

مجلة

بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الثامن - يوليو/ سبتمبر ٢٠١٥

- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشعب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي
أ.د/ ياس خضير البياتي (جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٩
- بين استراتيجية الاتصال واستراتيجية المؤسسة: أي رابط؟
د. رضا محمود المثاني (جامعة البحرين) ... ص ٥١
- أثر الدعاية الصهيونية على الرأي العام الفلسطيني خلال العدوان ٢٠١٤ على غزة - دراسة وصفية
د. زهير عبد اللطيف عابد عابد (جامعة الأقصى) ... ص ٧٥
- أنماط تعرض الجمهور السيناوي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الرأي نحو الأحداث الجارية
د. إبراهيم حسن المرسي محمد (جامعة سيناء) ... ص ١٠٥
- ظاهرة الإعلام الجديد وتأثيرها على الأمن القومي
د. حمدي بشير محمد علي (جامعة القاهرة) ... ص ١٣٩
- مبادرات حماية حقوق الملكية الفكرية في البيئة الإلكترونية "حق المؤلف نموذجاً"
د. مها مصطفى عمر عبد العزيز (كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا بأبو ظبي) ... ص ١٧٩
- صحافة المواطن: من متلقي إلى منتج المضامين الإعلامية
محمد أمين عبوب (جامعة حسيبة بن بو علي بالجزائر) ... ص ٢١٣

مستخلصات الرسائل العلمية:

- دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة
"دراسة تحليلية ميدانية"
حردان هادي صايل ... ص ٢٣٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٥ @ EPRA

www.cpra.org.eg

هيئة التحكيم العلمية للبحوث

أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن - نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثامن - يوليو / سبتمبر ٢٠١٥

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق راجح

أستاذ الإعلام المشارك
عميد الإعلام والعلاقات العامة بكلية الإمارات للتكنولوجيا
الإمارات العربية المتحدة

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة سيناء

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة :

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg ، epra_cairo@yahoo.com أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة dr_hatematef2000@yahoo.com بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في عامها الثالث تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - ليصدر منها سبعة أعداد متتابعة تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال " العدد الثامن " من المجلة وهو يتضمن بحثاً ورؤى علمية للأساتذة والمساعدين والمدرسين وملخصات لرسائل علمية نُوقشت في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية المختلفة.

المجلة هي أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ.

ففي البداية نجد مشاركة لأحد كبار أساتذة الإعلام بالعالم العربي أ.د/ ياس خضير البياتي من (العراق) عن: " دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي".

كما يتضمن العدد بحثاً مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية لدرجة أستاذ منهم: د. رضا محمود المثاني من (تونس) والذي قدم دراسة بعنوان: " بين استراتيجية الاتصال واستراتيجية المؤسسة: أي رابط؟"، وقدم د. زهير عبد اللطيف عابد من (فلسطين) دراسة حول موضوع: " أثر الدعاية الصهيونية على الرأي العام الفلسطيني خلال العدوان ٢٠١٤ على غزة - دراسة وصفية".

أما د. إبراهيم حسن المرسي محمد من (مصر) شارك بدراسة في موضوع: " أنماط تعرض الجمهور السيناوي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الرأي نحو الأحداث الجارية"، وشارك د. حمدي بشير محمد علي من (مصر) بدراسة حول: " ظاهرة الإعلام الجديد وتأثيرها على الأمن

القومي"، أما د. مها مصطفى عمر عبد العزيز من (السودان) فقدت ورقة علمية حول: " مبادرات حماية حقوق الملكية الفكرية في البيئة الإلكترونية (حق المؤلف نموذجاً) ".
ومن دولة (الجزائر) قدم محمد أمين عبوب ورقة علمية بعنوان: " صحافة المواطن: من متلقي إلى منتج المضامين الإعلامية ".

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدم الباحث حردان هادي صايل من دولة (العراق) لنشر ملخص دراسته للدكتوراه بعنوان: " دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة - دراسة تحليلية ميدانية ".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي*

إعداد

أ.د/ ياس خضير البياتي (*)

(*) البحث سيتم عرضه في المؤتمر الدولي الخامس (الرياضة في مواجهة الجريمة) تحت شعار (رياضة بلا انحراف) – ١٧/١٥ نوفمبر ٢٠١٥.
(*) أستاذ علم الاجتماع والإعلام بكلية الإعلام جامعة بغداد - وكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية - جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا بالفجيرة.

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي

أ.د/ ياس خضير البياتي
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

ملخص:

حظي موضوع وسائل التواصل الاجتماعي باهتمام العديد من المفكرين، والأكاديميين، والباحثين؛ لما له من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة. لذا انطلقت هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الإتصال الإجماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي. وتتبع أهمية الدراسة في أنها قد تسهم في فهم طبيعة تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي على الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات. واستخدم الباحث منهج "المسح الاجتماعي" باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات. حيث قام الباحث بإعداد استبانته شملت ثلاثة محاور تضمن المحور الأول البيانات الأولية الخاصة بطلاب جامعة عجمان مقر الفجيرة، والثاني يحتوي على قياس التعرض والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، والمحور الأخير يحتوي على متابعة المبحوثين للمضمون المتعلق بظاهرة الشغب والجريمة الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي الاجتماعي وقام الباحث بتطبيق تلك الاستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها من خلال فعل "ثبات الإعادة" على عينه مكونه من " 500 " طالب.

وبعد جمع البيانات، ثم تحليلها تم التوصل إلى مدى تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي في بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعة. كما خرجت بتوصيات من أهمها وضع آليات، واستراتيجيات عملية لمواجهة ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية التي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع العربي، والعمل على تحقيق الإشباع السياسي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي للشباب، وتعميق الوعي الاجتماعي بإيجابيات وسلبيات وسائل الاتصال الاجتماعي من خلال المؤسسات الاجتماعية والثقافية والتعليمية والدينية، وتفعيل القوانين الرادعة لمواجهة هذه الظاهرة، ووضع آليات عملية وواقعية لملا فراغات الشباب، وإيجاد منافذ جديدة يستطيع فيها الشباب التعبير عن آراءهم بحرية، وضرورة إشراك الشباب في صنع القرار، وخلق علاقة نموذجية بين الشباب والمؤسسات الأمنية وإشراكهم في خططهم لمواجهة ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية.

المقدمة:

لاشك أن أبرز ثورة يعيشها العصر الحالي هي ثورة الاتصالات التي ما تنفك تنمو بشكل متسارع بفضل التقنيات الحديثة والمتطورة. والإعلام الجديد يعتبر نقلة نوعية في عالم الاتصالات، جاءت بحلول ضخمة تسمح للجميع دون استثناء بالمشاركة وطرح القضايا ومناقشتها وتحليلها بكل حرية، كما ساهم بقوة في رفع منسوب الوعي لدى الشعوب، وأسس امبروطورية تخاف الدول من أعاصيرها المعلوماتية، وشبكاتنا الاجتماعية التي أفرزت قيما جديدة لعل أهمها بالملق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه.

وبدون شك فقد أعاد الإعلام الجديد الذي غزا العالم، اليوم تشكيل هوية جديدة لعلوم الاتصال بل يعيد تشكيل نظريات اتصال جديدة بما يحمله من مميزات وأساليب وأدوات عرض وتقنية معالجة وسرعة ودقة في الأداء، كما قلبت مفهوم جمهور الإعلام من مستقبل ومتلقي إلى صانع ومتلقي في نفس الوقت ومن متأثر إلى مؤثر برأيه وبحرك ويغير.

وأصبحت هذه الوسائل تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث أصبحت مصدراً رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية وانتشارها الواسع، وقدرتها على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، وامتلاكها الإمكانية على التأثير، كما برز دور الفرد كفاعل في صياغة وتشكيل وانتشار هذا النوع الجديد من الإعلام، حيث ظهرت الشبكات الاجتماعية كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد مع الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة مع إمكانية تجاهل المصدر والقدرة على التحول من الاحتجاج الشخصي إلى توجيه الرأي العام والحشد عبر مجموعات أو صفحات على (الفايس بوك)، وخصوصاً مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام وبين المستوى الداخلي والمستوى الدولي ويعد الشباب بشكل عام، والشباب الجامعي بشكل خاص، طليعة متقدمة من المجتمع، لأنهم العناصر المتدربة، والمتخصصة، والأساس في إحداث التغييرات الشاملة في مختلف مجالات الحياة، بطبيعة دورهم المؤثر في المجتمع، وقدرتهم على التفاعل مع الآخرين وأكثر الفئات الاجتماعية استخداماً لهذه المواقع لما تتيحها لهم من حرية الإبحار والبحث عن القضايا والموضوعات التي تحقق أشباعاتهم النفسية والاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها من الحاجات الانسانية، مما جعل لهذه المواقع أهمية استثنائية في تحديد أولويات الشباب في هذه المرحلة التاريخية التي تشهد الكثير من التحولات السياسية والاقتصادية والفكرية والسلوكية، وتأسيساً على ذلك فإن البحث يسعى إلى تسليط الضوء على الإعلام الجديد؛ بصفته الوسيلة الأقدر وصولاً إلى كافة فئات المجتمعات، والأكثر فاعلية وتأثيراً على المجتمع وخاصة الشباب، ومن يتحكم به أو يمكنه توجيهه فسيكون قادراً على قيادة المجتمع وتوجيهه بالطريقة التي يريد.

أولاً : الإطار المنهجي للبحث

مشكلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كأحدى التطبيقات التكنولوجية الحديثة على تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب الجامعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية، خاصة بعد أن أصبحت هذه الوسائل متغيراً اجتماعياً فاعلاً في الآونة الأخيرة، وأثبتت دورها في التعبئة والتوعية الاجتماعية وتزايد تأثيرها في الجدل العام، وتحولها إلى منبر اجتماعي حر للمناقشات الاجتماعية وليس مجرد ساحة للتواصل الاجتماعي والثقافي استهوت قطاعات واسعة من الشباب وبدت وكأنها أقرب إلى التعبير عن جيل جديد عبر عن نفسه بصورة فيها كثير من التمرد والاحتجاج.

لهذا فإن البحث يحاول تتبع انتشار وسائل الاتصال الاجتماعي، ودراسة تأثيرها على الوعي الاجتماعي نحو موضوع الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي؛ بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على متابعة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وبمعنى أدق التوصل إلى نتائج علمية وعملية عبر الدراسة الموضوعية والميدانية لأهم إفرازات هذه الوسائل على علاقة الشباب والفعاليات الاجتماعية، وأنماط السلوك الاجتماعي، وكيفية مواجه الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية على النحو الآتي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب الجامعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية؟ ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية :

- ما مصادر معرفة المبحوثين بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هو معدل ونمط تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما معدل متابعة المبحوثين للموضوعات الرياضية المتعلقة بشغب الملاعب على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي بين مصادر المعلومات في حصولهم على المعلومات الخاصة بظاهرة شغب الملاعب؟
- ما معدل مشاركة المبحوثين في التعبير عن آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهدفهم من تلك المشاركة، ومدى ثقتهم في تلك المواقع كمصدر للحصول على الأخبار الرياضية؟
- ما هي مواقف المبحوثين من المشاركة في مناقشة شغب الملاعب والجريمة الرياضية خلال فترة الدراسة؟

أهداف الدراسة:

- يتحدد الهدف العام للدراسة في التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب الجامعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية، وفي ضوء هذا الهدف الرئيسي هناك عدة أهداف فرعية هي:
- تحديد ترتيب وسائل التواصل الاجتماعي بين باقي مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات والأنشطة الرياضية.
- التعرف على دوافع تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وقياس مستوى الاهتمام في التعرض والاستخدام.
- التعرف على مصادر معرفة المبحوثين بوسائل التواصل الاجتماعي.
- القاء الضوء على معدل ثقة المبحوثين في وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات الرياضية
- رصد مدى مشاركة المبحوثين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المتعلقة بظاهرة شغب الملاعب وهدفهم من تلك المشاركة، ومدى قدرة المشاركة الإلكترونية على تشكيل مجال عام وتغيير الأوضاع.
- التعرف على مواقف المبحوثين من ظاهرة شغب الملاعب خلال فترة الدراسة.
- التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ المبحوثين لقرار المشاركة في مناقشة ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية.

فروض الدراسة:

- توجد مجموعة فروض تسعى الدراسة الى التحقق من صحتها أو عدم صحتها، وتتمثل في:
- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة المبحوثين في وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار المتعلقة بظاهرة الشغب الرياضي وبين مشاركتهم في أي نشاط اجتماعي دعت إليه إحدى هذه المواقع.
- الفرض الثاني:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مشاركتهم في أنشطة المواقع .
- الفرض الثالث:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تفاعل المبحوثين مع وسائل التواصل الاجتماعي وبين مشاركتهم بالتعبير عن الرأي خلالها.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في فهم طبيعة دور وسائل الاتصال الاجتماعي على الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. وبناءً عليه تنطوي هذه الدراسة على أهمية خاصة حيث يوجد العديد من المبررات التي تضيف على هذه الدراسة أهمية خاصة على مستوى الفكر العلمي وأخرى على مستوى الواقع العملي ويتلخص أبرزها فيما يلي:

1-الأهمية العلمية (علي مستوى الفكر):

- أ - تحليل وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع العربي ورصد الدور الذي تلعبه هذه الوسائل، في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
- ب - التعرف على مستوى معرفة الشباب الجامعي بالقضايا الرياضية، ومدى اهتمامه بالموضوعات الخاصة بالشغب والجريمة الرياضية.
- ج - الكشف عن محتويات الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وكذا رصد وتشخيص توجهات الوعي الاجتماعي نحو موضوع الشغب والجريمة الرياضية.

2-الأهمية العلمية (علي مستوى الواقع)

- أ - التأكيد على أهمية الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي لوسائل الاتصال الاجتماعي من خلال الاستغلال الرشيد من قبل الشباب؛ والتوعية بمزايا وعيوب هذه الوسائل.
- ب - وتأتي أهمية هذه الدراسة تمثيلاً مع حاجة المجتمع العربي لمثل هذه النوعية من الدراسات.
- ج - كما تأتي أهمية الدراسة للكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم والاتجاهات، مما يساعد القائمين على وضع السياسات، أو الأخذ بعين الاعتبار نتائج الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

١ - وسائل التواصل الاجتماعي:-

استخدم تعبير التواصل الاجتماعي Social networking على شبكة الإنترنت بعدد من المصطلحات منها: (موقع الشبكة الاجتماعية- وشبكات التواصل الاجتماعي- والشبكات الاجتماعية- ومواقع التواصل الاجتماعي)، وجميع هذه المصطلحات تعبر عن التواصل والتفاعل بين مجموعة من الأفراد من خلال شبكة اجتماعية على الويب.

وتقوم فكرة شبكات التواصل الاجتماعي على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الإنترنت؛ حيث يتشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم من خلال برمجيات تحقق صفة الاجتماعية، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين.

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية Virtual Communities؛ حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية. (البياتي، ٢٠١٤، ص٢٦٥)

وزادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم. كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم. وكما نشاهد هذه الأيام فإن تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في المجتمع .

