



العلاقة بين النرجسية الجماعية والتنمر الالكتروني: الدور الوسيط للهوية الاجتماعية لمشجعي كرة القدم في مصر

إعداد

د. إيمان السيد الفار

د. أميرة علي الشبراوي

مدرس إدارة الأعمال بمعهد القاهرة العالي مدرس إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال -
لغات والترجمة والعلوم الإدارية جامعة الدلتا للعلوم والتكنولوجيا

eman.elfar@deltauniv.edu.eg

amiraelshaprawy@gmail.com

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية

كلية التجارة – جامعة دمياط

المجلد السابع - العدد الأول – الجزء الثالث - يناير ٢٠٢٦

التوثيق المقترح وفقاً لنظام APA:

الشبراوي، أميرة علي؛ الفار، إيمان السيد. (٢٠٢٦). العلاقة بين النرجسية الجماعية والتنمر الالكتروني: الدور الوسيط للهوية الاجتماعية لمشجعي كرة القدم في مصر. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط*، ٧(١) ٣، ٤٧٧-٥١٢.

رابط المجلة: <https://cfdj.journals.ekb.eg/>

العلاقة بين النرجسية الجماعية والتنمر الإلكتروني: الدور الوسيط

للوهية الاجتماعية لمشجعي كرة القدم في مصر

د. أميرة علي الشبراوي؛ د. إيمان السيد الفار

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى قياس التأثير المباشر وغير المباشر للنرجسية الجماعية على التنمر الإلكتروني من خلال توسيط الهوية الاجتماعية لمشجعي كرة القدم في مصر. وقد بلغت عدد القوائم الصحيحة ٦٩٢ مفردة وقام المشاركون بالإجابة على الاستبيان عبر الإنترنت Online Survey من خلال نموذج صُمم على منصة Google Drive. وتم استخدام أسلوب تحليل المسار لاختبار فروض الدراسة عن طريق برنامج (Warp PLS.7).

وأظهرت النتائج وجود تأثير معنوي إيجابي للنرجسية الجماعية على كل من الهوية الاجتماعية، وأبعاد التنمر الإلكتروني (العدوان اللفظي، والتحقير الجماعي، نشر الشائعات، الاستبعاد الرقمي، والمطاردة الرقمية)، كما توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على أبعاد التنمر الإلكتروني باستثناء بُعد المطاردة الرقمية، بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي غير مباشر للنرجسية الجماعية على أربعة أبعاد للتنمر الإلكتروني عند توسيط الهوية الاجتماعية، بينما لم يظهر دور وسيط للهوية الاجتماعية في العلاقة بين النرجسية الجماعية والمطاردة الرقمية.

الكلمات الرئيسية: النرجسية الجماعية، الهوية الاجتماعية، التنمر الإلكتروني، مشجعي كرة القدم.

مقدمة:

شهدت منصات التواصل الاجتماعي تطوراً هائلاً في كونها وسيلة لتفاعل الجماهير الرياضية، حيث أصبح المشجعون أكثر تفاعلاً عبر الإنترنت أكثر من أي وقت مضى، فلا يكتفون بالاستهلاك السلبي للمحتوى الرياضي بل يشاركون، ويناقشون، ويدافعون عن فرقهم واندماهم بكل حماس (Kumar et al., 2025). ويُلاحظ أن مشاعر الانتماء الجماعي لدى المشجعين تتجاوز التشجيع لتأخذ طابعاً نفسياً أكثر تعقيداً مثل النرجسية الجماعية والتي تنبع من الإحساس المبالغ فيه بعظمة الفريق والرغبة في التقدير والتميز، وهو ما قد يدفع المشجعين إلى تبني سلوكيات عدائية رقمية تجاه الآخرين عند الشعور بتهديد معنوي لهويتهم الرياضية (Bertin et al., 2025)، وبالتالي فإن فهم سلوك المشجعين في البيئة الرقمية من القضايا الهامة التي تحظى باهتمام متزايد في مجال التسويق الرياضي، لا سيما في ظل تصاعد حدة العدوان اللفظي عبر منصات التواصل الاجتماعي (Qian et al., 2024)، وفي السياق الرياضي، أكدت دراسات متعددة على وجود علاقة إيجابية بين النرجسية الجماعية والسلوك العدائي للمشجعين (Larkin & Fink, 2018; Mastromartino et al., 2020). كما أوضحت الأدبيات أن الهوية الاجتماعية تلعب دوراً جوهرياً في تفسير هذا السلوك، حيث يعزز الانتماء للجماعة من احتمال الدفاع ضد أي انتقاد أو تهديد خارجي والذي يتجلى من خلال سلوكيات عدائية عبر الإنترنت (Simsek & Ozturk, 2024; Wann et al., 2001).

ورغم تزايد الاهتمام البحثي بموضوعي النرجسية الجماعية والهوية الاجتماعية في السياقات الرياضية، إلا أن الأدبيات السابقة لم تُولِ اهتماماً كافياً للعلاقة التفاعلية بين النرجسية الجماعية والهوية الاجتماعية وتأثيرها على سلوكيات التتمر الإلكترونية، لا سيما في البيئة الرقمية التي أصبحت المقصد الرئيسي لتفاعل مشجعي كرة القدم. فعلى سبيل المثال، ركزت دراسة (De Zavala et al. 2009) على العلاقة بين النرجسية الجماعية والتمسك بالهوية الاجتماعية، موضحة أن الاعتقاد المبالغ فيه بعظمة الجماعة يعزز من شعور الانتماء، ولكنها لم تربط هذه العلاقة بنتائج سلوكية مباشرة كالانتماء. كما أظهرت دراسة (Cichocka et al. 2022) أن النرجسية الجماعية ترتبط بالاندماج والولاء للجماعة، لكنها لم تختبر الآثار السلبية المحتملة مثل السلوك العدواني الرقمي. أما دراسة (Mastromartino et al. 2020) فقد أشارت إلى أن تأثير هوية الفريق على العدوان الإلكتروني لا يظهر بشكل قوي إلا في حالة اقترانه بالنرجسية الجماعية، لكنها لم تقدم نموذج متكامل يجمع بين المتغيرات الثلاثة. وفي سياق آخر، تناولت دراسات مثل (Simsek & Ozturk 2024) العلاقة المباشرة بين النرجسية والتتمر الإلكتروني لدى مشجعي كرة القدم، دون الأخذ في الاعتبار التأثير الوسيط للهوية الاجتماعية أو تفصيل أبعادها، مما يؤثر على محدودية الفهم الكامل لكيفية تطور هذا السلوك.

بينما يتميز هذا البحث بدمج ثلاثة متغيرات في نموذج واحد على خلاف العديد من الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة الثنائية بين النرجسية الجماعية والهوية الاجتماعية أو بين النرجسية والتتمر الإلكتروني، بالإضافة إلى الاعتماد على نموذج (Cameron 2004) الثلاثي الأبعاد لقياس الهوية الاجتماعية وهما المركزية، والروابط الجماعية، والتقييم العاطفي بينما استخدمت معظم الدراسات السابقة مقياس أحادي البعد مما أتاح تحليلاً أشمل لفهم مكونات الهوية الاجتماعية لدى المشجعين. فضلاً عن تفصيل أبعاد التتمر الإلكتروني حيث اعتمد البحث على خمسة أبعاد تعكس سلوكيات المشجعين عبر المنصات الرقمية، وهي: العدوان اللفظي، والتحقير الجماعي، ونشر الشائعات، والإقصاء الرقمي، والمطاردة الرقمية، وهو تطوير واضح عن الدراسات التي اعتمدت مقياس عام أو أحادي البعد.

ومن هنا تظهر **الفجوة البحثية** التي تسعى هذه الدراسة إلى سدها من خلال تحليل الدور الوسيط للهوية الاجتماعية بأبعادها في تفسير العلاقة بين النرجسية الجماعية وأبعاد التتمر الإلكتروني لدى مشجعي كرة القدم في جمهورية مصر العربية. إضافة إلى ذلك، فإن معظم هذه الدراسات تم إجراؤها في سياقات ثقافية أجنبية، مما يؤثر التساؤل حول مدى إمكانية تعميم نتائجها على السياق المصري، والذي يتميز بثقافة جماهيرية شديدة الانفعالية، كما بينت دراسة (Mohamed 2022) التي حلت أكثر من ٤١ ألف تعليق على صفحة النادي الأهلي، وكشفت أن نحو ٥٠٪ من التفاعلات تضمنت محتوى عدائي.

وقد قامت الباحثتان بإجراء **دراسة استطلاعية** تضمنت إعداد قائمة استبيان مبدئية (انظر ملحق البحث) لعينة ميسرة تحكمية مقدارها ٣٠ مفردة، لاستطلاع آراء مشجعي كرة القدم في مصر حول متغيرات البحث (النرجسية الجماعية، الهوية الاجتماعية، التتمر الإلكتروني)، وذلك خلال الفترة من ٢٠٢٥/٥/١ حتى ٢٠٢٥/٥/١٥، وتم توزيع العينة كالتالي: ١٨ مفردة من مشجعي النادي الأهلي، و ١٢ مفردة من مشجعي نادي الزمالك، من خلال مجموعات جماهيرية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- وقد كشفت نتائج هذه الدراسة الاستطلاعية عن عدد من المظاهر والاتجاهات المبدئية، من أهمها ما يلي:
- ١- أشار ٨٣,٣٪ (٢٥ مشجع) إلى وجود مشاعر انتماء قوية تجاه ناديتهم، حيث يشعرون بأن نجاح النادي يُعد امتداداً لهويتهم الشخصية.
 - ٢- يعتقد ٦٦,٦٧٪ من المشجعين (بعدد ٢٠ فرداً) أن ناديتهم هو الأفضل، ويشعرون بأن الآخرين لا يمنحونه التقدير الكافي، مما يعكس مؤشرات عالية للترجسية الجماعية.
 - ٣- يشارك ٦٠٪ (١٨ فرداً) في سلوكيات تنمر رقمي، خاصة في فترات ما بعد المباريات أو عند الجدل التحكيمي وتشتمل هذه السلوكيات على السخرية، السب، ونشر الشائعات.
 - ٤- أوضح ٦٦,٦٧٪ (٢٠ فرداً) من المشاركين أن منصتي فيسبوك وتويتر هما الأكثر استخداماً للتنمر الإلكتروني بين المشجعين، وذلك من خلال التعليقات والمنشورات الجماعية.
 - ٥- عبّر ٥٠٪ (١٥ فرداً) من المشجعين عن مشاركتهم الشخصية في سلوكيات التنمر الرقمي كوسيلة للدفاع عن النادي أو كرد فعل على إساءة من جمهور الفريق المنافس.
 - ٦- أظهر ٤٠٪ (١٢ فرداً) من المشاركين قصوراً في الوعي بأثر هذه السلوكيات على الصورة العامة للنادي أو على الحالة النفسية للمشجعين الآخرين.
 - ٧- أظهر ٤٦,٧٪ (١٤ فرداً) من الردود ارتباط سلوكيات التنمر بالشعور بالانتماء المفرط، والانزعاج من النقد أو الهزيمة.
 - ٨- أبدى ٧٣,٣٪ (٢٢ فرداً) من المشاركين استعدادهم للمشاركة في مبادرات توعية أو حملات لتشجيع السلوك الإيجابي في التشجيع الرياضي على المنصات الرقمية.

وبناءً على ما سبق، يمكن صياغة المشكلة البحثية على النحو التالي:

يعاني الخطاب التفاعلي الرياضي الكروي في البيئة الرقمية من تصاعد في حدة السلوكيات العدائية، والذي يرتبط بمستويات مرتفعة من الترجسية الجماعية، وهوية اجتماعية تدفع نحو التنمر الإلكتروني كوسيلة دفاعية وتعبيراً عن حب المشجعين وانتمائهم لناديتهم المفضل. وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تحليل مركز للعوامل النفسية والاجتماعية التي تُفسر هذا السلوك.

الأمر الذي يثير التساؤلات الآتية:

- ١- ما تأثير الترجسية الجماعية على كل من الهوية الاجتماعية، والتنمر الإلكتروني؟
- ٢- ما تأثير الهوية الاجتماعية على التنمر الإلكتروني؟
- ٣- ما طبيعة التأثير غير المباشر للترجسية الجماعية على التنمر الإلكتروني عند توسيط الهوية الاجتماعية؟

وبناءً عليه يتبنى البحث الحالي الأهداف التالية:

- ١- بيان تأثير الترجسية الجماعية على كل من الاستمرار في الهوية الاجتماعية، والتنمر الإلكتروني.
- ٢- فحص تأثير الهوية الاجتماعية على التنمر الإلكتروني.
- ٣- التعرف على التأثير غير المباشر للترجسية الجماعية على التنمر الإلكتروني عند توسيط الهوية الاجتماعية.

ويتطرق هذا البحث إلى تحقيق إسهامات على المستوى العلمي من خلال تغطية الفجوة البحثية السابق الإشارة إليها من خلال دراسة التأثير المباشر وغير المباشر للترجسية الجماعية على التتمر الإلكتروني عند تسيط الهوية الاجتماعية. وأيضاً تمثل هذه الدراسة أهمية تطبيقية خاصة في تزايد حدة التعصب والتجاوزات اللفظية والسلوكية عبر الوسائط الرقمية بين مشجعي كرة القدم في مصر. إذ تسهم نتائج البحث في مساعدة إدارة الأندية والمؤسسات الإعلامية على فهم الآليات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى ممارسة التتمر الإلكتروني من قبل المشجعين. ومن ثم، يمكن توظيف هذه النتائج في تصميم خطة عمل لبرامج توعية تستهدف ضبط الخطاب الجماهيري على منصات التواصل الاجتماعي، وتعزيز القيم الرياضية الإيجابية. كما تسهم في تطوير سياسات تنظيمية لمراقبة المحتوى الرقمي المرتبط بالجماهير، وتقديم رؤى علمية يمكن الاستفادة منها في حملات المسؤولية الاجتماعية التي تطلقها الأندية للحد من السلوك العدواني وتعزيز ثقافة التشجيع الأخلاقي. وتتمثل أيضاً بالإضافة العملية لهذا البحث في مجال التسويق الرياضي، من أهمية متغيرات البحث لتفسير سلوك المستهلك الرياضي، وتشكيل صورة النادي، وبناء علاقات جماهيرية مستدامة، وهو ما أكدته العديد من الدراسات السابقة (Mastromartino et al., 2020; Larkin et al., 2021; Cichocka et al., 2022). استخدام معطيات علم النفس الاجتماعي في تطوير الاستراتيجيات التسويقية المعتمدة على التفاعل الجماهيري والهوية الرياضية، بما يعزز من ولاء المشجعين دون أنماط السلوك السلبية أو العدوانية.

