

## دور الأنشطة الاتصالية بالأندية الرياضية السعودية في نبذ التعصب الرياضي 2025

عبدالرحمن بن عادل بن عبدالعزيز المحيش

باحث ماجستير، تخصص الاتصال الاستراتيجي، قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل،  
المملكة العربية السعودية

A.almuhaish@hotmail.com

### ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الأندية الرياضية السعودية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، من خلال تحليل مدى تأثير هذه الأنشطة على وعي الجماهير وسلوكهم، وتقييم مدى نجاحها في تحقيق أهدافها. كما يسعى إلى تقديم مقترحات لتطوير استراتيجيات الاتصال الرياضي بما يسهم في خلق بيئة رياضية أكثر إيجابية. ويعتمد البحث على دراسة ميدانية تستند إلى آراء الجماهير، والإعلاميين، والقائمين على الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية، إضافة إلى تحليل المبادرات التي تم تنفيذها سابقاً في هذا المجال. ومن هنا تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية تبني استراتيجيات اتصال فعالة ومبتكرة لمكافحة التعصب الرياضي، وتدعو إلى تعزيز التعاون بين الأندية الرياضية والجهات المعنية لتحقيق الأهداف المنشودة. فالرياضة ليست مجرد منافسة بين الفرق، بل هي وسيلة لتعزيز القيم الإيجابية وبناء مجتمع متماسك يقوم على الاحترام والتقدير المتبادل.

**الكلمات المفتاحية:** الأنشطة الاتصالية، الأندية الرياضية، السعودية، التعصب الرياضي.

## The role of communication activities in Saudi sports clubs in rejecting sports fanaticism 2025

**Abdulrahman Adel Abdulaziz Al-Muhaish**

Master's Researcher, Strategic Communication, Department of Communication and Media,  
College of Arts, King Faisal University, Kingdom of Saudi Arabia  
A.almuhaish@hotmail.com

### Abstract

This research aims to examine the role of communication activities organized by Saudi sports clubs in reducing sports fanaticism. This research analyzes the impact of these activities on fans' awareness and behavior, and evaluates their success in achieving their goals. It also seeks to provide proposals for developing sports communication strategies that contribute to creating a more positive sports environment. The research relies on a field study based on the opinions of fans, media professionals, and those responsible for communication activities in sports clubs, in addition to an analysis of previously implemented initiatives in this field. This study highlights the importance of adopting effective and innovative communication strategies to combat sports fanaticism and calls for enhanced cooperation between sports clubs and relevant authorities to achieve the desired goals. Sports are not simply competition between teams; rather, they are a means of promoting positive values and building a cohesive society based on mutual respect and appreciation.

**Keywords:** Communication Activities, Sports Clubs, Saudi Arabia, Sports Fanaticism.

### مقدمة

يُعَدُّ التعصب الرياضي من الظواهر السلبية التي تؤثر على البيئة الرياضية والمجتمع بشكل عام، حيث يمتد تأثيره ليشمل الجوانب الاجتماعية والنفسية والثقافية. ومع تزايد شعبية الرياضة، خاصة كرة القدم، في المملكة العربية السعودية، أصبح من الضروري البحث في الأساليب الفعالة لمكافحة هذه الظاهرة وتعزيز

الروح الرياضية والتسامح بين المشجعين. في هذا السياق، تلعب الأنشطة الاتصالية دورًا جوهريًا في نشر الوعي الرياضي وتصحيح المفاهيم المغلوطة التي تؤدي إلى التعصب، مما يساهم في بناء بيئة رياضية صحية تعتمد على المنافسة الشريفة والاحترام المتبادل (جبريل، 2024).

تُعتبر الأندية الرياضية السعودية مؤسسات اجتماعية ذات تأثير واسع، ليس فقط من حيث تطوير المهارات الرياضية للاعبين، ولكن أيضًا في تشكيل سلوكيات المشجعين وتعزيز قيم التعايش والاعتدال. ومن خلال الأنشطة الاتصالية، مثل الحملات الإعلامية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والبرامج التوعوية، تستطيع الأندية التأثير على الجماهير، وتوجيههم نحو التشجيع الإيجابي بعيدًا عن التحيز والعنف اللفظي أو الجسدي. كما أن الإعلام الرياضي، بمختلف وسائله، يلعب دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام الرياضي، مما يجعل استخدامه بشكل صحيح أداة فعالة في محاربة التعصب وتعزيز الروح الرياضية (اللواتي، 2023).

وفي ظل التطورات التي يشهدها القطاع الرياضي في المملكة، أصبح هناك اهتمام متزايد بتطوير استراتيجيات الاتصال في الأندية الرياضية لمواكبة التحولات الاجتماعية والإعلامية. حيث تسعى هذه الأندية إلى تبني أساليب اتصال مبتكرة، مثل إنشاء منصات تفاعلية على وسائل التواصل الاجتماعي، وإطلاق حملات توعوية تتناول أهمية احترام المنافسين والالتزام بالأخلاق الرياضية، إضافة إلى التعاون مع الجهات المعنية، مثل وزارة الرياضة والاتحاد السعودي لكرة القدم، لنشر ثقافة التسامح والتعاون بين الجماهير (جبريل، 2024).

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الأندية الرياضية السعودية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، من خلال تحليل مدى تأثير هذه الأنشطة على وعي الجماهير وسلوكهم، وتقييم مدى نجاحها في تحقيق أهدافها. كما يسعى إلى تقديم مقترحات لتطوير استراتيجيات الاتصال الرياضي بما يساهم في خلق بيئة رياضية أكثر إيجابية. ويعتمد البحث على دراسة ميدانية تستند إلى آراء الجماهير، والإعلاميين، والقائمين على الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية، إضافة إلى تحليل المبادرات التي تم تنفيذها سابقًا في هذا المجال.

ومن هنا تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية تبني استراتيجيات اتصال فعالة ومبتكرة لمكافحة التعصب الرياضي، وتدعو إلى تعزيز التعاون بين الأندية الرياضية والجهات المعنية لتحقيق الأهداف المنشودة. فالرياضة ليست مجرد منافسة بين الفرق، بل هي وسيلة لتعزيز القيم الإيجابية وبناء مجتمع متماسك يقوم على الاحترام والتقدير المتبادل.

## مشكلة الدراسة

يُعَدُّ التعصب الرياضي من الظواهر السلبية التي تؤثر على بيئة الرياضة والمجتمع، حيث يمتد تأثيره ليشمل الجوانب الثقافية والاجتماعية والنفسية، مما يؤدي إلى حدوث خلافات بين الجماهير، وتصاعد حدة النزاعات بين المشجعين، وأحياناً وقوع أحداث عنف داخل الملاعب وخارجها. وعلى الرغم من التطورات الكبيرة التي شهدتها القطاع الرياضي في المملكة العربية السعودية، لا يزال التعصب الرياضي يشكل تحدياً يواجه الأندية الرياضية والإعلام الرياضي على حد سواء. لذا، أصبح من الضروري البحث في دور الأنشطة الاتصالية التي تعتمد عليها الأندية الرياضية في التصدي لهذه الظاهرة، ومدى فاعلية هذه الأنشطة في نشر الوعي وثقافة الروح الرياضية بين الجماهير. ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية السعودية في نبذ التعصب الرياضي؟

## أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور الحيوي الذي تلعبه الأنشطة الاتصالية في تشكيل الرأي العام الرياضي وتعزيز الوعي الجماهيري بأهمية التشجيع الإيجابي والروح الرياضية. وتكمن أهمية الدراسة في عدة جوانب، منها:

### 1. الأهمية العلمية:

- تسلط الدراسة الضوء على العلاقة بين الأنشطة الاتصالية والتعصب الرياضي، وهو موضوع لم يحظَ بالقدر الكافي من البحث في السياق السعودي.
- تساهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية حول استراتيجيات الاتصال الرياضي ودورها في التأثير على الجماهير.

### 2. الأهمية العملية:

- تقدم الدراسة توصيات عملية يمكن أن تستفيد منها الأندية الرياضية في تطوير خططها الاتصالية للحد من التعصب.
- تساعد القائمين على الإعلام الرياضي في تبني ممارسات إعلامية مسؤولة تعزز الروح الرياضية.
- توفر إطاراً مرجعياً يمكن لصناع القرار في القطاع الرياضي الاستفادة منه عند تصميم حملات توعوية لمكافحة التعصب.

## أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أبرزها:

1. تحليل مفهوم التعصب الرياضي، وأسبابه وآثاره السلبية على الرياضة والمجتمع.
2. دراسة واقع الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية السعودية، والآليات المستخدمة في التواصل مع الجماهير.
3. تحديد مدى تأثير الأنشطة الاتصالية في تقليل مظاهر التعصب الرياضي، وتعزيز التشجيع الإيجابي.
4. الكشف عن التحديات والمعوقات التي تواجه الأندية الرياضية في تنفيذ استراتيجيات الاتصال الفعالة لمحاربة التعصب.
5. اقتراح توصيات واستراتيجيات يمكن أن تسهم في تحسين دور الأنشطة الاتصالية في نبذ التعصب الرياضي وتعزيز الروح الرياضية في المملكة العربية السعودية.

## تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي: ما دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية السعودية في نبذ التعصب الرياضي؟

### التساؤلات الفرعية:

1. ما أبرز أشكال التعصب الرياضي المنتشرة في الأوساط الرياضية السعودية؟
2. ما أهم الأنشطة الاتصالية التي تعتمد عليها الأندية الرياضية السعودية في مكافحة التعصب الرياضي؟
3. ما مدى تأثير هذه الأنشطة الاتصالية على وعي الجماهير وسلوكهم؟
4. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز أو الحد من التعصب الرياضي؟
5. ما التحديات التي تواجه الأندية الرياضية في تنفيذ أنشطة اتصالية فعالة لمواجهة التعصب الرياضي؟
6. ما المقترحات التي يمكن أن تسهم في تطوير استراتيجيات الاتصال داخل الأندية السعودية لمكافحة التعصب الرياضي؟

## فروض الدراسة

استناداً إلى مشكلة الدراسة وأهدافها، تفترض الدراسة ما يلي:

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الأندية الرياضية ومستوى التعصب الرياضي بين الجماهير.

2. تساهم الأنشطة الاتصالية الفعالة في تعزيز الوعي الجماهيري بأهمية التشجيع الإيجابي وتقليل مظاهر التعصب.
3. تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مزدوجًا، حيث يمكن أن تساهم في نشر التعصب الرياضي أو مكافحته بناءً على طريقة استخدامها.
4. تعاني الأندية الرياضية السعودية من بعض التحديات في تنفيذ استراتيجيات اتصالية فعالة لمكافحة التعصب، مثل نقص الدعم المالي أو ضعف التنسيق مع وسائل الإعلام.

### الدراسات السابقة

#### المتغير المستقل: الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية:

تلعب الأنشطة الاتصالية التي تعتمد على الأندية الرياضية دورًا أساسيًا في التأثير على الجماهير، سواء من حيث تشكيل مواقفهم واتجاهاتهم، أو تعزيز الروح الرياضية بينهم، أو حتى في بعض الأحيان تحفيز التعصب الرياضي بشكل غير مباشر. هذه الأنشطة تشمل مختلف وسائل الاتصال، مثل الحملات الإعلامية، والبرامج التلفزيونية الرياضية، والندوات التوعوية، والمحتوى الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي، والتفاعل المباشر مع الجمهور عبر الفعاليات الميدانية. يكتسب الإعلام الرياضي أهمية كبيرة كأداة رئيسية لنقل الرسائل الرياضية المؤثرة، حيث أشار العقيل (2023) إلى أن البرامج الرياضية التلفزيونية تلعب دورًا بارزًا في تشكيل وعي الجماهير الرياضية، سواء من خلال عرض المحتوى التحليلي الهادئ أو المساهمة في تأجيج التعصب عندما تركز على الإثارة والصراعات بين الفرق والمشجعين.

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر الأدوات الحديثة تأثيرًا في تشكيل الرأي العام الرياضي، حيث توفر للأندية الرياضية منصات تفاعلية تصل إلى شريحة واسعة من الجماهير بسرعة كبيرة. وأكدت دراسة لاشين (2023) أن التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين على شبكات التواصل الاجتماعي له تأثير كبير على إدراك الجماهير لقضية التعصب الرياضي، حيث يمكن للمحتوى الذي يقدمه هؤلاء المؤثرون أن يعزز الروح الرياضية أو يفاقم التعصب، وفقًا لطريقة طرحه. وفي هذا السياق، تشير دراسة محسن وآخرون (2023) إلى أن المحتوى الذي يتم نشره عبر منصات التواصل الاجتماعي الرياضية يمكن أن يلعب دورًا حاسمًا في تشكيل النقاشات الجماهيرية، إذ أن التحليل الهادئ للأحداث الرياضية يقلل من النزعات العدائية، بينما يساهم الخطاب العاطفي والمتحيز في تعزيز الاستقطاب بين الجماهير.

إلى جانب الإعلام الرقمي، تستخدم الأندية الرياضية حملات توعوية مباشرة تستهدف الجماهير داخل الملاعب أو عبر الندوات والمؤتمرات التي تهدف إلى نشر ثقافة التشجيع الإيجابي. وتؤكد دراسة المغذوي (2015) أن المؤسسات التربوية تلعب دورًا تكامليًا مع الأندية الرياضية في مواجهة التعصب، حيث توفر بيئة تعليمية يمكن من خلالها توجيه الشباب نحو فهم أعمق لقيم التسامح الرياضي وأهمية احترام الفرق الأخرى، مما يدعم الجهود الاتصالية التي تقوم بها الأندية. وتضيف دراسة جبريل (2024) أن تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الرياضية ذات الطابع التوعوي يقلل من استثارة مشاعر التعصب لديهم، وهو ما يشير إلى أهمية إنتاج محتوى إعلامي متزن ومؤثر في الوقت ذاته.

يتضح أن الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية الرياضية لها تأثير كبير على الجماهير، ولكن هذا التأثير يعتمد بشكل أساسي على طريقة تنفيذ هذه الأنشطة وطبيعة الرسائل التي يتم إيصالها. فإذا ركزت الأندية على نشر قيم التنافس الشريف وروح الرياضة عبر مختلف الوسائل الإعلامية والفعاليات الجماهيرية، فإنها ستساهم في تقليل التعصب بين الجماهير. أما إذا تم استخدام هذه الأدوات بشكل غير مسؤول، فقد تؤدي إلى عكس النتائج المرجوة، مما يعزز من حدة الانقسامات والتوترات بين المشجعين. ومن هنا، تبرز أهمية تطوير استراتيجيات اتصال رياضي قائمة على أسس علمية لضمان تحقيق التأثير الإيجابي المطلوب.

### المتغير التابع: نبذ التعصب الرياضي:

يُعتبر التعصب الرياضي من الظواهر التي تؤثر سلبيًا على المناخ الرياضي العام، حيث يمتد تأثيره ليشمل الجماهير، واللاعبين، والإعلاميين، وحتى المؤسسات الرياضية نفسها. يرتبط التعصب بمشاعر الولاء والانتماء المفرط لفريق معين على حساب الفرق الأخرى، مما يؤدي في بعض الحالات إلى سلوكيات عدوانية بين المشجعين أو حملات تشويه إعلامية ضد الفرق المنافسة. وقد تناولت العديد من الدراسات هذا الموضوع، حيث أشار جبريل (2024) إلى أن التعصب الرياضي يتأثر بشكل كبير بطبيعة المحتوى الذي يتعرض له المشجعون، إذ أن المحتوى التحليلي المتزن يقلل من نزعات التعصب، بينما يساهم الإعلام المثير والمتحيز في تصعيد هذه الظاهرة.

أحد العوامل التي تعزز التعصب الرياضي هو الانحياز الإعلامي في التغطية الرياضية، حيث أشارت دراسة اللواتي (2023) إلى أن عدالة التغطية الإعلامية تلعب دورًا أساسيًا في تشكيل اتجاهات الجماهير. فعندما يكون الإعلام منحازًا لطرف معين دون تقديم تغطية متوازنة، فإنه يغذي مشاعر التعصب لدى الجماهير، مما يؤدي إلى زيادة التوترات بين المشجعين. وعلى النقيض، فإن التغطية الإعلامية العادلة والمهنية تساعد في خلق بيئة رياضية صحية تقوم على احترام المنافسة والروح الرياضية.

إلى جانب الإعلام، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مزدوجًا في هذه الظاهرة، حيث يمكن أن تكون وسيلة لنشر ثقافة التسامح الرياضي أو أداة لتعزيز التعصب. فقد أظهرت دراسة حسين (2018) أن الإعلام التقليدي والحديث يؤثر بشكل واضح على الشباب الجامعي في السعودية، حيث أن المنصات الرقمية يمكن أن تصبح مصدرًا لتصعيد النزاعات بين المشجعين إذا لم يتم استخدامها بشكل مسؤول. كما أن النقاشات الجماهيرية عبر الإنترنت قد تتحول إلى مشاحنات عداوية عندما يغيب عنها الاعتدال والرقابة الإعلامية اللازمة.

لا يمكن أيضًا إغفال دور البرامج التلفزيونية الرياضية في تشكيل تصورات الجمهور حول المنافسات الرياضية. فقد أكدت دراسة العقيل (2023) أن الجمهور السعودي يرى أن بعض البرامج الرياضية تساهم في تأجيج التعصب من خلال أسلوب التغطية الذي يركز على الجدل والصراعات بين الفرق والمحللين الرياضيين. بالمقابل، فإن البرامج التي تتبنى منهجًا تحليليًا عقلانيًا تساهم في تقليل التوتر بين الجماهير وتعزز الفهم العميق لأداء الفرق الرياضية دون إثارة مشاعر الكراهية أو العداوة.