(David ,2010,p78)

٢ - مفهوم الوعي الاجتماعي:

الوعي: كلمة تدلُّ على ضمِّ شيء. وفي قواميس اللغة العربية وَعَيْتُ العِلْمَ أَعِيهِ وَعِيًا، ووَعَى الشيء والحديث يَعِيهِ وَعِيًا وَأَوْعَاه: حَفَظَهُ وَفَهَمَهُ وَقَبَلَهُ، فهو واعٍ، وفلان أَوْعَى من فلان أَي أَحْفَظُ وَأَفْهَمُ. وفي الحديث: " نَضَّرَ اللهُ امرأً سَمِعَ مَقَالَتِي فَوَعَاها، فَرُبَّ مُبَلِّغٍ أَوْعَى من سَامِعٍ". والوَعِيُّ الحَافِظُ الكَيِّسُ الفَقِيه. وعليه لا وعي دون علم فكلما ازداد المرء علماً وفهماً ازداد وعياً .

والوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس. كما يمثل الوعي عند العديد من علماء علم النفس الحالة العقلية التي يتميز بها الإنسان بملكات المحاكمة المنطقية، الذاتية (الإحساس بالذات) ، والإدراك الذاتي ، والحالة الشعورية والحكمة أو العقلانية والقدرة على الإدراك الحسي للعلاقة بين الكيان الشخصي والمحيط الطبيعي له. وبالمحصلة فالوعي: هو ما يُكون لدى الإنسان من أفكار ووجهات نظر ومفاهيم عن الحياة والطبيعة من حوله. (الموسوعة الحرة). ويعرف الوعي الاجتماعي في دائرة المعارف البريطانية بأنه : الفهم وسلامة الإدراك ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه .

(Longman dictionary of the English language ,1985,p32)

كما يعرف الوعي الاجتماعي بأنه (مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم تبناها الآخرون؛ لاقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم. (جلس، ٢٠٠٣، ص٣٢)

وهناك من يعرفه بأنه (محصلة تفاعل الأشخاص في إطار واقع اجتماعي معين وانصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية أو الموضوعية ، في صيغة حقائق معرفية وقناعات إيمانية وتصورات ومسلّمات، وميول ومشاعر واتجاهات وأنماط سلوك جماعية تعكس معطيات ذلك الواقع الاجتماعي الكائن، بما يشتمل عليه من أبعاد ومتغيرات نسقية : بشرية سكانية ، وبيئية واقتصادية ومهنية ومعيشية وحضارية وتاريخية وثقافية، وتنظيمية.. إلى غير ذلك من الأبعاد والمتغيرات الأخرى ، وهو يكتسب ويتغير في إطار علاقته التأثيرية التبادلية بهذا الواقع .) (الهمزاني، ١٩٩٨)

٣- الشغب

يرتبط العدوان والعنف والتعصب وبصفة خاصة بين جماهير المشاهدين والمشجعين في المنافسات الرياضية بظاهرة الشغب. ويقصد بالشغب في المجال الرياضي مجموعة الأنماط السلوكية المرتبطة بالانفعالات والتي تصدر من جماهير المشاهدين والمشجعين في المنافسات الرياضية تحت ظروف معينة، والتي تتصف بأنها خارجة عن السلوك العام الذي يحدده المجتمع وفقاً لظروفه ومعاييرها الاجتماعية والتربوية وغيرها من المعايير.

وقد ارتبطت مظاهر الشغب بجماهير المشاهدين والمشجعين في المنافسات الرياضية بصفة عامة وبمنافسات كرة القدم بصفة خاصة نظراً للطبيعة المميزة لهذه اللعبة ومن الملاحظ أن مظاهر شغب الجماهير من المتفرجين والمشجعين في المنافسات الرياضية قد تمتد إلى خارج محيط الملعب الرياضي، فيحدث في الشوارع، وقد يرتبط بالأعمال التخريبية التي تحاول تحطيم وسائل النقل أو المتاجر أو الاعتداء على الآخرين أو على رجال وبعبارة أخرى يقصد بالشغب الرياضي داخل الملعب وخارجه، (هو ذلك السلوك العدواني أو الأخلاقي أو المخالف للأنظمة واللوائح والقوانين المعمول بها، والتي تنظم سير المنافسات الرياضية (السيد، ١٩٨٧) .

ومن خلال التحليل التصنيفي لاتحاد كرة القدم البريطاني والسجلات الصحفية والأندية الرياضية ، فقد قسم الشغب إلى ثلاثة أنواع تمثلت في الأمور التالية :

- ١- سوء السلوك اللفظي والتهجم على اللاعبين والإداريين الرياضيين
- ٢- قذف وضرب آخرين واقتحام الملاعب عنوة .
- ٣- العراك والمشاجرة بين مجموعة من الأفراد وأفراد آخرين ، خاصة من جماهير الأندية الرياضية المنافسة أو مشجعيهم .(Maguire,1988)
- ٤- الجريمة الرياضية

يرى علماء الاجتماع، بأن الجريمة ظاهرة اجتماعية، وأن التجريم بحد ذاته هو الحكم الذي تصدره الجماعة على بعض أنواع السلوك بصرف النظر عن نص القانون. وفي هذا الاتجاه، يميز البعض بين الجريمة الطبيعية التي لا تختلف عند الجماعات في الزمان والمكان لتعارضها مع المبادئ الإنسانية

والعدالة كجرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال. والجريمة المصطنعة التي تشكل خرقاً للعواطف القابلة للتحويل كالعواطف الدينية والوطنية، واعتبر الأولى بأنها تدخل في المعنى الحقيقي للإجرام ودراساته التحليلية ويقدر البعض الآخر بأن الجريمة عبارة عن السلوك الذي تحرمه الدولة بسبب ضرورة ويمكن أن ترد عليه بفرض جزاء وهو بوجه عام يشكل السلوك المضاد للمجتمع والذي يضر بصالحه .

أصبحت ظاهرة العنف ظاهرة واسعة الانتشار في الملاعب الرياضية، وهذه الظاهرة ليست حديثة في المجال الرياضي وإنما هي ظاهرة قديمة قدم الرياضة التنافسية، ولكن الجديد هنا هو تعدد مظاهر العنف وتغير طبيعته، حيث أصبحت هذه الظاهرة تتعدى حدود الملاعب الرياضية ويعد التعصب من الظواهر العالمية التي تعاني منها معظم المجتمعات بصورة أو بأخرى في أي نشاط من أنشطة الحياة.

لذلك فإن الجريمة الرياضية (هي تعبير عن سلوك عدواني أو لا أخلاقي يخالف القانون والأعراف الاجتماعية نتيجة أعمال الشغب داخل الملاعب الرياضية).

الدراسات السابقة :

بدء لابد من القول أنه لا توجد دراسات مباشرة اهتمت بتناول دور وسائل الاتصال الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وإنما ثمة دراسات عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام لاسيما الفضائيات في التأثير على الهوية الثقافية أو الدينية عامة أو الدور الذي تلعبه في التوعية بقضية ما من القضايا ..

ووفقاً لطبيعة الدراسة وأهدافها، تنوعت الدراسات العلمية السابقة التي تم الاطلاع عليها، وقد توزعت على محورين العربية منها والأجنبية إلا أنها تقع في إطار عام واحد وإن اختلفت أهدافها، ولما كانت مساحة البحث لا تسمح بتناول كل هذه الدراسات فيمكن تناول نماذج قليلة منها وذلك على النحو التالي:

اعتمدت دراسة (عابد زهير ٢٠١٢) وعنوانها (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي) على نظرية مدخل الاستخدامات والاشباع، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية، وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة (٨,٨٨%)، ويليه في المرتبة الثانية الفيس بوك، وبنسبة (٨,٩٧%)، وأظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في منازلهم بنسبة (٦,٩٨%) في المرتبة الأولى، وأوصت الدراسة بضرورة أن تعمل الشركات القائمة على شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على القيم والعادات والخصوصية لبعض الشعوب.

وتوصلت دراسة (سحر ٢٠١٢) بعنوان: ما وراء ثورة (الفيسبوك) و(انتفاضة يوتيوب) في مصر: دراسة مقارنة السياق السياسي واستراتيجيات الاتصال، إن الإعلام الجديد كان الحافز لعملية

التعبئة والحشد للعمل السياسي، وإن التكنولوجيا لا تسبب التغيير السياسي ولكنها تقدم وتوفر قدرات جديدة.

وهدفنا دراسة (منال منصور ٢٠١٢) بعنوان (التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك) التعرف على دوافع مشاركة الشباب في الحملات التي نظمها الموقع، والتعرف على أهم الحملات الإعلامية التي يشارك الشباب فيها عبر الموقع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من جمهور الشباب الجامعية، وقامت الباحثة باختيار عينة عمدية من الشباب الجامعي الذي يستخدم الإنترنت وكان قوامها ٢٥٠ مفردة من إجمالي الملتحقين بكليات جامعة قناة السويس بمحافظة بورسعيد، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الاجتماعية جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٢٠,٤%، وبالنسبة لأهم المواقع الاجتماعية وأكثرها حظ (الفيس بوك) بالترتيب الأول بنسبة ٤,٢% ويليه في الترتيب الثاني موقع (تويتر) بنسبة ٢,٢%.

وأكدت دراسة (جنيد ٢٠٠٣) بعنوان (تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية) على تأثير الإنترنت على طلبة الجامعات باعتباره مصدرا رئيسا لهم للمعلومات السياسية والمحلية والعلمية، وإمكانية استدعاء المعلومة في أي وقت. كما احتلت المواقع الإخبارية المرتبة الأولى. واجرت (آل على ٢٠٠٩) دراستها للتعرف على الآثار الاجتماعية لدى الشباب في الامارات المتحدة، وتبين أن معظم الشباب من الذكور والإناث يستخدمون الإنترنت وأن ٧٦.٨٠% أكدوا سهولة الحصول على المعلومات وتبادلها، ويؤكدون على أن أكثر الآثار السلبية لمستخدمي الإنترنت تتمثل في التأثيرات الاجتماعية، وبينت الدراسة أن أهم المواقع التي تشاهدها مفردات العينة من الذكور هي الأفلام حيث بلغت ٢٩.٦% ويليه مواقع الأغاني بنسبة ٢٨.٦% والمواقع الرياضية بنسبة ٢٦% أما المواقع الممنوعة فقد انفرد بها الذكور دون الإناث بنسبة ١٥.٦%. وتناولت دراسة (الشامي ٢٠٠٤) شبكة الإنترنت في مجال تدعيم الهوية العربية أو إضعافها، والتحديات التي تواجه توظيف هذا النوع من الاعلام في هذا المجال، وانتهت الدراسة إلى أن الهوية الدينية وخاصة الإسلامية، قد استأثرت بجل اهتمام المتحاورين تليها الهوية المتعلقة ببلد المستخدم ثم الهوية القومية. وتوصل (ربيع ٢٠٠٩) إلى أن ٨٣.٢% من أفراد عينة الدراسة من الشباب الريفي المصري يستخدمون الإنترنت نظاماً ممن يستخدمونه نادراً فقد بلغت ١٦.٨% وكانت الإناث أكثر حرصاً على استخدام الإنترنت من الذكور حيث بلغت نسبة فئة الاستخدام دائماً ٦٦.٦% وللذكور ٥٦.٦%، أيضاً كانت الإناث أكثر استخداماً للتطبيقات التفاعلية للإنترنت من الذكور، أما بالنسبة للتطبيقات غير التفاعلية فقد كان الذكور أكثر استخداماً، وجاءت المواقع الترفيهية في الترتيب الأول من حيث تفضيل أفراد العينة لها، بينما جاءت المواقع الثقافية والسياسية في الترتيب الرابع والخامس. أما دراسة (طابع ٢٠٠٠) فقد توصلت الى أن أهم فوائد الإنترنت تمثلت في الحصول على الأخبار والمعلومات. في حين بين (بخيت ٢٠٠٠) أن شبكة الإنترنت أدت إلى تغيير عادات استخدام

الجمهور لوسائل الإعلام الأخرى بنسبة ٧٩%. وأظهرت دراسة (ضيف ٢٠١٣) وجود اختلاف في التفضيلات للموضوعات بين الذكور والإناث من خلال اطلاعهم على المواقع الإلكترونية، حيث جاءت الموضوعات الاجتماعية بالمرتبة الأولى عند الذكور والمرتبة الثانية عند الإناث، وجاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الثانية عند الإناث والمرتبة الرابعة عند الذكور، في حين احتلت الموضوعات الرياضية مرتبة متقدمة عند الذكور جاءت في مرتبة متأخرة لدى الإناث حيث جاءت بالمرتبة التاسعة، كما أن الذكور يفضلون الموضوعات السياسية أكثر من الإناث، فقد جاءت بالمرتبة الثالثة لدى الذكور وفي المرتبة الثامنة لدى الإناث، كما أكدت النتائج أن أكثر المواقع التي يفضلها الشباب على شبكة الانترنت هي موقع الفيسبوك وفي المرتبة الثانية التويتر، وتبين أن أقل المواقع التي يفضلها الشباب على شبكة الإنترنت هي المواقع الإباحية حيث جاءت في آخر سلم التفضيلات، وجاءت مواقع الزواج، الوظائف، الأحداث، الألعاب، الطرائف، التسوق، لتحتل ترتيباً تصاعدياً من أدنى إلى أعلى. في حين أكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباطيه موجبة بين معدل تعرض الشباب البحريني للمواقع الإلكترونية العربية واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات كما بينت دراسة (العتيبي ٢٠٠٨) التي هدفت للتعرف على تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية الى ان الفيسبوك حقق مالم تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى من ناحية التأثير. وهدفت دراسة (البيومي ١٩٩٥) إلى أن الأفراد يستمدون معارفهم ومعلوماتهم من وسائل الإعلام ، وهي التي عمقت مفهوم الوعي الاجتماعي لديهم. وأظهرت دراسة (آل علي ٢٠١١) معرفة دور وسائل الإعلام في خلق الوعي الطبقي وعلاقته بمشكلات المجتمع المصري ، وإدراك السلوك الذي يؤدي إلى تعميق الوعي.

وعلى صعيد الدراسات الأجنبية، تناول عدد من الباحثين الأجانب شبكة الإنترنت في ضوء معطيات وتطورات استخدام هذه الشبكة وفقاً لأهداف المستخدمين وبيئتهم الاجتماعية والثقافية. أظهرت دراسة (Meshe 2012) بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت، برأي المبحوثين، في تغيير أنماط حياتهم، لأنها كانت مفيدة لهم من جميع النواحي. وعن الاستخدامات السيئة لشبكة الإنترنت بينت دراسة (reenfield 2005) إلى أن أكثر المواقع تعرضاً من قبل العاملين في الإنترنت خلال ساعات العمل هي المواقع التي تحتوي على مضامين إباحية، ويرتبط هذا بخصائص البيئة الاجتماعية للعاملين. ويرى (Leung 2004) أن أهم خاصية للإنترنت من وجهة نظر مدمني الإنترنت هي شعورهم بالسيطرة والتحكم من خلال ممارسة هواياتهم.

