صورة الأندية كما تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية ودورها في نشر التعصب

د . رشا عبد الرحمن حجازي(•)

مقدمة:

تكاد تُجمع الدراسات على أهمية دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور في شتي المجالات من خلال ما تتسم به وسائل الإعلام من خصائص تشمل الانتشار السريع والواسع والاستيلاء على وقت الأفراد والتجاوب مع إيقاع العصر الحالي وقد أشارت نتائج الدراسات السابقة إلي أن ما يقرب من 75% من الصورة الذهنية التي يكونها الإنسان في المجتمع الحديث مستمدة من وسائل الإعلام[1]، وتعد شبكة الإنترنت من أهم الوسائل الإعلامية التي تعمل على تشكيل الصورة الذهنية حيث ساهمت في إيجاد شكل جديد من الإعلام عرف في الأوسط الصحفية والعلمية بالإعلام الجديد، وقد ساهم هذا الإعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار إليه وذلك بتفجيره لعدد من القضايا أثارت الرأي العام وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغباتها.

ومع ظهور شبكة الإنترنت ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية في كافة التخصصات ومن ضمنها المواقع المتخصصة في تقديم المحتوي الرياضي، وهي تعد بمثابة وسيلة إعلامية رياضية جديدة منافسة لوسائل الإعلام الرياضية التقليدية من صحف ومحطات إذاعية وتليفزيون، حيث إن هذه النوعية من المواقع على غرار باقي المواقع الأخرى استفادت من التطورات التكنولوجية الكبيرة التي طرأت على شبكة الإنترنت حيث أصبحت تتمتع بسمات وخصائص غير موجودة في وسائل الإعلام الرياضية التقليدية والتي من أبرزها التفاعلية بصورها وأشكالها المتعددة على غرار حصول المشجع الرياضي على الأخبار والمعلومات المتعلقة بكافة الأحداث الرياضية المختلفة وقتما يشاء بمجرد دخوله عليها دون الحاجة لانتظار مواعيد معينة لتلقي تلك الأخبار والمعلومات مثل الراديو والتليفزيون، كما أنه من خلال المواقع الرياضية يمكن تخصيص المحتوي وفقًا لرغبة القارئ دون إجباره على الاطلاع على باقي المحتويات الأخرى بالموقع، وهو ما لا يتواجد في بقية وسائل الإعلام الرياضية التقليدية[2].

(•) مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام– أكاديمية الشروق.

ومع تزايد أهمية التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية، بدأ دورها المؤثر من الناحيتين الإيجابية والسلبية واضحاً في الساحة الرياضية من خلال حملات التشجيع والمساندة لفرقنا ومنتخباتنا الوطنية، لكن بعضها بدأ يخرج عن النص ويسلك طريقاً خاطئاً عبر حملات موجهة تستهدف الإساءة إلى بعض الأشخاص ونشر آراء مصحوبة بعبارات الاستهزاء والسخرية والتجريح. وتعكس وسائل التواصل الاجتماعي حالة المدّ والجزر بين الأندية وجماهيرها وظاهرة جديدة من حالات التعصّب الرياضي التي انطلقت من الملاعب إلى العالم الافتراضي بشكل قوي ومؤثر، وأصبحت تمثّل ضغطاً كبيراً على الإدارات وسيفاً على رقابها ولكن بلوغها الخط الأحمر أحياناً لا ينفي دورها الإيجابي في تدارك السلبيات ولفت نظر الإدارات لبعض الأخطاء.

وتعد ظاهرة التعصب الرياضي من الظواهر العصرية المربكة والمقلقة للمجتمع بأكمله، وقد ركز علماء التربية وعلم النفس والاجتماع في دراساتهم على هذه الظاهرة الخطيرة خاصة عندما اتخذت أشكالاً عدوانية سلوكية في جميع دول العالم، وانتقلت عدوى التعصب من الملاعب الدولية والملاعب الإقليمية إلى الملاعب المحلية، ولقد أصبح التعصب الرياضي سمة للكثير من متابعي الرياضة خاصة في مجال كرة القدم، فهي ظاهرة خطيرة تحتاج إلى تكاتف وتعاون الجميع للحد من خطورتها، ولا نجد مباراة رياضية إلاّ ويظهر بها مظهرٌ من مظاهر التعصب لبعض مشجعي الفرق المشاركة تحت شعار الولاء والانتماء للفريق، ويشير هذا إلى أن العقلية الرياضية أصبحت أسيرة للتعصب الذي زادت حدّته في المدرجات، وما تقوم به الجماهير من أفعال تعبر عن انتمائها للنادي الذي تشجعه.

وقد انتقل التعصب الرياضي بشكل كبير من المقاهي والمدرجات إلى المدارس مرورًا بالمنازل، فقد نرى البيت الواحد به أكثر من مشجع لفرق مختلفة؛ وقد أدّى ذلك إلى خلق حالة من التعصب الشديد للفريق المفضل، وانتشار هذه الظاهرة بين أولادنا في المدارس أمر في غاية الخطورة، إذ يساعد على شدة الخصومات والعداء بينهم.

كما يشكل التعصب الرياضي خطورة كبيرة على حياة الفرد والمجتمع، إذ يصيب المجتمع بالخلل ويعيقه عن أداء وظائفه الاجتماعية والتربوية والثقافية الأساسية، إذا ما اتسعت مساحة هذا السلوك المرفوض الذي يتنافى مع قواعد الضبط الاجتماعي والقيم الأخلاقية من جهة، ويسهم في ظهور أنماط من السلوك والعلاقات غير السوية بين الأفراد والأسرة الواحدة عند تبنيها لاتجاهات مختلفة من جهة وتبعاته الخطيرة من الناحية الاجتماعية والأمنية والصحية[3].

كما تعتبر ظاهرة التعصب في المجال الرياضي وخاصة لعبة كرة القدم من الظواهر الاجتماعية النفسية الواسعة الانتشار في الملاعب الرياضية وتظهر

ملامحها بصورة ملموسة في سلوك المشجعين قبل وأثناء وبعد المباريات الرياضية، وأصبحت تشكل خطرًا في بعض الأحيان على الأرواح والممتلكات[4].

وقد أسس العديد من مشجعي الفرق الرياضية مواقع لنقل أخبار فرقهم المفضلة، وكل فئة من فئات المشجعين لفريق رياضي معين يجمع بينهم الولاء والانتماء لهذا الفريق؛ فعلى سبيل المثال لجأ مشجعو رياضة كرة القدم الأمريكيين إلى مواقع مشجعي نواديهم الرياضية الذين لديهم انتماء وولاء لتلك الفرق للحصول على أخبار الرياضة بدلاً من الحصول عليها من مواقع الصحف على شبكة الإنترنت بعد قيامها بفرض رسوم نظير الحصول على الأخبار الرياضية، فضلاً عن شعور مشجعي الرياضة بأن التقارير الإخبارية الخاصة بمواقع تلك الصحف منحازة ضدهم حتى لو كانت متوازنة من الناحية الصحفية[5]، فمواقع مشجعي الفرق الرياضية تؤدي دورًا يتعلق بتعزيز قواعد المشجعين، كما أن مشجعي الفرق الرياضية هم المنتجون الرئيسيون لمحتواها (Benigni , Vincent)، وقد صار التعصب في الوسط الرياضي ظاهرة واضحة وملموسة وواسعة الانتشار، الأمر الذي يقتضي دراسة أبعاد هذه الظاهرة، والوقوف على أسباب تناميها، ومحاولة اقتراح حلول؛ للحد من مخاطرها التي لا نبالغ إذا قلنا إنها تهدد الوسط الرياضي، والتي ستخرج منه إلى المجتمع؛ لتهدد وحدته وتسهم في خلق نوع من التنافر بين فئاته وأفراده.

الإطار النظري للدراسة:

اختلف علماء النفس الاجتماعي وعلماء نفس الشخصية في تناولهم لمفهوم التعصب، وقد برز عن هذا الاختلاف مساران لتفسير هذا المفهوم هما:

(أ) **المسار الأول** الذي عدّ التعصب اتجاهًا يكتسبه الأفراد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية بمؤسساتها المختلفة والمتعددة وفي هذا المسار توجد ثلاثة نماذج:

1. **النموذج الثلاثي:** يرى هذا النموذج أن التعصب كاتجاه له ثلاثة مكونات، هي المكون المعرفي والذي يتمثل في الصور النمطية التي حملها الفرد عن الآخرين، المكون الوجداني الذي يتمثل في مشاعر الكراهية التي يحملها الفرد عن الأفراد الآخرين، والمكون السلوكي ويتمثل هذا المكون في المسافة الاجتماعية التي يضعها الفرد بينه وبين الآخرين.
2. **النموذج الثنائي:** وهناك مكونان وفق هذا النموذج للتعصب الأفكار النمطية السلبية والمشاعر السلبية التي يحملها الفرد نحو الآخرين.
3. **النموذج الأحادي:** وفي هذا النموذج تشكل المعتقدات الجامدة جزر التعصب؛ إذا تظهر محتوياته السلوكية في شكل سلوك تمييزي ضد الآخرين.

(ب) **المسار الثاني:** والذي عدّ التعصب صفة سيئة، وذلك لأنه يقوم على تعميمات خاطئة أو غير صحيحة أو مبالغ بها، وهو في ذلك يقترب في كثير من محتواها من

مفهوم القوالب النمطية، وهي تلك الأفكار التي تتسم بالجمود والتصلب، والتي تكون في الغالب غير صحيحة وغير عادلة فيما تنسبه إلى فرد ما من الأفراد أو إلى جماعة ما من الجماعات[6]، ووفق هذين المسارين برزت العديد من الأطر النظرية لتفسير مفهوم التعصب من أبرزها:

الهوية الاجتماعية:

أشار تاجفل وترنر 1986 إلى أن الهوية الاجتماعية هي نتاج إدراكات الفرد كونه عضوًا في جماعة معينة ومشاعره التي يبديها نتيجة انتسابه لتلك الجماعة، وهذا الانتساب لا يتحدد بالعلاقات الشخصية المباشرة أو التفاعل الاجتماعي المباشر بين أعضاء الجماعة، بل إن العامل الحاسم في ذلك هو المصير المشترك الذي يربط الأعضاء المنتمين لتلك الجماعة[7]، وفي ذلك فإن الهوية الاجتماعية تتنوع بحسب المكانة الأفريقية التي تميز بين الأفراد كالعرق، الدين، المهنة، الانتماءات السياسية، العلاقات الشخصية، القوالب النمطية، وقد أكد أريكسون على أن العرق والدين يعدان من المحكمات الأكثر مركزية في تشكيل هويات معظم الأفراد[8]، ووفق المنظور المعرفي، فإن هناك نظريتان بارزتان في تفسير الهوية الاجتماعية هما:

1. نظرية العلاقات بين الجماعات Intergroup Theory:

ركزت هذه النظرية على حاجة الأفراد إلى التميز الإيجابي لجماعتهم الداخلية بمقايستها بالجماعات الخارجية لتحقيق هوية اجتماعية إيجابية[9]، وهي في ذلك تتبنى الافتراضات الآتية:

1. إن الأفراد يبنون هويتهم الاجتماعية التي تكون لاحقًا جزءًا من مفهومهم لذاتهم عن طريق معرفتهم بأنهم أعضاء في جماعة اجتماعية معينة، ومن إعجابهم بها، ومن المعني الوجداني لعضويتهم فيها وبذلك فإنهم:
   - يسعون لتحقيق هوية اجتماعية خاصة بهم والمحافظة عليها بصورة إيجابية.
   - يستمدون هويتهم الاجتماعية من عضويتهم في مختلف أنواع الجماعات (رجال، نساء)، (معلمون، أطباء، محاسبون، تجار ...إلخ)[10].
   - إن عضوية الأفراد في جماعة معينة تأتي مصحوبة بتضمينات إيجابية أو سلبية القيمة، فالهوية الاجتماعية للفرد تستمد إيجابياتها أو سلبياتها من التقويمات التي يجريها لجماعته وللجماعات الخارجية الأخرى.
2. يتحدد تقويم الفرد لجماعته عبر مقايستها اجتماعيًا بجماعات أخرى معينة في ضوء صفات وخصائص ذات قيمة، فالمقياسيات الإيجابية بين الجماعات

الداخلية والخارجية تولد شعورًا عاليًا بالهيبة (أي هوية اجتماعية إيجابية) فيما تولد المقياسيات السلبية شعورًا منخفضًا بالهيبة (أي هوية اجتماعية سلبية).

3. عندما تغدو الهوية الاجتماعية غير مرضية يتجه الأفراد إما إلى مغادرة جماعتهم الداخلية والانتساب إلى جماعات أخري إيجابية، أو العمل على جعل جماعتهم الداخلية أكثر إيجابية[11].

2. نظرية تصنيف الذات Self Categorization:

أوضح ترنر 1999 أن نظريته في تصنيف الذات أعادت صياغة مفهوم الهوية الاجتماعية، فقد افترض (تاجفل) في البداية أن الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية تقعان في طرفي متصل؛ فالهوية الشخصية تبرز إذا كان يحدث بين أفراد، ويحدث العكس أي تبرز الهوية الاجتماعية إذا كان التفاعل يجري بين جماعات، لكن هذه النظرية قد تغيرت واستبدلت بفكرة (تيريز) القائلة أن الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية تمثلان معدلات مختلفة من تصنيف الذات، وأن هناك ثلاث مستويات على الأقل من التجريد في عملية تصنيف الذات:

أ. **الهوية البشرية**: هي المستوي الأساسي لتصنيف الذات بوصفها (أي الذات) تنتمي للجنس البشري عامة، أي تمتلك الخصائص المشتركة مع كل البشر في مقابل الأصناف الأخرى من الحياة.

ب. **الهوية الاجتماعية**: هي المستوي المتوسط لتصنيف الذات بالعودة إلى فئتي الجماعات الداخلية مقابل الجماعات الخارجية على أساس التشبيهات والاختلافات فيما بينها، إذ ينتمي الفرد هناك إلى جماعات معينة ولا ينتمي إلى أخرى على أساس العرق أو النوع أو المهنة أو الطبقة الاجتماعية.

ج. **الهوية الشخصية**: هي المستوي الثانوي لتصنيف الذات على أساس التمايز بين الفرد بوصفه كائنًا متفردًا وبين بقية أفراد جماعته الداخلية، أي وفق مبدأ الفروق الفردية بين الشخصيات[12]، وفي ذلك أشار زافالوني (1975) إلى أن هناك ثلاث مسائل أساسية ترتبط بهوية الفرد الاجتماعية وهي:

- أن الفرد يعبّر عن هويته الاجتماعية عن طريق شبكة من الخصائص المميزة له والمتمثلة بجنسه وقوميته وعرقه والدين أو العقيدة التي يعتنقها والاتجاه السياسي الذي ينتمي إليه ....إلخ.
- وعن طريق هذه الشبكة تصبح الهوية الاجتماعية انعكاسًا للإحساس والإدراك المشترك لكلٍّ من أعضاء المجتمع الذين يُدرِكون ويُدرَكون على أنهم واقع موضوعي، وهذا يعني أن نوع الهوية أو نمطها يتمثل في العلاقة الموضوعية لعضو المجتمع في أنه أصبح معروفًا بهوية

معينة، وأن هناك سيكولوجيات أو خصائص نفسية معينة ترتبط بهذه الهوية.

- أن العناصر البنائية أو التركيبية للواقع الاجتماعي الموضوعي إنما تتمثل بمجموعة من القوانين والاتفاقات التي يشترك فيها كل أعضاء المجتمع، والتي تتضمن العرق والقومية والجنس والفئة الاجتماعية والمهنة والعمر والاتجاه السياسي والأصل العقائدي[13].

3. نظرية الصراع الواقعي بين الجماعات Realistic Group Conflict:

تقوم هذه النظرية على افتراض أنه حينما يحدث صراع وتنافس بين جماعتين نتيجة لعوامل اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، فإن هاتين الجماعتين تهدد كلا منها الأخرى إلى أن تتكون مشاعر عدائية بينها، وهو ما يؤدي إلى تقويمات سلبية متبادلة، وتبعًا لذلك يمكن القول إن التعصب يحدث نتيجة الصراع الواقعي بين الجماعات[14]، وفي ضوء هذا التفسير يصعب التخلص من أشكال التعصب بصورة تامة ولكن يمكن التخفيف من حدتها لأنها تنشأ نتيجة أحداث واقعية من الصعب تلافي التعرض لها (كما في حال الأحداث والفاعليات الرياضية التي يصعب على بعض الشباب تجنبها) وبهذا تمثل المنافسات الرياضية بين الأندية (أحداثًا واقعية) وعندما يحتدم التنافس في هذه الحالة (بمساندة المعززات الجماهيرية والرسمية أحيانًا) قد يؤدي ذلك إلى نشوء أشكال متباينة من المشاعر العدائية والتي ترسخ بدورها بوادر التعصب الرياضي، وعلى هذا الأساس فالشخص يتعصب ضد أي جماعة أخرى إذا ما دخلت الجماعة التي ينتمي إليها في تنافس معها[15] وعندما يدرك المنتمون إلى فريق رياضي معين أن خسارة الفريق تمثل عنصرًا مهددًا في موقف تنافس، فإن مثل هذا التهديد المدرك يمثل سببًا أساسيًا لنشوء التعصب الرياضي بمعنى أن الأفراد الأكثر عرضةً للتهديد المدرك يكونون أكثر عرضةً لنشأة التعصب الرياضي لديهم، ويمكن إيجاز الجانب التفسيري للاتجاهات التعصبية من وجهة نظر هاتين النظريتين كما يلي[16]:

1- أن يكتسب التعصب الرياضي نفس آلية اكتساب الاتجاهات النفسية، ويمكن للأطفال أن يكتسبوا اتجاهات التعصب وفق مبادئ التعليم الاجتماعي.
2- ينشأ التعصب ويزداد عندما يتوافر موقف تنافسي بين الجماعات حول أحداث واقعية، مثل حالة الاختلاف في الأديان والعقائد الدينية أو الاختلاف في الثقافات الفرعية أو الاختلاف في الانتماءات والولاءات الرياضية، ومثل هذه الاختلافات تمثل عادة بيئة خصبة لنشأة التعصب وانتشاره في المجتمع.

3- الجهل في فهم الآخر: وهو من أهم روافد التعصب، وكلما ذادت معرفة الفرد بالحقائق والمعلومات عن الجماعات التي يتعصب ضدها قَلّ تعصبه.
4- تلعب المنافسة دورًا هامًا في نشوء التعصب، فقد تتعصب جماعة ما ضد جماعة أخرى وتصفها بصفات تبرر استغلال أو انتقاص هذه الجماعة لتلك الجماعة المنافسة[17].