أولاً: الإطار النظري:

ويشتمل على متغيرات الدراسة والتي سيقوم الباحثان بعرضها من حيث المفهوم والأبعاد والعلاقة فيهم بينهم وذلك على النحو التالي: -

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| الترجسية الجماعية | Collective narcissism |
| الهوية الاجتماعية | Social Identity |
| التتمر الإلكتروني | Cyberbullying |

وذلك من خلال العرض التالي: -

١/ الترجسية الجماعية Collective narcissism

هل يمكن أن يضر حب المشجعين ناديهم؟! غالباً ما يعزز القادة الشعور القوي بالهوية والانتماء لعلامة النادي، فيشعر المشجع أنه جزء من المجموعة ونجاح النادي يمثل نجاحاً لذاته (Cichocka et al., 2022)، ومع ذلك ليست كل أشكال التعبير عن المشاعر تكون إيجابية، فقد يرتبط البعض منها بالترجسية الجماعية، ويمكن تناول هذا المتغير من حيث المفهوم والأبعاد. وذلك على النحو الآتي:-

١/١ مفهوم الترجسية الجماعية:

قدم كل من (De Zavala et al., 2009) مفهوم الترجسية الجماعية على أنه اعتقاد في عظمة المجموعة التي ينتمي إليها الفرد، مصحوباً بقناعة أن الآخرين لا يقدرّون جماعتهم بدرجة كافية، كما تتميز بمطالبات المعاملة الخاصة والتقدير من أعضاء المجموعات الأخرى. وفي السياق الرياضي، يُستخدم مصطلح الترجسية الجماعية هي لوصف القناعة المشتركة للفريق الرياضي بأن ناديهم فريد من نوعه ويستحق الاحترام والنجاح وتقديراً خاصاً (Golec de Zavala & Cichocka, 2012).

كما تُعرف أيضًا بأنها التزام الفرد عاطفياً نحو بإقناع الآخرين بتفوق مجموعته الداخلية (Golec de Zavala et al., 2013). وأكد Fox et al. (2018) على أن النرجسية الجماعية ظاهرة نفسية تتميز بالإيمان المبالغ فيه بعظمة وتفوق المجموعة، مصحوبة بالحاجة للاعتراف بالصفات الاستثنائية للمجموعة، حيث ترتبط السمات الأنانية بما في ذلك الجاذبية والإعجاب.

علاوة على ذلك، فهي شكل من أشكال الحب داخل المجموعة المرتبط بقوة بكراهية المجموعة المنافسة، ويتنبأ بالتحيز والعدوان الانتقامي بين المجموعات، والابتهاج بمعاناة الآخرين (Golec de Zavala & Lantos, 2020). بالإضافة إلى ذلك، تشير النرجسية الجماعية إلى الاعتقاد بأن الآخرين يقللون من قيمة المجموعة بسبب عظمتها (Cichocka et al., 2021).

وعرفها كلاً من Cichocka et al. (2022) بأنها وسيلة دفاعية تعمل كتعويض عن الاحتياجات المحبطة حيث يشعر أعضاء الجماعة بأن الآخرين يهدفون إلى إيذاء جماعتهم والتأمر ضدها وبالتالي فهي دفاعية استجابة لتلك التهديدات.

وتخلص الباحثان أن مفهوم النرجسية الجماعية للمشجعين تشير إلى الارتباط العاطفي للمشجعين بناديبهم والشعور بالفخر والانتماء الجماعي واحساسهم بعظمة وتميز النادي والفريق والذي يدفعهم نحو الدفاع عن ناديبهم بقوة نتيجة لإحساسهم بعدم التقدير المستحق.

٢/١ أبعاد النرجسية الجماعية:

تشير النرجسية الجماعية إلى الالتزام العاطفي باقناع الآخرين بتفرد الجماعة بسبب الشعور بعدم التقدير أو الاحترام الكافي من الآخرين (De Zavala et al., 2013) وتنعكس هذه المشاعر في الحساسية تجاه أي انتقاد أو تجاهل.

وتشير الأدبيات إلى تميز النرجسية الجماعية عن النرجسية الفردية سواء من حيث البناء المفاهيمي أو الأبعاد المكونة لها، حيث تُعد النرجسية الفردية سمة شخصية متعددة الأبعاد، تقيس التقدير الذاتي المبالغ فيه للفرد تجاه نفسه. ويُقاس هذا النمط عادةً باستخدام قائمة الصفات النرجسية (Narcissistic Personality Inventory - NPI) الذي يتضمن ثلاث أبعاد رئيسية هما القيادة/السلطة، الغرور/التفوق، الاستحقاق/الاستغالية وتعكس هذه الأبعاد مكونات مختلفة من التقدير الذاتي المفرط (De Zavala et al., 2009)، وفي المقابل تعتبر النرجسية الجماعية متغيراً أحادي البعد مكون من تسع عبارات تعكس الشعور الجماعي بالتفوق والاستحقاق المدرك.

واستخدمت دراسة Golec de Zavala et al. (2019) مقياس النرجسية الجماعية لفحص العلاقة بين النرجسية الجماعية والصراع بين المجموعات والمكون من خمس عبارات مثل "تستحق مجموعتي معاملة خاصة" و"إذا حصلت مجموعتي على الاحترام، فلن يكون ذلك إلا لأننا نطالب بذلك"، بالإضافة إلى سؤال عما إذا كان الناس يعتقدون أن عظمة مجموعتهم لا تحظى بالتقدير الكافي من قبل الآخرين، وهو ما يكشف عن مشاعر الاستحقاق والحساسية للنقد. وبناءً على ما سبق، فإن استخدام مقياس De Zavala et al. (2009) محل اهتمام البحث الحالي.

٢ / الهوية الاجتماعية Social Identity

يشعر مشجعو كرة القدم بأنهم جزء لا يتجزأ من المشجعين الداعمين لناديهم، ويؤمنون بأن انتصارات النادي تمثل امتداداً لذاتهم وهويتهم الشخصية (Tajfel & Turner, 1979)، ولا يتوقف هذا الارتباط عند حدود التشجيع، بل يمتد ليشكل ما يُعرف بالهوية الاجتماعية. ويمكن تسليط الضوء على هذا المتغير من حيث المفهوم والأبعاد، وذلك على النحو الآتي:-

١/٢ مفهوم الهوية الاجتماعية:-

تُشير **الهوية الاجتماعية** إلى مفهوم الفرد لذاته الذي يستمد من انتمائه إلى جماعة معينة، وما يرتبط بذلك من مشاعر ارتباط والالتزام بقيم ومعايير تلك الجماعة (Tajfel & Turner, 1979).

في السياقات الخدمية والتسويقية، تُعرف الهوية الاجتماعية للعملاء على أنها شعور العميل بالانتماء لجماعة مرتبطة بمنظمة خدمية معينة (Bhattacharya & Sen, 2003)

وعرفها كل من (Jetten et al. 2017) باعتبارها إدراك الأفراد لانتمائهم إلى الجماعة والتماثل والمشاركة مع أعضاء تلك الجماعة في هوية جماعية مشتركة، مما يعزز هذا الانتماء الصحة والرفاهية النفسية بما في ذلك الدعم الاجتماعي والثقة داخل الجماعة والاحساس بالمعنى، واتفقت معه دراسة (Haslam et al., 2018) على هذا المفهوم.

وترى دراسة (Vörös & Kehl 2024) أن الهوية الاجتماعية لا تقتصر على مجرد الانتماء، بل تشمل إدراك الفرد لقيم الجماعة، وكذلك ارتباطه العاطفي بها، وتماثله مع أعضائها.

وعرفها أيضاً (Inoue et al. 2025) بأنها إحساس الأفراد بالانتماء الذي ينشأ من خلال مشاركتهم في عضوية جماعية (مثل مشجعي فريق رياضي أو عملاء لمنظمة خدمية)، وبالتالي فهي المصدر الرئيسي للموارد النفسية والاجتماعية التي تساهم في تعزيز الرفاهية الاجتماعية، مثل الإحساس بالدعم، والثقة، والقبول من الآخرين، والالتزام بالمعايير الجماعية.

ومن العرض السابق، تخلص الباحثان أن **الهوية الاجتماعية لدى مشجعي كرة القدم** تُشير إلى شعور المشجع بالانتماء والارتباط العاطفي بجماعة المشجعين الداعمين لفريقهم المفضل، حيث يرى نفسه كجزء من هذه الجماعة ويشاركها القيم والمشاعر والولاء. ويتولد هذا الانتماء من التفاعل الجماعي والتجارب المشتركة، مما يعزز التماثل مع باقي المشجعين، ويؤدي إلى الالتزام بأعراف وتقاليد التشجيع، مما يعزز من رفاهيتهم النفسية والاجتماعية من خلال روابطهم مع الفريق والجماعة.

٢/٢ أبعاد الهوية الاجتماعية

وفقاً لدراسة (Inoue et al. 2025) فإن **الهوية الاجتماعية** تم قياسها من خلال مفهوم **هوية المستهلك** في السياق الخدمي. وقد تم قياس الهوية كمتغير أحادي البعد بالاعتماد على مقياس Mael & Ashforth (1992) وبقس شدة شعور الفرد بالانتماء والارتباط النفسي بالمنظمة مثل: عندما يتعرض هذا الكيان لانتقادات، أشعر بالانتقاد الشخصي، وأنا فخور بالانتماء إلى هذه المنظمة.

وهدفت دراسة Cameron (2004) إلى تقديم نموذج ثلاثي الأبعاد للهوية الاجتماعية يتكون من: أولاً المركزية Centrality وتقيس مدى أهمية انتماء الفرد للجماعة كجزء محوري لمفهومه لذاته. وثانياً التقييم العاطفي In-group Affect وتشير إلى المشاعر الإيجابية المرتبطة بعضوية الجماعة، وشعوره بالفخر والسعادة والرضا للانتماء لها. وثالثاً الروابط الجماعية أو التماثل In-group Ties والذي يعبر عن ترابط الفرد القوي مع أعضاء الجماعة والقواسم المشتركة بينهما، فهي تقيس إدراك الفرد للترابط والتماثل والتشابه مع أعضاء الجماعة.

٣/ التنمر الإلكتروني Cyberbullying

يعتبر التنمر الإلكتروني امتداداً للعنف الرياضي في البيئة الرقمية التي تتيح إخفاء الهوية، مما يزيد من السلوك العدائي، فهو شكل من أشكال الانحراف عبر الإنترنت والذي حظي باهتمام بحثي في الآونة الأخيرة نظراً لتأثيره المدمر على الضحايا فضلاً عن زيادة معدلات تكرار حدوثه (Lee et al., 2024)، ولذلك فإن مكافحة التنمر الإلكتروني في كرة القدم أمراً بالغ الأهمية، ويمكن تناول هذا المتغير من حيث المفهوم والأبعاد على النحو التالي: -

١١٣ مفهوم التنمر الإلكتروني:

يتخذ التنمر الإلكتروني أشكالاً عدائية متعددة السياق مثل المطاردة الإلكترونية، والتشهير اللفظي، وانتحال الشخصية، والشائعات والأكاذيب؛ والتهديدات (Coyne et al., 2017).

ويتزايد تعرض مستخدمي الإنترنت للتنمر الإلكتروني نتيجة للعديد من منصات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك فيسبوك وإنستغرام وتويتر وغيرها، ويحدث التنمر في أشكال مكتوبة أو مرئية (Almomani et al., 2024)، ومن ثم يتم تعريف التنمر الإلكتروني على أنه سلوك مخطط له وعدائي باستخدام التكنولوجيا (Trudgett-Klose & McLinton, 2024).

وفي السياق الرياضي، يشير التنمر الإلكتروني إلى سلوكيات المشجعين عبر الإنترنت التي تهدف إلى التسبب في ضرر نفسي أو جسدي للاعبين وأسرتهم أو للحكام أو لرؤساء الأندية (Simsek & Ozturk, 2024)، كما يُعرّف أيضاً بأنه إرسال رسائل تحمل اتهامات تشهيرية أو الاعتداء اللفظي على أشخاص آخرين عبر الإنترنت (Yadav et al., 2024).

وبناءً على ما سبق، ترى الباحثتان أن التنمر الإلكتروني للمشجعين هو شكل جديد من التنمر ظهر مؤخراً مع شبكات التواصل الاجتماعي، ويُعرف بأنه سلوك المشجعين السلبي لضرر متعمد متكرر باستخدام التقنيات الرقمية من خلال نشر محتوى مسيء، وكذلك التحرش الإلكتروني ضمن التعليقات السلبية، والرسائل المزعجة، ونشر الأكاذيب والشائعات.

٢١٣ أبعاد التنمر الإلكتروني

اتفق كل من (Kowalski et al., 2014; Smith et al., 2008) على مجموعة من الأبعاد أو الأشكال التي يتجلى فيها التنمر الإلكتروني، والتي تشمل على التحرش، والإهانة العلنية، وكذلك الإقصاء، فضلاً عن المطاردة الرقمية، وسرقة الهوية، بالإضافة إلى خطاب الكراهية، وأخيراً العدوانية الرقمية.

كما تم قياس سلوك التتمر الإلكتروني من خلال ست ممارسات رئيسية تتمثل في: سب الآخرين وإهانتهم، ونشر الشائعات، نشر معلومات خاصة، مطاردة الآخرين عن طريق التواصل المتكرر عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية وكتابة تعليقات على حساباتهم في وسائل التواصل الاجتماعي، إرسال محتوى فاضح (مثل الصور أو مقاطع الفيديو) دون رغبة المستلم، وأخيراً عزل الآخرين داخل مجموعات الدردشة في تطبيقات المراسلة على الهواتف المحمولة (Lee et al., 2024).

واتجهت دراستي (Simsek & Ozturk, 2024; Karaca, 2019) إلى قياس التتمر الإلكتروني كمتغير أحادي البعد من خلال سبع عبارات مثل "أقوم بنشر رسائل مهينة لجمهور الفريق المنافس. أقوم بمشاركة منشورات مهينة لمدربي ولاعبي وجمهور الفريق المنافس. أقوم بإرسال رسائل تهديد لجمهور الفريق المنافس".

وبناءً على ما سبق، تم اختيار خمسة أبعاد لقياس التتمر الإلكتروني لدى مشجعي كرة القدم، (Kowalski et al., 2014; Smith et al., 2008; Lee et al., 2024)، ويتمثل البعد الأول في **العدوان اللفظي عبر الإنترنت (Online Verbal Aggression)** والذي يتجلى في إرسال أو نشر تعليقات تتضمن سباً أو إهانات موجهة ضد جمهور أو لاعبي أو مدربي الفرق المنافسة، ويُعد من أكثر أشكال التتمر شيوعاً ويعكس حدة التفاعل الانفعالي بين الجماعات الرياضية.

والبعد الثاني هو **التحقير الجماعي من خلال المحتوى الرقمي (Group-Based Digital Derogation)** والذي يشير إلى مشاركة محتوى رقمي يسخر من الفرق المنافسة أو جمهورها أو رموزها. وثالثاً، **نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة (Spreading Rumors and Misinformation)** وهو البعد الخاص بتداول المعلومات الكاذبة والمضللة بقصد التشويه أو إثارة الرأي العام. أما البعد الرابع فيتمثل في **الإقصاء الرقمي والاستبعاد (Digital Exclusion)**، والذي يعكس العقاب الجماعي عن طريق ممارسة التهميش المتعمد لبعض المشجعين داخل مجموعات التواصل أو مناقشات التشجيع بسبب اختلاف الآراء أو الانتماءات. وأخيراً، **المطاردة الرقمية (Cyberstalking of Rival Fans)** والتي تشير إلى متابعة الحسابات أو النشاطات الرقمية لجمهور الفرق المنافسة والتفاعل معها بشكل عدائي ومتكرر.

