

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الاعدادية بمحافظة الدقهلية

* د/ سمير عبدالله أحمد البصيلي

مقدمة ومشكلة البحث:

نعيش حالياً في عصر التطورات التكنولوجية وأهمها شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعية التي انتشرت خلال العقود الماضية وغيرت طريقة تفاعل الأفراد مع بعضهم بأدوات التواصل الفريدة، ولم تقتصر هذه التطورات على فرد دون الآخر أو على مجال واحد فهي عالم مفتوح لكل الأفراد والمجتمعات، وشبكات التواصل الاجتماعي هي نتاج طبيعي نشأ لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقة إنسانية فيما بينهم وفتح مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وبشكل واسع بين الأفراد وبعضهم سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة ما ببعضهم البعض (٢: ٧)

وتعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على الذكاء الجمعي، فالمستخدمون لهم حق المشاركة في عرض المحتوى من حيث إبداء الرأي، والتقييم لهذا المحتوى، كما أن لهم حق المشاركة في تبادل مقاطع الفيديو وحق المشاركة في تبادل الصور، كما تتيح إمكانية التفاعل والتشارك، حيث القراءة والكتابة على الشبكة بدلاً من مجرد القراءة فقط. (١٦: ٢٨)

ومنذ أواخر عام (٢٠٠٥) دخلت شبكة الإنترنت مرحلة جديدة، أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبلين لها في آن واحد. وبفضل هذا كله أصبحت هناك مواقع تتيح لزوار الشبكة ومتصفحها تكوين حسابات، يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الصوت والصورة والنصوص، وأن يتحكموا في عملية مشاهدة هذا المحتوى، من خلال اتاحته على نطاق ضيق، أو جعله عاماً للجميع (١٣: ٨٨)

ويؤكد "حسام الدين مبارك" (٢٠٠٣م) أن الثقافة بوجه عام تشتمل على كل النماذج السلوكية والبشرية التي تكتسب اجتماعياً والتي تنتقل اجتماعياً كذلك إلى أعضاء المجتمع البشري عن طريق الرموز ومن ثم فإنه يمكن أن يقال أن الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحفقه الجماعات البشرية ويشمل ذلك اللغة، الدين، الصناعة، الفن، العلم، القانون والأخلاق مصادر المعرفة الإنسانية، وحيث أن المجتمعات المتقدمة تعتمد اعتماداً كبيراً على مصادر المعرفة الإنسانية وبصفة خاصة على العلم، فمن الممكن أن نستنتج أن المستوى الثقافي بما يتضمن من جوانب عديدة، يرتفع كلما تقدم المستوى الحضاري للمجتمعات وينخفض هذا

* مدرس بقسم الترويج والتنظيم والإدارة بكلية التربية الرياضية للبنات - جامعة الزقازيق

المستوى كلما انخفض المستوى الحضاري للمجتمعات ومن هنا يمكن أن نستخلص أن الثقافة بوجه عام تشمل ضمن ما تشتمل عليه من جوانب مختلفة جانبا مختصا بالناحية البدنية أو الرياضية ألا وهو الثقافة الرياضية. (٢٧ : ٦)

ويعد الترويح ظاهرة اجتماعية وحضارية في القرن الواحد والعشرين (عصر الآلة) ومن أهم أهدافه الوقاية من المدنية الحديثة، والتغلب على الأسلوب النمطي للحياة والمفروض من قبل المجتمع، وإيقاظ إحساس الفرد بالحاجة للعودة إلى الطبيعة والاستمتاع بأنشطة الخلاء وبعض التفاوض وزيادة الشعور بالإقبال على الحياة بسعادة وبهجة، بالإضافة إلى زيادة القدرة على مواجهة المشكلات اليومية في الحياة. (٣٧:٣)

فلقد أصبح من أهم المشكلات التي تواجهنا في هذا العصر هو كيفية شغل وقت الفراغ، لذا فقد اهتمت المؤسسات السياسية والتربوية والاجتماعية والاقتصادية بدراسة وقت الفراغ وكيفية استثماره من خلال الترويح ومعالجة المشكلات الناجمة عن عدم استثمار وقت الفراغ. (٢٤٥ : ٥)

والأنشطة الترويحية بصورها المختلفة تعود على الفرد بالعديد من الفوائد البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية وتساعد الفرد على إشباع الحاجات النفسية وإتاحة الفرصة لاكتساب خبرات تعليمية وتربوية، وهذه الأنشطة تعيد الفرد المرهق بدنياً وعقلياً ونفسياً إلى حالته الطبيعية، فالانتظام في ممارسة الأنشطة يؤدي إلى تقليل مستوى القلق والإحباط فهي لها تأثير على تطوير شخصية الفرد فهي مجددة للنشاط ومن خلال هذه الممارسة ينتاب الفرد الشعور بالسعادة والسرور والرضا (١٠ : ١٩)

ويعتبر الاهتمام بالثقافة الترويحية من المؤشرات الدالة على ارتفاع المستوى الثقافي والتقدم في المجتمع وتعد مختلف مواقع التواصل الاجتماعي حلقة مهمة في سلسلة انتشار الثقافة الترويحية وهي من أقرب الوسائل الفعالة للمجتمع، كما إن للثقافة الترويحية أثر واضح على الجانب الصحي والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وكذلك توجيه سلوك المواطن وصقله من كل الممارسات السلبية التي تتعارض وقيم المجتمع. (٧ : ٧٦)

والمرحلة الاعدادية قيد البحث مرحلة هامة لتكوين الثقافات المختلفة عن وعي وإدراك وتسهم في إعداد التلاميذ للمستقبل وإكسابهم معايير وقيم المجتمع المختلفة من خلال توجيههم إلى التأثير في المجتمع بشكل ايجابي ومن هذا المنطلق نظراً لما تمثله التلاميذ من أهمية خاصة كونهم في مرحلة العطاء ويمتلكون القدرة البدنية والعقلية العالية، فقد سعت الدولة إلى استغلال طاقاتهم والعمل على بناء جيل صحيا بدنيا وفكريا ومهاريا.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي احد روافد الثقافة و المعرفة الشاملة لجميع فئات المجتمع إلى انه بالرغم من ارتفاع استخدام الانترنت والمميزات التي تقدمها مواقع التواصل عن الثقافة الترويحية من صور ملونة بأحجام مختلفة وفيديوهات وقدرة الفرد على التعليق ونشر موضوعات مختلفة وبحريه مطلقه فالتلاميذ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفدن من الأنشطة والبرامج المتاحة لهم علي تلك المواقع والتي تقوم بدعمهم من خلال تفاعلهم وبذلك يتبادلون الخبرات الإيجابية ويستفيدوا من غيرهم، ويتعلموا انواعا من السلوكيات والمهارات المختلفة من خلال ذلك التفاعل والتواصل بينهم بين مواقع التواصل الاجتماعي.

وبالرغم مما سبق يعد الاطلاع على المعلومات والموضوعات الترويحية ضعيف بالنسبة للتلاميذ والتي لا تصل الى الدرجة الكافية التي ترفع مستوى الوعي لديهم وقد اتضح ذلك في قلة الاقبال على ممارسة الأنشطة الترويحية بالمدارس الاعدادية.

ومن خلال إطلاع الباحثة على البحوث والدراسات التي أجريت في هذا المجال كدراسة رنا مروان (٢٠٢٠) (٨)، يزن سمير (٢٠٢٠) (١٤)، حسام الدين مبارك (٢٠٠٣) (٦)، vanson (٢٠١٠) (م) (١٧) ودراسة karbinisk (٢٠١٠) (م) (١٥) فقد وجدت ان كثير من هذه الدراسات اظهرت أن دوافع التلاميذ في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً في المجال التكنولوجي والثقافي ومتوسط في المجال الاجتماعي وانها تساعد في نشر الثقافة الترويحية وزيادة الوعي الترويحي والرياضي والصحي للطلاب وعلية فإن مشكلة البحث تتحدد في محاولة التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الترويحية لدى بعض طلاب المرحلة الاعدادية.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية قيد البحث من خلال التعرف علي :

- ١- مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية.
- ٢- مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية لنشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية.
- ٣- دور الاهداف الترويحية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية.

