

دور الوعي الترويحي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطالبات كلية التربية الأساسية في الكويت

د. عائشة يوسف سالم الوهيب

أستاذ مساعد في قسم التربية البدنية والرياضة

كلية التربية الأساسية - الكويت

av.alwuhaib@paaet.edu.kw

مستخلص البحث

يهدف البحث الى التعرف على مستوى الوعي الترويحي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال أوقات الفراغ لطالبات كلية التربية الأساسية في الكويت. حيث استخدم المنهج الوصفي المسحي لملائمة لطبيعة البحث. وتم اختيار عينة البحث من طالبات قسم التربية البدنية والرياضة في كلية التربية الأساسية - بنات، واللاتي بلغ عددهم 268 طالبة. ومن أهم النتائج وجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في مقاييس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية الأساسية. ووجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ووجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في أهمية التواصل من خلال التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية الأساسية. ووجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في درجة الوعي الترويحي لدى طالبات كلية التربية الأساسية.

Recreational awareness in the use of social networking sites for female students at the College of Basic Education in Kuwait

Abstract

The research aims to identify the level of recreational awareness in the use of social networking sites during free time for female students at the College of Basic Education in Kuwait. The descriptive survey method was used to suit the nature of the research. The research sample was selected from the students of the Department of Physical Education and Sports at the College of Basic Education - female, who numbered 268 students. The most

important results are that there are statistically significant differences between the responses of the research sample in measures of the use of social networking sites among female students of the College of Basic Education. And there are statistically significant differences between the responses of the research sample regarding the purposes of using social networking sites. Also, there are statistically significant differences between the responses of the research sample regarding the importance of communication through social networking among female students of the College of Basic Education. Finally, there are statistically significant differences between the responses of the research sample in the degree of recreational awareness among female students of the College of Basic Education.

دور الوعي الترويحي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطالبات كلية التربية الأساسية في الكويت

مقدمة

إن وقت الفراغ هو ذلك الوقت الحالي من الالتزامات، بحيث يتيح للفرد الحرية في استخدام هذا الوقت. ومع هذه الحرية إلا أن التحدي هنا هو تحويل وقت الفراغ إلى وقت لممارسة الأنشطة البناءة. وأن أسلوب الفرد في التعامل مع وقت الفراغ يعكس مدى تطور المجتمع واهتمام المؤسسات الدولية التربوية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية بالثقافة الترويحية التي بالتالي توجيه سلوك المواطن الصالح وصقله من كل الممارسات السلبية التي تتعارض مع المجتمع. وتختلف أنشطة وقت الفراغ باختلاف الثقافات والمجتمعات ويرجع ذلك بسبب اختلاف القيم والاتجاهات والانماط السلوكية والاجتماعية التي تعكس هوية وعادات وتقاليد المجتمع. (عمران، 1999: ص 56).

ولكن نحن نعيش في عالم متغير، ولم يقتصر نشر الثقافة الترويحية على المؤسسات الحكومية، بل لعبت التكنولوجيا وظهور مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في شغل أوقات الفراغ وبالتالي أثرت على ما يسمى بالوعي الترويحي سلباً كان أم إيجاباً. حيث يرى الصاعدي (2012: ص 16) أن العالم التكنولوجي أثر في فئة الشباب على وجه الخصوص بحيث شغل حيز كبير من أوقاتهم، وبالتالي أثر على هويتهم الاجتماعية والوطنية والثقافية وعلى العلاقات الاجتماعية في المجتمع. لذلك نرى اليوم أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أيضاً حلقة لانتشار الثقافة الترويحية، لأنها تعتبر أحد

روافد الثقافة والمعرفة. ويضيف الى ذلك **على سيد (2020: ص 58)** أن مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في استثمار وقت فراغ الشباب الجامعي بطريقة إيجابية، بحيث يتم تبادل المعلومات والمعارف والأفكار والاستفادة من خبرات الآخرين والاطلاع على أفكارهم، والتعبير عن آرائهم بحرية تامة في العديد من الموضوعات المختلفة، ومتابعة ما يحدث في العالم لحظة بلحظة والتواصل مع الاهل والأصدقاء وإقامة علاقات وأنشطة مشتركة معهم، وكذلك الاطلاع على مستجدات العديد من المجالات المختلفة كالترفيه والرياضة والفن.

وعلى جميع ما سبق، يعتبر الوعي حاله سلوكية وعقلية على أساس المعطيات التي يتلاقها الفرد من الاسرة او المدرسة او أي خبره حياتية. حيث ويوضح **إسماعيل واخرون (2012: ص 221)** الي ارتباط مفهوم ثقافة الترويح بالجوانب المعرفية فهناك الوعي الترويحي، حيث يعكس هذا "الوعي" قدرة الأشخاص على استخدام ثقافتهم عن وقت الفراغ وانشطته في إثراء نوعية الحياة. من خلال الوعي بالمعرفة بمعنى وقت الفراغ وتحديد نوعيات مختلفة من خبرات، وتحديد علاقة وقت الفراغ بجوانب الحياة والعيش في المجتمع.

مشكلة البحث

وتأتي مشكلة البحث في التعرف على مدى الوعي الترويحي لطالبات كلية التربية الأساسية - بنات، وبالخصوص طالبات مقرر التربية الترويحية والريادة الترويحية اللاتي تلقين المواد العلمية والتطبيقية لمفاهيم أوقات الفراغ والترويح. كما تعد دراسة ظاهرة وقت الفراغ وكيفية التعامل معها والأنشطة التي يمارسها الطلاب مدخلاً أساسياً لدراسة البحث. والسبب قلة الدراسات المحلية التي تناولت الابعاد التي تتضمن مفاهيم الترويح وأوقات الفراغ.

هدف البحث

يهدف البحث الى التعرف على مستوى الوعي الترويحي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال أوقات الفراغ لطالبات كلية التربية الأساسية في الكويت من خلال تحديد واقع كل من:
١. نوعية مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت

٢. أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال أوقات فراغهم لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت.
٣. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت
٤. درجة الوعي الترويحي باستثمار أوقات الفراغ لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت

تساؤلات البحث

١. ما نوعية مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت؟
٢. ما أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال أوقات فراغهم لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت؟
٣. ما أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت؟
٤. ما درجة الوعي الترويحي باستثمار أوقات الفراغ لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الكويت؟

مصطلحات البحث

١. مواقع التواصل الاجتماعي

بأنها " مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكة مشاركة العديد من الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت" (محمود، 2011: ص 99).

٢. الوعي الترويحي

يكتسب الوعي من خلال كم هائل من المعلومات والمعارف والمفاهيم المرتبطة بالممارسة والمشاركة في الأنشطة الترويحية والتي يكتسبها الفرد عن طريق الاستماع أو القراءة أو المشاهدة

بحيث تعمل هذه المعلومات والمعارف كموجهات للسلوك يتم من خلالها الانتفاع بوقت الفراغ وتنمي الشخصية بصورة متكاملة بدنياً ونفسياً واجتماعياً وعقلياً . (متولي ويوسف، 2012: ص 266).