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية:

1. **دراسة علا محمد سامي (2018)[18]:** هدفت إلي رصد دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الرئاسة المصرية 2014، وكذلك التعرف على الأدوار الجديدة التي أتاحها الإعلام الجديد في الدعاية الانتخابية 2014، بالتطبيق على الصفحة الرسمية التي استخدمها المرشحون لرئاسة جمهورية مصر عام 2014 على الفيس بوك، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على منهج تحليل المضمون من خلال استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات والتي تم تطبيقها على عينة عمدية من مواقع الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى أن المنشورات ذات الطابع السياسي أتت في المرتبة الأولي، كما تصدرت المنشورات التي تظهر المرشح بصورة إيجابية في المرتبة الأولى تلتها المنشورات التي تظهر المرشح بصورة حيادية.
2. **دراسة علاء حسين، عزة حجاب (2016)[19]:** هدفت إلى تسليط الضوء على أهم العوامل التي أدت إلى ازدياد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير هذه الوسائل على بناء شخصية مستخدميها، وسعت الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيسي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم وبناء صورة المرأة؟ وقد تم تطبيق استمارة استبيان على عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط، وقد استخدمت الدراسة نظرية ترتيب الأولويات، وتوصلت إلى أن هناك دورًا فعالاً لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات، كما أكدت الدراسة أن آراء أفراد العينة تختلف حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة من وجهة نظر الجامعات، كما أكدت الدراسة أن آراء أفراد العينة تختلف حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة تبعًا لاختلاف متغير العمر.
3. **دراسة محمود حسن إسماعيل وآخرون (2015)[20]:** هدفت إلى التعرف على صورة الجيش المصري في الأغاني المقدمة على موقع يوتيوب، وعلاقتها بالصورة

الذهنية المتكونة لدى المراهقين عن الجيش المصري، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت صحيفة تحليل المضمون لمسح عينة من الأغاني على موقع يوتيوب في الفترة من 11 فبراير 2011 حتى 25 مارس 2015، وكذلك صحيفة الاستبيان لتطبيقها على عينة عمدية من مستخدمي موقع يوتيوب قوامها 400 مبحوثًا من جامعتي 6 أكتوبر وعين شمس، وتوصلت الدراسة إلى أن فترة حكم المستشار عدلي منصور جاءت في الترتيب الأول من حيث كونها أكثر الفترات التي أنتج فيها أغاني تعكس صورة الجيش وتحميلها على يوتيوب بنسبة 59.2%، وجاء في المرتبة الثانية فترة حكم المجلس العسكري برئاسة المشير طنطاوي بنسبة 26.5% وتليها فترة حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي بنسبة بلغت 8.2%، وكان من أهم النتائج الميدانية ارتفاع معدل مشاهدة المراهقين عينة الدراسة للأغاني التي تعكس صورة الجيش المصري المقدمة على يوتيوب بنسبة بلغت 74.5%.

4. **دراسة Inimah & Mutulu (2014)**[21]: هدفت إلى تحليل صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الصحافة المطبوعة في كينيا وكيف أثرت اجتماعيًا في النظرة إليهم، ورصد دور الإعلام المطبوع في ترسيخ صورة سلبية أو إيجابية لدى المجتمع، واستخدمت الدراسة منهجي البحث الكمي والكيفي في جمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في 114 شخصًا من ذوي الإعاقة في سبع منظمات تعني بشئون ذوي الإعاقة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام المطبوع قدم صورة سلبية عن ذوي الإعاقة لدى المجتمع كما أظهرتهم أنهم عالة وعبء على المجتمع.
5. **دراسة Senyuva,E& Kanya (2013)**[22]**:** هدفت إلى تحديد مستوى التصورات الذهنية لدى طلبة التمريض لموظفات التمريض في المستشفيات الحكومية في اليابان، وتكونت عينة الدراسة من 575 طالبًا وطالبة في مدرسة التمريض خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي 2009-2010، وقد أظهرت النتائج أن مستوى التطورات الذهنية للموظفين متوسط بشكل عام، وأن هناك فروقًا جوهرية بين الجنسين من طلبة التمريض في إدراكهم للصورة الذهنية للموظفين لصالح الإناث، وعدم وجود فروق دالة إحصائيًا في مستوى هذه التصورات الذهنية تبعًا لمتغيرات التخصص والعمر والمعدل التحصيلي والسنة الدراسية.
6. **دراسة Stanley (2013)**[23]**:** هدفت إلى معرفة العلاقة بين مستوى الصورة الذهنية لبعض مظاهر الحياة الجامعية ومنها الموظفين لدى عينة من الطالبات، وتكونت العينة من 122 طالبة، واستخدمت صحيفة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى الصورة الذهنية للموظفين كان متوسطًا في حين أظهرت الطالبات تقديرًا إيجابيًا لبعض مظاهر الحياة الجامعية الأخرى كالناحية الأكاديمية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

7. **دراسة فاطمة الزهراء صالح (2012)**[24]**:** سعت إلى توصيف الصورة الذهنية وتحليلها لرجل الشرطة لدى جمهور جنوب الصعيد، وقد انطلقت من مدخلين نظريين هما النظرية الإيكولوجية ونظرية الواقع المدرك، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات بالتطبيق على 400 مفردة من سكان محافظات الصعيد، وقد توصلت الدراسة إلى أن أكثر الصور سلبية لجهاز الشرطة لدى عينة الدراسة في ممارسة العنف واستغلال النفوذ وتحيزهم ضد مواطني الصعيد، كما أكدت عينة الدراسة غياب معايير المصداقية والشفافية في اختيار طلاب الشرطة، وأكدت الدراسة على أهمية إعادة تأهيل ضباط الشرطة الحاليين وتعديل المناهج الدراسية لطلاب الأكاديمية لإعداد كوادر شرطية قادرة على الوفاء بالتزاماتها نحو المجتمع.
8. **دراسة Caterina (2003)**[25]**:** سعت إلى التعرف على صورة المعلمين كما قدمتها هوليود، واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون لفيلم Dangerous Minds لجون سميث 1995 وفيلم Learnon me لجون جي أدفيلدسون عام 1989، وتوصلت إلى أن المعلم يظهر خلال هذه الأفلام بصورة محايدة فهو لا يؤدي دور، إضافة إلى أنه يتصف بالجمود والسكينة، وأن وسائل الإعلام المرئية وبخاصة الأفلام تستطيع توصيل رسالة قوية وفعالة عن المعلمين من خلال ما تعرضه للجمهور.

ثانيًا: الدراسات التي تناولت المواقع الرياضية الالكترونية:

9. **دراسة حسام الدين المرسي، مجاهد محمد (2015)**[26]**:** هدفت إلى التعرف على دور موقع فيسبوك كوسيلة إعلامية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 860 طالبًا، وتوصلت إلى أن موقع فيسبوك ساعد الطلاب على معرفة الأحداث والأخبار الرياضية قبل تداولها في وسائل الإعلام التقليدية، وأن المعلومات التي تم نشرها على الموقع تسهم بشكل ما في تغيير معتقدات الطلاب عن الرياضة من حيث أهميتها أو أفضلية ممارستها أو أنواعها، كما أن موقع فيسبوك يوجه كل أفراد الأسرة إلى الانتظام في ممارسة الرياضة، إضافة إلى أن عدم الثقة في مصادر المعلومات واضح لدى الطلاب عينة الدراسة وذلك لإشارتهم إلى أن هذا الموقع لا يدعم القيم الخلقية.
10. **دراسة ياسر خضر البياتي (2015)**[27]**:** هدفت إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي، واستخدم

الباحث منهج المسح الاجتماعي، واعتمد على الاستبيان كاداة لجمع البيانات، بالتطبيق على 500 طالبًا، وكشف نتائجها عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعة، وأوصت بوضع آليات، واستراتيجيات عملية لمواجهة ظاهرة الشغب والجريمة الرياضية التي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع العربي، والعمل على تحقيق الإشباع السياسي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي للشباب، وتعميق الوعي الاجتماعي بإيجابيات وسلبيات وسائل الاتصال الاجتماعي من خلال المؤسسات الاجتماعية والثقافية والتعليمية والدينية، وتفعيل القوانين الرادعة لمواجهة هذه الظاهرة.

11. **دراسة Meysam & others (2012)**[28]: وهي دراسة مقارنة بين التسويق عبر الإنترنت والتفاعل مع المشجعين من خلال المواقع الرسمية لأندية كرة القدم في كل من أوربا وآسيا وإيران وذلك فيما يتعلق بتوفير المحتوى الإعلامي والخدمات الإلكترونية للمشجعين الرياضيين، وأجريت الدراسة على جميع مواقع الفرق الأوربية المشاركة في بطولة دوري أبطال أوربا وعددها 16، كما أجريت على جميع مواقع الفرق الرياضية الآسيوية والإيرانية المشاركة في الدوري، وتم اعتماد استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات واستمارة الاستبيان للتطبيق على مشجعي الفرق الرياضية، وأظهرت النتائج تفوق المواقع الأوربية على المواقع الآسيوية والإيرانية من حيث تقديم الخدمات الإلكترونية والمحتوى الإعلامي واستراتيجيات التسويق، بينما جاءت المواقع الإيرانية في أواخر القائمة، وأظهرت النتائج عدم وجود دلاله إحصائية بين حجم النادي وسمعته وتفوق موقعه على الإنترنت في كل من تقديم المحتويات الإعلامية واستخدام الاستراتيجيات التسويقية عبر الإنترنت.

12. **دراسة Stanfill Mel (2012)**[29]: هدفت إلى الكشف عما إذا كانت واجهة موقع Calbears .com الرياضي، وهو موقع الويب الرسمي الرياضي الخاص بجامعة كاليفورنيا، تخاطب وتلبي طموحات كافة شرائح جمهوره وتعبر عن فكرهم أم أنها تعبر عن فئة معينة من خلال المضمون والتصميم، واعتمدت الدراسة على تحليل الخطاب لتحليل محتوى وهيكل وبنية مواقع الويب، وكانت أبرز النتائج أن الموقع يتوجه إلى المشجعين الأكثر قدرة على إنفاق المال، ويتضح ذلك من خلال إتاحة شراء القمصان الرياضية وتذاكر المباريات، كما أن الموقع أظهر المشجعين كمستهلكين وليس كمنتجين، حيث يتلقون المعلومات التي يقدمها الموقع ويخضعون لها ولا يستطيعون التحدث مرة أخرى.

13. **دراسة Yunzhi Peng (2012)**[30]: هدفت إلى إنشاء نموذج فعال لتقييم المواقع الرياضية التي تعتمد على تكنولوجيا ASP بصورة

موضوعية وعلمية، واستفادت الدراسة بنموذج تقييم لتلك المواقع قائم على الشبكة العصبية لتحقيق هدف الدراسة، وقد تم اختيار المواقع الرياضية ذات تقنيةASP لأنها متفوقة على المواقع المصممة بلغة HTML، وتوصلت الدراسة إلى أن نموذج تقييم المواقع الرياضية القائم على الشبكة العصبية ذات الانتشار المعاكس يساعد على نحو فعال على التغلب على عيوب طرق تقييم المواقع التقليدية، كما توصلت الدراسة إلى أن المواقع الرياضية التي تعتمد على تكنولوجيا ASP مستمرة بنجاح نتيجة لامتلاك تكنولوجيا ASP ولديها إمكانية هائلة في دعم تطوير المواقع الرياضية.

14. **دراسة Youngjin Hur ,others (2011)**[31]**:** هدفت إلى الاختبار التجريبي للعلاقة النظرية بين المتغيرات الرئيسية الخاصة بالاستهلاك الرياضي عبر الإنترنت على غرار تصورات المستهلكين حول جودة الموقع الرياضي ورضائهم عنه والولاء السلوكي له، واعتمدت الدراسة على نموذج القيمة المتوقعة كإطار نظري لها، وتم تطبيق استمارة على عينة قوامها 371 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن ولاء المشجع للموقع الرياضي تتم في الغالب من خلال عملية متسلسلة بشكل واضح، حيث إن جودة المنتج الرياضي العالية تزيد من رضاء المستخدم عنه، وبالمثل فإن مستويات عالية من رضاء المستخدم عن الموقع يحسن من ولائه له.

ثالثًا: الدراسات التي تناولت قضية التعصب الرياضي:

15. **دراسة جمال الدين العمرجي (2018)**[32]**:** هدفت إلى التعرف على المعوقات التي تحد من دور المؤسسات التعليمية في القضاء على التعصب الرياضي، والدور المأمول لهذه المؤسسات في القضاء على التعصب الرياضي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن التعصب سلوك عدواني من السلوكيات التي امتدت إلى ساحات ملاعبنا الرياضية، على الرغم من وجود القوانين والاجراءات التي توقع على بعض المتعصبين، وأن التعصب الرياضي يرجع لمشكلات تتعلق بالحكم، وبمشاعر الأفراد نحو فريق بعينه، كما أن التعصب الرياضي يزداد بين الجماهير كلما اقتربت أنديتهم من الصراع على القمة، وتستحوذ كرة القدم على درجة كبيرة من التعصب، وهذا يؤكد على مدى ما تحظى به اللعبة من شعبية لدى الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى أن الجماهير ليست الطرف الوحيد المسؤول عن التعصب الرياضي وأن المؤسسات التعليمية يجب أن يكون لها دور فاعل في التصدي للتعصب الرياضي.

16. **دراسة عبد العزيز محمد أحمد (2018)**[33]**:** هدفت إلى الكشف عن دور الإعلام التقليدي والحديث في استثارة التعصب الرياضي لدى الشباب من وجهة نظر الطلاب الجامعيين بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية،

وتضمنت الدراسة مناقشة الأطر النظرية المفسرة لظاهرة التعصب، واستخدمت المنهج الوصفي المسحي والمقارن، كما اعتمدت على صحيفة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها 462 من شباب الجامعات، وقد أكدت الدراسة على وجود تأثير لوسائل الإعلام على اختلاف أنواعها التقليدية والحديثة في استثارة وتغذية اتجاهات التعصب والعنف الرياضي، كما أكدت الدراسة على وجود تأثير أكبر لوسائل الاتصال على قرينتها وسائل الإعلام التقليدية على استثارة مشاعر وأفكار التعصب والعنف الرياضي.

17. **دراسة أشرف صبحي وتامر عبد العظيم (2017)**[34]**:** هدفت إلى التعرف على الدور الإعلامي في إدارة الصراع وأثره على روابط المشجعين بأندية المحترفين بدوريات كرة القدم، وتم إجراء المعاملات العلمية لمتغيرات البحث باستخدام المنهج الوصفي، وتم التطبيق على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 350 من روابط مشجعي الأندية المصرية مثل: النادي الأهلي، نادى الزمالك، نادى المصري)، وجاءت أهم النتائج أن الإعلام الرياضي له دور مؤثر في زيادة حدة التعصب ونشأة الصراع، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة تمسك وسائل الإعلام الرياضية بالقيم المهنية دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية أو الانتماء للأندية على المهنية، بالإضافة إلى ضرورة أن تقوم الأندية الرياضية بإعداد برامج لإدارة سلوك الجماهير قبل وأثناء وبعد المباريات الرياضية، والنظر لروابط المشجعين نظرة اقتصادية واستثمارية وتسويقية، وتأكيد أن الأمن مفهوم وإحساس ولغة متبادلة بين رجال الأمن والجماهير على الجميع تعلمها.

18. **سامي السعيد النجار وآخرون (2017)**[35]**:** هدفت إلى التعرف على رؤية الشباب الجامعي لدور صحافة الموطن تجاه ظاهرة التعصب الرياضي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم اختيار عينة عشوائية من طلاب جامعة المنصورة قوامها 585 طالبًا وطالبة باستخدام استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة توعية المستخدمين لصحافة المواطن بخطورة مشاركتهم لمعلومات غير صحيحة من خلال صفحاتهم ومدوناتهم بدون التأكد من صحتها ومصادرها، وضرورة الاستعانة بالمتخصصين في الإعلام وعلم النفس الرياضي وإجراء مناقشات حول مفهوم صحافة المواطن وإيجابياتها وسلبياتها تجاه ظاهرة التعصب، واستغلال شبكات صحافة المواطن الاستغلال الأمثل والاستفادة منها في تقديم وعرض حلول لظاهرة التعصب الرياضي.

19. **حسين الحجامي وحسنين شعيلة (2017)**[36]**:** هدفت إلى الوقوف على مستوى أداء الاعلام الرياضي ومدى قدرته على تشكيل الرأي العام الرياضي، وذلك باستخدام المنهج الوصفي، وتحدد مجتمع الدراسة من الجمهور الرياضي المتواجد أثناء المباراة في ملاعب أندية الدرجة الممتازة

بالدوري العراقي الممتاز للموسم 2015-2016، وتم اختيار عينة طبقية من هذا الجمهور قوامها 480 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ضعفًا في الأداء المهني للإعلام الرياضي وبنسبة مؤثرة مما يضعف الدور الاجتماعي لرسالة الرياضة نحو التعصب الرياضي ووضع الحلول المناسبة له، وأوصت الدراسة بإنشاء قسم للإعلام الرياضي بكلية التربية الرياضية للقيام بمهام إعداد وتأهيل الكوادر الإعلامية.

20. **فهد الطيار (2016)**[37]**:** هدفت إلى التعرف على الأسباب المتعلقة بالتعصب الرياضي لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، وتحديد كيفية تأثيره على الأسرة وتناول الحلول الواجب اتباعها للحد من تأثيره على الروابط الأسرية من وجهة نظر رواد النشاط ومعلمي التربية البدنية بالمرحلة الثانوية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة عشوائية غير منتظمة قوامها 195 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أسباب التعصب هو ضعف قيام الأسرة بدورها في التوعية الرياضية، وعدم وضع خطوات عملية للحد من ظاهرة التعصب لدى الأبناء، كما بينت أن التعصب يؤثر على الروابط الأسرية بين الأب المتعصب والابن، وتمثلت الحلول للحد من التعصب في معرفة الأسباب التي تؤدي للتعصب الرياضي وتعاون الأسرة والمدرسة في حلها.