٤- دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية.

٥- مشكلات استخدام مواقع الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية.

تساؤلات البحث:

يسعى البحث للإجابة على التساؤلات الآتية :

١- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية قيد البحث ؟

٢- ما هي مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية لنشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية قيد البحث ؟

٣- ما هو دور الاهداف الترويحية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية قيد البحث ؟

٤- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية قيد البحث ؟

٥- ما هي مشكلات استخدام مواقع الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الاعدادية قيد البحث ؟

مصطلحات البحث :

- مواقع التواصل الاجتماعي:

هي "خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى، يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية". (١ : ١٤٤)

- الثقافة :

هي "مخزون تراكمي للمعرفة والقيم والمعاني والمعتقدات يتداول من جيل إلى جيل بواسطة اللغة والأنماط السلوكية المشتركة" (١١ : ٢٩٩)

- الثقافة الترويحية:

هي "جزء من الثقافة العامة تختص بالجانب المعرفي والمعلوماتي لمجتمع ما في المجال الترويحي ككل". (١٢ : ٢٤٩)

الدراسات المرجعية:

١- قام حسام الدين مبارك (٢٠٠٣م) (٦) بدراسة بعنوان "دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعات المصرية"، بهدف التعرف علي دور وسائل الإعلام الجماهيرية (صحافة، إذاعة، تليفزيون) في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة، وقد إتبعته الباحثة المنهج الوصفي- الدراسات المسحية، وإشتملت عينة الدراسة على عينة عشوائية من طلاب جامعات (القاهرة، المنصورة، أسيوط) البالغ عددها ٧٢٠ طالب، وكانت أهم النتائج أن التليفزيون أهم وسيلة إعلامية تؤثر في نشر الثقافة الرياضية بالنسبة لطلبة وطالبات الجامعات المصرية قيد البحث، يليها الصحافة بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام الجماهيرية تعمل على الإثارة الإخبارية دون الاهتمام بالقيم الأخلاقية.

٢- قام karbinisk (٢٠١٠م) (١٥) بدراسة بعنوان "أثر استخدام موقع facebook على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات"، بهدف التعرف علي أثر استخدام موقع facebook على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، وقد إتبعته الباحثة المنهج الوصفي، وإشتملت عينة الدراسة على (٢١٩) طالباً جامعياً، وكانت أهم النتائج أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت وتصفح موقع (facebook) أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها زملائهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات، كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الانترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه، وبينت النتائج إن (٧٩%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع (facebook) أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي.

٣- قام vansoon (٢٠١٠م) (١٧) بدراسة بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية"، بهدف التعرف علي أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد إتبعته الباحثة المنهج الوصفي، وإشتملت عينة الدراسة على (١٦٠٠) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وكانت أهم النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون المواقع من بينها (الفيسبوك واليوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من

ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، وقد بينت الدراسة أنه نحو (٥٣%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية تغيرت أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ (٢٧%) فقط في فرنسا، و(٣٣%) في اليابان، و(٤٠%) في الولايات المتحدة.

٤- قامت ريهام الجبيلي (٢٠١٣م) (٩) بدراسة بعنوان " الثقافة الترويحية وسلوك وقت الفراغ لدى طلاب المرحلة الثانوية بمحافظة الإسكندرية"، بهدف التعرف علي مستوى الثقافة الترويحية وسلوك وقت الفراغ لدي طلاب التعليم بمختلف أنواعه الثانوي العام والثانوي الصناعي والثانوي التجاري والثانوي الأزهرى، وقد إتبعت الباحثة المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وإشتملت عينة الدراسة على (٨٩٨) طالب ثانوي، وكانت النتائج أنه يختلف مستوى الثقافة الترويحية لدي طلاب المرحلة الثانوية نتيجة لاختلاف نوعية التعليم الثانوي وكذلك نتيجة اختلاف المناطق التعليمية وكان أعلى اتجاه تروحي للطلبة الترويح الخلوي وللطالبات الترويح الاجتماعي ويحصل مستوى المشاركة السليبي أعلى مستوى في سلوك وقت الفراغ سواء في الطلبة أو الطالبات بمختلف أنواع التعليم الثانوي.

٥- قام بشار شهاب (٢٠١٥م) (٤) بدراسة بعنوان "ثقافة الترويح الرياضي وعلاقتها بمستويات المشاركة لدى طلاب المرحلة الإعدادية في جمهورية العراق"، بهدف التعرف على ثقافة الترويح الرياضي وعلاقتها بمستويات المشاركة لدي طلاب المرحلة الإعدادية بالعراق، وقد إتبع الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وإشتملت عينة الدراسة على (٩٥٥ طالب)، (٥٢٤ طالبة) من (٢٠ مدرسة)، وكانت النتائج أن المشاركة في الأنشطة الترويحية الرياضية ساعدت الطلاب في إرتفاع مستوى ثقافة الترويح الرياضي وأن الترويح الرياضي يحقق تنمية موهبة الطلاب وإستثمار أوقات الفراغ بشكل ممتع وبناء وأنه يوجد قصور في بعض الإمكانيات المادية والبشرية لأنشطة الترويح الرياضي تؤثر في مستوى ثقافة الترويح الرياضي لدي طلاب المرحلة الإعدادية.

٦- قامت رنا مروان العيسى (٢٠٢٠م) (٨) بدراسة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي فى نشر الثقافة لدى الشباب الاردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين"، بهدف التعرف علي دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة لدى الشباب الاردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين، وقد إتبعت الباحثة المنهج الوصفي، وإشتملت عينة

الدراسة على (٤٢٨) مدربا رياضيا ذكور واناث، وكانت أهم النتائج أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، وأن الفيسبوك والانسغرام واليوتيوب هم أكثر المواقع استخداما من قبل المدربين الرياضيين حيث يشجعوا الشباب الأردني على ممارسة الرياضة عبر هذه المواقع وتغير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول بعض التمارين الرياضية وتوضيح طرق اللعب الصحيحة للتمارين داخل النادي الرياضي. كما اكتسب الشباب بدرجة متوسطة وعيا جيدا بأهمية الرياضة في حياتنا والمعرفة الجيدة لطريقة اللعب في النادي الرياضي.

٧- قام يزن سمير حداد (٢٠٢٠م) (١٤) بدراسة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة مساعي كرة السلة وكرة القدم بجامعة اليرموك"، بهدف التعرف علي دوافع الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأيضاً التعرف الى الفروق في آراء أفراد العينة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية، وقد إتبعته الباحثة المنهج الوصفي، وإشتملت عينة الدراسة على (٢٠٠) طالب وطالبة تم إختيارهم بالطريقة العشوائية، وكانت أهم النتائج أن دوافع الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً في مجالي (التكنولوجي والثقافي) وكان متوسطاً في مجال (الاجتماعي)، كما أظهرت النتائج وجود فروق ظاهرية في جميع مجالات الدراسة تبعاً لمتغيرات (السنة الدراسية، مكان السكن، معدل استخدام الانترنت، يومياً، المساق).

اجراءات البحث:

منهج البحث :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وذلك لملائمة لطبيعة الدراسة.

مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث تلاميذ المرحلة الإعدادية (بنين وبنات) بالإدارات التعليمية المختلفة بمحافظة الدقهلية والبالغ عددها (١٨) إدارة تعليمية وهي (إدارة أجا، إدارة الجمالية، إدارة السنبلوين، إدارة المطرية، إدارة المنزلة، إدارة المنصورة، إدارة بلقاس، إدارة بنى عبيد، إدارة تمى الامديد، إدارة دكرنس، إدارة شربين، إدارة شرق المنصورة، إدارة طلخا، إدارة غرب المنصورة، إدارة منية النصر، إدارة ميت سلسيل، إدارة ميت غمر، إدارة نبروة)، وذلك خلال العام الدراسي ٢٠٢١/٢٠٢٢م.

عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من كل أفراد مجتمع البحث وبلغ عددهم (٨٠٨) تلميذ وتلميذة منهم عدد (٤٠٨) تلميذ، وعدد (٤٠٠) تلميذة، تم سحب عدد (٤٠) تلميذ وتلميذة من عينة البحث وذلك لإجراء المعاملات العلمية، وبذلك أصبحت عينة البحث الأساسية عددهم (٧٦٨).

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع المعلومات على المصادر التالية:

- البيان الإحصائي بأعداد تلاميذ المرحلة الإعدادية (بنين وبنات) بالإدارات التعليمية المختلفة بمحافظة الدقهلية.
- المقابلة الشخصية: مع الخبراء في مجال الترويج والإدارة الرياضية.
- الاستبيان: استخدمت الباحثة استمارة استبيان تختص بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية (بنين وبنات) بالإدارات التعليمية المختلفة بمحافظة الدقهلية، وقد اتبعت الباحثة الخطوات التالية لإعداد استمارة الاستبيان:

خطوات تصميم استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية: (إعداد الباحثة)

١- تحديد محاور الاستبيان:

من خلال آراء السادة الخبراء (ملحق ١) في مجال الترويج والإدارة الرياضية والإطلاع على الدراسات المرتبطة ذات الصلة بموضوع البحث وكذلك من خلال المسح المرجعي للمراجع العلمية في مجال الثقافة الترويجية وفي ضوء أهداف البحث قامت الباحثة بإعداد استمارة تتضمن خمسة محاور رئيسية وهي: (مواقع التواصل الاجتماعي- مصادر الثقافة الترويجية الالكترونية- الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي- دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية- مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي).

٢- تحديد عبارات محاور الاستبيان:

من خلال المراجع والدراسات المرتبطة وآراء السادة الخبراء (ملحق ١) في مجال الترويج والإدارة الرياضية، تم تحديد مجموعة من العبارات في صورتها الأولية والتي تقيس محاورها مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية،

حيث تم تصنيفهما وفقاً للمحاور المنتمية إليها (ملحق ٤)، وقد قامت الباحثة بتحديد عدد العبارات التي تدرج تحت كل محور وهي:

المحور الأول: مواقع التواصل الاجتماعي. وعدد عباراته (٩ عبارات)

المحور الثاني: مصادر الثقافة الترويجية الالكترونية. وعدد عباراته (١٠ عبارات)

المحور الثالث: الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي. وعدد عباراته (٨ عبارات)

المحور الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية. وعدد عباراته (٢٤ عبارة)

المحور الخامس: مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وعدد عباراته (٨ عبارات)

وبذلك أصبحت عدد عبارات الاستبيان في صورته الأولية (٥٧) عبارة.

ثم قامت الباحثة بعرض عبارات الاستبيان في صورته الأولية (ملحق ٤) على عدد

(١٠) من السادة الخبراء في مجال الترويج الرياضي حيث تم تحديد النسبة المئوية لكل عبارة

تدرج تحت كل محور كما يوضحه جدول (١)، وقد ارتضت الباحثة بالعبارات التي حصلت

على نسبة مئوية ٧٠٪ فأكثر وفقاً لرأى السادة الخبراء.

جدول (١)

النسبة المئوية لاتفاق الخبراء حول تحديد عبارات محاور استبيان مواقع التواصل

الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية ن = ١٠

النسبة المئوية	٥	النسبة المئوية	٥	النسبة المئوية	٥	النسبة المئوية	٥	النسبة المئوية	٥	النسبة المئوية	٥	
المحور الأول: مواقع التواصل الاجتماعي												
		١٠٠٪	٩	١٠٠٪	٧	٩٠٪	٥	١٠٠٪	٣	١٠٠٪	١	
				٢٠٪	٨	١٠٠٪	٦	١٠٠٪	٤	١٠٠٪	٢	
المحور الثاني: مصادر الثقافة الترويجية الالكترونية												
		١٠٠٪	٩	١٠٠٪	٧	١٠٠٪	٥	١٠٠٪	٣	٩٠٪	١	
		١٠٠٪	١٠	٨٠٪	٨	١٠٠٪	٦	٩٠٪	٤	٣٠٪	٢	
المحور الثالث: الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي												
				١٠٠٪	٧	١٠٠٪	٥	٩٠٪	٣	١٠٠٪	١	
				١٠٠٪	٨	٩٠٪	٦	١٠٠٪	٤	١٠٠٪	٢	
المحور الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية												
	١٠٠٪	٢١	١٠٠٪	١٧	١٠٠٪	١٣	٢٠٪	٩	٧٠٪	٥	١٠٠٪	١
	١٠٠٪	٢٢	٩٠٪	١٨	١٠٠٪	١٤	١٠٠٪	١٠	١٠٠٪	٦	١٠٠٪	٢
	١٠٠٪	٢٣	٤٠٪	١٩	٩٠٪	١٥	١٠٠٪	١١	٩٠٪	٧	١٠٠٪	٣
	٩٠٪	٢٤	١٠٠٪	٢٠	٣٠٪	١٦	٧٠٪	١٢	١٠٠٪	٨	٨٠٪	٤
المحور الخامس: مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي												
				١٠٠٪	٧	١٠٠٪	٥	١٠٠٪	٣	١٠٠٪	١	
				١٠٠٪	٨	٩٠٪	٦	١٠٠٪	٤	٩٠٪	٢	

يتضح من جدول (١) أن نسبة آراء الخبراء قد أشارت إلى قبول بعض العبارات المقترحة تحت محاور الاستبيان حيث تراوحت نسبة الموافقة ما بين (٢٠٪ - ١٠٠٪)، وقامت الباحثة باستبعاد العبارات الأقل من ٧٠٪ وهي العبارة رقم (٨) من عبارات المحور الأول، العبارة رقم (٢) من عبارات المحور الثاني، والعبارة رقم (٩، ١٦، ١٩) من عبارات المحور الرابع، وبذلك يصبح استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية يشتمل على عدد (٥٤) عبارة موزعة على خمسة محاور.

جدول (٢)

عدد العبارات المحذوفة بعد آراء الخبراء

المحور	رقم العبارة	العبارة المحذوفة
المحور الأول : مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الرياضية	٨	موقع لينكد أن LinkedIn
	٢	الإذاعة الإلكترونية
المحور الثاني : مصادر الثقافة الرياضية الإلكترونية	٩	تبرز أهمية ممارسة الرياضة بانتظام
	١٦	تقدم بعض الإحصائيات عن النتائج الرياضية.
	١٩	تكسب بعض الحقائق

جدول (٣)

عدد العبارات المكونة لاستمارة الاستبيان قبل وبعد رأي الخبراء

المحور	عدد العبارات في صورتها المبدئية	عدد العبارات المحذوفة	أرقام العبارات المحذوفة	عدد العبارات المعدلة	أرقام العبارات المعدلة	عدد العبارات في صورتها النهائية
المحور الأول	٩	١	٨	٠	٠	٨
المحور الثاني	١٠	١	٢	٢	٧، ٥	٩
المحور الثالث	٨	٠	٠	٣	٦، ٥، ٤	٨
المحور الرابع	٢٤	٣	٢٧، ٢٠	٢	١٨، ٢	٢١
المحور الخامس	٨	٠	٠	١	٧	٨
المجموع	٥٩	٥	٠	٨	٠	٥٤

بعد إجراء التعديلات التي اقترحتها السادة الخبراء سواء بالحذف أو تعديل الصياغة مع عدم إضافة عبارات جديدة أصبح الاستبيان مكون من (٥٤) عبارة وهو بذلك أصبح جاهز للتطبيق.

الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية خلال الفترة من ٢٠٢١/١١/١م إلى ٢٠٢١/١١/٢٢م على عينة مكونة من (٤٠) تلميذ وتلميذة من تلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الدقهلية من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية، وذلك بغرض التعرف على:

- تدريب المساعدين على كيفية تطبيق الاستبيان وتفرغ النتائج.
- التعرف على الصعوبات التي قد تواجه الباحثة أثناء إجراء الدراسة الأساسية وإيجاد الحلول لها.

- حساب المعاملات العلمية للاستبيان المستخدم (الصدق - الثبات).

المعاملات العلمية للاستبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية:

أولاً: صدق المحكمين:

قامت الباحثة بعرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد (١٠) من السادة المحكمين. وقد أسفرت النتائج عن قبول المحاور بعبارتها.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

قامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان على أفراد العينة الاستطلاعية وعددها (٤٠) تلميذ وتلميذة من مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية عن طريق صدق الاتساق الداخلي، وذلك بحساب قيمة معامل الارتباط بين درجة كل عبارة على حدة والدرجة الكلية للمحور، وذلك في الفترة من ٢٠٢١/١١/٣م إلى ٢٠٢١/١١/١٠م، كما يوضحه الجدولين (٤، ٥)

جدول (٤)

صدق الاتساق الداخلي لعبارات محاور استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية ن = ٤٠

معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط				
المحور الأول: مواقع التواصل الاجتماعي													
				٠,٤٦٧*	٧	٠,٥٢٣*	٥	٠,٤٦٥*	٣	٠,٤١٣*	١		
				٠,٤٩١*	٨	٠,٤٤٥*	٦	٠,٥١٠*	٤	٠,٤٨٧*	٢		
المحور الثاني: مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية													
				٠,٤٣٢*	٩	٠,٥١١*	٧	٠,٤٢١*	٥	٠,٤٩٩*	٣	٠,٤٠٣*	١
				٠,٤٢٨*	٨	٠,٤٧٠*	٦	٠,٥٠٧*	٤	٠,٤٣٦*	٢		
المحور الثالث: الأهداف الترويحية لمواقع التواصل الاجتماعي													
				٠,٥٨٧*	٧	٠,٤٠٩*	٥	٠,٤٨٢*	٣	٠,٥٧٣*	١		
				٠,٥٢١*	٨	٠,٤٦٦*	٦	٠,٥٢٧*	٤	٠,٤٩٦*	٢		

تابع جدول (٤)

صدق الاتساق الداخلى لعبارات محاور استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية ن = ٤٠

معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م
المحور الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية											
*٠,٤٥٦	٢١	*٠,٤٢٥	١٧	*٠,٤٣١	١٣	*٠,٥٦٧	٩	*٠,٥٦٣	٥	*٠,٤٣٣	١
		*٠,٤٣٩	١٨	*٠,٤٨٣	١٤	*٠,٥٥٢	١٠	*٠,٥٤٧	٦	*٠,٤١٠	٢
		*٠,٤٧٠	١٩	*٠,٣٩٨	١٥	*٠,٥٠٥	١١	*٠,٤٤٢	٧	*٠,٤٧٥	٣
		*٠,٤١٨	٢٠	*٠,٤٧١	١٦	*٠,٤٢٢	١٢	*٠,٤٠٣	٨	*٠,٥٢٠	٤
المحور الخامس: مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي											
				*٠,٤٥٦	٧	*٠,٤٣٩	٥	*٠,٥٩٤	٣	*٠,٤٧٧	١
				*٠,٤٧٩	٨	*٠,٣٨٨	٦	*٠,٥٧٢	٤	*٠,٥٣٨	٢

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى معنوية $\alpha = 0,05$ ، $\alpha = 0,05$ * دال عند مستوى $\alpha = 0,05$ يتضح من جدول (٤) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة على حدة والدرجة الكلية للمحور دالة إحصائياً، مما يدل على صدق الاستبيان فيما وضع من أجله.

جدول (٥)

معامل الارتباط بين محاور مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية والدرجة الكلية للاستبيان ن = ٤٠

معامل الارتباط	وحدة القياس	المحاور	م
*٠,٨٩٣	درجة	مواقع التواصل الاجتماعي	١
*٠,٨٤٢	درجة	مصادر الثقافة الترويجية الالكترونية	٢
*٠,٧٩٥	درجة	الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي	٣
*٠,٨١٤	درجة	دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية	٤
*٠,٨٨٥	درجة	مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٥
*٠,٨٣٦	درجة	الاستبيان ككل	

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى معنوية $\alpha = 0,05$ ، $\alpha = 0,05$ * دال عند مستوى $\alpha = 0,05$ يتضح من جدول (٥) أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة على حدة والدرجة الكلية للمحور ثم حساب معامل الارتباط لكل محور والدرجة الكلية للاستبيان دالة إحصائياً، وهذا يدل على أن المحاور مرتبطة بالاستبيان ككل.

- حساب ثبات استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية:

قامت الباحثة بإجراء الثبات للاستبيان على نفس عينة الدراسة الاستطلاعية وعددها (٤٠) تلميذ وتلميذة باستخدام طريقة تطبيق الاختبار ثم إعادة تطبيقه Test - Retest تحت نفس شروط التطبيق الأول، وذلك في الفترة من ٢٠٢١/١١/١١م إلى ٢٠٢١/١١/١٨م، وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيقين، كما هو موضح بجدول (٦)

جدول (٦)

معامل الثبات لاستبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية ن = ٤٠

م	المحاور	وحدة القياس		التطبيق الأول		التطبيق الثاني		معامل الارتباط
		س١	ع ±	س٢	ع ±	س٣	ع ±	
١	مواقع التواصل الاجتماعي	درجة	١٩,٧٥	٠,٤٥٢	٢٠,٠٠	٠,٣٩١	٠,٧٦٨*	
٢	مصادر الثقافة الترويجية الالكترونية	درجة	٢١,٥٠	٠,٦٤١	٢١,٧٥	٠,٥٨٢	٠,٧٨٥*	
٣	الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي	درجة	١٩,٦٠	٠,٤٣٩	١٩,٨٠	٠,٤٣٥	٠,٧٤٣*	
٤	دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية	درجة	٥٤,٢٥	٢,١٨٦	٥٤,٥٠	٢,٠٥٣	٠,٧٩٢*	
٥	مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	درجة	١٨,٤٠	٠,٦٢٧	١٨,٦٠	٠,٥٩٨	٠,٧٣٩*	
	الاستبيان ككل	درجة	١٣٣,٥٠	٣,٧٥٤	١٣٤,٦٥	٣,٥٨٦	٠,٧٦٥*	

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى معنوية $0,05 = 0,265$ * دال عند مستوى $0,05$

يتضح من جدول (٦) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التطبيقين في استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية، مما يدل على ثبات الاستبيان فيما وضع من أجله.

كما تم حساب معامل ثبات استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية على العينة الاستطلاعية السابقة وذلك بتطبيق معامل ألفا كرونباخ Coefficient Alpha Cronbach's.