الدراسات السابقة العربية:

١. دراسة قام به محمد العتيبي عام (2022) بعنوان أثر استخدام وسائل الإنترنت في وقت الفراغ لتلاميذ المرحلة المتوسطة في ضوء بعض المتغيرات بدولة الكويت. وتهدف الدراسة الى التعرف على أثر استخدام وسائل الانترنت في وقت الفراغ لتلاميذ المرحلة المتوسطة بمحافظات دولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي وتم تطبيق استبان (من اعداد وتصميم الباحث) كأداة لجمع البيانات. وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغت (873) من التلاميذ في المرحلة المتوسطة بمحافظات التعليمية الستة بدولة الكويت وعدد (50) العينة الاستطلاعية. وكانت أهم النتائج وجود وعي وإدراك من التلاميذ لاستخدام الانترنت في وقت الفراغ تأتي من مواقع التواصل الاجتماعي التالية (فيس بوك – تويتر – واتس أب) في مقدمة استخدامات الانترنت لدى معظم التلاميذ. أيضا تم استنتاج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية لمقياس استخدام الانترنت في وقت الفراغ لتلاميذ المرحلة المتوسطة بمحافظات دولة الكويت.

٢. أيضا دراسة قام به إسلام منصور عبد المنعم إبراهيم عام (2021) عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الممارسة الترويحية المنزلية لدى عينة من الشباب الجامعي في ضوء تداعيات فيروس كورونا المستجد - Covid 19. وتهدف الدراسة الى محاولة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الممارسة الترويحية المنزلية لدى الشباب الجامعي. واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي لعينه من المجتمع الطلابي بجامعة المينا لعام 2020/2019. واستنتج من هذه الدراسة، ان غالبية الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصورة دائمة بواقع أكثر من ٣ أيام أسبوعياً وأكثر من ٥ ساعات يومياً. كما ان. حيث جاء في الترتيب الأول للمواقع الأكثر شيوعاً وهي الفيسبوك والأقل شعبية هو سناب جات. وايضاً من أكثر الصفحات الالكترونية التي يتابعها الشباب الجامعي هي الصفحات الرياضية ثم الاجتماعية ثم الدينية. وتنوعت

الدوافع في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكان أهمها التسلية وقضاء وقت الفراغ ثم متابعة العديد من الصفحات والمواقع الالكترونية الخاصة بالرياضة والترويح، والاطلاع على كل ما هو جديد فيما يتعلق بالممارسة الترويحية المنزلية، التواصل مع الأصدقاء الجدد والانفتاح على العالم الخارجي، اكتساب مهارات ومعارف جديدة، ممارسة العديد من الألعاب الالكترونية مع الآخرين، متابعة الاخبار والمعلومات المتعلقة بمختلف المناشط الترويحية، استخدام في مجال الدراسة، التعرف على نماذج من الأنشطة الترويحية المنزلية التي يمكن تنفيذها في ظل الحجر المنزلي. وعلية لمواقع التواصل الاجتماعي دور هام وحيوي في نشر ثقافة الممارسة الترويحية المنزلية لدى الشباب الجامعي في ضوء تداعيات فيروس كورونا المستجد Covid-19.

٣. دراسة لسمر البصيلي عام (2022) بعنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الدقهلية. وتهدف الدراسة الي التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الترويحية لدى بعض تلاميذ المرحلة الإعدادية. واستخدم المنهج الوصفي وكانت العينة من مجتمع تلاميذ المرحلة الإعدادية (بنين وبنات) بالإدارات التعليمية المختلفة بمحافظة الدقهلية والبالغ عددها (18) إدارة تعليمية في العام الدراسي 2022/2021م، وتم اختيار التلاميذ بالطريقة العمدية وبلغ عددهم (808). ومن أهم النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على دور مواقع التواصل الاجتماعي المستخدم في نشر الثقافة الترويحية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية. كما تبين ان هناك فروق لاستجابة عينة البحث لمصادر الثقافة الترويحية الالكترونية في نشر الثقافة الترويحية، كما ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية للأهداف الترويحية وكوسيلة إعلامية لنشر الثقافة الترويحية. وأخيرا فروق في مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الترويحية لدى المرحلة الإعدادية.

٤. أيضا دراسة من وليد عبد الرازق، إيمان السعيد، أحمد عبد الحميد عام (2022) بعنوان دور تطبيقات الاجتماعية الالكترونية في نشر ثقافة الترويح الرياضي بالمدارس الثانوية بمحافظة القاهرة. تهدف الى التعرف على دور التطبيقات الاجتماعية الالكترونية في نشر

ثقافة الترويح الرياضي لطلاب الثانوية. كما استخدم المنهج الوصفي لمجتمع من كافة المدارس الثانوية بنين في القاهرة. حيث بلغ عدد العينة (691). واستنتج ان وسائل التطبيقات الاجتماعية الالكترونية لها تأثير قوي في نشر الثقافة الترويحية حيث اختارت العينة الأماكن الترويحية التالية (الحدائق العامة، المنتزهات، الملاعب المفتوحة، ومراكز الشباب والمدارس لممارسة الأنشطة الترويحية). اما الأماكن الترويحية الأقل اقبال كانت الأندية الصحية، والصالات المغطاة. ومن النتائج أيضا ان أفضل الأوقات خلال المساء والاجازات الرسمية والعطل الأسبوعية.

الدراسات السابقة الأجنبية

1. دراسة قام بها **Albrechtslund and Albrechtslund (2014)** بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي كثقافة لقضاء وقت الفراغ. وتهدف الي دراسة وضع الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي في الممارسة لقضاء وقت الفراغ. في حين أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له العديد من الأهداف والسياقات المختلفة، فإن فكره الرئيسية هي التأكيد على أن ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي المرتبطة بالترفيه والترويح بدلاً من الوظائف والمهام - وبالتالي تبدو "عديمة الفائدة" بالمعنى النفعي البحث. نشير إلى ديناميكيات معينة في ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي والتي تربطها بثقافة السياحة الجماعية في القرن العشرين، **واستخدم المنهج النوعي** وذلك باستخدام ملاحظات الممارسات السياحية المركزية لتحفيز تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كثقافة ترويحية. وهذا يمنحنا فهماً دقيقاً للأنشطة التي تربط الحياة اليومية ووسائل التواصل الاجتماعي. **ومن أهم النتائج**، تقديم رؤى جديدة حول الدافع الأساسي للانخراط في التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على الرغم من المخاوف بشأن الخصوصية وإضاعة الوقت والاستغلال.

2. دراسة قام بها **Aydin and Arslan (2016)** تحت عنوان دور وسائل التواصل الاجتماعي في تفضيلات أوقات الفراغ: بحث عن المشاركين في الأنشطة الترفيهية الخلوية. والهدف الرئيسي هو الكشف عما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم لمعالجة الوقت أم لا، والكشف عن كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تفضيلات أوقات الفراغ. في هذا النطاق، استخدم المنهج النوعي، من خلال إجراء مقابلة شبه منظمة.

وكانت مجتمع العينة أعضاء من (21) مجموعة شاركوا في الأنشطة الترويحية الخلوية عندما تم تحليل النتائج، تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي تشجع السفر، وتخلق تفاعلات بين الثقافات وأوقات فراغ بديلة، وتحفز الأنشطة الترويحية وتسهل الاستفادة من أوقات الفراغ. ووفقاً للنتائج، فإن الأفراد يستفيدون من منصات التواصل الاجتماعي في أوقات فراغهم.