21. **دراسة عزوز نشء (2016)**[38]**:** هدفت إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي المكتوب في التقليل من ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم ودورها في نشر ثقافة رياضية تربوية راقية من خلال إعلام تربوي، وتوصلت الدراسة إلى أن المهتمين بالتربية والتعليم بشكل عام ومدرّسي التربية البدنية بشكل خاص لهم دور كبير في التخفيف من ظاهرة العنف والتعصب والتصرفات غير المرغوبة من خلال تقويم السلوك غير المناسب وتعويد الأفراد على كيفية التعامل مع العنف والتحكم والسيطرة على انفعالاتهم، كما أكدت الدراسة على ضرورة تحلي الرياضيين بالروح الرياضية والالتزام بقواعد اللعبة وضرورة تطوير المعرفة الرياضية لدى العاملين في وسائل الإعلام.

22. **دراسة Yildiz (2016)**[39]**:** هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين التعصب الرياضي والتخلي عن القيم الأخلاقية، وتكونت عينة الدراسة من 1024 مشجعًا لكرة القدم في عدة أندية في تركيا ويدرسون في كلية التربية الرياضية تتراوح أعمارهم بين (18-30) عامًا، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق في التعصب الرياضي تعزى لمتغير النوع والعمر؛ حيث كان المشجعون الذكور أكثر تعصبًا من الإناث وكان المشجعون الأكبر سنًّا أقل

تعصبًا لفريقهم، كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة وموجبة بين التعصب الرياضي والتخلي عن القيم الأخلاقية.

23. **دراسة عادل المغذوي (2015)**[40]**:** هدفت إلى التعرف على أسباب ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجماهير بالملاعب السعودية ورصد دور المؤسسات التربوية فى مواجهة ظاهرة التعصب الرياضي، واستخدمت المنهج الوصفى بالأسلوب المسحي، وتم استخدام صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات بالتطبيق على عينة قوامها 243 من الجمهور والإعلاميين والعاملين فى البرامج الرياضية بالفضائيات السعودية، والخبراء فى مجال التربية البدنية والرياضة، وخلصت النتائج إلى أن ظاهرة التعصب الرياضي في الملاعب السعودية سببها عدم وجود نظام لحماية الحكام واحتلت المرتبة الأولى، بينما احتلت المرتبة الثانية بين الأسباب عدم وجود وعي بين الجماهير، أما المرتبة الثالثة والأخيرة لظاهرة التعصب الرياضي في الملاعب السعودية فكانت عدم اتخاذ عقوبات رادعة بين المخالفين.

24. **دراسة حافظ عبده (2015)**[41]**:** هدفت إلى التعرف على دور الصحافة الرياضية الإفريقية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الفئات المجتمعية الأكثر تأثرًا بها، ورصد مدى فاعلية الإعلام الرياضي في الحد من هذه الظاهرة التي أصبحت من الظواهر الملموسة والواسعة الانتشار بين المجتمعات الرياضية المعاصرة، واعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وأظهرت النتائج أن الصحافة الرياضية الإفريقية لم يكن لها دور يذكر في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، حيث أوضحت النتائج أن الصحف الرياضية ومواقع التواصل الاجتماعي هى من أكثر وسائل الإعلام تأجيجًا لظاهرة التعصب الرياضي، وقد أكدت هذه النتائج الدور السلبي لوسائل الإعلام في هذا الشأن، كما بينت النتائج أن قلة الوعي والثقافة الرياضية كذلك كتابة بعض الإعلاميين والصحفيين في الصحف الرياضية ودعوتهم للعنف والتعصب هى من أعلى النسب في احتمالية تأجيج ظاهرة التعصب لدى الشباب.

25. **دراسة أحمد فؤاد (2014)**[42]**:** هدفت إلى التعرف على مستوي التعصب لدى طلبة الجامعة وفقًا للنوع والتخصص العلمي، وقد تم تطبيق صحيفة استبيان على 400 مفردة من طلبة جامعة بغداد والمستنصرية، وقد اعتمدت الدراسة على النظرية المعرفية في تفسيرها للتعصب، وقد توصلت الدراسة إلى أن عينة الدراسة لديها تعصب رياضي مرتفع، وأرجعت الدراسة أسباب التعصب إلى التغيرات التي طرأت على المجتمع العراقي بعد 2003 وما واكبه من أحداث سياسية، كما أظهرت الدراسة أن الذكور أكثر تعصبًا من الإناث وأن الطلبة الذين يدرسون في الكليات العملية أقل تعصبًا من نظرائهم في الكليات الإنسانية.

26. **دراسة راتب الزود وأحمد أمين (2012)**[43]: هدف إلى التعرف على ظاهرة التعصب الرياضي في كرة القدم بالأردن من وجهة نظر (المدربين، الإداريين، اللاعبين)، والتعرف على فروقات ظاهرة التعصب الرياضي في لعبة كرة القدم بالأردن التي تعزى (للمستوى العلمي، والخبرة، والحالة الاجتماعية)، ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وتكونت عينة الدراسة من أندية المحترفين في الأردن وعددها 12 ناديًا على عينة بلغت 169 مبحوثًا، وأظهرت النتائج أن مستوى ظاهرة التعصب الرياضي في لعبة كرة القدم في الأردن جاءت بدرجة متوسطة، وكشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجال العنف الرياضي للإداريين والمدربين واللاعبين، وبلغ أكثرها حدةً عند اللاعبين.
27. **دراسة صالح المطيري (2011)**[44]: هدفت إلى التعرف على عوامل التعصب الرياضي لدى طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود، وموقف الطلاب من التعصب وكيفية مواجهته من وجهه نظر الطلاب، وقد استعانت الدراسة بنظرية الصراع بين الجماعات ونظرية التعليم، والنظريات المعرفية والدينامية النفسية باستخدام منهج المسح الاجتماعي بأداة الاستبانة والتي تم تطبيقها على عينة مكونة من 307 طالبًا من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وقد توصلت الدراسة إلى أن 50.6% من أفراد العينة يرفضون التعصب الرياضي ورأى 24.1% أن الحل المناسب للتعصب الرياضي هو إلغاء الرياضة، كما أثبتت الدراسة أن التعصب بين طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود لم يصل حدّ إلى أن يكون ظاهرة اجتماعية بل هو في مستوى قضية أو مشكلة.
28. **دراسة خالد الدوس (2011)**[45]: تناولت الإعلام الرياضي وعلاقته بالتعصب وهدفت إلى معرفة العلاقة بين الإعلام الرياضي والتعصب الرياضي والتعرف على أسبابه وأثر التنشئة الاجتماعية على درجة التعصب الرياضي، وذلك على عينة قوامها 400 مفردة من مختلف فئات المجتمع، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن 55% من أفراد العينة يرون أن سبب التعصب الرياضي الرئيسي هو الإعلام بينما يرى 54% أن السبب أخطاء الحكام، كما توصلت الدراسة إلى أن مستوى التعصب الرياضي يقلّ تبعًا للمرحلة العمرية، كما أكدت الدراسة أن التعصب يتأثر بمستوى التحصيل الدراسي أي كلما زاد تعلم الفرد قلّ تعصبه والعكس صحيح.
29. **دراسة Dimmock J. &Grove J (2005)**[46]: حول تأثير التعصب الرياضي لدى مشجعي الفرق الرياضية المحترفة في استراليا، وتكونت عينة الدراسة من 231 مشجعًا، وتوصلت النتائج إلى أن التعصب الرياضي لدى الجماهير يجعلهم غير قادرين على التحكم في ممارستهم

السلوكية أثناء المباريات من المشجعين الذين يمتازون بصفة التعصب المتوسط أو البسيط.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يمكن إجمال أهم مؤشرات الدراسات السابقة فيما يلى:

1- معظم الدراسات هدفت إلى التعرف على العنف الرياضي في الملاعب لتحقيق أهدافها.
2- استخدمت معظم الدراسات المنهج الوصفي وأسلوب الدراسة الميدانية بإعداد استبانة تعكس أبعاد العنف الرياضي كما حددتها الدراسات.
3- جميع الدراسات أوصت بضرورة توعية الجماهير الرياضية ونبذ العنف والتعصب الأعمى.
4- تبين اختلاف أهداف كل دراسة؛ فبعضها استهدف معرفة أسباب التعصب، والبعض الآخر استهدف المقارنة بين التعصب لدى المدربين والمشجعين.
5- انطلقت الدراسات الأجنبية لاختبار أطر نظرية محددة وخاصة النفسية، في حين اهتمت الدراسات العربية بالدراسة الكلية لظاهرة التعصب والعنف والشغب الرياضي وتأثيراته ودور الإعلام الرياضي فيها.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- يتضح من عرض الدراسات السابقة أن معظمها يختلف عن موضوع الدراسة الحالية، ولا توجد دراسة تربط بين المواقع الرياضية الإلكترونية ونشر التعصب.
- تعميق المشكلة البحثية بعد تحديدها وفق رؤية واضحة لأهميتها.
- الاستفادة من تحديد الأهداف البحثية والمدخل النظري الملائم للدراسة.
- تحديد التساؤلات البحثية التي تستهدف الدراسة الحالية الإجابة عنها، بالإضافة إلي صياغة الفروض التي تسعي الدراسة لاختبارها.
- اختيار أنسب المناهج والأدوات الخاصة بجمع البيانات والمعلومات، بالإضافة إلى المقاييس الإحصائية المناسبة لنوع الدراسة.

أهمية الدراسة:

- قلة الدراسات التي تناولت دور المواقع الرياضية الإلكترونية وعلاقتها بنشر ظاهرة التعصب الرياضي.
- أهمية الرياضة في حياتنا وما تحظي به من اهتمام لشريحة كبيرة في المجتمع مما يجعلها من القضايا الهامة التي يجب دراستها.

- تسليط الضوء على قضية اجتماعية هامة وهي قضية التعصب الرياضي، والاستفادة من نتائجها في الحد من ظاهرة التعصب أو التخفيف منها كي يتجنب المجتمع المصري أثارها السيئة.
- خطورة التعصب على منظومة القيم في الرياضية، إضافة إلى خطورتها المتمثلة في حالة زيادة هذه الظاهرة على تهديد الأمن المجتمعي العام بما يمكن أن يتحول إلى صراعات تقسم المجتمع إلي فئات متصارعة.

مشكلة الدراسة:

نظرا للارتباط الكبير بين ظاهرة التعصب الرياضي ووسائل الإعلام، فإن ظاهرة التعصب الرياضي تشهد تطورًا سريعًا وملموسًا؛ فهي تتطور بتطور وسائل الإعلام نفسها، وفي كل مرحلة من مراحل تطورها يزداد الأمر سوءًا، ففي فترة سيطرة الإعلام التقليدي أحادي الاتجاه خصوصًا الورقي كان حجم التعصب محدودًا جدًا، وبدأت ترتفع نسبته تدريجيًا في المجتمعات مع ظهور البث الإذاعي، ولاحقًا البث التليفزيوني، إلاّ أنه بدأ في التصاعد بشكل أوسع مع ظهور البث الفضائي وكثرة القنوات والبرامج الرياضية(47)، إلاّ أن الثورة الحقيقية لظاهرة التعصب الرياضي كانت مع ظهور شبكة المعلومات الدولية والثورة المعلوماتية والتقنية المتطورة التي بسطت نفوذها على العالم فتغيّر معها مفهوم الإعلام من أحادي الاتجاه إلى متعدد الاتجاه، وانتهت معها إلى حدٍّ ما نظرية حارس البوابة، وقد أصبحت سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداولها من خلال شبكة الانترنت المظهر الأساسي لتطور الإعلام والأكثر بروزًا في حياتنا المعاصرة، وظهرت مصطلحات إعلامية حديثة تواكب الثورة المعلوماتية؛ فظهر الصراع بين مصطلي الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، وهذا الأخير انبثقت عنه مصطلحات أخرى تفسره(48).

وتعدّ الرياضة من أهم الوسائل وأجداها لتحقيق النصح الاجتماعي وإشاعة روح الجماعة بين الأفراد، وذلك لما تتيحه مجالاتها الواسعة من فرص اللقاء والتعاون والأخذ والعطاء، وما تضيفه أنظمتها من أسس ومبادئ اجتماعية كاحترام الآخرين وضرورة التحكم في الانفعالات في مواقف مشحونة بالإثارة كما يحدث أثناء النشاط الرياضي.

فالرياضة كنظام اجتماعي يقيس كثيرا من الأبعاد الاجتماعية الموجودة في الحياة ووظيفة الرياضة أن تركز على المضامين الخاصة بالقيم الاجتماعية والمعتقدات والتي يمكن أن تعبر عنها وتنتقل من خلال الرياضة التي تعد مرأة المجتمع التي تعكس عناصر الحياة الاجتماعية لأنها توضح العلاقات الاجتماعية المتعلقة بالإنسان(49).

ومع تنامي الاتجاهات والميول الرياضية، ومع ازدياد حدة المنافسة بين الأندية الرياضية وما واكب تلك المنافسة من الحماس في عملية التشجيع والاندفاع نحو نادٍ معين أو لاعب بعينه، ومع ما وفرته مواقع التواصل من سهولة التعامل وتناقل المواقع والمنتديات والصفحات الرياضية لما يحدث من أحداث رياضية بدأت تظهر بعض المشكلات الاجتماعية مثل مشكلة الشغب والعنف الرياضي والتعصب، **وفي هذا الإطار، تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في رصد الصورة الذهنية للأندية كما تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية الخاصة بروابط الأندية على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر التعصب.**

أهداف الدراسة:

1. التعرف على طبيعة تعامل عينة الدراسة مع المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على الدور الذي تلعبه المواقع الرياضية الإلكترونية في نشر ظاهرة التعصب الرياضي.
3. معرفة أسباب التعصب لدى الجماهير بالملاعب المصرية.
4. وضع تصور لمواجهة ظاهرة التعصب الرياضي.
5. رصد الصورة الذهنية التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية عن الأندية.

تساؤلات الدراسة:

المحور الأول: تعامل (عينة الدراسة) مع المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي ورأيهم فيها:

1- ما مدى استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي الرياضية وكثافة التعرض ومعدل الاستخدام اليومي؟
2- ما مدى اعتماد العينة البحثية على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر للأخبار الرياضية؟
3- ما أكثر الأوقات التي يزيد فيها معدل استخدام أفراد العينة البحثية للمواقع الرياضية الإلكترونية؟
4- ما أسباب حرص العينة البحثية على متابعة المواقع الرياضية الإلكترونية؟

المحور الثاني: تقييم عينة الدراسة للمواقع الرياضية الإلكترونية وللمضمون الذي تقدمه:

1- هل المواقع الرياضية الإلكترونية تلبي احتياجات المبحوثين؟
2- ماهو تقييم المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية ؟

المحور الثالث: مظاهر التعصب الرياضي وأسبابه من وجهة نظر العينة البحثية:

1- ما أكثر وسائل الاعلام التي تؤجج ظاهرة التعصب الرياضي؟

2- ما هي أكثر مجالات الرياضة الجماعية التي تكثر بها ظاهرة التعصب الرياضي؟
3- ماهي مظاهر التعصب على المواقع الرياضية الإلكترونية؟
4- ما أسباب التعصب الرياضي المنتشر؟ وهل ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل في نشره؟

المحور الرابع: رؤية عينة الدراسة لمعالجة مشكلة التعصب:

1- ماهي الجهات المسئولة عن الحد من التعصب؟
2- ما الحلول التي تقترحها عينة الدراسة للحد من ظاهرة التعصب بين جماهير الأندية الرياضية؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض عينة الدراسة لمواقع الرياضية الإلكترونية وزيادة التعصب.
2- توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض عينة الدراسة لمواقع الرياضية الإلكترونية وبين الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الأندية الرياضية.
3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات تشكيل ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع- السن– المؤهل التعليمي-المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع- السن– المؤهل التعليمي-المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
5- -توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات الرياضية وبين مدى مساهمتها في رسم صورة ذهنية عن الأندية الرياضية.
6- -توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين مدى تلبية هذه الصفحات لاحتياجاتهم المعرفية.

نوع الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى حقل البحوث الوصفية Descriptive Research، والتي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو قضية معينة(50).

منهج الدراسة:

فى إطار المشكلة البحثية التي تعالجها الدراسة، فقد اعتمدت على منهج المسح والذى يعد أكثر المناهج ملاءمة لأغراض الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في فئة الشباب المصري بدءًا من سن 18 سنة وحتى سن 35 سنة من الذكور والإناث ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري في المرحلة العمرية من (18-35) سنة، وقد تم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة Available Sample وعلى الرغم من أنها نمط من أنماط السحب العمدي، إلاّ أنها تسمح للباحث بحرية الوصول لعينة الدراسة من الشباب المصري وتمثيل خصائصه الديموجرافية بدقة بالغة وتقترب هذه العينة من سمات مجتمع الدراسة من العينات الاحتمالية.

وصف عينة الدراسة:

جدول رقم (1) البيانات الأساسية لعينة الدراسة

البيانات الشخصية		الإجمالي	
		ك	%
النوع	ذكر	200	50.0
	أنثى	200	50.0
	الإجمالي	**400**	**100.0**
السن	من 18 سنة إلى اقل من 24 سنة	301	75.3
	من 24 سنة – أقل من 30 سنة	42	10.5
	من 30 سنة – إلى 35 سنة	57	14.2
	الإجمالي	**400**	**100.0**
المؤهل التعليمي	متوسط	6	1.5
	فوق المتوسط	15	3.8
	جامعى	332	83.0
	دراسات عليا	47	11.8
	الإجمالي	**400**	**100.0**
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من 2000 جنيه	65	16.3
	من 2000 جنية إلى أقل من 6000 جنيه	132	33.0
	من 6000 جنيه إلى أقل من 10000 جنيه	100	25.0
	10000 جنيه فأكثر	103	25.8
	الإجمالي	**400**	**100.0**
الحالة الوظيفية	طالب	260	65
	قطاع حكومي	21	5.3
	قطاع خاص	67	16.8

	أعمال حرة	18	4.5
	بدون عمل	34	8.5
	الإجمالي	**400**	**100**
مدى السفر للخارج سابقًا	نعم	165	41.3
	لا	235	58.8
	الإجمالي	**400**	**100.0**
أسباب السفر للخارج	العمل	104	63.0
	الدراسة	100	60.6
	السياحة	136	82.4
	العمرة	60	36.4
	الإجمالي	**ن=165**	
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	ضعيف	56	14
	متوسط	243	60.8
	مرتفع	101	25.3
	الإجمالي	**400**	**100**
العضوية في نادي رياضي	نعم	232	58.0
	لا	168	42.0
	الإجمالي	**400**	**100.0**
اسم النادي	الزهور	3	1.3
	الغابة	2	0.9
	الرحاب	6	2.6
	اتحاد الشرطة	2	0.9
	المنصورة الرياضي	3	1.3
	الإسماعيلي	6	2.6
	الأهلي	94	40.5

	الرواد	3	1.3
	الزمالك	32	13.8
	الشمس	5	2.2
	الصفوة	3	1.3
	الطيران	6	2.6
	الغابة الرياضي / ونادي سماش	3	1.3
	المصري البورسعيدي	3	1.3
	المقاولون العرب	3	1.3
	النصر	3	1.3
	دريم لاند "بيجاسوس"	3	1.3
	ديرب	3	1.3
	زمالك	5	2.2
	نادى مدينة نصر	6	2.6
	نادي الشرقية	3	1.3
	نادي الصيد	5	2.2
	نادي الطيران	6	2.6
	نادي بيتروسبورت	3	1.3
	نادي طنطا	3	1.3
	نادي مدينة 6 أكتوبر	3	1.3
	نادي وادي دجلة	15	6.5
	الإجمالي	**ن= 232**	

يوضح الجدول رقم (1) البيانات الأساسية لعينة الدراسة من الشباب المصري، وبتحليل بياناته تبين أن العينة تتكون من 400 مفردة، مقسمة بين الذكور والاناث بالتساوي (200) مفردة لكلٍّ منهم، كما أشارت البيانات إلى أن 75.3% من أفراد العينة تراوحت أعمارهم من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، بينما تراوحت أعمار 10.5% من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة، وشكّل 14.2% من أفراد العينة من سن 30 سنة إلى 35 سنة.