جدول (٧)

معامل ثبات استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويجية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بتطبيق معامل ألفا كرونباخ ن = ٤٠

م	المحاور	وحدة القياس	معامل الثبات
١	مواقع التواصل الاجتماعي	درجة	٠,٦٠١*
٢	مصادر الثقافة الترويجية الالكترونية	درجة	٠,٥٣٠*
٣	الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي	درجة	٠,٥٤٨*
٤	دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية	درجة	٠,٥١٣*
٥	مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	درجة	٠,٥٧١*
	الاستبيان ككل	درجة	٠,٥٦٤*

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى معنوية $0,05 = 0,265$ * دال عند مستوى $0,05$

يتضح من جدول (٧) أن معامل الثبات بتطبيق معامل ألفا كرونباخ للاستبيان قد حقق قيمة قدرها ٠,٥١٢، وهذه يدل على أن استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية على قدر من الثبات يوثق به. ثم قامت الباحثة بحساب ثبات استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية باستخدام التجزئة النصفية (Split- Half) عن طريق تجزئة عبارات كل محور وعبارات الاستبيان ككل (العبارات الفردية- العبارات الزوجية) وإيجاد معامل الارتباط بين الجزأين.

جدول (٨)

معامل ثبات استبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية باستخدام التجزئة النصفية ن = ٤٠

معامل الثبات	العبارات الزوجية		العبارات الفردية		وحدة القياس	المحاور	٥
	± ع ^٢	س ^٢	± ع ^١	س ^١			
* ٠,٨١٤	٠,٢٦٥	٩,٥٠	٠,٢٧٣	٩,٧٠	درجة	مواقع التواصل الاجتماعي	١
* ٠,٧٦٣	٠,٣١٩	١٠,٨٠	٠,٣٢٧	١٠,٣٥	درجة	مصادر الثقافة الترويحية الالكترونية	٢
* ٠,٧٥٥	٠,٢٢٤	٩,٤٠	٠,٢٢٨	٩,٥٠	درجة	الأهداف الترويحية لمواقع التواصل الاجتماعي	٣
* ٠,٧١٩	١,٠٩٨	٢٧,١٠	١,٠٩٢	٢٧,٠٠	درجة	دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية	٤
* ٠,٨٠٣	٠,٣١٢	٩,٢٠	٠,٣٠٤	٩,٠٥	درجة	مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٥
* ٠,٧٩٠	٢,٠٢٣	٦٦,٠٠	٢,٠١٣	٦٥,٦٠	درجة	الاستبيان ككل	

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى معنوية $0,05 = 0,265$ * دال عند مستوى $0,05$ يتضح من جدول (٨) أن قيمة معامل الارتباط بين العبارات الفردية والزوجية لمحاور الاستبيان دالة إحصائياً عند مستوى $0,05$ ، مما يدل على أن الاستبيان يتميز بدرجة كبيرة من الاستقرار والثبات.

وبعد أن قامت الباحثة بحساب المعاملات العلمية (الصدق- الثبات) لاستبيان مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية أصبح في صورته النهائية جاهز للتطبيق على عينة البحث الأساسية، حيث اشتملت عباراته على عدد (٥٣) عبارة موزعة على أربعة محاور، ويتم الإجابة على عبارات الاستبيان من خلال ميزان ثلاثي (نعم وتأخذ ثلاث درجات- إلى حد ما وتأخذ درجتان- لا وتأخذ درجة واحدة) (ملحق ٥).

الدراسة الأساسية:

قامت الباحثة بتطبيق استمارة استبيان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية" - ملحق (٥)، وذلك بعد التأكد من صدقه وثباته، وقد تمت إجراءات التطبيق في المدة من ٢٤/١١/٢٠٢١ إلى ٤/١٢/٢٠٢١ م.

المعالجات الإحصائية:

استخدمت الباحثة حزمة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) والذي يشتمل

على المعالجات التالية:

- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- النسبة المئوية.
- معامل الارتباط.
- اختبار "كا".

عرض النتائج ومناقشتها:

جدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة كا^٢ وترتيب العبارات في ضوء الوزن النسبي لاستجابات التلاميذ لعبارات المحور الأول مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الترويحية ن=٧٦٨

الترتيب	قيمة كا ^٢ المحسوبة	الوزن النسبي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
١	*٣٢,٠٠	١٦٠٠	٢٥,٠٠	١٩٢	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٣,٣٣	٢٥٦	١
٢	*٦,٠٣	١٥٣٢	٣٥,٦٨	٢٧٤	٢٩,١٧	٢٢٤	٣٥,١٦	٢٧٠	٢
٣	*٨,٠٠	١٥٠٤	٣٣,٣٣	٢٥٦	٣٧,٥٠	٢٨٨	٢٩,١٧	٢٢٤	٣
٥	*٥٦,٠٠	١٤٠٨	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٥,٠٠	١٩٢	٢٩,١٧	٢٢٤	٤
٦	*١٥٢,٠٠	١٣١٢	٥٤,١٧	٤١٦	٢٠,٨٣	١٦٠	٢٥,٠٠	١٩٢	٥
٣م	*٥٦,٠٠	١٥٠٤	٢٩,١٧	٢٢٤	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٥,٠٠	١٩٢	٦
٨	*٤٨٨,٠٠	١١٢٠	٧٠,٨٣	٥٤٤	١٢,٥٠	٩٦	١٦,٦٧	١٢٨	٧
٧	*٢٩٦,٠٠	١١٨٤	٦٢,٥٠	٤٨٠	٢٠,٨٣	١٦٠	١٦,٦٧	١٢٨	٨

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى ٠,٠٥ = ٥,٩٩٠ * دال عند مستوى ٠,٠٥

يتضح من جدول (٩) أن قيمة كا^٢ المحسوبة لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور الأول مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الترويحية جميعها دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥.

حيث تراوحت قيمة كا^٢ المحسوبة بين (٦,٠٣ : ٤٨٨,٠٠)، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٦,٦٧% : ٣٥,١٦%)، وتراوحت النسبة المئوية

للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (١٢,٥٠% : ٤٥,٨٣%)، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (٢٩,١٧% : ٧٠,٨٣%).

حيث أظهرت النتائج وجود فروق إحصائية بين إستجابات عينة البحث لأراء التلاميذ في محور مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية فحققت أعلى استجابة موقع الفيس بوك Facebook. يليه موقع اليوتيوب YouTube. وكانت أقل استجابة موقع التليجرام Telegram يليه السناپ شات Snap chat بالنسبة لاستجابات افراد عينة البحث.

يتفق ذلك مع دراسة "حسام الدين مبارك" (٢٠٠٣م) (٦) إلى أن موقع الفيسبوك يساعد على معرفة الأحداث والأخبار قبل تداولها في وسائل الإعلام التقليدية، والمعلومات التي يتم نشرها تساهم بشكل ما في تغيير معتقدات الأفراد من حيث أهميتها أو أفضلية ممارستها أو أنواعها، كما أن عدم الثقة في مصادر المعلومات واضح لدى الطلاب وذلك لإشارتهم بأنها لا تدعم القيم الخلقية، ويوجه موقع الفيسبوك كل أفراد الأسرة للانتظام في ممارسة الرياضة ويوصى الباحث بأهمية نشر الثقافة الرياضية تزيد من درجة الوعي الرياضي والصحي لدى الطلاب، بما يحفزهم على ممارسة النشاط الرياضي المنتظم والمشاركة الفعلية في الفرق والنوادي والقاعات الرياضية لتحقيق الفوز وإكساب والألقاب الرياضية سواء كان على مستوى الوطني والإقليمي والعالمي.

كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة **vansoon** (٢٠١٠م) (١٧) أظهرت النتائج ان أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون المواقع من بينها (الفيسبوك واليوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، وقد بينت الدراسة أنه نحو (٥٣%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية تغيرت أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "رنا مروان العيسى" (٢٠٢٠) (٨) والتي أظهرت لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب، وأن الفيسبوك والانسغرام واليوتيوب هم أكثر المواقع استخداما من قبل المدربين الرياضيين حيث يشجعوا الشباب على ممارسة الرياضة عبر هذه المواقع وتغير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول بعض التمارين الرياضية وتوضيح طرق اللعب الصحيحة للتمارين داخل النادي الرياضي. كما انها تكسب الشباب وعي جيدا بأهمية الرياضة في حياتهم الجيدة لطرق اللعب فى الاندية الرياضية.

