	نشر القرارات الخاصة بالاحداث الهامة التي اتخذتها الهيئات الرياضية في الوقت المناسب دون تاخير	29	58%	11	22%	10	20%	119	79.33%
5	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم كل ما يحتاجه متخذ القرار من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات التي تساعده في اتخاذ القرار السليم	26	52%	13	26%	11	22%	115	76.67%
6	مكنت مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد من متابعة القرارات التي تتخذها الهيئات الرياضية	39	78%	11	22%	-	-	139	92.67%
7	مد أواصر المعرفة الرياضية بين المتابعين ومتخذى القرارات في الهيئات الرياضية	26	52%	13	26%	11	22%	115	76.67%
8	تعريف المتابعين بمتخذى القرارات في الهيئات الرياضية	29	58%	11	22%	10	20%	119	79.33%
9	عرض التاريخ الرياضى بمتخذى القرار في الهيئات الرياضية المتعاقبين على مر التاريخ	31	62%	12	24%	7	14%	124	82.67%

يوضح جدول (4) آراء عينة البحث حول عبارات المحور الخاص بدور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية إيجاباً ، حيث تراوح الوزن النسبي ما بين (76.67% الى 92.67%) وقد ارتضى الباحث نسبة (75%) فأكثر من اراء عينة البحث وجاء ترتيب الدور الايجابي كالتالى :-

- تقريب المسافات بين الهيئات الرياضية في جمهورية مصر العربية بنسبة بلغت 92.67%
- مكنت مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد من متابعة القرارات التي تتخذها الهيئات الرياضية بنسبة بلغت 92.67%
- مشاهدة المباريات والبرامج الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي اون لاين بنسبة بلغت 90.00%
- عرض الانجازات والبطولات التي حققتها الهيئات الرياضية بنسبة بلغت 82.67%
- عرض التاريخ الرياضى بمتخذى القرار في الهيئات الرياضية المتعاقبين على مر التاريخ بنسبة بلغت 82.67%
- نشر القرارات الخاصة بالاحداث الهامة التي اتخذتها الهيئات الرياضية في الوقت المناسب دون تاخير بنسبة بلغت 79.33%

- تعريف المتابعين بمتخذى القرارات فى الهيئات الرياضية بنسبة بلغت 79.33%
 - تساعد مواقع التواصل الاجتماعي فى تقديم كل ما يحتاجه متخذ القرار من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات التى تساعده فى اتخاذ القرار السليم بنسبة بلغت 76.67%
 - مد أواصر المعرفة الرياضية بين المتابعين و متخذى القرارات فى الهيئات الرياضية بنسبة بلغت 76.67%
- وتتفق نتائج البحث مع نتائج دراسة **محمد الخليفي (2002م)** والتى خلصت الى أن هناك جانب إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو تقريب المسافة بين الأفراد ومساعدتهم فى القيام بمهامهم العلمية ومحاولة التقريب بين الأفكار ووجهات النظر فيما يتعلق بالدراسة.

جدول (5)

التكرارات والنسب المنوية لعبارات المحور الخاص دور بوسائل التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية سلباً (ن = 50)

م	التأثيرات السلبية	اوافق		إلى حد ما		لاوافق		مجموع تقديري	وزن نسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	ضعف الثقة بين المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي بمتخذى القرار فى الهيئات الرياضية	26	52%	12	24%	12	24%	114	76.00
2	تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات بين الراى العام و متخذى القرارات الهامة فى الهيئات الرياضية	31	62%	12	24%	7	14%	124	82.67
3	المواد المنشورة فى صيغ صوت فقط لها دور اكبر من المواد المنشورة خبر فقط على اتخاذ القرارات	29	58%	12	24%	9	18%	120	80.00
4	المواد المنشورة فى صيغ فيديو (صوت وصورة) لها تأثير اكبر من المواد المنشورة صوت فقط على اتخاذ القرارات	37	74%	10	20%	3	6%	134	89.33
5	مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبى طبقاً لنوعية المادة المنشورة على المتابعين لها سواء من الإداريين أو اللاعبين او الجمهور عند اتخاذ القرارات	37	74%	10	20%	3	6%	134	89.33
6	تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات فى انتقالات اللاعبين عند اتخاذ القرارات الخاصة بذلك	29	58%	12	24%	9	18%	120	80.00
7	تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات مشكلات ادارية كثيرة داخل الهيئات الرياضية المختلفة	31	62%	12	24%	7	14%	124	82.67
8	شيوخ ثقافة استهلاك الوقت فى مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فى المشكلات التى تتطلب اتخاذ قرار	26	52%	12	24%	12	24%	114	76.00
9	نشر الشائعات فى الهيئات الرياضية بسرعة فائقة بهدف التأثير على اتخاذ القرار	37	74%	10	20%	3	6%	134	89.33
10	تحقيق مآرب شخصية لبعض القادة الرياضيين	26	52%	12	24%	12	24%	114	76.00