٣. أجريت الدراسة من Charles O. Omekwu, Helen N. Eke, and Nneka

Jennifer Odoh (2014) بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بين طلاب المرحلة الجامعية في جامعة نيجيريا، نسوكا.. تتمثل أهداف الدراسة في التأكد من الفئات المختلفة لمواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها طلاب نيجيريا نسوكا، لفحص مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل طلاب نيجيريا نسوكا، لفحص أغراضهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، لتحديد فوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على المخاطر المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي وتقديم استراتيجيات للتخفيف من هذه المخاطر. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي الوصفي الذي تم استخدامه لاستخلاص استجابات من حجم عينة مكونة من (١٥٠) طالباً جامعياً من جامعة نيجيريا نسوكا الذين تم اختيارهم عن طريق تقنيات أخذ العينات العشوائية. وتكشف نتيجة الدراسة أن معظم الطلاب كانوا يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية للتفاعل مع الأصدقاء، والتواصل مع زملائهم في الفصل للدراسة عبر الإنترنت ومناقشة القضايا الوطنية الجادة ومشاهدة الأفلام وما إلى ذلك. وهناك أيضاً فوائد جديدة بالثناء لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع والمخاطر المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي ويمكن التخفيف من هذه المخاطر باستخدام الاستراتيجيات المتوفرة في العمل. واستناداً إلى النتائج، أوصي بأن تنظم سلطات الجامعة ندوات لتثوير الطلاب حول الجوانب غير الجيدة لمواقع الشبكات الاجتماعية وما إلى ذلك. بالإضافة إلى ذلك، تم تقديم اقتراحات مفيدة لمزيد من البحث.

٤. دراسة قامت بها الباحثة **Fawzia Abd Allah Al-Ali (2017)** بعنوان استخدامات

مواقع التواصل الاجتماعي ونسبة الرضا التي يحققها الشباب الإماراتي: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الشارقة. وتهدف لمعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على

الشباب من خلال شبكة الإنترنت ومحاولة توعيتهم بأهميتهم في حياتهم اليومية. واستخدمت المنهج الوصفي المسحي لملائمته لطبيعة البحث. وعليه فقد ركزت العينة على فئة عشوائية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٧-٢١ سنة من طلاب الجامعات، وأظهرت النتائج ما يلي: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث أوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث الفترات الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي، كما أن الفئات العمرية الأكثر شيوعاً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من سنة فأكثر تتراوح بين ١٧-٢٠. كما يستطيع معظم أفراد الدراسة تحقيق التوازن بين قضاء الوقت على الإنترنت وقضاء الوقت مع أشخاص خارج عالم الإنترنت. وكانت نسبة الذين ذكروا أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت عليهم بشكل إيجابي، أعلى من نسبة الذين ذكروا أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت عليهم سلباً. ومن أبرز استخدامات الشباب الإماراتي لوسائل التواصل الاجتماعي: البقاء على اطلاع بالأخبار والأحداث الجارية، في حين ركزت معظمها على الدردشة، يليها تبادل الصور. وذكر معظم أفراد عينة الدراسة أن الشباب مجرد قراء، يعلقون على ما يتم مشاركته ونشره على وسائل التواصل الاجتماعي. وتتمثل أبرز دوافع الشباب الإماراتي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، والتواصل مع الآخرين، والتي جاءت على رأس الدوافع المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يليها الترفيه، فالترفيه، تليها الدوافع المختلفة، ومنها الروتين وما إلى ذلك. بعض من أهمها الرضا الذي يحققه استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي هو الترفيه وقضاء أوقات الفراغ مع الآخرين. ونستنتج من الدراسات السابقة ان اختلاف مقاييس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تختلف من مجتمع الى آخر. الا ان أجمع نتائج الدراسات السابقة ان مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة حديثة لقضاء وقت الفراغ ولها تأثير كبير على نشر الثقافة الترويحية في شتى المجالات الاجتماعية والثقافية والرياضية.

إجراءات البحث

منهج البحث

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) لملائمته لتحقيق هدف البحث.

مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث طالبات كلية التربية الأساسية - بنات في قسم التربية البدنية والرياضة في الكويت.

عينة البحث

تتكون عينة البحث من طالبات كلية التربية الأساسية للعام الدراسي 2023 - 2022. حيث بلغ عدد العينة 268 طالبة مقسمة الى 34 طالبة عينة استطلاعية و234 طالبة عينة أساسية.

وسائل وأدوات جمع البيانات

- استمارة الاستبيان

خطوات بناء الاستبيان

أولاً: تحديد الأبعاد الرئيسية لاستمارة الاستبيان

قامت الباحثة بتحديد الأبعاد الرئيسية المستخدمة باستمارة الاستبيان عن طريق الاطلاع على الدراسات السابقة والمشابهة والمراجع المتخصصة (إبراهيم، 2021)، (السحت، 2021)، (خضر وشلتوت، 2021)، (العتيبي، 2022)، (عبد الرزاق، السعيد، الحميد، 2022). وفي ضوء ذلك تم تحديد عدد (٤) أبعاد كمال يلي:

- البعد الأول: نوعية مواقع التواصل الاجتماعي

- البعد الثاني: أغراض مواقع التواصل الاجتماعي

- البعد الثالث: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

- البعد الرابع: درجة الوعي الترويجي

ثانياً: تحديد وصياغة العبارات المكونة لاستمارة الاستبيان

قامت الباحثة بصياغة عبارات الاستبيان مستعيناً بالأبعاد الأربعة المستخلصة من آراء الخبراء. وتم مراعاة الشروط التالية:

- أن تكون العبارات واضحة ومفهومة.

- ألا توحى العبارات بنوع الإجابة.

- الا تشمل العبارات على أكثر من معنى.
 - الابتعاد عن المفردات أو المصطلحات الصعبة.
- وبذلك تك عمل الاستبيان بصورته المبدئية وقد بلغ عدد العبارات (35) موزعة على الأربع أبعاد.

المعاملات العلمية للاستبيان

صدق وثبات الاستبيان

أولاً: صدق المحتوى

- قامت الباحثة بعرض الاستبيان على عدد (3) من المحكمين من قسم التربية البدنية والرياضة في كلية التربية الأساسية في الكويت وذلك لأبداء الرأي في مدى ملائمته لتحقيق هدف البحث والقيام بحذف أو إضافة أو تعديل على العبارات أو المحاور. ويشترط في اختيار المحكمين ما يلي:
- الحصول على درجة أستاذ مشارك أو الاستاذية في مجال التربية الرياضية والترويحية.
 - توافر خبرة ميدانية في مجال لا تقل عن (10) سنوات.
 - تم عرض الاستبيان خلال الفترة ما بين 15/2/2023 - 15/3/2023 وذلك لإبداء الرأي في الاستمارة.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

- لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قامت الباحثة بتطبيقه على عينة قوامها (٣٤) اربعة وثلاثون فرداً من مجتمع البحث ومن غير العينة الاساسية ولها نفس المواصفات، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بيرسون كما يلي:
- قد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه.
 - كما تم حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل بعد والدرجة الكلية للاستبيان، والجداول التالية توضح النتيجة على التوالي.

جدول (1)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الاول نوعية مواقع التواصل الاجتماعي (ن = ٣٤)

م	العبارات	قيمة الارتباط	الدلالة
١	أقضي وقت الفراغ على برنامج الإنستغرام	*٠.٦٤٥	٠.٠٠٠
٢	أقضي وقت فراغي على تطبيق تويتر - X	*٠.٥٧٨	٠.٠٠٠
٣	أقضي وقت فراغي على تطبيق سناب شات	*٠.٦٩٠	٠.٠٠٠
٤	أقضي وقت فراغي على تطبيق واتس اب	*٠.٦٢٠	٠.٠٠٠
٥	أقضي وقت فراغي على تطبيق يوتيوب	*٠.٥٧٩	٠.٠٠٠

يتضح من جدول (1) وجود ارتباط دال احصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥) بين عبارات البعد الاول نوعية مواقع التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية للبعد مما يدل علي ان عبارات البعد الاول علي درجة مقبولة من الصدق.