مما سبق وفي ضوء نتائج جدول (٩) يمكن الإجابة على التساؤل الأول لهذه الدراسة والذي ينص على (ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي لدى التلاميذ؟)

جدول (١٠)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة كا^٢ وترتيب العبارات في ضوء الوزن النسبي لاستجابات التلاميذ لعبارات المحور الثاني مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية ن=٧٦٨

الترتيب	قيمة كا ^٢ المحسوبة	الوزن النسبي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
٢	*٣٢,٠٠	١٦٦٤	٢٥,٠٠٠	١٩٢	٣٣,٣٣	٢٥٦	٤١,٦٦٧	٣٢٠	١
٧م	*٧٢,٠٠	١٤٤٠	٤٥,٨٣٣	٣٥٢	٢٠,٨٣	١٦٠	٣٣,٣٣٣	٢٥٦	٢
٩	*٥٦,٠٠	١٣٧٦	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٩,١٧	٢٢٤	٢٥,٠٠	١٩٢	٣
٣	*٨,٠٠	١٦٠٠	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٣٣,٣٣	٢٥٦	٣٧,٥٠٠	٢٨٨	٤
٥	*٢٤,٠٠	١٥٣٦	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٤١,٦٧	٣٢٠	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٥
١	*٥٦,٠٠	١٦٩٤	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٢٥,٠٠	١٩٢	٤٥,٨٣٣	٣٥٢	٦
٦	*٣١,٠١	١٤٧٣	٣٣,٣٣	٢٥٦	٤١,٥٤	٣١٩	٢٥,١٣	١٩٣	٧
٧	*٧٢,٠٠	١٤٤٠	٤٥,٨٣٣	٣٥٢	٢٠,٨٣	١٦٠	٣٣,٣٣٣	٢٥٦	٨
٤	*٨,٠٠	١٥٦٨	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٣٧,٥٠	٢٨٨	٣٣,٣٣٣	٢٥٦	٩

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى ٠,٠٥=٠,٩٩٠ * دال عند مستوى ٠,٠٥ *

يتضح من جدول (١٠) أن قيمة كا^٢ المحسوبة لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور الثاني مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية جميعها دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥. وتراوحت قيمة كا^٢ المحسوبة بين (٨,٠٠ : ٧٢,٠٠)، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (٢٥,٠٠% : ٤٥,٨٣٣%)، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٢٠,٨٣% : ٤١,٦٧%)، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (٢٥,٠٠% : ٤٥,٨٣%).

حيث أظهرت النتائج ان مواقع الاندية والنشرات والمقالات الإلكترونية بالإضافة الى مواقع الاتحادات الرياضية تعد أهم مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية لتلاميذ المرحلة الاعدادية

وترجع الباحثة ذلك الى ان تطبيق الاستبيان الإلكتروني بالنسبة لعدد كبير من التلاميذ قد يكون أعطى لهم الفرصة للدراسة والبحث عن مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية حيث ظهر ذلك في استجاباتهم السابقة.

كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة "يزن سمير" (٢٠٢٠م) (١٤) والتي أظهرت ان شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على نشر الثقافة الرياضية وتزيد من درجة الوعي

الرياضي والصحي لدى الطلاب،، وتؤكد على نشر السلوك الصحي المصاحب للأنشطة لدى الطلاب.

كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة "حسام الدين مبارك" (٢٠٠٣) (٦) والتي أظهرت زيادة وعي الطلاب بأهمية المواقع الإلكترونية كشبكة الكترونية لتبادل، نقل المعلومات عبر الشبكة الدولية بحيث يمكن للطلاب من خلالها الحصول على المعلومات في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو في صورة خرائط كما تساعد المواقع الإلكترونية على تحسين مهارات استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كما تؤثر المواقع الإلكترونية بدرجة ايجابية على المعتقدات الرياضية عن طريق تكوين اتجاهات ايجابية نحو ممارسة الرياضة وبناء مفاهيم رياضية متطورة، حيث اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي قد حققت التحفيز على الإبداع، ودفعت بالطلاب للتفاعل والتنافس على التفوق

مما سبق وفي ضوء نتائج جدول (١٠) يمكن الإجابة على التساؤل الثاني لهذه الدراسة والذي ينص على (ما هي مصادر الثقافة الرياضية الإلكترونية لدى طالبات؟).

جدول (١١)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة كاي^٢ وترتيب العبارات في ضوء الوزن النسبي لاستجابات التلاميذ لعبارات المحور الثالث الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي ن=٧٦٨

الترتيب	قيمة كاي ^٢ المحسوبة	الوزن النسبي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
٢	*٣٢,٠٠	١٦٠٠	٢٥,٠٠	١٩٢	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٣,٣٣	٢٥٦	١
١	*٥٦,٠٠	١٦٩٦	٢٥,٠٠	١٩٢	٢٩,١٧	٢٢٤	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢
٦	*٣٢,٠٠	١٤٠٨	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٣,٣٣	٢٥٦	٢٥,٠٠	١٩٢	٣
٧	*٧٢,٠٠	١٣٤٤	٤٥,٨٣	٣٥٢	٣٣,٣٣	٢٥٦	٢٠,٨٣	١٦٠	٤
٣	*٥٦,٠٠	١٥٠٤	٤١,٦٧	٣٢٠	٢٠,٨٣	١٦٠	٣٧,٥٠	٢٨٨	٥
٣م	*٨,٠٠	١٥٠٤	٣٣,٣٣	٢٥٦	٣٧,٥٠	٢٨٨	٢٩,١٧	٢٢٤	٦
٨	*١٠٤,٠٠	١٣١٢	٤٥,٨٣	٣٥٢	٣٧,٥٠	٢٨٨	١٦,٦٧	١٢٨	٧
٥	*٣١,٠١	١٤٧٣	٣٣,٣٣	٢٥٦	٤١,٥٤	٣١٩	٢٥,١٣	١٩٣	٨

قيمة كاي^٢ الجدولية عند مستوى ٠,٠٥=٠,٩٩٠ * دال عند مستوى ٠,٠٥ *

يتضح من جدول (١١) أن قيمة كاي^٢ المحسوبة لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور الثالث الأهداف الترويجية لمواقع التواصل الاجتماعي جميعها دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

وتراوحت قيمة كاي^٢ المحسوبة بين (٨,٠٠ : ٧٢,٠٠)، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (٢٥,٠٠% : ٤٥,٨٣٣%)، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ

(إلى حد ما) ما بين (٢٠,٨٣% : ٤١,٦٧%)، وتراوح النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (٢٥,٠٠% : ٤٥,٨٣%).

حيث أظهرت النتائج ان مواقع التواصل الاجتماعية المستخدم في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية تسهم بالفعل في سرعة وصول الرسائل الترويحية الى الجمهور، كما أنها تتيح الفرصة للتفاعل بين جميع الافراد والتقيد عن آرائهم ومعارفهم الترويحية بمنتهى الجدية هذا بالإضافة أنها تتناسب مع جميع المستويات السنية و الثقافية. وأن زيادة وعي التلاميذ بأهمية المواقع الالكترونية كشبكة الكترونية لتبادل نقل المعلومات عبر الشبكة الدولية بحيث يمكن للطلاب من خلالها الحصول على المعلومات في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو في صورة خرائط كما تساعد المواقع الالكترونية على تحسن مهارات استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة " **VANSOON** (٢٠١٠م) (١٧) والتي أظهرت ان صفحات الإنترنت الخاصة بالأندية الرياضية للرعاة هي وسيلة اتصال جيدة تسهم في شعور الاعضاء بالانتماء والارتباط بالنادي،

كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة " **يزن سمير حداد** " (٢٠٢٠م) (١٤) والتي أظهرت أن دوافع الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً في مجالي (التكنولوجي والثقافي) وكان متوسطاً في مجال (الاجتماعي).

