

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية
السعودية كوجهة رياضية عالمية

**The impact of using social networks in enhancing the image of Saudi
Arabia as a global sports destination**

الباحث/ م مالك نشاي العصيمي

إشراف/ د ماهيتاب ماهر الرافعي

٢٠٢٣ م

الفهرس

الموضوع	رقم الصفحة
مقدمة	٣
الدراسات السابقة	٤
مشكلة الدراسة	٩
أهمية الدراسة	١٠
أهداف الدراسة	١٠
تساؤلات الدراسة	١٠
مفاهيم الدراسة	١١
فروض الدراسة	١٣
الإطار المنهجي للدراسة	١٣
منهجية الدراسة	١٥
أدوات جمع البيانات	١٥
التبويب المقترح وفق الخطة الزمنية	١٦
قائمة المصادر والمراجع المبدئية	١٧

مقدمة

في ظل تطور التقنيات والوسائل الجديدة واتساع انشراها واستخدامها توجب على الباحثين دراسة تأثيرها واستخدامها بالشكل الأمثل وفي ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والتي كان لها دور كبير في التأثير على مستخدميها سواء إيجابياً أو سلبياً يمكن تعزيز استخدامها للترويج لنشاطات والأحداث الرياضية فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً قوياً للأخبار الرياضية ومسرحاً مهماً للنقاشات الرياضية ووفقاً لمؤشر (Sprout Social Index) لعام ٢٠٢٠، أن ٤٥ % من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي هم من الذين يستخدمونها لمشاهدة الأحداث الرياضية، كما انها مكان مفضل لترويج الشائعات والأكاذيب (الماجد ٢٠٢٢). ويمكن استخدام هذه الوسائل بشكل فعال للترويج للأنشطة الرياضية وزيادة الوعي بالفعاليات الرياضية وزيادة الاهتمام والمشاركة من قبل الجمهور.

وكما نعلم ان المملكة العربية السعودية بعدما تم إطلاق رؤية ٢٠٣٠ من قبل سمو الأمير محمد بن سلمان والتي تهدف لجعل المملكة وجهه عالمية في مختلف المجالات ومن ضمن هذه المجالات المجال الرياضي عبر برنامج جودة الحياة وهو أحد برامج تحقيق رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويهدف البرنامج إلى تحسين جودة حياة الفرد والأسرة والمجتمع، وذلك من خلال تحسين البيئة المحيطة بهم وتوفير الخدمات الأساسية والترفيهية والثقافية والرياضية

وشهد القطاع الرياضي في ٢٠٢١ م تدشين عدد من الخطط والاستراتيجيات المحورية، منها استراتيجية دعم الاتحادات الرياضية، وبرنامج تطوير رياضي النخبة، وبرنامج «فخر» المختص بالألعاب البارالمبية (لذوي الاحتياجات الخاصة) إضافة إلى إنشاء أكاديمية تعنى بتنمية المواهب الرياضية وتطويرها في كافة مناطق المملكة العربية السعودية في الألعاب الفردية والجماعية، وتطوير معهد إعداد القادة الذي يقدم دورات و برامج رياضية تعليمية لإعداد المدربين والحكام والفنيين في المجال الرياضي وتنفيذ حملات تعزيز الوعي بممارسة الأنشطة الرياضية في المجتمع عبر الاتحاد السعودي للرياضة للجميع (موقع رؤية ٢٠٣٠)

كما تهدف رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ إلى تحقيق نهضة حقيقية للقطاع الرياضي وصناعته، وتنويع مصادر دخل الدولة وبناء مستقبل مميز على الأصعدة كافة، من خلال إعادة هيكلة القطاع الرياضي وتطويره، بالتركيز على عدد من المستهدفات، شملت تحقيق التميز في الرياضات المختلفة وتطوير البنية التحتية الرياضية وتحسين الكفاءة التشغيلية للاتحادات الرياضية.

وتشمل المبادرات التي تم تنفيذها والتي تشرف عليها وزارة الرياضة دعم الاتحادات الرياضية وتطويرها، وتأهيل الكفاءات الرياضية، وتطوير المرافق والمنشآت الرياضية بالشراكة مع القطاع الخاص، وتشجيع الرياضات بأنواعها من أجل تحقيق تميز رياضي على الصعيدين المحلي والعالمي .

كما سعت لاستضافة العديد من الأحداث الرياضية العالمية، مثل رالي داكار السعودية ٢٠٢٣ م في نسخته الرابعة، وبطولة كأس السوبر الإسبانية، وبطولة كأس السوبر الإيطالية، وبطولة العالم للفورمولا إي بالدريجة، وطواف السعودية ٢٠٢٣ م في الدراجات بالعللا. كما تنوي استضافة نهائيات كأس العالم لقفز

الحواجز والترويض ٢٠٢٤ ودورة الألعاب الآسيوية للصالات والفنون القتالية ٢٠١٥، وبطولة كأس آسيا ٢٠٢٧، وسيكون العالم في عام ٢٠٢٩ م على موعد مع منظر خلاب عندما تقام دورة الألعاب الآسيوية الشتوية في مدينة تروجينا السعودية، وهي المرة الأولى التي تقام فيها البطولة في دولة عربية، وقد أعلنت المملكة العربية السعودية عن نيتها لتقديم طلب استضافة كأس العالم للمنتخبات في عام ٢٠٣٤ وهو الحدث الأبرز في كرة القدم العالمية (يمن لقمان ٢٠٢٣).

