

العدد الواحد والأربعون
مارس 2025م - رمضان 1446هـ

تُعنى بأبحاث الإعلام والاتصال

الذكاء الاصطناعي
والتحولات المهنية في
صناعة الصحافة السعودية
"دراسة وصفية للمتغيرات
والتحديات من وجهة نظر
الصحفيين السعوديين"

اتجاهات الشباب الجامعي نحو
البرامج الرياضية التلفزيونية
السعودية في محاربة التعصب
الرياضي: "دراسة ميدانية على طلبة
جامعة الملك عبدالعزيز"

الهوية البصرية للبرنامج
التلفزيوني، واستخداماتها في
العروض الإخبارية "تحليل
مضمون المحتوى البصري
لبرنامج (سباق القمة) على قناة
(الشرق) الإخبارية السعودية"

العلاقة بين استخدام منصة
تيك توك وظاهرتي الخوف
من فوات الفرصة وإدمان
وسائل التواصل الاجتماعي:
"دراسة وصفية تحليلية على عينة
من جيل زد في المملكة العربية
السعودية"

Promoting Domestic
Environmental Tourism
Via Instagram in the UAE

اتجاهات رجال الأعمال في
المملكة العربية السعودية نحو
الاستثمار في المجالات الإعلامية
"دراسة مسحية على عينة من رجال
الأعمال السعوديين"

دور حسابات الأندية الرياضية
السعودية في وسائل
التواصل الاجتماعي في
معالجة ظاهرة التعصب
الرياضي لدى الجمهور
السعودي

دور حسابات الأندية الرياضية السعودية في
وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة ظاهرة
التعصب الرياضي لدى الجمهور السعودي

The Role of Saudi Sports Clubs' Social Media
Accounts in Addressing the Phenomenon of
Sports Fanaticism Among the Saudi
Audience

د. عبدالله الحنتوشي

أستاذ مساعد الإعلام بكلية الملك خالد العسكرية

Dr. Abdullah Al-Hntoshi

Assistant Professor of Media at King Khalid Military College



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال

SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

Abstract:

The current study aimed to identify the role of Saudi sports clubs' social media accounts in addressing the sports fanaticism among the Saudi audience. The descriptive survey method was employed, targeting a sample of (531) responses from Saudi sports enthusiasts. A questionnaire was used as the data collection tool. The study concluded that the Saudi audience's use of Saudi sports clubs' social media accounts was moderate. However, the contribution of some clubs' social media accounts in mitigating sports fanaticism among fans was found to be significant.

Keywords: Saudi sports clubs, social media accounts, sports fanaticism, Saudi audience.

المخلص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور حسابات الأندية الرياضية السعودية، في وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور السعودي، وتم استخدام المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وقد تمّ التطبيق على عيّنة من (531) استجابةً من الجمهور السعودي المهتم بالرياضة. وتمّ استخدام الاستبانة أداةً لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة، وجاء إسهام بعض حسابات الأندية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين بدرجة مرتفعة.

الكلمات المفتاحية: الأندية الرياضية السعودية، حسابات وسائل التواصل الاجتماعي، التعصب الرياضي، الجمهور السعودي.

المقدمة:

الجميع على وجود تأثير، لكن طبيعته غير محسومة⁽⁵⁾.

ويوضح الشميمري⁽⁶⁾ أن الإعلام الرياضي يؤثر على الجمهور عبر: تغيير المواقف الرياضية إيجاباً أو سلباً، والتنشئة الاجتماعية وتعليم القيم الرياضية، واستثارة المشاعر باستخدام أساليب متنوعة، ومع تحوّل الرياضة إلى صناعة مهمة، وزيادة الأنشطة الرياضية في السعودية، ارتفع مستوى الحرية والمتابعة للإعلام الرياضي⁽⁷⁾؛ فإن هذه الدراسة تهدف إلى تعرّف دور حسابات الأندية على وسائل التواصل الاجتماعي في التعصب الرياضي لدى الجمهور السعودي.

ويُعَدّ التعصب الرياضي مرض الكراهية العمياء للمنافس في الرياضة، وفي نفس الوقت هو مرض الحب الأعمى لفريق المتعصب، وهو حالة يتغلب فيها الانفعال على العقل فيُعْمي البصيرة؛ حتى إن الحقائق الدامغة تعجز عن زلزلة ما يتمسك به المتعصب فرداً أو جماعةً⁽⁸⁾.

كما أصبحت ظاهرة التعصب الرياضي في المجتمع من الظواهر التي تثير القلق، خاصةً بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وزاد التعصب الرياضي بعد أن تعقّدت بعض القيادات الرياضية طرح خطاب إعلامي متحيّز محرّض على الحقد والكراهية؛ مستغلةً المواقع الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر التصريحات، والفيديوهات بشكل دوري، فتهاجم فيه القيادات والأعضاء والإداريين واللاعبين؛ لتحقيق أهداف ومكاسب شخصية، بالإضافة إلى وجود مواقع إلكترونية للأندية الرياضية، مما ترتب عليه حدوث انقسام بين جمهور الكرة الرياضي⁽⁹⁾.

وتبرز أهمية الدراسة الحالية كون حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل

تُعَدّ وسائل التواصل الاجتماعي اليوم جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وقد أصبحت منصةً رئيسيةً للتفاعل والتواصل بين الأفراد والمجتمعات. في هذا السياق، تلعب حسابات الأندية الرياضية السعودية دوراً بارزاً في تشكيل وتعزيز الآراء والسلوكيات الرياضية لدى الجمهور، ويهدف هذا البحث إلى استكشاف رؤية الجمهور السعودي حول تأثير هذه الحسابات على معالجة التعصب الرياضي، ودراسة الآليات التي تُسهم من خلالها وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الظاهرة.

يُعَدّ الإعلام الرياضي من أكثر التخصصات الإعلامية شعبيةً؛ نظراً للطبيعة الفريدة لهذا المجال الذي يجذب اهتمام قطاع كبير من الجمهور⁽¹⁾، فيركز هذا النوع من الإعلام على نقل أخبار الأنشطة الرياضية والمناقشات والبرامج المتخصصة المتعلقة بها، ونشر المقالات التي تتناول هذه الأنشطة، بالإضافة إلى دوره الإعلامي، يلعب الإعلام الرياضي دوراً حيوياً في تطوير المجال الرياضي على عدة أصعدة إيجابية⁽²⁾، سواء من ناحية التنافس الرياضي أو الممارسة الصحية⁽³⁾.

ويعرّف ياسين⁽⁴⁾ الصحافة الرياضية بأنها "وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات والمعارف التي تعمل على تنمية الفرد وتكليفه؛ بدنياً وعقلياً وعاطفياً ضمن إطار الأنشطة الرياضية، بوسائل تخدم الحقيقة وتتميز بالسرعة والبصيرة والدقة التي تساعد القيادة الصالحة في تحقيق أسْمى القيم الإنسانية"، ومن جهة أخرى، أشارت العديد من الدراسات إلى جوانب سلبية يلعبها الإعلام الرياضي، مثل نشر الاتجاهات الرياضية العدائية أو تعزيز الأفكار المتحيزة لدى اللاعبين أو الجماهير، وإلى تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور؛ إذ يتفق

ومن خلال متابعة النشاط المتزايد لحسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي، يبرز دورها المؤثر في تشكيل توجهات الجمهور الرياضي وتعزيز التفاعل معهم. ومع تزايد انتشار هذه الحسابات واستخدامها كمنصات لنقل الأخبار والمستجدات والتفاعل مع المشجعين، برزت الحاجة لفهم تأثيرها على مشاعر الجمهور وتوجهاتهم، وخاصةً فيما يتعلق بإثارة التعصب الرياضي؛ حيث يُلاحظ أن بعض الحسابات قد تساهم، بشكل مقصود أو غير مقصود، في زيادة حدة المشاعر والتنافس بين الجماهير بطرق قد تتجاوز حدود الروح الرياضية؛ لذا، فإن هذه الدراسة تسعى للتعرف على دور حسابات الأندية الرياضية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة ظاهرة التعصب الرياضي، من وجهة نظر الجمهور السعودي.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة كونها محاولة للتعرف على مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديد، ممثلةً في مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة ظاهرة التعصب الرياضي من خلال ما يلي:

1. تتناول الدراسة موضوع التعصب الرياضي من خلال تحليل محتوى حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على الجهود الممكنة لاستخدام هذه المنصات في تعزيز الروح الرياضية والحد من المظاهر السلبية.
2. شهدت السنوات القليلة الماضية نموًا هائلًا في أعداد حسابات الأندية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة متابعتها؛ مما يعكس

الاجتماعي تتضمن تغييرات مكثفة تشكل محددات التعصب الرياضي؛ لذا نحتاج إلى دراسات للتوعية من خطر التعصب الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نبذه، أو نشره بين الجماهير، وكشف سمات التعصب الرياضي في محتويات التعليقات المقدمة على أخبار المنصات الرياضية، وهو ما تحاول الدراسة الحالية تحقيقه.

مشكلة الدراسة:

تُعَدُّ ظاهرة التعصب الرياضي واحدةً من أهم السلوكيات التي شوّهت مفهوم الرياضة القائم على روح المنافسة الشريفة بين الطرفين، والذي يتمثل بأعمال الشغب والتعصب الرياضي والعنف الذي يحدث من قبل الجماهير أو الأفراد، إما ضمن نطاق الملاعب الرياضية أو خارجها، وهو شعور نفسي تتحكم فيه الناحية الانفعالية، ويغيب دور العقل فيه، ويأتي على شكل انغلاق فكري يتسم بتشوش الأفكار، والاندفاعية المبالغ بها تجاه هذا الفريق أو الشخص بعينه⁽¹⁰⁾.

ويُعَدُّ النشاط الرياضي ميداناً هاماً من ميادين تربية النشء والشباب، ومع زيادة التنافس قد يظهر لدى بعض الأفراد استجابات انفعالية ومظاهر سلوكية سلبية أو إيجابية تعبّر عن تعصبه أو انتمائه لفريق ما، وقد يُظهر سلوكاً عدوانياً. ولعل من أبرز التقنيات التي ساهمت وكوّنت مفهوم التعصب الرياضي في الشارع الرياضي، وسائل التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك، وX (تويتر سابقاً)، واليوتيوب، وهذا لا شكّ نتيجة الخصائص والمميزات والأدوات التي تمنحها هذه الشبكات للمستخدم⁽¹¹⁾.

3. معرفة مدى إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي؛ في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين من وجهة نظر الجمهور السعودي.
4. تحديد دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي، من وجهة نظر الجمهور السعودي.
5. تحديد دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي، من وجهة نظر الجمهور السعودي.

تساؤلات الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:
1. ما اتجاهات الجمهور السعودي في استخدام حسابات الأندية الرياضية السعودية؟
 2. ما تصورات الجمهور السعودي عن طبيعة التجربة الشخصية حول نشر حسابات الأندية الرياضية السعودية لثقافة التعصب الرياضي؟
 3. ما مدى إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين من وجهة نظر الجمهور السعودي؟
 4. ما دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي من وجهة نظر الجمهور السعودي؟
 5. ما دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي من وجهة نظر الجمهور السعودي؟

- تأثيرها الكبير في تشكيل آراء وسلوكيات المشجعين.
3. يظهر تنامي ظاهرة التعصب الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأحد التحديات المعاصرة؛ مما يبرز الحاجة إلى استثمار هذه المنصات في نشر القيم الرياضية الإيجابية، وتقديم محتوى توعوي يخدم الأهداف الاجتماعية.
 4. تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على قضية التعصب الرياضي، ومناقشة السبل التي يمكن بها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فعّالة لنشر الوعي بمخاطر التعصب، وتعزيز السلوك الحضاري بين المشجعين.
 5. لوحظت محدودية الدراسات التي تناولت تحليل مظاهر التعصب الرياضي في محتوى حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يفتح المجال للبحث في إستراتيجيات مبتكرة لمعالجة هذه الظاهرة.
 6. تقدم الدراسة توصيات مستمدة من النتائج لتوجيه حسابات الأندية الرياضية السعودية نحو محتوى يساهم في حل مشكلة التعصب الرياضي، مع التركيز على تطوير سياسات مراقبة المحتوى وتشجيع الحملات التوعوية التي تركز على الروح الرياضية.