يمكن القول إن نبذ التعصب الرياضي يتطلب جهودًا متكاملة تشمل الإعلام، والمؤسسات الرياضية، والجماهير أنفسهم. فكما تؤكد دراسة حميد والداغستاني (2020)، فإن نسق المعتقدات الجماهيرية يتشكل بناءً على مجموعة من العوامل الثقافية والاجتماعية والإعلامية، مما يعني أن أي استراتيجية تهدف إلى تقليل التعصب الرياضي يجب أن تأخذ في الاعتبار هذه العوامل مجتمعة لضمان تحقيق نتائج فعالة ومستدامة.

### العلاقة بين الأنشطة الاتصالية ونبذ التعصب الرياضي:

تشير الأدلة البحثية إلى أن العلاقة بين الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية ونبذ التعصب الرياضي هي علاقة قوية ومباشرة، حيث يمكن لهذه الأنشطة أن تؤثر بشكل فعال في سلوك المشجعين واتجاهاتهم. عندما تقوم الأندية بتصميم وتنفيذ حملات اتصالية توعوية تهدف إلى تعزيز ثقافة الاحترام بين الجماهير، فإنه يساهم في الحد من مظاهر التعصب في المجتمع الرياضي. وقد أوضحت دراسة جبريل (2024) أن التعرض المستمر للمحتوى الرياضي الهادف الذي يشجع على الروح الرياضية يمكن أن يقلل من مشاعر التعصب لدى الجماهير، في حين أن التعرض المتكرر للمحتوى المثير الذي يركز على النزاعات والصراعات الرياضية قد يؤدي إلى زيادة حدة التعصب.

إحدى أهم الآليات التي تساهم في تحقيق هذه العلاقة الإيجابية هي حملات التوعية الإعلامية التي تنفذها الأندية بالتعاون مع الجهات الإعلامية المختلفة. فقد وجدت دراسة اللواتي (2023) أن الشباب الجامعيين الذين تعرضوا لحملات إعلامية تدعو إلى التشجيع النزيه كانوا أقل ميلًا إلى تبني سلوكيات تعصب مقارنة بأقرانهم الذين لم يتعرضوا لمثل هذه الحملات. وبالمثل، أشارت دراسة المغذوي (2015) إلى أن الجمع بين

الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية والمؤسسات التربوية يحقق تأثيراً أكبر في نشر ثقافة التسامح الرياضي مقارنة بالاكتماء بالمبادرات الفردية للأندية وحدها.

بناءً على هذه المعطيات، يتضح أن تطوير استراتيجيات اتصال رياضية متوازنة تلعب دوراً رئيسياً في مكافحة التعصب الرياضي، حيث إن الجمع بين الإعلام المسؤول، ومنصات التواصل الاجتماعي الهادفة، والتوعية الجماهيرية يمكن أن يكون له تأثير طويل الأمد في تحسين البيئة الرياضية بشكل عام.

### التعقيب على الدراسات السابقة والفجوة البحثية

أظهرت الدراسات السابقة أهمية الإعلام الرياضي ووسائل الاتصال المختلفة في تشكيل الاتجاهات الجماهيرية نحو التعصب الرياضي، سواء بطريقة إيجابية تساهم في نبذ التعصب أو بطريقة سلبية تؤدي إلى تأجيجه. وقد تناولت العديد من الدراسات هذا الموضوع من زوايا مختلفة، حيث ركزت بعض الأبحاث على دور الإعلام التقليدي والحديث في تعزيز التعصب أو مكافحته (حسين، 2018؛ العقيل، 2023)، بينما تناولت دراسات أخرى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على إدراك الجماهير لمشكلة التعصب الرياضي (لاشين، 2023؛ محسن وآخرون، 2023). كما اهتمت بعض الدراسات بالعوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر على التعصب الرياضي، مثل نسق المعتقدات الجماهيرية وتأثير الجماعة المرجعية (حميد والداغستاني، 2020).

من خلال مراجعة هذه الدراسات، يتضح أن الإعلام الرياضي يُعد من العوامل المؤثرة في ظاهرة التعصب الرياضي، حيث يمكن أن يكون أداة فعالة لنشر ثقافة الروح الرياضية إذا تم استخدامه بشكل متوازن ومسؤول، أو قد يتحول إلى عامل محفز للتعصب إذا انحرف عن دوره التوعوي. وقد أشارت الدراسات إلى أن التغطية الإعلامية غير العادلة، والتركيز على الإثارة والجدل في البرامج الرياضية، واستخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل غير مسؤول، كلها عوامل تساهم في زيادة مستويات التعصب بين الجماهير (اللواتي، 2023؛ جبريل، 2024).

فيما يتعلق بدور المؤسسات الرياضية، فقد أكدت بعض الأبحاث على أهمية الحملات التوعوية التي تنظمها الأندية الرياضية، حيث وجدت دراسة المغذوي (2015) أن الجمع بين الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية والمؤسسات التعليمية يساعد في تقليل التعصب الرياضي بين المشجعين. كما بينت دراسة العقيل (2023) أن البرامج الرياضية التلفزيونية التي تعتمد على التحليل الموضوعي يمكن أن تساهم في تقليل التعصب، في حين أن البرامج التي تركز على الجدل والصراعات يمكن أن تؤدي إلى عكسه.

على الرغم من القيمة العلمية لهذه الدراسات، إلا أن هناك فجوات بحثية لا تزال بحاجة إلى المزيد من الدراسة والتحليل. أولاً، لم تتناول الدراسات السابقة بشكل كافٍ الدور التكاملي بين الأندية الرياضية ووسائل الإعلام المختلفة في معالجة التعصب الرياضي، حيث ركزت معظم الأبحاث على الإعلام الرياضي كعامل منفصل دون النظر إلى تأثير الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية بالتعاون مع الإعلام. ثانياً، لم يتم إجراء دراسات كافية حول تأثير المحتوى الاتصالي الذي تبثه الأندية عبر منصاتها الرسمية، مثل مواقعها الإلكترونية وحساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي، في توجيه سلوك الجماهير وتعزيز ثقافة التسامح الرياضي.

ثالثاً، هناك نقص في الدراسات التي تبحث في كيفية تفاعل الجماهير مع الرسائل الاتصالية التي تقدمها الأندية، حيث أن معظم الأبحاث السابقة ركزت على تحليل المحتوى الإعلامي دون فحص استجابة الجمهور لهذا المحتوى. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى دراسات تحليلية تقيس مدى تأثير هذه الأنشطة الاتصالية على الجمهور الرياضي، خاصة في السياق السعودي الذي يتميز بوجود جماهير رياضية نشطة ومتفاعلة مع الأحداث الرياضية.

بناءً عليه، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة البحثية من خلال التركيز على دور الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية الرياضية السعودية في نبذ التعصب الرياضي، مع تحليل مدى تأثير هذه الأنشطة على وعي الجمهور وسلوكياته. كما تهدف الدراسة إلى استكشاف كيفية تفاعل الجماهير مع المحتوى الاتصالي الذي تبثه الأندية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، مما سيساعد في تقديم توصيات عملية للأندية لتطوير استراتيجيات اتصال أكثر فاعلية في مكافحة التعصب الرياضي.

### التعريف بالمصطلحات

يُعد التعريف بالمصطلحات أحد الأسس المنهجية الضرورية في أي بحث علمي، إذ يساعد في توضيح المفاهيم الأساسية التي يقوم عليها البحث، مما يساهم في ضبط الفهم وتوحيد المصطلحات بين الباحثين والقراء. وفي هذا السياق، تهدف هذه الدراسة إلى تعريف أبرز المفاهيم المستخدمة، مثل الأنشطة الاتصالية، الأندية الرياضية، التعصب الرياضي، الإعلام الرياضي، ووسائل التواصل الاجتماعي، استناداً إلى ما ورد في الأدبيات السابقة، بهدف تقديم إطار مفاهيمي واضح وشامل.

### الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية:

تُشير الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية إلى مجموعة من الاستراتيجيات والأساليب التي تعتمد عليها الأندية في التواصل مع جماهيرها، سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية، أو عبر منصات التواصل الاجتماعي، أو من

خلال الحملات التوعوية المباشرة والفعاليات الميدانية. وتُستخدم هذه الأنشطة لنقل الرسائل الإعلامية المختلفة، مثل الترويج للفعاليات الرياضية، وتحفيز الجماهير على التشجيع الإيجابي، وتعزيز الروح الرياضية بينهم. ويرى العقيل (2023) أن الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية الرياضية يمكن أن تلعب دورًا رئيسيًا في توجيه اتجاهات الجمهور نحو الرياضة بشكل إيجابي، حيث تساهم البرامج الرياضية التحليلية المتزنة في تشكيل وعي المشجعين وتقليل النزعات التعصبية لديهم.