وقد تمكنت المملكة العربية السعودية بكسب استقطاب العديد من النجوم العالميين وهم الأكثر تأثيراً على وسائل التواصل الاجتماعي عالمياً للعب في الدوري السعودي مما يشكل قيمة مضافة للدوري وللمملكة في الترويج للأحداث الرياضية، ويأتي أبرز النجوم اللاعب البرتغالي كريستيانو رونالدو وهو أحد أكثر اللاعبين شعبية على مواقع التواصل الاجتماعي. وفقاً للبيانات الأخيرة، يتربع رونالدو على صدارة قائمة أكثر اللاعبين متابعة على جميع مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية بـ ٨٨٦ مليون متابع، ونيمار نجم البرازيل الأول وأحد أفضل اللاعبين في العالم ويملك نيمار شعبية طاغية وله عدد ٣٩٠ مليون متابع على وسائل التواصل الاجتماعي الرئيسية، إضافة لعدد من النجوم المؤثرين في المنتخبات العالمية.

الدراسات السابقة

١- دراسة إنجين أنغورين- يشلر كاماز- مراد يتكن . بعنوان (تصورات السكان المحليين لأثار استضافة الأحداث الرياضية الوطنية والدولية) (2015) تهدف إلى تحديد تصورات السكان المحليين للأحداث الرياضية الوطنية والدولية. أجريت الدراسة في ألمانيا التي تعد موطناً للعديد من الأحداث الرياضية كل عام. نتيجة للتحليلات، تقرر خداع السكان المحليين للأحداث الرياضية الوطنية والدولية التي تقام في ألمانيا تحت ثمانية جوانب. كانت هذه الجوانب بعنوان "المساهمة الاقتصادية" و"إشباع الثقافة الرياضية" و"مشاكل الازدحام المروري" و"أداة الترويج وزيادة قيمة العلامة التجارية" و"الأضرار البيئية" و"التفاعل الاجتماعي" و"تطوير البنية التحتية وجلب الاستثمار الرياضي" و"العبء المالي ومشكلة القدرات غير المستخدمة". ضمن نتائج الدراسة، تقرر أن الغالبية العظمى من المشاركين، على الرغم من أنها جزئياً، لديهم معلومات تتعلق بالأحداث الرياضية التي تقام في ألمانيا، في حين أن جزءاً أقل منهم يحضر الأحداث الرياضية التي تقام في ألمانيا بانتظام أو متكرر. بالإضافة إلى ذلك، تقرر أن المشاركين لديهم تصور بأن الأحداث الرياضية التي تقام في ألمانيا تضيف الثقافة الرياضية على السكان المحليين، مما يسبب مشاكل الازدحام المروري، ويزيد من قيمة العلامة التجارية للوجهة ويشتري التفاعل الاجتماعي في حين يقدمان مساهمة اقتصادية جزئياً، ويضر بالبيئة جزئياً، ويطور جزئياً البنية التحتية ويجلب الاستثمار الرياضي، ويجلب جزئياً عبئاً مالياً على الوجهة ويسبب جزئياً مشكلة القدرات غير المستخدمة.

٢- دراسة (اسلام جباره جعبري) بعنوان (وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أدوات الترويج الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية) (٢٠١٨) تهدف إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي كأحد

أدوات الترويج الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية وتسعى الدراسة إلى التعرف على نسبة محلات الملابس التجارية التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج، بالإضافة إلى التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة كأحد أدوات الترويج الإلكتروني، والتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة التميز)، وقد تم استخدام الاستبانة و المقابلات كأدوات لجمع البيانات، فقد تم إعداد استبانة وزعت على مجتمع الدراسة كامل الذي بلغ عدده ٦٢ محل تجاري للملابس بيع التجزئة في مدينة الخليل، حيث اعتمدت الدراسة المسح الشامل لمجتمع الدراسة، وقد تكونت الاستبانة من جزئين رئيسيين الجزء الأول لقياس نسبة محلات الملابس التجارية التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أدوات الترويج، بالإضافة إلى قياس وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بكثرة، أما الجزء الثاني فقد كان لقياس الميزة التنافسية، حيث تكونت من ثلاثة أجزاء فرعية جزء لقياس التكلفة وجزء لقياس الجودة، والجزء الأخير لقياس التميز. أما بالنسبة للمقابلات فقد تم اختيار ثلاثة من خبراء التسويق وعمل مقابلات معهم كل واحد على حده لتفسير نتائج تحليل الاستبانات، وقد اعتمدت الدراسة على المنهجين الكمي والنوعي معا. وقد أظهرت الدراسة أن ٥٣% من المحلات التجارية تقوم باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة ترويجية، بالإضافة إلى أن التوجه الأكبر في الترويج الإلكتروني كان على استخدام الفيس بوك كأداة ترويجية ومن ثم السناپ شات ومن ثم الانستغرام بالترتيب. بالإضافة إلى أن الدراسة أظهرت أن نسبة عالية جدا بلغت ٩٣% من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كأداة ترويجية كبديل عن الوسائل الترويجية الأخرى ٧% يستخدمونها كمكمل، إضافة إلى أن الدراسة توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تحقيق الميزة التنافسية لمحلات الملابس التجارية حيث أن الدراسة أثبتت أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور في تقليل تكلفة التسويق وتحقيق الجودة في عملية البيع وتحقيق التميز في عملية البيع.