ثانياً: العلاقة بين متغيرات الدراسة وبناء الفروض:

وفي هذا الجزء يتم تناول العلاقة بين المتغيرات لاستنتاج فروض الدراسة كما يلي:

أ- العلاقة بين النرجسية الجماعية والهوية الاجتماعية:

أشارت الأدبيات إلى أن النرجسية الجماعية تلعب دوراً محورياً في التأثير على الكيفية التي ينظر بها الأفراد إلى جماعتهم ويعرّفون أنفسهم من خلالها، فقد أوضحت دراسة (De Zavala et al., 2009) أن الاعتقاد المبالغ فيه بعظمة الجماعة يسهم في تعزيز شعور الأفراد بالانتماء والارتباط الشديد بها، وأكدت أيضاً دراسة (Golec de Zavala et al., 2013) أن الأفراد ذوي المستويات المرتفعة من النرجسية الجماعية يظهرون ارتباطاً قوياً بفريقهم، فالانتماء إلى فريق رياضي يُعزز من تقدير الذات، لكن عندما يقترن بالنرجسية، يتحول إلى شعور دفاعي يتطلب الاعتراف والتفوق.

وأوضحت دراسة Cichocka (2016) أن هذا النمط من الهوية ينبع من ارتباط شديد بالجماعة يتسم بالحساسية المفرطة تجاه النقد، والحاجة المستمرة إلى اعتراف الآخرين بالتفرد، وهو ما يجعل الهوية الاجتماعية أكثر عرضة للتهديد، وبالتالي أكثر ميلاً للدفاع العدائي عن الجماعة عند الشعور بالخطر أو الرفض. وهو ما تدعمه نتائج Larkin (2017) التي بينت أن النرجسية الجماعية لدى مشجعي كرة القدم ترتبط بشكل مباشر بالسلوكيات العدائية تجاه الفرق المنافسة، حيث يتم التعامل مع أي نقد موجه للفريق باعتباره تهديداً شخصياً. وفي هذا الصدد، أظهرت نتائج دراسة Larkin & Fink (2018) أن النرجسية الجماعية تسهم في بروز أنماط من العدوان اللفظي لدى المشجعين. كما أظهرت دراسة Marchlewska et al. (2020) أن النرجسية الجماعية ترتبط بالهوية الدفاعية، حيث يتعايش حب الجماعة مع عداوة موجه للجماعات الأخرى. وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أن العوامل المؤثرة على سلوك مشجعي الرياضة مرتبطة بعوامل نفسية مثل فضول المشجعين (Park et al., 2011)، وهوية الفريق (Larkin et al., 2021)، والتزام المشجعين (Fatoni et al., 2022).

كما أشارت نتائج دراسة كل من Cichocka et al. (2022) أن هذا النمط من الارتباط لا يقتصر على مجرد الانتماء، بل يتسم بمستوى عالٍ من التماثل والولاء والاندماج مع الجماعة، مما يعكس التأثير الإيجابي للنرجسية الجماعية على قوة الهوية الاجتماعية. ومع زيادة التفاعل والانخراط في البيئة الرقمية، سلطت دراسة Lee et al. (2024) الضوء على العوامل الاجتماعية والنفسية المفسرة لممارسة السلوك العدائي الرقمي، وبينت أن الهوية الجماعية المشحونة بالنرجسية يمكن أن تدفع الأفراد لمثل ذلك السلوكيات. ودرس كل من Bertin et al. (2025) تأثير الهوية الآمنة والنرجسية الجماعية على اتجاهات وسلوكيات مشجعي الدوري الإنجليزي وتوصلت إلى أن النرجسية الجماعية تؤثر إيجابياً على اتجاهات المشجعين الدفاعية والعدائية للحفاظ على صورة ومكانة النادي، بينما لا يوجد تأثير للهوية الآمنة لأنها تمثل الشعور الدائم بقيمة الفريق دون الحاجة للتصديق من الآخرين. ووفقاً لما أكدته الدراسات السابقة من أن المشجعين الذين يتمتعون بنرجسية جماعية يميلون إلى تعزيز مشاعر التميز والارتباط الجماعي والالتزام بمعايير الهوية الجماعية للفريق، وبالتالي يمكن للبحث تبني الفرض التالي: ف ١: يوجد تأثير إيجابي معنوي للنرجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية.

ب- العلاقة بين الهوية الاجتماعية والتنمر الإلكتروني:

تباينت الدراسات السابقة في تأثير الهوية على السلوك العدائي، فقد اتفقت كل من Larkin, 2017; Bizman & Yinon, 2002; Wann et al., 2001 على أن هوية الفريق القوية تؤثر على السلوك العدائي للمشجعين وتدفع لسلوكيات دفاعية ضد الفرق المنافسة). واختلفت معهم دراسة Mastromartino et al. (2020) حيث كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود تأثير للهوية للفريق والانتماء له على العدوان الإلكتروني للمشجعين.

ووفقاً لنظرية الهوية الاجتماعية (Social Identity Theory) والتي تفترض أن الأفراد يعرفون أنفسهم من خلال انتمائهم للجماعة، وبالتالي زيادة الولاء لها والعداء نحو الجماعات الأخرى، وبتطبيق تلك النظرية على سلوك المشجعين نجد أن المشجع يدعم هويته الاجتماعية من خلال تمجيد فريقه وتقليل شأن الفريق المنافس، خاصة عندما يشعر أن فريقه مهدد يُظهر سلوكيات عدوانية لحماية مكانة الفريق (Lock &

Heere, 2017). وسعت دراسة (Larkin & Fink, 2018) إلى معرفة العوامل المؤثرة في السلوك العدائي للمشجعين ، وتوصلت إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين هوية الفريق (وهو الارتباط النفسي والعاطفي بين الفرد وفريقه، والذي يتجلى في الشعور بالانتماء والولاء والالتزام) وممارسة السلوك العدائي.

وقدم Akers (1985) نظرية التعلم الاجتماعي (Social Learning Theory) ويشرح أن السلوك الانحرافي لا يُولد بالفطرة، بل يُكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي مع الذين سبق لهم ممارسة هذا السلوك، أي أنه عندما يرتبط الفرد بأصدقاء سبق لهم ممارسة التتمر الإلكتروني فإنه يكتسب تعريف إيجابي لذلك لسلوك ويراه مقبولاً ثم يقوم بممارسة هذا السلوك (مثل إرسال الإهانات أو الشائعات) للوصول إلى مشاعر إيجابية وهي القبول الاجتماعي أو الشعور بالقوة والتفوق داخل الجماعة (Lee et al., 2024).

وبالنظر إلى سلوك التتمر الإلكتروني نجده لا يكون فقط نتيجة اختلاف فقط، بل أيضاً كرد فعل دفاعي لحماية هوية الفريق، وقد توصلت دراسة (Simsek & Ozturk, 2024) إلى أن المشجعين الذين يتمتعون بدرجات ولاء مرتفعة لفريقهم أكثر ميلاً لممارسة سلوكيات تتمر إلكترونية ضد جماهير أو لاعبي الفرق المنافسة. وتؤكد دراسة (Kumar et al. (2025 على التأثير الفاعل للهوية الرياضية في تشكيل السلوكيات الرقمية لدى المشجعين، حيث بينت أن قوة الانتماء الرياضي تعزز نية التفاعل مع البث الإلكتروني من خلال التفاعل المجتمعي عبر الإنترنت.

ووفقاً لنظرية الهوية الاجتماعية ونظرية التعلم الجماعي، وكذلك نتائج الدراسات السابقة، نستنتج أن المشجع يتعلم ممارسة التتمر الإلكتروني من خلال تفاعلهم مع الجماهير من أجل القبول الاجتماعي ومحاولات دفاعية لحماية "الهوية الجماعية" وتعزيز الشعور بالتمايز والتفوق. أي أن هوية المشجعين الاجتماعية تُعد مؤشراً مباشراً لسلوكيات التتمر الإلكتروني، لذلك يقترح البحث الحالي الفرض التالي:

ف ٢: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على التتمر الإلكتروني.

ج- العلاقة بين النرجسية الجماعية والتتمر الإلكتروني:

تلعب النرجسية الجماعية دوراً محورياً في تفسير السلوك العدائي بشكل عام ولدى المشجعين بصفة خاصة، فقد توصلت دراسة (Larkin (2017 إلى أن النرجسية الجماعية لمشجعي كرة القدم في الولايات المتحدة تؤثر وبشكل مباشر في سلوكيات المشجعين العدائية تجاه الفرق المنافسة عند تلقي نقد موجه للفريق، حيث ينظر المشجع النرجسي إلى النقد باعتباره تهديد شخصي ويتطور ويشعر بأن فريقه يتعرض للظلم أو يتم التقليل من شأنه. واتفقت معها دراسة (Larkin & Fink (2018 في التأثير الإيجابي للمشجعين ذوو النرجسية الجماعية على السلوكيات العدائية، وأضافت بدراسة نوعين من تلك السلوكيات أولهما السلوك العدائي اللفظي **Hostile Aggression** (مثل الشتائم والتهديدات)، وكذلك العدوانية الأداة **Instrumental Aggression** أي محاولة إيذاء الفريق الخصم لتحقيق مكاسب لفريقهم، وأوضحت الدراسة أن هذا التأثير يرجع إلى الطبيعة الدفاعية للنرجسية الجماعية، التي تجعل المشجعين أكثر حساسية لأي تهديد محتمل لفريقهم، مما يدفعهم إلى تبني سلوكيات غير مرغوبة كآلية لحماية الصورة الذهنية للفريق.

وتناولت العديد من الدراسات العلاقة بين سمات الشخصية المظلمة (النرجسية، الميكيفيلية، السيكيوباتية) والسلوكيات العدائية لا سيما التتمر الإلكتروني، واتفقت النتائج على أن السمات المظلمة تسهم تؤثر في زيادة الاتجاه نحو السلوك العدائي في مختلف السياقات الاجتماعية والرياضية. فقد أظهرت دراسة Brown et al. (2019) أن السمات المظلمة ترتبط ارتباطاً إيجابياً بسلوك التتمر الإلكتروني. كما أشار كل من Kircaburun et al. (2019) إلى أن السمات المظلمة تؤدي إلى الاستخدام المفرط لمواقع التواصل، مما يزيد من احتمالية الانخراط في سلوكيات معادية اجتماعياً مثل التتمر. وتناولت أيضاً دراسة Çakmak et al. (2022) العلاقة بين الالتزام النفسي والسمات المظلمة والسلوك العدائي للمشجعين.

وفي السياق المصري، قامت دراسة Mohamed (2022) بتحليل ما يقرب من ٤١ ألف تعليق على الصفحة الرسمية للنادي الأهلي على فيسبوك وتبين أن نحو ٥٠٪ من التعليقات تضمنت كلمات وتعليقات عدائية موجّهة للحكام أو جماهير الفرق المنافسة من خلال حسابات مجهولة أو وهمية. وقد أكدت الدراسة أن تفاعلات الجماهير على المنصات الرقمية لا تعبر فقط عن مشاعر لحظية، بل تكشف أيضاً عن أنماط ثقافية من العنف والانتماء المفرط، مما يؤكد الحاجة إلى فحص العوامل النفسية والاجتماعية التي قد تفسر الاتجاه العدواني.

وأظهرت دراسة Wigginton (2023) أن النرجسية الجماعية تُعد أحد المحددات النفسية المهمة التي تُفسر السلوكيات العدوانية (النفسية واللفظية) لدى مشجعي الفرق الرياضية، فقد توصلت النتائج إلى أن المشجعين الذين يتمتعون بمستويات مرتفعة من النرجسية الجماعية يظهرون استجابات انفعالية شديدة تجاه أي تهديد موجه إلى الفريق، بما في ذلك الغضب، والرغبة في الانتقام من مصدر النقد.

كما أوضحت نتائج دراسة Simsek & Ozturk (2024) وجود علاقة إيجابية بين النرجسية وسلوكيات التتمر الإلكتروني لدى مشجعي كرة القدم في تركيا. حيث بينت أن الأفراد الذين يسجلون درجات أعلى في النرجسية يميلون إلى ممارسة أشكال متنوعة من التتمر الإلكتروني تجاه الفرق المنافسة كنتيجة لارتفاع مشاعر التفوق الذاتي والاستحقاق، مما يدفعهم إلى التصرف العدائي عبر منصات التواصل الاجتماعي.

وبناءً على ما أشارت إليه الأدبيات فإن النرجسية الجماعية تُعد من أبرز العوامل النفسية التي تفسر السلوك العدائي الرقمي لدى المشجعين. فالمشجعين ذوو النرجسية الجماعية المرتفعة يشعر بتفرد فريقه ويظهرون حساسية مفرطة تجاه أي نقد موجه لفريقهم، مما يدفعهم إلى ممارسة أشكال التتمر الإلكتروني كآلية دفاعية لحماية صورة الفريق. وبناءً عليه يتبنى البحث الفرض التالي: ف٣: يوجد تأثير إيجابي معنوي للنرجسية الجماعية على التتمر الإلكتروني.

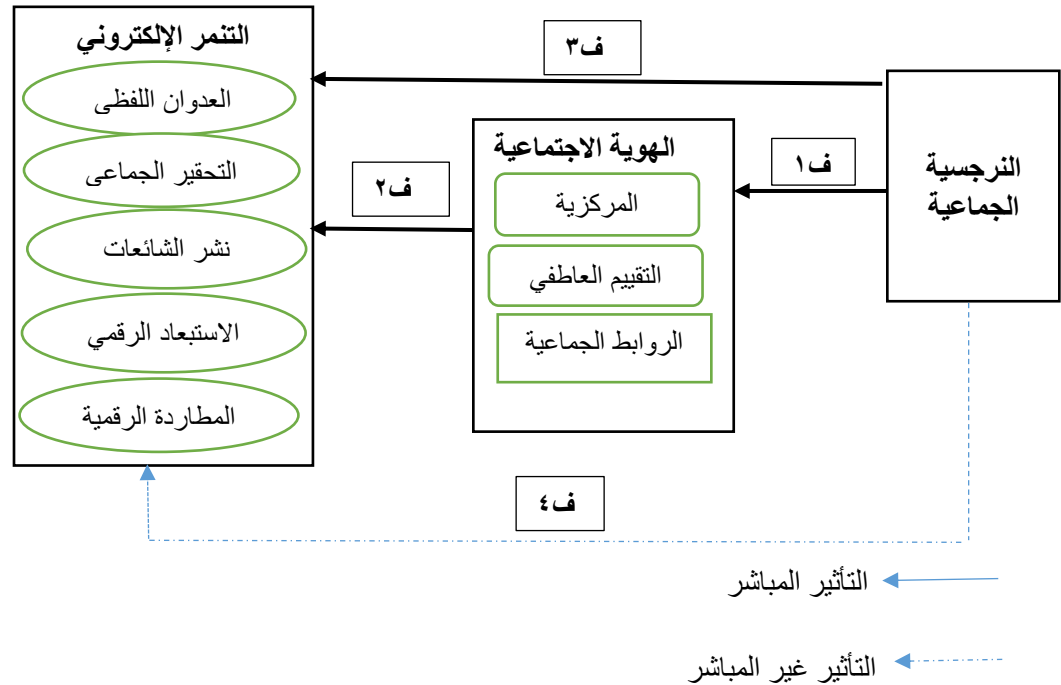
د- الدور الوسيط للهوية الاجتماعية في العلاقة بين النرجسية الجماعية والتتمر الإلكتروني:

وكما تم النقاش سابقاً فقد توصلت الدراسات السابقة إلى ما يلي: -

- أظهرت الدراسات أن النرجسية الجماعية تعزز الهوية الاجتماعية من خلال الشعور بالارتباط القوي بالجماعة وتعزيز أهمية الانتماء لها في التعريف بالذات (Cichocka et al., 2022; Golec de Zavala et al., 2013).