يوضح جدول (5) آراء عينة البحث حول عبارات المحور الخاص دور بوسائل التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية سلباً ، حيث تراوح الوزن النسبي ما بين (76.00% الى 89.33%) وقد ارتضى الباحث نسبة (75%) فأكثر من اراء عينة البحث وجاء ترتيب التأثير السلبى كالتالى :-

- المواد المنشورة في صيغ فيديو (صوت وصورة) لها تأثير أكبر من المواد المنشورة صوت فقط على اتخاذ القرارات بنسبة بلغت 89.33%
 - مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي طبقاً لنوعية المادة المنشورة على المتابعين لها سواء من الإداريين أو اللاعبين أو الجمهور عند اتخاذ القرارات بنسبة بلغت 89.33%
 - نشر الشائعات في الهيئات الرياضية بسرعة فائقة بهدف التأثير على اتخاذ القرار بنسبة بلغت 89.33%
 - تأثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات بين الرأي العام ومتخذى القرارات الهامة في الهيئات الرياضية بنسبة مئوية بلغت 82.67%
 - تأثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات مشكلات ادارية كثيرة داخل الهيئات الرياضية المختلفة بنسبة مئوية بلغت 82.67%
 - المواد المنشورة في صيغ صوت فقط لها دور أكبر من المواد المنشورة خبر فقط على اتخاذ القرارات بنسبة مئوية بلغت 80.00%
 - تأثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات في انتقالات اللاعبين عند اتخاذ القرارات الخاصة بذلك بنسبة مئوية بلغت 80.00%
 - ضعف الثقة بين المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي بمتخذى القرار في الهيئات الرياضية بنسبة بلغت 76.00%
 - شيوع ثقافة استهلاك الوقت في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في المشكلات التي تتطلب اتخاذ قرار بنسبة بلغت 76.00%
 - تحقيق مآرب شخصية لبعض القادة الرياضيين بنسبة بلغت 76.00%
- وتتفق نتائج البحث مع نتائج دراسة كل من هشام سعيد فتحى عمر البرجى 2015 ، نسمة عبدالله محمد مطاوع 2015 والتي خلصت إلى وجود تأثيرات سلبية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي على علاقة المبحوث من الأبناء بأسرته بسبب تقليلها للحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة مع استسهال الحوار عبر هذه الشبكات الاجتماعية داخل المنزل.
- وتتفق نتائج البحث مع نتائج دراسة حلمي ساري (2005م) والتي خلصت الى أن الإقبال الشديد على مواقع التواصل الاجتماعي هو السبب الأكثر شيوعاً للعزلة النفسية والاجتماعية والذي يعد القلق والإحباط والتوتر المستمرين من أحد أهم الأعراض الخاصة بها. كما وجد الباحث أن هناك غضب وتذمر من قبل أسر الشباب والفتيات نتيجة لانعكاسهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتركهم للممارسة الحياة الاجتماعية الحقيقية مع ذويهم، كما توصل إلى أن هناك تزعزع في العلاقة الأسرية بين الشباب وعائلاتهم وتقصير في زيارة الأقارب والأهل من قبل الشباب.