٣- دراسة (محمد سيد زرمبة ، تامر عبد العظيم عبد الموجود) بعنوان (العائد من استضافة مصر لكأس الأمم الأفريقية لكرة القدم ٢٠١٩ كحدث رياضي كبير) ٢٠١٩ تهدف إلى التعرف على العائد من استضافة مصر لكأس الأمم الأفريقية لكرة القدم كحدث رياضي كبير. استخدم الباحثان المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي اشتمل مجتمع البحث الخبراء في مجالات الإدارة الرياضية والاقتصاد والسياحة وعلم الاجتماع الرياضي. وقد قام الباحثان باختيار (٨٧) خبيراً بالطريقة الطبقية العمدية لتكون عينة الدراسة بإجمالي (٨٧) فرداً تم تقسيمهم إلى (٢٢) فرد كعينة استطلاعية لتقنين أداة البحث و (٦٥) فرد كعينة أساسية صمم الباحثان استمارة استبيان العائد من استضافة مصر لكأس الأمم الأفريقية ٢٠١٩ كحدث رياضي كبير لجمع البيانات . أوضحت النتائج ما يلي: أن أهم العوائد لاستضافة مصر لبطولة كأس الأمم الأفريقية ٢٠١٩ هما العائدين النفسي والسياسي، استضافة مصر لهذه البطولة سيعمل على زيادة الحماس والفخر والاعتزاز الوطني للشعب المصري، تأتي هذه البطولة كتأكيد قوي للريادة المصرية برئاسة الاتحاد الأفريقي بدءاً من ٢٠١٩، ستعمل البطولة على تعزيز السمعة الدولية لمصر، بتنظيم مصر لهذه

البطولة سيستعيد المواطنون الثقة في قدرات الدولة التنظيمية للأحداث الرياضية الكبرى، ستشبع هذه البطولة الدافع الوطني للجمهور من خلال التشجيع ودعم المنتخب الوطني للفوز بالبطولة للمرة الثامنة.

٤- دراسة (عبدالرحيم الدروشي) بعنوان (توجهات العمانيين نحو استضافة الأحداث الرياضية في سلطنة عمان) (٢٠٢٠) تهدف إلى التعرف على توجهات العمانيين نحو استضافة الأحداث الرياضية في سلطنة عمان وربطها بمجموعة من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتنموية. ويتحقق هذا الهدف من خلال التعرف مستوى رغبة العمانيين في استضافة الأحداث الرياضية، وأهم الأسباب الدافعة لاختيارهم لاستضافة الأحداث الرياضية، والفروق في استجابة أفراد عينة الدراسة حول استضافة الأحداث الرياضية تبعاً لمتغيري الانتماء للقطاع الرياضي والفئة العمرية. استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي لملائمته لبحث الظاهرة قيد الدراسة تكونت عينة الدراسة من (١١٠٣) أفراد منهم (٥٨٧) فرداً ينتمون للقطاع الرياضي و(٥١٦) لا ينتمون للقطاع الرياضي تم اختيارهم بطريقة العينة المتوفرة ممن تطوعوا في الاستجابة لأداة الدراسة (الاستبانة). أشارت النتائج أن العمانيين يمتلكون رغبة كبيرة في استضافة الأحداث الرياضية أياً كان نوعها. جاءت مستويات رغبة العمانيين في استضافة الأحداث الرياضية أعلى للأحداث الرياضية الصغيرة والمتوسطة في المنطقة إضافة إلى البطولات الدولية الشاطئية والبحرية، وذلك مقارنة بالأحداث الرياضية العالمية الضخمة؛ الأمر الذي يؤكد وعي العمانيين في الأحداث الرياضية المناسبة للاستضافة في الفترة الراهنة قياساً بالإمكانيات التي تمتلكها سلطنة عمان جاءت جميع العوامل الاقتصادية والاجتماعية، والإرث والتنمية والمواطنة مؤثرة في رغبة العمانيين لاستضافة الأحداث الرياضية. وتشير النتائج إلى أن العوامل الاقتصادية هي الأكثر تأثيراً في اختيار العمانيين لاستضافة الأحداث الرياضية وأن العوامل الاجتماعية الأقل تأثيراً في اختيارهم قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها استغلال التوجهات الحالية للعمانيين نحو استضافة الأحداث الرياضية لاسيما وأنها توجهات نحو أحداث رياضية تعود بفوائد اقتصادية على المناطق المستضيفة بأقل تكلفة مالية، ومراعاة أن يكون التخطيط للتدرج في استضافة الأحداث الرياضية بما يتوافق مع الإمكانيات المتوفرة وخطط ورؤى سلطنة عمان المستقبلية المتمثلة في رؤية عمان ٢٠٤٠.

٥- دراسة (بخيت درويش ، نجوي فهمي ، رينيه اسكاروس) بعنوان (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمييز وترويج سمات وصورة المدن الإماراتية) (٢٠٢٠) تهدف إلى التعرف على اتجاهات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إزاء الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في تمييز المدن الإماراتية، ومدى تأثير تباين مستويات استخدامها على اتجاهات وتصورات المتعاملين معها عن هذه المدن وباستخدام مؤشرات ومقاييس محددة للسمات المميزة للمدن ولصورها، ومستويات استخدامها وسائل التواصل الاجتماعي، تم تطبيق استبانة مع عينة من مواطني دولة الإمارات والمقيمين بها، وتحليل نتائجها باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية. وخلصت الدراسة إلى وجود علاقات ارتباط إيجابية بين تفاعل المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي وبين تصوراتهم للسمات المميزة للمدن الإماراتية وللصور التي يحملونها عنها ، كما خلصت لوجود علاقات ارتباط إيجابية بين اتجاهات المستخدمين إزاء أدوار هذه الوسائل في الترويج للمدن الإماراتية وبين تصوراتهم عن هذه المدن. وأظهرت الدراسة تأكيد المستخدمين على أن السمات المتعلقة بالبنية التحتية

