

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة معهد التربية البدنية والرياضية

د. مزغيش إيمان

د. بوراس محمد

- معهد التربية البدنية والرياضية - جامعة الجزائر3

- معهد التربية البدنية والرياضية - جامعة الجزائر3

mezghiche.ieps@gmail.com

0551713916

### ملخص:

هدفت الدراسة إلى تقصي وجهة نظر طلبة طور الماستر بمعهد التربية البدنية والرياضية عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب في ظل الكرونة، و قد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب ،حيث يعتمد أفراد العينة على موقعي الفيسبوك والانستغرام لتشجيع متابعتهم على ممارسة الرياضة وتغير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول التمرن والتغذية، وتوضيح طرق التدريب الصحيحة داخل وخارج النادي الرياضي، كما توصل أفراد العينة إلى أن متابعتهم اكتسبوا وعيا جيدا بأهمية الرياضة في حياتنا وكونوا معارف جيدة لطرق تأدية التمارين، و توصي الدراسة أنه على النوادي الرياضية أن تقوم استغلال هذه الحسابات على المواقع وتنظيم فعاليات لزيادة توعية الشباب بالأخطاء الشائعة وطرق التمرن الصحيحة داخل النوادي ومرافقة المنخرطين حتى خارج النادي، و كذا دعوة وسائل الإعلام المختلفة بعمل برامج رياضية حوارية تثقيفية تهدف إلى ترسيخ فكرة أن ممارسة الرياضة بانتظام هو أسلوب حياة صحي واجب انتهاجه من طرف الجميع.

### الكلمات الدالة:

مواقع التواصل الاجتماعي - الثقافة الرياضية

## **the role of social media in promoting sport culture, studiant point of view**

### **Abstract :**

This study aimed to investigate master degree studiant point of view on the role of social media in promoting sport culture among there folower in social media. The results of this study showed that social media has a major role in spreading sports culture , Facebook, Instagram, are the most used platforms, as they encourage the youth to do exercises via these platforms, change some misconceptions about some exercises, and clarify correct methods of workout at the gym. Also,there folower gained good awareness of the importance of sports in our lives and getting good knowledge of how to workout at the gym or in open spaces. The study recommends that Gyms should make more activities to raise youth's awareness about common mistakes and show the correct techniques of doing exercises and using machines at the gym, Different media make educational talk-show programs on various sports topics to raise more awareness among youth, in order to demonstrate the importance of sports in our live that should be a healthy lifestyle.

### **Keywords:**

Social Media – Sports Culture

## 1. إشكالية الدراسة:

إن وجود مواقع التواصل الاجتماعي سهل عملية الحصول على المعلومات في مختلف المجالات في أي زمان ومكان، حيث أصبحت هذه المواقع عاملاً مؤثراً وفعالاً في عملية التثقيف والتوعية عامة وفي المجال الرياضي خاصة فيما تعلق باللياقة البدنية والتغذية الصحية، وتلجى دور هذه الأخيرة بوضوح خاصة في السنتين الأخيرة منذ ظهور فيروس كورونا وما جاء معه من إجراءات وتدابير اتخذت على المستوى العالمي لمنع انتشار وتفشي المرض، والتي اقتضت تطبيق الحجر الشامل والجزئي، مما أدى إلى غلق معظم المؤسسات باختلاف مجالات نشاطها وكذا المرافق العامة والخاصة، ومن بينها المراكز الرياضية والنوادي وأماكن الممارسة المغلقة منها خاصة، وأصبح المدربون أمام تحد كبير بين الاستمرارية في العمل ومتابعة الأشخاص المتدربين معهم في النادي الرياضي وبين التوقف عن العمل تماماً في ظل هذه الظروف، فكانت مواقع التواصل الاجتماعي هي الطريقة الوحيدة والوسيلة المتوفرة للاستمرارية و تشجيع الأفراد على ممارسة الرياضة وبيان أهميتها في الوقاية من الأمراض، وذلك عن طريق عمل فيديوهات توعوية وحصص جماعية عن بعد باستخدام مختلف التطبيقات مثل Zoom و البث مباشر على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والإنستغرام، فأصبح الاستخدام مكثفاً لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحجر الصحي، وبفضل ذلك كان للعديد من المدربين والمدربين الرياضيين دور في تحسين الأوضاع النفسية والصحية لممارسيها وذلك بتصوير فيديوهات خاصة يمكن ممارستها في المنزل، وفق برنامج رياضي يتابعه المشاهدون ولقي الأمر نجاحاً كبيراً، ولا يستثنى من هؤلاء طلبة معهد التربية البدنية والرياضية الحاملين لشهادة ليسانس والمتدربين في طور الماستر باعتبارهم أساتذة ومدربين وخبراء في مجال تخصصهم، حيث لاحظنا نشاطاً مكثف من طرف هؤلاء على مختلف الوسائط الإلكترونية يعمل على نشر الثقافة الرياضية وتوسيع نطاقها موجه للممارسين وغير الممارسين، من أجل تسهيل عملية التدريب الشخصي في المنزل بشرح التمارين وتطبيق البرنامج المقترح لهم بالفيديو، مع المتابعة الشخصية، وكذا التفاعل مع المتابعين بالاجابة على كل انشغالاتهم وتوضيح الغموض، من هنا تبادر إلى أذهاننا طرح التساؤل التالي: كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة الماستر بمعهد التربية البدنية والرياضية ؟