وتتفق نتائج البحث مع نتائج دراسة محمد الخليفي (2002م) والتي خلصت الى أن هناك العديد من السلبيات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أنها قد تصل إلى الإدمان وهو ما يجعل تلك المواقع مسيطرة بشكل كامل على حياة الفرد بينما وتتفق نتائج البحث مع نتائج دراسة كل من كروات وآخرين (2011) ، وناي واربنج (Nie and Erbing) (2009م) ، وكروات وزملائه (Krout et al.) (2007م) والتي خلصت الى أن الاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت يؤثر بشكل كبير وسلبى على قدرته على التواصل الاجتماعي مع من هم حوله، كما أنه يقلل من قدرة الفرد على التواصل مع أفراد أسرته في المنزل الواحد، كما أشارت الدراسة إلى أن الجلوس لفترات طويلة أمام جهاز الكمبيوتر والاستخدام المفرد لشبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الإصابة بالاكنتاب والعزلة الاجتماعية

جدول (6) التكرارات والنسب المئوية لعبارات المحور الخاص بالمقترحات التي تساعد على الحد من التأثير السلبي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (ن = 50)

م	المقترحات	اوافق		إلى حد ما		لاوافق		مجموع تقديري	وزن نسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	استقاء الاخبار الرياضية من مصادرها الرسمية وليس من مواقع التواصل الاجتماعي	36	72%	14	28%	-	-	136	90.67%
2	ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الرياضي لدى المتابعين ومتخذى القرار بالهيئات الرياضية	37	74%	13	26%	-	-	137	91.33%
3	ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البعد عن الخلط بين متابعة مواقع التواصل الاجتماعي واتخاذ القرار بالهيئات الرياضية	30	60%	20	40%	-	-	130	86.67%
4	على كل هيئة رياضية إنشاء وحدة الكترونية هدفها الرد على كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من شأنه يؤثر على اتخاذ القرار بها	35	70%	15	30%	-	-	135	90.00%

يوضح جدول (6) آراء عينة البحث حول عبارات المحور الخاص بالمقترحات التي تساعد على الحد من التأثير السلبي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير على اتخاذ القرار للهيئات الرياضية ، حيث تراوح الوزن النسبي ما بين (86.67% الى 91.33%) وقد ارتضى الباحث نسبة (75%) فأكثر من آراء عينة البحث وجاء المقترحات كالتالي :-

- ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الرياضي لدى المتابعين ومتخذى القرار بالهيئات الرياضية بنسبة مئوية بلغت 91.33%
- استقاء الاخبار الرياضية من مصادرها الرسمية وليس من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية بلغت 90.67%
- على كل هيئة رياضية إنشاء وحدة الكترونية هدفها الرد على كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من شأنه يؤثر على اتخاذ القرار بها بنسبة مئوية بلغت 90.00%
- ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البعد عن الخلط بين متابعة مواقع التواصل الاجتماعي واتخاذ القرار بالهيئات الرياضية بنسبة مئوية بلغت 89.67%

وتتفق نتائج البحث مع نتائج دراسة شعاع اليوسف (2006) والتي أكدت نتائجها على ضرورة الانتباه للنقاط السلبية ومحاولة وضع آليات للسيطرة وتقنين استخدام تلك التقنيات

الاستخلاصات :