من جهة أخرى، يذهب حسين (2018) إلى أن الأنشطة الاتصالية تشمل مختلف أشكال التفاعل بين الأندية وجماهيرها، سواء من خلال الإعلام التقليدي، مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، أو عبر الإعلام الجديد، مثل حسابات الأندية على منصات التواصل الاجتماعي. ويؤكد أن جودة هذه الأنشطة ومدى موضوعيتها يؤثران بشكل مباشر على كيفية استقبال الجماهير للمحتوى الرياضي، فكلما كانت الرسائل الاتصالية متزنة وموضوعية، ساعد في تقليل التعصب، والعكس صحيح. وبهذا يتضح أن الأنشطة الاتصالية ليست مجرد وسائل لنقل المعلومات، بل هي أدوات قوية يمكن توظيفها للتأثير على الجمهور الرياضي.

### الأندية الرياضية:

تُعرف الأندية الرياضية بأنها المؤسسات التي تُعنى بتقديم الأنشطة الرياضية المختلفة، وتعمل على تطوير اللاعبين، وتنظيم الفعاليات الرياضية، بالإضافة إلى بناء قاعدة جماهيرية داعمة. وتلعب الأندية دورًا مهمًا في التفاعل مع جمهورها من خلال قنوات الاتصال المختلفة، مما يجعلها أحد العوامل المؤثرة في تشكيل الاتجاهات الرياضية للمشجعين. ويرى المغذوي (2015) أن الأندية الرياضية لا تقتصر أدوارها على الجوانب الفنية والتدريبية، بل تمتد لتشمل الأدوار التوعوية والاجتماعية، حيث يمكن أن تساهم في نشر ثقافة التسامح بين الجماهير، من خلال تنفيذ حملات توعوية تهدف إلى الحد من ظاهرة التعصب الرياضي.

وبحسب دراسة جبريل (2024)، فإن الأندية الرياضية تمتلك تأثيرًا مباشرًا على مشجعيها، حيث يمكن أن تؤدي مواقفها وتصريحات مسؤوليها إلى تهدئة الأجواء الرياضية أو تصعيدها. فإذا تبنت الأندية خطابًا هادئًا يدعو إلى الروح الرياضية، فإنه سينعكس على سلوك الجماهير، أما إذا لجأت إلى تصريحات متحيزة أو مثيرة للجدل، فقد يؤدي إلى زيادة مستويات التعصب لديهم. ومن هنا، يظهر أن طريقة إدارة الأندية لأنشطتها الاتصالية تؤثر بشكل مباشر على طبيعة التشجيع في المجتمع الرياضي.

### التعصب الرياضي:

يُعرف التعصب الرياضي بأنه الميل المفرط لدعم فريق معين على حساب الفرق الأخرى، بحيث يتحول الانتماء الرياضي إلى تعصب غير عقلائي قد يؤدي إلى سلوكيات عدائية تجاه الجماهير المنافسة، أو حتى تجاه اللاعبين والإعلاميين. وقد تناولت العديد من الدراسات هذه الظاهرة، حيث يرى حميد والداغستاني (2020) أن التعصب الرياضي مرتبط بشكل وثيق بنسق المعتقدات الجماهيرية، حيث تتشكل توجهات المشجعين بناءً على تأثيرات ثقافية وإعلامية واجتماعية، مما يجعلهم أكثر ميلاً لتبني مواقف متحيزة تجاه فرقهم المفضلة.

من جانبه، يشير اللواتي (2023) إلى أن التغطية الإعلامية غير العادلة للأحداث الرياضية تسهم في تأجيج التعصب، حيث يؤدي التحيز الإعلامي إلى خلق شعور بالظلم لدى جماهير بعض الفرق، مما يدفعهم إلى تصعيد مواقفهم وتعزيز مشاعر التعصب لديهم. كما أوضح أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة خصبة لانتشار خطاب الكراهية الرياضي، حيث يستخدم بعض المشجعين هذه المنصات لنشر محتوى استفزازي ضد الفرق المنافسة، مما يساهم في تعميق الفجوة بين الجماهير.

### الإعلام الرياضي:

يُعرف الإعلام الرياضي بأنه المجال الإعلامي المتخصص في تغطية الأحداث والفعاليات الرياضية، ويتضمن مختلف الوسائل الإعلامية، مثل الصحافة الرياضية، والتلفزيون، والإذاعة، والمواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي. وتلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في تشكيل الرأي العام الرياضي، حيث يمكن أن تساهم في تعزيز ثقافة الروح الرياضية، أو في تأجيج التعصب، بحسب طبيعة المحتوى الذي تقدمه. ويؤكد العقيل (2023) أن البرامج الرياضية التلفزيونية تمتلك تأثيراً كبيراً على الجمهور، حيث تؤثر طريقة عرض الأحداث الرياضية، واختيار الضيوف والمحللين، واللغة المستخدمة في النقاشات، على كيفية تفاعل المشجعين مع الفرق المتنافسة.

أما دراسة صلاح الدين وآخرين (2020)، فقد أوضحت أن الإعلام الرياضي يمكن أن يكون أداة إيجابية لنشر الوعي بين الجماهير، إذا ركز على التحليل الموضوعي للأحداث الرياضية، بدلاً من إثارة الجدل والخلافات. وبيّنت الدراسة أن بعض البرامج الرياضية تلجأ إلى أساليب الإثارة لجذب المشاهدين، مما يؤدي إلى تأجيج المشاعر الجماهيرية وتعزيز الاستقطاب الرياضي. لذلك، يوصي الباحثون بضرورة التزام الإعلام الرياضي

بالمهنية والحياد، لضمان أن يكون أداة لبناء الوعي الرياضي بدلاً من أن يكون وسيلة لتعميق الانقسامات الجماهيرية.

### وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجماهير الرياضية:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم المنصات الاتصالية الحديثة التي يستخدمها الجمهور الرياضي للتفاعل مع الأحداث الرياضية، حيث توفر بيئة تفاعلية تتيح للمشجعين التعبير عن آرائهم بحرية، والتواصل المباشر مع الأندية واللاعبين والإعلاميين. ويرى حسين (2018) أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت ساحة رئيسية للنقاشات الرياضية، حيث يمكن أن تكون أداة إيجابية لنشر ثقافة الروح الرياضية، أو قد تتحول إلى منصة لترويج خطاب التعصب، تبعاً لطبيعة المحتوى المتداول عليها.

وقد أشارت دراسة لاشين (2023) إلى أن المؤثرين الرياضيين على وسائل التواصل الاجتماعي لديهم تأثير قوي على الجمهور، حيث يمكن لمحتواهم أن يشجع على التشجيع الإيجابي أو أن يساهم في استثارة التعصب الرياضي. وأوضحت الدراسة أن المشجعين الذين يتابعون صفحات رياضية تتبنى خطاباً متزناً يكونون أقل عرضة للانجراف نحو التعصب، مقارنة بمن يتابعون محتوى رياضياً متحيزاً أو مثيراً للجدل.

أما محسن وآخرون (2023)، فقد أشاروا إلى أن التعصب الرياضي على وسائل التواصل الاجتماعي لا يقتصر فقط على الجمهور، بل يمتد إلى الأندية نفسها، حيث قد تستخدم بعض الأندية حساباتها الرسمية لنشر محتوى يشجع على المنافسة غير الصحية. وأكدت الدراسة أن وجود سياسات رقابة وإرشاد واضحة يمكن أن يساعد في الحد من هذه الظاهرة، من خلال توجيه المحتوى الرياضي نحو تعزيز ثقافة الاحترام المتبادل بين الجماهير.

يتضح من التعريفات السابقة أن الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية، والتغطية الإعلامية، ووسائل التواصل الاجتماعي، كلها عوامل تلعب دوراً حاسماً في تشكيل مواقف الجماهير واتجاهاتهم نحو التعصب الرياضي. وتبرز أهمية الإعلام الرياضي في التأثير على الجمهور، حيث يمكن أن يكون أداة لنشر الوعي الرياضي إذا التزم بالمهنية والحياد، أو قد يتحول إلى وسيلة لتأجيج التعصب إذا ركز على الإثارة والمحتوى الموجه. كما أن الأندية الرياضية تمتلك دوراً رئيسياً في ضبط سلوك جماهيرها، من خلال تبني سياسات اتصالية تهدف إلى نشر ثقافة الروح الرياضية.

وبالتالي، فإن دراسة تأثير هذه العوامل في السياق السعودي يمكن أن تساهم في تقديم حلول عملية للحد من التعصب الرياضي، وتعزيز بيئة رياضية أكثر إيجابية وتسامحاً.