جدول (2)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الثاني اغراض مواقع التواصل الاجتماعي

(ن = ٣٤)

م	العبارات	قيمة الارتباط	الدلالة
١	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتكوين علاقات اجتماعية جديدة من نفس الميول والاتجاهات الترويحية	*٠.٧٢٢	٠.٠٠٠
٢	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لقضاء وقت الفراغ	*٠.٦٩٣	٠.٠٠٠
٣	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه	*٠.٦٩٧	٠.٠٠٠
٤	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن الانشطة الترويحية الواقعية	*٠.٦٣٠	٠.٠٠٠
٥	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لطلاع على ما هو جديد فيما يتعلق بالممارسات الترويحية البناءة	*٠.٦٦٨	٠.٠٠٠
٦	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على نماذج ورموز من نفس الميول والاتجاهات الترويحية	*٠.٧٨٥	٠.٠٠٠
٧	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من خبرات في كيفية استثمار وقت الفراغ	*٠.٥٩٩	٠.٠٠٠
٨	تقدم وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الطرق للتخطيط وتنفيذ الانشطة الترويحية في ضوء الامكانيات المتاحة	*٠.٧١٠	٠.٠٠٠

يتضح من جدول (2) وجود ارتباط دال احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) بين عبارات البعد الثاني اغراض مواقع التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية للبعد مما يدل علي ان عبارات البعد الثاني علي درجة مقبولة من الصدق.

جدول (3)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الثالث اهمية مواقع التواصل الاجتماعي

(ن = 34)

م	العبارات	قيمة الارتباط	الدلالة
1	اتباع أكثر من ٢٠ صديق او حساب يهتم بقضايا الترويح و اوقات الفراغ	*0.613	0.000
2	لا أجد نفسي الا عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن ميولي الترويحية	*0.812	0.000
3	أشعر بالطمأنينة والثقة في التواصل مع اشخاص من نفس الهوايات والانشطة الترويحية	*0.528	0.001
4	أجد متعه في الحديث مع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	*0.496	0.003
5	لا أستطيع التعايش بدون وسائل التواصل الاجتماعي	*0.571	0.000
6	أشعر بالسعادة عند عرض صوري او محتوى خاص بي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	*0.748	0.000
7	افتقد الاحساس بمتعة الانشطة الترويحية الواقعية بسبب وسائل التواصل الاجتماعي	*0.428	0.012
8	الوقت الذي اقضية على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي اقضية في مزاولة الانشطة الترويحية	*0.745	0.000
9	اشعر بان النشاطات الترويحية بدأت تتراجع منذ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	*0.379	0.027

يتضح من جدول (3) وجود ارتباط دال احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) بين عبارات البعد الثالث أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية للبعد مما يدل علي ان عبارات البعد الثالث علي درجة مقبولة من الصدق.

جدول (4)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الرابع درجة الوعي الترويحي

(ن = ٣٤)

م	العبارات	قيمة الارتباط	الدلالة
١	لدي الوعي بأهمية وقت الفراغ	*٠.٧٤٤	٠.٠٠٠
٢	اشعر بان مواقع التواصل الاجتماعي تسرق وقتي	*٠.٣٦٠	٠.٠٣٣
٣	لدي القدرة والوعي بموازنة بين ممارسة الانشطة الترويحية ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٧٠٩	٠.٠٠٠
٤	لدي القدرة والوعي على كيفية استثمار وقت الفراغ	*٠.٦٢٣	٠.٠٠٠
٥	لدي المعرفة والثقافة بمخاطر استخدام او ادمان مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٥٨٤	٠.٠٠٠
٦	لدي القدرة والسيطرة على عدم اسرافي في الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٣٥٦	٠.٠٣٦
٧	بسبب مواقع التواصل الاجتماعي لا أستطيع اتمام مهامي والتزاماتي الاساسية	*٠.٣٤٠	٠.٠٤٥
٨	اشعر بالكسل من ممارسة الانشطة الترويحية لذلك أفضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٣٥٠	٠.٠٣٨
٩	أستطيع ان اميز بين الانشطة الترويحية البناءة والغير بناءه	*٠.٣٥٢	٠.٠٣٩

يتضح من جدول (4) وجود ارتباط دال احصائيا عند مستوي دلالة (٠.٠٥) بين عبارات البعد الرابع درجة الوعي الترويحي والدرجة الكلية للبعد مما يدل علي ان عبارات البعد الرابع علي درجة مقبولة من الصدق .

جدول (5)

قيم معاملات الارتباط بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للاستبيان

(ن = ٣٤)

م	الابعاد	معامل الارتباط	الدلالة
1	البعد الاول : نوعية مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٨٠٥	٠.٠٠٠
2	البعد الثاني : أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٨٨٣	٠.٠٠٠
3	البعد الثالث : اهمية مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٨٩٨	٠.٠٠٠
4	البعد الرابع : درجة الوعي الترويحي	*٠.٦٠٠	٠.٠٠٠

يتضح من جدول (5) ان جميع قيم معامل الارتباط بين كل بعد والدرجة الكلية للاستبيان جاءت دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ مما يدل علي ان الاستبيان علي درجة مقبولة من الصدق .

ثالثاً: ثبات استمارة الاستبيان

تم التأكد من ثبات استمارة الاستبيان باستخدام معادلة الفا كرو نباخ لبيان مدى انسجام وتناغم استجابات أفراد العينة الاستطلاعية على عبارات محاور الاستبيان.

معامل الثبات لفا كرو نباخ

جدول (6)
قيم معاملات الثبات لابعاد الاستبيان

م	الابعاد	معامل الفا كرونباخ	
		سبيرمان	جتمان
1	البعد الاول: نوعية مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٨٤٢	*٠.٨٤٩
2	البعد الثاني: اغراض مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٨٦٧	*٠.٩٥٥
3	البعد الثالث: اهمية مواقع التواصل الاجتماعي	*٠.٧٤٦	*٠.٨٢٩
4	البعد الرابع: درجة الوعي الترويحي	*٠.٦٧٦	*٠.٧٥٠

يتضح من جدول (6) ان جميع قيم معامل الثبات في كل بعد من ابعاد الاستبيان جاءت دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ مما يدل علي ان الاستبيان علي درجة مقبولة من الثبات. ومن خلال النتائج حساب معامل ثبات الفا كرو نباخ تبين ثبات المقياس وقابليته للتطبيق العملي.

الدراسة الاساسية

تم تطبيق استمارة الاستبيان في صورتها النهائية على عينة البحث الأساسية والتي بلغ عددها (234) طالبة من كلية التربية الأساسية قسم التربية البدنية والرياضة في الفترة من 25/6/2023 حتى 15/7/2023م. وبعد الانتهاء من التطبيق تم جمع وتفرغ البيانات لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة لهذه البيانات.