وعن مدى مصداقية المعلومات التي تقدمها الإنترنت لمستخدميها، توصل (Andrew J- Flanagin 2000) إلى أنه قليلاً ما يقوم المسؤولون بعمل فحوصات للمعلومات التي يحصلون عليها من الإنترنت وأن مستخدمي الإنترنت الأقل خبرة في التعامل مع الإنترنت يعتمدوا على هذه المعلومات التي يعرضها الإنترنت كونه مصدرًا صادقًا للمعلومات. وتشير دراسة (Owens, etal, 2011) بعنوان دور الشباب في إحداث التغيير في المجتمعات المحلية والإقليمية، إلى إشراك الشباب من منطقة

العاصمة ساكرامنتو في استكشاف القضايا التي يواجهونها في حياتهم اليومية، وتحديد العقبات التي تحول دون تمتعتهم في مجتمعاتهم، وقد أنتج الشباب أشرطة الفيديو، والصور الفوتوغرافية، وخريطة على شبكة الإنترنت، والشعر، للتعبير عن تصوراتهم وأفكارهم لنقلها للآخرين، ونتيجة لذلك أصبح للشباب دوراً مبتكراً وفعالاً في مبادرات التغيير الاجتماعي التي تعمل على تحسين أوضاعهم وإشراكهم في عمليات صنع القرار في مجتمعاتهم المحلية. وفي دراسة (Corriero, 2004) عن دور الشباب في التغيير على عينة من (1443) من دول أوروبا والشرق الأوسط، ذكر (46%) من أفراد العينة أنهم يستخدمون الإنترنت (1-10) ساعة في الأسبوع، ونسبة (22.9%) من أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت بين (11-20) ساعة في الأسبوع، و نسبة (24.5%) يستخدمون الإنترنت لأكثر من (21) ساعة كل أسبوع، وأن نسبة (68%) من الشباب لا يشاركون الحكومة في اتخاذ القرارات على المستوى الوطني، وأن (81%) من أفراد العينة يرى أن التكنولوجيا كان لها تأثير إيجابي على كيفية دور الشباب في التغيير، كون الشباب أكثر قوة وإمكانات لإحداث التغيير، وتبين أن غالبية الشباب بنسبة (62.3%) لديهم أمل في المستقبل، ونسبة (76%) اعتبر التعليم مهماً لإحداث عملية التغيير.

تعقيب على الدراسات السابقة :

بمراجعة التراث العلمي في مجال وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي بخصوص موضوع الشغب والجريمة الرياضية يتضح ما يلي :

١- ندرة الدراسات العربية التي تناولت تأثير هذا الموضوع على الشباب العربي بشكل عام والشباب الإماراتي بشكل خاص.

٢- لم تتطرق أي من الدراسات السابقة لقياس تأثير مضامين وسائل الاتصال الاجتماعي على موضوع شغب الملاعب والجريمة الرياضية.

٣- يمكن لدراستنا أن تستفيد من المنهجيات المختلفة التي تناولت بها هذه الدراسات في كيفية قياس الوعي والتأثيرات الثقافية والمعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي لاسيما على الشباب، والاستفادة من النتائج التي توصلت إليها في استخلاص تصور دقيق وموضوعي لمشكلة الدراسة الحالية وتحديد متغيراتها وفقاً للمنهج العلمي المناسب الذي جرى اختياره على ضوء المسالك العلمية التي سلكها مختلف الباحثون في الدراسات السابقة المذكورة.

ثانياً: الإطار النظري للبحث

تعتمد الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات والذي ظهر في بداية السبعينات من القرن العشرين كرد فعل لقوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية. وتظهر النظرية إيجابية الجمهور وتعتبره جمهوراً نشطاً وليس مستقبلاً سلبياً، فالجمهور هو الذي ينتقي الوسيلة التي تناسبه وكذلك المضمون الذي يشبع رغباته واحتياجاته النفسية والاجتماعية . (Rayburn, 1984,p537). وترتكز هذه النظرية على الجمهور، والتعرف على اتجاهات وأذواق المشاهدين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتواءم مع رغبات الجمهور واحتياجاته، وبذلك تحاول النظرية الربط بين حاجات ورغبات الجمهور ورغبات وإمكانات القائم بالاتصال. (العبد، ٢٠٠٨، ص٦٦).

وتسعى هذه النظرية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- ١- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- ٢- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا الاستخدام.
- ٣- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري (اسماعيل، ١٩٩٨، ص١٢).

١- مرجعيات الوعي الاجتماعي والإعلام:

الوعي هو محصلة عمليات ذهنية وشعورية معقدة، فالتفكير وحده لا ينفرد بتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهنالك المبادئ والقيم ومرتكزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية، والظروف التي تكتنف حياة المرء، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً، ويسهم كل مكون بنسبة تختلف من شخص إلى آخر، مما جعل لكل شخص نوعاً من الوعي يختلف عن وعي الآخرين.

أما الوعي الاجتماعي فهو اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك ذاته والبيئة المحيطة به، وبذلك يعنى تجاوز الفرد إدراك ذاته أو واقع جماعته الصغيره التي ينتمى إليها إلى إدراك أوسع للمجتمع ككل. وللوعي الاجتماعي مستويين أحدهما ذاتي ويعكس نوعاً من النظرة الذاتية للواقع، سواء كانت نظرة شخص أو جماعة فئوية معينة، وهي نظرة قاصرة أو زائفة لا تعكس حقيقة الواقع الكائن، كما تعكسه النظرة الأخرى وهي الموضوعية.

وهذا المصطلح مركب من مفهومين هما الوعي والاجتماعي، وأول من بحث هذا المفهوم هو كارل ماركس في دراسته عن الطبقة الاجتماعية والوعي الطبقي..

وقد قسم علماء الاجتماع الوعي الاجتماعي الى قسمين .:

١- الوعي الفردي : يعبر عن فرد محدد.

٢ - الوعي الجماعي: يعبر عن جماعه.

وهناك مصادر لتشكيل الوعي الاجتماعي منها : التعليم ، المدرسه ، الجامعه ، ووسائل الإعلام ، ويشكل عام المؤسسات الاجتماعية والتعليمية والتربوية والثقافية والسياسية والأمنية ، إضافة الى التنقيف الذاتي .

وبدون شك فإن فكرة الوعي الاجتماعي لها مرجعياتها النظرية، ولها تفسيراتها العديدة، فقد نظر لها الموظفون على أنها تمثل الطابع النفسي للظواهر الاجتماعية ويستندون إلى افتراض أن سائر العلاقات القائمة بين البشر ما هي إلا ظواهر ذات طبيعة فكرية وأن الوعي الاجتماعي يقوم على تلك الروابط ويتمثل في الثقافة الاجتماعية. ويمكن التأكيد على أن محددات الوعي الاجتماعي قد بدأت تتجلى في فكر "دوركايم" من خلال محاولاته النظرية لتحديد دور الوعي الاجتماعي في الفلسفة. أما الوعي الاجتماعي في الفلسفة الماركسية فهو وعي أفراد المجتمع وفئاته ويكون تعبيراً وانعكاساً للوجود الاجتماعي لهم وتعتبر مكونات البناء القومي من نظم وثقافة بمثابة انعكاساً لذلك الوعي الاجتماعي بل ويعبر عنه. فهو نتاج اجتماعي تاريخي لقياس الوجود الاجتماعي في صور فكرية وذهنية مختلفة بالوعي ما يمكن ان يكون شيئاً آخر سوى الوجود الواعي ووجود الناس هو حياتهم الفعلية الواقعية كما أن تطور الوعي يرتبط بعلاقاته بالأساس الذي يستند عليه دوره في الحياة الاجتماعية أو أن الناس بجانب تطويرهم لمنتجاتهم المادية فإنهم يطورون تفكيرهم وإنتاجهم الفكري . (J: Speacack,1982,p12)

وتتطلق الماركسية الجديدة من الإطار التصوري والمنهجي للماركسية الكلاسيكية وتأتي أحداثها من حيث أنها تعيد قراءة الماركسية ومحاولة إظهار مسار عمل القوانين النوعية للتطور الاجتماعي ومن خلال المعطيات التي يقرها الواقع الاجتماعي المتغير في المجتمع، وتتميز مواقفها بالأسلوب النقدي الراديكالي وقدم مؤسسوها حقائق ولكنها لم تخرج عن الإطار المعرفي والأيدلوجي للنظرية الماركسية الكلاسيكية (عبد المعطي، ١٩٧٩، ص٢٠٨). بينما اهتمت المدرسة الظاهرية بدراسة البني الاجتماعية، ودعائم الوعي الإنساني، ومسلّماتها الرئيسية هي أن العالم الذي نعيش فيه عالم مصنوع في وعينا أو رؤوسنا. ومن السخف ذكر أن وجود العالم الخارجي ذلك العالم الذي لا معنى له إلا من خلال إدراكنا أو وعينا به، ولذا يتعين على العلماء فهم صنع البشر من عالمهم، عالم ذو معنى ويتحقق ذلك بالتخلي عما درجنا على الاعتقاد بمعرفته، بل يتبع أصول تلك المعرفة وكيفية وصولنا إليها. وجاء التيار النقدي الاجتماعي ليلغى تلك المهمة الكلاسيكية عن علماء الاجتماع، حيث أضحي ذلك التيار موازياً للتيار الكلاسيكي، وشكل ولادة تيارات معينة للتيار النقدي الاجتماعي بوجه عام. وقد اتفق علماء هذا التيار على أهمية المحور الإنساني في العملية البنائية التاريخية للمجتمعات البشرية، لما له من دور فاعل في تشكيل العقل الإنساني الناقد المؤدى لتحرير الإنسان، وأكدوا على عنصر الذات في النشاط الواقعي من خلال الوعي الذاتي، فالوعي الذاتي التاريخي هو القادر على إطلاق القدرات المحدودة للإنسان، وأشاروا إلى أن الوعي هو البديل لأزمة الواقع الاجتماعي، وأن غياب الوعي وتزيفه هو لب أزمة المجتمع الرأسمالي. (حجازي، ١٩٩٨ ص٧٦)

ويدون شك تقوم وسائل الإعلام في المجتمع بدور بارز في تشكيل الوعي الاجتماعي، وهذا الدور يزداد أهمية و تأثيراً بانتشار هذه الوسائل، والتطور التقني لها، واختراقها لجبهات الحياة المختلفة، وقبولها الفعال بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب، وتلازمها المستمر لهم طيلة الحياة منذ الطفولة وحتى نهاية العمر، من هنا نستطيع أن نقدر خطورة الآثار الاجتماعية والنفسية التي تترتب على تعرض الشباب المستمر لهذه الوسائل، وهو أيضاً ما يجعل القلق الذي يبديه الكثير من الباحثين موضوعياً إزاء التأثير المحتمل لمضامين الرسائل الإعلامية المختلفة وبالذات شبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن وسائل الإعلام المختلفة ظلت عاجزة حتى الآن عن بلورة خطاب إعلامي للشباب، ينطلق من بلورة مفاهيم ورؤى جديدة للدور الهام الذي يلعبه الشباب العربي، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كم هائل من البرامج والمعلومات التي تعكس في مجموعها توجهاً يختلف عن الحاجات التنموية والاجتماعية والثقافية للمجتمع العربي، وخاصة فئة الشباب فهي تعكس ثقافة استهلاكية عادية وتروج لمفاهيم مختلفة عن واقع الشباب وقضاياها، مما يؤدي إلي زيادة الفجوة والهوة بين الشباب ومجتمعه. وفي واقع الأمر، فإن الشباب العربي يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير، وقد لخصه أحد الباحثين العرب (فهيم، ١٩٨٨، ص ٢٨٠) بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي، وبمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة والتناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والفقر والفساد الإداري و مظاهر الاستغلال والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه، مما يجعلهم يستمدون من هذا المناخ وسلوكه نمط تفكيرهم وأسلوب حياتهم اليومية بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطاً اجتماعياً سائداً في حياتهم اليومية، وسلوكاً متحضرراً في عملية التنقيف. إذ يبدو معقولاً أن نقول: أن الشباب يعانون من إرهاب اجتماعي متمثل في الظلم الاجتماعي، وإرهاب عدلي متمثل في ضياع الحقوق وعدم تكافؤ الفرص. وهناك التناقض الصارخ في مكونات وقواعد الدليل الثقافي عبر تربية الأسرة وتوجيهها، وتربية المدرسة وتوجيهها، وتربية وسائل الإعلام وتوجيهها، مما يخلق آثاراً بالغة التناقض على يقين الشباب والتزامه الأخلاقي، وبالتالي هروبه (إلى اليقين الأكبر)، ربما ليس عن اقتناع كامل بل كرد فعل وملاذ وملجأ للتخلص من القلق والتوتر والمعاناة.

في الجانب الآخر، هناك ضغوطات الثقافة الوافدة و تأثيراتها الاجتماعية والنفسية والثقافية على الشباب، والتي تحتل الأولوية في سلم عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر، حيث التلفزيون وما يحمله من قيم وأفكار وعقائد تتناقض مع الثقافة القديمة السائدة. وهو ما دفع بالأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إلى الاعتقاد بأن التلفزيون له القدرة على تغيير موقف الناس واتجاهاتهم. فالإتجاه كما يعرفه ترستون: هو تعميم الاستجابات تعميماً بنمو الفرد بعيداً عن شيء نفسي أو قريب منه. (حمزة، ١٩٩٦ ص ٢٤٤)

وهناك من يعتقد بأن وسائل الإعلام قد تتجح في بعض الأحيان بالقيام بدور أساسي في إحداث هذا التحول وخاصة في الأوقات التي ينتشر فيها عدم اليقين والحيرة حول أمور معينة، حيث إن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغيرات وتنتشر اتجاهات وقيماً جديدة (العبد، ١٩٩٣ ص ٢٤٥).

لذلك فإن تأثيرات الإعلام في السلوك والاتجاه مسألة شائكة لأسباب عديدة أهمها أن الاتصال عملية اجتماعية نفسية قائمة على تمثّل الرموز وتبادلها ، وإقامة علاقة اتصالية تهدف إلى تلبية حاجات مختلفة (تعليمية وثقافية وترفيهية)، مما يؤدي في النهاية إلى التأثير في السلوك الإنساني وتغيير اتجاهاته ، خاصة أن وسائل الإعلام تتوجه إلى أعداد كبيرة من البشر غير متجانسة في الأعمار والقدرات والاهتمامات والثقافات.

وأخيراً يمكننا القول إن وسائل الإعلام لا تمارس دورها ووظيفتها بشكل مستقل عن مؤسسات المجتمع وبالتالي فإن تأثيرها السلبي مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المضمون الثقافي لوسائل الإعلام.

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ، في الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعي لا بد من أن تقترن بدراسة تكوين الاتجاهات ، وكيفية السبل لتأقلم الشباب في المجتمع الذي يعيشون فيه، وبعبارة أخرى عملية التكيف الاجتماعي التي تشكل كل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر والتعليم واكتساب القيم والاتجاهات.

٢- الشبكات الاجتماعية وظاهرة الشغب والجريمة الرياضية

يثير الإعلام الجديد؛ منذ ظهوره لأول وهلة عام ١٩٨٤، عددا من الإشكاليات، كما يفرض جملة من التحديات على مختلف الأصعدة. وتعتبر قضية التعارض أو التكامل بين كل من الإعلام: الجديد والقديم واحدة من القضايا التي أثارت -ولا تزال- اهتمام علماء الاتصال، والمهتمين بهذا الحقل المعرفي. و لا بد من تصويب فهم خاطئ يتعلق بمصطلح الإعلام الحديث، وهو مصطلح يستخدم في أكثر من شكل. بعض المتخصصين يطلق عليه إسم وسائل الإتصال الحديثة، والبعض الآخر يسميه الإعلام الجديد أو الإعلام التفاعلي. وهناك من يصفه بالإعلام الشبكي والإعلام الإلكتروني أو الإعلام الرقمي. والحقيقة أن هذه التسميات على رغم إختلافها اللفظي إلا أنها تنم عن مدلول واحد هو الإعلام الحديث. (صادق، ٢٠٠٧ ص ٥٤).

