

واقع أساليب نشر الوعي الترويحي

ا.د . أمل فكري ابراهيم نعيم
 استاذ الترويج الرياضي بقسم علوم الإدارة الرياضية
 والترويج كلية علوم الرياضة للبنات جامعة حلوان
aml.fekry@pef.helwan.edu.eg

م.د. احمد محمد يوسف عطية
 مدرس بقسم تكنولوجيا التعليم - كلية التربية -
 جامعة حلوان
youssef@edu.helwan.edu.eg

ع. منة الله يوسف إسماعيل احمد

معيدة بقسم علوم الإدارة الرياضية و الترويج - كلية علوم الرياضة للبنات - جامعة حلوان

MennatallahYoussefIsmail@pef.helwan.edu.eg

المستخلص :

تكمُن أهمية أساليب نشر الوعي الترويحي في كونها عاملاً مهماً للطالبات ، فهي تعد طريقة جديدة لتغيير المؤسسات باتجاه مستقبل أكثر منافسة وأكثر تطوراً بمواقع التواصل الاجتماعي ، كما ان الأساليب المختلفة لنشر الوعي تمنح الطالبات القدرة على تنفيذ مهامهم خلال اليوم بصورة اسهل باستثمار وقت فراغهم ، وتسهم في زيادة إنتاجية الطلبة بتطوير وعيهم عن اساليب نشر الوعي الترويحي .

ومن خلال عمل الباحثة كمعيدة بكلية علوم الرياضة جامعة حلوان لاحظت احتياج الطالبات للتعرف على أساليب نشر الوعي الترويحي لاحتياجهم لاستثمار أوقات فراغهم بطريقة صحيحة و مثمرة ، وهذا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة مواقع التواصل الاجتماعي مع العصر الحالي ، وعلى هذا تعد أساليب الوعي الترويحي للطالبات في الكلية هي حجر الأساس لنجاح تبني اعداد اجيال جديدة تستثمر أوقات الفراغ و الترويج بطريقة سليمة .

وأستخدمت الباحثة المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي والتحليلي ، وتم إختيار عينة البحث بطريقة العشوائية من مجتمع البحث والبالغ عددهم (١٧٧) طالبة ، وتم تطبيق إستمارة الإستبيان على الطالبات ، حيث أظهرت النتائج أن استخدام مقاطع الفيديو القصيرة أو "الريلز" على إنستجرام وفيسبوك ، الحملات التوعوية عبر صفحات التواصل الاجتماعي ، استخدام مقاطع فيديو على تيك توك

الصور التوعوية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - انستجرام) حازت على اعلى نسب من أساليب نشر الوعي الترويجي لاستخدامها كاساليب فعالة لنشر الوعي الترويجي . وأوصت الباحثة بضرورة استخدام الأساليب التي حازت على اعلى نسب من الأساليب في نشر الوعي الترويجي لدى الطالبات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة و ذلك لملائمتها و لاهميتها للطالبات بالجامعة والإرتقاء بالمنظومة التعليمية .

The reality of spreading recreational awareness methods

Abstract:

Recreational awareness spreading methods is important for students, as they are a new way to change institutions towards a more competitive and more developed future with social networking sites, and the different methods of spreading awareness give female students the ability to carry out their tasks during the day more easily by investing their leisure time, and contribute to increasing students' productivity by developing their awareness of recreational awareness spreading methods.

Through the researcher's work as a teaching assistant at the Faculty of Sports Sciences, Helwan University, she noticed the students' need to learn about recreational awareness spreading methods because they need to invest their leisure time in a healthy way, using social networking sites to keep with the current era, and thus students in the college are the cornerstone for the success of adopting the preparation of a new generation that invests leisure time and entertainment in a sound way.

The researcher used the descriptive approach with its survey and analytical style, and the research sample was selected randomly from the research community, numbering (177) female students, and the questionnaire form was applied to the students, as the results showed that the use of short video clips or "reels" on Instagram and Facebook, awareness campaigns through social media pages, the use of video clips on TikTok, and awareness images on social media sites (Facebook - Twitter - Instagram) had the highest rates of methods for spreading recreational awareness for use as effective methods for spreading recreational awareness.