أهداف الدراسة:

1. وصف وتحليل اتجاهات الجمهور السعودي في استخدام حسابات الأندية الرياضية السعودية.
2. الكشف عن تصورات الجمهور السعودي عن طبيعة التجربة الشخصية، حول نشر حسابات الأندية الرياضية السعودية لثقافة التعصب الرياضي.

حدود الدراسة:

- الحدود الجغرافية: التي تقتصر على الجمهور السعودي الذي يتابع الحسابات الرسمية للأندية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- الحدود الزمنية: واقتصرت على الفترة الزمنية من الربع الثاني من عام 2024م؛ حيث تمّ تنفيذ وتوزيع الاستبانات في شهر يونيو.
- الحدود البشرية: واقتصرت فقط على الجمهور السعودي من سكان المملكة العربية السعودية.

مصطلحات الدراسة:

1. النادي الرياضي

اصطلاحاً: يعرف آل مشلوي (2022) النادي الرياضي بأنه منظمة غير ربحية موجهة إلى المنافسة الرياضية، ويتاح للأعضاء الفرصة للتصويت في انتخابات النادي لتحديد رئيس للنادي، وتحديد نظام الإدارة الخاص به⁽¹²⁾.

إجرائياً: المنظمات الرياضية في المملكة العربية السعودية، والتي لها مشجعون سعوديون.

2. وسائل التواصل الاجتماعي

اصطلاحاً: تعرفها سلوى العمار (2024) على أنها "وسائل تواصل من خلالها ينشئ المستخدم حساباً خاصاً به في أحد المنصات الإلكترونية؛ للتواصل عبر شبكة الإنترنت مع أشخاص آخرين، ومشاركتهم المعلومات والآراء والأفكار، من خلال منشورات مكتوبة أو مرئية أو صوتية"⁽¹³⁾.

إجرائياً: وسائل التواصل عبر الإنترنت والمهتمة بالأندية الرياضية السعودية من خلال حسابات تلك الأندية.

3. التعصب الرياضي:

اصطلاحاً: "الحب الشديد لفريق أو رياضة دون غيرها، وعدم تقبّل النقد تجاهها، والخروج عن المألوف عند هزيمة الفريق الذي يشجعه؛ ويصدر عن ذلك حركات غير لائقة كالسب، أو الشتيم، أو اتلاف لممتلكات الغير ونحوها بدون وجه حق شرعي"⁽¹⁴⁾.

إجرائياً: الحب المبالغ فيه لدى بعض الجمهور السعودي للأندية السعودية، والتي تترتب عليها مظاهر لفظية غير مهذبة، أو سلوك مخزّب للممتلكات.

الدراسات السابقة:

دراسة خويلدي (2024) بعنوان: "علاقة ظاهرة الألتراس بالتعصب الرياضي لدى جماهير كرة القدم من وجهة نظرهم"⁽¹⁵⁾، وهدفت إلى التعرف على علاقة ظاهرة الألتراس بالتعصب الرياضي لدى جماهير كرة القدم من وجهة نظرهم؛ حيث اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي في إجراء الدراسة، وكانت عينة الدراسة 150 مشجعاً من نادي مولودية البيض بالجزائر، الذي ينشط في القسم الجهوي الأول لرابطة بشار الجهوية. أوضحت الدراسة أن الألتراس كظاهرة جماهيرية تعزز التعصب الرياضي بشكل ملحوظ، حيث يعبر الأعضاء عن ولائهم الشديد لفريقهم؛ مما يؤدي إلى تصاعد الصراعات اللفظية والجسدية مع جماهير الفرق المنافسة، وأظهرت الدراسة أن الأسباب الرئيسية وراء الانضمام إلى الألتراس تشمل الرغبة في الانتماء لمجموعة تشارك نفس الاهتمامات، والإثارة التي تقدمها الأجواء الجماعية، إضافةً إلى التعبير عن الولاء للفريق.

الاجتماعي الأكثر استخدامًا من قبل عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاء (اليوتيوب)، ثم X (تويتر سابقاً) ثالثاً، و(لينكد) رابعاً، ثم (إنستغرام). كما أن ٩٢% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، وجاءت أحياناً في الترتيب الثاني، ونادراً في الترتيب الثالث بنسبة ضئيلة ٠.٥%. أصبح الكوميكس ظاهرةً على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يتابعه المبحوثون (عينة الدراسة) بصفة دائمة بنسبة ٥٤%، وجاءت أحياناً في الترتيب الثاني، ثم نادراً في الترتيب الأخير. جاء التهكم والسخرية من الفرق المنافسة في مقدمة دوافع تعرض المبحوثين للكوميكس الرياضي على مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المرتبة الثانية التسلية وقضاء وقت الفراغ، ثم أنها "تعالج الأحداث الرياضية بشكل ساخر، وحلّ رابعاً عبارة إنها "فهم واستيعاب الأحداث الرياضية، ثم "تعبّر عمّا بداخلي تجاه الفرق المنافسة".

وهدفت دراسة عاشور (2022)⁽¹⁸⁾ بعنوان: "واقع التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالأندية الرياضية"، إلى تعرّف واقع التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالأندية الرياضية، وأجري البحث على عينة استطلاعية قوامها (50) من أعضاء الجمعيات العمومية بالأندية الرياضية، من خارج عينة البحث الأساسية ومن داخل مجتمع البحث، وعينة أساسية مكونة من (572) من أعضاء الجمعيات العمومية بالأندية الرياضية، واشتملت أدوات البحث على استمارة استبيان من إعداد الباحثين، وكانت أهم استنتاجات البحث أن النادي الرياضي لا يراعى جودة الخدمات الرياضية المقدمة من قبل النادي الرياضي للمستفيد، ولا يوجد لدى النادي دراسات أو بحوث عن المستفيدين من الخدمة.

وقد سعت دراسة محسن (2023)⁽¹⁶⁾ بعنوان: "بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: دراسة لتفاعل الجمهور على مواقع المنصات الرقمية" إلى رصد وتحليل سمات التعصب الرياضي في تعليقات الجمهور من خلال تحليل محتوى منصات رياضية؛ وذلك فيما يخص التعصب الرياضي سواء مع أو ضد النادي الأهلي ونادي الزمالك باعتبارهما قطبي الكرة في مصر، من حيث الشكل والمضمون، من خلال اختيار مجموعة من الأخبار الجدلّية وتحليل تعليقات الجمهور عليها، والتعرف على أبرز مظاهر التعصب الرياضي كما كشفتها تلك التعليقات. وكشفت الدراسة أن غالبية التعليقات تتعصب للفريق الذي تنتمي إليه، أو ضد المنافس وليس هناك أيّ وسطية، بالإضافة إلى عدم وجود ثقافة الاختلاف أو الرأي الآخر؛ بل وصلت إلى حدّ استخدام عبارات تدفع نحو مزيد من التعصب الرياضي؛ مما يضعنا أمام مشكلة حقيقية، ومجال بحثي، يستحق الدراسة للتمكن من الوقوف على أسباب هذه الظاهرة، والحدّ منها، وإيجاد حلول تعمل على خلق مناخ مناسب للتشجيع.

استهدفت دراسة عبد الله (2023)⁽¹⁷⁾ بعنوان: "الكوميكس على مواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ظاهرة التعصب الرياضي" التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحدّ أو التقليل من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بشقه الميداني؛ من خلال استمارة استبيان تمّ تطبيقها على عيّنة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة، وتمثّلت أهم نتائج الدراسة في أن (الفيسبوك) جاء في صدارة مواقع التواصل

بينهم، بالإضافة إلى أن برامج الرياضة، وتوجيه اللاعبين نحو التصرف بروح رياضية ونظيفة، والتركيز على السلوكيات الإيجابية في الملعب، تُعدّ من أهم الوسائل للتغلب على هذه الظاهرة.

دراسة عبد الرحمن (2020)⁽²¹⁾ بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمظاهر التعصب الرياضي لدى مشجعي بعض أندية كرة القدم"، وهدفت إلى التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمظاهر التعصب الرياضي لدى مشجعي بعض أندية كرة القدم في جمهورية مصر العربية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (98) مشجعاً لأندية الدوري المصري لكرة القدم، وتمّ اختيارها بطريقة عشوائية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وقام الباحث ببناء مقياس وسائل التواصل الاجتماعي لدى المشجعين. أهم نتائج البحث:

- جاء (الفيس بوك) في المرتبة الأولى لوسائل التواصل الاجتماعي الذي يمتلك المشجعين حساباً فيها بنسبة بلغت (97.6%)، يليه (واتساب) في المرتبة الثانية بنسبة (89.9%)، يليه (اليوتيوب) في المرتبة الثالثة بنسبة (51.4%).

- كشفت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أغنت الجماهير الرياضية عن استخدام وسائل الإعلام التقليدية في متابعة الأحداث الرياضية بنسبة (60.9%)، كما قلل استخدام المشجعين لوسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام الأخرى بنسبة (50.9%).

- كشفت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي من أهم أدوات حدوث التطورات في الأحداث الرياضية بنسبة بلغت (68.7%).

استهدفت دراسة عبد اللطيف، (2022)⁽¹⁹⁾ بعنوان: "التعصب الرياضي كما تعكسه المواقع الرياضية الإلكترونية وعلاقته بالتوجهات المهنية للقائم بالاتصال" رصد وتحليل مستوى وأطر التعصب الرياضي الذي يُقدم عبر المواقع الرياضية الإلكترونية، إلى جانب رصد وتحليل أنماط التغطية في الأخبار الرياضية المقدمة من خلال المواقع الإلكترونية، كما اعتمدت الدراسة التحليلية على نظرية الأطر الإعلامية، التي تسمح للباحث بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية الخبرية بوسائل الإعلام للقضايا المثارة، وطُبقت الدراسة التحليلية على عينة تضم (392 مادةً خبريةً)، أما الدراسة الميدانية فطبقت على عينة تكونت من (97) مفردةً من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الرياضية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود انتشار كبير للتعصب الرياضي بين القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الرياضية عينة الدراسة، ووجود خلل كبير في التزامهم بميثاق الشرف الإعلامي فيما ينشرونه. أشارت الدراسة التحليلية إلى وجود تراخٍ واضح من القائمين على المواقع الرياضية محل الدراسة في محاسبة القائمين بالاتصال على ما يثبته ويتسبب في نشر التعصب الرياضي بين الجمهور.

وهدفت دراسة مرتضى (2021)⁽²⁰⁾ في بحثها المعنون "دور الإعلام الرياضي في مواجهة التعصب الرياضي في عصر العولمة" عن دور السلطات الرياضية في مكافحة ظاهرة التعصب الرياضي. اعتمدت الدراسة منهجاً مسحياً، حيث تمّ توزيع استبانة على عينة من الشباب المصري بلغ عددها 277 فرداً. أظهرت نتائج الدراسة أن أحد أسباب انتشار التعصب الرياضي هو نقص الوعي بين الجماهير، مما يستدعي ضرورة تعزيز الوعي

الأكثر تأثراً بها، وتقييم مدى فاعلية الإعلام الرياضي في الحدّ من هذه الظاهرة التي أصبحت منتشرةً بشكل واسع بين المجتمعات الرياضية المعاصرة. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وكشفت النتائج أن الصحافة الرياضية الإفريقية لم يكن لها تأثير يُذكر في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي. وأوضحت النتائج أن الصحف الرياضية ومواقع التواصل الاجتماعي كانت من أكثر وسائل الإعلام التي تسهم في تأجيج ظاهرة التعصب الرياضي؛ مما يبرز الدور السلبي للإعلام في هذا السياق. كما بينت الدراسة أن قلة الوعي والثقافة الرياضية، بالإضافة إلى كتابات بعض الإعلاميين والصحفيين في الصحف الرياضية التي تدعو إلى العنف والتعصب الرياضي، كانت من أعلى العوامل التي تسهم في تأجيج ظاهرة التعصب الرياضي بين الشباب.