وهذا يعني أن الإعلام الجديد (Multimedia) يتميز أيضاً بأنه إعلام متعدد الوسائط، حيث يتم عرض المعلومات في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص. غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال (عبد الحسيب، ٢٠٠٣ ص ١٩٥).

إن التحديات الأوسع التي نواجهها مع الإعلام الجديد بالتحديد لا تقتصر على الجوانب التكنولوجية في وسائل الإعلام الحديثة، وإنما تشمل أيضاً تحديات (المحتوى) في ما يكتب وينشر ويقال عبر تلك الوسائل بما في ذلك أدوات الإعلام المجتمعي (Social Media).

إن قوة التأثير التي يمتلكها مستخدمو الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد أصبحت عالمية وتجاوزت بالفعل حدود الدولة التي يعيش فيها مستخدم الإنترنت. فالإحصائيات الدولية. (البياتي، ٢٠٠٤ ص ٣) تعكس حقيقة قوة الإعلام الجديد وتأثيراته الحالية والمستقبلية، فهناك أكثر من ٢٠١ بليون فيديو مشاهد كل شهر عبر موقع قوقل، و ٣٥٠ مليون مستخدم لموقع الفيسبوك يدخل عبر الهاتف الجوال، و ١.٢ بليون مستخدم للإنترنت على مستوى العالم، و ٥٥ مليون موقع الكتروني، وترليون مشاهد يوميا على اليوتيوب، و ٩.٥ بليون مشترك بالهواتف الجواله، و ١٠٠ بليون صورة مرفوعة على فكر، ويساهم منتج الآيباد ٨٨% من محتوى الأجهزة اللوحية في تصفح الإنترنت. وهناك أكثر من ٩٠ مليون مشترك في قوقل نسبة النمو ٦٥٢ مليون يوميا ويتوقع ان يصل الزوار ٣٩٠ مليون خلال عام ٢٠١٢. وهناك أكثر من ٢٢٥ مليون حساب تويتر ١٤٠ مليون مستخدم نشط، وأكثر من ٣٤٠ مليون تويت ترسل يوميا. وفي الموقع ١٣٢ مليون مستخدم ويستخدم الموقع business to business. ويتواجد ٨٠٠ مليون مشترك في الفيسبوك، وقد يصل لليون مشترك في نهاية ٢٠١٢، وهناك ٣٠ مليون ببريطانيا يمثلون ٥٠% من المستخدمين. كما يقضي الفرد بالعالم العربي ٢٠٠ دقيقة من وقته يوميا على الانترنت بينما يمضي ١٥٥ دقيقة مشاهدا التلفاز.

إن فيس بوك وتويتر ويوتيوب وفليكر هي مجرد نماذج لشبكات اجتماعية يستخدمها مئات الملايين حول العالم لتبادل ونشر الصور (فليكر) ومقاطع الفيديو (يوتيوب) أو لتبادل الأخبار والنصوص القصيرة كما هو الحال في (تويتر). كما توجد الآلاف من الشبكات الاجتماعية الأخرى - الأقل شهر - المتخصصة في مجالات محددة من حيث المحتوى أو الجمهور المستخدم.

وقد تنوعت آثار شبكة الإنترنت السلبية على الشباب العربي إلى آثار عقائدية وأخلاقية ونفسية واجتماعية واقتصادية وصحية وإجرامية وبيان ذلك على النحو التالي:

١- الأضرار العقائدية : من مآسي شبكة الإنترنت ما تزخر به من مواقع تروج للعقائد الباطلة والأفكار الهدامة والدعوات الخبيثة، ونتيجة لما يسود مرحلة الشباب من فضول وعدم استقرار نفسي وفكري، وقع كثير من الشباب العربي في حبال جماعات مشبوهة بأهدافها.

٢- أضرار أخلاقية : لعل الأضرار الأخلاقية من أبرز السلبيات التي أفرزها دخول الإنترنت إلى واقعنا العربي إذ تفتش ارتياد المواقع المروجة للجنس من قبل الشباب العربي

٣- الأضرار النفسية : يتأثر الإنسان بمحيطه وبيئته ومن أهم الآثار النفسية التي نتجت عن الإنترنت ظاهرتان متقابلتان:

أ / إدمان الإنترنت:

أبرز الاستخدام المكثف للإنترنت ظاهرة أصبحت توصف بأنها ظاهرة مرضية وهي إدمان الإنترنت الذي يُعرف بأنه: (حالة من الاستخدام المرضي وغير التوافقي للإنترنت).

٣- الأضرار النفسية: يتأثر الإنسان بمحيطه وبيئته ومن أهم الآثار النفسية التي نتجت عن الإنترنت ظاهرتان متقابلتان:

ب. رُهاب الإنترنت:

هذه الحالة هي عكس الحالة السابقة حيث يسيطر على صاحبها القلق من استخدام الإنترنت نظراً لما يخشاه من أضرارها ويتطور هذا القلق ليصبح في صورة رُهاب يمنعه من الاقتراب من الشبكة واستخدامها الاستخدام الصحيح مما يترتب عليه تأخر المصاب بهذا الرُهاب في دراسته وفي عمله إذا كانت دراسته وعمله مما يتطلب استخدام الإنترنت.

وفي ضوء ما يتعرض له الشاب خلال تجواله في الإنترنت من قيم ذات تأثير ضاغط بهدف إعادة تشكيله تبعاً لها بما يُعرف في مصطلح علم النفس بتأثير (الجماعة المرجعية) مما قد يؤدي إلى محو آثار الجماعة الأولية عليه مما يفقده الترابط مع مجتمعه المحيط به ويعرضه للعزلة والنفور ومن ثم التوتر والقلق. فالشباب مزودون بطاقات نفسية أساسية يحتاجون إليها لمباشرة وظائفهم النفسية المختلفة وهي الطاقة العقلية المعرفية (Cognitive) والطاقة الانفعالية (Affective) الطاقة الدافعية (Motivation) ونموهم هو تمايز لهذه الطاقات بحيث يمكن تجميعها في تنظيم كلي متكامل وتوجيهها نحو أهداف معينة في أوقات معينة لتحقيق الوجود الإيجابي لهم.

وتشير الدراسات العلمية إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في المجال الرياضي من الناحية السلبية أو الايجابية، سواء في مجال تعميق الثقافة الرياضية للشباب، أو في إثارة الشائعات الرياضية، وتضخيم الأحداث الرياضية، وتعميق روح التعصب الرياضي عند الشباب، مثلما استخدمت أيضاً كوسيلة لشغب الملاعب، والتشجيع على الجريمة الرياضية ذلك لأن الجريمة والانحراف هي أنماط سلوك في بيئة سياسية واقتصادية واجتماعية تجافي أو تخرج عما يسود تلك البيئة من قيم وثقافة وأنظمة أخرى تتغذى منها تلك البيئة. لذا تعمل تلك البيئة على كبح تلك الأنماط والتخلص منها عن طريق الدوافع التي تنتجها عمليات الإعلام بتأسيس القيم واتجاهات السلوك وذلك عن طريق وضع قواعد قانونية ملزمة للسلوك. إن الأمن والإعلام ينتميان لتلك البيئة ويفترض أن يجاهدا لأجل منفعتهما لكنهما قد يسلكا سبيلاً آخر قد يؤدي أو يشجع على نشوء أو عدم تدارك مظاهر الجريمة والانحراف (Bjorn Hlettne, 1991, p144). لأن الإعلام يحقق الحد الأقصى من التماسك أو الالتفاف الاجتماعي حول معايير ويسهم في وضع قواعد أنماط السلوك الاجتماعي والقيم العامة وذلك بتبني مواصفات فهم واستيعاب الواقع والتعامل معه. ووجوب الارتكاز في ذلك السبيل على المعايير والقيم المهنية من الصدق والإنصاف والصحة والتوازن والموضوعية وتجنب ما يؤدي لنشر الجريمة أو العنف أو الفوضى في المجتمع. (الشمري، ١٩٩٣ ص ٧٦)، ذلك لأن المجتمع ينقاد شيئاً فشيئاً إلى اتجاهات فيها

الخطأ وفيها الصواب حيث يكون التعويل في ذلك علي محتوى الإعلام. ومهما يكن الحال فعلى الأرجح يقودا إلى ثقافة أحادية.

ثالثا : الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الحالية في إطارها الميداني إلى التعرف على طبيعة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، واستكشاف النتائج المترتبة على استخدام الشباب لهذه الوسائل واستكشاف أنماط السلوك الاجتماعي ومستوى الإدراك لقضايا الشغب والجريمة الرياضية. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد خصائص الظاهرة وتحليلها، لقياس مدى وعي الشباب الجامعي بالقضايا الرياضية وبالذات موضوع الشغب والجريمة الرياضية، ومدى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة وتمثل إجراءات الدراسة الميدانية فيما يلي:

منهجية الدراسة :

المنهج المستخدم في الدراسة هو المنهج المسح الاجتماعي والذي يعد من أنسب المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسة وخاصة أن هذا المنهج يدرس الظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين، ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة ويعرف المسح الاجتماعي: بأنه "محاولة منظمة لتقرير، وتحليل، وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة، أو بيئة معينة، وهو ينص على الموقف الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية.

أداة الدراسة:

تعني كمصطلح منهجي؛ " الوسيلة التي يجمع بها المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات البحث. ولقد تم تصميم استبانة على ضوء مشكلة الدراسة حيث تم تغطية كل هدف من أهداف الدراسة بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التي حققت الأهداف وأجابت عن التساؤلات. وبعد الاطلاع على أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قام الباحث بتصميم أداة الدراسة وتقسيمها لثلاثة أقسام هي:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الأولية الخاصة بطلاب جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا مقرها الفجيرة في الامارات.

القسم الثاني: يحتوي على قياس مدى تعرض الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي

القسم الثالث: يحتوي على قياس مدى الوعي الاجتماعي للشباب ودور مضامين وسائل التواصل

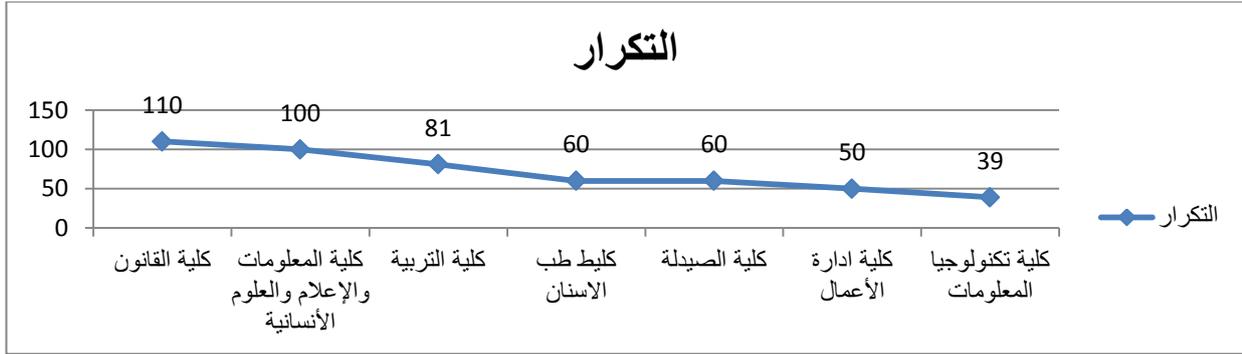
الاجتماعي في هذا الوعي نحو موضوع الشغب والجريمة الرياضية. وتم حساب ثبات وصدق الأداة على النحو التالي:

ثبات الأداة: قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة من خلال معامل (ثبات الإعادة) حيث تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة وبعد أسبوعين تم إعادة التطبيق وتم حساب معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين وقد بلغت قيمته (٠.٨٤)، كما قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة وفق معالم الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته (٠.٨١)، ويعتبر هذا كافياً لأغراض التطبيق. **صدق الأداة:** تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على محكمين اختصاصيين والخبراء بصورتها الأولية لإبداء آرائهم حول مدى ملاءمة فقرات الأداة من حيث المحتوى، والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف، أو الإضافة، أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التي رأى الباحثان أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية.

مجتمع وعينة الدراسة:

قام الباحث بتطبيق الدراسة ميدانياً على عينة طبقية عشوائية مقدارها حوالي ١٠% من طلبة جامعة عجمان بالفجيرة. والتي بلغ قوامها ٥٠٠ مفردة وذلك بعد استبعاد ١٥ استمارة لعدم صلاحيتها. وقد تم توزيع عينة الدراسة الميدانية توزيعاً متساوياً بين طلاب وطالبات الجامعة - حسب نسبة وجودها في المجتمع الأصلي، أي أن تمثل كل فئة في العينة بنفس نسبة تواجدها في المجتمع الأصلي . والجدول التالية توضح مجتمع الدراسة وخصائص عينة الدراسة :

النسبة المئوية	التكرار	الكلية
٢٢.٠٠%	١١٠	كلية القانون
٢٠.٠٠%	١٠٠	كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
١٦.٢٠%	٨١	كلية التربية
١٢.٠٠%	٦٠	كلية طب الاسنان
١٢.٠٠%	٦٠	كلية الصيدلة
١٠.٠٠%	٥٠	كلية إدارة الأعمال
٧.٨٠%	٣٩	كلية تكنولوجيا المعلومات
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع



جدول (١)
الحرص على متابعة وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
٦٩%	٣٤٤	إلى حد كبير
٢٣%	١١٤	إلى حد ما
٨%	٤٢	غير متابع
١٠٠%	٥٠٠	المجموع

يبين الجدول السابق بأن النسبة الكبيرة تحرص على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٩% ، وهذا يعود الى أن الشباب الجامعي أكثر حرصاً على التعامل مع الإنترنت وبالذات مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ترى بعض عينة الدراسة بأنها تحرص على المتابعة إلى حد ما بنسبة ٨% ، ولو حظ أن البعض منهم لا يحرص على المتابعة إطلاقاً ربما يعود لأسباب عديدة أبرزها عدم إجادة البعض على التعامل مع الإنترنت لأسباب اجتماعية أو اقتصادية، أو بسبب انشغالهم بالدراسة وخاصة الكليات العلمية كطب الأسنان والصيدلة.

جدول (٢)
الحرص على تفضيل وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
٢٢.٨٨%	٤٢١	فيس بوك
١٢.٦٦%	٢٣٣	تويتر
٢٣.٣٧%	٤٣٠	يوتيوب
٦.٦٨%	١٢٣	ماي سبيس
١٠.٢٢%	١٨٨	فليكر
١٢.١٢%	٢٢٣	المدونات
١٢.٠٧%	٢٢٢	المنتديات

يتضح من الجدول السابق بأن اليوتيوب احتل المرتبة الأولى من ناحية المتابعة بنسبة ٤٣.٢٣% والفيسبوك المرتبة الثانية بنسبة ٢٢.٨٨% بينما احتل التويتر المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٦٦%، ثم جاءت المدونات والمنتديات وفليكر وماي سبيس بالترتيب من ناحية الأفضلية، وهذه النسب قد تتطابق مع نتائج الدراسات التي أجريت في هذا المجال، مع ملاحظة بأن اليوتيوب جاء في المرتبة الأولى في هذه الدراسة بعكس الدراسات الأخرى التي احتل الفيسبوك أو التويتر المراتب الأولى، وهذا يعود إلى أن الشباب أكثر ميلاً لمشاهدة الفيديوهات لأسباب بصرية ونفسية، لأن ثقافة الصورة تأخذ مكانة في ثقافة الشباب.