مما سبق وفي ضوء نتائج جدول (١١) يمكن الإجابة على التساؤل الثالث لهذه الدراسة والذي ينص على (ما هو دور الاهداف الترويحية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى التلاميذ؟).

جدول (١٢)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة كا^٢ وترتيب العبارات في ضوء الوزن النسبي لاستجابات التلاميذ لعبارات المحور الرابع دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية في نشر الثقافة الترويحية ن=٧٦٨

الترتيب	قيمة كا ^٢ المحسوبة	الوزن النسبي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
١	*٥٦,٠٠	١٦٦٨	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٢٥,٠٠	١٩٢	٤٥,٨٣٣	٣٥٢	١
١٦	*٧٢,٠٠	١٣٤٤	٤٥,٨٣	٣٥٢	٣٣,٣٣	٢٥٦	٢٠,٨٣	١٦٠	٢
٢	*٣٢,٠٠	١٦٦٤	٢٥,٠٠٠	١٩٢	٣٣,٣٣	٢٥٦	٤١,٦٦٧	٣٢٠	٣
١١	*٣١,٠١	١٤٧٣	٣٣,٣٣	٢٥٦	٤١,٥٤	٣١٩	٢٥,١٣	١٩٣	٤
٤م	*٥٦,٠٠	١٣٧٦	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٩,١٧	٢٢٤	٢٥,٠٠	١٩٢	٥
٢١	*٨٦٤,٠٠	٩٦٠	٨٣,٣٣	٦٤٠	٨,٣٣	٦٤	٨,٣٣	٦٤	٦
٢٠	*٤٨٨,٠٠	١٠٨٨	٧٠,٨٣	٥٤٤	١٦,٦٧	١٢٨	١٢,٥٠	٩٦	٧

تابع جدول (١٢)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة كا^٢ وترتيب العبارات في ضوء الوزن النسبي لاستجابات التلاميذ لعبارات المحور الرابع دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية في نشر الثقافة الترويحية ن=٧٦٨

الترتيب	قيمة كا ^٢ المحسوبة	الوزن النسبي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
٣	*٨,٠٠	١٦٠٠	٢٩,١٧	٢٢٤	٣٣,٣٣	٢٥٦	٣٧,٥٠	٢٨٨	٨
١٠	*٥٦,٠٠	١٥٠٤	٢٩,١٧	٢٢٤	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٥,٠٠	١٩٢	٩
١٩	*٤٨٨,٠٠	١١٢٠	٧٠,٨٣	٥٤٤	١٢,٥٠	٩٦	١٦,٦٧	١٢٨	١٠
١٧	*١٥٢,٠٠	١٣١٢	٥٤,١٧	٤١٦	٢٠,٨٣	١٦٠	٢٥,٠٠	١٩٢	١١
٣م	*٨,٠٠	١٦٠٠	٢٩,١٧	٢٢٤	٣٣,٣٣	٢٥٦	٣٧,٥٠	٢٨٨	١٢
٣م	*٣٢,٠٠	١٦٠٠	٢٥,٠٠٠	١٩٢	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٣,٣٣٣	٢٥٦	١٣
١٣	*٣٢,٠٠	١٤٠٨	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٣,٣٣	٢٥٦	٢٥,٠٠	١٩٢	١٤
٦	* ٨,٠٠	١٥٦٨	٢٩,١٧	٢٢٤	٣٧,٥٠	٢٨٨	٣٣,٣٣	٢٥٦	١٥
١٤	*٥٦,٠٠	١٣٧٦	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٩,١٧	٢٢٤	٢٥,٠٠	١٩٢	١٦
١٢	*٨,٠٠	١٤٧٢	٣٧,٥٠	٢٨٨	٣٣,٣٣	٢٥٦	٢٩,١٧	٢٢٤	١٧
١٨	*٢٤٨,٠٠	١١٨٤	٥٨,٣٣	٤٤٨	٢٩,١٧	٢٢٤	١٢,٥٠	٩٦	١٨
٦م	*٨,٠٠	١٥٦٨	٢٩,١٦٧	٢٢٤	٣٧,٥٠	٢٨٨	٣٣,٣٣٣	٢٥٦	١٩
٨	*٥٦,٠٠	١٥٣٦	٣٧,٥٠	٢٨٨	٤١,٦٧	٣٢٠	٢٠,٨٣	١٦٠	٢٠
٩	*٦,٠٣	١٥٣٢	٣٥,٦٨	٢٧٤	٢٩,١٧	٢٢٤	٣٥,١٦	٢٧٠	٢١

يتضح من جدول (١٢) أن قيمة كا^٢ المحسوبة لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور الرابع مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية في نشر الثقافة الترويحية جميعها دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

وتراوحت قيمة كا^٢ المحسوبة بين (٦,٠٣ : ٤٨٨,٠٠)، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (٨,٣٣% : ٤٥,٨٣٣%)، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٨,٣٣% : ٤٥,٨٣%)، وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (٢٩,١٦% : ٧٠,٨٣%).

حيث أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي ودورها كوسيلة إعلامية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية تفيد في تنمية المعلومات الثقافية الترويحية وتعمل على رفع مستوى الوعي لدى المتابعين والمتصفحين لها، وأنها تعد من أسرع الوسائل في الحصول على المعلومات والمعارف، حيث تقوم بتوفير جميع الاختبار والمعلومات واعلانها قبل وسائل الاعلام التقليدية.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "حسام الدين مبارك" (٢٠٠٣) (٦) والتي أظهرت أن هناك مجموعة من الدوافع التي تدفع الطلاب لمطالعة المواقع الإلكترونية كالحصول على معلومة أو

التعرف على الجديد في المجالات المختلفة، بالإضافة إلى الاستفادة من جميع الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية، وكذلك استخدام للخصائص التفاعلية للمواقع الإلكترونية. ويؤكد كمال درويش، أمين الخولي (٢٠٠١م) أنه بالإضافة إلى اشتغال مفهوم ثقافة الترويح على الجوانب المعرفية فهناك جانب الوعى الترويحي او الوعى بالفراغ ويعكس هذا الوعى قدرة الاشخاص على استخدام معرفتهم عن الفراغ وانشطته في اثناء نوعية الحياة ويتمثل هذا الوعى بالمعرفة بمعنى الفراغ، تحديد نوعيات مختلفة من خبرات الفراغ التي يمكن المشاركة فيها، تحديد علاقة الفراغ بجوانب الحياة الانسانية والعيش في المجتمع. (٢٢١:١٢)

كما تشير نتائج بشار شهاب (٢٠١٥م) (٤) حيث أن المشاركة في الأنشطة الترويحية ساعدت الطلاب في إرتفاع مستوي ثقافة الترويح وأن الترويح يحقق تنمية موهبة الطلاب وإستثمار أوقات الفراغ بشكل ممتع وبناء. وأن من اهم خصائص الثقافة الترويحية انها مكتسبة من البيئة المحيطة بالفرد.

مما سبق وفي ضوء نتائج جدول (١٢) يمكن الإجابة على التساؤل الرابع لهذه الدراسة والذي ينص على (ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية في نشر الثقافة الترويحية لدى التلاميذ؟).