هدفت دراسة الشلهوب (2015) ⁽²⁴⁾ بعنوان "اعتماد الشباب الجامعي السعودي على الصحف الرياضية الإلكترونية في متابعة القضايا الرياضية" إلى اكتشاف مدى متابعة الشباب الجامعي السعودي للصحف الرياضية الإلكترونية، وتعرّف مدى اعتمادهم على هذه الصحف لمتابعة الشؤون الرياضية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال توزيع استبانة على عينة مكونة من 501 طالب وطالبة من جامعة الملك سعود. أظهرت النتائج أن أفراد العينة يعتمدون بشكل رئيسي على الإنترنت، وخاصة الصحف الإلكترونية، للحصول على المعلومات الرياضية. كما أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يتابعون أخبار الأندية الرياضية وفعاليتها، خصوصاً فيما يتعلق بكرة القدم، عبر الصحف الإلكترونية.

- أظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الطرق الناجحة في التأثير على الجماهير جاءت بنسبة بلغت (68.8%).

- جاءت استجابات المشجعين حول محاور العدوان والانفعالات والمعرفة بمستوي تقديري متوسط.

- جاءت استجابات المشجعين حول محور الانتماء بمستوي تقديري منخفض، بوزن نسبي قدره (42.94%).

دراسة حجازي (2018) ⁽²²⁾، بعنوان: "صورة الأندية كما تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية ودورها في نشر التعصب"، وهدفت إلى التعرف على صورة الأندية كما تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية ودورها في نشر التعصب الرياضي، دراسةً مسحيةً، وتوصلت الدراسة إلى أن 40.8% من العينة تعتمد بشكل كبير على المواقع الرياضية الإلكترونية للحصول على الأخبار، وأن هذه المواقع تلبي احتياجات وميول 77% من العينة. وكان السبب الرئيسي لمتابعتها هو التعرف على آخر المستجدات بنسبة 89%. كما أظهرت النتائج أن الصورة الذهنية للأندية التي تعكسها هذه المواقع كانت إيجابية بنسبة 64.5%. وأوضحت الدراسة أن كرة القدم هي المجال الأكثر تأجيلاً لظاهرة التعصب الرياضي بنسبة 100%، تليها الكرة الطائرة بنسبة 5%. وبيّنت أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الإعلامية الأكثر تأجيلاً للتعصب الرياضي بنسبة 92%.

دراسة حافظ (2015) ⁽²³⁾ بعنوان: "دور الصحافة الرياضية الإفريقية في الحدّ من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الشباب الجامعي" هدفت إلى التعرف على دور الصحافة الرياضية الإفريقية في تقليل ظاهرة التعصب الرياضي بين الفئات المجتمعية

فقد ركزت معظم هذه الدراسات على وسائل الإعلام بشكل عام أو على نوع معين منها، مثل الصحف أو الإعلام الجديد أو وسائل التواصل الاجتماعي. ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى استكشاف دور الحسابات الرسمية للأندية الرياضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي.

الإطار المنهجي

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى جمع الحقائق والبيانات حول ظاهرة محددة، وتهدف البحوث الوصفية إلى "وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والتفضيلات والاهتمامات، وكذلك أنماط السلوك المختلفة"⁽²⁷⁾، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي للتعرف على دور حسابات الأندية السعودية في التعصب الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي لدى الجمهور السعودي.

مجتمع الدراسة

يتضمن مجتمع الدراسة جميع الجمهور السعودي بمختلف الفئات العمرية من الذكور والإناث.

عينة الدراسة:

تمّ التطبيق على (531) استجابةً من الجمهور السعودي المهتم بالرياضة، ويتضح أن العينة المستخدمة هي عينة غير احتمالية، وتحديدًا عينة عمدية متاحة، هذا النوع من العينات يتم اختياره بناءً على سهولة الوصول إلى المشاركين، ولا يتطلب بالضرورة أن يكون كل فرد في مجتمع الدراسة لديه فرصة متساوية للمشاركة.

وهدفنا دراسة السلمي (2014)⁽²⁵⁾ بعنوان "التعصب الرياضي وتأثير الإعلام الجديد" إلى استقصاء مواقف الجمهور والإعلاميين تجاه تأثير الإعلام على التعصب الرياضي. اعتمد الباحث على استبيانات موزعة على عيّنتين، الجمهور (736 فردًا) والإعلاميين (244 إعلاميًا). بيّنت النتائج أن أكثر من ثلثي الإعلاميين يعتقدون أن حسابات الإعلاميين الرياضيين على وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في نشر التعصب الرياضي. بالإضافة إلى ذلك، رأى أكثر من ثلث الجمهور أن الإعلام الرياضي يُعدّ سببًا رئيسيًا في انتشار هذا التعصب الرياضي.

هدفت دراسة الشبان (2014)⁽²⁶⁾ بعنوان "المواقع الإلكترونية للأندية السعودية كوسيلة إعلامية لمواجهة التعصب الرياضي والتثقيف الأمني" إلى تحليل دور المواقع الإلكترونية للأندية السعودية في مكافحة التعصب الرياضي من خلال تحليل محتواها الإعلامي، ومعرفة مدى مساهمتها في تثقيف الجمهور وزيادة الوعي الأمني. استخدمت الدراسة المنهج النوعي لتحليل محتوى المواقع الإلكترونية. وخلصت النتائج إلى أن هذه المواقع تفتقر إلى التصميم الاحترافي، ولا تحتوي على محتوى إعلامي موجّه للحدّ من التعصب الرياضي.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، تبين أن لوسائل الإعلام دوراً محورياً في التأثير على توجهات الجمهور، والذي يمكن أن يمتد ليشمل القيم المجتمعية. وأكدت العديد من الدراسات أن الإعلام الرياضي يساهم في إثارة التعصب الرياضي من خلال التأييد أو الشحن الإعلامي نحو موضوع معين، أو من خلال تقديم نماذج سلبية. ومع ذلك،

مبررات اختيار العينة:

- سهولة الوصول: تمّ استخدام استبيان إلكتروني؛ مما يسهل الوصول إلى المشاركين، ويتيح لهم الاستجابة في أي وقت ومن أي مكان.
- التكلفة والوقت: استخدام الاستبيانات الإلكترونية يساعد في تقليل التكاليف ويوفر الوقت مقارنة بالطرق التقليدية لجمع البيانات.
- التركيز على الجمهور المهتم بالرياضة: تمّ توجيه الاستبيان لجمهور محدد، وهو الجمهور السعودي المهتم بالرياضة. لذلك؛ العينة الميسرة تُعدّ مناسبةً لأن الباحث يستهدف مجموعةً معينةً من المجتمع.

طريقة اختيار العينة:

1. نشر استبيان إلكتروني: تمّ نشر الاستبيان عبر وسائل إلكترونية للوصول إلى الأشخاص المهتمين بالرياضة من الجنسية السعودية؛ حيث تمّ الاعتماد على منصة Google Forms كوسيلة إلكترونية لنشر الاستبيان. يُعدّ استخدام هذه المنصة خيارًا مناسبًا ومبررًا للأسباب التالية:

- **سهولة الاستخدام:** توفر Google Forms واجهةً سهلة الاستخدام، تتيح تصميم الاستبيانات بسرعة ودقة دون الحاجة إلى مهارات تقنية متقدمة.
- **الوصول الواسع:** تتيح المنصة مشاركة الاستبيان عبر روابط إلكترونية يمكن نشرها بسهولة على وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني.

- **التكامل مع الخدمات الأخرى:** توفر Google Forms تكاملًا مع خدمات Google الأخرى، مثل Google Sheets، مما يسهل عملية تحليل البيانات وجمعها.
- **المجانية والمرونة:** المنصة مجانية وتسمح بإعداد استبيانات متنوعة الأنواع، سواء مغلقة الخيارات أو مفتوحة الإجابة.
- 2. **التوجيه لجمهور محدد:** العينة تتكون من الأشخاص الذين أبدوا اهتمامًا بالرياضة واستجابوا للاستبيان؛ مما يعني أن العينة تستهدف فئةً معينةً من المجتمع السعودي. ولاستهداف الجمهور المحدد في هذه الدراسة، الذي يتكون من الأشخاص المهتمين بالرياضة، تمّ اتخاذ خطوات منهجية لضمان تمثيل هذه الفئة بشكل دقيق وتحقيق أهداف البحث، ويمكن توضيح هذه الطريقة كما يلي:
- تمّ تحديد الفئة المستهدفة بناءً على خصائص واضحة مثل الأشخاص الذين يمارسون الرياضة بانتظام، أو الذين يعبرون عن اهتمامهم بمتابعة الأنشطة الرياضية، أو أولئك الذين لديهم وعي بأهمية الرياضة وتأثيرها في الحياة اليومية.
- تمّ تصميم استبيان إلكتروني عبر Google Forms مخصص يركز على محاور مثل: الأنشطة الرياضية المفضلة، ومستوى المشاركة في الرياضة، والمعوقات التي قد تؤثر على الممارسة الرياضية. كما تمّ إدراج أسئلة تهدف إلى قياس الاهتمام العام بالرياضة وسلوكيات الجمهور تجاهها.
- لضمان الوصول إلى الجمهور المهتم، تمّ نشر الاستبيان عبر وسائل التواصل الاجتماعي المرتبطة بالرياضة مثل مجموعات عشاق

المؤهل الدراسي (فوق الجامعي) بنسبة مئوية بلغت (3%).

3. الفئة العمرية:

جدول (3) عينة الدراسة من حيث الفئة العمرية

النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
9%	48	١٨ - ٢٥ سنة
26.2%	139	26 - 35 سنة
40.3%	214	36 - 45 سنة
24.5%	130	46 سنة فما فوق
100%	531	الإجمالي

في الجدول أعلاه جاء شباب الفئة العمرية (36-45 سنة) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (40.3%)، تلاه في المرتبة الثانية شباب الفئة العمرية (26-35 سنة) حيث بلغت نسبتهم (26.2%)، وفي المرتبة الثالثة جاء شباب الفئة العمرية (46 سنة فما فوق) بنسبة مئوية بلغت (24.5%)، وأخيراً في المرتبة الرابعة جاء شباب الفئة العمرية (١٨-٢٥) بنسبة مئوية بلغت (9%).

أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث الاستبانة؛ كوسيلة للحصول على المعلومات بتوزيعها على أفراد مجتمع الدراسة المتمثل في الجمهور السعودي، وقد وجد الباحث أن الاستبانة هي الأداة الأمثل للبحث؛ كونه يستخدم المنهج الوصفي المسحي، ولأن عدد أفراد مجتمع الدراسة كبير، وبالتالي يتعذر استخدام أداة غير الاستبانة لجمع البيانات من هذا العدد، فضلاً عن أن الاستبانة تمتاز بالمصداقية العالية، وتكون الاستبانة من ستة محاور هي:

الرياضة على "تويتر" و"إنستغرام"، وكذلك المنتديات الرياضية مثل تلك التي تتعلق بأندية كرة القدم والأنشطة الرياضية الأخرى. وتم تطبيق التحليل الإحصائي لتلك الاستجابات، وفيما يلي خصائص العينة:

1. الجنس:

جدول (1) عينة الدراسة من حيث الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	420	79.1%
أنثى	111	20.9%
الإجمالي	531	100%

في الجدول أعلاه جاء الذكور في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (79.1%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الإناث بنسبة مئوية بلغت (20.9%).

2. المؤهل الدراسي:

جدول (2) عينة الدراسة من حيث المؤهل الدراسي

المؤهل الدراسي	العدد	النسبة المئوية
دون الجامعي (دبلوم / ثانوية عامة)	155	29.2%
بكالوريوس	360	67.8%
فوق الجامعي (ماجستير / دكتوراه)	16	3%
الإجمالي	531	100%

في الجدول أعلاه جاء حملة المؤهل الدراسي (بكالوريوس) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (67.8%)، تلاه في المرتبة الثانية حملة المؤهل الدراسي (دون الجامعي) حيث بلغت نسبتهم (29.2%)، وفي المرتبة الثالثة جاء حملة

جدول (4): معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبانة (*)

المجال	قيمة بيرسون
1. طبيعة استخدام الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية.	*0.752
2. طبيعة التجربة الشخصية للجمهور السعودي حول نشر حسابات الأندية الرياضية السعودية لثقافة التعصب الرياضي.	*0.746
3. درجة إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين.	*0.761
4. دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور.	*0.835
5. تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي.	*0.781
6. دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي.	*0.754

(**) دالة عند مستوى 0.01 - (*) دالة عند مستوى 0.05

من الجدول السابق يتضح أن عبارات الاستبانة تتراوح معاملات الارتباط لها ما بين (0.752) إلى (0.835) وكلها معاملات ارتباط قوية؛ وهو ما يدل على مستوى مناسب من صدق الاتساق الداخلي.