عرض النتائج ومناقشة نتائج

- عرض نتائج البعد الاول نوعية مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة (كا²) لاستجابات عينة البحث على عبارات البعد الأول نوعية مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	موافق بشدة		موافق		غير موافق بشدة		مجموع الدرجات المقدره	الوزن النسبي	كا ²
	%	ك	%	ك	%	ك			
اقضي وقت الفراغ على برنامج الإنستغرام	50.5	55	45.9	123	26.5	71	780.0	72.8	*83.5
أقضي وقت فراغي على تطبيق تويتر - X	17.9	48	36.9	99	30.6	82	692.0	64.6	*35.7
أقضي وقت فراغي على تطبيق سناب شات	25.0	67	51.5	138	17.5	47	792.0	73.9	120.0*
أقضي وقت فراغي على تطبيق واتس اب	17.2	46	47.0	126	29.5	79	737.0	68.8	*98.0
أقضي وقت فراغي على تطبيق يوتيوب	23.1	62	45.5	122	25.4	68	766.0	71.5	*84.3

يتضح من جدول (7) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث علي البعد الاول مقاييس التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قد انحصرت ما بين (64.6% ، 73.9%) ، كما جاءت قيمة كا² دالة احصائياً علي عبارات البعد الاول وفي اتجاه الاستجابة ب (موافق) وجاء ترتيب عبارات البعد الاول كما يلي: أقضي وقت فراغي على تطبيق سناب شات في الترتيب الاول وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (73.9%) ، اقضي وقت الفراغ على برنامج الإنستغرام في الترتيب الثاني وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (72.8%) ، أقضي وقت فراغي على تطبيق يوتيوب في الترتيب

الثالث وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧١.٥%)، أقضي وقت فراغي على تطبيق واتس اب في الترتيب الرابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦٨.٨%)، أقضي وقت فراغي على تطبيق تويتر - X في الترتيب الخامس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦٤.٦%).

جدول (٨)

التكرارات والنسب المئوية وكا^٢ والترتيب لاستجابات عينة البحث علي التساؤل "ما هي دورية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي"

٢كا	الترتيب	%	التكرار	
*٤٢٣.٩	١	٧٨.٧	٢١١	يومية
	٢	١٥.٣	٤١	عدة ايام بالاسبوع
	٣	٤.٥	١٢	اسبوعيا
	٤	١.٥	٤	لا استخدمها نهائيا

يتضح من جدول (8) والخاص باستجابات عينة البحث علي التساؤل والذي ينص علي "ما هي دورية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" حيث انحصرت النسب المئوية ما بين (١.٥%)، (٧٨.٧%) وجاءت قيمة كا^٢ دالة إحصائياً في اتجاه الاستجابة بـ (يومية) وجاء الترتيب كما يلي: يوميا وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٨.٧%) في الترتيب الاول، عدة ايام بالاسبوع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (١٥.٣%) في الترتيب الثاني، اسبوعياً وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٤.٥%) في الترتيب الثالث، لا استخدمها نهائياً وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (١.٥%) في الترتيب الرابع.

جدول (٩)

التكرارات والنسب المئوية وكا^٢ والترتيب لاستجابات عينة البحث علي التساؤل "عدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً"

٢كا	الترتيب	%	التكرار	
*٦٠.١	٤	٥.٦	١٥	اقل من ساعة
	٣	٢٥.٧	٦٩	من ٢ الي ٣ ساعات
	٢	٣٢.١	٨٦	من ٤ الي ٥ ساعات
	١	٣٦.٦	٩٨	اكثر من ٦ ساعات

يتضح من جدول (9) والخاص باستجابات عينة البحث علي التساؤل والذي ينص علي "عدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً" حيث انحصرت النسب المئوية ما بين (٥.٦%، ٣٦.٦%) وجاءت قيمة كلاً دالة إحصائياً في اتجاه الاستجابة بـ (أكثر من ٦ ساعات) وجاء الترتيب كما يلي: أكثر من ٦ ساعات وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٣٦.٦%) في الترتيب الاول، من ٤-٥ ساعات وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٣٢.١%) في الترتيب الثاني، من ٢-٣ ساعات وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٢٥.٧%) في الترتيب الثالث، أقل من ساعة وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٥.٦%) في الترتيب الرابع.

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية وكما ٢ والترتيب لاستجابات عينة البحث علي التساؤل " أفضل الاوقات التي تكثر فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

٢ ك	الترتيب	%	التكرار	
*٢٢٦.٩	٥	٤.١	١١	في الصباح
	٤	٥.٦	١٥	في الظهيرة - العصر
	٣	١٥.٧	٤٢	المساء
	٢	١٩.٨	٥٣	في السهر
	١	٥٤.٩	١٤٧	ليس محدد

يتضح من جدول (10) والخاص باستجابات عينة البحث علي التساؤل والذي ينص علي "أفضل الاوقات التي تكثر فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" حيث انحصرت النسب المئوية ما بين (٤.١%، ٥٤.٩%) وجاءت قيمة كلاً دالة إحصائياً في اتجاه الاستجابة بـ (ليس محدد) وجاء الترتيب كما يلي: ليس محدد وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٥٤.٩%) في الترتيب الاول، في السهر وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (١٩.٨%) في الترتيب الثاني، المساء وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (١٥.٧%) في الترتيب الثالث، في الظهيرة - العصر وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٥.٦%) في الترتيب الرابع، في الصباح وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٤.١%) في الترتيب الخامس.

جدول (11)

التكرارات وكما^٢ والترتيب لاستجابات عينة البحث علي التساؤل "المجالات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي" " يمكن اختيار أكثر من مجال"

م	المجالات	التكرار	الترتيب	٢ كـ
١	موضوعات رياضية	١٤٤	٣	*٢٨٣.٤
٢	قضايا اجتماعية	١١٠	٥	
٣	المعلومات والحقائق العامة	١٠٦	٦	
٤	الشئون المحلية	٤٦	١٣	
٥	الاعلانات التجارية	٩١	٧	
٦	الموضوعات الاقتصادية	٤٢	١٤	
٧	الموضوعات الادبية والثقافية	٨١	٩	
٨	الموضوعات الدينية	١١٣	٤	
٩	الشئون الخارجية	٣٢	١٥	
١٠	الانشطة الخلوية والسياحية	١٥٥	٢	
١١	الموضوعات الصحية والطبية	٨٦	٨	
١٢	التقنيات الاليكترونية	٥٧	١١	
١٣	قضايا المجتمع والشان العام	٥٧	١١	
١٤	الموضوعات الترفيهية	١٧٠	١	
١٥	مهارة حرفية	٦٠	١٠	

يتضح من جدول (11) والخاص باستجابات عينة البحث علي التساؤل والذي ينص علي " المجالات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي" حيث جاءت قيمة كا^٢ دالة إحصائياً في اتجاه الاستجابة بـ (الموضوعات الترفيهية) وجاء الترتيب كما يلي: الموضوعات الترفيهية في الترتيب الاول، الانشطة الخلوية والسياحية في الترتيب الثاني، موضوعات رياضية في الترتيب الثالث، ف الموضوعات الدينية في الترتيب الرابع، قضايا اجتماعية في الترتيب الخامس، المعلومات والحقائق العامة في الترتيب السادس، الاعلانات التجارية في الترتيب السابع، الموضوعات الصحية والطبية في الترتيب الثامن، الموضوعات الادبية والثقافية في الترتيب التاسع، مهارة حرفية في الترتيب العاشر، التقنيات الاليكترونية في الترتيب الحادي عشر، قضايا المجتمع والشان العام في الترتيب الثاني عشر،

الشئون المحلية فى الترتيب الثالث عشر، الموضوعات الاقتصادية فى الترتيب الرابع عشر، الشئون الخارجية فى الترتيب الخامس عشر .