جدول (٣)
فعالية وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
٤٤.٢٠%	٢٢١	من خلال وسائل الإعلام التقليدي
٣٧.٨٠%	١٨٩	من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
١٨.٠٠%	٩٠	من خلال الأصدقاء والمعارف
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

بالرغم من تفضيل الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعامل مع الإنترنت، إلا أن الدراسة أظهرت بأن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على الشباب وخاصة التلفزيون، فقد احتلت وسائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى بنسبة ٤٤.٢٠% من ناحية فعاليتها في زيادة الوعي الاجتماعي، بينما جاءت وسائل التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٧.٨٠%، وجاء الأصدقاء والمعارف بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٨.٠٠%. وهذا يعني أن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على الشباب لمتابعتهم المستمرة للبرامج التلفزيونية بأنواعها لإشباع حاجاتهم، لكن الملاحظ أيضاً ارتفاع مواقع التواصل الاجتماعي في التفضيل خلال السنوات الأخيرة، وهو مؤشر مهم على مستقبل الشبكات الاجتماعية في حياة الشباب مستقبلاً.

جدول (٤)
التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
١٥.٢٠%	٧٦	يوماً واحداً
٢٠.٦٠%	١٠٣	من يومين الى ثلاثة أيام
٢٢.٤٠%	١١٢	من أربع أيام الى خمس أيام
١٩.٢٠%	٩٦	ست أيام
٢٢.٦٠%	١١٣	يوماً
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

بسؤال المبحوثين عن معدل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، أكد ٢٢.٦٠% من المبحوثين بأنهم يتعرضون يوميا لوسائل التواصل الاجتماعي وهي النسبة الأعلى، وأكد ٢٢.٤٠% بأنهم يتعرضون من أربعة أيام الى خمسة أيام، بينما لم تزد نسبة التي يتعرضون يوما واحدا عن ١٥.٢٠% من إجمالي المبحوثين، وكذلك ١٩.٢٠% أكدوا أنهم يتعرضون إلى ستة أيام.

جدول (٥)
حجم الاستخدام لوسائل الإتصال الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
١١.٠٠%	٥٥	أقل من ساعة
١٧.٠٠%	٨٥	ساعة
٧٢.٠٠%	٣٦٠	أكثر من ساعة
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته ٠٠ و ٧٢% من الشباب يقضون أكثر من ساعة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وهي أعلى نسبة، وما نسبته ١٧.٠٠% منهم يقضون ساعة واحدة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وهي ثاني أعلى نسبة، وقال ما نسبته ١١.٠٠% من الشباب أنهم يقضون أقل من ساعة وهي أقل نسبة. وهذه النسب تأتي متوافقة مع الجدول السابق التي تؤكد بأن الشباب يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا.

جدول (٦)
الاماكن المفضلة لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
٤٩.٢٠%	٢٤٦	في المنزل
٢٤.٤٠%	١٢٢	الجامعة
٤.٤٠%	٢٢	المكتبات العامة
٤.٢٠%	٢١	النوادي
١٧.٨٠%	٨٩	مقاهي الانترنت
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

أكد ٤٩.٢٠% من المبحوثين حرصهم على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في المنزل، وفي الجامعة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤.٤٠% ، ومقاهي الإنترنت بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٧.٨٠%، ثم المكتبات العامة ٤.٤٠% والنوادي ٤.٢٠% التي احتلت المرتبة الأخيرة. وتؤكد النسب تطابقها مع الكثير من نتائج الدراسات العربية السابقة، إلا أن الملاحظ ارتفاع نسب الشباب الذين يفضلون التعامل

مع الإنترنت في الجامعة وهو أمر طبيعي لوجود الطلبة طيلة اليوم في الجامعة، وتوافر الإنترنت في مكتبات الجامعة ومختبراتها.

جدول (٧)
الموضوعات المفضلة في وسائل الاتصال الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
٤.١٩%	١١١	السياسية والاعلامية
١٢.٠٩%	٣٢٠	الاجتماعية
٦.٨٠%	١٨٠	الاقتصادية
٤.١٦%	١١٠	الثقافية
٨.٧٦%	٢٣٢	التعليمية
١٥.٨٧%	٤٢٠	الدينية
١٥.١٥%	٤٠١	الرياضية
١٨.٢٥%	٤٨٣	الفنية
١٤.٧٣%	٣٩٠	الصحية
١٠٠%	٢٦٤٧	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن الموضوعات التي يفضلها الشباب من خلال اطلاعهم على المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت هي الموضوعات الفنية بنسبة ١٨.٢٥% ، تلاها في المرتبة الثانية الموضوعات الدينية ١٥.٨٧% ، ثم في المرتبة الثالثة الموضوعات الرياضية ١٥.١٥% ، وجاء بعدها في المرتبة الرابعة الموضوعات الصحية ١٤.٧٣% ، تلاها في المرتبة الخامسة الموضوعات الاجتماعية ١٢.٠٩% ثم في المرتبة السادسة الموضوعات التعليمية ٨.٧٦% ، وجاء بعدها في المرتبة السابعة الموضوعات الثقافية ٤.١٦% ، ثم في المرتبة الثامنة الموضوعات الاقتصادية ٦.٨٠% ، وجاء بعدها في المرتبة التاسعة والأخيرة الموضوعات السياسية والإخبارية ٤.١٩%.

جدول (٨)
الفوائد الرياضية للتعرض لوسائل الاتصال الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
١٢.٢٠%	٦١	جعلتني أكثر انخراطاً في النشاط الرياضي
٣٣.٠٠%	١٦٥	شجعتني على المشاركة في الحوارات الرياضية
٣٦.٠٠%	١٨٠	جعلتني أدرك أهمية الرياضة في الحياة
١٠.٨٠%	٥٤	حفزتني على اتخاذ القرار بحضور المباريات الرياضية
٨.٠٠%	٤٠	المشاركة في الأندية الرياضية
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

اتفق معظم أفراد العينة على فائدة وسائل الاتصال الاجتماعي في تعميق إدراكهم لأهمية الرياضة في الحياة بنسبة ٣٦.٠٠% ، ودورها في تشجيعهم على المشاركة في الحورات الرياضية بنسبة ٣٣.٠٠% ، بينما رأى البعض بأنها ساعدت على الانخراط في النشاط الرياضي بنسبة ١٢.٢٠% ، بينما يجد البعض بأنها حفزتهم على اتخاذ القرار بحضور المباريات الرياضية بنسبة ١٠.٨٠% ، وجاءت في المرتبة الأخيرة من ناحية دور الوسائل في اتخاذ القرار بالمشاركة في الأندية الرياضية بنسبة ٨.٠٠% .

جدول (٩)
ترتيب مصادر المعلومات عن الأخبار الرياضية حسب أهميتها

النسبة المئوية	التكرار	البند
٣٨.٠٠%	١٩٠	وسائل الاعلام التقليدية (الصحف والمجلات/ الراديو/ التلفزيون)
١٦.٠٠%	٨٠	المواقع الاخبارية الالكترونية
٣٣.٤٠%	١٦٧	مواقع التواصل الاجتماعي
٦.٦٠%	٣٣	المواقع الالكترونية للنادي الرياضية على الانترنت
٦.٠٠%	٣٠	الأهل والأصدقاء المحيطين
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

يبين الجدول السابق أن وسائل الإعلام التقليدية مازالت تصدر اهتمام الشباب الجامعي في ترتيب مصادر المعلومات عن الأخبار الرياضية بنسبة ٣٨.٠٠% ، ثم تأتي مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٣.٤٠% ، والمواقع الإخبارية الإلكترونية بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٦.٠٠% ، والمرتبة الرابعة المواقع الالكترونية للنادي الرياضية على الإنترنت بنسبة ٦.٦٠% ، ثم تأتي بالمرتبة الأخيرة الأهل والأصدقاء المحيطين بنسبة ٦.٠٠% . والملاحظ أن ترتيب وسائل الإعلام التقليدية من ناحية التفضيل والفاعلية تتطابق مع الجداول السابقة، وبالذات مع جدول رقم (٣). خاصة ان معظم الشباب من الذكور يتابع الرياضة من خلال الفضائيات الرياضية .

جدول (١٠)
تأثير نوعية المضمون على الاتجاهات نحو ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
٢٠.٤٠%	١٠٢	إلى حد كبير
٥٨.٤٠%	٢٩٢	إلى حد ما
٢١.٢٠%	١٠٦	لا يؤثر
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

بسؤال المبحوثين عن تأثير نوعية المضمون على اتجاهاتهم نحو ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية للمنشورات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي. أكد ٥٨.٤٠% من المبحوثين أنهم يتأثرون (إلى حد ما) بمضامين وسائل التواصل الاجتماعي وهي النسبة الأعلى، بينما أشار ٢٠.٤٠% بأنهم يتأثرون تماماً بهذه المضامين، في حين أشار ٢١.٢٠% بأنهم لا يتأثرون بهذه المضامين. ومع ذلك فالأنتج العام يوشر بأن هذه الوسائل لها تأثير واضح على الشباب الجامعي، ويتطابق مع نتائج الجداول السابقة.

جدول (١١)

المشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي لموضوعات الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
٣٣.٦٠%	١٦٨	نعم
٤١.٢٠%	٢٠٦	أحياناً
٢٥.٢٠%	١٢٦	لا
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود مشاركة واضحة لعينة الدراسة في المشاركة بموضوعات الشغب والجريمة الرياضية، حيث أشار ٣٣.٦٠% إلى مشاركتهم في هذه الموضوعات، بينما أشار العدد الأكبر ٤١.٢٠% بأنهم يشاركون (أحياناً)، أما نسبة ٢٥.٢٠% فإنهم لا يشاركون إطلاقاً بهذه الموضوعات. ومع ذلك يمكن القول بأن العدد الأكبر يهتم بالمشاركة بسبب متابعتهم لقضايا الرياضة.

جدول (١٢)

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي الاجتماعي في موضوع الشغب والجريمة الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	البند
٧١.٢٠%	٣٥٦	نعم
٢٨.٨٠%	١٤٤	لا
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

وبسؤال المبحوثين عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الاجتماعي في موضوع الشغب والجريمة الرياضية، وجد أن هذه الوسائل لعبت دوراً مهماً في تعميق الوعي الاجتماعي نحو موضوعات الشغب والجريمة بنسبة كبيرة هي ٧١.٢٠%، بينما لم تؤثر هذه الوسائل على بعض أفراد العينة بنسبة ٢٨.٨٠%. وهذه النتائج تقترب كثيراً من نتائج الجداول السابقة.

جدول (١٣)
درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي نحو موضوع الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
٣٤.٦٠%	١٧٣	كبيرة
٤٣.٢٠%	٢١٦	متوسطة
٢٢.٢٠%	١١١	ضعيفة
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

جاء تأكيد ٤٣.٢٠% من المبحوثين على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها فعالية متوسطة على أفراد عينة الدراسة نحو موضوع الشغب والجريمة الرياضية وهي النسبة الأكبر، بينما درجة الفاعلية (كبيرة) بلغت ٣٤.٦٠% وهي نسبة جيدة مقارنة بالضعيفة، بينما أكد ٢٢.٢٠% من المبحوثين على أنها ضعيفة. ومع ذلك يمكن القول أن نتائج الجدول بشكل عام تشير إلى أن هذه الوسائل لها فعالية واضحة على المبحوثين .

جدول (١٤)
رأي أفراد العينة في أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بظاهرة الشغب والجريمة الرياضية؟

النسبة المئوية	التكرار	البند
٥٢.٢٠%	٢٦١	إلى حد كبير
٢٩.٢٠%	١٤٦	إلى حد ما
١٨.٦٠%	٩٣	لا أعتقد
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

وهذا ما أكده السؤال حول رأي أفراد عينة دراسته بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بظاهرة الشغب والجريمة الرياضية حيث أكد ٥٢.٢٠% من المبحوثين بأنهم يعتقدون بأهمية وسائل الاتصال الاجتماعي في زيادة الوعي بظاهرة الشغب والجريمة إلى حد كبير بنسبة ٥٢.٢٠% بينما أكد من المبحوثين ١٨.٦٠% بأنهم لا يعتقدون بأهمية وسائل الاتصال الاجتماعي في زيادة الوعي الاجتماعي.

جدول (١٥)
أنواع الرياضة المفضلة لأفراد عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	البند
٤٨.٠٠%	٢٤٠	كرة القدم
٩.٢٠%	٤٦	السلة
١٤.٢٠%	٧١	الطائرة
٦.٦٠%	٣٣	الساحة والميدان
٢٢.٠٠%	١١٠	السباحة
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

احتلت لعبة كرة القدم المركز الأول من حيث تفضيل افراد العينة بنسبة ٤٨.٠٠% وجاءت في المرتبة الثانية السباحة بنسبة ٢٢.٠٠% واحتلت الطائرة المرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٢٠% ، ثم جاءت لعبة السلة بالمرتبة الرابعة بنسبة ٩.٢٠% ، ثم الساحة والميدان بالمرتبة الأخيرة بنسبة ٦.٦٠% ، ويتضح من هذا الجدول أن كرة القدم احتلت التفضيل الأول بسبب شعبيتها من الذكور والإناث، وكذلك السباحة ، بينما نجد أن لعبة الطائرة تستحوذ على اهتمام الإناث بالدرجة الأولى.

جدول (١٦)
التعرض للبرامج التي تهتم بالقضايا الرياضية.

البند	التكرار	النسبة المئوية
يومية	١٥٠	٣٠.٠٠%
اسبوعيا	١٧٢	٣٤.٤٠%
شهريا	٩٠	١٨.٠٠%
حسب الظروف	٨٨	١٧.٦٠%
المجموع	٥٠٠	١٠٠.٠٠%

بسؤال المبحوثين عن معدل تعرضهم للبرامج التي تهتم بالقضايا الرياضية، أكد ١٧.٦٠% من المبحوثين بأنهم يتعرضون حسب الظروف وهي تأتي بالمرتبة الأخيرة، وأكد ١٨.٠٠% بأنهم يتعرضون شهريا، بينما نجد ٣٠.٠٠% يتعرضون يوميا للبرامج، لكن النسبة الأعلى يتعرضون أسبوعياً بنسبة ٣٤.٤٠% للبرامج التي تهتم بالقضايا الرياضية. ويبدو أن النتائج تبدو معقولة في ضوء تحليلات النتائج السابقة.

جدول (١٧)
مساهمة المضامين المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة والمعلومات لأفراد العينة عن الشغب والجريمة الرياضية

البند	التكرار	النسبة المئوية
الى حد كبير	١٨٩	٣٧.٨٠%
الى حد ما	١٧٢	٣٤.٤٠%
احيانا	٧٣	١٤.٦٠%
لا لم تساهم	٦٦	١٣.٢٠%
المجموع	٥٠٠	١٠٠.٠٠%

يرى أغلب أفراد العينة أن مساهمة المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة والمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية، حيث أكد ما نسبته ٣٧.٨٠% من المبحوثين المضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور في زيادة معرفتهم بقضايا الشغب والجريمة الرياضية، بينما يرى ٣٤.٤٠% بأنهم (إلى حد ما) يرون فوائد في مساهمة هذه الوسائل في

زيادة المعرفة بظاهرة الشغب والجريمة الرياضية، وبعضهم أحياناً ٤.٦٠%، ولكن بعض أفراد العينة ١٣.٢٠% يجدون أنها لا تساهم في هذه المعرفة.