للمدن الإماراتية وبيئتها النظيفة وتوافر المناطق السياحية وغيرها أكثر أهمية لديهم من مجرد توفيرها للتسهيلات السياحية والسفر، كما انتهت لوجود فروق بين المستخدمين فيما يتعلق بتصوراتهم عن المدن الإماراتية وخاصة ما يتعلق بخبرتهم وتجاربهم السابقة. الكلمات الدالة وسائل التواصل الاجتماعي، الترويج للمدن، صورة المدن، المدن الإماراتية

٦- دراسة (نورة الهاجري. ، عبدالرحمن المري) بعنوان (دور وزارة الثقافة والرياضة القطرية في تشكيل صورة الدولة أثناء تنظيم كأس العالم) (٢٠٢١) تهدف إلى البحث في أهمية الدور المؤسسي في تشكيل الصورة الثقافية لدولة قطر عند تنظيم كأس العالم لكرة القدم من خلال التركيز على الكيفية التي ينظر بها القطريون إلى دور وزارة الثقافة والرياضة في استثمار الرياضة كقوة ناعمة جديدة ضمن أشكال القوة الناعمة التي تتخذها قطر سبيلاً لتواجدها الدولي؛ وللتأكيد على أهمية الصورة الثقافية في تحقيق مكاسب من الحدث الضخم، جاءت أسئلة الدراسة على النحو الآتي: ما رأي المثقفين القطريين بتأثير وزارة الثقافة للشخصية القطرية؟ وهل يمكن استثماره في الحدث؟ ما رأي المثقفين بفعاليات وزارة الثقافة؟ وكيف لها أن تسهم في تشكيل الصورة الثقافية؟ وما رأي المثقفين بدور الشباب في مناسبات وزارة الثقافة؟ وكيف لهم أن يكونوا جزءاً من تلك الصورة الثقافية في نهائيات كأس العالم لكرة القدم ٢٠٢٢؟ اعتمد البحث أدوات كيفية مثل المقابلة والحلقة البؤرية وتركزت إجابات المشاركين حول ثلاثة محاور إطار الشخصية القطرية، ومحور الفعاليات الثقافية والعنصر البشري وتوصل البحث إلى أن هناك عدم موافقة على تأطير الشخصية القطرية من قبل الوزارة، وأن تأطيرها لا يحظى بقبول كبير عند المثقفين، في حين بين البحث الدور المهم للأنشطة الثقافية والفعاليات المتنوعة في جذب الزائرين والتعرف على ثقافة البلد؛ مما قد يسمح في تشكل صورة ذهنية إيجابية ، وأكد أيضاً على ضرورة تأهيل المواطنين ولا سيما الشباب وتمكينهم من المشاركة والإسهام في هذا الحدث، حيث يُمثل الشباب عنصراً حاسماً في تشكيل الصورة الثقافية الإيجابية المرجوة.

٧- دراسة (عادل بن سعادة - ياسين كحلال) بعنوان (أثر الترويج بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على اتخاذ قرار الشراء دراسة عينة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي من ولاية المدينة) (٢٠٢٢) تهدف إلى تسليط الضوء على تأثير الترويج من قبل المؤثرين من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية في تحقيق قرار الشراء. تم توزيع الكلمة المنطوقة وإعلانات المؤثرين حول العلامة التجارية وتجارب المؤثرين واستخدامات العلامة التجارية) و ٣٥٠ قائمة من الاستبيانات على عينة من رواد وسائل التواصل الاجتماعي في ولاية ميديا. وجدت الدراسة: - الترويج من قبل المؤثرين من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية يساهم في اتخاذ قرار الشراء. - هناك تأثير ذو دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ٠,٠٥. لبعد الوعي بأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية على قرار الشراء. - هناك تأثير ذو دلالة إحصائية على مستوى ٠,٠٥. من بعد الكلمة المنطوقة إلكترونياً على قرار الشراء. - هناك تأثير ذو دلالة إحصائية على مستوى ٠,٠٥. لبعد إعلانات المؤثرين حول العلامة التجارية على قرار الشراء. - هناك تأثير ذو دلالة إحصائية في مستوى الأهمية البالغ ٠,٠٥. لبعد تجارب واستخدامات العلامة التجارية من قبل المؤثرين على قرار الشراء. - هناك تأثير ذو دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ٠,٠٥. لتعزيز المؤثرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على اتخاذ قرار الشراء - لا توجد

اختلافات ذات دلالة إحصائية على مستوى أهمية ٠,٠٥. بين إجابات أعضاء عينة الدراسة بسبب المتغير الجنساني. - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية على مستوى أهمية ٠,٠٥. بين إجابات أعضاء عينة الدراسة بسبب المتغير العمري. - هناك لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ٠,٠٥. بين إجابات أعضاء عينة الدراسة بسبب متغير الحالة الأسرية - هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ٠,٠٥. بين إجابات أعضاء عينة الدراسة بسبب متغير المستوى التعليمي. - هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ٠,٠٥. بين إجابات أعضاء عينة الدراسة بسبب متغير الوظيفة. - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ٠,٠٥. بين إجابات أعضاء عينة الدراسة المستحقة إلى متغير الدخل.