أما فيما يتعلق بالمؤهل التعليمي، فكانت النسبة الأكبر 83.0% لطالب جامعي، تلاها بنسبة 11.8% دراسات عليا، ثم مؤهل فوق المتوسط بنسبة بلغت 3.8% وجاء ذوو التعليم المتوسط بنسبة 1.5%.

وفيما يتعلق بمتوسط الدخل الشهري للأسرة، جاءت الفئة التي يبلغ دخلها أقل من 2000 جنيه بنسبة بلغت16.3%، تلتها الفئة التي يتراوح دخلها بين 2000 جنيه إلى أقل من 6000 جنيه بنسبة بلغت 33%، ثم الفئة من 6000 جنيه إلى أقل من 10000 جنيه بنسبة بلغت 25%، أما الفئة التي يزيد دخلها الشهري عن 10 آلاف جنيه فبلغت نسبتهم 25.8%.

أما عن الحالة الوظيفية، توضح الأرقام أن أعلى نسبة كانت لطالب بنسبة 65%، ثم العمل في القطاع الخاص بنسبة بلغت 16.8%، ثم جاءت فئة بدون عمل بنسبة بلغت 8.5%، تلتها فئة العمل في القطاع الحكومي بنسبة بلغت5.3%، وجاءت أخيرًا فئة أعمال حرة بنسبة بلغت4.5%.

وعن السفر للخارج أبدى 41.3% من أفراد العينة البحثية أنهم سبق لهم السفر إلي الخارج، وكانت أهم أسباب السفر السياحة بنسبة بلغت 82.4%، تلاها العمل بنسبة بلغت 63% ثم الدراسة بنسبة بلغت60.6%، ثم أخيرًا أداء مناسك العمرة بنسبة بلغت 36.4%.

أما فيما يتعلق بالمستوي الاقتصادي الاجتماعي، فكانت النسبة الأكبر متوسط بنسبة بلغت 60.8%، تلاها المستوى المرتفع بنسبة بلغت 25.3%، وجاء المستوى الضعيف في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 14%.

أما ما يتعلق بالاشتراك في النوادي، فقد تبين اشتراك 85% من أفراد العينة البحثية في مجموعة من الأندية الرياضية، وكانت أعلى نسبة اشتراك في النادي الأهلي بنسبة بلغت 40.5%، تلاها نادي الزمالك بنسبة بلغت13.8%، ثم نادي وادي دجلة بنسبة بلغت 6.5%.

مبررات اختيار الشباب كمجتمع للدراسة:

1- تعد المرحلة العمرية التي يمرّ بها الشباب من أكثر المراحل العمرية تميزًا بالاندفاعية والسعي وراء كل ما هو جديد بدون تعقل أو دراسة.

2- أنه مجتمع له خصوصيته بوصفه مجتمعًا إعلاميًا، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تمييز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، والأكثر نشاطًا على شبكة الإنترنت وإسهاما في المضامين التي يتبادلونها مع أصدقائهم ومعارفهم في مختلف شئون الحياة[51].

3- هوس الشباب بتتبع الأخبار الرياضية وحضور الملاعب على اختلاف أنواع الرياضة سواء من أجل المشاركة أو التشجيع، فهي غريزة لديهم تجعلهم يتتبعون ويتشوقون لمعرفة كل ما هو جديد في عالم الرياضة، إرضاءً لهوسهم بهذا الجانب من الحياة، لتنال الرياضة نصيب الأسد من اهتماماتهم اليومية بحسب ميولهم لها.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة الميدانية على استخدام استمارة الاستبيان Questionnaire وهى من أنسب الوسائل المستخدمة فى جمع البيانات، وذلك لتطبيقها على عينة من الشباب المصرى للتعرف على تأثير المواقع الرياضية الإلكترونية على نشر التعصب الرياضي، وفي ضوء ما استفادته الباحثة من الدراسات السابقة التي تناولت التعصب وأبعاده والاطلاع على بعض المقاييس العربية والأجنبية.

- مقياس التعصب[52]
- مقياس التعصب[53]
- مقياس التعصب[54]
- مقياس جواد[55]

وكان من نتيجة ذلك تبني الباحثة مقياس جواد

اختبارا الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان فى جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

- **اختبار الصدق (Validity):** ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، قامت الباحثة بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من مجموعة من الأساتذة المحكمين[56] ممن لهم الخبرة في مجال البحث، لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية المحاور والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث، وفي ضوء آراء هؤلاء الخبراء تم تعديل صياغة بعض العبارات وحذف عدد آخر.
- **اختبار الثبات (Reliability):** ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدى لظهوره في كل مرحلة

من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي: (قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذى وصل إلى 89.4%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسط الحسابي.

3- الانحراف المعياري وهو الذى يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

4- الوزن النسبى الذي يحسب من المعادلة: الوزن المئوي= (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية وتشمل:

1- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).

2- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation: معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

التعريفات الاجرائية لمصطلحات الدراسة:

أ. الصورة الذهنية:

يعرّف علي عجوة[57] الصورة الذهنية أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل لأصحابها واقعًا صادقًا ينظرون من خلاله إلى ماحولهم ويفهمونه أو يقدّرونه على أساسها.

ب. المواقع الرياضية الإلكترونية:

يؤكد Hong Moonki[58] أن هناك تعددًا في أنواع المواقع الرياضية، والتي تنقسم إلى أربعة أنواع وهي (المواقع الرياضية التجارية – المواقع الرياضية لممارسة الألعاب – المواقع ذات المحتوى الرياضي – مواقع الفرق والاتحادات والمسابقات الرياضية) وفيما يلي استعراض لهذه المواقع:

1- **المواقع الرياضية التجارية:** هي تلك المواقع المخصصة لبيع الأجهزة الرياضية من خلالها.
2- **المواقع الرياضية لممارسة الألعاب:** هي تلك المواقع التي تتيح لمستخدميها المنافسة فيما بينهم في بعض الألعاب نظير سداد رسوم اشتراك.
3- **المواقع ذات المحتوى الرياضي**: هي تلك المواقع التي تقدم المعلومات والأخبار الرياضية، فضلاً عن تقديمه للتحليلات لأداء الاعبين والفرق الرياضية.
4- **مواقع الفرق والاتحادات والمسابقات الرياضية**: هي تلك المواقع التي تقدم معلومات عن اللاعبين والفرق والمسابقات الرياضية وإحصائيات أخرى عنهم، بالاضافة إلى تقديمها خدمة التذاكر الخاصة بمباريات الأندية.

بينما أشارت دراسة Robert إلى أن المواقع الرياضية تنقسم إلى عدة أنواع، وهي:

1- **المواقع التجارية** Commerce Sites: هي تلك المواقع التي تتيح المنتجات والخدمات الرياضية على غرار الأحذية الرياضية والمعدات الرياضية التي يحتاجها الرياضيون وتذاكر المباريات.
2- **مواقع المقامرة** Game Bluing Site : هي تلك المواقع المعنية بالمكاسب المالية وهي تقدم مسابقات الألعاب الرياضية وغالبًا ما تطالب برسوم اشتراك.
3- **مواقع المشجعين** Fan Sites وهي مواقع لا تندرج تحت المواقع الرياضية الرسمية[59].

وتعرف المواقع الرياضية الإلكترونية: بأنها المواقع التي تتخذ من الرياضة بأنواعها المختلفة مادة رئيسية لها وتنقسم بدورها تبعًا للتخصصات الأدق داخل الرياضة، فنجد مثلاً مواقع تتعلق بكرة القدم، وأخري بكرة اليد والتنس وغيرها من الألعاب المختلفة(60).

وبناءً على استعراض الباحثة من تعريفات المواقع الرياضية بأنواعها المختلفة فالدراسة معنية بدراسة مواقع المشجعين، وقد عرف Bengin موقع المشجعين على أنه الموقع الذي يقدم لمشجعي الرياضة القصص الإخبارية الرياضية والمنتديات للحوار والسرد(61).

ج. التعصب الرياضي:

يعرفه بني خالد والحمدون(62) بأنه سلوك يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد تابعيين لمؤسسة رياضية تعبيرًا عن الرفض أو الإحباط تجاه الطرف الآخر. وهذا التعريف يركز على أن التعصب هو الجانب التطبيقي للتشجيع الرياضي سواء إيجابي أو سلبي.

ويعرفه أحمد فؤاد(63) بأنه هو الانتماء البغيض لأحد الفرق أو الأندية والذي يصل إلى درجة التمادي ورفض المنطق ورفض كل ما هو خارج هذا الفريق أو النادي.

ويعرفه ناظم جواد(64) بأنه الافراط والمبالغة في حب لاعب أو فريق معين في لعبة معينة بصورة تتغلب فيها العاطفة على العقل. وقد ركز هذا التعريف على أن التعصب يعني عدم التوازن العاطفي تجاه التشجيع الرياضي.

ويُعرّف التعصب الرياضي إجرائيًا بأنه الإفراط والمبالغة في حب لاعب أو فريق معين في لعبة معينة، بصورة تتغلب فيها العاطفة على العقل، وتظهر فيها الكراهية العمياء للمنافس، والحب الأعمى للفريق المتعصب له.

النتائج العامة للدراسة:

صورة الأندية كما تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية ودورها في نشر التعصب

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

نتناول فى هذا الجزء من الدراسة الإجابة عن تساؤلات الدراسة المحددة سلفًا، والتى تمت الإجابة عنها من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من المبحوثين, وذلك كما يلى:

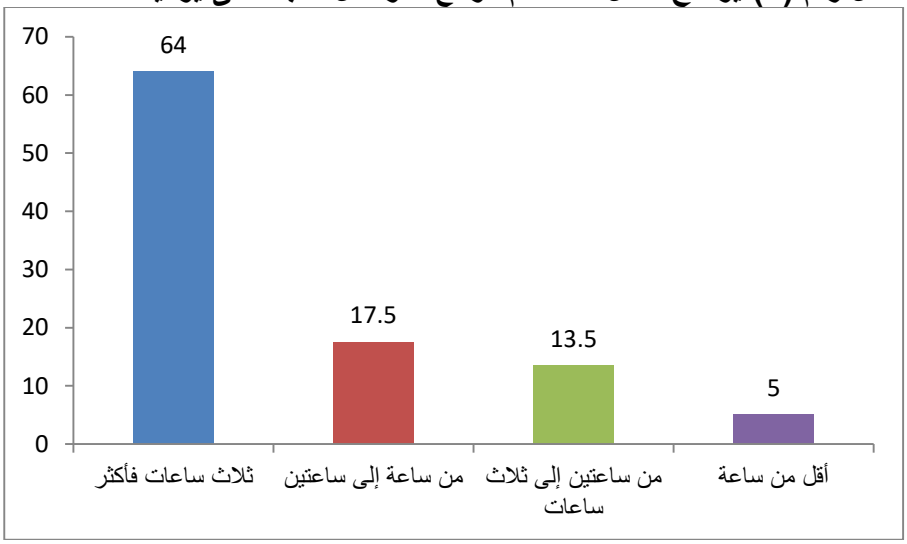
جدول رقم (2) يوضح مدى استخدام العينة البحثية لمواقع التواصل الاجتماعى

مدى استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
دائماً	350	87.5
أحياناً	47	11.8
نادراً	3	0.7
الإجمالي	**400**	**100.0**

كا2: 535.385 درجة الحرية : 2 مستوي المعنوية: 0.000 دال

يتبين من الجدول رقم (2) أن أعلى نسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت دائمًا بنسبة بلغت**87.5%**، حيث لم يعد بإمكان الشباب الاستغناء عن استخدام مواقع التواصل لما توفره من أخبار وتغطية عاجلة ومعلومات ومعارف ومحادثة مع الأهل والأصدقاء وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها تمثل مجالاً مفتوحًا لتبادل التعليقات على الآراء والرد عليها وخلق صراعات افتراضية جديدة وثقافة وترفيه، وتلاها أحيانًا بنسبة بلغت **11.8%**، وجاء أخيرًا نادرًا بنسبة بلغت**0.7%**، وكانت كا2: **535.385** وبدرجة حرية: 2 ومستوى معنوية: **0.000** دال.

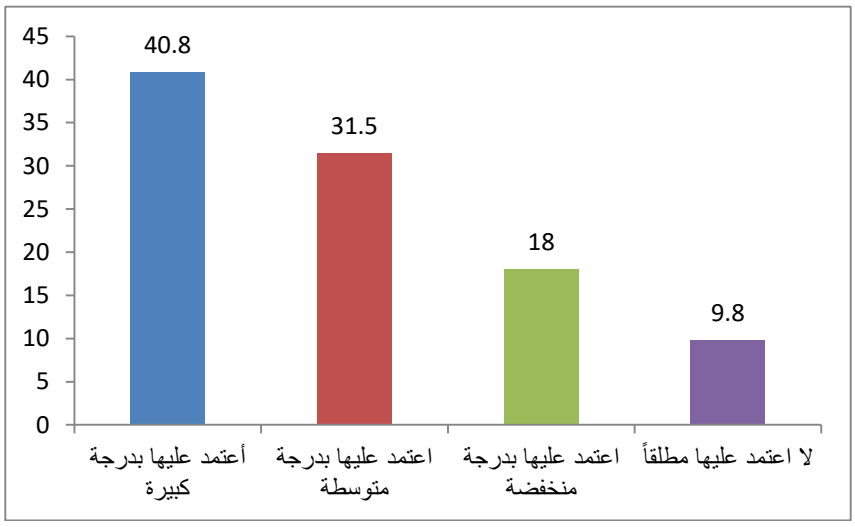
شكل رقم (1) يوضح معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعى يومياً



كا2: 337.520 درجة الحرية : 3 مستوي المعنوية: 0.000 دال

يوضح الشكل رقم (1) معدل استخدام العينة البحثية لمواقع التواصل الاجتماعي يوميًا، وجاءت في مقدمتها ثلاث ساعات فأكثر بنسبة بلغت64.0%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ماهر عبد الله حمدي 2018[65] وتلاها من ساعة إلى ساعتين بنسبة بلغت 17.5%، وجاءت في المرتبة الثالثة من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة بلغت 13.5%، وأخيرًا جاءت أقل من ساعة في اليوم بنسبة 5%، وهو ما يعكس ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي لدى عينة الدراسة وكانت كا2: 337.520 وبدرجة حرية: 3 ومستوى معنوية: 0.000 دال وتعكس هذه النتيجة أن معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي معدلٌ مرتفعٌ مما يعكس أهميتها لديهم.

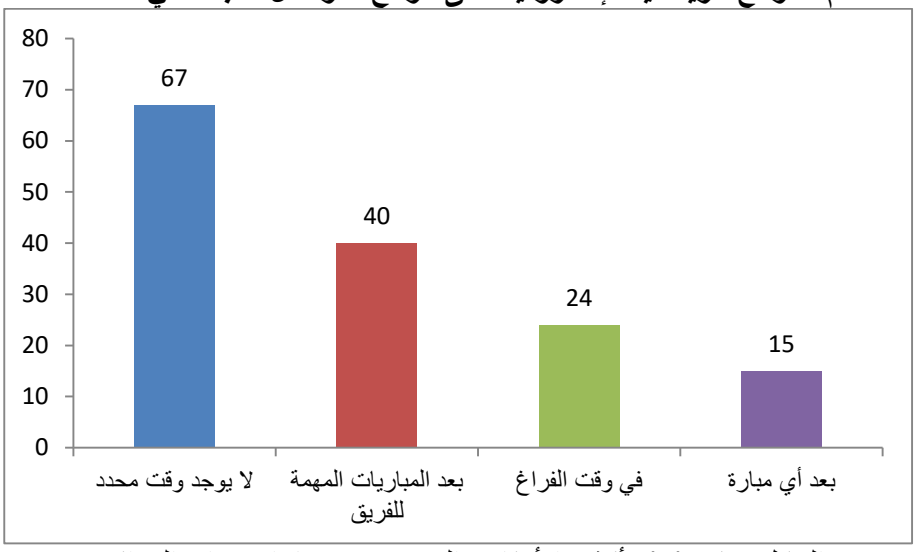
شكل رقم (2) يوضح مدى اعتماد العينة البحثية على المواقع الرياضية الإلكترونية
كمصدر أساسي فى الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية



كا2: 91.500 درجة الحرية : 3 مستوي المعنوية: 0.000 دال

يتبين من الشكل رقم (2) أن العينة البحثية اعتمدت بدرجة كبيرة بلغت 40.8% على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر للحصول على الأخبار، تلاها الاعتماد عليها بدرجة متوسطة بنسبة بلغت 31.5%، ثم الاعتماد عليها بدرجة منخفضة بنسبة بلغت 18%، وأخيرًا جاء عدم الإعتماد عليها مطلقًا بنسبة بلغت 9.8%، وهو ما يمكن القول معه إن المواقع الرياضية الإلكترونية أصبحت تحتل مكانة كبيرة كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وكانت كا2: 91.500 وبدرجة حرية: 3 ومستوى معنوية : 0.000 دال.