ب- ثبات الاستبانة:

يقصد بثبات الاستبانة عادةً أن يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المفحوص، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طُبّق على نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين، وقد تمّ حساب معامل ثبات الاستبانة على عينة قوامها

1. طبيعة استخدام الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية.
2. طبيعة التجربة الشخصية للجمهور السعودي حول نشر حسابات الأندية الرياضية السعودية لثقافة التعصب الرياضي.
3. درجة إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين.
4. دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور.
5. تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي.
6. دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي.

أ- صدق الاستبانة:

تمّ التحقق من صدق الاستبانة عن طريق الاتساق الداخلي، ويقصد بالاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تمّ حساب الصدق البنائي أو التكويني للاستبانة؛ وذلك عن طريق حساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس الفرعي لها بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية، فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالةً عند مستوى 0.01 ومستوى 0.05؛ مما يشير إلى اتساق المقاييس الفرعية وصدق محتواها في قياس ما وضعت لقياسه، والجدول التالي يوضح ذلك.

الاستبانة، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالي الاستبانة إلى ثبات الاستبانة وقدرته على قياس ما وضع لقياسه.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، قام الباحث بترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي عن طريق برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS)، وقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة الدراسة والموجودة في هذا البرنامج، وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها:

أ- الأساليب التي استخدمت في تقدير الثبات والصدق:

1- تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation)؛ لمعرفة درجة الارتباط بين عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتمي إليه كل عبارة من عبارات الاستبانة؛ وذلك لتقدير صدق عناصر أداة الدراسة.

2- تم استخدام معامل " ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)؛ لاختبار مدى ثبات أداة الدراسة.

ب- الأساليب التي استخدمت في الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1- التكرارات والنسب المئوية: وقد استخدم الباحث هذا الأسلوب؛ لأنه يمكّن الباحث من وصف مكانة الإجابة عن المفردة النسبية، ويعطي وصفاً كمياً دقيقاً، كما تم استخدام هذا المقياس للتعرف على الخصائص الشخصية (الديموغرافية) لأفراد مجتمع الدراسة.

(50) مفردةً، وذلك باستخدام حساب ثبات الاستبانة، وتعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات بنود المقياس، وتشتط أن تقيس بنود الاختبار سمةً واحدةً فقط؛ ولذلك قام فريق البحث بحساب معامل الثبات لكل بند على انفراد، ثم قام الفريق بحساب معامل ثبات الاستبانة ككل، وقد استخدمت فريق البحث البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (5): معامل ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	عدد الفقرات	قيمة ألفا
1- طبيعة استخدام الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية.	4	0.784
2- طبيعة التجربة الشخصية للجمهور السعودي حول نشر حسابات الأندية الرياضية السعودية لثقافة التعصب الرياضي.	4	0.773
3- درجة إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين.	5	0.751
4- دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور.	4	0.726
5- تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي.	16	0.905
6- دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي.	15	0.845
الاستبانة ككل	46	0.797

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وتراوحت قيمة معامل ألفا ما بين (0.726 - 0.905)، وبلغ الثبات العام لكل محاور الاستبانة (0.797)، وهي قيم توحى بثبات

أ- مقياس ليكرت الخماسي (5-Point Likert Scale) كالتالي:

- أيّ وسط حسابي من (1-1.79) يعني تقديرًا منخفضاً جداً.
- أكبر من (1.80-2.59) يعني تقديرًا منخفضاً.
- وأكبر من (2.60-3.39) يعني تقديرًا متوسطاً.
- وأكبر من (3.40-4.19) يعني تقديرًا مرتفعاً.
- وأكبر من (4.20-5) يعني تقديرًا مرتفعاً جداً.

ب- مقياس ليكرت الثلاثي (3-Point Likert Scale) كالتالي:

- أيّ وسط حسابي من (1-1.66) يعني تقديرًا منخفضاً.
- من (1.67-2.33) يعني تقديرًا متوسطاً.
- من (2.34-3.00) يعني تقديرًا مرتفعاً.

ب. الإطار المعرفي

أ- الأندية الرياضية السعودية

تطورت الأندية الرياضية السعودية بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة؛ حيث لعبت دورًا محوريًا في تعزيز اللياقة البدنية والتماسك الاجتماعي والفخر الوطني. ولا تُعدّ هذه الأندية حيويةً لرعاية المواهب الرياضية فحسب، بل تعمل أيضًا كمراكز مجتمعية تجمع الناس معًا، وتعزز الشعور بالوحدة والهوية المشتركة. لقد كانت مبادرة (رؤية 2030) قوةً دافعةً وراء تحوّل الرياضة في المملكة العربية السعودية، بهدف زيادة المشاركة العامة في الرياضة ورفع مكانة المملكة على الساحة الرياضية العالمية. وقد أدّت هذه المبادرة إلى استثمارات كبيرة في البنية التحتية الرياضية، وإنشاء أندية جديدة، وتعزيز الأندية القائمة⁽²⁸⁾.

2- تمّ استخدام المتوسط الحسابي (Mean): للتعرف على مدى ارتفاع أو انخفاض آراء أفراد مجتمع الدراسة نحو كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات من حيث درجة الاستجابة حسب أعلى متوسط حسابي.

3- تمّ استخدام الانحراف المعياري (Standard deviation): للتعرف على مدى انحراف آراء (استجابات) أفراد مجتمع الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي. ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في آراء أفراد مجتمع الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الآراء وانخفض تشتتها، علماً بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب المتوسط الحسابي لصالح أقل تشتت عند تساوي المتوسط الحسابي.

4- تمّ استخدام اختبار (ت) (T-Test)؛ لبيان الفروق ذات الدلالة الإحصائية في آراء أفراد مجتمع الدراسة نحو محاورها باختلاف الخصائص الشخصية والوظيفية التي لها وجهان.

طريقة احتساب الوسط الحسابي لمقياس ليكرت الخماسي والتعليق عليه:

نظراً لأهمية الاستبانة، ولأهميتها كأداة من أدوات هذا البحث فقد تمّ تصميم الاستبانة، بحيث تُعطي فيها الإجابات أوزاناً رقميةً تمثّل درجة الإجابة على الفقرة، وفق:

الفعلي ومحتوى حصري وتجارب تفاعلية لا يمكن لوسائل الإعلام التقليدية مضاهاتها. من خلال الاستخدام الاستراتيجي لوسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للأندية الرياضية تعزيز ولاء المشجعين وزيادة مبيعات التذاكر وزيادة ظهورها بشكل عام.

إحدى الفوائد الأساسية لوسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية هي القدرة على التفاعل المباشر مع المشجعين. تسمح منصات مثل: (Facebook و Instagram و Twitter و TikTok) للأندية بمشاركة المحتوى من وراء الكواليس والتحديثات المباشرة والقصص الشخصية للاعبين؛ مما يساعد على إضفاء الطابع الإنساني على الفريق وتعزيز التواصل الأعظم مع المشجعين. على سبيل المثال، غالباً ما تنشر الأندية مقاطع فيديو تدريبية واحتفالات في غرف خلع الملابس ومقابلات مع اللاعبين، مما يمنح المشجعين شعوراً بأنهم جزء من الفريق. لا يحافظ هذا المستوى من المشاركة على اهتمام المشجعين خلال فترة الركود فحسب، بل يخلق أيضاً مجتمعاً حول النادي⁽³¹⁾.

علاوةً على ذلك، تُعدّ حسابات وسائل التواصل الاجتماعي ضروريةً للترويج للفعاليات وزيادة الحضور. ومن خلال الاستفادة من المنصات ذات قواعد المستخدمين الواسعة، يمكن للأندية الرياضية الوصول إلى جمهور أوسع بمعلومات حول الألعاب القادمة والعروض الترويجية الخاصة والأحداث المجتمعية، وتعمل الميزات التفاعلية مثل استطلاعات الرأي والمسابقات وجلسات الأسئلة والأجوبة المباشرة على تعزيز مشاركة المعجبين وإثارتهم. وفقاً لدراسة أجراها وينر ودوير⁽³²⁾ يمكن لإستراتيجيات التسويق الفعالة عبر

ومن هذا المنطلق، يرى البيشي⁽²⁹⁾ أن الدور الذي تقوم به الأندية الرياضية داخل المملكة يساهم في تقدم وتحقيق (رؤية 2030)؛ ذلك لأن الأندية الرياضية لا يقتصر تأثيرها على ممارسة الرياضة فحسب، بل امتدّ تأثيرها إلى عدة جوانب اقتصادية واجتماعية. كما أن ممارسة النشاط الرياضي انتقلت من الهواية إلى الاحتراف، مما يتطلب أموالاً لتغطية نفقات الأندية وأنشطتها. ومن جهة أخرى، أصبحت الأندية الرياضية في الكثير من الدول المتقدمة مؤسسات تجارية ذات أسهم، تحتوي على العديد من الموظفين والإداريين في مختلف الاختصاصات، وتهدف إلى تحقيق الربح.

ومن الناحية الاجتماعية، تلعب الأندية الرياضية السعودية دوراً حاسماً في تعزيز الشمولية وروح المجتمع. فهي توفر منصةً للأشخاص من خلفيات متنوعة للتفاعل، وكسر الحواجز الاجتماعية وتعزيز الشعور بالانتماء. ويكتسب هذا التكامل الاجتماعي أهمية خاصة في مجتمع سريع التحديث مثل المملكة العربية السعودية، حيث تتقاطع القيم التقليدية والمعاصرة في كثير من الأحيان⁽³⁰⁾. ويرى الباحث أن الأندية الرياضية السعودية لها دور فعال في تعزيز الصحة والتماسك الاجتماعي والعزة الوطنية، ومن خلال مبادرات مثل (رؤية 2030)، من المقرر أن يواصلوا دورهم المحوري في تشكيل مجتمع صحي وناض بالحياء.

ب- حسابات الأندية الرياضية على وسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت حسابات الأندية الرياضية على وسائل التواصل الاجتماعي أدواتاً أساسية لجذب المشجعين والترويج للأحداث وبناء حضور للعلامة التجارية. توفر هذه المنصات للأندية خط اتصال مباشر مع مشجعيها، وتوفر تحديثات في الوقت

للانتماء والهوية. من خلال الانضمام إلى الفريق، يخلق المشجعون إحساسًا بالمجتمع والهدف المشترك. توفر هذه الهوية الجماعية فوائد عاطفية، بما في ذلك الشعور بالفخر والانتماء؛ فوفقاً لليانبولس وآخرين⁽³³⁾ غالباً ما يعاني عشاق الرياضة من زيادة احترام الذات وانخفاض مشاعر الوحدة من خلال ارتباطهم بفريق ما. وتؤكد هذه الفوائد النفسية الدور القوي الذي يمكن أن تلعبه الرياضة في تعزيز الرفاهية الفردية والتماسك الاجتماعي.

ومع ذلك، يمكن أن يكون للتعصب الرياضي أيضاً عواقب سلبية؛ حيث يؤدي سلوك المعجبين المتطرف أحياناً إلى العنف والتمييز وأشكال أخرى من السلوك المعادي للمجتمع. لقد تم توثيق حوادث الشغب وأعمال الشغب المرتبطة بالأحداث الرياضية بشكل جيد، مما يعكس الجانب المظلم من الولاء الشديد للمشجعين. تسلط ظاهرة "التمتع بالمجد المنعكس" (BIRGing) و"قطع الفشل المنعكس" (CORFing) الضوء أيضاً على كيف يمكن أن يرتبط احترام المشجعين لذاتهم بشكل غير متناسب بأداء فريقهم، مما يؤدي إلى ردود أفعال عاطفية متقلبة⁽³⁴⁾.