جدول (١٣)

التكرارات والنسبة المئوية وقيمة كا^٢ وترتيب العبارات فى ضوء الوزن النسبي لاستجابات التلاميذ لعبارات المحور الخامس مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ن=٧٦٨

الترتيب	قيمة كا ^٢ المحسوبة	الوزن النسبي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
٢	*٣٢,٠٠	١٦٠٠	٢٥,٠٠	١٩٢	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٣,٣٣	٢٥٦	١
١	*٥٦,٠٠	١٦٦٤	٢٠,٨٣	١٦٠	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٧,٥٠	٢٨٨	٢
٧	*٩٦,٠٠	١٣٤٤	٤١,٦٧	٣٢٠	٤١,٦٧	٣٢٠	١٦,٦٧	١٢٨	٣
٣	*٨,٠٠	١٥٦٨	٢٩,١٧	٢٢٤	٣٧,٥٠	٢٨٨	٣٣,٣٣	٢٥٦	٤
٤	*٥٦,٠٠	١٥٠٤	٢٩,١٧	٢٢٤	٤٥,٨٣	٣٥٢	٢٥,٠٠	١٩٢	٥
٥	*٢٤,٠٠	١٤٤٠	٣٧,٥٠	٢٨٨	٣٧,٥٠	٢٨٨	٢٥,٠٠	١٩٢	٦
٦	*٥٦,٠٠	١٣٧٦	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٧,٥٠	٢٨٨	٢٠,٨٣	١٦٠	٧
٨	*٥٦,٠٠	١٢٨٠	٤١,٦٧	٣٢٠	٣٧,٥٠	٢٨٨	٢٠,٨٣	١٦٠	٨

يتضح من جدول (١٣) أن قيمة كا^٢ المحسوبة لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور الخامس مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جميعها دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

وتراوح قيمة كا ٢ المحسوبة بين (٩٦,٠٠ : ٨,٠٠)، كما تراوحت النسبة المئوية للاستجابة بـ (نعم) ما بين (١٦,٦٧% : ٣٧,٥٠%)، وتراوح النسبة المئوية للاستجابة بـ (إلى حد ما) ما بين (٣٧,٥٠% : ٤٥,٨٣%)، وتراوح النسبة المئوية للاستجابة بـ (لا) ما بين (٢٠,٨٣% : ٤١,٦٧%).

وبناء على استجابات أفراد عينة البحث ترى الباحثة أن أهم مشكلات مواقع التواصل الاجتماعي تتضح في عدم التأكد من صحة ودقة البيانات والمعلومات المتاحة على هذه المواقع وأن هذه المعلومات لا يتوفر لها الحماية الكافية وأن بعض المعلومات أو حتى الصور والفيديوهات قد تكون غير مناسبة للمجتمعات الشرقية هذا بالإضافة إلى أن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد تسبب مشاكل بدنية وذهنية واجتماعية أيضاً.

ينفق ذلك مع نتائج دراسة "حسام الدين مبارك" (٢٠٠٣) (٦) والتي أظهرت أن وسائل الإعلام الجماهيرية تعمل على الإثارة الاخبارية دون الاهتمام بالقيم الاخلاقية. كما ينفق ذلك مع نتائج دراسة "Krabinski" (٢٠١٠) (١٥) والتي أظهرت أن طلاب الجامعات المدمنون لتصفح فيس بوك كانت درجاتهم الدراسية أكثر بكثير من تلك التي يحصل عليها زملائهم الذين لا يستخدمون هذه المواقع.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "Vansoom" (٢٠١٠) (١٧) والتي أظهرت أن البالغين يستخدمون مواقع من بينها فيس بوك ويوتيوب قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الانترنت من ذلك التي يقضونها مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

مما سبق وفي ضوء نتائج جدول (١٣) يمكن الإجابة على التساؤل الخامس لهذه الدراسة والذي ينص على (ما هي مشكلات استخدام التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى التلاميذ؟).

الإستخلاصات :

انطلاقاً من نتائج هذا البحث وفي ضوء هدف البحث وما توصلت إليه الباحثة من الأسلوب الإحصائي المستخدم وما أسفرت عنه الدراسة من الفروق والعلاقات استخلصت الباحثة الإستخلاصات التالية:

١- وجود فروق ذات دلالة إحصائياً بين إستجابات عينة البحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية.

- ٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إستجابات عينة البحث في مصادر الثقافة الترويحية الإلكترونية في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية.
- ٣- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إستجابات عينة البحث في دور الاهداف الترويحية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية.
- ٤- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إستجابات عينة البحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية.
- ٥- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إستجابات عينة البحث في مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية.

التوصيات:

- ١- وضع استراتيجية لتفعيل آلية استخدام المواقع الإلكترونية بالمدارس.
- ٢- زيادة تسليط الضوء بأهمية الترويج والأنشطة الترويحية في حياتنا (جسديا وصحيا ونفسيا) على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- تعزيز مشاركة التلاميذ بالأنشطة الترويحية في المدرسة لأهميتها في تحسين مستوى الثقافة الترويحية لديهم.
- ٤- زيادة اهتمام المواقع الإلكترونية بتدعيم المقالات المنشورة بالصور والفيديو كوسيلة فعليه الهدف منها إقناع الجمهور.
- ٥- قيام المواقع الإلكترونية بتدعيم القيم والمبادئ الأخلاقية دون الاعتماد على الإثارة الإخبارية في ضوء الأحداث التي تشهدها الساحة.
- ٦- وضع إطار تشريعي وقانوني لتنظيم آلية عمل واستخدام المواقع الإلكترونية.
- ٧- دعم المدارس لتوفير الإمكانيات الإلكترونية بالقدر الكافي الذي يتناسب مع أعداد التلاميذ.

((المراجع))

أولاً المراجع العربية:

- ١- ابراهيم الفار (٢٠١٢م): تربويات تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين وتكنولوجيا ويب (٢٠)، القاهرة، دار الكتب و الوثائق المصرية.
- ٢- أحمد محمد رفاعي (٢٠١٤م): العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة،

قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

- ٣- اسماعيل ابراهيم (٢٠٠١م): الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفكر للنشر والتوزيع.
- ٤- بشار شهاب (٢٠١٥م): ثقافة الترويح الرياضي وعلاقتها بمستويات المشاركة لدى طلاب المرحلة الاعدادية في جمهورية العراق، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية جامعة المنصورة.
- ٥- تهاني عبد السلام (٢٠٠١م): الترويح والتربية الترويحية، القاهرة، دار الفكر العربي.
- ٦- حسام الدين مبارك (٢٠٠٣م): دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية جامعة طنطا.
- ٧- حسين احمد الشافعي (٢٠٠١م) : التربية الرياضية وقانون البيئة، الاسكندرية، ط ١، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية.
- ٨- رنا مروان العيسى (٢٠٢٠م): دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة لدى الشباب الاردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين، رسالة ماجستير، قسم الاعلام، جامعة الشرق الاوسط.
- ٩- ريهام الجبيلي (٢٠١٣م): الثقافة الترويحية وسلوك وقت الفراغ لدى طلاب المرحلة الثانوية بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الأسكندرية.
- ١٠- طه عبد الرحيم (٢٠٠٦م): الترويح، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
- ١١- عبدالله الطويرقي (٢٠٠٠م) : علم الاتصال المعاصر، جامعة الملك سعود، الرياض.
- ١٢- كمال درويش، وأمين الخولي (٢٠٠١م): أصول الترويح وأوقات الفراغ " مدخل العلوم الإنسانية"، القاهرة، دار الفكر العربي.
- ١٣- نبيل على محمود (٢٠١٠م): محورية الثقافة في مجتمع المعرفة، رؤية عربية مستقبلية، كتاب العرب رقم ٨١، الجزء الاول، وزارة الاعلام، الكويت.

١٤- يزن سمير حداد (٢٠٢٠م): دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة مساعي كرة السلة وكرة القدم بجامعة اليرموك، انتاج علمي، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، جامعة آل البيت، الأردن.

ثانياً المراجع الأجنبية:

- 15- Karbiniski , A. (2010). Facebook And The Technology Revolution, NY Spectrum Puplications Lichtenauer, P: Sportsponsoring -Der verein auf dem Wegindie Professionalitat, www.unimuenster.de/sportwissenschaft/sportkultur.
- 16- Moyer, C. (2012): Relationship Of Facebook Usage To Team Identification , Thesis In Arts. Milwaukee , Wisconsin.
- 17- Vansoon , A. (2010): Facebook And The Invasion Of Technological Communities, N.Y, Newyork.