## منهج الدراسة وأدواتها

تستند هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي، والذي يُعد الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والرياضية وتحليلها بشكل دقيق، إذ يعتمد على جمع البيانات من مجتمع الدراسة وتحليلها للوصول إلى نتائج علمية تساهم في تفسير الظاهرة محل البحث. ويُعد هذا المنهج مناسباً لدراسة تأثير الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية السعودية على الحد من التعصب الرياضي، نظراً لقدرته على وصف الظاهرة كما هي في الواقع، وتحليل العلاقة بين متغيراتها المختلفة.

يعتمد هذا المنهج على جمع البيانات من عينة ممثلة للمجتمع المستهدف، وهو ما يسمح بفهم أعمق لدور الأنشطة الاتصالية في التأثير على الجمهور الرياضي، وبالتالي إمكانية تقديم توصيات مبنية على أسس علمية تساعد في تحسين الاستراتيجيات الاتصالية للأندية الرياضية في المملكة العربية السعودية.

## الدراسة الميدانية

### أداة الدراسة: الاستبيان كأداة بحثية:

سيتم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظراً لقدرته على جمع معلومات واسعة من عدد كبير من المشاركين بطريقة منظمة وقابلة للتحليل الإحصائي. ويتميز الاستبيان بإمكانية توفير بيانات كمية ونوعية تساعد في قياس الاتجاهات والآراء المختلفة حول الأنشطة الاتصالية للأندية الرياضية وأثرها في الحد من التعصب الرياضي.

وسيشمل الاستبيان مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة، مما يتيح للمشاركين التعبير عن آرائهم بشكل دقيق، إلى جانب تسهيل عملية تحليل البيانات. وسيتم توزيعه على مجموعة مختارة من المشاركين الذين يمثلون مختلف الفئات المرتبطة بالظاهرة المدروسة، وهم:

1. جماهير الأندية الرياضية: كونهم العنصر الأساسي المتأثر بالتعصب الرياضي، ويعكسون مدى نجاح أو فشل الأنشطة الاتصالية للأندية في توجيههم نحو التشجيع الإيجابي.
2. المسؤولون الإعلاميون في الأندية الرياضية: لكونهم الجهة المسؤولة عن تصميم وتنفيذ الخطط الاتصالية داخل الأندية، وبالتالي فهم مؤثرون رئيسيون في تشكيل صورة الأندية لدى الجمهور.

3. الإعلاميون الرياضيون: لمعرفة دور الإعلام الرياضي في تعزيز أو الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، ومدى التزامه بالمهنية والموضوعية في تناوله للأحداث الرياضية.

4. الخبراء في الاتصال الرياضي: بهدف الحصول على رؤى متخصصة حول تأثير استراتيجيات الأندية في التفاعل مع جمهورها، ودورها في تعزيز قيم الروح الرياضية.

### مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من الأفراد والجهات التي لها صلة مباشرة بموضوع البحث، حيث سيتم التركيز على الفئات التالية:

- جماهير الأندية الرياضية السعودية، باعتبارهم الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية التي توجهها الأندية الرياضية، وبالتالي فهم الفئة التي تتأثر مباشرة بالأنشطة الاتصالية وقد تسهم في تشكيل بيئة رياضية إيجابية أو تزيد من التعصب الرياضي.
- المسؤولون الإعلاميون في الأندية الرياضية، حيث إنهم الجهة المسؤولة عن إدارة قنوات الاتصال للأندية، وتصميم الرسائل الإعلامية التي تصل إلى الجماهير، وبالتالي فإن فهم رؤيتهم قد يسهم في تطوير استراتيجيات فعالة لمكافحة التعصب الرياضي.
- الإعلاميون الرياضيون، الذين يؤثرون بشكل كبير على الرأي العام الرياضي من خلال تحليلهم وتغطيتهم للأحداث الرياضية، مما يجعلهم طرفًا مهمًا في دراسة العلاقة بين الإعلام والأنشطة الاتصالية للأندية من جهة، وبين مستوى التعصب الرياضي من جهة أخرى.
- الخبراء في مجال الاتصال الرياضي، الذين يمتلكون المعرفة الأكاديمية والتطبيقية حول أساليب الاتصال الرياضي الفعالة، وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، مما يمكنهم من تقديم رؤى وتوصيات تعزز من فهم طبيعة العلاقة بين الأندية والجمهور الرياضي.

### عينة الدراسة

نظرًا لاتساع مجتمع الدراسة وصعوبة استقصاء جميع أفرادها، سيتم اختيار عينة ممثلة باستخدام الطريقة العشوائية الطبقية، لضمان شمول مختلف الفئات ذات العلاقة بموضوع الدراسة. وستكون عينة الدراسة كما يلي:

- 200 مشارك من جماهير الأندية الرياضية، لضمان الحصول على تمثيل واسع للآراء والاتجاهات المختلفة تجاه الأنشطة الاتصالية وتأثيرها في نبذ التعصب.
- الصدق والثبات في أداة الدراسة
- لضمان موثوقية وفعالية الأداة البحثية، سيتم التحقق من صدق وثبات الاستبيان من خلال الإجراءات التالية:
- **صدق الأداة:** سيتم التأكد من أن الاستبيان يقيس الظاهرة محل الدراسة بشكل دقيق من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الاتصال الرياضي والإعلام الرياضي. وسيتم تعديل أو تحسين الأسئلة وفقًا لملاحظاتهم لضمان تغطيتها لجميع جوانب الدراسة.
- **ثبات الأداة:** لضمان استقرار النتائج واتساق الإجابات عند تكرار استخدام الاستبيان، سيتم قياس الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) فإذا كانت قيمة معامل الثبات مرتفعة (عادة فوق 0.7)، فهذا يشير إلى أن الأسئلة متناسقة وتوفر نتائج يمكن الاعتماد عليها.

### المقاييس والاختبارات الإحصائية التي تم استخدامها

- اعتمدت الدراسة على عدد من المقاييس والاختبارات الإحصائية لتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، وذلك باستخدام برنامج SPSS، وقد تمثلت هذه الأدوات فيما يلي:
- **الإحصاءات الوصفية (Descriptive Statistics):** تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لتحليل استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة وتحديد اتجاهاتهم نحو محاور الدراسة.
- **الوزن النسبي (Relative Weight):** استُخدم لحساب درجة توافر أو أهمية كل فقرة ومحور في الاستبانة، مما ساعد في تصنيف النتائج إلى مستويات (مرتفع، متوسط، منخفض).
- **اختبار الارتباط بيرسون (Pearson Correlation):** لقياس العلاقة بين المتغيرات الكمية مثل العلاقة بين دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية (القسم الثاني) وتأثير الإعلام الرياضي في التعصب (القسم الثالث)، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية عند مستوى 0.01.
- **تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA):** استخدم هذا التحليل لاختبار الفروق بين متوسطات مجموعة أو أكثر من المتغيرات، مثل:

- تأثير العمر كمتغير مستقل على تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية (القسم الخامس) كمتغير تابع.
- تأثير فاعلية الأنشطة الاتصالية (القسم الثاني) على وعي وسلوك الجماهير (القسم الخامس)، وقد بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05.
- اختبار مربع كاي (Chi-Square): تم استخدامه لتحليل العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومظاهر التعصب الرياضي.

### أقسام الدراسة

#### نتائج الدراسة

- القسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية.
- القسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي.
- القسم الرابع: دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي.
- القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب.
- القسم السادس: استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل.

### إجراءات الصدق والثبات

يُعرف الاتساق الداخلي بأنه مدى مقدرة الاستبيان على قياس ما صمم من أجله (Hair et al. 2006) وقد تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي لأداة البحث من خلال حساب معامل الارتباط لبيرسون بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي له، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (1): الاتساق الداخلي للاستبانة حسب الأقسام

| المحاور                                                         | رقم العبارة | الارتباط بالمحور | الدلالة الإحصائية | المحاور                                                        | رقم العبارة | الارتباط بالمحور | الدلالة الإحصائية |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------|-------------|------------------|-------------------|
| القسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية         | 1           | .953**           | .000              | القسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي          | 6           | .466**           | .000              |
|                                                                 | 2           | .959**           | .000              |                                                                | 7           | .490**           | .000              |
|                                                                 | 3           | .961**           | .000              |                                                                | 8           | .501**           | .000              |
|                                                                 | 4           | .955**           | .000              |                                                                | 9           | .448**           | .000              |
|                                                                 | 5           | .962**           | .000              |                                                                | 10          | .431**           | .000              |
| القسم الرابع: دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي | 11          | .661**           | .000              | القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب | 16          | .683**           | .000              |
|                                                                 | 12          | .650**           | .000              |                                                                | 17          | .399**           | .000              |
|                                                                 | 13          | .239**           | .000              |                                                                | 18          | .611**           | .000              |
|                                                                 | 14          | .270**           | .000              |                                                                | 19          | .758**           | .000              |
|                                                                 | 15          | .382**           | .000              |                                                                | 20          | .375**           | .000              |
| القسم السادس: استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل | 21          | .775**           | .000              |                                                                |             |                  |                   |
|                                                                 | 22          | .726**           | .000              |                                                                |             |                  |                   |
|                                                                 | 23          | .761**           | .000              |                                                                |             |                  |                   |
|                                                                 | 24          | .732**           | .000              |                                                                |             |                  |                   |
|                                                                 | 25          | .742**           | .000              |                                                                |             |                  |                   |