## 2. أهداف الدراسة:

تهدف من خلال هذه الدراسة إلى تقصي وجهة نظر طلبة الماستر بمعهد التربية البدنية والرياضية عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية. ويتفرع من الهدف الرئيسي الأهداف الجزئية التالية:

- التعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في التثقيف الرياضي من قبل أفراد العينة.

- التعرف على الطريقة التي يوظف بها الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الرياضية.

- معرفة تقييم الطلبة لمستوى الثقافة الرياضية لدى متابعتهم على مواقع التواصل .

### 3. حدود الدراسة :

- الحدود الزمنية: طبقت هذه الدراسة في السداسي الثاني من عام 2020

- الحدود المكانية والبشرية: طبقات على طلبة الماستر ( سنة 1 و 2) بكل التخصصات بمعهد التربية البدنية والرياضية جامعة

الجزائر 3 في السنة الدراسية 2020/2019.

### 4. تحديد المصطلحات والمفاهيم:

#### 4. 1 مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع إلكترونية اجتماعية على الانترنت، وهي الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات

التواصل في ما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عجز التواصل في الواقع الحقيقي ( زهير راضي، 2003، ص 23)، إذ

عرفت كليه شرديان التكنولوجية Sheridan الإعلام الجديد بأنه الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي ويتيح التفاعل.

ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو، والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض

أما التفاعلية وهي تمثل الفرق الرئيسي الذي يميزه . ونشير في نفس السياق إلى ظهور عدد من الأدوات والتطبيقات المبنية على

فلسفة الجيل الثاني للويب، وبالتالي يطلق عليها أدوات الجيل الثاني للويب، أو وسائل التواصل الاجتماعي، أو البرامج الاجتماعية)

عبدالجواد، محمد، 2018، ص 51 )

كما تعتبر هذه المواقع كمنظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه

عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (قرناني، 2019، ص 51)، ويعرفها

Shirky على أنها أدوات لزيادة قدرتنا على المشاركة والتعاون مع بعضنا البعض واتخاذ إجراءات جماعية، كل ذلك خارج نطاق

المؤسسات والمنظمات التقليدية.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل

علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على

تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، سواء كانوا أصدقاء تعرفهم واقعيا أو تم التعرف عليهم في العالم الافتراضي وتوطيد العلاقات الاجتماعية بين الناس. (جرار، 2012، ص 38).

إذن مواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الانترنت، التي تسمح للمستخدم أو المستخدم في التواصل مع الآخرين و تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات. ومن أهم هذه المنصات: الفيسبوك، تويتر، انستغرام، سناب تشات واليوتيوب والتي نخصهم بالدراسة.

#### 4. 2 مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر :

لقد غيرت شبكات التواصل الاجتماعي منطق تفكير الجزائريين والشباب تحديد، حيث تجاوز رقم مشتركه المليون في ظرف سنوات قليلة، جعلت منه مصدر ومحور التفكير بشكل لإرادي، غذ صرح مؤسس المرصد الجزائري لشباب الفيسبوك وتويتر عارف شاكر بأن عدد مشتركه الفيسبوك في الجزائر قفز في ظرف أقل من سنتين من نصف المليون إلى ما يزيد على المليون، وهو رقم مرشح للارتفاع في الأشهر القليلة القادمة ، كما يرى بأن الفيسبوك وتويتر قلبا الموازين وصارا يصنفان الحدث والخبر في لحظة وعلى طبيعته، ويؤكد المتحدث على تحولها من مجرد أداة إعلامية نصية للتواصل إلى أداة إعلامية سمعية بصرية شاملة وفيما بعد قامت تلك الأداة بتوفير المزيد من الإمكانيات والفرص للمستهلكين للتأثير في الآخرين وقراراتهم. ومع اختلاف متنفس الجزائريين و تحديدا الشباب، .