جدول (١٨)

مدى المشاركة بالتعبير عن ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية في وسائل الاتصال الجماهيري

النسبة المئوية	التكرار	البند
٤٣.٨٠%	٢١٩	نعم
٣٧.٦٠%	١٨٨	أحياناً
١٨.٦٠%	٩٣	لم اشارك
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

يوضح ٤٣.٨٠% من أفراد العينة بأنهم يشاركون بالتعبير عن ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية في مواقع الاتصال الاجتماعي، بينما ٣٧.٦٠% بينوا أنهم يشاركون أحياناً بالتعبير عن هذه الظاهرة، وكذلك أبدى ١٨.٦٠% من أفراد العينة بأنهم لم يشاركو بالتعبير عن ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية. وهذا يوضح وعي الشباب بظاهرة الشغب الرياضي، وأهمية مشاركتهم في التعبير عن هذه الظاهرة السلبية، بدليل أن النسبة الكبيرة لها حضور واضح في وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٩)

هدف المشاركة بالتعبير عن موضوعات الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
٨.٧٦%	٦٦	أعرض رأبي بحرية فى الأوضاع الرياضية
١٦.٢٠%	١٢٢	إبداء وجهة نظرى فى موضوع العنف والشغب الرياضي
١٢.٣٥%	٩٣	للتعرف على أسباب ظاهرة العنف والشغب الرياضي
١٤.٧٤%	١١١	التأييد لفريقي المفضل
٥.٨٤%	٤٤	الترويج للعنف الرياضي تأييدا لفريقي
١١.٦٩%	٨٨	توجيه ملاحظات وانتقادات لهذه الظاهرة السلبية
٨.٩٠%	٦٧	محاولة فهم ما جرى من أحداث رياضية داخلية
١٠.٢٣%	٧٧	إجراء حوارات مع الأصدقاء لمناقشة هذه الظاهرة
٥.٩٨%	٤٥	زيادة معرفتي بأحداث الشغب فقط
٥.٣١%	٤٠	للاطلاع فقط من باب الفضول

يشير الجدول السابق بأن العدد الأكبر من عينة الدراسة ١٦.٢٠% قد بينوا بأن هدف مشاركتهم بالتعبير عن موضوعات الشغب والجريمة الرياضية يعود إلى إبداء وجهة نظرهم في موضوع العنف والشغب الرياضي، بينما يرى ١٤.٧٤% بأن هدف مشاركتهم هو التأييد لفريقهم المفضل، في حين يجد البعض ١٢.٣٥% مشاركتهم للتعرف على أسباب ظاهرة العنف والشغب الرياضي، ومنهم ١١.٦٩% من يرى أن الهدف هو توجيه ملاحظات وانتقادات لهذه الظاهرة السلبية، وبعضهم ١٠.٢٣% يروا إن هدفها هي إجراء حوارات مع الأصدقاء لمناقشة هذه الظاهرة، ويرى البعض ٨.٩٠% بأنها محاولة لفهم ما يجري من أحداث رياضية داخلية، وهناك من يعتقد بأنها عرض لآراءهم بحرية في الأوضاع الرياضية بنسبة ٨.٧٦%، وزيادة معرفتهم بأحداث الشغب فقط بنسبة ٥.٩٨%، بينما يجد البعض، وهم من القلة، بنسبة ٥.٣١% هو للاطلاع فقط من باب الفضول.

جدول (٢٠)
طبيعة المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	البند
١٣.٠١%	٧٩	قمت بنشر أخبار متعلقة بظاهرة العنف والشغب الرياضي
٢٩.٣٢%	١٧٨	قمت بالتعليق على المضمون المنشور
٢٠.١٠%	١٢٢	دعوت للانضمام الى الشغب في الملاعب تأييدا لفريقي المفضل
٨.٢٤%	٥٠	أنشأت صفحات لنشر رؤى لأفكاري
١٠.٨٧%	٦٦	أنشأت مجموعات خاصة لتكوين رأى عام ضد ظاهرة الشغب الرياضي
١٨.٤٥%	١١٢	دعوت للنزول الى المسيرات تأييدا لفريقي المفضل
١٠٠.٠٠%	٦٠٧	المجموع

أما طبيعة المشاركة، فقد بين الجدول السابق بأن معظم افراد العينة قد قامت بالتعليق على المضمون المنشور بخصوص الشغب والجريمة الرياضية بنسبة ٢٩.٣٢%، بينما جاءت بالمرتبة الثانية فقرة دعوت للانضمام إلى الشغب في الملاعب تأييدا لفريقي المفضل بنسبة ٢٠.١٠%، في حين كانت النسبة ١٨.٤٥% لمن دعوا للنزول إلى المسيرات تأييدا لفريقهم المفضل، أما الترتيب الرابع فقد كانت النسبة ١٣.٠١% لمن شاركوا بنشر أخبار متعلقة بظاهرة العنف والشغب الرياضي، في حين كانت النسبة ١٠.٨٧% لأفراد العينة ممن أنشأوا مجموعات خاصة لتكوين رأى عام ضد ظاهرة الشغب الرياضي، أما المرتبة الأخيرة فقد جاءت للأفراد الذين أنشئوا صفحات لنشر رؤى أفكارهم بنسبة ٨.٢٤%. والملاحظ من خلال تحليل البيانات وجود ظاهرة التعصب للفرق الرياضية التي قد تكون سببا للدعوة للشغب تأييدا لفريقهم المفضل وخاصة الذكور.

جدول (٢١)

مدى الثقة بوسائل الاتصال الاجتماعي عن ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
٣٥.٢٠%	١٧٦	نعم
١٨.٢٠%	٩١	أحيانا
٤٦.٦٠%	٢٣٣	لم اثق بها
١٠٠.٠٠%	٥٠٠	المجموع

يظهر من الجدول السابق بأن افراد عينة الدراسة لا يثقون بوسائل الاتصال الاجتماعي بخصوص ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية بنسبة ٤٦.٦٠%، بينما نجد أن ٣٥.٢٠% يثقون بها ، في حين أن ١٨.٢٠% يثقون بها أحيانا. والملفت للنظر بأن الجداول السابقة أشارت إلى ثقة الشباب بوسائل الاتصال الاجتماعي بنسبة كبيرة، ولكن يبدو أن ثقتهم ترتبط بالمواضيع المختلفة وطبيعتها، وربما يجدون في تناول ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية من خلال المواقع الاجتماعية بعض السلبيات في التناول والتطرف والمغالاة ، وأحيانا التحريض المبالغ به نتيجة للتعصب للفرق الرياضية.

جدول (٢٢)

سبب عدم الثقة في الأخبار والمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
١٦.٢٧%	٢٢٣	لأنها تتبنى مواقف متشددة ومتعارضة مع الروح الرياضية
١٤.٥١%	١٩٩	لأنها تتبنى وجهة نظر متعصبة
٩.٧٠%	١٣٣	لأنها تسيء الى الرياضة وتركز على السلبيات
١١.٣١%	١٥٥	لأنها تلعب دوراً في زيادة الاحتقان الرياضي
١٥.٣٩%	٢١١	لأنها تروج للإشاعات المغرضة وتشوه سمعة الآخرين
١١.٣١%	١٥٥	لأنها تزيد الصراع بين الفرق الرياضية المختلفة
١٠.٤٣%	١٤٣	لأنها تهتم بالخلافات وتزيد الصراع بين المستخدمين
١١.٠٩%	١٥٢	لأن محتوياتها غير كافية وغير موثقة
١٠٠.٠٠%	١٣٧١	المجموع

وتأكيدا للجدول السابق رقم (٢١) بعدم ثقة العدد الأكبر من عينة الدراسة بوسائل الاتصال الاجتماعي في تناولها للشغب والجريمة الرياضية، فإن نتائج هذا الجدول تشير إلى أن الأسباب التي تؤدي إلى عدم ثقة أفراد عينة الدراسة في الأخبار والمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي يعود بالدرجة الأولى لتبني الأخبار والمعلومات مواقف متشددة ومتعارضة مع الروح الرياضية بنسبة ١٦.٢٧% وكذلك لأنها تروج للإشاعات المغرضة وتشوه سمعة الآخرين بنسبة ١٥.٣٩%، كما أنها تتبنى وجهة نظر متعصبة بنسبة ١٤.٥١% ، و تلعب دوراً في زيادة الاحتقان الرياضي

بنسبة ١١.٣١% ، وتزيد الصراع بين الفرق الرياضية المختلفة بنسبة ١١.٣١% ، ولأن محتوياتها غير كافية وغير موثقة بنسبة ١١.٠٩%، وتهتم بالخلافات وتزيد الصراع بين المستخدمين بنسبة ١٠.٤٣%، ولأنها تسيء إلى الرياضة وتركز على السلبيات بنسبة ٩.٧٠%. وبشكل عام فإن النتائج تتطابق مع الجدول السابق، وتشير إلى ارتفاع الوعي لدى الشباب بسلبيات هذه الظاهرة وتأثيرها على أمن المجتمع.

جدول (٢٣)

اسباب الثقة في الأخبار والمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	البند
٩.٨٣%	١٢٤	لعمق معالجتها للموضوعات الرياضية وتقديم أدلة كافية
٨.٠٩%	١٠٢	لأنها مصدر موثوق به
١٨.٤٨%	٢٣٣	لأنها تعرض مختلف وجهات النظر
١١.٤٢%	١٤٤	لأنها تساهم في توضيح الواقع الفعلي لظاهرة الشغب والجريمة الرياضية
١٣.٢٤%	١٦٧	لأنها تبرز الجوانب السلبية والايجابية في القضايا دون تحيز
٨.٢٥%	١٠٤	لأنها تنقل الصورة الحقيقية للأوضاع الرياضية
١٤.٩١%	١٨٨	لأنها لا تخضع لرقابة الحكومة
١٥.٧٨%	١٩٩	لعدم تقني في وسائل الاعلام الأخرى
١٠٠.٠٠%	١٢٦١	المجموع

كما يتضح أيضا بأن أفراد العينة ممن يثقون بالأخبار والمعلومات في التواصل الاجتماعي، والذين احتلوا المرتبة الثانية في الجدول رقم (٢١) يعتقدون بأن هناك أسباب دفعتهم إلى الثقة بالأخبار والمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي، أبرزها بالدرجة الأولى أنها تعرض مختلف وجهات النظر بنسبة ١٨.٤٨%، ولعدم تقنيهم في وسائل الإعلام الأخرى بنسبة ١٥.٧٨%، ولأنها لا تخضع لرقابة الحكومة بنسبة ١٤.٩١%، ولأنها تبرز الجوانب السلبية والإيجابية في القضايا دون تحيز بنسبة ١٣.٢٤% ، ولأنها تساهم في توضيح الواقع الفعلي لظاهرة الشغب والجريمة الرياضية بنسبة ١١.٤٢% ، ولعمق معالجتها للموضوعات الرياضية وتقديم أدلة كافية بنسبة ٩.٨٣% ، ولأنها تنقل الصورة الحقيقية للأوضاع الرياضية بنسبة ٨.٢٥% ، ولأنها مصدر موثوق به بنسبة ٨.٠٩%.

نتائج الدراسة:**توصلت الدراسة لنتائج أهمها:**

١- يتضح من خلال النتائج بأن النسبة الكبيرة من الشباب الجامعي يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار بنسبة ٦٩% ، وهذا يعود إلى أن الشباب الجامعي أكثر حرصًا على التعامل مع

الإنترنت وبالذات مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الشباب حريص على التعامل مع وسائل الاتصال الاجتماعي يومياً بنسبة ٢٢.٦٠% وهي النسبة الأعلى، وأنهم يقضون أكثر من ساعة في استخدام هذه الوسائل بنسبة ٧٢.٠٠%، وهي دلالة على إيمان الشباب للإنترنت وإشباع حاجاتهم المعرفية والنفسية والاجتماعية.

٢- وجد من خلال نتائج الدراسة أن اليوتيوب احتل المرتبة الأولى من ناحية المتابعة بنسبة ٢٣% و٤٣% والفيسبوك المرتبة الثانية بنسبة ٢٢.٨٨% بينما احتل التويتر المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٦٦%، ثم جاءت المدونات والمنتديات وفليكر وماي سبيس بالترتيب من ناحية الأفضلية، وهذه النسب قد تتطابق مع نتائج الدراسات التي أجريت في هذا المجال، مع ملاحظة بأن اليوتيوب جاء في المرتبة الأولى في هذه الدراسة بعكس الدراسات الأخرى التي احتل الفيسبوك أو التويتر المراتب الأولى، وهذا يعود إلى أن الشباب أكثر ميلاً لمشاهدة الفيديوهات لأسباب بصرية ونفسية، لأن ثقافة الصورة تأخذ مكانة في ثقافة الشباب.

٣- بالرغم من تفضيل الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعامل مع الإنترنت، إلا أن الدراسة أظهرت بأن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على الشباب وخاصة التلفزيون، فقد احتلت وسائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى بنسبة ٤٤.٢٠% من ناحية فعاليتها في زيادة الوعي الاجتماعي، بينما جاءت وسائل التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٧.٨٠%. وهذا يعني بأن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على الشباب لمتابعتهم المستمرة للبرامج التلفزيونية بأنواعها لإشباع حاجاتهم، لكن الملاحظ أيضاً ارتفاع مواقع التواصل الاجتماعي في التفضيل خلال السنوات الأخيرة، وهو مؤشر مهم على مستقبل الشبكات الاجتماعية في حياة الشباب مستقبلاً.

٤- أكدت النتائج بأن الشباب يفضلون التعامل مع وسائل الاتصال الاجتماعي في المنزل بنسبة ٤٩.٠٠%، وفي الجامعة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤.٤٠%، ومقاهي الإنترنت بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٧.٨٠%، ثم المكتبات العامة ٤.٤٠% والنوادي ٤.٢٠% وتؤكد النسب تطابقها مع الكثير من نتائج الدراسات العربية السابقة، إلا أن الملاحظ ارتفاع نسب الشباب الذين يفضلون التعامل مع الإنترنت في الجامعة وهو أمر طبيعي لوجود الطلبة طيلة اليوم في الجامعة، وتوافر الإنترنت في مكتبات الجامعة ومختبراتها.

٥- لوحظ بأن الشباب يفضلون الموضوعات الفنية بالدرجة الأولى بنسبة ١٨.٢٥%، تلاها في المرتبة الثانية الموضوعات الدينية ١٥.٨٧%، ثم في المرتبة الثالثة الموضوعات الرياضية ١٥.١٥%، وجاء بعدها في المرتبة الرابعة الموضوعات الصحية ١٤.٧٣%، تلاها في المرتبة الخامسة الموضوعات الاجتماعية ١٢.٠٩% ثم في المرتبة السادسة الموضوعات التعليمية ٨.٧٦%، وجاء بعدها في المرتبة السابعة الموضوعات الثقافية ٤.١٦%، والمرتبة الثامنة الموضوعات الاقتصادية ٦.٨٠%، وجاء بعدها في المرتبة التاسعة والأخيرة الموضوعات السياسية والأخبارية ٤.١٩%. ويبدو إن هذا التفضيل جاء منسجماً مع رغبات الشباب الحقيقية في الوقت الحاضر، ويعكس الصورة الحقيقية لثقافة الشباب في

تفضيل الموضوعات السهلة التي تلبي احتياجاتهم النفسية، وعدم تفضيلهم للموضوعات الثقافية والسياسية.