واقع أساليب نشر الوعي الترويحي

المقدمة ومشكلة البحث:

تتمثل إحدى مؤشرات حضارة الأمم ورفقها في مدى عنايتها بتربية الأجيال بمختلف فئاتها، ويتجلى ذلك بوضوح فيما توليه هذه الدول للشباب من عناية وإهتمام، وتوفير النمو الشامل في كافة الجوانب مما يساعد في إعدادهم لحياة شخصية إجتماعية وإقتصادية ناجحة يؤدي فيها كل منهم دوره في خدمة وبناء المجتمع مهما كان حجم إسهامه وعدم الاهتمام بهم يعني أن تصبح هذه الفئة عبئاً علي المجتمع وجزء من مشكلاته التي قد يعاني منها أفرادها، لذا فقد إهتمت الدولة بفئة الشباب لجعلها أكثر إيجابية في بناء حضارة المجتمعات، وأن من المتطلبات الأساسية للعصر الحديث والتي يجب تلبيتها، أن تولي الدولة الإهتمام الأكبر بهندسة القوي البشرية من أبنائها الشباب وأن تحرص علي توفير متطلبات التوجيه والإرشاد النفسي والتربوي والمهني كمكونات لهذه القوي بما يتفق مع متطلبات التطور والنمو وإستثمار كل ما لديهم من قدرات وإستعدادات يمكن أن تحقق لهذه الدول تقدمها المنشود (١ : ٢)

و أساليب الوعي الترويحي هي ذلك الكم الهائل من المعارف والمعلومات وهو المعرفة الترويحية أو التنوير الترويحي الذي تكسب الفرد مجموعة من المعارف والمفاهيم لنمو شخصيته التي تساعده في إستثمار وقت الفراغ بممارسة الأنشطة الترويحية بطريقة إيجابية، وتضيف المعاني والقيم الفنية والجمالية، وعلي ضوء ما سبق تري الباحثة والتي تعمل كمعيدة بكلية التربية الرياضية للبنات - جامعة حلوان، إنه يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز المعارف والمعلومات والمهارات المرتبطة بالترويج لدي طالبات الكلية، وأن يكون لاساليب الوعي الترويحي مكانة خاصة في عصر الرقمنة والتحول الرقمي بين كليات علوم الرياضة ، للحد من القصور الواضح لدي الطالبات في عدم وضوح أساليب الوعي الترويحي وكيفية استخدامها وكذلك ما يتعلق بالانشطة الترويحية المختلفة، وقد لاحظت الباحثة عدم وجود تنسيق بين رغبات واحتياجات الطلاب، وبين ما يتم طرحه من أنشطة برعاية الشباب وأنها تفقر للتنوع، مما أبعد الطالبات عن الاهتمام بالفهم الكامل لأهمية نشر الوعي الترويحي لديهن في ممارسة الأنشطة الترويحية المختلفة.

لذلك تستخلص الباحثة أن استخدام أساليب الوعي الترويحي قد تساعد الطالبات على استيعاب المعلومات والمفاهيم التي تتناسب مع ميولهم ورغباتهم واحتياجاتهم في استثمار أوقات فراغهم بطريقة إيجابية والأفراد يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم عوضاً عن الواقع الحقيقي في مجالات مختلفة وذلك لتحقيق الاسترخاء والبعد عن الأماكن المزدحمة التي قد تسبب لهم الازدحام و التوتر، لذا تسعى الباحثة من خلال هذا البحث التعرف على واقع أساليب نشر الوعي الترويحي لطالبات كلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان.

هدف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تحديد واقع أساليب نشر الوعي الترويحي لطالبات كلية التربية الرياضية للبنات ، من خلال تحديد

تساؤل البحث :

- ما هي أساليب نشر الوعي الترويحي لدى طالبات الكلية

إجراءات البحث

منهج البحث :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملائمة لطبيعة البحث والهدف منه.

مجتمع عينة البحث :

تمثل المجتمع البحث في طالبات الفرقة الأولى بكلية علوم الرياضة للبنات جامعة حلوان وعددهن (448) وقد تم اختيار عينة البحث بطريقة العشوائية لتكون عددها (١٧٧) طالبة مقسمة على العينة الأساسية وعددها (١٤٧) طالبة و العينة الاستطلاعية الممثلة لمجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية وقد بلغت (٣٠) طالبة

أدوات جمع البيانات :

استخدمت الباحثة وسائل جمع البيانات المناسبة لطبيعة البحث وأهدافه للحصول على البيانات المتعلقة بموضوع البحث وأهمها ما يلي:-

١- الوثائق والمراجع العلمية والدراسات السابقة

قامت الباحثة الاطلاع على الكتب والمراجع العلمية والدراسات المرجعية المرتبطة بموضوع البحث و منها العربية والأجنبية التي تناولت كل من الخطط التسويقية للأنشطة الترويحية والوعي الترويحي ومواقع التواصل الاجتماعي قيد البحث وقد استعانت الباحثة بما سبق في تصميم الإستبيان.