ويرى الباحث أن التعصب الرياضي ظاهرة معقدة تنطوي على جوانب إيجابية وسلبية. فمن جهة، يسهم في تعزيز الشعور بالانتماء والهوية الجماعية، مما يؤدي إلى تحسين الصحة النفسية وزيادة التماسك الاجتماعي بين المشجعين. ومن جهة أخرى، قد يتحول هذا التعصب الرياضي إلى سلوكيات سلبية مثل العنف والتمييز في حال تفاقم الولاء المتطرف للفريق. لذلك، من الضروري إدارة هذا التعصب الرياضي بشكل صحيح لضمان الاستفادة من جوانبه الإيجابية وتجنب عواقبه السلبية التي قد تؤثر على المجتمع الرياضي ككل.

وسائل التواصل الاجتماعي أن تزيد بشكل كبير من حضور يوم اللعبة ومبيعات البضائع، مما يسلط الضوء على التأثير الاقتصادي لهذه المنصات الرقمية.

ويرى الباحث أن حسابات الأندية الرياضية على وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً حيوياً في تعزيز العلاقة بين الأندية وجماهيرها من خلال التفاعل المباشر والمحتوى الحصري. فهي تسهم في بناء مجتمع حول النادي وزيادة ولاء المشجعين عبر تقديم تجربة أكثر تفاعلية وشخصية. كما أن استخدامها الإستراتيجي يعزز من الترويج للأحداث الرياضية وزيادة الحضور والمبيعات؛ مما يجعلها أداة فعالة لتحقيق أهداف الأندية المالية والتسويقية. وبالرغم من التحديات التي قد تواجهها، تظل هذه المنصات وسيلة لا غنى عنها للأندية في العصر الرقمي.

ت- دور وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي

التعصب الرياضي، الذي يتميز بالدعم المكثف والعاطفي لفريق أو رياضي معين، هو ظاهرة تؤثر بعمق على الأفراد والمجتمعات في جميع أنحاء العالم. يتجاوز هذا التفاني الشديد مجرد الاستمتاع باللعبة، ليشمل مجموعة من السلوكيات بدءاً من الولاء الذي لا يتزعزع والاستثمار العاطفي، وحتى وضع الطقوس والتعرّف على الهوية الاجتماعية؛ حيث يشكل المتعصبون الرياضيون، الذين يشار إليهم غالباً بالمشجعين المتميزين، جزءاً مهماً من النظام البيئي الرياضي، حيث يساهمون بشكل كبير في أجواء الأحداث، والقدرة المالية للفرق الرياضية، والتأثير الثقافي الأوسع للرياضة. الجذور النفسية للتعصب الرياضي متعددة الأوجه. وإحدى العوامل الأساسية هي حاجة الإنسان

ج. الإطار التطبيقي الميداني

استخدم حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي؛

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدرجة

استخدام حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل

التواصل الاجتماعي

المستوى	التكرار	النسب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
نادراً	198	37.3%	1.75	0.654	متوسط
أحياناً	270	50.8%			
كثيراً	63	11.9%			
الإجمالي	531	100%			

يتضح من الجدول أن المتوسطات الحسابية جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (1.75)، وجاء تقدير (أحياناً) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (50.8%)، وفي المرتبة الثانية تقدير (نادراً)، بنسبة مئوية بلغت (37.3%)، وفي المرتبة الثالثة تقدير (كثيراً) بنسبة مئوية بلغت (11.9%).

المنصة التي تفضلها في متابعة حسابات الأندية الرياضية السعودية

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (7): التكرارات والنسب المئوية حول المنصة التي تفضلها في متابعة حسابات الأندية الرياضية السعودية

الوقت اليومي	التكرارات	النسبة المئوية
X (تويتر سابقاً)	283	53.3%
يوتيوب	50	9.4%
إنستغرام	37	7%
تلغرام	15	2.8%
سناپ شات	114	21.5%
تك توك	14	2.6%
فيس بوك	18	3.4%
الإجمالي	531	100%

من الجدول أعلاه يمكن استنتاج أن أفضل منصات وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة حسابات الأندية الرياضية السعودية هي X (تويتر سابقاً) بنسبة (53.3%)، يليه (سناپ شات) في المرتبة الثانية بنسبة (21.5%) وفي المرتبة الثالثة جاء (يوتيوب) بنسبة مئوية بلغت (9.4%)، وفي المرتبة الرابعة جاء (إنستغرام) بنسبة مئوية بلغت (7%)، وفي المرتبة الخامسة جاء (فيس بوك) بنسبة مئوية بلغت (3.4%)، وفي المرتبة السادسة جاء (تلغرام) بنسبة بلغت (2.8%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاء (تك توك) بنسبة بلغت (2.6%).

ويرى الباحث أن منصة X (المعروفة سابقاً بتويتر) تُعدّ من أفضل منصات وسائل التواصل الاجتماعي لدى الجمهور السعودي لمتابعة حسابات الأندية الرياضية السعودية لعدة أسباب. أولاً، تتيح المنصة تحديثات سريعة وفورية؛ مما يسمح للمستخدمين بمتابعة أحدث الأخبار والأحداث الرياضية أولاً بأول، وهو ما يتماشى مع الاهتمام الكبير لدى الجمهور السعودي بالمستجدات الرياضية. كما تتميز X بواجهة مستخدم بسيطة وسهلة، مما يسهل الوصول إلى المحتوى ومشاركته، إضافة إلى إمكانية التفاعل مع المنشورات عبر التعليقات والإعجابات وإعادة التغريد، مما يعزز من شعور المشجعين بالتواصل المباشر مع أنديةهم المفضلة. وتبرز خاصية "المواضيع الرائجة" كعامل جذب قوي لمتابعي الأندية؛ حيث يستطيع الجمهور الاطلاع على أبرز الأحداث الرياضية المتداولة في المجتمع السعودي.

بشكل مباشر. كذلك، قلّة التحديثات أو الردود من حسابات الأندية قد تؤدي إلى تراجع التفاعل، ما يشعر المتابعين بنقص في التواصل المباشر. وأخيراً، التركيز الكبير على حسابات مشاهير الرياضة أو الحسابات الإخبارية الشاملة قد يكون عاملاً آخر، يجعل الجمهور يفضل مصادر بديلة لمتابعة أخبار الأندية الرياضية.

دافع متابعة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للنادي الرياضي السعودي

جدول (9): التكرارات والنسب المئوية حول دافع متابعة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للنادي الرياضي السعودي

النسبة المئوية	التكرارات	الأيام
%62.7	333	متابعة أخبار النادي
%22.8	121	الترفيه الرياضي
%8.5	45	متابعة المباريات الرياضية
%6	32	الدفاع عن النادي الذي أشجعه
%100	531	الإجمالي

من الجدول أعلاه يمكن استنتاج أن أكثر دوافع الجمهور السعودية لمتابعة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للنادي الرياضي هو (متابعة أخبار النادي) بنسبة (%62.7)، يليه في المرتبة الثانية دافع (الترفيه الرياضي) بنسبة (%22.8)، وفي المرتبة الثالثة جاء دافع (متابعة المباريات الرياضية) بنسبة مئوية بلغت (%8.5)، وأخيراً في المرتبة الرابعة جاء دافع (الدفاع عن النادي الذي أشجعه) بنسبة مئوية بلغت (%6).

يمكن تفسير الدافع الأكبر للجمهور السعودي لمتابعة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للنادي الرياضي وهو متابعة أخبار النادي؛ بأن الجمهور السعودي يعتبر هذه الحسابات مصدرًا

درجة متابعتك لحسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي: جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدرجة متابعة الجمهور لحسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي

المستوى	التكرار	النسب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
قليلة	275	%51.8	1.68	0.780	متوسط
متوسطة	153	%28.8			
مرتفعة	103	%19.4			
الإجمالي	531	%100			

يتضح من الجدول أن متوسطات متابعة الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي جاء متوسطاً بمتوسط حسابي (1.68). وجاء تقدير (قليلة) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (%51.8)، وفي المرتبة الثانية تقدير (متوسطة)، بنسبة مئوية بلغت (%28.8)، وفي المرتبة الثالثة تقدير (مرتفعة) بنسبة مئوية بلغت (%19.4).

ويعزو الباحث قلّة متابعة الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية إلى عدة أسباب. أولاً، قد يكون المحتوى المقدم من الأندية غير جذاب أو لا يلبي توقعات المتابعين من حيث الجودة أو التنوع؛ إذ يميل الجمهور إلى متابعة الحسابات التي تقدم محتوى تفاعلي ومبتكر، مثل كواليس المباريات واللقاءات مع اللاعبين. ثانياً، قد تؤثر التغطية الإعلامية الواسعة للمباريات والأحداث الرياضية عبر قنوات ومنصات أخرى في تقليل حاجة الجمهور إلى متابعة حسابات الأندية

وفي المرتبة الثالثة تقدير (نادراً) بنسبة مئوية بلغت (17.5%).

ويمكن تفسير مجيء مشاركة أو مشاهدة الجمهور لحوار متعصب على حسابات بعض الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بأن الجمهور السعودي يتابع هذه الحوارات بشيء من الحذر؛ حيث إن النقاشات المتعصبة غالباً ما تؤدي إلى خلافات حادة قد تكون بعيدة عن الروح الرياضية. وقد يكون تفاعل الجمهور مع هذه الحوارات معتدلاً نتيجة الوعي بأثرها السلبي، إذ قد تؤدي إلى تعزيز الخلافات بدلاً من تحقيق التواصل البناء بين المشجعين، علاوةً على ذلك، يسعى كثير من المتابعين للتركيز على المحتوى الإيجابي والمعلومات المفيدة، مما يحد من انخراطهم في حوارات متعصبة رغم وجود فضول لمتابعتها.

تأثر درجة التعصب الرياضي بالمحتوى الذي تنشره حسابات الأندية الرياضية السعودية

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدرجة تأثر تعصب الجمهور الرياضي بالمحتوى الذي تنشره حسابات الأندية الرياضية السعودية.

المستوى	التكرار	النسب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
غير موافق بشدة	23	4.3%	3.36	1.153	متوسط
غير موافق	133	25.0%			
موافق إلى حد ما	95	17.9%			
موافق	191	36.0%			
موافق بشدة	89	16.8%			
الإجمالي	531	100%			

موثوقاً للحصول على آخر الأخبار والتحديثات المباشرة حول أداء الفريق، والنتائج، والتحليلات، وأخبار اللاعبين، ويحرص المتابعون على معرفة مواعيد المباريات القادمة، وإصابات اللاعبين، والانتقالات، وتصريحات المدربين واللاعبين، مما يجعل هذه الحسابات بمثابة حلقة وصل فورية بين النادي وجمهوره، كما توفر هذه الحسابات أيضاً صوراً وفيديوهات حصرية من كواليس المباريات والتدريبات، وهو ما يخلق شعوراً بالقرب من النادي ويعزز انتماء المشجعين له.

المشاركة في حوارات متعصبة على حسابات بعض الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدرجة مشاركة أو مشاهدة الجمهور لحوار متعصب على حسابات بعض الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي

المستوى	التكرار	النسب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
نادراً	93	17.5%	2.07	0.642	متوسط
أحياناً	310	58.4%			
كثيراً	128	24.1%			
الإجمالي	531	100%			

يتضح من الجدول أن مشاركة أو مشاهدة الجمهور لحوار متعصب على حسابات بعض الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (2.07)، وجاء تقدير (أحياناً) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (58.4%)، وفي المرتبة الثانية تقدير (كثيراً)، بنسبة مئوية بلغت (24.1%)،

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدرجة
إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع
التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين
المشجعين

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
1- تسهم حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين.	4.01	0.73	مرتفع
2- غالباً ما تحتوي التعليقات والتفاعلات على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية السعودية على عبارات متعصبة.	4.08	1.07	مرتفع
3- النقاشات في وسائل التواصل الاجتماعي حول الأندية الرياضية السعودية تؤدي إلى زيادة العداء بين المشجعين.	4.13	0.87	مرتفع
4- تساهم حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في خلق جو من المنافسة غير الصحية بين الجماهير.	3.57	0.88	مرتفع
5- المنشورات التي تنشرها حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى زيادة التوتر بين مشجعي الأندية المختلفة.	3.54	0.91	مرتفع
المتوسط العام	3.87	0.527	مرتفع

يتضح من الجدول أن تأثير تعصب الجمهور الرياضي بالمحتوى الذي تنشره حسابات الأندية الرياضية السعودية جاء بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (3.36)، وجاء تقدير (موافق) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (36.0%)، وفي المرتبة الثانية تقدير (غير موافق)، بنسبة مئوية بلغت (25.0%)، وفي المرتبة الثالثة تقدير (موافق إلى حد ما) بنسبة مئوية بلغت (17.9%)، وفي المرتبة الرابعة تقدير (موافق بشدة)، بنسبة مئوية بلغت (16.8%)، وفي المرتبة الخامسة تقدير (غير موافق بشدة) بنسبة مئوية بلغت (4.3%).