٦- اتفق معظم افراد العينة على فائدة وسائل الاتصال الاجتماعي في تعميق ادراكهم لأهمية الرياضة في الحياة بنسبة ٣٦.٠٠% ، ودورها في تشجيعهم على المشاركة في الحورات الرياضية بنسبة ٣٣.٠٠% ، بينما رأى البعض بأنها ساعدت على الانخراط في النشاط الرياضي بنسبة ١٢.٢٠% ، بينما يجد البعض بأنها حفزتهم على اتخاذ القرار بحضور المباريات الرياضية بنسبة ١٠.٨٠% ، وجاءت في المرتبة الأخيرة من ناحية دور الوسائل في اتخاذ القرار بالمشاركة في الأندية الرياضية بنسبة ٨.٠٠% .

٧- على الرغم من اهتمام الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي ومتابعتهم اليومية لها، فإن وسائل الإعلام التقليدية مازالت تتصدر اهتمام الشباب الجامعي في ترتيب مصادر المعلومات عن الأخبار الرياضية بنسبة ٣٨.٠٠% ، ثم تأتي مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية، بنسبة ٣٣.٤٠% . والملاحظ أن ترتيب وسائل الإعلام التقليدية من ناحية التفضيل والفاعلية تتطابق مع نتائج البحوث، خاصة أن معظم الشباب من الذكور يتابع الرياضة من خلال الفضائيات الرياضية .

٨- أظهرت النتائج إن تأثير نوعية المضمون الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي نحو ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية لها تأثير واضح على اتجاهات الشباب ، حيث أكد ٥٨.٤٠% من المبحوثين أنهم يتأثرون الى (حد ما) بمضامين وسائل التواصل الاجتماعي وهي النسبة الأعلى ، بينما أشار ٢٠.٤٠% بأنهم يتأثرون تماما بهذه المضامين، في حين أشار ٢١.٢٠% بأنهم لا يتأثرون بهذه المضامين. ومع ذلك فالاتجاه العام يؤشر بأن هذه الوسائل لها تأثير واضح على الشباب الجامعي، ويتطابق مع النتائج العامة للبحث.

٩- الملاحظ مشاركة الشباب بموضوعات الشغب والجريمة الرياضية ، حيث أشار ٣٣.٦٠% بمشاركتهم بهذه الموضوعات ، بينما أشار العدد الأكبر ٤١.٢٠% بأنهم يشاركون (أحياناً) ، أما نسبة ٢٥.٢٠% فإنهم لا يشاركون إطلاقاً بهذه الموضوعات. ومع ذلك يمكن القول بأن العدد الأكبر يهتم بالمشاركة بسبب متابعتهم لقضايا الرياضة.

١٠- أجمع الشباب على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الاجتماعي في موضوع الشغب والجريمة الرياضية، حيث لعبت هذه الوسائل دوراً مهماً في تعميق وعيهم الاجتماعي نحو موضوعات الشغب والجريمة الرياضية بنسبة كبيرة هي ٧١.٢٠% ، بينما لم تؤثر هذه الوسائل على بعض أفراد العينة بنسبة ٢٨.٨٠% . وهذه النتائج توضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم. ومع ذلك فإن ٣.٢٠% من المبحوثين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي لها فعالية متوسطة عليهم نحو موضوع الشغب والجريمة الرياضية وهي النسبة الأكبر، بينما درجة الفاعلية (كبيرة) بلغت ٣٤.٦٠% وهي نسبة جيدة مقارنة بالضعيفة، ومع ذلك يمكن القول بشكل عام أن هذه الوسائل لها فعالية واضحة على المبحوثين.

١١- احتلت لعبة كرة القدم المركز الأول من حيث تفضيل أفراد العينة بنسبة ٤٨.٠٠% وجاءت في المرتبة الثانية السباحة بنسبة ٢٢.٠٠% واحتلت الطائرة المرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٢٠% ، ثم جاءت لعبة السلة بالمرتبة الرابعة بنسبة ٩.٢٠% ، ثم الساحة والميدان بالمرتبة الأخيرة بنسبة ٦.٦٠%. ويتضح في هذا الجدول أن كرة القدم احتلت التفضيل الأول بسبب شعبيتها من الذكور والإناث، وكذلك السباحة، بينما نجد أن لعبة الطائرة تستحوذ على اهتمام الإناث بالدرجة الأولى.

١٢ - احتلت متابعة القضايا الرياضية أسبوعياً الاهتمام الأول بالنسبة للشباب الجامعي بنسبة ٣٤.٤٠% ، بينما نجد ٣٠.٠٠% يتعرضون يومياً للبرامج و ١٧.٦٠% يتعرضون حسب الظروف وهي تأتي بالمرتبة الأخيرة. ويبدو أن النتائج تبدو معقولة في ضوء تحليلات النتائج السابقة. ويرى الشباب ٣٧.٨٠% أن مساهمة المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي كانت السبب في زيادة معرفتهم بالمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية، بينما يرى ٣٤.٤٠% بأنهم (إلى حد ما) يرون فوائد في مساهمة هذه الوسائل في زيادة المعرفة بظاهرة الشغب والجريمة الرياضية، وبعضهم (أحياناً ١٤.٦٠%) ، ولكن بعض أفراد العينة ١٣.٢٠% يجدون أنها لا تساهم في هذه المعرفة.

١٣- يتضح أن ٤٣.٨٠% من الشباب يحرصون على التعبير عن ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية في مواقع الاتصال الاجتماعي، بينما ٣٧.٦٠% بينوا أنهم يشاركون أحياناً بالتعبير عن هذه الظاهرة، وكذلك أبدى ١٨.٦٠% من أفراد العينة بأنهم لم يشاركوا بالتعبير عن ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية. وهذا يوضح وعي الشباب بظاهرة الشغب الرياضي، وأهمية مشاركتهم في التعبير عن هذه الظاهرة السلبية، بدليل أن النسبة الكبيرة لها حضور واضح في وسائل التواصل الاجتماعي. كما يتضح بأن مشاركتهم لها أسباب عديدة أبرزها يعود إلى إبداء وجهة نظرهم في موضوع العنف والشغب الرياضي، بينما يرى ١٤.٧٤% بأن هدف مشاركتهم هو التأييد لفريقهم المفضل بنسبة ١٦.٢٠% ، بينما يرى ١٤.٧٤% بأن هدف مشاركتهم هو التأييد لفريقهم المفضل، في حين يجد البعض ١٢.٣٥% مشاركتهم للتعرف على أسباب ظاهرة العنف والشغب الرياضي، ومنهم ١١.٦٩% يرون أن الهدف هو توجيه ملاحظات وانتقادات لهذه الظاهرة السلبية، وبعضهم ١٠.٢٣% يرون أن هدفها هي إجراء حوارات مع الأصدقاء لمناقشة هذه الظاهرة ، بينما يجد البعض ، وهم من القلة، بنسبة ٥.٣١% هو للاطلاع فقط من باب الفضول.

١٤- يتضح أن هناك مشاركة واضحة من الشباب في التعليق على المنشورات المتعلقة بالشغب والجريمة الرياضية بنسبة ٢٩.٣٢% ، بينما جاءت بالمرتبة الثانية فقرة دعوت للانضمام إلى الشغب في الملاعب تأييداً لفريقي المفضل بنسبة ٢٠.١٠% ، في حين كانت النسبة ١٨.٤٥% لمن دعوا للنزول إلى المسيرات تأييداً لفريقهم المفضل، أما الترتيب الرابع فقد كانت النسبة ١٣.٠١% لمن شاركوا بنشر أخبار متعلقة بظاهرة العنف والشغب الرياضي، والملاحظ من خلال تحليل البيانات وجود ظاهرة لتعصب الشباب للفرق

الرياضية التي يحبوها ،وقد تكون سببا للدعوة للشغب تأييدا لفريقهم المفضل وخاصة من الذكور . ومع ذلك نجد بأنهم

لا يتقون بوسائل الاتصال الاجتماعي بخصوص ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية بنسبة ٤٦.٦٠%، بينما نجد إن ٣٥.٢٠% يتقون بها، في حين أن ١٨.٢٠% يتقون بها أحيانا. والملفت للنظر بأن الجداول السابقة أشارت إلى ثقة الشباب بوسائل الاتصال الاجتماعي بنسبة كبيرة، ولكن يبدو أن ثقتهم ترتبط بالمواضيع المختلفة وطبيعتها، وربما يجدون في تناول ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية من خلال المواقع الاجتماعية بعض السلبيات في التناول والتطرف والمغالاة، وأحيانا التحريض المبالغ به نتيجة للتعصب للفرق الرياضية.

١٥- أثبتت النتائج بأن السبب الرئيسي لعدم ثقة الشباب بوسائل الاتصال الاجتماعي في تناولها للشغب والجريمة الرياضية يعود لأسباب عديدة أبرزها: تبني الأخبار والمعلومات مواقف متشددة ومتعارضة مع الروح الرياضية بنسبة ١٦.٢٧%، وتروج للإشاعات المغرضة وتشوه سمعة الآخرين بنسبة ١٥.٣٩%، وتتنبى وجهة نظر متعصبة بنسبة ١٤.٥١%، وتلعب دورا في زيادة الاحتقان الرياضي بنسبة ١١.٣١%. وبشكل عام فإن النتائج تتطابق مع نتائج البحث، وتشير إلى إرتفاع الوعي لدى الشباب بسلبيات هذه الظاهرة وتأثيرها على أمن المجتمع. أما الشباب الذين يتقون بالأخبار والمعلومات عن الشغب والجريمة الرياضية في التواصل الاجتماعي، والذين احتلوا المرتبة الثانية فإنهم يعتقدون بأن هناك أسباب دفعتهم بالثقة بالأخبار والمعلومات، أبرزها بالدرجة الأولى إنها تعرض مختلف وجهات النظر بنسبة ١٨.٤٨%، ولعدم ثقتهم في وسائل الإعلام الأخرى بنسبة ١٥.٧٨%، ولأنها لا تخضع لرقابة الحكومة بنسبة ١٤.٩١%، ولأنها تبرز الجوانب السلبية والإيجابية في القضايا دون تحيز بنسبة ١٣.٢٤%، ولأنها تساهم في توضيح الواقع الفعلي لظاهرة الشغب والجريمة الرياضية بنسبة ١١.٤٢%.

توصيات الدراسة:

أسفرت نتائج الدراسة عن دور واضح لوسائل الاتصال الاجتماعي في حياة الشباب، وتعرضهم بشكل مستمر لهذه الوسائل، ووجود تأثير قوي على مداركهم المعرفية والتربوية والنفسية، ووجود وعي اجتماعي بمضامين هذه الوسائل بما يتعلق بقضية الشغب والجريمة الرياضية، ولكن هذا لا يمنع من القول بأن هذه الوسائل لعبت دورا سلبيا في ثقافة الشباب، ووجود قصور في برامج وأساليب المؤسسات الاجتماعية والتعليمية والأمنية الهادفة في تشكيل الوعي الاجتماعي بالشكل الأكثر تأثيرا، وسيذكر الباحث عددًا من التوصيات التي يعتقد أن لها المردود الإيجابي، وتشمل هذه التوصيات ما يلي:

١- الاهتمام بثقافة الشباب الجامعي من خلال وضع استراتيجية واضحة من قبل الدولة والمؤسسات المختلفة، فالشباب أمانة في أعناق المجتمع، وكفالاته حقوقاً ورعاية ثقافية، استثمار طويل الأجل للثروة البشرية. وإذا كانت من أهداف هذه الاستراتيجية استمرارية الثقافة والوعي الاجتماعي والسياسي، فإنما يكون ذلك بدءاً بالمؤسسات التعليمية، لأنها النواة التي تتكون فيها صورة المستقبل وأن هذه الثقافة يجب أن تقوم على أسس ومعايير قوامها:

أ - تأصيل الهوية الثقافية للشباب الجامعي، على أساس من الدعم وتنمية إحساسهم بالأصالة العربية والإسلامية، ومن التفاعل مع العصر ومتغيراته وفق معايير وخطط مدروسة بما يتناسب وتطلعات الشباب الجامعي.

ب - التأكيد على تراثه العربي والإسلامي، وعلى ما يزر به من منجزات ومواقف وشخصيات كان لها دورها البارز في الحضارة العربية، لتكون ركيزة أساسية لتنمية إحساس الطالب الجامعي بالهوية الثقافية العربية.

ج - الحرص على أن يكون ما نقدمه للشباب الجامعي من قيم ثقافية وعناصرها وأدواتها غنيا بالمعاني المستوحاة من تراثنا الأصيل والمنسجمة مع طبيعة الشباب وحاجاته.

د - توجيه أدوات الوعي والثقافة السياسية ووسائلها المختلفة التي تزخر بها تقنيات العصر لتكون تقنيات فعالة في تنمية الشباب الجامعي وتنمية مدركاته وإمكاناته، لا أن تكون مقتنيات لمجرد الإمتاع والمؤانسة فحسب.

٢- الحاجة الى وضع خطط شاملة يدخل بها الأبعاد الأخلاقية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية. ويتطلب ذلك العمل على نشر ثقافة أمن المعلومات وحماية المستخدم على شبكة الإنترنت وخصوصاً الأطفال، وتغليظ العقوبات لمكافحة الجريمة الإلكترونية وتحديث الإطار القانوني الذي يحافظ على خصوصية الأفراد وأمنهم بتبني قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية. والذي تتركز أهميته في العمل على تنظيم عملية الاستخدام للشبكات الاجتماعية وحماية المجتمع من مخاطرها المادية والمعنوية بما يعزز الثقة والمنفعة للمجتمع.

٣- أهمية التوازن بين حرية استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي كأداة لحرية الرأي والتعبير وبين ضرورة وجود ضوابط تحكم عملية الاستخدام للحيلولة دون تحولها إلى أداة خطيرة على أمن المجتمع، وعلى الرغم من صعوبة فرض قيود على عملية الاستخدام مقارنة بالوسائل التقليدية إلا أنها تتطلب تعاملًا يتواءم مع طبيعتها، فهناك دور الدولة المتمثل في العمل على مواجهة الأسباب الدافعة الى لجوء الشباب للاستخدام السلبي للشبكات الاجتماعية مثل العمل على مواجهة البطالة وتفشي الأمية ومواجهة الفقر وهي تربة خصبة لنمو الأفكار الشاذة والجريمة داخل المجتمع. وهناك أيضاً دور وسائل الاعلام العامة والخاصة في تبني الموضوعية والحيادية في تناول المواد الخيرية وعدم سيطرة راس المال ونمط ملكية وسائل الإعلام على توجهاتها والسعي إلى تشكيل كيان إعلامي مستقل يراقب أداء تلك المؤسسات الإعلامية.

فحرية الرأي والتعبير تحتاج إلى تنظيم استخدامها للحيلولة دون إلحاق الضرر النفسي والمادي بالأفراد أو مؤسسات الدولة وهو ما لجأت إليه أعتى الديمقراطيات في العالم حيث أقدمت بريطانيا والولايات المتحدة إلى فرض قيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعد دورها في دعم الاحتجاجات والشغب بهما.