٢- المقابلات الشخصية الغير مقننة

تم إجراء المقابلات الشخصية للحصول على المعلومات التي تفيد البحث سواء بالنسبة للوثائق و السجلات الخاصة بالطالبات و السجلات الخاصة باعداد الطالبات في شؤون التعليم والطلاب كما قامت الباحثة بالمقابلة الشخصية مع أساتذة الترويج الرياضي وتكنولوجيا التعلم بالكلية المختلفة

٣-الإستبيان (من تصميم الباحثة) يدور حول أساليب نشر الوعي الترويحي خطوات بناء الاستبيان:-

١-تحديد الهدف من استمارة الاستبيان

قياس مدى وعي الطالبات بالوعي الترويحي لوضع خطة مقترحة لنشر الوعي الترويحي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٢-وضع العبارات الافتراضية لاستماره استبيان أساليب نشر الوعي الترويحي

قد قامت الباحثة بتحديد عبارات استمارة الاستبيان في ضوء اهداف البحث وذلك بوضع العبارات متدرجة باتباع الخطوات الآتية:

-القراءات النظرية للمراجع العلمية الخاصة بأساليب نشر الوعي الترويحي و مواقع التواصل الاجتماعي .

-الاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية العربية والأجنبية السابقة المرتبطة بموضوع البحث.

-تحديد العبارات المقترحة للوعي الترويحي استرشاداً بالخطوات السابقة.

- عرض العبارات المقترحة على الخبراء الأكاديميين في مجال الترويج الرياضي و تكنولوجيا التعليم .

مناسبة عبارات الاستبيان في ضوء الفهم والتحليل النظري الخاص لكل عبارة .

- عرض العبارات على الخبراء للتحقق من الصدق المنطقي بملائمة العبارات المقترحة .

- المقابلات الشخصية مع أغلب الأخصائيين لشرح مضمون العبارات .

- وتمثلت الصورة المبدئية لعبارات استمارة الاستبيان في عدد (٩) عبارات رئيسية لاستمارة الاستبيان

ثم قامت الباحثة بعرض الصورة المبدئية لاستمارة الاستبيان واقع أساليب نشر الوعي الترويجي على

مجموعة من الخبراء الأكاديميين من أساتذة الترويج الرياضي و تكنولوجيا التعليم بأجمالي (٧) خبراء .

ويشترط في اختيار الخبراء :

أن يكون متخصص في الترويج الرياضي او تكنولوجيا التعلم.

أن يكون لديه خبرة لا تقل عن ١٠ اعوام في العمل في تخصصه.

وذلك لا بداء الرأي فيما يلي:

-مدى كفاية المحاور المقترحة تقييم اهداف البحث.

-إضافة ما يرويه مناسباً من محاور

-حذف ما يرويه غير مناسباً من محاور .

وذلك خلال العام الدراسي ٢٠٢٤-٢٠٢٥ .

المعاملات العلمية:

قامت الباحثة بحساب المعاملات العلمية على النحو التالي

أ-الصدق:

لحساب صدق استخدمت الباحثة الطرق التالية :

صدق الاتساق الداخلي :

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قامت الباحثة بتطبيقه على عينة قوامها (٣٠) ثلاثون 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
- كما تم حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات العبارات والدرجة الكلية للاستبيان ، والجدول التالي توضح النتيجة على التوالي:

جدول (١)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من أساليب نشر الوعي الترويحي والدرجة الكلية

(ن = ٣٠)

م	العبارات	معامل الارتباط بالبعد
1	استخدام مقاطع الفيديو القصيرة أو "الريلز" على إنستجرام وفيسبوك	*٠.٦٥٠
2	استطلاعات الرأي والأسئلة (المحتوى التفاعلي)	*٠.٧١٩
٣	القصص الحياتية الناجحة للتشجيع على المشاركة	*٠.٥٢٢
٤	الحملات التوعوية عبر صفحات التواصل الاجتماعي	*٠.٦١٩
٥	ورش العمل و الندوات عبر الإنترنت	*٠.٥٤٨
6	استخدام مقاطع فيديو على تيك توك	*٠.٦٢٣
7	الصور التوعوية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - انستجرام)	*٠.٥١٧
٨	اجتماعات (meetings) عبر صفحات التواصل الاجتماعي	*٠.٤٦٠
٩	بث مباشر عبر صفحات التواصل الاجتماعي	*٠.٤٥٠

قيمة ر الجدولية عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (١) ان معامل الارتباط بين كل عبارة من العبارات والمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان قد تراوحت ما بين (٠.٤٥٠ الي ٠.٧١٩) وبمقارنة قيمة (ر) المحسوبة بقيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال احصائيا بين العبارات والمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان وبذلك يصبح عدد عبارات استمارة الاستبيان (٩) عبارات والنتائج تدل على ان عبارات الاستبيان تتسم بدرجة عالية من الصدق .