- وتبين أيضاً وجود علاقة مباشرة بين النرجسية الجماعية والتنمر الإلكتروني، حيث أشارت الأدبيات إلى أن الأفراد ذوي النرجسية الجماعية المرتفعة يظهرون حساسية مفرطة تجاه النقد مما يدفعهم إلى تبني سلوكيات عدائية عبر الإنترنت لحماية صورة الفريق (Larkin & Fink, 2018; Simsek & Ozturk, 2024).
- وقد كشفت نتائج دراسة Mastromartino et al. (2020) أن تأثير الانتماء للفريق على العدوان الإلكتروني لا يكون قوياً إلا في حال اقترانه بمستويات مرتفعة من النرجسية الجماعية، وهو ما قد يفسر العلاقة غير المباشرة لتلك الدراسة.
- وتفسر نظرية الهوية الاجتماعية العدائية للمشجعين بسبب ارتباطهم العاطفي والنفسي وانتمائهم للفريق (Lock & Heere, 2017)، كما أوضحت نظرية التعلم الاجتماعي أن السلوك العدائي للمشجع يتم اكتسابه من خلال التفاعل والانخراط مع المشجعين الآخرين ضمن الجماعة كوسيلة نفسية للحصول على المكافأة والمكانة الاجتماعية (Lee et al., 2024). وبناءً على ما سبق تفترض تلك الدراسة أن الهوية الاجتماعية تشرح كيف يمكن للمشجعين ذوي النرجسية الجماعية ممارسة التنمر الإلكتروني، وبالتالي يمكن تبني الفرض الآتي: - ف٤: يوجد تأثير معنوي للنرجسية الجماعية على التنمر الإلكتروني من خلال الدور الوسيط للهوية الاجتماعية.

ويمكن توضيح الإطار المقترح للعلاقة بين متغيرات الدراسة من خلال الشكل رقم (١) كما يلي:



الشكل رقم (١): الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة

المصدر: إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسات السابقة.

ثالثاً: طريقة البحث:

أ) البيانات المطلوبة ومصادرها:

اعتمدت الباحثتان في هذا البحث على نوعين من البيانات هما **البيانات الثانوية** والتي تتمثل في البيانات التي تم الحصول عليها من المراجع العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات الدراسة بما يمكن من تأصيل المفاهيم وإعداد الإطار النظري للدراسة. و**البيانات الأولية** وقد تم تجميعها من خلال قائمة الاستقصاء من المشجعين محل الدراسة وتفرغها وتحليلها بما يمكن من اختبار صحة أو خطأ فروض البحث والوصول إلى النتائج.

ب) مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع هذه الدراسة في مشجعي لعبة كرة القدم بجمهورية مصر العربية، ويرجع سبب اختيار هذا المجتمع إلى أهمية الصناعة الرياضية بشكل عام وبصفة خاصة كرة القدم والتي تُعتبر الرياضة الأكثر شعبية في مصر، بالإضافة إلى أهمية تأثير الارتباط النفسي للمشجعين بناديهم في الحفاظ على الصورة الذهنية للنادي أو الإضرار بها.

ووفقاً لجدول توزيع حجم العينات وفي حالة زيادة حجم المجتمع عن ١٠٠٠٠٠ وانتشار مفرداته فإنه عند مستوى ثقة ٩٥٪ وحدود خطأ ٥٪، يبلغ حجم العينة ٣٨٤ مفردة (Saunders et al., 2016) وتم زيادة حجم العينة ليصل إلى ٦٩٢ مفردة وذلك لزيادة مستوى الدقة.

ونظراً لعدم توافر إطار محدد لمفردات مجتمع البحث، كانت العينة المستخدمة هي كرة الثلج *Snowball sample* وهي المناسبة لحالة كبر وتشتت مجتمع البحث جغرافياً (saunders et al., 2016). وقامت الباحثتان باستخدام الاستقصاء عبر الإنترنت والذي تم تصميمه باستخدام محرك بحث Google Drive، وإتاحته لجمهور واسع، فقد تم طرح الاستبيان على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في الفترة من ٢٠٢٥/٤/٥ حتى الفترة ٢٠٢٥/٤/١٨، وبلغت عدد القوائم ١٥٠ بعدد ١٣٢ من مشجعي النادي الأهلي والزمالك مما جعل تلك النادي محل اهتمام البحث الحالي في جمع البيانات، ثم تم تكرار وضع الاستبيان على بعض الصفحات الرسمية لمشجعي الأهلي والزمالك بالإضافة إلى موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك (Facebook) وذلك في الفترة من ٢٠٢٥/٥/٢٠ وحتى الفترة ٢٠٢٥/٧/١، وقد بلغ عدد القوائم النهائية التي تم الحصول عليها ٦٩٢.

وقد تم الاعتماد على الاستبيان عبر الإنترنت وذلك لتطابق شروط استخدامه على الدراسة الحالية، فقد وضح (saunders et al., 2016) أنه لا بد من توافر بعض الشروط لتطبيق الاستبيان عبر الإنترنت من بينها أن تكون الأسئلة مغلقة وقصيرة قدر الإمكان وأن توضع القائمة من أسبوعين حتى ستة أسابيع.

ج) أدوات جمع البيانات الأولية: اعتمدت الباحثتان في تجميع بيانات الدراسة الميدانية على قائمة استقصاء يتم إعدادها خصيصاً لهذا الغرض في ضوء نتائج البحوث والدراسات العلمية السابقة، وسوف تتضمن هذه القائمة مجموعة من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة، وتعتمد على مقياس ليكرت الخماسي والتي تقع في مستويات تتراوح بين موافق تماماً (٥) إلى غير موافق تماماً (١)، وشملت قائمة الاستقصاء أربعة أجزاء، الأول: يتمثل في تسع عبارات لقياس النرجسية الجماعية، والثاني: يحتوي على ١٢ عبارة لقياس الهوية الاجتماعية، والثالث: يحتوي ٢٤ عبارة لقياس متغير التتميم الإلكتروني، والرابع: يختص بالمتغيرات الديموجرافية.

(د) متغيرات الدراسة وأساليب قياسها: اشتمل هذا البحث على ثلاث متغيرات رئيسية هما:

المتغير المستقل وهو النرجسية الجماعية وهي القناة المشتركة للمشجعين بأن ناديهم فريد من نوعه ويستحق الاحترام وتقديراً خاصاً، ويتم قياسه كمتغير أحادي وفقاً لمقياس De Zavala et al. (2009). وتم الاعتماد عليه لأنه يُعد مناسباً من الناحية المنهجية والنظرية، لأنه يقيس جوهر مفهوم للنرجسية الجماعية بشكل مباشر من خلال عبارات تعكس مشاعر العظمة الجماعية، والاستحقاق، والحساسية تجاه عدم التقدير الكاف من الآخرين.

المتغير الوسيط وهو الهوية الاجتماعية وتُشير إلى شعور المشجع بالانتماء إلى جماعة المشجعين الداعمين لفريقهم المفضل، حيث يرى نفسه كجزء من هذه الجماعة ويشاركها القيم والمشاعر والولاء، وتم قياسه من خلال ثلاثة أبعاد بالاعتماد على مقياس (Cameron, 2004)، حيث يعتبر المقياس الأعم الأشمل في المضمون والمفهوم والتي اعتمدت عليها العديد من الدراسات في سياقات مختلفة مثل Vörös & Kehl (2024) مما جعل ذلك المقياس محل اهتمام البحث الحالي.

المتغير التابع وهو التمر الإلكتروني ويعرف بأنه سلوك المشجعين السلبي لضرر متعمد متكرر باستخدام التقنيات الرقمية من خلال نشر محتوى مسيء، وكذلك التحرش الإلكتروني ضمن التعليقات السلبية والرسائل المزعجة ونشر الأكاذيب والشائعات، والذي يتم قياسه من خلال خمسة أبعاد من خلال مقياس (Doğar & Karaca, 2019)، وتم الاعتماد على تلك الأبعاد لأنها تقدم إطار شامل لأشكال التمر الإلكتروني لمشجعي كرة القدم، وتم تطوير العبارات وتبنيها من الدراسات السابقة وثيقة الصلة بالموضوع.

رابعاً: تحليل البيانات والنتائج:

تم الاعتماد على أسلوب تحليل المسار لاختبار الفروض باستخدام برنامج Warp PLS.7 ويعتمد هذا البرنامج على نموذجين وهما القياسي والهيكلية ويمكن توضيحهما كما يلي:

١. تقييم نموذج القياس

تم استخدام نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) Structural Equation Modeling، للتأكد من الصدق البنائي لمقياس الدراسة وكذلك من صحة النموذج وصلاحيته، فضلاً عن التأكد من مطابقته لبيانات الدراسة قبل إجراء اختبار الفروض من خلال اتباع الخطوات الآتية:

١١١ تحديد اعتمادية معاملات التحميل Indicator loadings ويتضح من جدول (١) أن جميع معاملات التحميل مقبولة، ولتكون قيم معاملات التحميل المقبولة لابد أن تكون مساوية أو أكبر من ٠,٥٠. (Saunders et al., 2016).

١١٢ حساب معامل الثبات المركب (Composite Reliability) ومعامل ألفا (Cronbach's alpha) للتعرف على ثبات الاتساق الداخلي للمقياس. وكما هو موضح بجدول (١) أظهرت نتائج اختبار الثبات أن معامل ألفا لكرونباخ لكل من النرجسية الجماعية، والهوية الاجتماعية، وأبعاد التئمر الإلكتروني العدوان اللفظي، التحقير الجماعي، نشر الشائعات، الإقصاء الرقمي، والمطاردة الرقمية ٠,٨٧٠، ٠,٨٩٦، ٠,٧٦٦، ٠,٧٣٧، ٠,٧١٩، ٠,٧٩٠، ٠,٧٨٥، على التوالي، ومن ثم فإن جميع معاملات ألفا لكرونباخ مقبولة، حيث يرى (Saunders et al., 2016) أن قيم ألفا المقبولة هي التي تتراوح من ٠,٦ إلى ٠,٧، في حين أن القيم أكبر من ٠,٧ مما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة.

أما عن ثبات المكونات (CR) Composite Reliability فقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها جدول (١) أن جميع قيم (CR) مقبولة -حيث أن قيم (CR) المقبولة لابد أن تكون مساوية أو أكبر من ٠,٧٠ (Saunders et al., 2016).

١١٣ قياس الصدق التقاربي convergent Validity ويشير إلى المدى الذي تتقارب فيه العبارات التي تقيس البعد أو المتغير، أو يمكن تحميلها معاً على بعد أو متغير واحد، ويتم قياسه عن طريق متوسط التباين المستخرج (Average variance extracted (AVE)، والذي لابد أن تزيد قيمته عن ٠,٥٠ لكل بعد أو متغير يتم قياسه. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها الجدول رقم (١) أن جميع قيم (AVE) مقبولة.

جدول (١) نتائج اختبار تقييم نموذج القياس لمتغيرات الدراسة

البعد	كود العبارة	الوسط Mean	الانحراف المعياري S.D.	معاملات التحميل	معامل ألفا (α)	ثبات المكونات (CR)	الصدق التقاربي (AVE)
الترجسية الجماعية	CN 1	٠,٣٨٩	١,٠٢٤	٠,٦٤٤	٠,٨٧٠	٠,٨٩٧	٠,٦٩٤
	CN 2	٤,٠٥	٠,٨٩٧	٠,٧٦٦			
	CN 3	٣,٧٨	١,١٩١	٠,٨٠٦			
	CN 4	٤,١١	٠,٨١٩	٠,٩٢١			
	CN 5	٤,٥٠	٠,٨٥٧	٠,٨٠٨			
	CN6	٤,٤١	٠,٧٣٧	٠,٨٦٣			
	CN7	٤,٢٧	٠,٧٤٤	٠,٨٦٤			
	CN8	٤,٠٧	٠,٧٨٠	٠,٨٥١			
	CN9	٤,٤٠	٠,٧٣٩	٠,٨٤٦			
الهوية الاجتماعية (المركزية)	Cen 1	٣,٩٠	٠,٩٢١	٠,٨٤٧	٠,٨٩٦	٠,٩٣١	٠,٦٥٧
	Cen 2	٣,٠٨	٠,٨٧٦	٠,٩٨٩			
	Cen 3	٣,٤٥	١,١٨٢	٠,٨٨١			
	Cen4	٣,٩٩	٠,٧٣٦	٠,٨٨٢			
(الروابط الجماعية)	Tie1	٤,٥٦	٠,٨٧٩	٠,٨٩٠			
	Tie2	٤,٤١	٠,٧٣٣	٠,٨٨٤			
	Tie3	٣,٥٦	١,١٠١	٠,٨٨٠			
	Tie4	٤,٤٧	٠,٦٧٩	٠,٨٨٢			
(التقييم العاطفي)	Aff1	٤,٤١	٠,٧٦٣	٠,٨٧٨			
	Aff2	٤,٢٧	٠,٨٥٨	٠,٨٨٠			
	Aff3	٤,٠٧	٠,٧٤٤	٠,٨٧٥			
	Aff4	٤,٤٠	٠,٨٦٣	٠,٨٨٠			
العدوان اللفظي	VA 1	٤,٥١	٠,٩٣٧	٠,٩٢٢	٠,٧٦٦	٠,٧٧٦	٠,٥٤٥
	VA 2	٤,٠٣	١,٠٢٧	٠,٨٧٢			
	VA 3	٤,١٨	٠,٩٦٢	٠,٩٣٣			
	VA 4	٣,٥٣	٠,٨٢٧	٠,٧٠٩			
	VA 5	٣,٦٠	١,٢٤٩	٠,٨٧٦			
التحقيق الجماعي	DD1	٤,٠٠	٠,٧٥٠	٠,٦٢٥	٠,٧٣٧	٠,٧٦٣	٠,٥٣٢
	DD2	٣,٧٩	٠,٦٥٢	٠,٧٩٢			
	DD3	٤,٠٩	٠,٦٧٩	٠,٦٥٧			
	DD4	٤,٥٢	٠,٨١٠	٠,٦٣٥			
	DD5	٣,٨٩	٠,٧٠٢	٠,٦١٤			
نشر الشائعات	SR1	٤,٠٤	١,٠٢٢	٠,٦٤٧	٠,٧١٩	٠,٧٠٣	٠,٦١٢
	SR2	٤,١٠	٠,٩٢١	٠,٨١٤			
	SR3	٤,٨٨	٠,٩١٢	٠,٦٥٨			
	SR4	٣,٤٠	١,٨٥	٠,٦٤٦			
	SR5	٣,٩٦	١,٧٠	٠,٦٢٨			
الاقصاء الرقمي	DE1	٤,٨٩	٠,٩٣٢	٠,٧٢٢	٠,٧٩٠	٠,٨٥٩	٠,٥٥٨

			٠,٨٢٤	٠,٨٨٧	٤,٣٣	DE2	
			٠,٧٢٠	١,٦٥	٣,٩٠	DE3	
			٠,٩٦٠	١,١٨	٤,٢١	DE4	
٠,٥٤٧	٠,٨٥٥	٠,٧٨٥	٠,٦٩٦	١,٧٠	٣,٩٦	SyT1	المطاردة الرقمية
			٠,٨٠٨	٠,٧٦١	٣,٧٠	SyT2	
			٠,٧٢٤	٠,٨٨٧	٤,٦٠	SyT3	
			٠,٧٢٦	٠,٧١٠	٤,٦٥	SyT4	
			٠,٦٨٦	٠,٧٥٥	٣,٣٩	SyT5	

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي.