٤- ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية التقليدية، بتطوير برامجها الإعلامية، وجذب الشباب لها لتقليل التعرض لوسائل الاتصال الاجتماعي وذلك من خلال:

أ- اعتماد مبدأ التخطيط العلمي للمؤسسات الإعلامية باعتماد المعلومات والبحوث الميدانية الإعلامية والاجتماعية والنفسية لمعرفة الشباب واتجاهاتهم وتقاليد المشاهدة وأنماطها، ورغباتهم وأفكارهم وتطلعاتهم، مما يسهل على المخطط تحديد الهدف من الرسالة ، والقدرة على التأثير والإقناع.

ب- وضع استراتيجية واضحة المعالم وواقعية من ناحية التنفيذ من قبل المؤسسات الإعلامية، بما يتعلق بالطرق والوسائل الكفيلة للتقليل من طوفان المادة الإعلامية السلبية في الفضائيات.

ت- التأكيد على أهمية بناء رسالة إعلامية تتفق مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي وتلبي حاجات الشباب ،وتكون قريبة لمشكلاته وتطلعاته.

ت- إشراك الشباب في صنع القرار الإعلامي، والمشاركة في إنتاج برامجهم، صناعة وكتابة وتنفيذها.

ث- التقليل من أفلام العنف، والتقليل من تكرارها، خاصة تلك الأفلام التي تتحدث بالتفصيل عن السرقة وطرق الجريمة ووسائلها. إضافة إلى التقليل من حدة الإثارة على اختلاف أنواعها لما لها من أثر في إشاعة الاهتزاز العاطفي لدى الشباب، ودفع من يستجيب لتلك الإثارة للقيام بما ينافي القيم الإنسانية والأخلاقية. والتقليل من طوفان المادة الإعلامية السلبية في الفضائيات، إضافة إلى الابتعاد عن الأفلام والإعلانات التلفزيونية التي تحتوي مضامينها أو أشكالها على عرض النماذج الغربية في الحياة والاستهلاك، خاصة تلك التي تصور بذخ الحياة البرجوازية لأسباب مقصودة، أو التي تروج للنمط الاستهلاكي، والتي تستفز مشاعر الشباب وتدفعهم إلى السلوك الإجرامي لتحقيق ملذاتهم ورغباتهم.

٥- الاستفادة من شبكات التواصل للحد من التعصب والعنف الرياضي من خلال ضرورة دعم وتشجيع الرئاسة والأندية للاهتمام بفتح صفحات وحسابات رسمية للأندية، ومواقع وحسابات رسمية للإداريين، وأخرى للاعبين وكذلك مواقع رسمية للاتحادات الرياضية واللجان الفنية والإدارية بالرئاسة و مواقع وحسابات رسمية لمسؤولي الرئاسة، إضافة إلى الاستخدام الواعي والمنظم للحسابات السابقة للتواصل مع المشجعين وال جماهير لنشر الأخبار والبيانات الصحفية والتصريحات. وتصحيح الأخبار المغلوطة والشائعات (على وجه السرعة). وتوجيه المشجعين بشكل غير مباشر، وترشيد التعصب والتهديئة. وتوضيح المواقف والقرارات. وكذلك التعرف على وجهات نظر الجماهير والاستجابة لمطالبهم. والتواصل معهم. مشددا على ضرورة تنظيم التوعية ومواجهة التعصب وترشيده، ومواجهة دعوات العنف والتصرفات

غير السوية، وأن يتم ذلك من خلال تعاون الأندية ومسؤوليها مع الرئاسة العامة لرعاية الشباب وفق تنظيم ما، ومتابعة الحسابات الرسمية والمحاسبة.

٦- ضرورة قيام المؤسسات الاجتماعية والتعليمية والإعلامية والأمنية بدورٍ كبيرٍ في تغيير الكثير من السلوكيات والتصرفات غير المرغوبة، من خلال تقويم السلوك غير المناسب ومعاقبته. وتعليم الأفراد وتعويدهم كيفية التعامل مع العنف والتحكم والسيطرة على انفعالاتهم. وذلك عن طريق تنمية الروح الرياضية لدى النشء، وتعليم القيم الاجتماعية للرياضة، والتوعية العامة بالأهداف التربوية للرياضة، وتشجيع الرياضيين على التحلي بالروح الرياضية والالتزام بقواعد اللعبة والتقنين المنتظم لقواعد الألعاب، وتطوير المعرفة الرياضية لدى العاملين في وسائل الإعلام الجماهيري ووسائل الاتصال الاجتماعي.

٧- الإيعاز إلى مختلف الجامعات بإجراء دراسات وبحوث حول أثر وسائل الإعلام بشكل عام ووسائل الاتصال الاجتماعي بشكل خاص في إثراء الحياة الثقافية، ونقلها إلى دوائر أوسع بحكم طبيعتها كأداة توصيل واسعة الانتشار وقياس مدى هذا الأثر في نقل الثقافة الجادة بتاريخها العريق ومنجزاتها عبر العصور، وشرح أبعاد الثقافات المتنوعة من خلال تكريس مفاهيم الحوار والحرية والتعدد الحضاري والإبداع الذاتي.

٨- إن الدرس المهم الذي نخرج به هو أن تفعيل دور البيئة الاجتماعية في علاقتها بالرياضة تعتبر مهمة جدا في التأثير على الوقاية ومعالجة الانحراف والجريمة وهو ما يحتم في النهاية-إلى أن يأخذ المتخصصون والمسئولون عن الشباب وإدماجهم ومؤسسات الشرطة بهذا المعطى والعمل على توعية الأسر وكل مكونات المجتمع بأهمية دفع الشباب إلى ممارسة الرياضة وتنشئتهم عليها والدفع بتشكيل قيم الإخاء والتعاون والمنافسة الشريفة. والأهم هو خلق علاقة نموذجية بين الشباب والمؤسسات الأمنية وإشراكهم في خططهم لمواجهة ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية.

المراجع:

١- المراجع باللغة العربية:

- ١- اسماعيل، محمود حسن (١٩٩٨)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- ٢- بخيت، السيد (٢٠٠٠)، الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى اساتذة الاتصال الجماهيري - دراسة مقارنة بين الاساتذة العرب والامريكين، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد التاسع، القاهرة.
- ٣- البياتي، ياس خضير (٢٠١٤)، الإعلام الجديد - الحرية والفضى والثورات، هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، مطبعة المستقبل، الفجيرة.
- ٤- البيومي، عادل فهمي (١٩٩٥)، دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة: دراسة تحليلية وميدانية (دكتوراه غير منشورة). جامعة القاهرة، الجيزة، كلية الإعلام. القاهرة
- ٥- جنيد، حنان (٢٠٠٣)، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي ' الإنترنت ' وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير - مارس.
- ٦- حجازي، أحمد مجدي (١٩٩٨)، العولمة والتدفق المعلوماتي، الأبعاد الاجتماعية والآثار، القاهرة
- ٧- حسين جميلة محمد بكر (١٩٩٦)، الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي دراسة ميدانية حول تأثير التلفزيون على عينة طبقية من سكان مدينة القاهرة، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة القاهرة، القاهرة
- ٨- حلس، موسى عبد الرحيم (٢٠٠٣)، مدخل الى علم الأتجماع، دار ومطبعة المنار، غزة، فلسطين.
- ٩- حمزة، مختار (١٩٩٦)، أسس علم النفس الاجتماعي، مكتبة جدة للطباعة والنشر، جدة.
- ١٠- حنفي، نرمين السيد (٢٠٠٣)، اثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على انماط الاتصال الاسري في مصر - رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الاعلام - جامعة القاهرة.
- ١١- ربيع، عبد الجواد سعيد (٢٠٠٩)، التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الاثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، أبحاث المؤتمر العلمي الاول، الاعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. جامعة البحرين
- ١٢- زهير، عابد (٢٠١٢)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الانسانية (مجلد)، نابلس، فلسطين
- ١٣- السيد، عبد الفتاح، دراسة عن ظاهرة الشعب في المنافسات الرياضية على ضوء تعلم متكامل للقيم والأبعاد الجمالية والتربوية للتربية البدنية والرياضية، المجلس الأعلى للشباب، القاهرة.
- ١٤- الشامي، عبد الرحمن محمد (٢٠٠٤)، الإنترنت والهوية العربية، الفرص والمخاطر، دراسة تحليلية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي السنوي العاشر العلمي لكلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- ١٥- الشمري، سليمان جازع (١٩٩٣)، الصحافة والقانون في العالم العربي والولايات المتحدة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ١٦- صادق، عباس مصطفى (٢٠٠٧) الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، ٢٤. الدانمارك.
- ١٧- ضيف، زهير حسين (٢٠١٣)، استخدام الشباب البحريني للمواقع الالكترونية والاشباعات المتحققة، دراسة ميدانية، بحث غير منشور، البحرين.
- ١٨- عبد الحسيب، محمد تيمور (٢٠٠٣)، ومحمود علم الدين، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة.
- ١٩- العبد، عاطف عدلي (٢٠٠٨)، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ٢٠- العبد، عاطف عدلي (١٩٩٣)، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ٢١- عبد المعطي، عبد الباسط (١٩٧٩)، الإعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة.
- ٢٢- آل علي، فوزية عبدالله (٢٠٠٩)، الاثار الاجتماعية والنفسية للإنترنت على الشباب في دولة الامارات، ابحاث المؤتمر العلمي الاول، الاعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.
- ٢٣- فهمي، علي (١٩٨٨)، القيم والقيم المضادة بين التنمية بغير الطريق الرأسمالي والانفتاح الاقتصادي، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد (٤)، الكويت.
- ٢٤- منصور، منال عبده محمد (٢٠١١)، " التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السابع والثلاثون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير - يونيو.
- ٢٥- الهمزاني، شائم، علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي البانيا، دراسة ميدانية، (دكتوراه) غير منشورة كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

2- المراجع باللغة الانكليزية:

- 1-Andrew J (2000) . Flanagin and Miriam J . Metzger : perceptions of internet Information Grdibility Jurnalism and mass communication Quaterly.
- 2-Bjorn Hlettne (1991), *Development Theory and the Three Worlds* ,Longman (U.K).

- 3- Corriero, Jennifer,(2004) Role of Youth Survey, TakingITGlobal.
- 4- Green field, D (2005)“ Internet Abuse in the work place” _ In: /expert witness/adr/1194395.html.Accessedon.
- 5-J: Speacack (1982) Consciousness and change, oxford Black well.
- 6- Soon, Meshel"(2012)(Face book and the invasion of technological communities", N.Y ,New .York.
- 7-Kirkpatrick, David. (2010).”The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World. New York: Siman 8 Sehuster.
- 8-Leung,L(2005).”Net – Generation Attributes And sedactive properties of the Internet As predictor of on line Actives and Internet Addiction “In cyber psychology and Behavior.
- 9- Longman dictionary of the English language,(1984) great British culture center,1984.
- 10-Maguire , P. (1988) Violence at Soccer Matches in Victorian , England : Issues in the Study of Sports Violence Popular Culture and Deviance. Current Psychology: Research & Reviews.
- 11- Owens, Patsy Eubanks, Rochelle, Maggie La, Nelson, Alyssa A, Montgomery- Block, Kindra,(2011), Youth Voices Influencing Local and Regional Change, Children, Youth & Environments.
- 12-Rayburn, J. & Palmgreen, P. (1984) “Merging Uses and Gratifications “ Sage Publication.
- 13- Sahara Khamis, Paul B(2012:)., Gold and Katherine Vaughn, Beyond Egypt's " Face book Revolution " and Syria's " YouTube Uprising "Comparing Political Contexts, Actors and .Communication Strategies, Arab Media Society.

٣- المواقع الالكترونية:

- 1-<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%B9%D9%8A>
- 2-www.alme-perts.com
- 3-<http://www.otaibah.net/m/show>

implementation of practical mechanisms to occupy the youth's spare time in addition to creating new outlets through which young people can freely express themselves; the need for engaging the youth in the decision-making process with the aim of creating a model relationship between the youth and the security institutions through the involvement of the youth in plans for confronting and combating hooliganism and sport crime.

The role of the Social media in shaping social awareness in relation to sport hooliganism and crime from the viewpoint of the university students

Prof.Dr. Yass Al-Bayati

Professor of Sociology Media

Vice Dean, Faculty of Media and Information & Humanities
Ajman University of Science and Technology in Fujairah

Abstract

The subject of social media has attracted the attention of many intellectuals, academics, and researchers. This is because of the role of the social media networks in activating people's interest in the posed problems and issues. Therefore, this study aims to identify the role of social media networks in shaping social awareness in relation to the issue of hooliganism and crime in sport from the point of view of university youths. The importance of the study stems from its contribution to the understanding of the nature of the role of social media in so far as the social awareness of university students is concerned.

The study uses the "social survey" method, considered to be the most appropriate of research methods for such studies. A questionnaire has been prepared with three tracts to cover the areas of the study. The first tract relates to the data about the students of Ajman University of Science & Technology at Fujairah Campus. The second tract relates to measuring the dependence and exposure to social media sites. The third and last tract concerns the follow-up of the phenomenon of hooliganism and sport crime on social media sites and its relation to shaping social awareness. The researcher has applied this questionnaire to a sample of 500 students after duly ensuring its validity.

After collecting and analyzing the data, the study has reached conclusions relating to the extent of the role of social media networks in the formation and shaping of the social awareness of university students. The study has also made some suggestions and recommendations, the most important of which are the following: the development and implementation of practical mechanisms and strategies for confronting hooliganism and crime in sport, a phenomenon which threatens the values of Arab society; the need for full political, cultural, social, and educational involvement of the youth and the reinforcement of their social awareness of the positive and negative aspects of social media through the the social, cultural, educational, and religious institutions; the activation and strict application of the firm laws punishing hooliganism and crime in sport; the

Copyright © EPRA 2015

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or epra_cairo@yahoo.com,
dr_hatematef2000@yahoo.com, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of public relations research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Seventh issue - July / September 2015

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chairman of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Sadek Rabeh (Algeria)

Associate Professor of mass communication
the dean of Media and Public Relations - Emirates College
of Technology - Abu Dhabi - United Arab Emirates

El-Sayed Abdel-Rahman Ali

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and
Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Ahsan and Mass Communication, Vice President of the
International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharif (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Eighth Issue – July /September 2015

Abstracts Researches in Arabic:

- **Prof. Dr. Yass Al-Bayati** - Ajman University of Science & Technology
The role of the Social media in shaping social awareness in relation to sport hooliganism and crime from the viewpoint of the university students 7
- **Associate Prof. Dr. Ridha Mahmood Methmani** - Bahrain University
Enterprise strategy and Communication strategy: What kind of link ? 9
- **Associate Prof. Dr. Zohair Abdul Latif Abed Abed** - Al-Aqsa University
The Impact of Zionist Propaganda on The Palestinian Public Opinion During 2014 Aggression on Gaza Descriptive Study 11
- **Dr. Ibrahim Hassan El-Morsi Mohammed** - Sinai University
Patterns of Sinai Public Exposure to the Social Networks and Its Relationship to Formation of Opinion toward Current Events 12
- **Dr. Hamdy Bashir** – Cairo University
New Media Phenomenon and Its Impact on National Security 13
- **Dr. Maha Mustafa Omer Abdalaziz** – Emirates College of Technology - Abu Dhabi
Initiatives to protect intellectual property rights in the electronic environment "Copyright model" 15
- **Mohammed Amin Abaob** – Hassiba Ben Bouali University - Algeria
Citizen journalism: from receiving to producing media content 17

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network

(ENSTINET)

Copyright ©2015 EPRA

www.epra.org.eg