ويرجع الباحث تأثير تعصب الجمهور الرياضي السعودي بالمحتوى الذي تنشره حسابات الأندية بدرجة متوسطة إلى أن هذا المحتوى يُسهم في تعزيز الانتماء للنادي؛ لكنه غالباً لا يتوجه بشكل مباشر لزيادة التعصب الرياضي، بل يركز على التنافس النزيه والروح الرياضية. كما يتفاوت تأثيره حسب توجهات المتابعين الشخصية، حيث يستجيب البعض بتعصب بينما يتفاعل آخرون بتوازن.

درجة إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين
تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:

خلق جو من المنافسة غير الصحية بين الجماهير". جاءت بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي (3.57)، وانحراف معياري (0.88).

5. "المنشورات التي تنشرها حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى زيادة التوتر بين مشجعي الأندية المختلفة". جاءت بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي (3.54)، وانحراف معياري (0.91).

دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور
تم استخراجه التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
1- يجب على الأندية الرياضية السعودية أن تخفف من محتواها على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكثر صرامة لمنع التعصب الرياضي.	4.03	0.864	مرتفع
2- يتمثل مشرفو حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولية تعزيز الروح الرياضية والاحترام.	4.00	1.231	مرتفع
3- يجب على مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي العمل على تعزيز المنافسة الصحية.	4.29	0.703	مرتفع جداً
4- يجب أن تعمل حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية السعودية على تثبيط السلوكيات غير المتسامحة بين المشجعين.	4.49	0.645	مرتفع جداً
المتوسط العام	4.54	0.403	مرتفع جداً

يتضح من الجدول أن إسهام حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (3.87).

ويعزى إسهام حسابات الأندية الرياضية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين بدرجة مرتفعة إلى التركيز على التنافسية الحادة والمحتوى الذي يستثير العواطف والمشاعر الجماهيرية، مما يزيد من حدة الانتماء والتعصب الرياضي. كما أن هذه الحسابات قد تبرز الصراعات الرياضية وتدفع الجماهير للتفاعل بشكل عاطفي؛ مما يعزز من حدة التعصب الرياضي لدى شريحة كبيرة من المتابعين.

وجاءت العبارات مرتبةً تنازلياً كالتالي:

1. "غالبًا ما تحتوي التعليقات والتفاعلات على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية السعودية على عبارات متعصبة". جاءت بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي (4.13)، وانحراف معياري (0.87).

2. "غالبًا ما تحتوي التعليقات والتفاعلات على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية السعودية على عبارات متعصبة". جاءت بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي (4.08)، وانحراف معياري (1.07).

3. "تساهم حسابات النادي الرياضي السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين". جاءت بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي (4.01)، وانحراف معياري (0.73).

4. "تساهم حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في

2. "يجب على مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي العمل على تعزيز المنافسة الصحية". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.29)، وانحراف معياري (0.703).

3. "يجب على الأندية الرياضية السعودية أن تخفف من محتواها على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكثر صرامة لمنع التعصب الرياضي". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.03)، وانحراف معياري (0.864).

4. "يتحمل مشرفو حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولية تعزيز الروح الرياضية والاحترام". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.00)، وانحراف معياري (1.231).

تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي
تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:

يتضح من الجدول أن دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور جاء بدرجة مرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.54).

يعود دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور بدرجة مرتفعة جداً إلى تبنيتهم لسياسات تهدف لتعزيز الروح الرياضية والتفاعل الإيجابي بين المشجعين؛ حيث يعملون على نشر محتوى يركز على الاحترام المتبادل والقيم الرياضية، والابتعاد عن التحفيز الزائد على التنافسية. كما يقومون بالردّ بشكل مهني على التعليقات المتعصبة، ويشجعون على السلوك الرياضي القائم على التقدير والاحترام، مما يسهم بشكل كبير في تقليل حدة التعصب الرياضي. وجاءت العبارات مرتبةً تنازلياً كالتالي:

1. "يجب أن تعمل حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية السعودية على تثبيط السلوكيات غير المتسامحة بين المشجعين". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.49)، وانحراف معياري (0.645).

جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات لتأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
1. يمكن أن يؤدي التعصب الرياضي للنادي إلى ممارسات غير أخلاقية سواء داخل الملعب أو خارجه.	4.55	0.631	مرتفع جداً
2. التعصب الرياضي يعكس صفو الروح الرياضية التي يجب أن تسود في المنافسات الرياضية.	4.49	0.600	مرتفع جداً
3. التعليقات والمنشورات التي تعزز التعصب الرياضي يمكن أن تؤدي إلى زيادة التوتر والعداوية بين الأفراد.	4.39	0.711	مرتفع جداً
4. التعرض المستمر للمحتوى المتعصب يمكن أن يؤدي إلى الإجهاد النفسي والقلق.	4.28	0.560	مرتفع جداً
5. معالجة التعصب الرياضي يمكن أن تؤدي إلى انقسامات في المجتمع؛ حيث تتشكل مجموعات معادية لبعضها البعض.	4.16	0.745	مرتفع

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
6. العلاقات بين الأصدقاء والعائلة يمكن أن تتأثر سلباً بسبب التعصب الرياضي.	4.14	1.010	مرتفع
7. الجماهير التي تشعر بعدم الأمان أو الارتياح بسبب التعصب الرياضي قد تفضل عدم حضور المباريات.	4.14	0.777	مرتفع
8. المحتوى المتعصب المنشور على حسابات الأندية الرياضية يؤثر سلباً على سمعة الأندية الرياضية السعودية.	4.10	0.941	مرتفع
9. يمكن أن تثير مشاعر الغضب والكراهية على حسابات الأندية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي؛ مما يؤدي إلى العنف اللفظي أو الجسدي.	4.08	0.680	مرتفع
10. يمكن أن تزداد الفجوات بين فئات المجتمع المختلفة بناءً على انتماءاتهم الرياضية.	4.06	0.616	مرتفع
11. قد يؤدي التعصب الرياضي للنادي إلى تفكك الروابط الاجتماعية وتدهور الأواصر الأسرية.	3.96	1.005	مرتفع
12. الأندية التي يُعرف عنها معالجة التعصب الرياضي قد تفقد احترام الجماهير والشركاء المحتملين.	3.88	0.944	مرتفع
13. يمكن أن يؤثر التعصب الرياضي للنادي على الإيرادات المالية للأندية، ويحدّ من قدرتها على التطور والنمو.	3.87	0.816	مرتفع
14. قد يفضل الرعاية والمستثمرون الابتعاد عن الأندية التي تساهم في معالجة التعصب الرياضي لتجنب الارتباط بصورة سلبية.	3.86	0.866	مرتفع
15. يمكن أن يؤدي التعصب الرياضي للنادي إلى خسارة دعم الجماهير المالية والمعنوية.	3.76	0.896	مرتفع
16. تؤثر رؤية الجمهور للتعليقات أو المنشورات غير المتسامحة على استمتاعه بمتابعة الرياضة.	3.71	0.976	مرتفع
المتوسط العام	4.09	0.503	مرتفع

للنادي؛ مما قد يؤدي إلى معالجة التعصب الرياضي بين المتابعين.

وجاءت أهم خمس العبارات مرتبةً تنازلياً كالتالي:

1. "يمكن أن يؤدي التعصب الرياضي للنادي إلى ممارسات غير أخلاقية سواء داخل الملعب أو خارجه". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.55)، وانحراف معياري (0.631).

2. "التعصب الرياضي يعدّ صفو الروح الرياضية التي يجب أن تسود في المنافسات

يتضح من الجدول أن تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (4.09).

تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي جاء بدرجة مرتفعة؛ نتيجةً لتركيزها على المحتوى الذي يبرز التنافس الحاد ويشير الحماس الجماهيري بشكل كبير، هذا الأسلوب يدفع الجمهور إلى التفاعل العاطفي المفرط، ويزيد من حدة الانتماء

5. "معالجة التعصب الرياضي يمكن أن يؤدي إلى انقسامات في المجتمع؛ حيث تتشكل مجموعات معادية لبعضها البعض". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.16)، وانحراف معياري (0.745).

إسهام حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي
يوضح الجدول التالي إسهام حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي

جدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات لدور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
1- تسليط الضوء على قصص إيجابية ومواقف رياضية رائعة بين اللاعبين والمشجعين.	4.76	0.473	مرتفع جداً
2- تجنب الردّ على التعليقات السلبية أو المثيرة للجدل بحيث تنخفض حدة التوتر.	4.67	0.569	مرتفع جداً
3- وضع عقوبات مناسبة لردع التعليقات السلبية والمتعصبة، والعمل على حذفها أو منع أصحابها من التفاعل.	4.62	0.656	مرتفع جداً
4- نشر محتوى يركز على القيم الرياضية والأخلاقية مثل الاحترام والتسامح بين المشجعين.	4.61	0.580	مرتفع جداً
5- نشر محتوى يظهر التعاون والاحترام بين اللاعبين من الأندية المختلفة.	4.59	0.541	مرتفع جداً
6- إطلاق حملات توعية دورية تثقف المشجعين حول أضرار التعصب الرياضي والفوائد الاجتماعية والنفسية للتفاعل الإيجابي.	4.58	0.652	مرتفع جداً
7- تنظيم حملات مشتركة مع أندية أخرى لتعزيز الوحدة بين المشجعين ونبذ التعصب الرياضي.	4.57	0.659	مرتفع جداً
8- دعوة لاعبين ومدرّبين مشهورين للمشاركة في هذه الحملات لزيادة تأثيرها.	4.56	0.863	مرتفع جداً
9- يمكن التعاون بين الأندية الرياضية السعودية المتنافسة على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوحدة ويقلل من التعصب الرياضي.	4.55	0.598	مرتفع جداً
10- الردّ على التعليقات بأسلوب محترم وإيجابي حتى في حالة النقد.	4.49	0.865	مرتفع جداً
11- تنظيم مسابقات وتحديات تفاعلية بين المشجعين تهدف إلى تعزيز الروح الرياضية والتعاون.	4.48	0.746	مرتفع جداً

الرياضية". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.49)، وانحراف معياري (0.600).

3. "التعليقات والمنشورات التي تعزّز التعصب الرياضي يمكن أن تؤدي إلى زيادة التوتر والعدائية بين الأفراد". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.39)، وانحراف معياري (0.711).

4. "التعرض المستمر للمحتوى المتعصب يمكن أن يؤدي إلى الإجهاد النفسي والقلق". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.28)، وانحراف معياري (0.560).

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
12- تشجيع المشجعين على المشاركة في الأنشطة الخيرية والمجتمعية برعاية النادي.	4.44	0.720	مرتفع جداً
13- الحملات التثقيفية على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تقلل من التعصب الرياضي بين مشجعي الأندية الرياضية السعودية.	4.43	0.701	مرتفع جداً
14- توظيف فرق لمراقبة المحتوى والمشاركات لضمان بيئة إيجابية على المنصات الاجتماعية.	4.41	1.028	مرتفع جداً
15- تقديم جوائز للمشجعين الذين يظهرون روحاً رياضية عالية ويشاركون بإيجابية.	4.39	0.799	مرتفع جداً
المتوسط العام	4.54	0.403	مرتفع جداً

2. "تجنب الردّ على التعليقات السلبية أو المثيرة للجدل بحيث تنخفض حدة التوتر". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.67)، وانحراف معياري (0.569).