حيث اتفقت نتائج البحث مع نتائج دراسة إبراهيم (2021: ص 50) و Vansoom (2010): ص 17) و Krabiniski (2010: ص 15) والتي أظهرت ان غالبية عينة البحث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصورة دائمة بواقع أكثر من 5 ساعات يومياً في المجالات والمواضيع الترويجية. كما تشير دراسة الثومير (2022: ص 547) ان هناك ارتباط بين الطلاب ومواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتهم بالأحداث الجارية أو لتعبير عن أنفسهم وميولهم ووجهة نظرهم بحرية.

- عرض نتائج البعد الثاني أغراض مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية وكما لاستجابات عينة البحث على عبارات البعد الثاني: أغراض مواقع التواصل الاجتماعي

رقم	الوزن النسبي	مجموع الدرجات المقدره	غير موافق بشدة		غير موافق		موافق		موافق بشدة		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
*50.9	63.2	677.0	13.1	35	36.6	98	35.1	94	15.3	41	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتكوين علاقات اجتماعية جديدة من نفس الميول والاتجاهات الترويجية
*20.27	81.4	873.0	2.2	6	6.3	17	54.9	147	36.6	98	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لقضاء وقت

											الفراغ
*١٩٦.٥	80.6	٨٦٤.٠	٣.٠	٨	٦.٧	١٨	٥٥.٢	١٤٨	٣٥.١	٩٤	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتسليه والترفيه
*٧٠.٣	67.9	٧٢٨.٠	٧.٥	٢٠	٣٢.٥	٨٧	٤١.٠	١١٠	١٩.٠	٥١	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن الانشطة الترويحية الواقعية
*٢٣٣.٢	75.7	٨١٢.٠	٢.٦	٧	١٢.٧	٣٤	٦٣.٨	١٧١	٢٠.٩	٥٦	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للطلاع على ما هو جديد فيما يتعلق بالممارسات الترويحية البناءة
*١٨٣.٦	74.3	٧٩٦.٠	٣.٠	٨	١٧.٥	٤٧	٥٩.٠	١٥٨	٢٠.٥	٥٥	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على نماذج ورموز من نفس الميول والاتجاهات الترويحية
*١٨٦.٣	77.3	٨٢٩.٠	٣.٠	٨	١١.٩	٣٢	٥٧.٨	١٥٥	٢٧.٢	٧٣	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من

											خبرات في كيفية استثمار وقت الفراغ
											تقدم وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الطرق للتخطيط وتنفيذ الأنشطة الترويحية في ضوء الامكانيات المتاحة
79.2	٢٤٣.٠*	٨٤٩.٠	١.١	٣	٨.٦	٢٣	٦٢.٧	١٦٨	٢٧.٦	٧٤	

يتضح من جدول (12) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث علي البعد الثاني أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد انحصرت ما بين (٦٣.٢% ، ٨١.٤%)، كما جاءت قيمة كاذبة احصائياً علي عبارات البعد الثاني وفي اتجاه الاستجابة بـ (موافق)، فيما عدا العبارة رقم (١) حيث جاءت قيمة كاذبة في اتجاه الاستجابة بـ (غير موافق) وجاء ترتيب عبارات البعد الثاني كما يلي: استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لقضاء وقت الفراغ في الترتيب الاول وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٨١.٤%)، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه في الترتيب الثاني وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٨٠.٦%) ، تقدم وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الطرق للتخطيط وتنفيذ الأنشطة الترويحية في ضوء الامكانيات المتاحة في الترتيب الثالث وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٩.٢%)، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من خبرات في كيفية استثمار وقت الفراغ في الترتيب الرابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٧.٣%)، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للطلاع على ما هو جديد فيما يتعلق بالممارسات الترويحية البناءة في الترتيب الخامس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٥.٧%) ، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على نماذج ورموز من نفس الميول والاتجاهات الترويحية في الترتيب السادس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٤.٣%)، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن الأنشطة الترويحية الواقعية في الترتيب السابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦٧.٩%)، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتكوين علاقات اجتماعية

جديدة من نفس الميول والاتجاهات الترويحية في الترتيب الثامن وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦٣.٢%).

ونجدان هناك اتفاق مع نتائج دراسة العيسى (2020) وسمير وآخرون (2019، ص 97-98) وخليفة (2016، ص 150-152) و Al-Ali (2017، ص 119) و Eke Miss et al (2014، ص 19) حيث اجتمعت النتائج على ان الأغراض في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعينة البحث كانت من أجل التسلية و الترفيه وقضاء وقت الفراغ، والتواصل مع الأصدقاء جدد، واكتساب مهارات ومعارف جديدة ومتابعة الحسابات و الاخبار المتعلقة بمختلف مناشط الترويح.

- عرض نتائج البعد الثالث أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية وكما^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات البعد الثالث: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

كـا	الوزن النسبي	مجموع الدرجات المقدره	غير موافق بشدة		غير موافق		موافق		موافق بشدة		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
*٧٢.٢	66.3	٧١١.٠	٧.١	١٩	٣٨.٨	١٠.٤	٣٥.٨	٩٦	١٨.٣	٤٩	اتابع أكثر من ٢٠ صديق او حساب يهتم بقضايا الترويح و اوقات الفراغ
*٩٣.٤	59.5	٦٣٨.٠	١٢.٧	٣٤	٤٧.٨	١٢٨	٢٨.٤	٧٦	١١.٢	٣٠	لا أجد نفسي الا عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن ميولي الترويحية
*٨٥.٤	72.7	٧٧٩.٠	٤.٩	١٣	٢٥.٠	٦٧	٤٤.٨	١٢٠	٢٥.٤	٦٨	أشعر بالطمأنينة والثقة في

											التواصل مع اشخاص من نفس الهوايات والانشطة الترويحية
76.0	76.0	815.0	5.6	15	12.3	33	54.5	146	27.6	74	أجد متعه في الحديث مع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
70.1	70.1	751.0	10.4	28	22.0	59	44.4	119	23.1	62	لا أستطيع التعايش بدون وسائل التواصل الاجتماعي
60.2	60.2	645.0	17.9	48	38.4	103	28.7	77	14.9	40	أشعر بالسعادة عند عرض صوري او محتوى خاص بي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
61.4	61.4	658.0	13.1	35	39.2	105	36.9	99	10.8	29	افتقد الاحساس بمتعة الانشطة الترويحية الواقعة بسبب وسائل التواصل الاجتماعي
69.4	69.4	744.0	8.2	22	29.5	79	38.8	104	23.5	63	الوقت الذي اقضيه على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر

											من الوقت الذي اقضية في مزاولة الانشطة الترويحية
											اشعر بان النشاطات الترويحية بدأت تتراجع منذ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
											٧٩
											٢٩.٥
											١٤٢
											٥٣.٠
											٣٩
											١٤.٦
											٨
											٣.٠
											٨٢٨.٠
											77.2
											*١٤٩.٧

يتضح من جدول (13) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث علي البعد الثالث أهمية مواقع التواصل الاجتماعي قد انحصرت ما بين (٥٩.٥% ، ٧٧.٢%)، كما جاءت قيمة كاذبة احصائياً علي عبارات البعد الثالث وفي اتجاه الاستجابة بـ (موافق) علي العبارات ارقام (٣ ، ٤ ، ٥ ، ٨ ، ٩) ، كما جاءت قيمة كاذبة في اتجاه الاستجابة بـ (غير موافق) علي العبارات ارقام (١ ، ٢ ، ٦ ، ٧) وجاء ترتيب عبارات البعد الثالث كما يلي: اشعر بان النشاطات الترويحية بدأت تتراجع منذ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الاول وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٧.٢%)، أجد متعه في الحديث مع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٦%)، أشعر بالطمأنينة والثقة في التواصل مع اشخاص من نفس الهوايات والانشطة الترويحية في الترتيب الثالث وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٢.٧%)، لا استطيع التعايش بدون وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب الرابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٠.١%)، الوقت الذي اقضية على مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من الوقت الذي اقضية في مزاولة الانشطة الترويحية في الترتيب الخامس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦٩.٤%)، اتابع اكثر من ٢٠ صديق او حساب يهتم بقضايا الترويج واولقات الفراغ في الترتيب السادس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦٦.٣%) ، افتقد الاحساس بمتعة الانشطة الترويحية الواقعة بسبب وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب السابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٦١.٤%)، أشعر بالسعادة عند عرض صوري او محتوى خاص بي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثامن وحصلت

علي نسبة مئوية قدرها (٦٠.٢%)، لا أجد نفسي الا عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن ميولي الترويحية في الترتيب التاسع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٥٩.٥%).