شكل رقم (3) يوضح أكثر الأوقات التي يزيد فيها استخدام المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (3) أكثر الأوقات التي يزيد فيها استخدام المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، وأكد 67% من أفراد العينة البحثية أنه لا يوجد وقت محدد لاستخدام المواقع الرياضية الإلكترونية، وجاء بنسبة بلغت 40% بعد المباريات المهمة، تلاها بنسبة بلغت 24% في وقت الفراغ، وأخيرًا جاء بعد أي مباراة بنسبة بلغت 15%.

الجدول رقم (3) يوضح أسباب الحرص على متابعة المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

أسباب الحرص	ك	%
للتعرف على آخر المعلومات والمستجدات الخاصة بالفريق	356	89.0
لمعرفة معلومات جديدة لم أعرفها	168	42.0
للتسلية والترفيه	144	36.0
لقراءة تعليقات الآخرين	68	17.0

تعودت على مشاهدتها	64	16.0
للشعور بالاسترخاء	36	9.0
لا أجد شيئًا آخر أفعله	32	8.0
الإجمالي	**ن=400**	

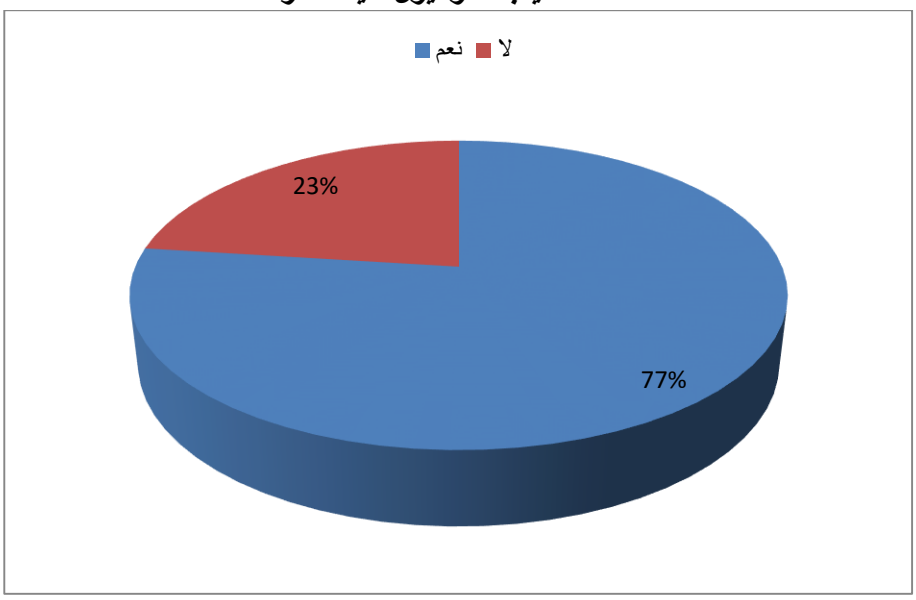
يبين الجدول رقم (3) أسباب الحرص على متابعة المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي جاء في مقدمتها (للتعرف على آخر المعلومات والمستجدات الخاصة بالفريق) بنسبة بلغت 89%، حيث ساهمت هذه المواقع بشكل كبير في مواكبة كافة الأحداث الرياضة وأصبحت مصدرًا لنقل المعلومات، تلاها (لمعرفة معلومات جديدة لم أعرفها) بنسبة بلغت 42%، وجاء في المرتبة الثالثة (للتسلية والترفيه) بنسبة بلغت 36%، ثم (لقراءة تعليقات الآخرين) بنسبة بلغت 17%، ثم بنسبة بلغت 16% (تعودت على مشاهدتها)، تلاها (للشعور بالاسترخاء) بنسبة بلغت9%، وأخيرًا جاء (لا أجد شيئًا آخر أفعله) بنسبة بلغت 8%.

الجدول رقم (4) يوضح المواقع الرياضية الإلكترونية التي تحرص العينة البحثية على متابعتها

المواقع الرياضية الإلكترونية	ك	%
بيت الزماكاوية	112	28.0
صوت الأهلي	232	58.0
قهوة الاهلوية	44	11.0
ملعب المصري	8	2.0
سماعيلي Y24	16	4.0
رابطة مشجعي نادي بيراميدز	12	3.0
Wadi Degla FC	8	2.0
في الجول	16	4.0
بين سبورت	54	13.5
الإجمالي	**ن=400**	

يوضح الجدول رقم (4) المواقع الرياضية الإلكترونية التي تحرص العينة البحثية على متابعتها، وجاء في مقدمتها صوت الأهلي بنسبة بلغت 58%، تلاها بيت الزملكاوية بنسبة بلغت 28%، ثم جاء موقع Bein Sport بنسبة 13.5%، تلاه قهوة الأهلاوية بنسبة بلغت11%، ثم إسماعيلي 24 وفي الجول بنسبة بلغت 4%، تلاهما رابطة مشجعي نادي بيراميدز بنسبة 3%، وتساوى Wadi Degla FC وملعب المصري بنسبة بلغت2%.

الشكل رقم (4) يوضح مدى تلبية المواقع الرياضية الإلكترونية لاحتياجات وميول عينة الدراسة



كا2: 116.640 درجة الحرية : 1 مستوي المعنوية: 0.000 دال

يبين الشكل رقم (4) مدى تلبية المواقع الرياضية الإلكترونية لاحتياجات وميول عينة الدراسة، وقد أجاب 77.0% من عينة الدراسة بـ(نعم) عن أن هذه المواقع تلبي احتياجاتهم وميولهم، بينما أجاب 23% من عينة الدراسة بـ(لا)، مما يمكن معه القول إن هذه المواقع تحظى بقبول كبير لدى عينة الدراسة، وكانت كا2: 116.640 وبدرجة حرية :1 ومستوى معنوية : 0.000 دال.

الجدول رقم (5) يوضح رؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق		الي حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
تنحاز للفريق حسب الأهواء	225	56.3	125	31.3	50	12.5	2.44	.705	81.3	1
تساعد في شحن الجماهير	214	53.5	121	30.3	65	16.3	2.37	.748	79.0	2
المواقع الرياضية الإلكترونية تتناول بيانات عدائية للروابط الجماهيرية	222	55.5	144	36.0	34	8.5	2.28	.609	76.0	3
لا تناقش أحوال الرياضة وتركز على الإثارة	114	28.5	241	60.3	45	11.3	2.17	.607	72.3	4
غير ملتزمة بالقيم الأخلاقية	94	23.5	245	61.3	61	15.3	2.08	.618	69.3	5
تروج للنماذج الإيجابية	92	23.0	168	42.0	140	35.0	1.88	.753	62.7	6
دقيقة في عرض الآراء والأخبار	92	23.0	159	39.8	149	37.3	1.86	.764	62.0	7
تحرص على التوازن في المضمون المقدم	70	17.5	181	45.3	149	37.3	1.80	.714	60.0	8

يوضح الجدول رقم (5) رؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تبين من إجابات المبحوثين أن إجابتهم انحصرت بين الموافقة وإلى حدٍّ ما على العبارات السلبية، وقد جاءت الموافقة على أن المواقع الرياضية الإلكترونية (تنحاز للفريق حسب الأهواء) بوزن نسبي بلغ81.3، تلتها بوزن نسبي بلغ 79.0 الموافقة على أن المواقع الرياضية الإلكترونية (تساعد في شحن الجماهير)، ثم (المواقع الرياضية الإلكترونية تتناول بيانات عدائية للروابط الجماهيرية) بوزن نسبي بلغ 76.0، وجاءت الإجابة بـ(إلى حدٍّ ما) للعبارات الآتية (لا تناقش أحوال الرياضة وتركز على الإثارة) بوزن نسبي بلغ72.3، تلاها (غير ملتزمة بالقيم الأخلاقية) بوزن نسبي بلغ 69.3، أما فيما يخص العبارات الإيجابية فقد جاءت إجابات المبحوثين إلى حدٍّ ما حيث جاء بديل أنها (تروج للنماذج الإيجابية) بوزن نسبي بلغ62.7، تلاه أنها (دقيقة في عرض الآراء والأخبار) بوزن نسبي بلغ62.0، وجاء أخيرًا أنها (تحرص على التوازن في المضمون المقدم) بوزن نسبي بلغ60.0.

الجدول رقم (6) يوضح اتجاه عينة الدراسة حول المواقع الرياضيه الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

اتجاه عينة الدراسة	ك	%
سلبي	21	5.3
محايد	300	75
ايجابي	79	19.8
الإجمالي	**400**	**100**

حول اتجاه عينة الدراسة حول المواقع الرياضية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي يتبين من الجدول رقم (6) أن أعلى نسبة كانت للاتجاه المحايد بنسبة بلغت75%، تلاه الاتجاه الإيجابي بنسبة19.8%، وأخيرًا الاتجاه السلبي بنسبة 5.3%.

الجدول رقم (7) يوضح رؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية للأندية ودورها في زيادة التعصب الرياضي

رؤية المحبوثين	ك	%
نعم	266	66.5
لا	134	33.5
الإجمالي	**400**	**100.0**

يتبين من الجدول رقم (7) أن 66.5% من أفراد العينة البحثية أكدوا أن المواقع الرياضية الإلكترونية تساعد على زيادة التعصب الرياضي، بينما أبدى 33.5% منهم أن المواقع الرياضية الإلكترونية لا تساعد على زيادة التعصب.

الجدول رقم (8) يوضح رؤية المبحوثين لأكثر وسائل الإعلام التي تؤجج ظاهرة التعصب الرياضي

أكثر وسائل الإعلام التي تؤجج ظاهرة التعصب الرياضي	ك	%
الصحف الرياضية	104	26.0
مواقع التواصل الاجتماعي	368	92.0
القنوات التلفزيونية الرياضية	192	48.0
محطات الإذاعة الرياضية	20	5.0
مؤسسات التنشئة الرياضية	58	14.2
الإجمالي	**400**	

يوضح الجدول رقم (8) أكثر وسائل الإعلام التي تؤجج ظاهرة التعصب الرياضي من وجهة نظر عينة الدراسة، وقد جاءت في المرتبة الأولى مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 92%، حيث تسمح هذه المواقع بالسرعة في نقل الأخبار، وهذا يحقق التأثير على الجمهور من المتصفحين، وفي قضية هامة مثل التعصب الرياضي تكتسب خاصية التفاعل والتواصل المباشر مع القارئ والمتصفح فتظهر طبيعة رد فعل المتصفحين من خلال تعليقاتهم أو ما ينشرونه من صور وفيديوهات تتعلق بالقضية المنشورة[66]، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (عبده محمد حافظ، 2015)[67] والتي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الإعلام تأجيجًا لظاهرة التعصب الرياضي، تلتها القنوات التليفزيونية الرياضية بنسبة بلغت 48%، حيث إن الإعلام في الفترة الأخيرة حاد عن دوره الأساسي وأصبح محركًا أساسيًا للتعصب والاحتقان في الشارع الرياضي من خلال مشاركة الإعلاميين المتعصبين لألوان الأندية وما يقدمونه من مبالغة وإثارة وتبادل الاتهامات وملاسنات بين مقدمي البرامج وضيوفها[68]، وجاءت في المرتبة الثالثة الصحف الرياضية بنسبة بلغت 26%، حيث إن الصحف تسلط الضوء على الموضوعات التي تثير التعصب والرفض للآخر واستخدمت ألفاظًا غير لائقة وتحولت إلى ساحة للتراشق وتبادل السباب ووظفت الصور لتحقيق انفعالات سلبية وروجت لفكرة الانتقام من الآخر، بل وصلت إلي حد القضاء عليه، وتلتها مؤسسات التنشئة الرياضية بنسبة بلغت 14.2%، وأخيرًا جاءت محطات الإذاعة الرياضية بنسبة بلغت 5%، حيث إن بعض الإذاعات الرياضية مارست أساليب سلبية وعدم التزامها بالقواعد المهنية للعمل الإعلامي مما أفقدها دورها في نشر الوعي الرياضي ودعم الروح الرياضية بين المستمعين.

الجدول رقم (9) يوضح أكثر مجالات الرياضة الجماعية التي تكثر بها ظاهرة التعصب الرياضي

أكثر المجالات	ك	%
كرة القدم	400	100.0
كرة السلة	16	4.0
الكرة الطائرة	20	5.0
البيسبول	4	1.0
الهاند بول	6	1.5
الإجمالي	**400**	

يبين الجدول رقم (9) أكثر مجالات الرياضة الجماعية التي تكثر بها ظاهرة التعصب الرياضي وجاءت في المرتبة الأولى كرة القدم بنسبة 100%، فقد أصبحت كرة القدم في السنوات الأخيرة أكثر من مجرد لعبة رياضية بل هي أحد أهم المواد التلفزيونية الأكثر تداولاً بين الدول، وهو ما يظهر في البطولات العالمية والقارية وجذبت اهتمام الصغار والشباب[69]، وتتفق النتيجة مع دراسة غسان دياب، 2015)[70]، تلتها الكرة الطائرة بنسبة 5%، وجاءت في المرتبة الثالثة كرة السلة بنسبة 4%، ثم الهاند بول بنسبة 1.5%، وأخيرًا جاءت رياضة البيسبول بنسبة بلغت1%.

الجدول رقم (10) يوضح مظاهر التعصب على المواقع الرياضية الإلكترونية

مظاهر التعصب	ك	%
إذاعة أخبار كاذبة وغير مؤكدة	260	65.0
السخرية والاستهزاء والتهكم بالفرق المهزومة	388	97.0
عدم الالتزام بالمصداقية	164	41.0
إشعال الخلافات بين أطراف اللعبة	192	48.0
التركيز على اللقطات والمواقف المثيرة	240	60.0
الاعتراض على قرارات التحكيم.	196	49.0
الإجمالي	**400**	

يوضح الجدول رقم (10) مظاهر التعصب على المواقع الرياضية الإلكترونية والتي احتلت المرتبة الأولى فيها **(**السخرية والاستهزاء والتهكم على الفرق المهزومة**)** بنسبة بلغت 97%، حيث إن السخرية والاستهزاء بالفرق

الرياضية عقب تعرضهم للهزيمة هو أحد أسباب إثارة مشاعر جمهور المشجعين ويزيد من تعصبهم وشحنهم تجاه أطراف اللعبة سواء الحكام أو الاتحادات الرياضية أو الفرق المنافسة، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (هنا فاروق، 2008)[71]، وجاءت في المرتبة الثانية (إذاعة أخبار كاذبة وغير مؤكدة) بنسبة بلغت 65%، واحتل المرتبة الثالثة (التركيز على اللقطات والمواقف المثيرة) بنسبة بلغت60%، وجاء رابعًا (الاعتراض على قرارات التحكيم) بنسبة 49%، ثم جاء بنسبة 48% (إشعال الخلافات بين أطراف اللعبة)، وأخيرًا جاء (عدم الالتزام بالمصداقية) بنسبة 41%، حيث يتم نشر الأخبار دون التأكد من صدقها وصحتها، بل يتم في كثير من الأحيان التركيز على بعض اللاعبين ومنحهم هالة كبيرة مع إغفال لاعبين آخرين، وكذلك أخبار تخص أندية بعينها ونشر مغالطات وأمور جدلية من شأنها إثارة التعصب بين المشجعين.

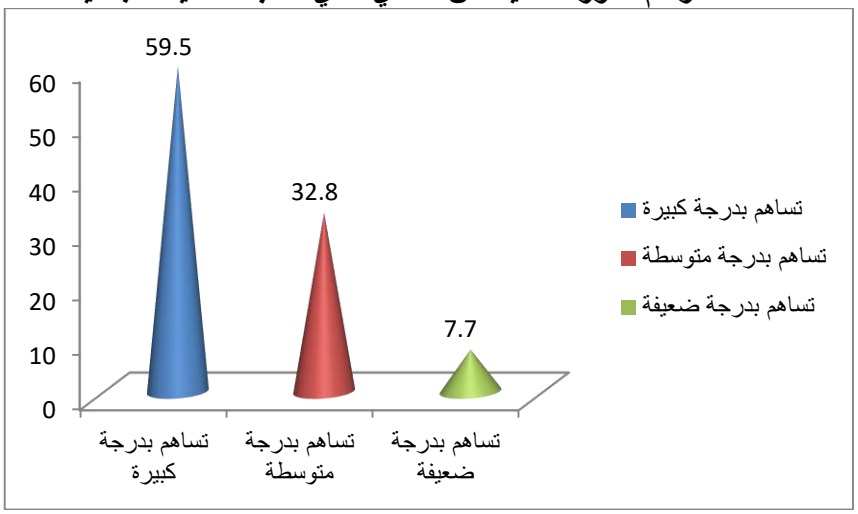
الجدول رقم (11) يوضح أسباب انتشار التعصب الرياضي بين الجماهير

أسباب انتشار التعصب الرياضي بين الجماهير	ك	%
ضعف دور الأسرة في التوعية بخطورة التعصب الرياضي	208	52.0
انحياز المعلقين الرياضيين لبعض الفرق دون غيرها	224	56.0
دور وسائل الإعلام في تشكيل أراء الناس وميولهم خاصة في مجال التشجيع الرياضي	236	59.0
عدم الإلمام بالمعني الحقيقي للتنافس الرياضي	212	53.0
القرارات الخاطئة للحكام	196	49.0
عدم اتخاذ عقوبات رادعة ضد المخالفين	260	65.0
تصريحات الإداريين واللاعبين عقب المباراة	156	39.0
الإجمالي	**400**	

يبين الجدول رقم (11) أسباب انتشار التعصب الرياضي بين الجماهير والتي جاء في مقدمتها (عدم اتخاذ عقوبات رادعة ضد المخالفين) بنسبة بلغت 65%، تلاها (دور وسائل الإعلام في تشكيل آراء الناس وميولهم خاصة في مجال التشجيع الرياضي) بنسبة بلغت 59%، ثم (انحياز المعلقين الرياضيين لبعض الفرق دون غيرها) بنسبة بلغت 65%، تلاه (عدم الإلمام بالمعني الحقيقي للتنافس الرياضي) بنسبة بلغت 53%، حيث إن الإعلام يقوم بمحاولة ملء ساعات الإرسال الطويلة بالتنويع في الفقرات التي تثير التعصب، ثم جاء (ضعف دور الأسرة في التوعية بخطورة التعصب الرياضي) بنسبة بلغت 52%، حيث إن الأسرة يقع عليها عبء كبير بتوعية الأطفال والشباب بخطورة التعصب على أنفسهم وعلى مجتمعهم ونشر روح الود والتسامح ومراعاة القواعد والمبادئ الأخلاقية التي تنبذ التعصب،

تلته (القرارات الخاطئة للحكام) بنسبة 49%، وأخيرًا جاءت (تصريحات الإداريين واللاعبين عقب المباراة) بنسبة 39%، فإبداء اللاعبين أو الإداريين الاعتراض أو بدءهم بالعدوان داخل الملاعب سرعان ما ينتقل إلى خارجه، وتتفق في ذلك مع دراسة (أمين فوزي، 2003)[72].