- في ضوء نتائج البحث ومن خلال البيانات التي تجمعت لدى الباحث في حدود العينة وفي إطار المعالجة الإحصائية المستخدمة من خلال عينة البحث استخلص ما يلي :-
- مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثير على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية هي (فيس بوك 92.67%، تويتر 84.67%، اليوتيوب 82%) .
 - الفئات العمرية الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي في الهيئات الرياضية هي من 26 الى 35 سنة
 - الفئات العمرية الأقل استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي في الهيئات الرياضية من 46 سنة فأكثر تليها من 36 الى 45 سنة
- لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير ايجابي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية فيما يلي :-**
- تعمل على تقريب المسافات بين الهيئات الرياضية في جمهورية مصر العربية ، وتمكن الأفراد من متابعة القرارات التي تتخذها الهيئات الرياضية
 - تساعد على مشاهدة المباريات والبرامج الرياضية
 - تعرض الانجازات والبطولات التي حققتها الهيئات الرياضية
 - تعرض التاريخ الرياضي بمتخذى القرار في الهيئات الرياضية المتعاقبين على مر التاريخ
 - تعمل على نشر مواعيد الاجتماعات خاصة بين جماهير الاولتراس
 - تساعد على نشر القرارات الخاصة بالأحداث الهامة التي اتخذتها الهيئات الرياضية في الوقت المناسب دون تأخير ، وتعريف المتابعين بمتخذى القرارات في الهيئات الرياضية
 - تقدم كل مد أواصر المعرفة الرياضية بين المتابعين و متخذى القرارات في الهيئات الرياضية، والعمل على مد أواصر المعرفة الرياضية بين المتابعين و متخذى القرارات في الهيئات الرياضية
- لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية فيما يلي :-**
- تعمل على وضع المواد المنشورة في صيغ فيديو (صوت وصورة) لها تأثير اكبر من المواد المنشورة صوت فقط على اتخاذ القرارات ، كما ان لها تأثير سلبي طبقا لنوعية المادة المنشورة على المتابعين لها سواء من الإداريين أو اللاعبين او الجمهور عند اتخاذ القرارات ، وتساعد على نشر الشائعات في الهيئات الرياضية بسرعة فائقة بهدف التأثير على اتخاذ القرار

- تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات بين الراى العام ومنتخدى القرارات الهامة فى الهيئات الرياضية ، كما تثير مشكلات ادارية كثيرة داخل الهيئات الرياضية المختلفة
- المواد المنشورة فى صيغ صوت فقط على اتخاذ القرارات لها تأثير اكبر من المواد المنشورة خبر فقط على اتخاذ القرارات ، كما تثير بعض المواد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المشكلات فى انتقالات اللاعبين عند اتخاذ القرارات الخاصة بذلك
- تعمل على ضعف الثقة بين المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي بمنتخدى القرار فى الهيئات الرياضية ، وشيوع ثقافة استهلاك الوقت فى مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فى المشكلات التى تتطلب اتخاذ قرار ، كما تساعد على تحقيق مآرب شخصية لبعض القادة الرياضيين

التوصيات :

- اعتماداً على البيانات والمعلومات التى تمكن الباحث من الحصول عليها واسترشاداً بالاستخلاصات يوصى الباحث بما يلى :
- ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى زيادة الوعى الرياضى لدى المتابعين ومنتخدى القرار بالهيئات الرياضية
- على كل هيئة رياضية إنشاء وحدة الكترونية هدفها الرد على كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من شأنه يؤثر على اتخاذ القرار بها
- استقاء الاخبار الرياضية من مصادرها الرسمية وليس من مواقع التواصل الاجتماعي
- ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى البعد عن الخلط بين متابعة مواقع التواصل الاجتماعي واتخاذ القرار بالهيئات الرياضية
- توعية الاداريين والمدربين واللاعبين والجماهير إعلاميا بمدى خطورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متواصل وآثاره السلبية التى قد تؤدى إلى تدمير العلاقات الرياضية بين الهيئات الرياضية.
- تعزيز القيم الإيجابية التى تحملها مواقع التواصل الاجتماعي والانتفاع بما تقدمه من أشياء إيجابية والبعد عن كل ما يدعو إلى السلبية والتراخي والعنف.

المراجع :

1. أيمن محمد محروس راشد : (2001) ،"تأثير برنامج الرياضة للجميع على تنمية القدرة البدنية والعقلية واتخاذ القرار لقيادات الإدارة العليا بجمهورية مصر العربية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالزقازيق ، جامعة الزقازيق .
2. إيهاب خليفة (2016) ، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، المجموعة العربية للتدريب والنشر .
3. سامي عبد الرؤوف (2000) : الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد 4، 2000م، ص35.
4. شعاع اليوسف، التقنيات الحديثة فوائده وأضرار دراسة التأثيرات السلبية على صحة الفرد، كتاب الأمة- قطر، العدد 112، السنة السادسة والعشرون، الطبعة الأولى، 2006م.
5. عباس مصحفى صادق (2011) : الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال .
6. كوثر السعيد الموجي ، ماجد مسعد فرغلى ، وليد مرسى على : (2001م) ، " اتخاذ القرار الإدارى في مواجهه بعض الأزمات بجهازى الشباب والرياضة " ، بحث منشور ، المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية ، عدد 4، كلية التربية الرياضية ببور سعيد ، جامعة قناة السويس .
7. محمد بن صالح الخليفي (2002) ، تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية"، عالم الكتب، المجلد 22، العددان 5 و 6، ص469- 502
8. نسمة عبدالله محمد مطاوع 2015 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأحزاب الإسلامية بعد ثورة 25 يناير ، رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة المنصورة. كلية الآداب.
9. هشام سعيد فتحى عمر البرجى (2015) تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة القاهرة. كلية الإعلام .