٨- دراسة (مها الشعبي) بعنوان (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالملكة العربية السعودية أثناء جائحة كوفيد ١٩ : النتائج الأولية من دراسة استقصائي على الانترنت، ودورها في ترويج حملات العلاقات العامة) (٢٠٢٢) تهدف إلى الدراسة إلى بيان تأثير جائحة كورونا على نسب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، وإمكانية استخدام ذلك في ترويج حملات العلاقات العامة، تم اعتماد الاستبيان كأداة للدراسة، حيث تم تجميع عدد ٢٣٦ رد صالح للتحليل، انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها تمثل فئة الإناث أكثر الفئات ارتياداً لمواقع التواصل الاجتماعي من الذكور، يظهر أن أغلب المواقع استخداماً في المملكة العربية السعودية انستقرام تويتر سناب شات أغلب السعوديين لا يرغبون في استخدام قنوات التواصل الاجتماعي لدوافع خاصة بهم، هناك قلق اجتماعي في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي ربما يعزى لأسباب رقابية، وأوصت الباحثة في نهاية الدراسة بعمل دراسة استقصائية على عينة تجريبية (مركزة) تركز على دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على موضوع الذكاء الاجتماعي في حال الاستخدام وعدم الاستخدام، عمل دراسة عن إمكانية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير الذات، والتسويق الرقمي، والتكسب المالي منها ، عمل دراسة تركز على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في صياغة العقل الجمعي

٩- دراسة (أحمد العايدي ، - أميرة محمد - رحاب السيد) بعنوان (دور الحسابات الرسمية على موقع تويتر في التسويق السياحي للمواقع السياحية والأثرية بالملكة العربية السعودية : دراسة ميدانية) (٢٠٢٢) تهدف إلى التعرف على دور الحسابات الرسمية على موقع تويتر في التسويق السياحي للمواقع السياحية والأثرية بالملكة العربية السعودية باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات بالتطبيق على عينة عمدية من متابعي الحسابات الرسمية السياحية على موقع تويتر ، وبالاعتماد على منهج المسح الإعلامي ، توصلت الدراسة لعدة نتائج من أبرزها ما يلي : تعددت الصفحات السياحية التي حرص الباحثون على متابعتها وتمثلت تلك الصفحات في صفحة وزارة الثقافة وزارة السياحة موسم الرياض، الهيئة العامة للترفيه صفحة الهيئة السعودية للسياحة صفحة روح السعودية، هيئة التراث، يليها صفحة هيئة المتاحف، صندوق التنمية السياحي، كما تعددت أبرز المناطق الأثرية التي حرصت عينة الدراسة على متابعة معلومات عنها باستمرار وتنوعت ما بين : منطقة العلا الخبر واحة الاحساء مدائن صالح، تلتها جزيرة الفرسان، وادي طويق

قصر المصمك قلعة تبوك، كما توصلت أيضا ارتفاع درجة التقييم الإيجابي لدور تلك الصفحات في التوعية بالمووروث الثقافي والأثري للمملكة العربية السعودية

التعليق على الدراسات السابقة :

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين وجود تأثير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق والترويج بشكل عام .

ومن خلال استعراض كثير من نتائج هذه الدراسات يتبين حجم التفاعل الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي على الترويج كما بينت أن هذه الوسائل توفر مصدراً مهماً للحصول على المعلومات والأخبار من المصادر الرسمية .

كما تبين في الدراسات السابقة أن الأحداث الرياضية المستضافة لها أثر كبير على البلدان المستضيفة من جذب الزائرين والتعرف على ثقافة البلد؛ مما قد يسمح في تشكل صورة ذهنية إيجابية ولها أثر اقتصادي كبير من ناحية خلق فرص عمل للشباب ،

لذلك، يمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق والترويج بشكل فعال، وكذلك الاستفادة من الأحداث الرياضية لجذب الزائرين وتعزيز الاقتصاد المحلي.

ومع أن الدراسات السابقة تناولت وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجالات المختلفة و دور الاحداث الرياضية واستضافتها على البلدان فإننا في دراستها هذه سنتناول دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية كوجهة رياضية عالمية.

مشكلة الدراسة

فرضت وسائل التواصل الاجتماعي وجودها في عصرنا الحالي ،وبات بإمكان الفرد الحصول على المعلومات والأخبار بوقت وجيز ،كما تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تمكن الأفراد والمنظمات من التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، وتتيح لهم التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية ، ولما لها من تأثير سلبي وإيجابي أصبح بمقدور أي موثر فيها التأثير فيها من خلال بثه للمعلومات المغلوطة والاكاذيب والشائعات والأخبار المتحيزة والتأثير على الأحداث والفعاليات وبما ذلك على الرياضة السعودية واستضافة الاحداث الرياضية الكبرى أو القدوم الى المملكة العربية السعودية بغرض العمل أو السياحة أو أداء الفروض الدينية ،ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الصورة الإيجابية للمملكة العربية السعودية ، وبناء صورة للدولة كوجهة رياضية عالمية ومدى اعتماد هذه الوسائل لهذا الغرض.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على دور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على تعزيز صورة المملكة على أن تكون واجهة رياضية عالمية، وتسلب الضوء على أهمية استخدامها كمساعد مع استضافة الأحداث وحسن تنظيمها ومساهمة المسؤولين على وضع الخطط المناسبة لها إضافة على ذلك استقطاب العديد من المؤثرين في مجال الرياضة وغيرها للمساهمة في تكوين دوري عالمي لكرة القدم إضافة إلى الرياضات المختلفة مما لها من أثر اقتصادي وسياسي واجتماعي وسياحي. ومن هنا جاءت أهمية هذه الدراسة من خلال معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لهذه الأحداث والتأثير الإيجابي والمضاد لتشويش والأكاذيب التي قد تمنع أو تؤخر من استضافة هذه الأحداث والفعاليات الكبرى، أو قدوم النجوم للمملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة للتعرف على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية كوجهة رياضية عالمية ، وذلك من خلال الأهداف التالية :

أولاً: التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها في الترويج للأحداث الاستضافة وللرياضات المختلفة في المملكة العربية السعودية.