١١٤ الصدق التمايزي **Discriminant Validity**: ويشير إلى المدى الذي يكون فيه كل بعد أو كل متغير مختلف عن البعد أو المتغير الآخر، ويتم قياسه عن طريق الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (square root of AVE)، حيث أنه لا بد أن يزيد ارتباط البعد أو المتغير بنفسه عن قيمه ارتباطه بباقي متغيرات الدراسة الأخرى. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها الجدول رقم (٢) أن جميع القيم مقبولة.

جدول رقم (٢) مصفوفة الارتباط بين المتغيرات والجذر التربيعي لـ (AVE).

المرادفة	الاقصاء الرقمية	نشر الشائعات	التحقير الجماعي	العدوان اللفظي	الهوية الاجتماعية	الترجسية الجماعية	
٠,٠٦٩	٠,٢٩٥	٠,٠٨١	٠,٤٢١	٠,٤٦٩	٠,٥١٩	٠,٧٠٣	الترجسية الجماعية
٠,٠٢٨	٠,٤٨٩	٠,٢٨٢	٠,٦٨٣	٠,٧٣٥	٠,٧٧٦	٠,٥١٦	الهوية الاجتماعية
٠,٠١١ -	٠,٥٦٩	٠,٢٩٥	٠,٧٥٩	٠,٨٣٨	٠,٧٣٥	٠,٤٦٩	العدوان اللفظي
٠,٠٢٠ -	٠,٤٩٥	٠,٣٠١	٠,٧٢٩	٠,٨٥٩	٠,٦٨٣	٠,٤٢١	التحقير الجماعي
٠,٠٠٢ -	٠,٢٥٣	٠,٦٤٢	٠,٣٠١	٠,٢٩٥	٠,٢٨٢	٠,٠٨١	نشر الشائعات
٠,٠٣٧ -	٠,٧٤٧	٠,٢٥٣	٠,٤٩٥	٠,٥٦٩	٠,٢٨٩	٠,٢٩٥	الاقصاء الرقمي
٠,٧٤٠	٠,٠٣٧ -	٠,٠٠٢ -	٠,٠٢٠ -	٠,٠١١ -	٠,٠٢٨	٠,٠٩٦	المطاردة الرقمية

المصدر: إعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

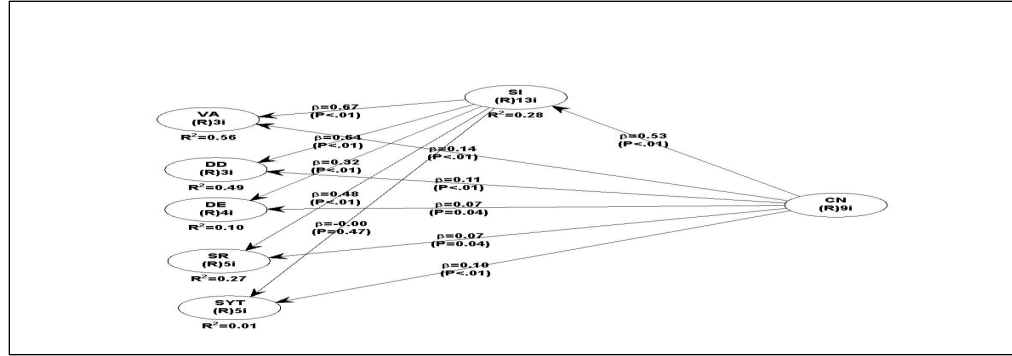
٢- اختبار الفروض:

١١٢ جودة تطابق وملائمة النموذج المقترح للدراسة *Model Fit*

وفقاً لأسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية *SEM* وباستخدام البرنامج الإحصائي (*Warp PLS.7*) يتم التأكد أولاً من جودة تطابق وملاءمة النموذج المقترح، ثم يلي ذلك اختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة. وقد ثبت معنوية النموذج من خلال مؤشرات جودة التطابق حيث بلغ متوسط معامل المسار *Average Path Coefficient APC* 0,410، ومتوسط معامل الارتباط *Average R-squared ARS* 0,350، ومتوسط التباين لمعامل التضخم *Average Variance Inflation Factor AVIF* 1,665. حيث تقبل قيم متوسط معامل المسار ومتوسط معامل الارتباط إذا كان قيمة *P-value* < 0.05، بينما يقبل مؤشر متوسط التباين لمعامل التضخم إذا كانت قيمته أقل من ٥ وهو ما يشير إلى أن نموذج الدراسة يتمتع بجودة تطابق مقبولة.

2/2 النموذج الهيكلي: -

يعتبر النموذج الهيكلي النموذج الذي يمكن من خلاله اختبار فروض الدراسة، وقامت الباحثتان ببناء النموذج ثنائي المستوي وذلك بالاعتماد على برنامج *Warp PLS 7*. ويعتمد النموذج الهيكلي على متغيرات الدراسة والموضحة بالشكل رقم (٢).



شكل رقم (٢) النموذج الهيكلي للدراسة

المصدر: إعداد الباحثتان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

٣٢ نتائج اختبار الفروض باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية: -

ويتضح في جدول رقم (٣) نتائج اختبار التحليل الإحصائي للتأثيرات المباشرة لنموذج الدراسة.

نتائج اختبار الفرض الأول والثاني والثالث: ويمكن بيان نتائج التحليل الإحصائي من خلال جدول رقم (٣).

جدول رقم (٣) نتيجة اختبار التأثيرات المباشرة للنموذج للدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	المتغير التابع	معامل المسار	مستوى المعنوية P-Value	النتيجة
ف ١	الانتماء الجماعية	—	الهوية الاجتماعية	٠,٥٢٧	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٢/أ	الهوية الاجتماعية	—	العدوان اللفظي	٠,٦٦٧	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٢/ب			التحقيق الجماعي	٠,٦٣٧	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٢/ج			نشر الشائعات	٠,٣٢٥	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٢/د			الاقصاء الرقمي	٠,٤٧٨	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٢/هـ			المطاردة الرقمية	- ٠,٠٠٣	٠,٤٧١	عدم القبول
ف ٣/أ	الانتماء الجماعية	—	العدوان اللفظي	٠,١٤٢	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٣/ب			التحقيق الجماعي	٠,١٠٨	٠,٠٠٥	قبول الفرض
ف ٣/ج			نشر الشائعات	٠,٠٧٢	٠,٠٠١	قبول الفرض
ف ٣/د			الاقصاء الرقمي	٠,٧٤	٠,٠٠٠	قبول الفرض
ف ٣/هـ			المطاردة الرقمية	٠,١٠٢	٠,٠٠٠	قبول الفرض

المصدر: إعداد الباحثتان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويمكن تحليل أرقام الجدول رقم (٣) كالتالي:

ف ١: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية: يوجد تأثير إيجابي معنوي مباشر للترجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية بمعامل مسار ٠,٠٢٧، وبالتالي يتم قبول الفرض الأول.

ف ٢: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على التمر الإلكتروني: أكدت النتائج على التأثير الإيجابي للهوية الاجتماعية على أربعة أبعاد للتمر الإلكتروني (العدوان اللفظي، التحقير الجماعي، نشر الشائعات، الاقصاء الرقمي) بمعاملات مسار (٠,٦٦٧)، (٠,٦٣٧)، (٠,٣٢٥)، (٠,٤٧٨) على الترتيب وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، بينما لا يوجد تأثير للهوية الاجتماعية على بعد المطاردة الرقمية حيث بلغ قيمة معامل المسار بالسالب (-٠,٠٠٣)، وبالتالي يتم قبول الفرض الثاني جزئياً.

ف ٣: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على التمر الإلكتروني: أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على أبعاد التمر الإلكتروني (العدوان اللفظي، التحقير الجماعي، نشر الشائعات، الاقصاء الرقمي، والمطاردة الرقمية) بمعاملات مسار (٠,١٤٢)، (٠,١٠٨)، (٠,٠٧٢)، (٠,٠٧٤)، (٠,١٠٢) على الترتيب، وبالتالي يتم قبول الفرض الثالث كلياً.

ويمكن بيان نتائج التحليل الإحصائي للفرض الرابع من خلال جدول رقم (٤) كالتالي:

ف ٤: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على التمر الإلكتروني عند توسيط الهوية الاجتماعية: تشير النتائج إلى أن معنوية الهوية الاجتماعية تتوسط جزئياً العلاقة بين الترجسية الجماعية وأربعة أبعاد للتمر الإلكتروني بمعاملات مسار غير مباشرة (٠,٣٢٥)، (٠,٣٣٦)، (٠,١٧١)، (٠,٢٥٢) على الترتيب وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، بينما لا يوجد دور وسيط للهوية الاجتماعية في العلاقة بين الترجسية الجماعية وبعد المطاردة الرقمية حيث بلغ قيمة معامل المسار (-٠,٠٠٢). وفي ضوء نتائج التحليل السابقة يتم قبول الفرض الرابع جزئياً.

جدول رقم (٤) نتيجة اختبار التأثيرات غير المباشرة للنموذج الدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	المتغير التابع	معامل المسار غير المباشر	مستوى المعنوية P-Value	النتيجة
ف ٤/أ	الترجسية الجماعية	الهوية الاجتماعية	العدوان اللفظي	٠,٣٥٢	٠,٠٠١	قبول الفرض (توسيط جزئي)
ف ٤/ب			التحقير الجماعي	٠,٣٣٦	٠,٠٠١	قبول الفرض (توسيط جزئي)
ف ٤/ج			نشر الشائعات	٠,١٧١	٠,٠٠١	قبول الفرض (توسيط جزئي)
ف ٤/د			الاقصاء الرقمي	٠,٢٥٢	٠,٠٠١	قبول الفرض (توسيط جزئي)
ف ٤/هـ			المطاردة الرقمية	- ٠,٠٠٢	٠,٤٧٩	عدم القبول (لا يوجد توسيط)

المصدر: إعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

خامساً: مناقشة النتائج ومساهمات الدراسة والتوصيات:

أ. مناقشة النتائج وتفسيرها:

يمكن تفسير نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة من خلال النقاط التالية:

- (١) **الفرض الأول: ف ١:** يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية.
- توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية لدى المشجعين، وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Golec de Zavala et al., 2013; De Zavala et al., 2009) والتي أوضحت أن الترجسية الجماعية لا تعزز فقط الانتماء للجماعة، بل تجعل الهوية الاجتماعية مركزية ومشحونة عاطفياً، بما يؤدي إلى الاندماج والولاء الشديد للجماعة. وتتشابه هذه النتيجة أيضاً ما توصلت إليه دراسة (Marchlewska et al. (2020) والتي أوضحت أن الترجسية الجماعية ترتبط بأنماط من الهوية تتمحور حول الدفاع عن الجماعة والاستجابة الحادة للنقد الخارجي، وهو ما يجعل الانتماء جزءاً لا يتجزأ من الذات، كما دعمت هذه النتيجة ما أكدته دراسة (Cichocka et al. (2022) بأن الأفراد ذوي المستويات المرتفعة من الترجسية الجماعية يميلون إلى الدفاع عن الجماعة والتفاعل معها بصورة أكثر انفعالية خاصة عند الشعور بالتهديد.
- وترى الباحثتان أن الترجسية الجماعية تؤثر إيجابياً على الهوية الاجتماعية بسبب أن المشجع النرجسي يعتقد بشكل مبالغ فيه بعظمة الفريق وأنه يستحق مزيد من التقدير كما تعزز الترجسية شعور المشجعين بالانتماء والتماثل مع جماعة المشجعين. ويمكن تفسير ذلك بمزيد من التفصيل من خلال دور الترجسية الجماعية في تعزيز أبعاد الهوية الاجتماعية (المركزية، والروابط الجماعية، والتقييم العاطفي)، كالتالي:
- تأثير الترجسية الجماعية على المركزية**

كشفت نتائج الدراسة أن الترجسية الجماعية تعزز إدراك المشجع لأهمية الانتماء للفريق كجزء مركزي في مفهومه لذاته، فالمشجع النرجسي يرى أن هويته الشخصية لا تنفصل عن هوية النادي، وكلما زاد اعتزازه الجماعي المبالغ فيه كلما كانت هوية النادي الجماعية محور ومركز أساسي في تعريفه لنفسه.

تأثير الترجسية الجماعية على الروابط الجماعية

أظهرت النتائج أن الترجسية الجماعية تسهم في تعزيز شعور المشجعين بالترابط والتماثل مع أعضاء مشجعي الفريق، حيث يرون أن لديهم قواسم مشتركة لقيم النادي والانفعالات ضد التهديدات الخارجية لناديهم.

تأثير الترجسية الجماعية على التقييم العاطفي

أكدت نتائج الدراسة أن الترجسية الجماعية تؤدي إلى تعزيز المشاعر الإيجابية تجاه الجماعة، مثل الفخر والاعتزاز والانتماء القوي، حيث يشعر المشجعون بالفخر الشديد عند فوز فريقهم، ويعتبرون نجاحه امتداداً لنجاحهم الشخصي، وبعبارة أخرى يمكن القول بأن الترجسية الجماعية تولد شعور عاطفي قوي تجاه الجماعة يمتزج بين الفخر بالنجاح والانفعال الشديد في مواجهة التهديدات.