ب . الثبات :

للتأكد من ثبات الاستبيان قامت الباحثة باستخدام التجزئة النصفية ومعامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (٣٠) ثلاثون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، والجدول التالي يوضح ذلك .

جدول (٢)

معاملات الثبات باستخدام التجزئة النصفية ومعامل ألفا لكرونباخ للاستبيان (ن = ٣٠)

م	محور الاستبيان	معامل الفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
			سبيرمان براون	جتمان
١	أساليب نشر الوعي الترويحي	٠.٧٩٨	٠.٨٠٠	٠.٨٠٥

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨) مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٢) ما يلي :

جاءت قيم معاملات ألفا لكرونباخ والتجزئة النصفية للاستبيان دالة إحصائية عند مستوى دلالة

٠.٠٥ علي محور الاستبيان مما يشير إلى ان الاستبيان يتسم بدرجة عالية من الثبات .

مناقشة النتائج لاستبيان أساليب نشر الوعي الترويحي:

جدول (٣)

التكرارات والأهمية النسبية و (٢كا) لعبارات أساليب نشر الوعي الترويحي لدى عينة البحث (ن=١٧٧)

م	العبارات	موافق		الي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدرة	الاهمية النسبية	كا ^٢	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	استخدام مقاطع الفيديو القصيرة أو "الريلز" على إنستجرام وفيسبوك	١٢٥	٧٠.٦	٣٠	١٦.٩	٢٢	١٢.٤	457	86.1	١١١.٢	٤
2	استطلاعات الرأي والأسئلة (المحتوى التفاعلي)	١٢	٦.٨	٤٢	٢٣.٧	١٢٣	٦٩.٥	243	45.8	١١١.٧	٨

٣	القصص الحياتية الناجحة للتشجيع على المشاركة	٢٠	١١.٣	٤٤	٢٤.٩	١١٣	٦٣.٨	261	49.2	٧٩.١	٧
٤	الحملات التوعوية عبر صفحات التواصل الاجتماعي	١٣٠	٧٣.٤	٢٧	١٥.٣	٢٠	١١.٣	464	87.4	١٢٨.٥	٣
٥	ورش العمل و الندوات عبر الإنترنت	٣٥	١٩.٨	٨٣	٤٦.٩	٥٩	٣٣.٣	330	62.1	١٩.٥	٦
6	استخدام مقاطع فيديو على تيك توك	١٥٠	٨٤.٧	٢٢	١٢.٤	٥	٢.٨	499	94.0	٢١٢.٩	٢
7	الصور التوعوية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - انستجرام)	١٦١	٩١.٠	٦	٣.٤	١٠	٥.٦	505	95.1	٢٦٤.٦	١
٨	اجتماعات (meetings) عبر صفحات التواصل الاجتماعي	٨	٤.٥	٧	٤.٠	١٦٢	٩١.٥	200	37.7	٢٦٩.٧	٩
٩	بث مباشر عبر صفحات التواصل الاجتماعي	٦٢	٣٥.٠	٩٠	٥٠.٨	٢٥	١٤.١	391	73.6	٣٦.٠	٥
	المجموع							3350	70.1		

قيمة (كا²) عند مستوي (٠,٠٥) = (٥.٩٩)

يتضح من جدول (٣) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على قد انحصرت ما بين (٤٦.٩ % ، ٩١.٥ %) وجاءت قيم كا² دالة احصائيا عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات الاستبيان ولصالح الاستجابة بـ موافق علي العبارات ارقام (١ ، ٤ ، ٦ ، ٧) بينما جاءت قيم كا² دالة احصائيا عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات الاستبيان ولصالح الاستجابة بـ الي حدا ما علي العبارات ارقام (٥ ، ٩) ، بينما جاءت قيم كا² دالة احصائيا عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات الاستبيان ولصالح الاستجابة بـ غير موافق علي العبارات ارقام (٢ ، ٣ ، ٨)

و مما سبق يتضح ان عبارات ارقام (١ ، ٤ ، ٦ ، ٧) حازت على اعلى نسب من أساليب نشر الوعي الترويجي و هم