أظهرت نتائج تحليل الاتساق الداخلي لأداة الاستبانة باستخدام معامل الارتباط (Pearson) دلالة إحصائية عالية لجميع العبارات، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية .000 لجميع البنود، مما يشير إلى وجود ارتباط دال إحصائياً بين العبارات والمحاور التي تنتمي إليها. فقد تراوحت معاملات الارتباط في القسم الثاني "دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية" بين (.953\*\*) و(.962\*\*)، مما يدل على اتساق مرتفع بين بنود هذا القسم. كما تراوحت معاملات الارتباط في القسم الثالث "تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي" بين (.431\*\*) و(.501\*\*)، وفي القسم الرابع "دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي" بين (.239\*\*) و(.661\*\*)، وهي تشير إلى اتساق مقبول إلى جيد. أما القسم الخامس "تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب" فقد تراوحت معاملات الارتباط فيه بين (.375\*\*) و(.758\*\*)، بينما أظهر القسم السادس "استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل" اتساقاً داخلياً قوياً، إذ تراوحت قيم الارتباط بين (.726\*\*) و(.775\*\*). وتدل هذه النتائج مجتمعة على أن أداة الدراسة تمتاز بمستوى جيد من الاتساق الداخلي، مما يعزز من صدقها في قياس المتغيرات المستهدفة في الدراسة.

### ثبات المقياس:

تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ثبات كرونباخ - ألفا (Cronbach, L :1951 297-334) لكل محور، وذلك كما بالجدول التالي:

جدول رقم (2): معاملات الثبات للاستبانة بطريقة كرونباخ - ألفا حسب المحاور

| المحاور                                                         | عدد العبارات | كرونباخ-ألفا |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| القسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية         | 5            | .978         |
| القسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي           | 5            | .789         |
| القسم الرابع: دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي | 5            | .749         |
| القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب  | 5            | .978         |
| القسم السادس: استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل | 5            | .802         |
| الاستبيان ككل                                                   | 52           | .873         |

أظهرت نتائج تحليل الثبات الداخلي لأداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ - ألفا مستوى عاليًا من الثبات عبر مختلف محاور الاستبانة. فقد بلغ معامل كرونباخ - ألفا للاستبيان ككل (0.873)، وهو ما يُعد مؤشرًا قويًا على الاتساق الداخلي العام لأداة القياس. وعلى مستوى المحاور الفرعية، حقق كل من القسم الثاني "دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية" والقسم الخامس "تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب" أعلى قيم للثبات بلغت (0.978) لكل منهما، مما يدل على اتساق عالٍ جدًا بين بنود هذه المحاور. كما سجل القسم السادس "استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل" معامل ثبات بلغ (0.802)، وهو ضمن المستوى المقبول للثبات. أما القسم الثالث "تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي" والقسم الرابع "دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي"، فقد سجلا معاملات ثبات بلغت (0.789) و(0.749) على التوالي، وهي أيضًا ضمن الحدود المقبولة للثبات الإحصائي. تعكس هذه النتائج ملاءمة الاستبانة لأغراض البحث من حيث الموثوقية، مما يسمح بالاعتماد على البيانات الناتجة عنها في التحليل الإحصائي والاستنتاج العلمي.

الجدول (3): القيم الوزنية بناءً على مقياس ليكرت الخماسي

| المستوى    | الوزن | نطاق الدرجة |
|------------|-------|-------------|
| أعارض بشدة | 1     | 1.00 – 1.79 |
| أعارض      | 2     | 1.80 – 2.59 |
| محايد      | 3     | 2.60 – 3.39 |
| أوافق      | 4     | 3.40 – 4.19 |
| أوافق بشدة | 5     | 4.20 – 5.00 |

يعرض الجدول أعلاه متوسط القيم الوزنية بناءً على مقياس ليكرت الخماسي (Uebersax، 2007). وقد تم حساب المتوسطات الحسابية الوزنية لكل عبارة في أداة الدراسة ومقارنتها بالنطاقات الموضحة في الجدول، حيث تم تعيين مستوى الاستجابة وفقاً للنطاق الذي يقع فيه متوسط العبارة.

### عرض وتحليل البيانات

من خلال هذا الفصل سيتم عرض النتائج التي خرجت بها الدراسة، بناءً على التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة، ابتداءً بتحليل نتائج البيانات الديموغرافية، ومن ثم تحليل محاور أداة الدراسة واستخدام المعالجات الإحصائية المناسبة للتحقق من الأهداف والإجابة على التساؤلات، وذلك كما يلي:

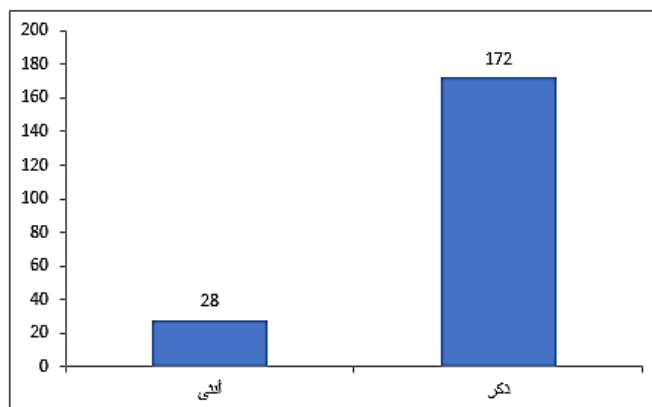
#### أولاً: وصف عينة الدراسة:

تم استخدام الجداول التكرارية لوصف العينة وفقاً للبيانات الديموغرافية، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

| المتغير       | الفئات | التكرار | النسبة المئوية% |
|---------------|--------|---------|-----------------|
| الجنس         | ذكر    | 172     | 86%             |
|               | أنثى   | 28      | 14%             |
| المجموع الكلي |        | 200     | 100.0%          |

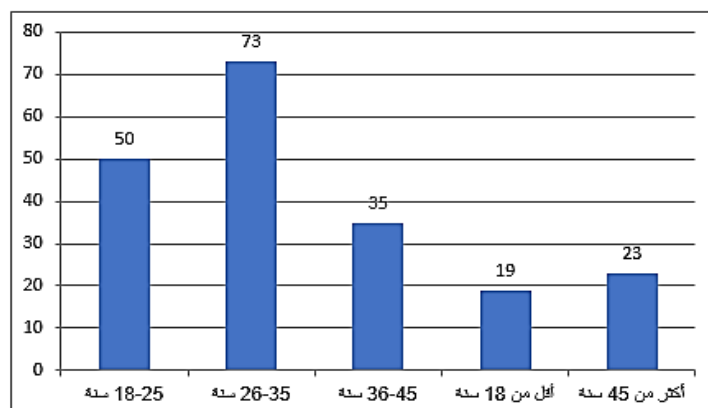
يتضح من الجدول رقم (4) أن غالبية أفراد العينة من الذكور، حيث بلغ عددهم (172) مشاركاً بنسبة (86%)، في حين بلغ عدد الإناث (28) مشاركة بنسبة (14%) من إجمالي عينة الدراسة البالغ عددها (200) فرداً. وتشير هذه النتائج إلى أن العينة يغلب عليها الطابع الذكوري، وهو ما قد يعكس طبيعة جمهور الأندية الرياضية في المجتمع السعودي، ويُؤخذ بعين الاعتبار عند تفسير نتائج الدراسة.