ثانياً: معرفة مدى اهتمام المهتمين بالجانب الرياضي بالمعلومات والأخبار المنشورة عن هذه الأحداث والرياضات المختلفة في المملكة العربية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: قياس مدى تأثير الأسباب التي قد تؤثر على الاستضافات والرياضات المختلفة في المملكة العربية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي .

رابعاً: تعزيز التأثير المترتب على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المختصين للترويج لهذه الأحداث والرياضات المختلفة في المملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

تهدف هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما لطرق التي يمكن أن تزيد من التأثير على الأحداث في وسائل التواصل الاجتماعي ؟
٢. ماهي اهتمامات المهتمين بالجانب الرياضي من المعلومات والأخبار المنشورة عن الأحداث والرياضات المختلفة في المملكة العربية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
٣. ما الأسباب التي قد تؤثر على تلك الاستضافات والرياضات المختلفة في المملكة العربية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي .

٤. ما الآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المتمردين بالشأن الرياضي لتلك الأحداث

مفاهيم الدراسة

- وسائل التواصل الاجتماعي

وسائل التواصل الاجتماعي هي المنصات الافتراضية التي تمكن عدة أشخاص من إنشاء ومشاركة المعلومات مع بعضهم البعض ، من خلال مجموعة متنوعة من أجهزة الذكاء ويزداد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل سريع في جميع أنحاء العالم، كما تختلف شعبية ونوع الوسيلة المختلفة من دولة الى دولة ، و توجد خمسة أنواع من منصات وسائل التواصل الاجتماعي وهم: الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام ومواقع تحديد الموقع والحشد الجماعي والمنصات المختلطة (لديها أكثر من وظيفة). تستخدم ستة فئات رئيسية من الأجهزة للوصول إلى منصات وسائل التواصل الاجتماعي: أجهزة الكمبيوتر المكتبية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وأجهزة الألعاب وأجهزة التلفزيون الذكية والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية والهواتف العادية (الأبكم) والسيارات المزودة بأجهزة الكمبيوتر. (Hugh Brooks and Ravi Gupta (2017))

- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

لوسائل التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة لما تمثله من دور في حياتنا اليومية وتقدم العديد من الفوائد والمزايا في تسهيل التواصل مع الآخرين وتساهم بشكل كبير في بناء العلاقات كما أنها وسيلة لبناء علامتك التجارية والتسويق وزيادة نسبة المبيعات، وخفض تكاليف التسويق والدعاية وزيادة نسبة عدد الزيارات إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمشروع أو الشركة. وتطوير القدرة إلى وصول المنتج إلى الأسواق الدولية وتطوير التواصل مع الزبائن أو الشركات الأخرى. كما تعتبر تغذية راجعة للعملاء. وتساهم أيضاً في الحصول على فرص عمل ويمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في تطوير عملية التعليم ، وذلك من خلال الاستفادة من البرامج التعليمية التي يتم مشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. التواصل مع الأشخاص المتخصصين بموضوعات معينة ومتابعتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبحث عن موضوع معين ضمن هذه المواقع وإكساب المتعلمين القدرة على بناء المصداقية الاجتماعية. ويمكن وصفها أيضاً وسيلة للترفيه والمتعة، فالكثير من الناس يقومون باستخدام هذه الوسائل عندما يريدون الاسترخاء والتحرر من ضغوط العمل، ويُعتبر أمر مشاهدة التعليقات والمشاركات من المستخدمين الآخرين أمراً جيداً للشخص المستخدم، ويعود ذلك نظراً للفطرة الاجتماعية التي وُجد بها الإنسان (الوعيل. الجريوي ٢٠٢٠).

- الصورة الذهنية (صورة المملكة العربية السعودية)

هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء المنظمات، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وإدارة الصورة الذهنية تقوم على ثلاث مراحل:

• بناء الصورة :

لجأت العديد من الجهات إلى التعريف بذاتها، من خلال إطلاق حملات تعريفية مكثفة بمشاريعها أو الخدمات التي تقدمها، وذلك لخلق صورة إيجابية لها لدى عوام الجمهور، وكذلك لبناء صورة ذهنية لها،

• المحافظة على الصورة وتعزيزها؛

وذلك من خلال المحافظة على الصورة الإيجابية الموجودة – لدى الجمهور عن المنظمة والانطباع الإيجابي عنها، وتلجأ بعض الجهات إلى المحافظة على مكتسباتها والصورة الإيجابية التي حققتها أمام الجمهور، وذلك من خلال حملات تقديمها في شبكات التواصل الاجتماعي لإبقاء الصورة الذهنية الإيجابية

• تصحيح الصورة

ويتم اللجوء إلى هذا النوع حينما تواجه المنشأة أزمة مع الجمهور، وتكون نظرتهم نحو المنشأة سلبية وتسعى الجهة من خلال تلك الحملات إلى إعادة تصحيح النظرة تجاه المنشأة، (الوعيل. الجريوي ٢٠٢٠).

- الأحداث الرياضية

الأحداث الرياضية هي مناسبات رياضية تقام في فترة محددة من السنة ولها فتره محدده وتشمل مختلف الرياضات الفردية والجماعية وتؤثر الأحداث الرياضية بشكل إيجابي على المجتمعات المضيفة وعلى الأفراد بشكل عام كما أن الأحداث الرياضية تساهم في تحسين الصحة النفسية والجسدية للأفراد، وتعزز العلاقات الاجتماعية وتحسن الوضع الاقتصادي للمجتمعات المضيفة كما تساهم الأحداث الرياضية في تعزيز الاقتصاد المحلي للمجتمعات المضيفة من خلال جذب السياح وتوفير فرص العمل وتحسين الأوضاع المالية للمجتمعات المضيفة.