لم تقتصر النتائج على الجوانب الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي، بل ايضاً الجوانب السلبية على متدوليتها. حيث أظهرت نتائج البحث جانب سلبي لمتداولي مواقع التواصل الاجتماعي. والذي أيضاً تتفق مع نتائج دراسة خضر و شلتوت (2021: ص 216) في ان هناك ارتباط واضح لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العزلة الاجتماعية. حيث أكدت الدراسة ان وسائل التواصل الاجتماعي تغزو حياتنا اليومية أكثر من أي وقت مضى وتعطي الشعور بالحضور الاجتماعي الذي لا يمكن ان يحققه في الحياة الاجتماعية الواقعية. ويتفق ذلك مع دراسة حلمي خضر (2003) التي تشير الى ان الابعاد النفسية والاجتماعية للإنترنت في انها تسبب حالة من العزلة والاعترا ب النفسي بين الشباب.

- عرض نتائج البعد الرابع درجة الوعي الترويحي

جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية وكا ٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات البعد الرابع: درجة الوعي الترويحي

العبارات	موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق بشدة		مجموع الدرجات المقدره	الوزن النسبي	٢ ك
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
لدي الوعي بأهمية وقت الفراغ	٢٧.٦	٧٤	٦٠.٨	١٦٣	٩.٧	٢٦	١.٩	٥	٨٤٢.٠	78.5	*٢٢٠.٧
اشعر بان مواقع التواصل الاجتماعي تسرق وقتي	٣٠.٦	٨٢	٤٧.٨	١٢٨	١٨.٣	٤٩	٣.٤	٩	٨١٩.٠	76.4	*١١٣.٩

109.8*	74.4	798.0	3.0	8	18.7	5.0	56.0	15.0	22.4	6.0	لدي القدرة والوعي بموازنة بين ممارسة الانشطة الترويحية ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي
192.3*	75.8	813.0	2.2	6	15.3	41	59.3	159	23.1	62	لدي القدرة والوعي على كيفية استثمار وقت الفراغ
193.2*	80.2	860.0	1.9	5	9.0	24	55.6	149	33.6	9.0	لدي المعرفة والثقافة بمخاطر استخدام او ادمان مواقع التواصل الاجتماعي
138.8*	74.5	799.0	2.2	6	21.3	57	52.6	141	23.9	64	لدي القدرة والسيطرة على عدم اسرافي في الوقت في تصفح مواقع

											التواصل الاجتماعي
											بسبب مواقع التواصل الاجتماعي لا أستطيع اتمام مهامي والتزاماتي الاساسية
*٨٨.٦	56.9	٦١٠.٠	١٧.٢	٤٦	٤٤.٨	١٢٠	٣١.٣	٨٤	٦.٧	١٨	
											اشعر بالكسل من ممارسة الانشطة الترويحية لذلك أفضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي
*٨٨.٦	59.0	٦٣٣.٠	١٣.٨	٣٧	٤٥.٩	١٢٣	٣٠.٦	٨٢	٩.٧	٢٦	
											أستطيع ان اميز بين الانشطة الترويحية البناءة والغير بناءة
*٢٠٠.٨	75.7	٨١١.٠	٢.٦	٧	١٤.٦	٣٩	٦٠.٤	١٦٢	٢٢.٤	٦٠	

يتضح من جدول (14) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث علي البعد الرابع درجة الوعي الترويجي قد انحصرت ما بين (٥٦.٩% ، ٨٠.٢%) ، كما جاءت قيمة كاس دالة احصائياً علي عبارات البعد الرابع وفي اتجاه الاستجابة بـ (موافق) علي العبارات ارقام (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٩)، كما جاءت قيمة كاس في اتجاه الاستجابة بـ (غير موافق) علي العبارات ارقام (٧، ٨) وجاء ترتيب عبارات البعد الرابع كما يلي: لدي المعرفة والثقافة بمخاطر استخدام او ادمان مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الاول وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٨٠.٢%) ، لدي الوعي بأهمية وقت الفراغ في الترتيب الثاني وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٨.٥%)، اشعر بان مواقع التواصل الاجتماعي تسرق وقتي في الترتيب الثالث وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٦.٤%)، لدي القدرة والوعي على كيفية استثمار وقت الفراغ في الترتيب الرابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٥.٨%)، استطيع ان اميز بين الانشطة الترويحية البناءة والغير بناءه في الترتيب الخامس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٥.٧%)، لدي القدرة والسيطرة على عدم اسرافي في الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب السادس وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٤.٥%)، لدي القدرة والوعي بموازنة بين ممارسة الانشطة الترويحية و متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب السابع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٧٤.٤%)، اشعر بالكسل من ممارسة الانشطة الترويحية لذلك افضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثامن وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٥٩%)، بسبب مواقع التواصل الاجتماعي لا استطيع اتمام مهماتي و التزاماتي الاساسية في الترتيب التاسع وحصلت علي نسبة مئوية قدرها (٥٦.٩%).

واتفقت نتائج البحث مع دراسة البصيلي (2022: ص 659) بان مواقع التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيره في نشر الثقافة الترويحية. حيث أكدت الدراسة ان للأنشطة الترويحية تأثيرات إيجابية في تحقيق الوعي الترويجي بأهمية وقت الفراغ وكيفية استثماره و اثره على تنمية شخصية الفرد المتكاملة من النواحي الصحة النفسية والصحة البدنية والجوانب الاجتماعية. كما يؤكد درويش والخولي (2001) أن الترويج بحد ذاته يشمل كم هائل من المعارف، والمفاهيم، والمعلومات، والرموز .

كما ان هناك اتفاق بين دراستنا ونتائج دراسة العتيبي (2022: ص 238) ودراسة عبدالرازق، السعيد، الحميد (2022: ص 45-46) والسحت (2021: ص 38) من حيث وجود وعي وادراك

لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال أوقات الفراغ. كما ان هناك وعي بالمفاهيم الترويجية في الجوانب المعرفية، والاجتماعية والنفسية. وهناك علاقة طردية بين الوعي الترويجي والمشاركة الايجابية في الأنشطة الترويجية، حيث كلما زاد الوعي الترويجي زادت المشاركة الإيجابية وقلت السلبية وارتفعت الوجدانية وانعكس ذلك على استثمار وقت الفراغ من خلال الاستخدام الأمثل للأنشطة الترويجية البناءة.