جدول رقم (5): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

| المتغير       | الفئات         | التكرار | النسبة المئوية% |
|---------------|----------------|---------|-----------------|
| العمر         | أقل من 18 سنة  | 19 شخص  | 9.5%            |
|               | 18-25 سنة      | 50 شخص  | 25%             |
|               | 26-35 سنة      | 73 شخص  | 36.5%           |
|               | 36-45 سنة      | 35 شخص  | 17.5%           |
|               | أكبر من 45 سنة | 23 شخص  | 11.5%           |
| المجموع الكلي |                | 200     | 100.0%          |

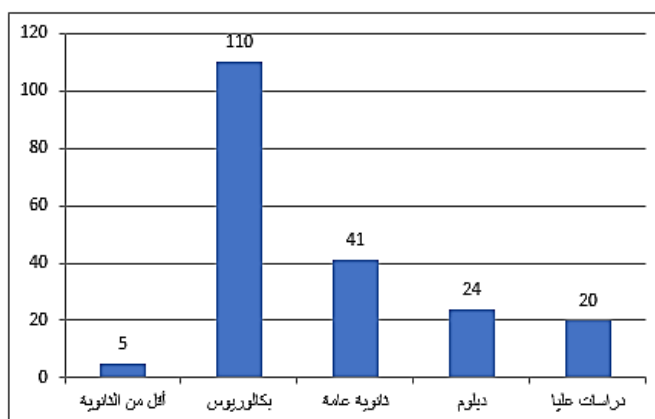
يوضح الجدول رقم (5) أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في العينة هي فئة (26-35 سنة)، حيث بلغت نسبتهم (36.5%) بواقع (73) مشاركاً، تليها فئة (18-25 سنة) بنسبة (25%) ثم فئة (36-45 سنة) بنسبة (17.5%). في حين شكّل المشاركون ممن تزيد أعمارهم عن 45 سنة نسبة (11.5%)، وكانت أقل الفئات تمثيلاً هي فئة من هم دون 18 سنة بنسبة (9.5%). وتشير هذه التوزيعات إلى أن أغلب المشاركين في الدراسة ينتمون إلى الفئة العمرية الشابة، وهي الفئة الأكثر نشاطاً وتفاعلاً في الوسط الرياضي، مما يعزز من ملائمة العينة لطبيعة موضوع الدراسة.



جدول رقم (6): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

| المتغير       | الفئات       | التكرار | النسبة المئوية% |
|---------------|--------------|---------|-----------------|
| مستوى التعليم | أقل من ثانوي | 5       | 2.5%            |
|               | ثانوية عامة  | 41      | 20.5%           |
|               | دبلوم        | 24      | 12%             |
|               | بكالوريوس    | 110     | 55%             |
|               | دراسات عليا  | 20      | 20%             |
| المجموع الكلي |              | 200     | 100.0%          |

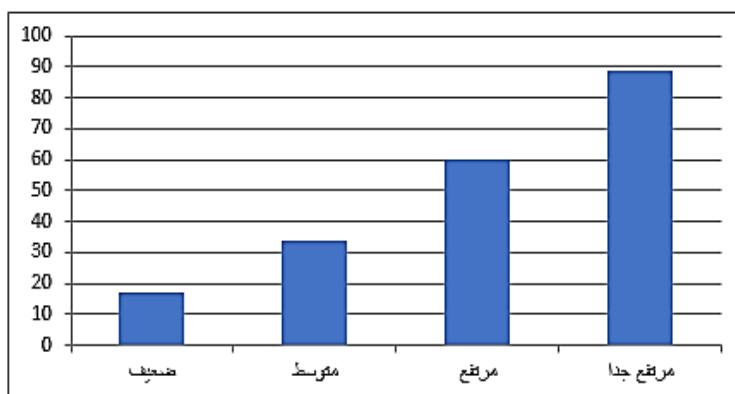
تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة يحملون درجة البكالوريوس، حيث بلغ عددهم (110) مشاركاً بنسبة (55%)، تليها فئة الحاصلين على شهادة الثانوية العامة بنسبة (20.5%)، ثم فئة حملة الدبلوم بنسبة (12%). بينما جاءت فئة الدراسات العليا بنسبة (10%)، وسجلت فئة من هم دون الثانوية أقل نسبة تمثيل بواقع (2.5%). وتدل هذه النتائج على أن غالبية المشاركين من ذوي المستويات التعليمية المتقدمة، مما يُعزز من قدرة العينة على استيعاب مضمون الاستبانة والتفاعل الواعي مع محاورها، وهو ما يضيف مصداقية على نتائج الدراسة.



جدول رقم (7): توزيع أفراد العينة حسب مدى الاهتمام بمتابعة الرياضة

| المتغير                     | الفئات     | التكرار | النسبة المئوية% |
|-----------------------------|------------|---------|-----------------|
| مدى اهتمامك بمتابعة الرياضة | ضعيف       | 17      | 8.5%            |
|                             | متوسط      | 34      | 17%             |
|                             | مرتفع      | 60      | 30%             |
|                             | مرتفع جداً | 89      | 44.5%           |
| المجموع الكلي               |            | 200     | 100.0%          |

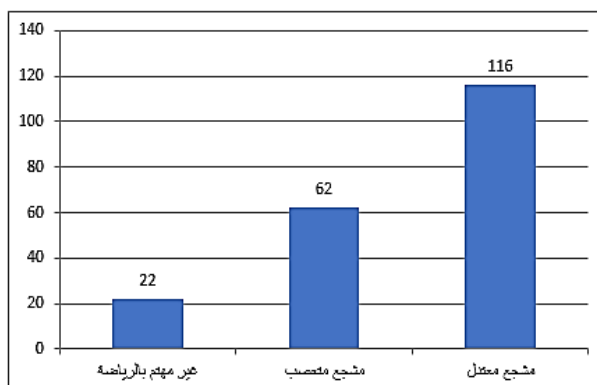
يوضح الجدول رقم (7) أن غالبية المشاركين يتمتعون باهتمام مرتفع جداً بمتابعة الرياضة، حيث بلغت نسبتهم (44.5%)، يليهم المشاركون ذوو الاهتمام المرتفع بنسبة (30%). أما المشاركون الذين أشاروا إلى أن اهتمامهم بالرياضة متوسط فبلغت نسبتهم (17%)، في حين كانت أقل نسبة تمثيل لفئة ذوي الاهتمام الضعيف (8.5%). وتُشير هذه النتائج إلى أن العينة تتكون في أغلبها من أفراد لديهم شغف ومتابعة قوية للنشاط الرياضي، ما يُعزز من موثوقية آرائهم ومواقفهم تجاه موضوع الدراسة المتعلق بالتعصب الرياضي والأنشطة الاتصالية.



جدول رقم (8): توزيع أفراد العينة حسب الانتماء الرياضي

| المتغير                | الفئات            | التكرار | النسبة المئوية % |
|------------------------|-------------------|---------|------------------|
| ما هو انتمائك الرياضي؟ | مشجع متعصب        | 62      | 31%              |
|                        | مشجع معتدل        | 116     | 58%              |
|                        | غير مهتم بالرياضة | 22      | 11%              |
| المجموع الكلي          |                   | 200     | 100.0%           |

تشير نتائج الجدول رقم (8) إلى أن أغلبية أفراد العينة يُصنفون أنفسهم كمشجعين معتدلين بنسبة (58%)، مما يعكس وعيًا نسبيًا بأهمية التشجيع المتوازن والروح الرياضية. في المقابل، أشار (31%) من المشاركين إلى أنهم مشجعون متعصبون، وهي نسبة لافتة تعكس وجود شريحة لا يُستهان بها من الجماهير قد تميل لسلوكيات غير رياضية. أما فئة غير المهتمين بالرياضة فشكّلت نسبة (11%) فقط، وهي فئة محدودة التأثير في موضوع الدراسة. وتبرز هذه النتائج أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الأنشطة الاتصالية للأندية في توجيه فئة المشجعين المتعصبين نحو الاعتدال وتعزيز القيم الرياضية.

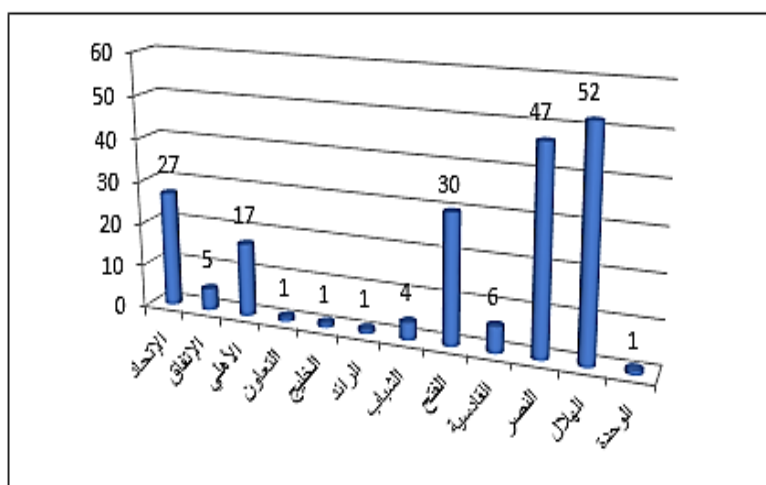


جدول رقم (9): توزيع أفراد العينة حسب النادي الرياضي المفضل

| المتغير            | الفئات  | التكرار | النسبة المئوية% | المتغير            | الفئات   | التكرار | النسبة المئوية% |
|--------------------|---------|---------|-----------------|--------------------|----------|---------|-----------------|
| ما هو ناديك المفضل | الاتحاد | 27      | 14.1%           | ما هو ناديك المفضل | القادسية | 6       | 3.1%            |
|                    | الهلال  | 52      | 27.1%           |                    | الشباب   | 4       | 2.1%            |
|                    | النصر   | 47      | 24.5%           |                    | الرياض   | 0       | 0%              |
|                    | الأهلي  | 17      | 8.9%            |                    | ضمك      | 0       | 0%              |
|                    | الفتح   | 30      | 15.6%           |                    | الفيحاء  | 0       | 0%              |
|                    | التعاون | 1       | 0.5%            |                    | الرائد   | 1       | 0.5%            |
|                    | الخلود  | 0       | 0%              |                    | الوحدة   | 1       | 0.5%            |
|                    | الخليج  | 1       | 0.5%            |                    | الأخدود  | 0       | 0%              |
|                    | العروبة | 0       | 0%              |                    | الاتفاق  | 5       | 2.6%            |
|                    |         |         |                 |                    |          |         |                 |