- الرياضة السعودية

تشتهر المملكة العربية السعودية بالعديد من الأنشطة الرياضية المختلفة، وتحظى الرياضة بدعم كبير من الحكومة والمجتمع ويوجد العديد من الأندية الرياضية في المملكة العربية السعودية، وتحتوي على العديد من الرياضات مثل كرة القدم والسلة والتنس والجولف والسباحة والجمباز والمصارعة والفروسية وسباق الهجن وغيرها. كما تنظم المملكة العربية السعودية العديد من الأحداث الرياضية المختلفة على مستوى الدولي

والمحلي، وتعتبر كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية في المملكة العربية السعودية، وتتوفر العديد من الأندية الرياضية المختلفة في هذه الرياضة، مثل الهلال والنصر والأهلي والاتحاد وغيرها. وتعتبر الرياضة جزءًا مهمًا من الحياة اليومية للمواطنين والمقيمين في المملكة العربية السعودية.

فروض الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

- ١- توجد فروض ذات دلالة إحصائية في عوامل اعتماد المهتمين بالشأن الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي ؛ للحصول على المعلومات والأحداث الرياضية تبعًا لسماتهم الديموغرافية
- ٢- توجد فروض ذات دلالة إحصائية في حرص المهتمين بالشأن الرياضي على قراءة الموضوعات الرياضية المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي تبعًا لسماتهم الديموغرافية.
- ٣- توجد فروض ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المهتمين بالشأن الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي في المعرفة بالأحداث الإحصائية تبعًا لسماتهم الديموغرافية
- ٤- توجد فروض ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية المترتبة على اعتماد المهتمين بالشأن الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي ، في تكوين معرفتهم الرياضية تبعًا لسماتهم الديموغرافية
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية المترتبة على اعتماد المهتمين بالشأن الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين معرفتهم الرياضية تبعًا لسماتهم الديموغرافية
- ٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المهتمين بالشأن الرياضي على قراءة الموضوعات الرياضية المنشورة، في وسائل التواصل الاجتماعي وبين عوامل اعتماد المهتمين بالشأن الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأحداث الرياضية
- ٧- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المهتمين بالشأن الرياضي على قراءة الموضوعات الرياضية المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي وبين اهتمامات وسائل التواصل الاجتماعي بالأحداث والموضوعات الرياضية.

الإطار المنهجي للدراسة

اتبعت هذه الدراسة نظرية الاستخدامات والاشباع وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي تعني بدراسة دور الجمهور في وسائل الإعلام وتلبية احتياجاته، وكانت البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة الهوكاتز ١٩٥٩ الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور وقد اعتبر كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية. (ريحانة بلوطي ٢٠١٥)

واهتمت نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال الأربعينات من القرن العشرين ، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية ، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام ويشير "ويرنر" و "تاتكر" إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور : على قراءة الكتب ، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية ، ، وأفلام السينما وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك (محمد حجاب، ٢٠١٠).

وبعد أن اتضحت المداخل الرئيسة للنظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية. ولأن نظرية الاستخدامات والإشباع قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فأضفت النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقياً سلبياً بل ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبى حاجاته النفسية والاجتماعية. لذا يرى **الهيوكاتز** وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض هي كالاتي :

- إن أعضاء مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدرکہا أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع هذه الحاجات.
- يمكن الاستدلال بالمعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية وهي

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.(مي عبدالله، ٢٠٠٦)

منهجية الدراسة

يعد المنهج المستخدم في هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية ويستخدم المسح الميداني في موضوع تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية كوجهة رياضية عالمية مما يسهم في الحصول على معلومات وبيانات حول تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية ووضع التوصيات بناء على النتائج لتعزيز التأثير والترويج للأحداث الكبرى والرياضة السعودية بشكل عام.

المنهج الوصفي

يعد المنهج الوصفي الأكثر شيوعاً وانتشاراً في عالم البحوث الإنسانية، حيث لا يمكن الاستغناء عنه، إذ أن الدارس لأية ظاهرة ضرورية يجب أن تتوفر لديه أوصاف دقيقة للظاهرة التي يدرسها بالوسائل المعينة والمناهج المحددة لها. قائمة والبحث وفق منهج البحث الوصفي يعد استقصاء أو استقراء ينصب على الظاهرة المدروسة كما هي ن بقصد وصفها وتشخيصها، وكشف علاقاتها بين العناصر والجوانب الرابطة بينها. لا يقتصر المنهج لوصفي على جمع البيانات والمعلومات، وتصنيفها وتبويبها، وإنما يمضي إلى تحليلها وتفسيرها، وغالباً ما يقترن الوصف بالمقارنة والتقويم ، ويستخدم أساليب القياس والإحصاء، ولا تكتمل عملية البحث العلمي بمنهج الوصف إلى أن تنظم هذه المعلومات والبيانات وتحلل وتفسر الاستنتاجات لحل المشكلة وضبطها،

إن البحوث الوصفية - كغيرها من البحوث التطبيقية العلمية - تنطلق من بدايتها بالتساؤلات من نوع لماذا؟ (أي من الإشكاليات والفرضيات وتحديد المتغيرات المستقلة والتابعة وتسعى في البحث إلى نهايتها وهدفها وهو الإجابة على التساؤلات من نوع كيف؟ أي التحديد بالضبط العلاقات الموجودة بين الظواهر ، أي الإجابة على التساؤلات والفرضيات السابقة وتحليلها وتفسيرها، واستنباط الحقائق المنطقية والواقعية، لتعميمها والتنبؤ بها .(موسى حريزي ، صبرينة غربي، ٢٠١٣)

أدوات جمع البيانات

سيتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات وتعتبر الاستبانة إحدى أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً في البحث العلمي، والتي تستخدم بشكل واسع للتوصل إلى الحقائق والمعلومات والتعرف إلى مختلف الآراء وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع محدد، ويتم ترتيبها في استمارة ترسل لعينة الدراسة. وتوزع ورقياً أو إلكترونياً.