#### 4. 3 الثقافة الرياضية :

تعد الثقافة الرياضية مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من فنون الأنشطة الرياضية المختلفة، التي يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة، أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية. (قدومي، والعمد، 2017، ص 37).

هي عبارة عن مجموعة القيم الاجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية والتي تساهم في خلق السلوك الأمثل والأفكار والأعراف الثقافية للفرد في مجاله الرياضي.

أما الوعي الرياضي هو الاطلاع الدقيق و الإحاطة بشؤون الرياضة و أنظمتها و خصوصياتها وتاريخها و أحداثها بصفة عامة، والوعي الرياضي مفهوم يسعى إليه البعض عن تصميم، ويستخدمه آخرون " شعارا " للتباهي والدعاية والادعاء، وهو مجال يتسع لكثير من المعاني الخيرة المفيدة، هو شعور بالهوية و يشمل المواقف والمفاهيم و الخصائص المختلفة للرياضة. وعرفه آخرون

بأنه: "إدراك الفرد ومؤسسات المجتمع المختلفة بمسؤولياتهم الكبرى في بناء الشخصية الإنسانية المتكاملة والسعي في دفع عملية النهضة و التقدم المعنوي و المادي من خلال إصلاح الفكر والسلوك والواقع."

#### 4.4 مجالات الثقافة الرياضية

:للثقافة الرياضية أربعة مجالات هي: (أحمد، ومهدي، 2012، ص 145 )

- المجال المعرفي (المعرفة الرياضية): هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل معرفة قواعد وقوانين وخطط الألعاب التي تخص المجال الرياضي.
- المجال الاجتماعي: هو تنشئة الأفراد وتنقيفهم رياضيا و تعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا فضال عن تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.
- المجال التربوي: والمتمثل في إعداد الفرد وتكوين سلوكه جسديا ونفسيا وأخلاقيا واجتماعيا وفنيا واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق ممارسة الرياضة
- المجال الصحي: قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه والعناية به وإشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة من الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية.

#### 5. نظريات التواصل :

في بناء هذه الدراسة تم الاعتماد على نظرية إثراء وسائل العالم : Theory Richness Media التي وضعها كال من ريتشارد دافت Daft. L Richard وروبيرت لينجيل Lengl. H Robert عام 1984 ، وتقوم هذه النظرية على على تفسير العلاقة بين نوع وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، كيفية اختيار واستخدام وسائل الاتصال (Wright & others, 2008, p137)، و تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة. وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام، كلما قل غموض المعلومة المرسله للجمهور كلما حدث الاتصال بأكثر فاعلية. فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض و إيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. (إبراهيم، 2017، ص 281 )

وتفترض النظرية فرضين أساسيين هما: (إسماعيل، 2018، ص 96):

- أن وسائل التكنولوجيا تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، و تنوع المضمون من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض الذي يراود الكثير من الأفراد عند التعرض لها .

- صنفت النظرية ثراء الوسيلة استنادا إلى أربعة معايير أساسية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي: التغذية الراجعة الفورية، نقل الإشارات المتعددة، استخدام اللغة، التركيز الشخصي .

وتطبيقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام Theory Richness Media على هذه الدراسة، فمواقع التواصل الاجتماعي هي الوسائل الاتصالية الأحدث والأكثر انتشارا خصوصا في الآونة الأخيرة، وهي الوسائل المراد دراسة دورها في نشر الثقافة الرياضية (الرسالة) لدى الشباب (المستقبل) من قبل الطلبة (القائم بالاتصال) وقد اعتمدت الدراسة على هذه النظرية من ناحية ثراء مواقع التواصل الاجتماعي بالمعلومات الرياضية، وستظهر نتائج الدراسة أكثر المواقع استخداما في نشر الثقافة الرياضية من قبل الطلبة المدربين.

#### 6. الإجراءات الميدانية:

اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبيان كأداة، حيث تم استهداف كل أفراد المجتمع البالغ عددهم 1600 طالب ماستر بمعهد التربية البدنية والرياضية خلال السنة الدراسية 2020/2019، وقد وزعت عليهم من خلال نشر وارسال الرابط الالكتروني للاستمارة، إلا أن عدد المبحوثين الذين استجابوا وكانت استماراتهم قابلة للتفريغ وصالحة للتحليل قدر ب 328 والذي يمثل عدد أفراد العينة ( أي ما يعادل 20% من أفراد المجتمع)

أما فيما يخص الخصائص السيكومترية للأداة فقد تم اعتماد الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبانة على خبراء ومحكمين. أما الثبات فقد تم استخراج اختبار الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ Alpha-Cranach) والذي قدر ب 0.79.