كما ترى الباحثتان أن الترجسية الجماعية تمثل قوة دافعة نفسية لتعزيز الهوية الاجتماعية، حيث تدفع المشجعين إلى التماثل مع جماعتهم الرياضية، خاصة عند الاحساس بأن فريقهم لا يحصل على التقدير المستحق. كما أن مشاعر التفوق الجماعي والاستحقاق تُسهم في إعادة تعريف الذات من خلال اسم النادي، مما يعزز من مركزية الانتماء، والروابط النفسية والاجتماعية مع باقي المشجعين، وكذلك المشاعر

الإيجابية العاطفية المرتبطة بالانتماء، والذي يظهر ذلك من خلال استخدام مشجعو نادي الأهلي شعارات حماسية مثل "الأهلي فوق الجميع" أو "نادي القرن الحقيقي" كتعبير عن الإيمان المطلق بتفوق فريقهم واستحقاقه التقدير، لا سيما في النقاشات المتعلقة بالبطولات الإفريقية وتاريخ الإنجازات. ويشعر هؤلاء المشجعون بأن أي تقليل من شأن ناديهم هو في الواقع تقليل من شأنهم هم شخصياً، مما يعكس مركزية الانتماء في هويتهم الذاتية. كما يعبر مشجعو نادي الزمالك عن مشاعر مماثلة من خلال شعارات مثل "الزمالك نادي الوطنية والكرامة" أو "نحن نادي الفن والهندسة"، في محاولة لتأكيد التفوق النوعي لفريقهم، ليس فقط من حيث الأداء، ولكن أيضاً من حيث "الهوية الثقافية والجمالية"، وغالباً ما يُنظر إلى ظلم التحكيم أو تجاهل الإعلام لهم على أنه مؤامرة ضد الجماعة، ما يعزز التماسك الداخلي ويدفع نحو ردود فعل جماعية موحدة. ومن ثم، يمكن القول إن النرجسية الجماعية، وإن بدت سمة دفاعية، فإنها تخلق نوعاً من التماسك الداخلي والهوية الجماعية لدى مشجعي الفرق الرياضية، خاصة في سياقات مشحونة مثل التنافس بين جماهير الأندية الكبرى في مصر، حيث يصبح الانتماء للنادي أحد مكونات تعريف الذات، ويُستخدم كوسيلة لتعزيز الفخر الشخصي والجماعي.

(٢) **الفرض الثاني: ف٢: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على التمر الإلكتروني.** وينقسم هذا الفرض إلى الفروض الفرعية التالية:

ف٢/أ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على العدوان اللفظي.

ف٢/ب: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على التحقير الجماعي.

ف٢/ج: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على نشر الشائعات.

ف٢/د: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على الاستبعاد الرقمي.

ف٢/هـ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على المطاردة الرقمية.

كشفت نتائج الدراسة عن وجود تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على أبعاد التمر الإلكتروني، بينما لا يوجد تأثير للهوية الاجتماعية على بعد المطاردة الرقمية. وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Simsek & Ozturk, 2024) التي أثبتت أن المشجعين الذين يشعرون بانتماء عاطفي قوي لجماعتهم أكثر ميلاً لمهاجمة الجماهير المنافسة عبر التعليقات والمنشورات العدائية، خاصة في أوقات الهزيمة أو الاستفزاز.

كما دعمت هذه النتيجة نظرية الهوية الاجتماعية (Tajfel & Turner, 1979) والتي تفترض أن تعزيز الانتماء للجماعة الداخلية يؤدي إلى تحقير الجماعات الخارجية، وهو ما يتجلى في السلوك العدائي الرقمي، وتفسر نظرية التعلم الاجتماعي (Akers, 1985)، كيف اكتساب وتعلم السلوك العدائي من خلال التفاعل داخل الجماعة، فالمشجع يحصل على القبول الاجتماعي من باقي المشجعين من خلال الممارسة المشتركة لأشكال التمر الإلكتروني. وتفسر الباحثتان سبب التأثير الإيجابي للهوية الاجتماعية على التمر الإلكتروني شعور المشجعين القوي بالانتماء إلى ناديهم واحساسهم أن نجاح أو فشل النادي هو امتداد للذات هو الذي يدفعهم للانخراط في سلوكيات عدوانية على المنصات الرقمية، دفاعاً عن اسم النادي والفريق المفضل. هذا التأثير يتجسد من خلال الفروض الفرعية التالية:

ف ٢/أ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على العدوان اللفظي.

أظهرت النتائج أن المشجعين الذين يتمتعون بهوية اجتماعية قوية تجاه ناديتهم يميلون إلى العدوان اللفظي المباشر خاصة أوقات الهزيمة كوسيلة للدفاع عن الفريق، ويرجع ذلك إلى اعتبار أي هجوم على الفريق هو إهانة شخصية لهم. ولعل خير شاهد على ذلك ما شهدته صفحات التواصل الاجتماعي بعد خسارة الأهلي أمام بيراميدز في نهائي كأس مصر والتي كانت تضمنت التعليقات الغاضبة بحق الحكام، والفريق المنافس، وبعض لاعبي الأهلي أنفسهم، باعتبارهم "خالفوا هوية النادي"، مما يعكس كيف يدفع الانتماء العاطفي للتعبير عن الغضب بأسلوب عدائي لفظي مباشر.

ف ٢/ب: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على التحقير الجماعي.

أكدت نتائج الدراسة أن قوة الهوية الجماعية تدفع المشجعين إلى السخرية من الفرق الأخرى وجماهيرها بهدف تقليل شأنهم وإعلاء مكانة فريقهم. وبعد ذلك أحد أشكال الدفاع عن الهوية الجماعية مثل ما حدث بعد فوز الزمالك على الأهلي في السوبر المصري، قام مشجعو الزمالك بنشر صور معدلة ومقاطع فيديو ساخرة من الأهلي وجماهيره على صفحات فيسبوك وتويتر، تضمنت رموزاً وإيحاءات تقلل من قيمة الفريق المنافس، مع تعليقات مثل "الزمالك مدرسة الفن والهندسة... والأهلي فريق الحظ والصدفة".

ف ٢/ج: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على نشر الشائعات.

أوضحت النتائج أن الأفراد الذين يشعرون بانتماء قوي للجماعة يكونون أكثر استعداداً لترويج الشائعات عن الفرق المنافسة أو اللاعبين، خاصة عندما يُنظر إلى هذه الشائعات كأداة لتقليل شأن الفريق المنافس أو الدفاع عن هوية ومكانة النادي. ففي إحدى مباريات القمة، تم تداول إشاعات على صفحات جماهيرية بأن أحد لاعبي الفريق المنافس تعمد إصابة لاعب مهم قبل المباراة. وتبين لاحقاً أن هذه المعلومة غير صحيحة، لكنها لاقت انتشاراً واسعاً بين الجمهور، مما يُظهر كيف تُستخدم الشائعات كسلاح في الدفاع الجماعي عن النادي.

ف ٢/د: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على الاستبعاد الرقمي.

أظهرت الدراسة أن المشجعين ذوي الهوية الاجتماعية القوية يستبعد أي عضو في المجموعة يشكك في أداء الفريق أو يعارض قراراته، مما يعكس تفكير جماعي لا يتسامح مع الرأي المخالف، ويستخدم جماهير النادي مصطلح خيانة لجمهور الأهلي للتعبير عن الغضب مثل ما تم في إحدى مجموعات مشجعي الأهلي على فيسبوك، تم حذف عضو لمجرد أنه انتقد اختيار المدرب، وتم تبرير الحذف بأنه "خيانة لجماعة الأهلي". <https://www.facebook.com/groups/> ويُظهر هذا السلوك كيف أن الهوية الجماعية المشحونة قد تؤدي إلى التتبع داخل الجماعة نفسها تحت مظلة الولاء المطلق.

ف ٢/هـ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على المطاردة الرقمية.

توصلت النتائج إلى عدم وجود تأثير للهوية الاجتماعية على المطاردة الرقمية، ويفسر الباحثان تلك النتيجة بأن قوة الهوية الاجتماعية والانتماء مع جماعة المشجعين لا تدفع بالضرورة الأفراد لممارسة سلوك المطاردة الرقمية مثل تتبع حسابات أو أنشطة جمهور الفرق المنافسة والتفاعل معها بشكل عدائي ومتكرر، ويمكن تفسير ذلك بأن المطاردة الرقمية تتطلب جهداً ووقتاً أكبر مقارنة بأشكال التتبع الأخرى (كالعدوان اللفظي أو التحقير)، وهي غالباً سلوك فردي أكثر من كونها استجابة جماعية ناتجة عن هوية مشتركة. كما قد ترتبط المطاردة الرقمية بدوافع شخصية أو خصائص فردية (مثل الفضول المفرط أو النزعة التسلسلية) أكثر من ارتباطها بالهوية الجماعية للمشجعين. بالتالي، يمكن القول إن الهوية الاجتماعية تؤثر بوضوح على معظم أشكال التتبع الإلكتروني، باستثناء المطاردة الرقمية التي يبدو أنها تتأثر بعوامل نفسية أو شخصية أخرى خارج إطار الانتماء الجماعي.

٣) الفرض الثالث: ف ٣: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على التتمر الإلكتروني.

وينقسم هذا الفرض إلى الفروض الفرعية التالية:

ف ٣/أ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على العدوان اللفظي.

ف ٣/ب: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على التحقير الجماعي.

ف ٣/ج: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على نشر الشائعات.

ف ٣/د: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على الاستبعاد الرقمي.

ف ٣/هـ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على المطاردة الرقمية.

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على وأبعاد التتمر الإلكتروني (العدوان اللفظي، التحقير الجماعي، نشر الشائعات، الاقصاء الرقمي، والمطاردة الرقمية)، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Larkin & Fink (2018) التي أوضحت أن الترجسية الجماعية ترتبط بسلوك عدائي دفاعي عند الشعور بالتهديد الخارجي، وكذلك دراسة (Simsek & Ozturk (2024) التي ربطت الترجسية العالية بممارسات التتمر الإلكتروني بين الجماهير الرياضية. وترى الباحثتان أن الترجسية الجماعية والشعور المبالغ فيه بعظمة النادي، والحاجة المستمرة للاعتراف من الآخرين تؤثر وبشكل مباشر على ممارسة المشجعين للسلوكيات العدائية رقمية بسبب قوة العلاقة بين المشجع والنادي هي المحرك للمشاعر السلبية تجاه المنافسين والتركيز على إخفاقات النادي المنافس سواء كانت فتش حقيقي أم وهمي تعبيراً منهم عن ولائهم وحبهم لناديهم وفريقهم. ويمكن تفسير منطقية العلاقة بشئ من التفصيل كالتالي:

ف ٣/أ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على العدوان اللفظي.

أظهرت نتائج الدراسة أن مشجعي الفرق ذوي الترجسية الجماعية المرتفعة أكثر ميلاً لاستخدام لغة عدائية وشتائم ضد الجماهير المنافسة، خصوصاً عند شعورهم بأن ناديهم يتعرض للتقليل أو التشكيك، فقد انتشرت موجه من سخرية المشجعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بعد قرار مجلس إدارة نادي الزمالك بالانسحاب من الدوري بسبب أخطاء التحكيم وقام جماهير الأهلي بنشر الهاشتاج (Hashtag) "لو راجل أنسحب" ليتصدر موقع التدوينات القصيرة بأكثر من ٢٠ ألف تغريدة في ساعة (<https://www.youm7.com/story/>)، وتضمن مئات التعليقات التي استخدمت ألفاظاً غير لائقة موجهة ضد الحكام، الإعلام.

ف ٣/ب: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على التحقير الجماعي.

أظهرت النتائج أن مشجعي الفرق ذوي الترجسية الجماعية المرتفعة يميلون إلى تقليل شأن الجماهير الأخرى، والسخرية من فرقهم وتاريخهم، كوسيلة لإعلاء شأن جماعتهم. مثل ما تم بعد فوز الزمالك بالدوري، قام مشجعو الزمالك بإعادة تداول صور قديمة من خسارات الأهلي ونشر فيديوهات بعنوان تاريخ الأهلي المزيف <https://www.facebook.com/watch/?>، مع تعليقات مثل: "ده التاريخ الحقيقي.. مش المزيف" أو "الأهلي صناعة إعلام مش بطولات"، مما يعكس النمط العدائي القائم على إنكار إنجازات الغير وتضخيم الذات الجماعية.

ف ٣/ج: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على نشر الشائعات.

بيّنت النتائج أن الشعور بالاستحقاق الجماعي يدفع المشجعين الترجسيين لتبرير أي فشل أو هزيمة من خلال نشر شائعات أو نظريات مؤامرة. فبعد هزيمة الزمالك في إحدى المباريات وفي محاولة لرفض

الواقع وللدفاع عن صورة الجماعة انتشرت شائعات بين جماهيره تتهم اتحاد الكرة بأنه متحيز وتداول منشور مفاده: ماذا يريد التحكيم المصري المرتعش والمهزوز من الزمالك.. ولماذا تلك العنترة الفارغة لا تظهر إلا في مبارياتنا <https://www.almasryalyoum.com/news/details/3194905>.

ف ٣/د: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على الاستبعاد الرقمي.

توصلت الدراسة إلى أن المشجعين النرجسيين يقومون باستبعاد أي مشجع لا يشاركهم نفس الحماس والشعور بتفوق النادي أو ينتقد أدائه بسبب حاجة المشجع النرجسي المستمرة للسيطرة وهيمته فريضة فتجعل المشجعين يبالغون في تفوق الفريق وانجازاته على مدار التاريخ وأي نقد مخالف لذلك فهو تقليل من هويته الشخصية، ولعل خير شاهد على ذلك ما تم نشره على صفحته الأهلـى أونلاين لتوضيح سبب حذف فيديو السخرية من الأهلـى خلال مواجهة القمة التي تقام ضد منافسه الزمالك في الدوري المصري الممتاز <https://ar.ahly.online/87119>، وكذلك هتافات مشجعي الأهلـى الهجومية ضد مارسيل كولر واللاعبين بعد انتهاء مباراة صن داونز في دوري أبطال إفريقيا وهو ما يعكس آلية دفاعية نرجسية لحماية مكانة الفريق.

ف ٣/هـ: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على المطاردة الرقمية.

أشارت النتائج إلى أن بعض المشجعين يقومون بملاحقة حسابات الإعلاميين أو المشجعين المنافسين وتكرار التفاعل السلبي معهم، كرد فعل دفاعي عدواني عن "عظمة الجماعة"، فقد قام عدد من مشجعي الزمالك بمتابعة حسابات محللين رياضيين على تويتر والتعليق بشكل متكرر على تغريداتهم بمجرد انتقاد أداء الفريق، واتهامهم بالتحيز، ووصل الأمر إلى إرسال رسائل خاصة مليئة بالإهانات، مما يدل على تصعيد رقمي دائم مرتبط بشعورهم بضرورة الدفاع عن صورة النادي. وترى الباحثة أن منطقية تلك النتائج ترجع إلى أن النرجسية الجماعية تؤدي إلى حالة من التأهب الدفاعي الجماعي، والتي تجعل المشجعين أكثر استعداداً لتبرير أي سلوك عدواني على أنه رد فعل مشروع لحماية صورة الفريق. ويظهر ذلك في سلوك مشجعي الأهلـى والزمالك الذين يرون أنفسهم، من خلال نوايا الدفاع عن النادي، أصحاب الحق الحصري في مهاجمة الخصوم، وتشويههم، أو طرد المختلفين من داخل الجماعة. كما أن ميل النرجسية للربط بين كرامة الفرد وكرامة الجماعة، يجعل من النقد تهديداً مباشراً للذات، وبالتالي تُستخدم المنصات الرقمية كآلية للانتقام، والتطهير، وإثبات التفوق. ومن ثم، تؤكد نتائج الفرض الثالث أن النرجسية الجماعية لا تؤثر فقط على الشعور الجماعي، بل تتحول إلى سلوك رقمي عدواني متكرر، يعكس تصعيداً نفسياً وسلوكياً تجاه أي تهديد رمزي أو فعلي لصورة النادي في عيون مشجعيه.