10. Kraut, Robert, et al.; (2011). "The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis". [Web page]. Retrieved July 24, (2006), from world wide web: http://jcmc.Indiana.edu/vollo/issue_1/shklovshikraut.html
11. Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2009). Internet and Society: A preliminary Report. Standford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey and co.
12. Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Muko., T., and Scherlis, W. (2007). "Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being". Journal of American Psychologist Sept., vol.53, No.9, p.1017-1031.
13. <https://www.yallakora.com/egyptian-league/2673/News/405358> -مدرّب-الأهلي-رحيل-الشحات-التعاقد-مع-#stopread
#-مطلب-جماهيري-الجميع-ينتظر-منه-تسجيل-هاتريك-

ملخص البحث

دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاه اتخاذ القرار بالنسبة للهيئات الرياضية

أ.م.د. / شريف محمود أبو العينين

يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبتها لطبيعة الدراسة وتمثل مجتمع البحث من أعضاء مجلس الادارات بالهيئات الرياضية بجمهورية مصر العربية المتابعين للأحداث الرياضية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، وتم سحب عينة عشوائية من فئات البحث المختلفة ، وبلغت عينة البحث عدد (50) فرد من أعضاء مجلس الادارات بالهيئات الرياضية المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي كعينة أساسية . وقد استخلص البحث الى أنه في ضوء نتائج البحث ومن خلال البيانات التي جمعت لدى الباحث في حدود العينة وفي إطار المعالجة الإحصائية المستخدمة من خلال عينة البحث على ما يلي، مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثير على اتخاذ القرار بالهيئات الرياضية هي (الفيس بوك 92.67%، تويتر 84.67%، اليوتيوب 82%)، تعمل على تقريب المسافات بين الهيئات الرياضية في جمهورية مصر العربية ، وتمكن الأفراد من متابعة القرارات التي تتخذها الهيئات الرياضية ، وتعمل على وضع المواد المنشورة في صيغ فيديو (صوت وصورة) لها تأثير اكبر من المواد المنشورة صوت فقط على اتخاذ القرارات ، كما ان لها تأثير سلبي طبقا لنوعية المادة المنشورة على المتابعين لها سواء من الإداريين أو اللاعبين او الجمهور عند اتخاذ القرارات ، وتساعد على نشر الشائعات في الهيئات الرياضية بسرعة فائقة بهدف التأثير على اتخاذ القرار

Abstract**The effective role of social media on decision-making of sports organizations**

Dr. Sherif Mahmoud Abu El-Enein

This research aims to identify the role of social media on decision-making of sports organizations through the following sub-objectives:

- The researcher used the descriptive method in the survey for its relevance to the nature of the study.
- The research community represented by members of the board of directors of the sports organizations in the Arab Republic of Egypt whom follows the sports events through social media.
- A random sample was taken from different research categories, and the research sample is (50) members of the board of directors from sports organizations whom follows social media as a basic sample.

The research concluded through the results and through the data collected by the researcher within the sample limits and within the statistical framework used for the research sample as follows:

- The most influential social media on decision-making for sports organizations are (Facebook 92.67%, Twitter 84.67%, YouTube 82%).
- It works on converging between sports authorities in the Arab Republic of Egypt, and enables individuals to follow up/be updated on the decisions taken by the sports authorities.
- It works by posting and publishing materials in videos (audio and images) that have a greater impact on decision making than the published materials in voice-only, and also have a negative impact on decision making according to the quality of the published materials on the followers, whether they are administrators, players or the public, it helps in Spreading rumors rapidly about sports authorities that may affect decision-making.