وفيما يخص المعالجة الإحصائية فقد تم الاعتماد على SPSS

وفيما يتعلق بمقياس الأداة، فقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي.

#### 7. تحليل ومناقشة النتائج:

الحدود الأولى : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة في نشر الثقافة الرياضية.

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
7	الفيس بوك	4.33	0.735	1	مرتفع

مرتفع	2	0.811	4.25	الانستغرام	9
مرتفع	3	0.895	3.75	اليوتوب	11
متوسط	4	0.916	3.38	السناپ شات	10
متوسط	5	0.781	2.87	تويتتر	8

من خلال نتائج المحور نتوصل إلى أن المتوسط الحسابي للمحور ككل هو 3.72 بانحراف معياري 0.448 ضمن المستوى المرتفع، ومن خلال قراءة الجدول نستطيع القول أن أبرز مواقع التواصل التي يستعملها الطلبة في نشر الثقافة الرياضية هي الفيسبوك، الانستغرام، اليوتوب مرتبة من الأكثر استعمالاً للأقل استعمالاً . ويأتي تطبيق السناپ تشاب بمعدل المتوسط استخداماً وأخيراً التويتتر بنفس المعدل . ونفسر ذلك بأن الفيسبوك هو المنصة الأكثر شهرة واستخداماً في مختلف المجالات ، وأن الانستغرام حل في المرتبة الثانية بسبب وجود خاصية بأنه يمكن لمستخدمي هذا الموقع بمشاركة ونشر ما عليه وربطه بمنصات تواصل اجتماعي أخرى، وأيضاً مشاركة الفيسبوك له وتطويره عزز من زيادة عدد المشتركين عليه، كما أشار إليه (التميمي 2017).

#### المحور الثاني : كيفية توظيف الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
12	أشجع المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بممارسة الرياضة لما لها أهمية كبيرة في حياتنا	4.31	0.679	1	مرتفع
15	اهتم بالمواضيع الرياضية المطروحة على صفحات المدربين الرياضيين الآخرين	4.30	0.630	2	مرتفع
16	أسعى إلى تغيير المفاهيم المغلوطة حول الرياضة وطريقة اللعب داخل الجيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	4.28	0.698	3	مرتفع
18	عززت مواقع التواصل الاجتماعي من مسؤوليتي كمدرّب رياضي بالتنوع أكثر في مجال الرياضة	4.21	0.698	4	مرتفع
14	أرفع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من فاعلية الشباب في مجال الرياضة	4.20	0.618	5	مرتفع



مرتفع	6	0.830	3.94	أخصص بعضا من وقتي اليومي لنشر الثقافة الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي	13
متوسط	7	0.856	3.59	أنظم مسابقات رياضية تحفيزية للمتابعين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	17

من خلال نتائج المحور نتوصل إلى أن المتوسط الحسابي للمحور ككل هو 4.12 بانحراف معياري 0.509 ضمن المستوى المرتفع، ومن خلال قراءة الجدول نستطيع القول أن الطلبة المدربين يوظفون مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية من خلال تشجيع المتابعين على ممارسة الرياضة لما لها أهمية كبيرة في حياتنا وحصلت على أعلى قيمة بمتوسط حسابي 4.31 وانحراف معياري 0.679، ثم جاء التركيز على المواضيع الرياضية المطروحة على صفحات المدربين الرياضيين الآخرين، والحرص على تغيير المفاهيم المغلوطة حول الرياضة وطريقة اللعب داخل الجيم وتعزيز التوعية أكثر في مجال الرياضة وفاعلية الشباب في مجال الرياضة وجميعهم جاؤوا ضمن المستوى المرتفع، ما عدا عمل مسابقات رياضية تحفيزية للمتابعين التي جاءت في المستوى المتوسط، ما يؤكد الدور الذي يلعبونه المدربين الرياضيين حاليا في ظل أزمة الكورونا تماشيا مع الظروف السائدة وحث الأفراد على ممارسة الرياضة وبذل قصارى جهدهم على منصات التواصل الاجتماعي بالالتفاف وبيان أهمية الرياضة في حياتنا.