٤) الفرض الرابع: ف ٤: يوجد تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على التتميم الإلكتروني عند توسيط الهوية الاجتماعية.

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي معنوي غير مباشر للترجسية الجماعية على أبعاد التتميم الإلكتروني (العدوان اللفظي، التحقير الجماعي، نشر الشائعات، الاستبعاد الرقمي) عند توسيط الهوية الاجتماعية، بينما لا يوجد دور وسيط للهوية الاجتماعية في العلاقة بين النرجسية الجماعية وبعد المطاردة الرقمية. وقد تم استخدام الهوية الاجتماعية كمتغير وسيط لفهم الآلية النفسية والاجتماعية التي تفسر تأثير النرجسية الجماعية على سلوكيات التتميم الإلكتروني، حيث أثبتت النتائج أن مشاعر العظمة الاجتماعية وطلب التقدير المرتفع (النرجسية الجماعية) تُعزز الشعور بالانتماء والارتباط بالجماعة (الهوية الاجتماعية)، والتي بدورها تدفع الأفراد نحو الانخراط في سلوكيات عدائية ضد الجماعات الأخرى على المنصات الرقمية، دفاعاً عن الفريق والنادي أو إثباتاً لتفوقهما.

فقد أكدت نتائج الدراسة التأثير الإيجابي للترجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسات مثل (Golec de Zavala et al. 2009) التي بينت أن الترجسية الجماعية تعزز مركزية الهوية وشدة الارتباط بالجماعة، لا سيما عند الشعور بالتهديد. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للهوية الاجتماعية على التتمر الإلكتروني، وهو ما تم توضيحه من خلال أبعاده المختلفة (اللفظي، والتحقيق، والشائعات، والاستبعاد، والمطاردة)، حيث يصبح سلوك التتمر الرقمي مبرراً داخلياً ومشروعاً في وجدان المشجع للدفاع عن ناديه المفضل وهويته.

وبناءً على ما سبق، ترى الباحثتان أن الترجسية الجماعية لا تؤدي إلى التتمر الإلكتروني بشكل مباشر فقط، بل أيضاً عبر تضخيم الهوية الاجتماعية، حيث يصبح الانتماء للنادي مركزاً للذات الفردية ومصدراً للمشاعر والانفعالات الجماعية. فكلما ازداد شعور المشجعين بعظمة ناديتهم وتقوى، كلما زاد تمسكهم بهويتهم كمشجعين، وهو ما يجعلهم أكثر استعداداً لرفض أي تهديد خارجي والتصدي له عبر سلوكيات عدوانية على الإنترنت، ومن ثم، توضح نتائج الفرض الرابع أن الهوية الاجتماعية تلعب دوراً بسيطاً في العلاقة بين الترجسية الجماعية والتتمر الإلكتروني، حيث تبرر سلوكيات التتمر كوسيلة لحماية صورة النادي، وتأكيد الولاء له، ورد الاعتبار للجماعة في السياق التنافسي بين الجماهير الرياضية.

تشير نتائج أيضاً إلى عدم وجود دور وسيط للهوية الاجتماعية في العلاقة بين الترجسية الجماعية وبُعد المطاردة الرقمية، ويعني ذلك أن ارتفاع مستويات الترجسية الجماعية، حتى وإن عزز الهوية الاجتماعية للمشجعين، لا يترجم بالضرورة إلى انخراطهم في سلوك المطاردة الرقمية تجاه جماهير الفرق المنافسة. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المطاردة الرقمية تُعد من أشكال التتمر الإلكتروني ذات الطابع الفردي أكثر من كونها سلوك جماعي نابعاً من الهوية المشتركة، إذ تتطلب متابعة دقيقة ومستمرة لأنشطة أو حسابات الطرف المستهدف، وهو ما يرتبط غالباً بدوافع شخصية مثل الفضول المفرط، أو الرغبة في السيطرة والتحكم، أو النزعات العدائية الفردية، أكثر من ارتباطه بالولاء والانتماء الجماعي. كما أن المطاردة الرقمية قد تتأثر بسمات شخصية أو خصائص فردية (مثل السمات المظلمة للشخصية) لا تتأثر مباشرة بالهوية الاجتماعية.

ب. المساهمة النظرية للبحث:

قدم هذا البحث بعض المساهمات المعرفية النظرية فيما يتعلق بالترجسية الجماعية، والهوية الاجتماعية، والتتمر الإلكتروني، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين ثلاث متغيرات لم يتم الربط بينها مسبقاً – في حدود علم الباحثتان – ومحاولة سد الفجوة البحثية الناتجة عن ذلك، وهو ما يمكن إيجازه في النقاط التالية:

- تشير الدراسة الحالية إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للترجسية الجماعية على الهوية الاجتماعية لدى مشجعي كرة القدم، وتساهم هذه النتيجة في دعم الفرض القائل بأن شعور الأفراد بعظمة جماعتهم واحتياجهم للاعتراف الاجتماعي من الآخرين يدفعهم إلى تمثيل الجماعة والانصهار فيها، بما يُعزز التماهي والانتماء، وهو ما يشكل أحد أركان الهوية الاجتماعية، ويمثل تطوراً عن الدراسات السابقة التي ركزت على العلاقة الثنائية دون تحليل الأبعاد الثلاثية لهذه الهوية (Cameron, 2004).
- وتساهم هذه الدراسة أيضاً في توضيح أن الترجسية الجماعية لا تؤثر فقط على المشاعر والانتماء، بل تُعد محفزاً رئيسياً لسلوكيات التتمر الإلكتروني، بما يشير إلى أن مشاعر الاستحقاق والضعف أمام النقد قد تتحول إلى سلوك عدواني رقمي في حال الشعور بالتهديد الجماعي، وهو ما يمثل نقلة نوعية في ربط السمات النفسية الجماعية بالمرجات السلوكية الرقمية في السياق الرياضي.

- توضح الدراسة الدور الوسيط الذي تلعبه الهوية الاجتماعية في العلاقة بين النرجسية الجماعية والتنمر الإلكتروني، وهو ما يُعد من الإضافات النظرية المهمة التي تشرح كيف تتحول مشاعر التفوق الجماعي إلى سلوك دفاعي وعدواني عبر منصات التواصل، لا سيما في السياقات المشحونة كتشجيع الأندية الكبرى، وهي علاقة لم يتم تناولها بهذا الشكل المتكامل من قبل (Simsek & Ozturk, 2024; Mastromartino et al., 2020).
- امتداداً للأدبيات التي تناولت تأثير الهوية الاجتماعية في تفسير السلوكيات العدوانية، تقدم هذه الدراسة منظوراً جديداً يجمع بين الأبعاد الثلاثة للهوية (المركزية، التقييم العاطفي، الروابط الجماعية) في تحليل محفزات السلوك العدواني الرقمي، مما يثري النظرية ويوسع من استخدامها في السياقات الرياضية والنفسية.
- تسهم هذه الدراسة من الناحية النظرية في اقتراح نموذج تفسيري يمكن استخدامه لقياس العلاقة بين النرجسية الجماعية والتنمر الإلكتروني من خلال توسط الهوية الاجتماعية، في سياق عربي/مصري، وهو ما يُعد من المحاولات البحثية القليلة التي تجمع هذه المتغيرات الثلاثة ضمن نموذج سببي باستخدام تحليل المسار، الأمر الذي يفتح المجال أمام باحثين آخرين لإعادة اختباره في سياقات ثقافية ورياضية متعددة.

ج. المساهمة العلمية والإدارية للبحث:-

- يمكن أن تساهم نتائج البحث الحالي في تقديم العديد من التوصيات العملية والنصائح الإدارية لإدارة ناديي الأهلي والزمالك، بل وإدارات التسويق والإعلام الرياضي بوجه عام، وذلك في ضوء ما أظهرته النتائج من أن النرجسية الجماعية والهوية الاجتماعية المشحونة قد تكون محفزاً رئيسياً لممارسة سلوكيات التنمر الإلكتروني، وهو ما يؤثر بشكل مباشر على سمعة النادي وصورته الذهنية لدى الجمهور العام والجهات الراعية.
- وتفيد نتائج الدراسة إدارة الناديين في فهم أن الشعور بالتفوق الجماعي لدى المشجعين باعتبار ناديهم الأفضل والأكثر تميزاً دون وجود إطار قيمي يضبط هذه المشاعر ويوجهها مما قد يؤدي إلى انحراف هذه المشاعر نحو سلوكيات عدائية على المنصات الرقمية مثل التنمر الإلكتروني أو السخرية من الفرق المنافسة الأمر الذي يُعرض النادي لأزمات إعلامية ويُضعف من رسالته الرياضية. ولذلك يجب على الإدارة التركيز على استراتيجيات بناء الهوية الرياضية الإيجابية، التي تُعزز من مشاعر الانتماء والولاء دون السلوكيات السلبية.
- كما تُظهر الدراسة أن الهوية الاجتماعية تلعب دوراً محورياً في تفسير هذا السلوك، ما يعني ضرورة توظيف المحتوى الإعلامي والأنشطة التفاعلية التي تُشعر الجماهير بالانتماء الإيجابي وتعزز مشاعر الفخر دون تحقير الفرق الأخرى، بما يساعد على تقوية العلاقة بين النادي والمشجعين في إطار من الاحترام المتبادل والروح الرياضية، وبناءً على ذلك توصي الباحثتان بتفعيل مجموعة من الإجراءات والمبادرات وذلك من خلال ما يلي:-

جدول رقم (٥) توصيات الدراسة

التوصية	المسؤول عن تنفيذها	آلية التنفيذ	مؤشرات النجاح
الفرض الأول: - النرجسية الجماعية			
١- تنظيم حملات رقمية لبناء هوية جماهيرية إيجابية قائمة على الفخر والانتماء غير العدائي. ٢- إطلاق مبادرات "أنا من جمهور النادي" لتعزيز شعور المشجع بالارتباط بجماعة النادي.	-إدارة التسويق بالنادي. (للتوصية ١) - قسم العلاقات العامة والتواصل الجماهيري. (للتوصية ٢)	١- تصميم محتوى رقمي يعزز من الشعور الجماعي (مثل نشر إنجازات تاريخية، تسليط الضوء على جماهير متميزة). ٢- منح المشجعين أدواراً رمزية (مثل اختيار محتوى - أو دعم مباشر في الأنشطة الإعلامية).	١- زيادة التفاعل الإيجابي على الصفحات الرسمية، انخفاض نسب التعليقات العدائية تجاه جماهير الفريق نفسه. ٢- ارتفاع مشاركة المشجعين في الفعاليات الرقمية - وتحسن شعورهم بالانتماء من خلال الاستبيانات.
الفرض الثاني: الهوية الاجتماعية			
١- تنظيم ورش توعوية رقمية حول أخلاقيات التشجيع والتواصل عبر الإنترنت. ٢- تعيين "سفراء الرقابة الجماهيرية" من المشجعين البارزين لنشر ثقافة التشجيع الأخلاقي.	١- وحدة المسؤولية الاجتماعية بالنادي بالتعاون مع الاتحاد المصري لكرة القدم ٢- إدارة الجماهير / روابط المشجعين الرسمية	١- إعداد فيديوهات قصيرة، وإنفوجرافيك، واستطلاعات رأي تنشر عبر منصات النادي. ٢- اختيار مشجعين مؤثرين وتكليفهم بدور رقابي توعوي داخل المجموعات الرقمية.	١- انخفاض عدد البلاغات أو التعليقات العدائية - وزيادة وعي الجمهور بمصطلحات مثل "التنمر الإلكتروني" و"الانتماء الإيجابي". ٢- تراجع معدلات السلوك العدائي في الجروبات الموجهة، وزيادة المحتوى الإيجابي الناتج عن الجماهير نفسها.
الفرض الثالث: النرجسية الجماعية			
١- مراقبة المحتوى الجماهيري الموجه عبر الصفحات الرسمية وتعديل لهجته لتجنب إثارة الجماهير. ٢- فرض ضوابط وسياسات واضحة ضد الإساءة الرقمية بين المشجعين.	١- إدارة التسويق بالنادي بالتنسيق مع مشرفي الصفحات. ٢- الإدارة القانونية + قسم الإعلام الرقمي.	١- مراجعة المحتوى قبل النشر، وإعادة صياغة المنشورات التي قد تُستغل في تصعيد التوتر الجماهيري. ٢- الإعلان عن سياسة الاستخدام والجزاءات الرقمية (مثل الحظر، أو التحذير الكتابي)، مع تنفيذ فوري لها.	١- انخفاض عدد التفاعلات السلبية، وتراجع الحملات الجماهيرية الهجومية بعد النشر. ٢- انخفاض عدد المشاركات المسيئة المبلغ عنها، ووضوح معايير السلوك المقبول على المنصات الرسمية.
الفرض الرابع: النرجسية الجماعية			
تطوير استراتيجية متكاملة للتفاعل الرقمي تعزز الهوية الجماعية الإيجابية وتحاصر السلوك العدواني.	إدارة التسويق والعلاقات العامة	ربط كل محتوى جماهيري بمبادئ الهوية الرياضية الإيجابية، واستخدام لغة مسؤولة وموجهة.	بناء مجتمع رقمي آمن للنادي، وتحسن مؤشر السمعة الرقمية للنادي على المنصات المختلفة.

ويمكن توضيح المساهمات العملية للبحث بالتعاون بين وزارة الشباب والرياضة وإدارة نادبي الأهلي والزمال كما يلي:-

- إنشاء جمعية خيرية باسم النادي تهدف إلى توجيه سلوك المشجعين نحو المشاركة في التنمية المجتمعية على أن يكون لروابط المشجعين أدواراً محدد مثل المشاركة في تنظيم ندوات تثقيفية للأطفال لنشر فوائد الرياضة وتعليمهم الروح الرياضية والتعاون والعمل الجماعي، بالإضافة إلى تنظيم المعسكرات السياحية الرياضية، وكذلك عمل مسابقات تعليمية معلنه مموله على أن يكون العائد لصالح مشروعات تنموية ويتم الاستعانة بكبار اللاعبين لربط الجيل الحديث بالأقدم.