3. "وضع عقوبات مناسبة لردع التعليقات السلبية والمتعصبة، والعمل على حذفها أو منع أصحابها من التفاعل". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.62)، وانحراف معياري (0.656).

4. "نشر محتوى يركّز على القيم الرياضية والأخلاقية مثل الاحترام والتسامح بين المشجعين". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.61)، وانحراف معياري (0.580).

5. "نشر محتوى يظهر التعاون والاحترام بين اللاعبين من الأندية المختلفة". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.59)، وانحراف معياري (0.541).

يتضح من الجدول أن دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي جاء بدرجة مرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.54).

جاء دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي بدرجة مرتفعة جداً؛ نظراً لاعتمادها على نشر محتوى يعزز الروح الرياضية والتنافس النزيه، حيث تسعى هذه الحسابات إلى تقديم رسائل تهدف إلى احترام الخصوم والاحتراف بالإنجازات بأسلوب مهني، إضافةً إلى إدارة التعليقات بشكل يحدّ من التحريض على التعصب الرياضي ويشجع المتابعين على التفاعل الإيجابي.

وجاءت أهم خمس العبارات مرتبةً تنازلياً كالتالي:

1. "تسليط الضوء على قصص إيجابية ومواقف رياضية رائعة بين اللاعبين والمشجعين". جاءت بمستوى، وبمتوسط حسابي (4.76)، وانحراف معياري (0.473).

ملخص النتائج

يعكس هذا الدافع الأساسي حاجة الجمهور للحصول على معلومات سريعة ودقيقة حول فرقهم المفضلة، بالإضافة إلى اهتمامهم بالترفيه الرياضي الذي يوفر لهم تجربة متابعة أكثر شمولية ومتعة.

5. جاءت مشاركة أو مشاهدة الجمهور لحوار متعصب على حسابات بعض الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.

يعكس هذا الواقع وجود نسبة كبيرة من الجمهور تتعرض أو تشارك في حوارات متعصبة؛ مما يشير إلى حاجة الأندية لتعزيز الجهود الرامية إلى ضبط التعليقات وتحفيز النقاشات البناءة على منصاتهما.

6. جاء تأثر تعصب بعض الجمهور الرياضي بالمحتوى الذي تنشره حسابات الأندية الرياضية السعودية بدرجة متوسطة.

يشير هذا إلى أن المحتوى الذي تنشره بعض الأندية قد يلعب دوراً في تأجيج التعصب الرياضي بين الجمهور، ويتطلب ذلك وضع إستراتيجيات محتوى تحتل على التنافس الشريف والروح الرياضية لتقليل هذا التأثير السلبي.

7. جاء إسهام حسابات بعض الأندية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة التعصب الرياضي بين المشجعين بدرجة مرتفعة.

يُظهر هذا أن بعض الحسابات ربما تنشر محتوى أو تُدار بطريقة تزيد من التوتر بين المشجعين؛ مما يتطلب تدخلاً عاجلاً لتغيير أسلوب إدارة المحتوى نحو تعزيز التفاهم والاحترام المتبادل بين الجمهور.

8. جاء دور مشرفي حسابات الأندية الرياضية السعودية في خفض التعصب الرياضي لدى الجمهور بدرجة مرتفعة جداً.

1. جاء استخدام الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.

يُعزى الاستخدام المتوسط لحسابات الأندية الرياضية إلى تباين اهتمام الجمهور بمحتوى هذه الحسابات؛ حيث يُفضل البعض الأخبار والنتائج الرياضية، بينما يبحث الآخرون عن محتوى ترفيهي وتفاعلي. هذا يعكس حاجة الأندية لتحسين إستراتيجياتها لتلبية مختلف اهتمامات جمهورها.

2. أفضل منصات وسائل التواصل الاجتماعي يتابع من خلالها الجمهور السعودي حسابات الأندية الرياضية السعودية هي X (تويتر سابقاً) يليه (سناب شات).

تُعد منصة X (تويتر سابقاً) الأكثر متابعة؛ نظراً لطبيعتها الإخبارية الفورية وسهولة الوصول إلى التحديثات السريعة، فيما يأتي (سناب شات) في المرتبة الثانية بفضل محتواه البصري الجذاب والتفاعلي الذي يلقي استحسان الفئات الشابة.

3. يتابع الجمهور السعودي حسابات الأندية الرياضية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.

تشير المتابعة المتوسطة إلى أن الجمهور قد يجد بعض المحتوى غير جذاب أو غير متجدد بما يكفي لإبقائهم مهتمين؛ مما يستدعي الحاجة إلى تحسين جودة وتنوع المحتوى المقدم من قبل الأندية.

4. أكثر دوافع الجمهور السعودية لمتابعة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للنادي الرياضي هو (متابعة أخبار النادي) يليه في المرتبة الثانية دافع (الترفيه الرياضي).

3. ينبغي تعزيز دور مشرفي الحسابات في مراقبة وضبط الحوار على المنصات الاجتماعية للحدّ من التعصب الرياضي وتعزيز الحوار البناء بين المشجعين.
4. يجب على الأندية الرياضية مراعاة نشر محتوى يساهم في تعزيز الروح الرياضية والتنافس الشريف بين المشجعين، لتقليل تأثير التعصب الرياضي السلبي.
5. يجب على الأندية وضع سياسات واضحة تهدف إلى تقليل التعصب الرياضي وتعزيز القيم الرياضية، من خلال التحكم في نوعية المحتوى المنشور وتوعية المشجعين بأهمية التنافس النزيه.
6. يجب الاستمرار في تدريب مشرفي الحسابات على إستراتيجيات إدارة الحوار ومراقبة التعليقات، لتعزيز التأثير الإيجابي وتقليل التعصب الرياضي بين المشجعين.
7. ينبغي للأندية تبني إستراتيجيات تواصل؛ تهدف إلى نشر القيم الرياضية والحدّ من المحتوى الذي قد يعزز التعصب الرياضي بين الجماهير.

يعكس هذا الدور الفعّال لمشرفي الحسابات في إدارة الحوارات وضبط التعليقات السلبية؛ مما يساعد في خلق بيئة تفاعلية أكثر إيجابية وتشجع على التنافس الرياضي الشريف.

9. جاء تأثير مساهمة حسابات الأندية الرياضية السعودية في معالجة التعصب الرياضي بدرجة مرتفعة.

يعكس هذا التأثير السلبي ضرورة إعادة النظر في نوعية المحتوى المنشور وسياسات التفاعل مع المتابعين، بهدف الحدّ من التعصب الرياضي وتعزيز القيم الرياضية الإيجابية بين المشجعين.

10. جاء دور حسابات الأندية السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي في تقليل التعصب الرياضي بدرجة مرتفعة جداً.

يشير هذا إلى أن الحسابات التي تتبع سياسات نشر محتوى إيجابي وتفاعلي تساهم بشكل كبير في تقليل التعصب الرياضي؛ مما يؤكد أهمية الاستمرار في هذه الممارسات وتشجيعها.

التوصيات

- في ضوء النتائج التي تمّ التوصل إليها، يمكن تقديم التوصيات التالية لتفعيل دور حسابات الأندية الرياضية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة ظاهرة التعصب الرياضي:
1. ينبغي للأندية الرياضية تحسين إستراتيجيات التواصل الرقمي الخاصة بها لزيادة تفاعل الجمهور، عبر توفير محتوى متنوع وجذاب يلبي احتياجات وتطلعات المشجعين.
 2. ينبغي للأندية الاستثمار في تحسين نوعية وتنوع المحتوى المنشور لجذب مزيد من المتابعين وتعزيز ولاء الجمهور الحالي.

المراجع:

¹² ناصر بن عبد الله بن سعيد آل مشلوي، 2022. تحديات تطبيق إدارة التغيير في الأندية الرياضية السعودية من وجهة نظر العاملين فيها وسبل التغلب عليها. مجلة القراءة والمعرفة، العدد 244، ص 139.

¹³ سلوى أحمد ناصر عبد العزيز العمار، 2024. أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في المجتمع الكويتي. مجلة العلوم التربوية - جامعة القاهرة - كلية الدراسات العليا للتربية، العدد 132(1)، ص 529.

¹⁴ الهواري خويلدي، 2024. علاقة ظاهرة الألتراس بالتعصب الرياضي لدى جماهير كرة القدم من وجهة نظرهم. مجلة المواقف، العدد 19 (عدد خاص)، ص 37.

¹⁵ الهواري خويلدي، 2024. علاقة ظاهرة الألتراس بالتعصب الرياضي لدى جماهير كرة القدم من وجهة نظرهم. مجلة المواقف، العدد 19 (عدد خاص).

¹⁶ محمد محسن، 2023. بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: دراسة لتفاعل الجمهور على مواقع المنصات الرقمية. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، العدد 3 (عدد خاص).

¹⁷ عادل أحمد محمد عبد الله، 2023. الكومكس على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ظاهرة التعصب الرياضي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

¹⁸ أسماء صبحي عاشور، 2022. واقع التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالأندية الرياضية. المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة - جامعة المنصورة - كلية التربية الرياضية، العدد 46.

¹⁹ منى عبد اللطيف، 2022. التعصب الرياضي كما تعكسه المواقع الرياضية الإلكترونية، وعلاقته بالتوجهات المهنية للقائم بالاتصال: دراسة تحليلية ميدانية. رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

²⁰ محمد مرتضى، 2021. دور الإعلام الرياضي في القضاء على التعصب الرياضي في عصر العولمة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 77.

²¹ أحمد عزت منصور السيد عبد الرحمن، 2022. وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمظاهر التعصب الرياضي لدى مشجعي بعض أندية كرة القدم. رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية التربية الرياضية.

²² رشا حجازي، 2018. صورة الأندية كما تعكسها المواقع الرياضية الإلكترونية ودورها في نشر التعصب. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 15.

²³ عبده حافظ، 2015. دور الصحافة الرياضية الإفريقية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الشباب الجامعي. مجلة دراسات إفريقية، العدد 53.

¹ عبده حافظ، 2015. دور الصحافة الرياضية الإفريقية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الشباب الجامعي. مجلة دراسات إفريقية، العدد 53، ص 69.

² جاسم، ميرزا، 2014. اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي المحلي. الندوة العلمية لـ: دور الإعلام الرياضي في الحد من التعصب الرياضي والعنف في الملاعب، والتي أقيمت في الفترة من 18-20 فبراير 2014م. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض، ص 199.

³ جعفر العرجان، 2014. الأدوار الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام الأردنية في مستوى العنف والشغب والتعصب الرياضي في منافسات كرة القدم الأردنية. الندوة العلمية لـ: دور الإعلام الرياضي في الحد من التعصب الرياضي والعنف في الملاعب، والتي أقيمت في الفترة من 18-20 فبراير 2014م. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض، ص 45.

⁴ فضل ياسين، 2011. الإعلام الرياضي، ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 164.

⁵ حميش يوسف، 2021. اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري. رسالة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، ص 56.

⁶ فهد الشميمري، 2010. التربية الإعلامية، ط1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ص 32.

⁷ سعد آل سعود، 2013. اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية: دراسة مسح ميدانية تحليلية لعينة من كتاب الأعمدة الصحفية ومقالات الرأي في الصفحات الرياضية للصحف السعودية. مجلة العلاقات العامة والإعلان، العدد 2، ص 71.

⁸ الهواري خويلدي، 2024. علاقة ظاهرة الألتراس بالتعصب الرياضي لدى جماهير كرة القدم من وجهة نظرهم. مجلة المواقف، العدد 19 (عدد خاص)، ص 28.

⁹ محمد محسن، 2023. بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: دراسة لتفاعل الجمهور على مواقع المنصات الرقمية. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، العدد 3 (عدد خاص)، ص 671.

¹⁰ محمد محسن، 2023. بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: دراسة لتفاعل الجمهور على مواقع المنصات الرقمية. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، العدد 3 (عدد خاص)، ص 671.

¹¹ عادل أحمد محمد عبد الله، 2023. الكومكس على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ظاهرة التعصب الرياضي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص 89.