الشكل رقم (5) يوضح مدى مساهمة المواقع الرياضية الإلكترونية في رسم صورة ذهنية عن النادي الذي تشجعه العينة البحثية



يوضح الشكل رقم (5) مدى مساهمة المواقع الرياضية الإلكترونية في رسم صورة ذهنية عن النادي الذي تشجعه العينة البحثية وقد أكد 59.5% منهم أنها تساهم بدرجة كبيرة، تلاهم الذين يرون أنها تساهم بدرجة متوسطة بنسبة 32.8%، وجاء في المرتبة الأخيرة الذين يرون أنها تساهم بدرجة ضعيفة بنسبة 7.7%.

الجدول رقم (12) يوضح ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية التي تتابعها العينة البحثية عن النادي الذي تشجعه

العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
نادي عريق وصاحب بطولات	331	82.8	69	17.3	-	-	2.83	.378	94.3	1
نادي قوي يحرص	303	75.8	83	20.8	14	3.5	2.73	.521	90.7	2

على دعم لاعبيه ومشجعيه										
النادي صاحب أكبر قاعدة جماهيرية في مصر ومشجعوه هم الصفوة	284	71.0	104	26.0	12	3.0	2.68	.528	89.3	3
نادي قادر على مواجهة المشكلات والخروج منها منتصرًا	267	66.8	113	28.2	20	5.0	2.62	.581	87.3	4
لاعبوه أفضل لاعبي مصر	251	62.7	119	29.8	30	7.5	2.55	.631	85.0	5
وجود لاعب سابق محترف بالخارج يعكس قوة النادي	225	56.3	155	38.8	20	5.0	2.51	.592	83.7	6
النادي ولاعبوه في حاجة إلى المساندة والدعم	46	11.5	135	33.8	219	54.8	2.43	.690	81.0	7
لاعبو النادي	50	12.5	151	37.8	199	49.8	2.37	.696	79.0	8

ليس لديهم ولاء له وكل مايهمهم الحصول على الأموال									
النادي يعاني من المشاكل المادية وعدم القدرة على دعم لاعبيه	52	13.0	162	40.5	186	46.5	2.34	.696	78.0	9
هزائم النادي نتيجة لظلم التحكيم	130	32.5	92	23.0	178	44.5	2.10	.740	70.7	10
ضعف الادارة وعدم قدرتها على اتخاذ القرار	107	26.8	134	33.5	159	39.8	1.93	.774	64.3	11

يبين الجدول رقم (12) ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية التي تتابعها العينة البحثية عن النادي الذي تشجعه، وتشير إجابات المبحوثين إلي وجود اتجاه مؤيد للعبارات الإيجابية، فقد جاء بأعلى وزن نسبي بلغ 94.3 أنه (نادٍ عريق وصاحب بطولات)، تلاه بوزن نسبي بلغ 90.7 أنه (نادٍ قوي يحرص على دعم لاعبيه ومشجعيه)، وجاء في المرتبة الثالثة بوزن نسبي بلغ89.3 أن (النادي صاحب أكبر قاعدة جماهيرية في مصر ومشجعوه هم الصفوه)، تلاه في المرتبة الرابعة بوزن نسبي بلغ87.3 أنه (نادٍ قادر على مواجهة المشكلات والخروج منها منتصرًا)، وجاء في المرتبة الخامسة بوزن نسبي بلغ 85 أن (لاعبيه أفضل لاعبي مصر)، تلاه بوزن نسبي83.7 أن (وجود لاعب سابق محترف بالخارج يعكس قوة النادي)، وهذا يعكس أن المواقع الرياضية الإلكترونية لها دور كبير في تصميم رؤية الفرد وبنائها، وفي رسم الصورة الذهنية لديه لتشكل آراء

ومعتقدات رياضية جديدة تؤثر يطبيعة الحال على سلوكه وتصرفاته في حياته الرياضية.

بينما كان هناك اتجاه عدم الموافقة تجاه العبارات السلبية الخاصة بالنادي، حيث جاء بوزن نسبي بلغ81 أن (النادي ولاعبيه في حاجة إلى المساندة والدعم)، تلاه بوزن نسبي بلغ 79 أن (لاعبي النادي ليس لديهم ولاء له وكل ما يهمهم الحصول على الأموال)، ثم جاء بوزن نسبي بلغ 78 أن (النادي يعاني من المشاكل المادية وعدم القدرة على دعم لاعبيه)، وجاء بديل (هزائم النادي نتيجة لظلم التحكيم) بوزن نسبي بلغ 70.7، وأخيرًا جاء (ضعف الإدارة وعدم قدرتها على اتخاذ القرار) بوزن نسبي بلغ 64.3، وهذا يعكس أن الصورة الذهنية التي تعكسها مواقع التواصل للأندية الرياضية كانت إيجابية.

الجدول رقم (13) يوضح المقياس العام حول ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية التي تتابعها العينة البحثية

المقياس العام	ك	%
متوسط	142	35.5
قوي	258	64.5
الإجمالي	**400**	**100**

يوضح الجدول رقم (13) المقياس العام حول ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية التي تتابعها العينة البحثية، والتي جاءت قوية بنسبة بلغت 64.5%، تلاها أن ملامح هذه الصورة متوسطة بنسبة بلغت 35.5**%.**

الجدول رقم (14) يوضح قياس التعصب الرياضي لدى المبحوثين

العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
أولاً: الآثار المعرفية:										
مهما كان مستوى فريقي منخفضًا فهو أفضل الفرق على الإطلاق	222	55.5	106	26.5	72	18.0	2.38	772.	79.3	1
معظم كبار المثقفين والمسئولين من مشجعي فريقي	171	42.8	190	47.5	39	9.8	2.33	646.	77.7	2
أغلب مشجعي فريقي من ذوي الأخلاق الرفيعة	172	43.0	171	42.8	57	14.2	2.29	701.	76.3	3

يصعب على الأندية الأخرى السيطرة على جماهيرها	134	33.5	193	48.3	73	18.3	2.15	704.	71.7	4
لا يوجد وعي بين جماهير الفرق الأخرى	148	37.0	162	40.5	90	22.5	2.14	759.	71.3	5
كثير من مشجعي الفرق الأخرى يتمنون تشجيع فريقي لتحقيق شهرتهم	135	33.8	153	38.3	112	28.0	2.06	785.	68.7	6
الهزائم التي مني بها فريقي ترجع لسوء الحظ وتحيز الحكام	84	21.0	175	43.8	141	35.3	1.86	737.	62.0	7

يتميز مشجعو الفرق الأخرى أنهم من ذوي مهن وطبقات منخفضة	89	22.3	114	28.5	197	49.3	1.73	802.	57.7	8
عندما يهاجم جمهور فريقي الحكم فإنه في الغالب يستحق ذلك	63	15.8	128	32.0	209	52.3	1.64	740.	54.7	9
لو أمكن توفير شروط المنافسة الشريفة لما خرجت البطولة مطلقًا من بين يدي فريقي	62	15.5	85	21.3	253	63.2	1.52	749.	50.7	10
ثانيًا: الآثار الوجدانية:										
يزداد قلقي عندما يتعرض أحد لاعبي الفريق لإصابة ما	251	62.7	116	29.0	33	8.3	2.54	643.	84.7	1
لا استطيع	251	62.7	94	23.5	55	13.8	2.49	725.	83.0	2

إخفاء مشاعري عند مشاهدة فريقي في مباراة يؤديها									
أغضب عندما يتخذ الحكم قرارًا خاطئًا ضد فريقي	195	48.8	125	31.3	80	20.0	2.29	779.	76.3	3
أحيانًا يكون مستوى فريقي سيئًا ومع ذلك لا أشعر بالحزن أو الأسف	155	38.8	138	34.5	107	26.8	2.12	801.	70.7	4
أشعر برغبة في ضرب الحكم عندما تكون القرارات غير صحيحة	76	19.0	120	30.0	204	51.0	1.68	774.	56.0	5
أشعر بالرغبة في أن أخسر أصدقائي عند نقدهم لفريقي	44	11.0	76	19.0	280	70.0	1.41	680.	47.0	6

ثالثًا: الآثار السلوكية:										
مهما كانت مشاغلي فإني أحرص على متابعة أي مبارة يكون فريقي طرفًا فيها	209	52.3	132	33.0	59	14.8	2.38	728.	79.3	1
أدافع عن مشجعي فريقي إذا اشتبك مع الفريق المنافس	188	47.0	148	37.0	64	16.0	2.31	732.	77.0	2
أشارك في نقد الحكم إذا رأيته يتحيز ضد فريقي	182	45.5	139	34.8	79	19.8	2.26	767.	75.3	3
أحرص على متابعة أخبار فريقي المفضل بصورة مستمرة	148	37.0	161	40.3	91	22.8	2.14	761.	71.3	4
لا أفضل تشجيع الفرق الأخرى	147	36.8	149	37.3	104	26.0	2.11	786.	70.3	5
أسرع بتقديم التهاني	141	35.3	126	31.5	133	33.3	2.02	828.	67.3	6

للفريق المنافس عندما يفوز على فريقي									
لا أرغب في التعامل مع مشجعي الفرق الأخرى	142	35.5	113	28.2	145	36.3	1.99	848.	66.3	7
أقوم بشتم جمهور الفريق المنافس عندما يتكلم بطريقة تثير أعصابي	104	26.0	129	32.3	167	41.8	1.84	809.	61.3	8
أرفض الجلوس في مدرجات الفريق المنافس لفريقي	72	18.0	84	21.0	244	61.0	1.57	779.	52.3	9

يتضح من الجدول رقم (14) والذي يقيس التعصب الرياضي لدى المبحوثين من خلال ثلاثة جوانب، وهي: الجوانب المعرفية والجوانب الوجدانية والجوانب السلوكية، وتتضمن الجوانب المعرفية للاتجاهات التعصبية الرياضية الاعتقاد بأن النادي أو الفريق المعين أفضل من سائر الأندية الأخرى وأن لاعبيه ذوو مهارات فنية تفوق مثيلتها الموجودة لدى لاعبي الأندية الأخرى، والاعتقاد بأن الرياضة مكسب على طول الخط وعدم الاقتناع بالهزيمة ومحاولة تبريرها بإرجاعها إلى الحظ وليس إلى كفاءة المنافس، والاعتقاد بأن هناك مشاعر كراهية متبادلة بين لاعبي الفرق المختلفة، وتتمثل الجوانب الوجدانية في الميل لتشجيع الفرق الرياضية لنادٍ معين دون سواه والشعور بالانتماء له والشعور بالسعادة عند مشاهدة المباريات، والشعور بالحزن والضيق عند الهزيمة، وصعوبة تقبل نجوم الأندية الأخرى، وعدم القدرة على إخفاء التعبيرات الحماسية أثناء مشاهدة المباريات، والشعور بمشاعر الكراهية نحو بعض النجوم البارزين في الأندية الأخرى، وتتضمن الجوانب

السلوكية للتعصب الرياضي في حرق أعلام الفريق المنافس، وسبّ وقذف بين الجماهير، والدعاء على الفريق المنافس والشجار والعراك، إضافة إلى المسيرات والتظاهرات المنددة بالفريق المنافس، وحرق أعلام الفرق الأخرى، وأخيرًا تخريب وإفساد المتاجر، والمكاتب والمصالح العامة مما يتسبب في إحداث الفتنة والاحتكام لمقياس الفوز في اللعب فقط للأفضلية(73).

جاء في مقدمة **الجوانب المعرفية** بوزن نسبي بلغ 79.3 (مهما كان مستوى فريقي منخفضًا فهو أفضل الفرق على الإطلاق)، تلاه بوزن نسبي بلغ 77.7 (معظم كبار المثقفين والمسئولين من مشجعي فريقي)، وجاء في المرتبة الثالثة (أغلب مشجعي فريقي من ذوي الأخلاق الرفيعة) بوزن نسبي بلغ 76.3، تلاه (يصعب على الأندية الأخرى السيطرة على جماهيرها) بوزن نسبي بلغ 71.7، ثم جاء (لا يوجد وعي بين جماهير الفرق الأخرى) بوزن نسبي 71.3، تلاه (كثير من مشجعي الفرق الأخرى يتمنون تشجيع فريقي لتحقيق شهرتهم) بوزن نسبي بلغ 68.7، ثم جاء بوزن نسبي بلغ 62 (الهزائم التي مني بها فريقي ترجع لسوء الحظ وتحيز الحكام)، وهذا يعكس عدم امتلاك المحبوثين لروح رياضية تمكنهم من تقبل النتائج مهما كانت حصيلتها، تلاه (يتميز مشجعو الفرق الأخرى بأنهم من ذوي مهن وطبقات منخفضة) بوزن نسبي بلغ 57.7، ثم جاء (عندما يهاجم جمهور فريقي الحكم فإنه في الغالب يستحق ذلك) بوزن نسبي بلغ 54.7، ثم جاء بوزن نسبي 50.7 (لو أمكن توفير شروط المنافسة الشريفة لما خرجت البطولة مطلقًا من بين يدي فريقي).

أما فيما يتعلق **بالجوانب الوجدانية**، فقد جاء في المرتبة الأولي (يزداد قلقي عندما يتعرض أحد لاعبي الفريق لإصابة ما) بوزن نسبي بلغ 84.7، تلاه (لا استطيع إخفاء مشاعري عند مشاهدة فريقي في مباراة يؤديها) بوزن نسبي بلغ 83، ثم جاء (أغضب عندما يتخذ الحكم قرارًا خاطئًا ضد فريقي) بوزن نسبي بلغ 76.3، ثم جاء (أحيانًا يكون مستوى فريقي سيئًا ومع ذلك لا أشعر بالحزن أو الأسف) بوزن نسبي بلغ 70.7، تلاه (أشعر برغبة في ضرب الحكم عندما تكون القرارات) بوزن نسبي بلغ 56، وأخيرًا جاء (أشعر بالرغبة في أن أخسر أصدقائي عند نقدهم لفريقي) بوزن نسبي بلغ 47.

وفيما يتعلق **بالجوانب السلوكية**، جاء في المرتبة الأولى (مهما كانت مشاغلي فإني أحرص على متابعة أي مبارة يكون فريقي طرفًا فيها) بوزن نسبي بلغ 79.3، تلاه (أدافع عن مشجعي فريقي إذا اشتبك مع الفريق المنافس) بوزن نسبي بلغ 77، ثم جاء (أشارك في نقد الحكم إذا رأيته يتحيز ضد فريقي) بوزن نسبي بلغ 75.3، تلاه (أحرص على متابعة أخبار فريقي المفضل بصورة مستمرة) بوزن نسبي بلغ 71.3، وجاء بوزن نسبي 70.3 (لا أفضل تشجيع الفرق الأخرى)، ثم جاء (أسرع بتقديم التهاني للفريق المنافس عندما يفوز على فريقي) بوزن نسبي بلغ 67.3، تلاه (لا أرغب في التعامل مع مشجعي الفرق الأخرى) بوزن نسبي بلغ 66.3، ثم جاء (أقوم بشتم جمهور الفريق المنافس عندما يتكلم بطريقة تثير أعصابي) بوزن نسبي بلغ 61.3، وجاء أخيرًا (أرفض الجلوس في مدرجات الفريق المنافس لفريقي) بوزن نسبي بلغ 52.

الجدول رقم (15) يوضح رؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية

العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
سهولة تداول الصور والفيديوهات على المواقع الرياضية الإلكترونية جعل التعصب الرياضي ينتشر بمعدل أسرع	230	57.5	149	37.3	21	5.3	2.52	596.	84.0	1
ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في تكريس العنف والتعصب بين المشجعين.	214	53.3	151	37.8	35	8.8	2.45	651.	81.7	2
ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في التراشق اللفظي بين الروابط الجماهيرية	198	49.5	172	43.0	30	7.5	2.42	628.	80.7	3

ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في زيادة درجة الاحتقان بين روابط الفرق الرياضية	188	47.0	173	43.3	39	9.8	2.37	656.	79.0	4
ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في نشر صورة سلبية للعلاقة بين مشجعي الأندية	187	46.8	164	41.0	49	12.3	2.34	687.	78.0	5
ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في حث الجماهير على التعامل بعقلانية مع ميولهم الرياضية	105	26.3	186	46.5	109	27.3	1.99	732.	66.3	6
تشكل الجوانب الإيجابية العلاقة الأكبر	102	25.5	181	45.3	117	29.3	1.96	740.	65.3	7

بين المشجعين في المواقع الرياضية الإلكترونية									
ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في تدعيم أواصر المحبة بين المشجعين	100	25.0	132	33.0	168	42.0	1.92	758.	64.0	8
نجحت المواقع الرياضية الإلكترونية في تعميق القيم الأخلاقية الإيجابية بين الأندية	99	24.8	138	34.5	163	40.8	1.90	764.	63.3	9
ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في الحد من التعصب الرياضي بين مشجعي الأندية	96	24.0	149	37.3	155	38.8	1.87	772.	62.3	10

يتضح من الجدول رقم (15) والذي يبين رؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية، وجود اتجاه مؤيد بين المبحوثين للعبارات التي تعكس دور المواقع الرياضية في نشر التعصب، حيث جاء بأعلى موافقة وبوزن نسبي بلغ 84 (سهولة

تداول الصور والفيديوهات على المواقع الرياضية الإلكترونية جعل التعصب الرياضي ينتشر بمعدل أسرع)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (وسترمان وتامبوريني، 2010)[74] التي أكدت أن الصور والفيديوهات والمشاهد المصورة تؤثر على المشاهدين وتزيد من عدوانية الجماهير، تلتها (ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في تكريس العنف والتعصب بين المشجعين) وبوزن نسبي بلغ 81.7، ثم جاءت (ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في التراشق اللفظي بين الروابط الجماهيرية) بوزن نسبي بلغ 80.7، تلتها بوزن نسبي بلغ 79 (ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في زيادة درجة الاحتقان بين روابط الفرق الرياضية)، وجاءت (ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في نشر صورة سلبية للعلاقة بين مشجعي الأندية) بوزن نسبي 78.