التبويب المقترح وفق الخطة الزمنية

أولاً: التبويب المقترح وفق الخطة الزمنية:

سيتم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول،

- الفصل الأول و الذي يشمل المقدمة والأهداف، وأهمية الدراسة والتساؤلات، وفروض ومفاهيم الدراسة.
- الفصل الثاني حيث يشمل هذا الفصل الإطار النظري ويشمل الدراسات السابقة ومبحث عن وسائل التواصل الاجتماعي ، نشأتها، وأبرز خصائصها، وأنواعها بالإضافة إلى مبحث عن الرياضية السعودية .
- الفصل الثالث سيتناول الإجراءات المنهجية للدراسة والذي يشمل نوع الدراسة، وأدوات الدراسة، ومجتمع الدراسة، وأداة جمع البيانات، وعينة الدراسة، والتحليل الإحصائي.
- الفصل الرابع هو فصل الذي سيتعلق بالتحليل الإحصائي للدراسة بأداة التحليل وفيه سيتم رسم الجداول الإحصائية ومناقشة نتائج الدراسة. وكتابة التوصيات الممكنة بناء على النتائج المتحصلة خلال المناقشة .

ثانياً: الخطة الزمنية للدراسة:

الموضوع	أكتوبر ٢٠٢٣	نوفمبر ٢٠٢٣	ديسمبر ٢٠٢٣
اختيار الموضوع			
جمع المراجع			
اعداد خطة البحث			
الإطار النظري والدراسات السابقة			
الإجراءات المنهجية للدراسة			
جمع البيانات وتحليلها			
الخاتمة والتوصيات			

قائمة المصادر والمراجع المبدئية.

أولاً : المراجع العربية:

- ١- الجريوي، ماجد - الوعيل ، مشعل (٢٠٢٠م) الإعلام الرقمي من البدايات إلى تشكّل الإمبراطوريات ، تشكيل للنشر والتوزيع
- ٢- د الشمالية ، ماهر- د اللحام محمود - د كافي ، مصطفى.(٢٠١٤) الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع-الأردن
- ٣- Ravi Gupta - Hugh Brooks. ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح (٢٠١٧) وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها علي المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر - مصر
- ٤- جعبري ، اسلام (٢٠١٨) وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أدوات الترويج الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية . رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة الخليل
- ٥- د- زرمبة ، محمد سيد أحمد - د-عبد الموجود، تامر عبد العظيم (٢٠١٩) العائد من استضافة مصر لكأس الأمم الأفريقية لكرة القدم ٢٠١٩ كحدث رياضي كبير ، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة العدد ٨٦ الجزء (٤)
- ٦- الدروشي، عبد الرحيم ، (٢٠٢٠) "توجهات العمانيين نحو استضافة الأحداث الرياضية في سلطنة عمان ، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة
- ٧- درويش ، بخيت ، فهمي ، نجوي ، اسكاروس ،رينيه ، (٢٠٢٠) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمييز وترويج سمات وصورة المدن الإماراتية ، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية
- ٨- الهاجري. نورة ، المري عبدالرحمن سالم ، (٢٠٢١) دور وزارة الثقافة والرياضة القطرية في تشكيل صورة الدولة أثناء تنظيم كأس العالم ، دار نشر جامعة قطر
- ٩- بن سعادة، عادل - كحلل ، ياسين، (٢٠٢٢) ، أثر الترويج بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على اتخاذ قرار الشراء دراسة عينة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي من ولاية المدية ، المستودع الرقمي لجامعة المدية.
- ٨- د. الشعبي ، مها علي (٢٠٢٢) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية أثناء جائحة كوفيد ١٩ : النتائج الأولية من دراسة استقصائي على الانترنت، ودورها في ترويج حملات العلاقات العامة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ٢١
- ٩- العايدي ، أحمد سامي عبد الوهاب و أحمد ، أميرة محمد محمد و السيد ، رحاب إبراهيم رأفت محمد (٢٠٢٢) دور الحسابات الرسمية على موقع تويتر في التسويق السياحي للمواقع السياحية والأثرية بالمملكة العربية السعودية : دراسة ميدانية. المجلة العربية للتربية النوعية ، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب ، مصر

- ١٠- أنغورين ، إنجين – كاماز، يشلر - يتكن، مراد . (2015) تصورات السكان المحليين لآثار استضافة الأحداث الرياضية الوطنية والدولية. المجلة الدولية للثقافة الرياضية والعلوم
- ١١- بلوطي ، ريحانة (٢٠١٥)، دوافع استخدام الشباب الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة
- ١٢- حجاب، محمد منير (٢٠١٠) ، نظريات الاتصال دار الفجر القاهرة
- ١٣- عبدالله. مي (٢٠٠٦). نظريات الاتصال بيروت: دار النهضة العربية
- ١٤- حريزي، موسى . غربي صبرينة (٢٠١٣). دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والنفسية . جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر

ثانيا : المواقع الإلكترونية:

- 1- <https://www.albiladpress.com/news/2022/4904/columns/749950.html>
- 2- <https://www.vision2030.gov.sa/ar/vision-2030/vrp/quality-of-life-program/>
- 3- <https://www.alwatan.com.sa/article/1124129>