References

1. Abdul Malik Al-Shalhoub, 2015. I'timad Al-Shabab Al-Jami'i Al-Sa'udi 'Ala Al-Suhuf Al-Riyadiyah Al-Iliktruniyah Fi Mutaba'at Al-Qadhaya Al-Riyadiyah: Dirasah Mas'hiyah. Majallat Al-Adab, Al-Adad 2 (27).
2. Abdu Hafiz, 2015. Dawr Al-Sahafah Al-Riyadiyah Al-Ifriqiyah Fi Al-Hadd Min Zahirat Al-Ta'assub Al-Riyadi Lada Al-Shabab Al-Jami'i. Majallat Dirasat Ifriqiyah, Al-Adad 53.
3. Adel Ahmed Mohamed Abdullah, 2023. Al-Komiks 'Ala Mawaqi' Al-Tawasul Al-Ijtima'i Wa Dawruhu Fi Tashkil Ittijahat Al-Jumhur Nahw Zahirat Al-Ta'assub Al-Riyadi. Dirasah Maydaniyah. Risalat Majisteer, Jami'at Al-Mansurah, Kulliyat Al-Adab, Qism Al-I'lam.
4. Ahmed Izzat Mansour Al-Sayed Abdul Rahman, 2022. Wasail Al-Tawasul Al-Ijtima'i Wa 'Alaqat'ha Bi-Mazahir Al-Ta'assub Al-Riyadi Lada Mushajji' Ba'd Andiyat Kura Al-Qadam. Risalat Majisteer, Jami'at Al-Mansurah, Kulliyat Al-Tarbiyah Al-Riyadiyah.
5. Al-Hawari Khweildi, 2024. 'Alaqat Zahirat Al-Ultras Bil-Ta'assub Al-Riyadi Lada Jumhur Kura Al-Qadam Min Wajhat Natharihim. Majallat Al-Mawaqif, Al-Adad 19 (Adad Khas).
6. Al-Thunayan, Abdulaziz, 2014. Al-Mawaqi' Al-Iliktruniyah Lil-Andiya Al-Sa'udiyah Ka-Wasila l'lamiya Limuwajahat Al-Ta'assub Al-Riyadi Wa Al-Tathqif Al-Amni. Al-Nadwa Al-Ilmiyah Li: Dawr Al-I'lam Al-Riyadi Fi Al-Hadd Min Al-Ta'assub Wa Al-'Unf Fi Al-Mala'ib, Al-Lati Uqimat Fi Al-Fitrah Min 18-20 February 2014. Jami'at Naif Al-Arabiyyah Lil-'Ulum Al-Amniyah. Al-Riyadh.
7. Asma Sobhi Ashour, 2022. Waqi' Al-Taswiq 'Abar Wasail Al-Tawasul Al-Ijtima'i Bil-Andiya Al-Riyadiyah. Al-Majallah Al-Ilmiyah Li-'Ulum Al-Tarbiyah Al-Badaniyah Wa Al-Riyadah - Jami'at Al-Mansurah - Kulliyat Al-Tarbiyah Al-Riyadiyah, Al-Adad 46.
8. Badawi bin Nasser Rajeh Al-Bishi, 2025. Tatbiq Ma'ayir Al-Hawkamah Fi Al-Andiya Al-Riyadiyah Al-Sa'udiyah Fi Dhaw' Ba'd Al-Mutaghayyirat. Al-Majallah Al-Ilmiyah Li-'Ulum Al-Tarbiyah Al-Badaniyah Wa Al-Riyadah, Al-Adad 54.
9. Fahad Al-Shimimari, 2010. Al-Tarbiyah Al-I'lamiya, T1. Al-Riyadh: Maktabat Al-Malik Fahd Al-Wataniyah Lil-Nashr.
10. Fadl Yassin, 2011. Al-I'lam Al-Riyadi, T1. Amman: Dar Usama Lil-Nashr Wa Al-Tawzi'.

- 24 عبد الملك الشلهوب، 2015. اعتماد الشباب الجامعي السعودي على الصحف الرياضية الإلكترونية في متابعة القضايا الرياضية: دراسة مسحية. مجلة الآداب، العدد 2 (27).
- 25 رجا السلمي، 2014. التعصب الرياضي وتأثير الإعلام الجديد. الندوة العلمية لـ دور الإعلام الرياضي في الحد من التعصب الرياضي والعنف في الملاعب، والتي أقيمت في الفترة من 20-18 فبراير 2014م. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض.
- 26 الثنيان، عبد العزيز. 2014. المواقع الإلكترونية للأندية السعودية كوسيلة إعلامية لمواجهة التعصب الرياضي والتخفيف الأمني. الندوة العلمية لـ دور الإعلام الرياضي في الحد من التعصب الرياضي والعنف في الملاعب، والتي أقيمت في الفترة من 20-18 فبراير 2014م. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض.
- 27 إبراهيم إسماعيل، 2017. مناهج البحوث الإعلامية، ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 13.
- 28 رؤية السعودية 2030، 2021. متوافر على الرابط: www.vision2030.gov.sa/v2030/overview/ [Accessed 28 October 2024] ص 45
- 29 بدوي بن ناصر راجح البيشي، 2025. تطبيق معايير الحوكمة في الأندية الرياضية السعودية في ضوء بعض المتغيرات. المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، العدد 54.
- 30 ناصر بن عبد الله بن سعيد آل مشلوي، 2022. تحديات تطبيق إدارة التغيير في الأندية الرياضية السعودية من وجهة نظر العاملين فيها، وسبل التغلب عليها. مجلة القراءة والمعرفة، العدد 244، ص 4.
- 31 Romero-Jara, E., Solanellas, F., Muñoz, J. et al. 2023. Connecting with fans in the digital age: an exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs. Humanit Soc Sci Commun 10, 858. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02357-8>, p. 3
- 32 Weiner, J., & Dwyer, B. 2017. A new player in the game: Examining differences in motives and consumption between traditional, hybrid, and daily fantasy sport users. Sport Marketing Quarterly, 26(3), p. 143
- 33 Lianopoulos, Y., Theodorakis, N. D., Tsigilis, N., Gardikiotis, A., & Koustelios, A. 2020. Elevating self-esteem through sport team identification: A study about local and distant sport fans. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 21(4), p 695
- 34 Yilmaz, T. 2023. Football Fanaticism Levels of Turkish University Students in terms of Sports Literacy and Different Variables. International Journal of Education and Literacy Studies, 11(4), p. 323.

Riyadi Fi Al-Hadd Min Al-Ta'assub Wa Al-'Unf Fi Al-Mala'ib, Al-Lati Uqimat Fi Al-Fitrah Min 18-20 February 2014. Jami'at Naif Al-Arabiyah Lil-'Ulum Al-Amniyah. Al-Riyadh.

21. Rasha Hijazi, 2018. Surat Al-Andiya Kama Tu'akis'ha Al-Mawaqi' Al-Riyadiyah Al-Iliktruniyah Wa Dawruha Fi Nashr Al-Ta'assub. Al-Majallah Al-Ilmiyah Li-Buhuth Al-'Alaqaq Al-'Ammah Wa Al-I'lan, Al-Adad 15.

22. Romero-Jara, E., Solanellas, F., Muñoz, J. et al. 2023. Connecting with fans in the digital age: an exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs. Humanit Soc Sci Commun 10, 858. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02357-8>

23. Ru'yat Al-Sa'udiyah 2030, 2021, Mutawafir 'Ala Al-Rabit. www.vision2030.gov.sa/v2030/overview/ [Accessed 28 October 2024].

24. Saad Al-Saud, 2013. Ittijahat Al-Maqalat Al-Riyadiyah Fi Al-Sahafah Al-Sa'udiyah: Dirasah Mas'hiyah Maydaniyah Tahliliyah Li-'Inah Min Kuttab Al-'Amud Al-Sahafi Wa Maqalat Al-Ra'y Fi Al-Safahat Al-Riyadiyah Lil-Suhuf Al-Sa'udiyah. Majallat Al-'Alaqaq Al-'Ammah Wa Al-I'lan, Al-Adad 2.

25. Weiner, J., & Dwyer, B. 2017. A new player in the game: Examining differences in motives and consumption between traditional, hybrid, and daily fantasy sport users. Sport Marketing Quarterly, 26(3), p. 143.

26. Yilmaz, T. 2023. Football Fanaticism Levels of Turkish University Students in terms of Sports Literacy and Different Variables. International Journal of Education and Literacy Studies, 11(4), 318-324.

11. Hamish Youssef, 2021. Ittijahat Al-Suhufiyin Al-Jaza'iriyin Nahw Al-Anwa' Al-Suhufiyah Fi Al-I'lam Al-Riyadi Al-Jaza'iri. Risalat Dukturah, Jami'at Mohamed Boudiaf Al-M'sila, Al-Jaza'ir.

12. Ibrahim Isma'il, 2017. Manahij Al-Buhuth Al-I'lamiyah, T1. Al-Qahirah: Dar Al-Fajr Lil-Nashr Wa Al-Tawzi'.

13. Jaafar Al-Arjan, 2014. Al-Adwar Al-Ijabiyah Wa Al-Salbiyah Li-Wasail Al-I'lam Al-Urduniyah Fi Mustawa Al-'Unf Wa Al-Shaghab Wa Al-Ta'assub Fi Munafasat Kura Al-Qadam Al-Urduniyah. Al-Nadwa Al-Ilmiyah Li: Dawr Al-I'lam Al-Riyadi Fi Al-Hadd Min Al-Ta'assub Wa Al-'Unf Fi Al-Mala'ib, Al-Lati Uqimat Fi Al-Fitrah Min 18-20 February 2014. Jami'at Naif Al-Arabiyah Lil-'Ulum Al-Amniyah. Al-Riyadh.

14. Jasim Mirza, 2014. Ittijahat Al-Jumhur Nahw Al-I'lam Al-Riyadi Al-Mahalli. Al-Nadwa Al-Ilmiyah Li: Dawr Al-I'lam Al-Riyadi Fi Al-Hadd Min Al-Ta'assub Wa Al-'Unf Fi Al-Mala'ib, Al-Lati Uqimat Fi Al-Fitrah Min 18-20 February 2014. Jami'at Naif Al-Arabiyah Lil-'Ulum Al-Amniyah. Al-Riyadh.

15. Lianopoulos, Y., Theodorakis, N. D., Tsigilis, N., Gardikiotis, A., & Koustelios, A. 2020. Elevating self-esteem through sport team identification: A study about local and distant sport fans. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 21(4), 695-718.

16. Mohamed Mohsen, 2023. Binyat Al-Ta'assub Al-Riyadi Fi Muhtawa Manasat Al-Tawasul Al-Ijtima'i: Dirasah Li-Ta'amul Al-Jumhur 'Ala Mawaqi' Al-Manasat Al-Raqmiyah. Majallat Jami'at Misr Lil-Dirasat Al-Insaniyah, Al-Adad 3 (Adad Khas).

17. Mohamed Mortada, 2021. Dawr Al-I'lam Al-Riyadi Fi Al-Qadha' 'Ala Al-Ta'assub Fi 'Asr Al-'Awlamah. Al-Majallah Al-Misriyah Li-Buhuth Al-I'lam, Al-Adad 77.

18. Mona Abdul Latif, 2022. Al-Ta'assub Al-Riyadi Kama Tu'akis'hu Al-Mawaqi' Al-Riyadiyah Al-Iliktruniyah Wa 'Alaqaq'hu Bi-Al-Tawajuh Al-Mihaniyah Lil-Qaim Bil-Ittisal: Dirasah Tahliliyah Maydaniyah. Risalat Dukturah, Jami'at Al-Mansurah, Kuliyat Al-Adab, Qism Al-I'lam.

19. Nasser bin Abdullah bin Sa'id Al-Mashlawi, 2022. Tahaddiyat Tatbiq Idarat Al-Taghyeer Fi Al-Andiya Al-Riyadiyah Al-Sa'udiyah Min Wajhat Nathar Al-'Amilin Fiha Wa Sabil Al-Taghallub 'Alayha. Majallat Al-Qira'ah Wa Al-Ma'rifah, Al-Adad 244.

20. Raja Al-Salmi, 2014. Al-Ta'assub Al-Riyadi Wa Ta'thir Al-I'lam Al-Jadid. Al-Nadwa Al-Ilmiyah Li: Dawr Al-I'lam Al-