- استخدام مقاطع الفيديو القصيرة أو "الريلز" على إنستجرام وفيسبوك

- الحملات التوعوية عبر صفحات التواصل الاجتماعي

- استخدام مقاطع فيديو على تيك توك

- الصور التوعوية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - انستجرام)

و اتفق (تشارلز أوميكو، وهيلين إن إيكى، ونیکا ٢٠١٤) دراسة عنوانها: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بين طلاب المرحلة الجامعية في جامعة نيجيريا" تتمثل أهداف الدراسة في التأكد من الفئات المختلفة لمواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها طلاب نيجيريا ، لفحص مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل طلاب نيجيريا ، لتحديد فوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكشف نتيجة الدراسة أن معظم الطلاب كانوا يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية و مقاطع الفيديوهات للتفاعل مع الأصدقاء، والتواصل مع زملائهم في الفصل للدراسة عبر الإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي ومناقشة القضايا الوطنية الجادة وما إلى ذلك وهناك أيضا فوائد جديدة بالثناء لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي واستنادا إلى النتائج، أوصي بأن تنظم سلطات الجامعة ندوات لتتوير الطلاب (٧).

الإستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات :

في ضوء هدف البحث و وتسائلة و في حدود عينة البحث و من خلال أدوات جمع البيانات و المعالجات الإحصائية للبيانات تمكنت الباحثة من التوصل الى الاستنتاجات التالية:

- استخدام مقاطع الفيديو القصيرة أو "الريلز" على إنستجرام وفيسبوك من الأساليب الفعالة في نشر الوعي الترويجي

-تعتبر حملات التوعوية عبر صفحات التواصل الاجتماعي أسلوب من اهم أساليب نشر الوعي الترويجي

-مقاطع فيديو على تيك توك لها دور فعال في نشر الوعي الترويجي بين الطالبات

-الصور التوعوية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - انستجرام) تآثر على الطلاب و تحثهم على ممارسة الأنشطة الترويحية .

ثانياً : التوصيات :

- ١- نشر الوعي الترويحي باستخدام الأساليب المختلفة و منها استخدام مقاطع الفيديو القصيرة الريلز على (انستجرام -فيسبوك -تيك توك)
 - ٢- ضرورة استخدام أساليب نشر الوعي الترويحي لزيادة ممارسة الأنشطة الترويحية لطلاب كليات علوم الرياضة
 - ٣- استخدام أساليب نشر الوعي الترويحي لآشتراك طلاب كليات علوم الرياضة في معسكر او اكثر و يكون بة جميع الأنشطة الترويحية
 - ٤- اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي بأهمية أساليب نشر الوعي الترويحي و دورها الفعال لدى الطالبات و زيادة دور المجتمع في تدعيم ممارسة الأنشطة الترويحية .
 - ٥- توجيه الطلاب لكيفية الانتفاع بوقت فراغهم من خلال:
- تعليمهم المهارات الترويحية الرياضية التي يستطيعون اختيارها في وقت فراغهم المستمر مدى الحياة باستخدام أساليب نشر الوعي الترويحي المختلفة .
 - اصدار منشورات دورية على مواقع التواصل الاجتماعي تحتوى على معلومات و معارف مرتبطة بنشر الوعي الترويحي و آثر ممارسة أنشطة التروييح على النمو المتكامل للطالبات .

قائمة المراجع

- ١- اجلال حافظ (٢٠٠٣) : مفهوم الثقافة الترويحية لدى المشرفين الرياضيين ببعض مراكز الشباب بمحافظة الاسكندرية ، رسالة ماجستير غير منشورة، مجلة كلية التربية الرياضية بنات ، العدد ٢٤ ، جامعة الاسكندرية .
- ٢ -الدبيسي عبد الكريم علي، الطاهات زهير ياسين (٢٠١٣): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، بحث منشور، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ٤٠، ع ١، جامعة جامعة البترا، عمان، الأردن.
- ٣ حسني محمد نصر (٢٠١٣): وسائل الإعلام الجديدة أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
- ٤ ريم رضا محمود (٢٠١٧): مراحل تطوير تكنولوجيا الاتصال، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
- ٥ عائشة يوسف سالم (٢٠٢٣): دور الوعي الترويحي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطالبات كلية التربية الأساسية في الكويت، بحث منشور، المجلة العلمية لفنون الرياضة، ممج ٧٤، ع ٤، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ٦ عبد الرزاق الدليمي (٢٠١١): " الفيسبوك والتغير في تونس ومصر"، المؤتمر العلمي، دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، جامعة اليرموك، إربد.

7- 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