الاستنتاجات :

- وفي ضوء تحقيق الهدف من البحث و النتائج التي توصل اليها البحث من خلال استجابات العينة والأسلوب الاحصائي وما أسفرت عنه الدراسة من الفروق والعلاقات نستنتج ما يلي:
1. وجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في مقاييس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الجدول (٧)، (٨)، (٩)، (10)، و (11).
 2. وجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجدول (12)
 3. وجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في أهمية التواصل من خلال التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الجدول (13).
 4. وجود فروق ذات دالة إحصائية بين استجابات عينة البحث في درجة الوعي الترويجي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في الجدول (14).

التوصيات :

- استنادا الى النتائج التي توصلت اليها الدراسة توصي الباحثة ما يلي:
1. القيام بمزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي ودورها وأهميتها في نشر الوعي الترويجي، كما يجب التطرق لمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وما يمكن ان يؤدي الى أغراض غير مفيدة والادمان عليها وضياع الوقت.
 2. وضع تشريع وقانون لتنظيم آلية استخدام والتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومراقبتها وذلك لمكافحة القرصنة والحفاظ على الملكية الفكرية ومواجهة الجرائم.

3. تنظيم دورات وندوات توعوية لطالبات باستثمار وقت الفراغ وأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية.
4. الدعوة لإنشاء العديد من الصفحات الالكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتناول المعلومات المتعلقة بالأنشطة الترويحية المتاحة والتي يمكن تطبيقها.

أولاً: المراجع العربية

- ١- إبراهيم الفار (2012): تربويات تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين وتكنولوجيا ويب (20) القاهرة، دار الكتب والوثائق المصرية.
- ٢- اسلام منصور عبد المنعم (2021): دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الممارسة الترويحية المنزلية لدى عينة من الشباب الجامعي في ضوء تداعيات فيروس كورونا المستجد - Covid 19. مجلة علوم الرياضة، المجلد (34).
- ٣- أمسية السيد الجندي (2009): مصادر الشعور بالسعادة وعلاقته بالذكاء الوجداني لطلاب كلية التربية - جامعة الإسكندرية. المجلة المصرية للدراسات النفسية. المجلد (62)، العدد (19).
- ٤- ايمان رفعت السعيد (1996): بناء مقياس لثقافة الترويح الرياضي لطلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ٥- بدبوز خليفة (2016): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الشباب على ممارسة النشاط الرياضي - الفيس بوك نموذجاً، رسالة الماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العبي بن مهدي - ام البواقي.
- ٦- حامد الحادقي (2014): أهمية النشاط البدني الرياضي المدرسي في تحقيق التوازن لبعض ابعاد الشخصية لتلاميذ سنة رابع متوسط. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية البدنية والرياضية جامعة قاصدي مرياح، ورقلة.
- ٧- خالد محمود (2011): شبكات التواصل الاجتماعي، دار مدارك للنشر، بيروت، لبنان.
- ٨- راشد عايض عبد الله الثويمر (2022): واقع التداول الالكتروني للمعلومات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة/ طالبات قسم علوم المكتبات والمعلومات بكلية التربية

- الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب في دولة الكويت، مجلة القراءة والمعرفة، المجلد (22)، العدد (254).
- ٩-رحمة محمد سمير وآخرون (2019): استخدامات الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية على الهاتف المحمول والاشباعات المتحققة منها، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، العدد (22).
- ١٠-رقية محمد مهدي خضر، هناء حسني شلتوت (2021): دور وسائل التواصل الاجتماعي لاستثمار أوقات الفراغ وعلاقته بالعزلة الاجتماعية لطلاب المرحلة الثانوية، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، المجلد 062.
- ١١-ساري حلمي خضر (2003): تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، مجلة جامعة دمشق، مجلد (24).
- ١٢-رنا مروان العيسى (2020): دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين، رسالة الماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- ١٣-سارة حلمي خضر (2003): تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، مجلة دمشق، مجلد (24).
- ١٤-سمر عبد الله أحمد البصيلي (2022): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة الترويحية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الدقهلية، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، المجلد (63) العدد (2).
- ١٥-سلطان الصاعدي (2012) : الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة؟!.
- ١٦-عرفان زايد خليل (1992) : العلاقة بين ممارسة العلاج الاجتماعي النفسي في خدمة الفرد للتخفيف من الاغتراب لدى الطفل الكفيف، رسالة دكتوراه، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة.
- ١٧-علي سيد إسماعيل (2020) :مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والاخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.

- ١٨- محمد السيد محمد السيد السحت (2021): تطوير الوعي الترويحي في ضوء مستويات المشاركة في الأنشطة الترويحية ببعض كليات جامعة الزقازيق، مجلة بحوث التربية الرياضية، مجلد (70)، العدد (351).
- ١٩- محمد مسفر شمرخ العتيبي (2022): أثر استخدام وسائل الانترنت في وقت الفراغ لتلاميذ المرحلة المتوسطة وفق بعض المتغيرات بدولة الكويت. مجلة علوم الرياضة، المجلد (35) العدد (3).
- ٢٠- نهلة متولي السيد، سوسن يوسف عبده (2015): الوعي الترويحي وعلاقته بالانتماء المجتمعي لدى طلاب جامعة اسكندرية، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، كلية التربية، جامعة دمنهور، المجلد (7) العدد (4).
- ٢١- كامل عمران (1999): الشباب وفوائد استثمار وقت الفراغ، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد (27) العدد (3).
- ٢٢- كمال عبد الحميد إسماعيل وآخرون (2012): الترويج الرياضي للشباب، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ٢٣- وليد أحمد عبد الرازق، إيمان رفعت السعيد، أحمد ماجد عبد الحميد (2022): دور تطبيقات الاجتماعية الالكترونية في نشر ثقافة الترويج الرياضي بالمدارس الثانوية بمحافظة القاهرة. المجلد العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، العدد (97).

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 24- **Albrechtslund, Anne-Mette Bech, and Anders Albrechtslund:** "Social media as leisure culture." First Monday (2014)
- 25- **AYDIN, Bülent, and Erdal Arslan.** "The role of social media on leisure preferences: A research on the participants of outdoor recreation activities." Turizm Akademik Dergisi 3.1 (2016): 1-10.
- 26- **Cook, R, B, Barkham (2006)** Measuring, Monitoring and Managing the Psychological Well – Being of First Year University Student, British Journal of Guidance and Counseling. 34 (4) Page 505-517.
- 27- **Fawzia Abd Allh Al-Ali (2017)** Uses of Social Networking Sites and Satisfaction Achieved by Emirati Youth: a Field Study on a Sample of Sharjah University Students, Journalism and Mass Communication, Vol (7), Issue (3).

- 28- **Helen N. Eke Miss et al., (2014)** The Use of Social Networking Sites among the Undergraduate Students of Lincoln. University of Nigeria, Nsukka, Digital Commons – University of Nebraska
- 29- **Ho, Ching-Hua, and Yi-Hsuen Cho.** "Social media as a pathway to leisure: Digital leisure culture among new mothers with young children in Taiwan." Leisure Sciences (2021): 1-19.
- 30- **Karbiniski, A. (2010)** Facebook and the Technology Revolution, NY Spectrum Publication Lichtenauer, P: sportsponsoring -Der Verein auf dem Wegindie professionalitat, www.unimuernster.de/sportwissenschaft/sportkultur,
- 31- **Vansoon, A (2010)** Facebook and the Invasion of Technology Communities, N.Y, Newyork.