وأبدى المبحوثون عدم الموافقة على العبارات التي تبرز الدور الإيجابي للمواقع الرياضية، حيث أبدى المبحوثون عدم الموافقة على أن (المواقع الرياضية الإلكترونية ساهمت في حث الجماهير على التعامل بعقلانية مع ميولهم الرياضية) بوزن نسبي بلغ 66.3، كذلك أبدى المبحوثون عدم الموافقة بوزن نسبي بلغ 65.3 على أن (الجوانب الإيجابية تشكل العلاقة الأكبر بين المشجعين في المواقع الرياضية الإلكترونية)، ثم جاء بديل (ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في تدعيم أواصر المحبة بين المشجعين) بوزن نسبي بلغ 64، تلاه (نجحت المواقع الرياضية الإلكترونية في تعميق القيم الأخلاقية الإيجابية بين الأندية) بوزن نسبي بلغ 63.3، وأخيرًا جاء بديل (ساهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في الحد من التعصب الرياضي بين مشجعي الأندية) بوزن نسبي بلغ 62.3، وهذا ما يمكن معه القول إن المبحوثين يرون أن المواقع الرياضية الالكترونية تلعب دورًا كبيرًا في نشر التعصب بين المشجعين.

الجدول رقم (16) يوضح المقياس العام حول رؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية

المقياس العام حول رؤية المبحوثين	ك	%
ضعيف	18	4.5
متوسط	154	38.5
قوي	228	57
الإجمالي	**400**	**100**

يتضح من الجدول رقم (16) والذي يبين المقياس العام لرؤية المبحوثين للمواقع الرياضية الإلكترونية أن اتجاه العينة البحثية تجاه المقياس كان قويًا بنسبة بلغت 57%، تلاها الاتجاه المتوسط بنسبة بلغت 38.5%، ثم جاء أخيرًا الاتجاه الضعيف بنسبة بلغت 4.5%.

الجدول رقم (17) يوضح الجهات المسئولة عن الحد من ظاهرة التعصب الرياضي

الجهات المسئولة عن الحد من ظاهرة التعصب الرياضي	ك	%
الإعلاميين	304	76.0
الجماهير	276	69.0
وسائل الإعلام	240	60.0
الأندية الرياضية	156	39.0
الاتحادات الرياضية	120	30.0
المؤسسات التعلى مية	80	20.0
الأجهزة الأمنية	76	19.0
الإجمالي	**400**	

يوضح الجدول رقم (17) الجهات المسئولة عن الحد من ظاهرة التعصب الرياضي من وجهة نظر المبحوثين، وجاء في مقدمتها الإعلاميين بنسبة بلغت 76%، حيث إن مواثيق الشرف الإعلامية تنص على جملة من الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية المفروضة على الإعلاميين في البيئة التقليدية والإلكترونية من بينها ضرورة عدم ممارسة التفرقة أو التحريض وضرورة احترام حق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومات كاملة وصحيحة وعادلة ومتوازنة[75]، وجاء في المرتبة الثانية الجماهير بنسبة بلغت69%، فيما تنشره الجماهير من آراء شخصية وأخبار من خلال المدونات الإلكترونية والصفحات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركتهم لبعض الصور ولقطات الفيديو من خلال تواجدهم في مكان الحدث الرياضي، حيث لم يعد متلقيًا فقط بل أصبح شريكًا أساسيًا في المحتوى الإعلامي الرياضي، وهو ما يطلق عليه المواطن الصحفي الذي أصبح له تأثير كبير على الآخرين ممن ينتمون إلى فرق رياضية أخرى، وأصبح المواطن مصدرًا هامًا للمعلومات والأخبار الرياضية، تلتها وسائل الإعلام بنسبة بلغت 60%، ثم جاءت الأندية الرياضية بنسبة بلغت 39%، فهي تساعد الشباب على التحلي بالروح الرياضية والالتزام بقواعد اللعبة وعدم الخروج عن السلوكيات المرغوبة، حيث إن هناك العديد من الممارسات السيئة لرؤساء وأعضاء مجالس إدارات بعض الأندية وتعمدها لإثارة الجماهير لكسب تعاطفهم، إضافة إلى الصراعات لضم اللاعبين المتميزين من الأندية المنافسة، تلتها الاتحادات الرياضية بنسبة بلغت 30%، ثم جاءت المؤسسات التعليمية بنسبة بلغت 20%، وهي لها دور كبير في تغيير الكثير من السلوكيات والتصرفات غير المرغوبة من خلال تقويم السلوك غير المناسب ومعاقبته وتعليم الأفراد التحكم والسيطرة على انفعالاتهم وتنمية الروح الرياضية لدى النشء والشباب والتوعية بالأهداف التربوية الرياضية المرغوبة، وأخيرًا جاءت الجهات الأمنية بنسبة بلغت 19%.

الجدول رقم (18) يوضح رؤية المبحوثين لوسائل الحد من ظاهرة التعصب الرياضي

العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الإنحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
العمل على نشر مبدا الروح الرياضية ونشر المحبة وترسيخ قيم التشجيع النظيف بين المشجعين	310	77.5	88	22.0	2	0.5	2.77	.433	92.3	1
العمل على ترسيخ مبادئ اللعب النظيف والمنافسة الشريفة	297	74.3	94	23.5	9	2.3	2.72	.497	90.7	2
ضرورة ضبط الخطاب الرياضي في وسائل الإعلام ومعاقبة من يسيء استخدامه	291	72.8	103	25.8	6	1.5	2.71	.485	90.3	3
عمل حملات للتوعية بخطورة التعصب	284	71.0	111	27.5	5	1.3	2.70	.486	90.0	4
وضع الضوابط من قبل الاتحادات الرياضية التي تضمن عدم تحول التعصب الرياضي إلى مظهر من مظاهر العدوانية	280	70.0	114	28.5	6	1.5	2.69	.496	89.7	5
الاهتمام بتاهيل العاملين في المجال الرياضي	286	71.5	102	25.5	12	3.0	2.68	.526	89.3	6
نشر الوعي الجماهيري حول الأهداف النبيلة للرياضة ونبذ العدوان والعنف والتعصب بين الجماهير	281	70.3	104	26.0	15	3.8	2.66	.546	88.7	7
تقنين وتنظيم فتح صفحات التواصل الاجتماعي للأفراد والمؤسسات لمنع التجاوزات تجاه الجماهير واللاعبين	271	67.8	117	29.3	12	3.0	2.65	.538	88.3	8
عقد لقاءات وندوات بين روابط المشجعين والمؤسسات الرياضية لمحاربة التعصب	262	65.5	126	31.5	12	3.0	2.63	.543	87.7	9
اتخاذ اجراءات عقابية ضد دعاة العنف والتعصب	279	69.8	89	22.3	32	8.0	2.62	.630	87.3	10
مواجهة دعوات العنف والتعصب عبر وسائل التواصل الاجتماعي	261	65.3	97	24.3	42	10.5	2.55	.677	85.0	11

يبين الجدول رقم (18) رؤية المبحوثين للحد من ظاهرة التعصب الرياضي، وجاء في مقدمتها (العمل على نشر مبدأ الروح الرياضية ونشر المحبة وترسيخ قيم التشجيع النظيف بين المشجعين) بأعلى نسبة موافقة بوزن نسبي بلغ 92.3، تلته الموافقة بنسبة وزن نسبي بلغ 90.7 على (العمل على ترسيخ مباديء

اللعب النظيف والمنافسة الشريفة)، ثم الموافقة بوزن نسبي بلغ 90.3 على (ضرورة ضبط الخطاب الرياضي في وسائل الإعلام ومعاقبه من يسيء استخدامه)، حيث إن أغلب الخطابات الإعلامية يظهر فيها الانتماء الرياضي لدى البعض حتى التحليلات الرياضية لا تتم بشكل موضوعي وحقيقي، بل حسب نتيجة المباراة، كما أن مقدمي البرامج بعضهم غير متخصصين وتنقصهم الكفاءة الإعلامية ولا تتوافر فيهم سمات المهنية والحرفية الإعلامية، ثم جاء (عمل حملات للتوعية بخطورة التعصب) بوزن نسبي بلغ 90، تلاها بوزن نسبي 89.7 (وضع الضوابط من قبل الاتحادات الرياضية التي تضمن عدم تحول التعصب الرياضي إلى مظهر من مظاهر العدوانية)، حيث لابد من أن تتصف الاتحادات الرياضية بالحزم في قرارتها، فأساس إدارة المنظومة الرياضية التعامل مع الجميع بعدل وحزم وفرض الالتزام على جميع أطراف الوسط الرياضي، ثم جاء (الاهتمام بتأهيل العاملين في المجال الرياضي) بوزن نسبي 89.3، حيث إن ضعف الكفاءة المهنية للعاملين في المجال الرياضي من أهمم سلبيات الإعلام، لهذا لابد من إعادة تأهيلهم من خلال دورات تدريبية وتقنية رفيعة المستوى لضمان كفاءة عمل الممارس، إضافة إلى دورات إعلامية مهنية لمعرفة القيم الأساسية لممارسة العمل بموضوعية وتوازن، تلتها الموافقة بوزن نسبي بلغ 88.7 على (نشر الوعي الجماهيري حول الأهداف النبيلة للرياضة ونبذ العدوان والعنف والتعصب بين الجماهير)، وذلك من خلال التأكيد على الالتزام بالروح الرياضية وتقبل الهزيمة وعدم تحميل المنافسة الرياضية أكثر مما تعنيه وتشجيع ممارسة الرياضة في إطار التنافس الشريف والتحلي بالأخلاق الرياضية، وجاء بوزن نسبي بلغ 88.3 (تقنين وتنظيم فتح صفحات التواصل الاجتماعي للأفراد والمؤسسات لمنع التجاوزات تجاه الجماهير واللاعبين)، حيث إن عشرات المواقع الإلكترونية غير مرخصة ولا تحاط بالرقابة سواء الذاتية أو النقابية، فيأخذ كل موقع اتجاهًا يتماشى مع المسؤولين عنه ويتبنى أفكارهم وميولهم وتوجهاتهم الرياضية، لهذا لابد من وضع ضوابط لوجود هذه الصفحات لمنع أي تجاوز أو دعوات للتعصب والعنف ومراجعة أصحابها من أجل توجيههم لتحقيق المصلحة الوطنية الرياضية، تلاه بوزن نسبي 87.7 (عقد لقاءات وندوات بين روابط المشجعين والمؤسسات الرياضية لمحاربة التعصب)، وذلك لتوعية الجماهير بضرورة التحلي بالروح الرياضية وإقامة دورات ودية في الرياضات المختلفة لنشر روح التسامح، ثم جاء (اتخاذ إجراءات عقابية ضد دعاة العنف والتعصب) بوزن نسبي بلغ 87.3، فلابد من التعامل بحزم مع مثيري الشغب وفرض قيود أمنية مشددة على الجماهير وخاصة المتعصبة لمنع وقوع حوادث عنف أو أي كوارث بشرية، وأخيرًا جاء (مواجهة دعوات العنف والتعصب عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بوزن نسبي بلغ 85، فلابد من عدم إغفال دعوات التعصب والكراهية لأن الوعي بها وبكيفية مواجهتها يهدم أي جهود مخلصة لنشر التسامح بين مشجعي الأندية.

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

جدول رقم (19) يوضح العلاقة بين كثافة تعرض عينة الدراسة للمواقع الرياضية الإلكترونية وزيادة التعصب

كثافة التعرض للمواقع الرياضية الإلكترونية / زيادة التعصب	كثافة التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
زيادة التعصب	0.469**	0.000	دال
حجم العينة	400		

يتبين من الجدول رقم (19) أنه توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض عينة الدراسة للمواقع الرياضية الإلكترونية وزيادة التعصب، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون (**0.469**)، ومستوى معنوية (**0.000**)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

جدول رقم (20) يوضح العلاقة بين كثافة تعرض عينة الدراسة للمواقع الرياضية الإلكترونية والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الأندية

كثافة التعرض للمواقع الرياضية الإلكترونية / الصورة الذهنية المتكونة لدى هم عن الأندية	كثافة التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
الصورة الذهنية المتكونة لدى هم عن الأندية	0.251**	0.000	دال
حجم العينة	400		

يوضح الجدول رقم (20) أنه توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الرياضية وبين الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الأندية، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون (0.251)، ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

جدول رقم (21) يوضح العلاقة بين مستويات تشكيل ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية

المتغيرات الديموجرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	الذكور	200	2.6300	.48402	ت= 0.626	398	0.532 غير دال
	الإناث	200	2.6600	.47490			
العمر	من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة	301	2.6379	.48142	ف= 0.224	2 397	0.800 غير دال
	من 24 سنة – أقل من 30 سنة	42	2.6429	.48497			
	من 30 سنة – إلى 35 سنة	57	2.6842	.46896			

المتغيرات الديموجرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية: الاختبار	مؤشرات إحصائية: درجة الحرية	مؤشرات إحصائية: مستوى المعنوية
	الإجمالي	**400**	**2.6450**	**.47911**			
المستوي التعليمي	متوسط	6	3.0000	.00000	ف= 2.910	3 396	0.034 دال
	فوق المتوسط	15	2.8000	.41404			
	جامعى	332	2.6506	.47750			
	دراسات عليا	47	2.5106	.50529			
	الإجمالي	**400**	**2.6450**	**.47911**			
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	ضعيف	56	2.6071	.49281	ف= 1.220	2 397	0.296 غير دال
	متوسط	243	2.6749	.46938			
	قوي	101	2.5941	.49352			
	الإجمالي	**400**	**2.6450**	**.47911**			

تبين من الجدول رقم (21) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات تشكيل ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع – السن– المستوى الاقتصادي الاجتماعي) باستثناء المؤهل التعليمي، حيث جاءت "ف" بنسبة بلغت (**2.910**)، ومستوى معنوية (**0.034**)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

جدول رقم (22) يوضح العلاقة بين مستويات اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسى في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين المتغيرات الديموجرافية

المتغيرات الديموجرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية: الاختبار	مؤشرات إحصائية: درجة الحرية	مؤشرات إحصائية: مستوى المعنوية
النوع	الذكور	200	1.**65**	.750	ت= 6.888	398	0.000 دال
	الإناث	200	2.**29**	1.092			
العمر	من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة	301	2.**12**	1.015	ف= 14.704	2 397	0.000 دال
	من 24 سنة – أقل من 30 سنة	42	1.**50**	.634			
	من 30 سنة – إلى 35 سنة	57	1.**53**	.826			
	الإجمالي	**400**	**1.97**	**.989**			
المستوي التعلى مي	متوسط	6	1.**50**	.548	ف= 4.629	3 396	0.003 دال
	فوق المتوسط	15	2.**20**	1.207			
	جامعى	332	2.**03**	.992			
	دراسات عليا	47	1.**51**	.804			
	الإجمالي	**400**	**1.97**	**.989**			

المتغيرات الديموجرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	ضعيف	56	1.64	.819	ف= 5.692	2 397	0.004 دال
	متوسط	243	1.95	.969			
	قوي	101	2.19	.1.074			
	الإجمالي	**400**	**1.97**	**.989**			

يتبين من الجدول رقم (22) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع – السن – المؤهل التعليمي – المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، ففيما يخصّ النوع جاءت "ت" بنسبة بلغت (**6.888**) ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05). أما فيما يخصّ العمر فقد جاءت "ف" بنسبة بلغت **(14.704)** ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05). وفيما يخصّ المستوى التعليمي جاءت "ف" بنسبة بلغت (4.629) ومستوى معنوية (0.003)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05)، وأخيرًا فيما يخصّ المستوى الاقتصادي الاجتماعي جاءت "ف" بنسبة بلغت (**5.692**) ومستوى معنوية (0.004)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

جدول رقم (23) يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين مدى تلبية هذه الصفحات لاحتياجات المبحوثين المعرفية

درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية / مدى تلبية هذه الصفحات لاحتياجاتهم المعرفية	درجة اعتماد عينة الدراسة على الصفحات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعى		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
مدي تلبية هذه الصفحات لاحتياجاتهم المعرفية	**0.397****	**0.000**	**دال**
حجم العينة	**400**		

يتبين من الجدول رقم (23) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسى في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين مدى تلبية هذه الصفحات لاحتياجات المبحوثين المعرفية، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون بنسبة بلغت

(0.397) ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

جدول رقم (24) يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسى في الحصول على المعلومات الرياضية وبين مدى مساهمتها في رسم صورة ذهنية عن الأندية الرياضية

درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية / مدي مساهمتها في رسم صورة ذهنية عن الأندية الرياضية	درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
مدي مساهمتها في رسم صورة ذهنية عن الاندية الرياضية	**0.216**	**0.000**	**دال**
حجم العينة	**400**		

يتضح من الجدول رقم (24) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسى في الحصول على المعلومات الرياضية وبين مدي مساهمتها في رسم صورة ذهنية عن الأندية الرياضية، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون بنسبة بلغت (0.216) ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

النتائج العامة للدراسة:

تعدّ ظاهرة التعصب الرياضي من الدراسات الجديرة بالدراسة والتحليل كونها ظاهرة نفسية اجتماعية تنتشر في المجتمعات المعاصرة وتعاني معظم دول العالم - ومنها مصر- من آثار التعصب وما ينتج عنها من أحداث اعتداء وتخريب وقتل في بعض الحالات، وهذا ما يتطلب من القائمين على تنظيم النشاط الرياضي العمل على الوقوف ضد هذه المظاهر ونشر الثقافة الرياضية السليمة والتعبير عن الانتماء للفريق وتشجيعه بطريقة أخلاقية وحضارية، وقد توصلت الدراسة الحالية إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها:

1- تعتمد العينة البحثية بدرجة كبيرة بلغت 40.8% على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر للحصول على الأخبار.
2- تبيّن أن المواقع الرياضية الإلكترونية تلبي احتياجات وميول العينة البحثية بنسبة بلغت 77%.