#### المحور الثالث: تقييم الطلبة لمستوى الثقافة الرياضية لدى متابعيهم في مواقع التواصل الاجتماعي

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
24	وفرت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة مناسبة لتبادل المعلومات مع اصحاب الاهتمام الرياضي المشترك	4.57	0.543	1	مرتفع
22	اكتسب المتابعين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ثقافة رياضية مشجعة على وضع أهداف معينة ونافعة والسعي لتحقيقها	4.43	0.598	2	مرتفع
23	كون المتابعون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ثقافة رياضية أسهمت في تجنب العادات الرياضية الخاطئة	4.36	0.616	3	مرتفع
19	اكتسب المتابعون وعيا جيدا بأهمية الممارسة الرياضية في حياتنا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	3.58	0.835	4	متوسط

متوسط	5	0.883	3.15	حصل المتابعون على معرفة تخصصية جيدة بالثقافة الرياضية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	20
متوسط	6	0.895	3.03	اكتسب المتابعون معرفة جيدة بطريقة التدرب باستعمال الأدوات الرياضية وبدونها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	21

من خلال نتائج المحور نتوصل إلى أن المتوسط الحسابي للمحور ككل هو 3.85 بانحراف معياري 0.372 ضمن المستوى المرتفع، ومن خلال قراءة الجدول نستطيع القول أن

جاءت استجابات المبحوثين في المستوى المرتفع بأن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت بيئة مناسبة لتبادل المعلومات مع الأصدقاء و أصحاب الاهتمام الرياضي المشترك، واكتسب من خلالها ثقافة رياضية مشجعة على وضع أهداف مفيدة ونافعة، وقد أسهمت في تجنب العادات الرياضية الخاطئة. أما في المستوى بأهمية الرياضة في حياتنا، وأن المتوسط فكان بأن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت معرفة تخصصية جيدة بالثقافة الرياضية، المدرب الرياضي يقوم بتشجيع المتابعين على ممارسة الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فهذه المواقع هي وسيلة فعالة في التشجيع على ممارسة الشباب للرياضة. ويرى الباحثان بأن مواقع التواصل الاجتماعي والمدربين الرياضيين عاملين مكملين لبعض في عملية التشجيع على ممارسة الرياضة والتثقيف الرياضي.

#### خلاصة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور فعال في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الرياضيين، حيث يتعبّر الفيسبوك والنستغرام واليوتيوب أفضل وسيلة في نشر الثقافة الرياضية، من خلال تشجيع المتابعين على ممارسة الرياضة، كما يسعون إلى تغيير المفاهيم المغلوطة وتوضيح طرق التدريب الصحيحة باستعمال الأدوات الرياضية أو بدونها من خلال اتقان أداء الحركات الرياضية، كما ان المتابعون لمختلف الحسابات الخاصة بالرياضيين والمدربين اكتسبوا وعياً بأهمية الممارسة الرياضية في الحياة اليومية، كما أكد بعضهم على تنويعه الدائم إلى وجود الأشخاص غير المؤهلين على مواقع التواصل الاجتماعي . الذين ينشرون معلومات خاطئة.

## قائمة المراجع:

1. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان 2003.
2. عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، دت، عمان 2010،
3. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، عمان دار الشروق، 2008.
4. محمد الحمحامي أحمد سيد، الإعلام التربوي في مجال الرياضة و استثمار أوقات الفراغ، الطبعة 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر 2006.
5. التميمي، مهند حميد، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل أم صراع، ط1، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع.
6. الديلمي عبد الرزاق، الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، 2018، عمان، الابتكار للنشر والتوزيع.
7. السوداني حسن، المنصور محمد، شبكات التواصل وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، 2016، عمان ، مركز الكتاب الاكاديمي
8. عبد الجواد، سامح زينهم، محمد فتحي، وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، 2018، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ، نبلاء ناشرون وموزعون.
9. قرناني ياسين، مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب، ط1، 2019، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 10- Farrington. N., Hall. L., Kilvington. D., Price. J. & Saeed. A. (2015). Sport, racism, and social media, (1st ed.), Routledge , Abingdon: UK.
- 11- Lister. M., Devoy. J., Giddings. S., Grant. I. & Kelly. K. (2009). New media: a critical introduction, (2nd ed.), Routledge, Abingdon, UK. –
- 12 - Wang, Yuan (2014). How Do Sports Organizations Use Social Media to Build Relationships? A Content Analysis of NBA Clubs' Twitter Use, (Unpublished masters dissertation), The University of Alabama,
- 13 -Tuscaloosa, Alabama. - Wright, B., Schwager, P.H., Donthu, N. (2008). Application of media richness theory to data collection, The Journal of Applied Bussiness Research, V.24, No.1, USA