- المزيد من برامج التوعية ضد التمر الإلكتروني، والاستفادة من قادة الرأي في استيعاب غضب الجماهير، بل وتوجيه سلوكهم من خلال مشاركتهم في حملات الوزارة والنادي لنشر قيم التشجيع الإيجابي ونبذ أشكال التمر الإلكتروني.

- تشجيع وتحفيز السلوك الرياضي المرغوب: فيتم اختيار المشجع المثالي سنوياً بناء على معايير وأسس محددة.

- الرصد المبكر للأزمات: من خلال الاستعانة ببرامج تحليل البيانات لرصد الكلمات المفتاحية أو الدالة المرتبطة بهشتاجات عدائية مثل " خيانة أو باع الماتش وغيرها، كما يمكن الاستفادة من آليات الذكاء الاصطناعي لتحليل نبذة الصوت هل هي سخرية أم غضب وتحريض.

د. مقترحات لبحوث مستقبلية في مجال إدارة التسويق:

استهدفت الدراسة الحالية تقديم نموذج لقياس التأثير المباشر وغير المباشر للترجسية الجماعية على أبعاد التمر الإلكتروني بتوسيط الهوية الاجتماعية لدى مشجعي كرة القدم، وعلى الرغم من الإسهامات النظرية التي قدمتها الدراسة في ضوء نتائج اختبار الفروض، إلا أنه توجد بعض القيود التي يمكن أن تقود إلى مزيد من الأفكار لمقترحات لبحوث مستقبلية، وهو ما يمكن إيضاحه في النقاط التالية:

⊗ اعتمدت الدراسة الحالية على قياس النرجسية الجماعية كمفهوم أحادي البعد، ولذا يُقترح على الباحثين مستقبلاً دراسة تأثير أبعاد النرجسية الجماعية (مثل الحساسية للنقد، المطالبة بالمعاملة الخاصة، الفخر المبالغ فيه) بشكل منفصل على أنماط متعددة من التمر الإلكتروني، مما قد يكشف عن فروق دقيقة في سلوكيات المشجعين الإلكترونية.

⊗ ركزت الدراسة الحالية على توسيط الهوية الاجتماعية في العلاقة بين النرجسية الجماعية والتمر الإلكتروني، ولذا يُقترح على الباحثين مستقبلاً اختبار متغيرات وسيطة أخرى مثل التعصب الرياضي، أو الإدراك بالظلم التحكيمي، أو مشاعر الغضب الرياضي، كما يمكن دراسة متغيرات معدلة للعلاقة مثل الدعم الاجتماعي من الجماعة أو خبرة التشجيع أو المشاركة النشطة في المنصات الرقمية.

⊗ اعتمدت الدراسة على خمسة أبعاد للتمر الإلكتروني، إلا أن النتائج أظهرت اختلاف التأثير على بُعد المطاردة الرقمية، ولذا يُوصى بدراسة هذا البعد بشكل منفصل مع الأخذ في الاعتبار سمات الشخصية المظلمة (النرجسية الفردية، الميكيافيلية، السيكوباتية) أو السمات المزاجية مثل الاندفاعية، لفهم العوامل التي تدفع الأفراد لممارسة المطاردة الرقمية بعيداً عن الهوية الجماعية.

⊗ ركزت الدراسة على مشجعي كرة القدم في مصر من نادبي الأهلي والزمالك، ومن ثم يمكن إجراء دراسات مستقبلية على مشجعي ألعاب رياضية أخرى (مثل كرة السلة، كرة اليد، أو الرياضات الفردية كالتنس) للمقارنة بين طبيعة العلاقة بين النرجسية الجماعية والهوية الاجتماعية والتمر الإلكتروني عبر سياقات رياضية مختلفة.

⊗ تم تنفيذ الدراسة في السياق المصري، ولذا يمكن تكرارها في سياقات ثقافية أخرى (عربية أو دولية) لمقارنة أثر الثقافة على طبيعة العلاقة بين المتغيرات، والتحقق من إمكانية تعميم النتائج.

المراجع

أولاً: المراجع العربية المتعلقة بالمواقع الإلكترونية المستخدمة:

<https://www.youm7.com/>
<https://www.zamalektoday.com/>
<https://alahlyegypt.com/>
<https://www.facebook.com/alahly/>
<https://www.facebook.com/ZSCOfficial/>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- De Zavala, A. G., Cichocka, A., Eidelson, R., & Jayawickreme, N. (2009). Collective narcissism and its social consequences. *Journal of personality and social psychology*, 97(6), 1074.
- Akers, R. L. (1985). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Almomani, A., Alqudah, M., & Al-Qur'an, A. (2024). Cyberbullying and social media: A review of recent trends. *Journal of Digital Psychology*, 12(3), 45-60.
- Bertin, P., Green, R., & Biddlestone, M. (2025). Football belongs to the people: A social identity perspective on attitudes toward the European Super League in the English Premier League. *Psychology of sport and exercise*, 76, 102764.
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2003). Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies. *Journal of Marketing*, 67(2), 76-88.
- Bizman, A., & Yinon, Y. (2002). Intergroup and intragroup communication as determinants of biased perceptions of an officially favored team. *The Journal of Social Psychology*, 142(2), 177-189.
- Brown, W. M., Hazraty, S., & Palasinski, M. (2019). Examining the dark tetrad and its links to cyberbullying. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(8), 552-557.
- Cameron, J. E. (2004). A three-factor model of social identity. *Self and Identity*, 3(3), 239-262.
- Çakmak, G., Başaran, Z., & Karatut, A. (2022). Investigation of football fans' psychological commitment to the team, fanaticism and happiness levels. *Sportif Bakış: Journal of Sport and Education Sciences*, 9(1), 95-110.
- Cichocka, A. (2016). Understanding defensive and secure in-group positivity: The role of collective narcissism. *European Review of Social Psychology*, 27(1), 283-317.

-
-
- Cichocka, A., Cislak, A., Gronfeldt, B., & Wojcik, A. D. (2022). Can ingroup love harm the ingroup? Collective narcissism and objectification of ingroup members. *Group Processes & Intergroup Relations*, 25(7), 1718-1738.
- Coyne, S. M., Nelson, D. A., & Underwood, M. (2017). Aggression in the digital age: How social media shapes adolescent behavior. *Developmental Psychology*, 53(6), 1165-1178.
- Doğar, Y., & Karaca, Y. (2019). An analysis on bullying behaviors of the sports spectator students of Faculty of Sports Sciences. *Journal of Education and Training Studies*, 7(11), 45-58.
- Fatoni, M., Park, J., & Wann, D. L. (2022). The role of team identification in fan aggression: A cross-cultural study. *Sport Management Review*, 25(1), 1-15.
- Fox, J., Cruz, C., & Lee, J. (2018). Perceptions of narcissism on social media: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 78, 1-10.
- Golec de Zavala, A., & Cichocka, A. (2012). Collective narcissism and anti-Semitism in Poland. *Group Processes & Intergroup Relations*, 15(2), 213-229.
- Golec de Zavala, A., Cichocka, A., & Bilewicz, M. (2013). The paradox of in-group love: Differentiating collective narcissism advances understanding of the relationship between in-group and out-group attitudes. *Journal of Personality*, 81(1), 16-28.
- Golec de Zavala, A., & Lantos, D. (2020). Collective narcissism and its social consequences: The bad and the ugly. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 273-278.
- Haslam, C., Jetten, J., Cruwys, T., Dingle, G. A., & Haslam, S. A. (2018). *The new psychology of health: Unlocking the social cure*. Routledge.
- Inoue, Y., Funk, D. C., & McDonald, H. (2025). Psychosocial resources linking consumer identification and social well-being. *Journal of Business Research*, 195, 115361.
- Jetten, J., Haslam, C., Haslam, S. A., Dingle, G., & Jones, J. M. (2017). Social identity, health and well-being: An emerging agenda for applied psychology. *Psychology and Health*, 32(7), 795-802.
- Karaca, S. (2019). Development of a cyberbullying behavior scale for sports fans. *Turkish Journal of Sports and Society*, 6(2), 45-58.
- Kırcaburun, K., Demetrovics, Z., & Tosuntaş, Ş. B. (2019). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 1-12.

-
-
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073-1137.
- Kumar, C., Srivastava, M., & Thanigan, J. (2025). Influence of fan's sports identification on their intention to watch eFootball live-streaming: Evidence from football audience. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 26(1), 1-15.
- Larkin, B. (2017). *Exploring the role of collective narcissism in sport team identification* (Doctoral dissertation, University of Massachusetts Amherst).
- Larkin, B., & Fink, J. S. (2018). Collective narcissism and fan aggression: The role of team identification. *Journal of Sport Management*, 32(3), 234-247.
- Lee, J., Kim, S., & Park, Y. (2024). Cyberbullying among sports fans: A review of causes and interventions. *Journal of Sports Behavior*, 47(2), 123-140.
- Lock, D., & Heere, B. (2017). Identity crisis: A theoretical analysis of 'team identification' research. *European Sport Management Quarterly*, 17(4), 413-435.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Marchlewska, M., Cichocka, A., & Kossowska, M. (2020). Addicted to answers: Need for cognitive closure and the endorsement of conspiracy beliefs. *European Journal of Social Psychology*, 50(4), 721-737.
- Mastromartino, B., Zhang, J. J., & Huang, H. (2020). The role of team identification and collective narcissism in online aggression among sport fans. *Sport Management Review*, 23(4), 674-686.
- Mohamed, O. A. (2022). Social media and hate speech among football fans: A critical discourse analysis of Al Ahly SC Facebook page comments. *Journal of Arab Media Studies*, 15(2), 88-105.
- Park, J., Fatoni, M., & Wann, D. L. (2011). The effects of team identification and curiosity on fan aggression. *Journal of Sport Behavior*, 34(3), 245-260.
- Qian, T. Y., Zhang, J. J., & Wang, J. (2024). Social media aggression in sports: A systematic review. *Communication & Sport*, 12(1), 3-25.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016) Research methods for business students. **Pearson education.**
- Simsek, G., & Ozturk, M. (2024). Cyberbullying and fanatic behaviours of football fans in Turkey. *Journal of Sports and Media Studies*, 15(1), 22-38.

-
-
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376-385.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.
- Trudgett-Klose, M., & McLinton, S. (2024). Cyberbullying in sports: A review of definitions and measures. *Psychology of Sport and Exercise*, 60, 102-115.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Blackwell.
- Vörös, F., & Kehl, D. (2024). Social identity and well-being in sports fans: A meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 54(3), 145-160.
- Wann, D. L., Haynes, G., McLean, B., & Pullen, P. (2001). Sport team identification and willingness to consider anonymous acts of hostile aggression. *Aggressive Behavior*, 27(5), 375-385.
- Wigginton, A. (2023). *Examining the influence of collective narcissism on sport fans' reactions to team criticism* (Master's thesis, Georgia Southern University).
- Yadav, R., Singh, P., & Kumar, A. (2024). Cyberbullying in sports: A review of recent cases and interventions. *International Journal of Sport Communication*, 17(2), 200-215.

ملحق البحث: قائمة أسئلة الدراسة الاستطلاعية

أولاً: البيانات الأولية

١. ما هو الفريق الذي تشجعه؟

☐ الأهل

☐ الزملاء

☐ آخر (يرجى التحديد:)

٢. كم ساعة تقريباً تقضيها يومياً على وسائل التواصل الاجتماعي؟

☐ أقل من ساعة

☐ 1-3 ساعات

☐ 4-6 ساعات

☐ أكثر من ٦ ساعات

٣. ما هي أكثر منصة تستخدمها في متابعة أخبار فريقك أو التفاعل مع الجمهور؟

☐ فيسبوك

☐ تويتر (X)

☐ تيك توك

☐ إنستغرام

☐ أخرى:

اختر الدرجة التي تعبر عن مدى موافقتك على كل عبارة بحيث يعبر رقم ١ عن غير موافق و ٢ محايد و ٣ موافق:-

ثانياً: محور النرجسية الجماعية

٤. أعتقد أن فريقتي أفضل من أي فريق آخر، حتى لو لم يعترف الآخرون بذلك.

٥. أشعر أن فريقتي لا يحصل على الاحترام الذي يستحقه من الإعلام أو الجماهير الأخرى.

٦. عندما ينتقد أحدهم فريقتي، أشعر وكأنه يهاجمني شخصيًا.
٧. أرى أن فريقتي يستحق معاملة خاصة لا يحصل عليها الفرق الأخرى.
٨. أشعر بالإحباط عندما لا يُشيد الآخرون بأداء فريقتي، حتى عندما نفوز.

ثالثًا: محور الهوية الاجتماعية

٩. أشعر أن انتمائي لفريقي يمثل جزءًا مهمًا من شخصيتي.
١٠. أشعر بالفخر لكوني من مشجعي هذا الفريق.
١١. أشعر بأنني قريب من باقي جمهور الفريق، حتى لو لم أكن أعرفهم شخصيًا.
١٢. عندما يفوز فريقتي، أشعر وكأنني أنجزت شيئًا شخصيًا.
١٣. أحب أن أشارك في المناقشات الجماعية مع مشجعي فريقتي على الإنترنت.

رابعًا: محور التمر الإلكتروني

١٤. أحيانًا أشارك في التعليقات الساخرة أو المهينة تجاه جمهور الفرق المنافسة.
١٥. أرى أنه من الطبيعي الرد على أي إساءة لفريقي بهجوم إلكتروني.
١٦. سبق لي أن نشرت أو شاركت محتوى (صورة، فيديو، منشور) يسخر من فريق منافس.
١٧. أعتقد أن البعض من جمهور الفريق المنافس يستحق الإهانة بسبب سلوكهم.
١٨. أشارك أحيانًا في نشر شائعات أو معلومات ضد الفرق المنافسة كنوع من الدفاع عن فريقتي.
١٩. شعرت يومًا بأنني أقصيت أو هوجمت رقميًا فقط بسبب تشجيعي لفريقي.
٢٠. سبق لي أن تعقبت حسابات أو منشورات جمهور منافس بقصد الرد أو التهكم عليهم.

خامسًا: أسئلة مفتوحة

٢١. في رأيك، لماذا يشارك بعض المشجعين في التمر على الإنترنت؟
٢٢. ما الذي قد يدفعك شخصيًا للمشاركة في تعليق هجومي ضد جمهور منافس؟
٢٣. ما اقتراحك للحد من السلوكيات السلبية بين الجماهير على وسائل التواصل؟

Abstract:

This study examines the direct and indirect effect of collective narcissism on cyberbullying through the mediating role of social identity among football fans in Egypt. A total of 692 valid responses were obtained via an online questionnaire designed using Google Drive. Path analysis was used to test the study hypotheses through the Warp PLS 7 software.

The findings reveal a significant positive effect of collective narcissism on both social identity and dimensions of cyberbullying including online verbal aggression, group-based digital derogation, spreading rumors, digital exclusion, and digital stalking. Furthermore, social identity impacts on all cyberbullying dimensions except digital stalking. Additionally, the results indicate a significant positive indirect effect of collective narcissism on four dimensions of cyberbullying when social identity was mediated, while no mediating effect was observed for the relationship between collective narcissism and digital stalking.

Keywords: Collective narcissism, social identity, Cyberbullying, Sport fans.