3- تبيّن أن التعرف على آخر المعلومات والمستجدات الخاصة بالفرق الرياضية كانت أهم أسباب الحرص على مشاهدة المواقع الرياضية الإلكترونية بنسبة بلغت 89%.
4- أظهرت النتائج أن الصورة الذهنية التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية للأندية الرياضية كانت إيجابية، وأن المقياس العام حول الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية كان قويًا بنسبة 64.5%.
5- كشفت النتائج أن أهم المجالات التي تكثر بها ظاهرة التعصب كان كرة القدم بنسبة 100%، تلتها الكرة الطائرة بنسبة 5%.
6- جاءت مواقع التواصل كأكثر وسائل الإعلام التي تؤجج ظاهرة التعصب الرياضي بنسبة بلغت 92%.
7- تمثلت أهم مظاهر التعصب على المواقع الرياضية الالكترونية في: السخرية والاستهزاء والتهكم بالفرق المهوزمة بنسبة بلغت 97%.
8- رأي المبحوثون أن العمل على نشر مبدأ الروح الرياضية ونشر المحبة وترسيخ قيم التشجيع النظيف هي أولى خطوات الحدّ من ظاهرة التعصب الرياضي.
9- جاء الإعلاميون في مقدمة الجهات المسئولة عن الحدّ من التعصب الرياضي بنسبة بلغت 76%، تلتهم الجماهير بنسبة 69%.
10- أسهمت المواقع الرياضية الإلكترونية في رسم صورة ذهنية عن النادي الذي تشجعه العينة البحثية بنسبة بلغت 59.5%.
11- أوضحت العينة البحثية أن أهم أسباب نشر التعصب هو عدم اتخاذ عقوبات رادعة ضد المخالفين بنسبة بلغت 65%.
12- تبيّن أن اتجاه المبحوثين كان مؤيدًا للعبارات التي تعكس دور المواقع الرياضية الإلكترونية في نشر التعصب.
13- تبيّن صحة الفرض بتوجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض عينة الدراسة للمواقع الرياضية الإلكترونية وزيادة التعصب.
14- أظهر التحليل صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الرياضية وبين الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الأندية.
15- ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات تشكيل ملامح الصورة التي تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع – السن– المستوي الاقتصادي الاجتماعي) باستثناء المؤهل التعليمي.
16- تبيّن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار

والمعلومات الرياضية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع – السن – المؤهل التعلى مي – المستوي الاقتصادي الاجتماعي).

17- ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسى في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية وبين مدى تلبية هذه المواقع لاحتياجات المبحوثين المعرفية.

18- تبيّن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على المواقع الرياضية الإلكترونية كمصدر أساسى في الحصول على المعلومات الرياضية وبين مدى مساهمتها في رسم صورة ذهنية عن الأندية الرياضية.

وتتمثل التوصيات التي تطرحها الدراسة فيما يلي:

1- توثيق الروابط والعلاقات بين المؤسسات التعليمية والهيئات والأندية الرياضية، وتنسيق الجهود بينهم في مواجهة التعصب الرياضي والتصدي له.

2- تشديد العقوبات على الأفراد والجماعات التي تعمل على زيادة التعصب الرياضي.

3- عقد ندوات ومؤتمرات بالمؤسسات التعليمية تضم روابط مشجعي الأندية ومسؤولي الأندية وبعض رجال الأمن، وذلك لمحاربة التعصب الرياضي.

4- نشر الروح الرياضية بين الأفراد والممارسين في المنافسات الرياضية المدرسية.

5- تعليم الطلاب التعامل بعقلانية مع ميولهم الرياضية حتى لو تصرف الآخرون وفق عواطفهم.

6- إدخال موضوعات التعصب والانتماء الرياضي كموضوعات هامة ضمن مناهج التربية البدنية والرياضية والتربية الوطنية والتربية الخلقية.

7- التوعية بدور الرياضة في تنمية العلاقات الاجتماعية، والاستفادة من الدروس والتجارب التي أفرزتها الرياضة في المجتمعات من خلال وسائل الإعلام المتنوعة.

8- الاهتمام بالتربية الوقائية التي توضح كيف يمكن للشباب تحصين أنفسهم من التعصب الرياضي، ومعرفة السبل الناجحة للابتعاد عن مهاوي هذا التعصب، وذلك من خلال الاستفادة من التجارب الدولية حول دور المؤسسات التعليمية في الوقاية من التعصب والعنف الرياضي، ولعل من المستغرب انعدام أيّة برامج تربوية في المؤسسات التعليمية حول الوقاية من التعصب الرياضي.

9- الدعوة لعقد مؤتمر علمي يجمع كافة المهتمين والمعنيين بظاهرة العنف والتعصب في الملاعب الرياضية، بهدف دراسة الأساليب الفاعلة التى يمكن عن طريقها دراسة هذه الظاهرة والتحكم فيها.

مراجع الدراسة

(1) أسماء مسعد عبد المجيد: اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011، ص: 34.

(2) محمود حسن إسماعيل، شيرين محمد عبد المنعم، عمرو محمود نخلة: صورة الجيش المصري كما تعكسها الأغاني المقدمة على اليوتيوب وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين، ***مجلة دراسات الطفولة***، المجلد 18، العدد 67، يونيو 2015، ص.ص: 117.

(3) أسماء عبدالله العطية: سيكولوجية التعصب الرياضي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والأمنية مدخل نفسي معرفي متكامل، ***المؤتمر الدولي الرابع "الرياضة في مواجهة الجريمة"***، الإمارات العربية المتحدة، 25–27 نوفمبر 2013، ص:3.

(4) نصير أحميدة: ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجماهير الجزائرية، ***مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية***، الجزائر، العدد الحادي عشر، 2013، ص: 143.

(5) كريم محمد عادل: تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها: دراسة تحليلية وميدانية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015، ص: 44.

(6) Benigni, Vincent porter ,Lacnce and wood chris: A Whole New Ballgame: Mainstream Media Attitudes Toward Fan-Based Internet sports communication, **paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass communication**, Sheraton Boston, MA, Aug 05 ,2009, ***available at:*** http://citation.allacademic.com

(7) جون دكت: علم النفس الاجتماعي والتعصب، الطبقة الأولي (بيروت: دار الفكر العربي، 2000) ص: 59.

(8) Turner Tajfel: Human Group and social categories studies in social psychology, New Rochlle melbournesyd, 1981, P: 108.

(9) Stan Rock, J.W: Psychology, 7th ed, (Mc Grow–Hill companies, 2005) p: 667.

(10) حمد زايد: سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2006، ص: 15.

(11) Mummendy, A. & Schreiber, H.S: Positive social Identity by Discrimination Against or by Differentiation from out Group, ***European Journal of social psychology***, vol.13, 1983, p: 397.

(12) Tajfel ,H: Social Psychology of Intergroup Relations, ***Annual Review Of Psychology***, No. 33, 1982 , p: 283.

(13) فارس كمال عمر نظمي: الحرمان النسبي والهوية الاجتماعية وعلاقتها بسلوك الاحتجاج لدى العاطلين عن العمل، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، كلية الآداب، جامعة بغداد، 2009، ص.ص: 131-132.

(14) بشري عياد: التعصب وعلاقته بالهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل، ***مجلة الفتح***، كلية التربية الأساسية، جامعة ديالي، العدد الثالث والخمسون، نيسان 2013، ص.ص: 81-83.

(15) معتز سيد عبد الله: الاتجاهات التعصبية، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1989، ص:91.

(16) معتز سيد عبد الله: المرجع السابق، ص: 6.

(17) Baumeister, R.F, & vohs, K.D: Realistic Group Conflict Theory, Encyclopedia of social psychology, 2007, p: 56.

(18) علا محمد سامي: استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسة الرئاسة في مصر، ***مجلة البحث العلمي في الآداب***، العدد 19، الجزء الثاني، 2018.

(19) علاء حسين عيد، عزة حجاب: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016.

(20) محمود حسن إسماعيل، شيرين محمد عبد المنعم، عمرو محمود عبدالله نخلة: صورة الجيش المصري كما تعكسها الأغاني المقدمة على اليوتيوب وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين، مرجع سابق.

(21) Inimah,G.M., Makulu E, Neleti N.: Portrayal of people With Disabilities in print Media in Kenya, ***Journal of Humanities And Social Science***, volume 19, Issue 7, 2014, July.

(22) Senyuva, E,&Kanya.H.: Metaphor for the internet used by nursing students in Turkey: A Qualitative research, ***Eurasian Journal of Educational Research***, No.50, 2013, pp: 87-106.

(23) Stanley .c.: Living in a world with eyeballs: How woman make meaning of body Image in the college environment proudest llc, ***PHD Dissertation,*** Lowe state university, 2013, ***Retrieved from***: Eric: ED554181.

(24) فاطمة الزهراء صالح أحمد: دور الفضائيات المصرية في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى جمهور الصعيد، ***المجلة المصرية لبحوث الإعلام***، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد42 ، أكتوبر – ديسمبر 2012، ص.ص: 621-673.

(25) Caterina Cathy: Boragina Hollywood heroes :A Critical Approach to viewing Teachers in Film, ***MA. thesis***, university of Toronto Canada, 2003.

(26) حسام الدين السيد المرسي، مجاهد محمد أمين فرج: دور موقع فيسبوك كوسيلة إعلامية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة السليمانية بإقليم كردستان العراق، ***المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة***، جامعة المنصورة، كلية التربية الرياضية، العدد24، مارس 2015، ص.ص: 103-12.

(27) ياسر خضر البياتي: دور وسائل التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الإجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي، ***مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط***، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 8، سبتمبر 2015، ص.ص: 9-49.

(28) Meysam Rahim izadeh and others: A comparison of online Marketing and interaction with fans through official website of football clubs in Iran Asia and Europe, ***International Research Journal of Applied and Basic Sciences***, Vol.3, No.5, 2012, p: 1065-1071.

(29) Stanfill, Mel: The interface as Discourse: Producing Norms of sports fandom through web Design, ***paper presented at the annual meeting of the international communication Association***, Sheraton phoenix Downtown, phoenix AZ, May 23, 2012, ***available at***: htpp://citation.allacademic.com.

(30) Yunzhi Peng: Efficient Sports websites Evaluation System Based on ASP Technology, ***Journal of Soft Ware***, Vol. 7, No.7, July 2012, ***Available at***: http://www.ojs.academypublisher.com.

(31) Youngjin Hur: and others: A structural Model of the Relationship Between Sport website Quality: E-satisfaction and E-loyalty, ***Journal of Sport Management,*** 2011, ***Available at***: htpp://scholar.google.com.eg.

(32) جمال الدين إبراهيم العمرجي: دور المؤسسات التعليمية في محاربة التعصب الرياضي، مؤتمر التعصب الرياضي: الآثار والحلول، القصيم، 2018.

(33) عبد العزيز محمد أحمد بن حسين: دور الإعلام التقليدي والحديث في استثارة التعصب الرياضي لدى الشباب من وجهة نظر الطلاب الجامعيين بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، ***المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي***، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن، 2018، ص.ص: 179-210.

(34)أشرف صبحي محمد، تامر عبد العظيم: الدور الإعلامي في إدارة الصراع وأثره في روابط المشجعين بأندية المحترفين بدوريات كرة القدم: المشكلات والحلول، ***المجلة العربية للعلوم الأمنية***، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مجلد 32، العدد 68، 2017، ص.ص: 155-190.

(35)سامي السعيد النجار وآخرون: رؤية الشباب الجامعي لدور صحافة المواطن تجاه ظاهرة التعصب الرياضي، ***المجلة العلمية لعلوم التربية والرياضة***، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، العدد 30، نوفمبر 2017، ص.ص: 53-68.

(36)حسين مناتي ساجت الحجامي، حسنين عبد الواحد شعيلة: أداء الاعلام الرياضي ومدى قدرته على تشكيل الرأي العام الرياضي، ***المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة***، الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة، العدد 11، 2017، ص.ص 64-73.

(37) فهد بن عبد العزيز الطيار: التعصب الرياضي وأثره على الروابط الأسرية: دراسة ميدانية من وجهة نظر ممثلي التربية البدنية ورواد النشاط بالمدارس الثانوية، ***مجلة البحوث الأمنية***، كلية الملك فهد الأمنية، مركز البحوث والدراسات، مجلد 25، العدد 63، يناير 2016، ص.ص: 181-242.

(38)عزوز نشء: دور الإعلام الرياضي في التقليل من ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم، ***مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية***، العدد 22، يوليو 2016، ص.ص: 277-287.

(39) Yildiz: The Relationship between Fan Identification and Moral Disengagement of physical Education and sports Students, ***Educational Research and Reviews***, Vol.11, No. 7, 2016, pp:402-410.

(40)عادل عايض المغذوي: دور المؤسسات التربوية فى مواجهة ظاهرة التعصب الرياضي بالملاعب السعودية، ***مجلة البحث العلمي في التربية***، المملكة العربية السعودية، العدد 16، 2015، ص.ص: 83- 114.

(41)عبده محمد داوود حافظ: دور الصحافة الرياضية الإفريقية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الشباب الجامعي، ***مجلة جامعة أفريقيا العالمية***، مركز البحوث والدراسات الإفريقية، جامعة أفريقيا العالمية، العدد 53، يونيو 2015، ص.ص: 69-119.

(42)أحمد فؤاد حسين: التعصب الرياضي لدى طلبة الجامعة، ***مجلة العلوم النفسية والتربوية***، بغداد، العراق، العدد 106، 2014، ص: 358.

(43)راتب محمد الزود، أحمد أمين محمد عكور: تحليل ظاهرة التعصب الرياضي في الأردن من وجهة نظر المدربين والأكاديميين والإداريين واللاعبين بكرة القدم، ***مجلة العلوم التربوية والنفسية***، جامعة البحرين، مركز النشر العلمي، 2012، ص.ص: 69-90.

(44)صالح بن عبد الله المطيري: سمات ومظاهر التعصب الرياضي: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2011.

(45)خالد الدوس: الإعلام الرياضي وعلاقته بالتعصب الرياضي، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2011.

(46) Dimmock J. &Grove J: Relationship of fan Identification to Determinants of Aggression, ***Journal of Applied Sport Dry chology***, No.17, 2005.

(47)حنان أحمد سليم: صحافة المواطن الواقع والمستقبل (القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية، 2013) ص: 491.

(48)سعد محمد أحمد: تعصب المشجعين للعبة كرة القدم وأثرع في عملية شغب وعنف الملاعب، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2015، ص: 43.

(49)صالح بن عبد الله المطيري: سمات ومظاهر التعصب الرياضي، مرجع سابق، ص: 6.

(50)سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2006) ص: 123.

(51)ممدوح السيد عبد الهادى شتلة: الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعى ودورها في إحداث العنف والصراع السياسى بين الشباب الجامعى: دراسة ميدانية، ***مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط***، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد 16، 2017، ص: 119-192.

(52) Cardenas, Manual: Forms of Ethnic prejudice :Assessing The Dimensionality of Aspanish Language version of the Blatant and subtle prejudice Scale Journal psicothena, Vol. 72, No1, 2010, pp: 118-124.

(53) Ekehammar .Bo, A krami, Nazar &Araya , Todesse: Gender differences in implicit prejudice personality and Individual Differences, vol.34, 2003, pp: 1509-1523.

(54)حسين طاحون، أحمد عبد الرحمن: الاتجاهات التعصبية وعلاقتها بكل من الدوجماطبقية والاعتماد/ الاستقلال والتروي/ الاندفاع لدى طلاب وطالبات الجامعة، ***مجلة كلية التربية***، جامعة الزقازيق، العدد 26، ص.ص: 105-150.

(55)ناظم كاظم جواد: إيجاد مستويات معيارية للتعصب الرياضي لمشجعي كرة القدم، ***مجلة الفتح***، العراق، العدد 2014، ص: 6.

(56)السادة الأساتذة المحكمون:

- أ.د. محمود يوسف أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د. حنان جنيد أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة

(57)علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2002) ص: 67.

(58) Hong Moonki and Raney: Arthur online sports fans, Motive Research: Does interactivity lead motives or follow them? ***Paper presented at the annual meeting of the NCA q3rd Annual convention***, TBA Chicago, il, Nov. 15, 2012, ***available at***:
http://www.allacademic.com.

(59) Robert.J.: Caskey an examination of the attitudes of sports marketers tower the use and viability of the world wide: web as a profitable tool for marketing sports, ***Master of tourism Administration (MTA)***, The George Washington university, The faculty of the school of Business and public Management, September, ***available at:***
http://scholar.google.com.eg/scholar?hi.

(60) Michelle Mione, Interactive and New communication Technologies, Master, Department of communication Florida state university, August, 2006, ***available at:***
http://scholar.google.com.eg.

(61)كريم محمد عادل عبد العظيم: تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها، مرجع سابق، ص: 44.

(62)محمد سليمان بني خالد، منصور نزال الحمدون: العدوان الرياضي في ملاعب كرة القدم الأردنية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، ***المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية***، عمان، الأردن، 2014، ص.ص: 89–98.

(63)أحمد فؤاد حسين عبد المحسن المياحي: التعصب الرياضي لدى طلبة الجامعة ، ***مجلة العلوم التربوية والنفسية***، الجمعية العراقية لعلوم التربوية والنفسية، العدد 106، 2014، ص.ص: 566–536.

(64)ناظم كاظم جواد: مرجع سابق، ص: 6.

(65)ماهر عبد الله حمدي: اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، ***رسالة ماجستير***، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018.

(66)غسان محمد دياب: معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية لمظاهر التعصب الرياضي: دراسة تحليلية، ***رسالة ماجستير***، مكتبة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2015.

(67)عبده محمد داوود حافظ: مرجع سابق.

[68]سهير صالح إبراهيم: دور البرامج الرياضية في القنوات الفضائية المصرية في مواجهة التعصب الرياضي، ***المجلة المصرية لبحوث الرأي العام***، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج12، العدد1، مارس 2013، ص: 3.

[69]سهير صالح إبراهيم: مرجع سابق، ص: 6.

[70]غسان محمد دياب، مرجع سابق.

[71]هناء فاروق صالح: دور الصحافة في نشر ثقافة التعصب بين الشباب، ***المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة "الإعلام بين الحرية والمسئولية"***، 1-3 يوليو 2008، الجزء الثاني، ص.ص: 1119-1261.

[72]أمين فوزي: مباديء علم النفس الرياضي (القاهرة: دار الفكر العربي، 2003) ص: 269.

[73]عادل عايض المغزوي: دور المؤسسات التربوية في مواجهة ظاهرة التعصب الرياضي بالملاعب السعودية، ***مجلة البحث العلمي في التربية***، جامعة المجمعة، الرياض، العدد16، 2015، ص:92.

[74] David Wester Man and Ron Tamborini Scriptedness and Televised Sports Violent consumption and viewer Enjoyment, ***Journal of language and social psychology***, Vol.29, No. 3, 2010, pp: 321-337.

[75]عزة قسم الله الصادق: دور الإعلام الجديد في تطوير مهارات المواطن الإعلامي بالتطبيق على المواطن السوداني الشاب، ***رسالة ماجستير***، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2015، ص.ص: 7-79.