تُظهر نتائج الجدول رقم (9) أن نادي الهلال يأتي في المرتبة الأولى من حيث الشعبية بين أفراد العينة بنسبة (27.1%)، يليه نادي النصر بنسبة (24.5%)، ثم الفتح (15.6%)، والاتحاد (14.1%) بينما حاز ناديا الأهلي والقادسية على نسب أقل (8.9% و 3.1% على التوالي). وقد لوحظ أن بعض الأندية مثل الرياض، ضمك، الفيحاء، والأخدود لم تحظ بأي تمثيل بين العينة، مما قد يشير إلى محدودية جماهيريتها ضمن المجتمع المستهدف.

وتعكس هذه التوزيعات التنوع في الانتماءات الرياضية، وهو ما يمكن أن يكون له أثر مباشر على أنماط التشجيع وسلوك الجماهير، الأمر الذي يعزز أهمية دراسة تأثير هذه الانتماءات على مستويات التعصب وأثر الأنشطة الاتصالية في الحد منه.



## تحليل عبارات الاستبيان

جدول (10): يوضح استجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بالقسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية

| م | العبارات                                                                                         | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق بشدة | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب الكلي | المستوى |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------|------------|---------|-------------------|--------------|---------------|---------|
| 1 | تتبنى الأندية السعودية استراتيجيات اتصالية واضحة للتعامل مع سلوكيات التعصب الرياضي.              | 79            | 22       | 37    | 29         | 2.6950  | 1.53091           | 53.9         | 2             | متوسط   |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 39.5%         | 11%      | 18.5% | 14.5%      |         |                   |              |               |         |
| 2 | تساهم الحملات الإعلامية التي تطلقها الأندية في تقليل مستوى التعصب الرياضي بين الجماهير.          | 82            | 22       | 31    | 37         | 2.8200  | 1.59698           | 56.4         | 1             | متوسط   |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 41%           | 11%      | 15.5% | 18.5%      |         |                   |              |               |         |
| 3 | توفر الأندية برامج توعوية تهدف إلى توجيه الجماهير نحو تشجيع إيجابي بعيد عن العنف اللفظي والجسدي. | 79            | 26       | 28    | 36         | 2.5700  | 1.52865           | 51.4         | 4             | منخفض   |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 39.5%         | 13%      | 14%   | 18%        |         |                   |              |               |         |
| 4 | تساهم الأنشطة الاتصالية في تغيير صورة النادي وتعزيز قيم التنافس الشريف بين الجماهير.             | 76            | 10       | 25    | 52         | 2.5350  | 1.51335           | 50.7         | 5             | منخفض   |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 38%           | 5%       | 12.5% | 26%        |         |                   |              |               |         |
| 5 | تعمل الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية على تعزيز مفهوم الروح الرياضية بين المشجعين.          | 78            | 11       | 33    | 50         | 2.5750  | 1.52512           | 51.5         | 3             | منخفض   |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 39%           | 5.5%     | 16.5% | 25%        |         |                   |              |               |         |
|   | بالمعدل الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية                                        |               |          |       |            | 2.6390  | 1.47457           | 52.78        |               | متوسط   |

أظهرت نتائج الجدول رقم (10) والمتعلقة باستجابات عينة الدراسة حول القسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية أن المتوسط العام للإجابات بلغ (2.6390) بانحراف معياري (1.47457) ووزن نسبي قدره (52.78%)، مما يشير إلى مستوى متوسط في تقدير أفراد العينة لدور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية في الحد من التعصب. وقد تبين أن العبارة التي حصلت على أعلى تقدير من قبل أفراد العينة هي: "تساهم الحملات الإعلامية التي تطلقها الأندية في تقليل مستوى التعصب الرياضي بين الجماهير"، حيث حصلت على متوسط (2.8200) ووزن نسبي (56.4%)، مما يعكس إدراكاً نسبياً لأهمية الحملات الإعلامية في توجيه سلوك الجمهور. أما العبارة: "تتبنى الأندية السعودية استراتيجيات اتصالية واضحة للتعامل مع سلوكيات التعصب الرياضي" فجاءت في الترتيب الثاني بمتوسط (2.6950) ووزن نسبي (53.9%). وفي المقابل، جاءت ثلاثة عبارات في مستوى منخفض من التقدير، وهي: "توفر الأندية برامج توعوية تهدف إلى توجيه الجماهير نحو تشجيع إيجابي بعيد عن العنف اللفظي والجسدي" بمتوسط (2.5700)، و"تعمل الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية على تعزيز مفهوم الروح الرياضية بين المشجعين".

المشجعين" \* بمتوسط (2.5750)، بالإضافة إلى "تساهم الأنشطة الاتصالية في تغيير صورة النادي وتعزيز قيم التنافس الشريف بين الجماهير" التي حصلت على أقل متوسط (2.5350) ووزن نسبي (50.7%).

تعكس هذه النتائج وجود إدراك نسبي لدى المشاركين بأهمية الأنشطة الاتصالية في الحد من التعصب الرياضي، إلا أن التقديرات لم تصل إلى مستويات مرتفعة، مما قد يشير إلى قصور في فعالية هذه الأنشطة أو ضعف في تنفيذها أو انتشارها بين الجماهير، وهو ما يستدعي من الأندية إعادة تقييم استراتيجياتها الاتصالية بما يعزز من أثرها التوعوي والتربوي.

جدول (11): يوضح استجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بالقسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي

| م                                                     | العبارات                                                                                         | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب الكلي | المستوي |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|-------------------|--------------|---------------|---------|
| 1                                                     | يعزز الإعلام الرياضي المتحيز الانقسامات بين جماهير الأندية الرياضية المختلفة.                    | 2%            | 2.5%     | 8%    | 21.5% | 66%        | 4.4500  | .81290            | 89           | 3             | مرتفع   |
| 2                                                     | يتم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل المحتوى أو صياغة التقارير.                             | 1%            | 1%       | 9%    | 24.5% | 64.5%      | 4.5050  | .78297            | 90.1         | 1             | متوسط   |
| 3                                                     | تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الرياضي وتحفيز مشاعر التعصب لدى بعض المشجعين. | 1%            | 1.5%     | 10%   | 26.5% | 61%        | 4.4700  | .89617            | 89.4         | 2             | مرتفع   |
| 4                                                     | يتم تدريب العاملين بشكل دوري على التقنيات الرقمية الحديثة.                                       | 39%           | 8%       | 16.5% | 18%   | 18.5%      | 2.4350  | 1.43039           | 48.7         | 5             | مرتفع   |
| 5                                                     | تؤدي طريقة تغطية الإعلام الرياضي للأحداث إلى تأجيج المشاعر بين الجماهير الرياضية.                | 1%            | 2%       | 10.5% | 20%   | 66.5%      | 2.4500  | 1.39543           | 49           | 4             | مرتفع   |
| القسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي |                                                                                                  |               |          |       |       |            |         |                   |              |               |         |
|                                                       |                                                                                                  |               |          |       |       |            | 3.8434  | .45268            | 76.868       |               | مرتفع   |

أظهرت نتائج الجدول رقم (11) والمتعلقة باستجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بالقسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي أن المتوسط العام للإجابات بلغ (3.8434) بانحراف معياري (0.45268) ووزن نسبي قدره (76.868%)، مما يشير إلى أن تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي يُعتبر مرتفعاً من وجهة نظر العينة. تبين من نتائج الاستجابة أن العبارة التي حصلت على أعلى تقدير من قبل

المشاركين هي: "يتم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل المحتوى أو صياغة التقارير"، حيث حصلت على متوسط (4.5050) ووزن نسبي (90.1%)، ما يدل على القبول الكبير لهذه النقطة من المشاركين. بينما جاءت العبارة: "يعزز الإعلام الرياضي المتحيز الانقسامات بين جماهير الأندية الرياضية المختلفة" في المرتبة الثانية بمتوسط (4.4500) ووزن نسبي (89%)، مما يعكس إدراك المشاركين لأثر الإعلام الرياضي المتحيز في تعميق الانقسامات الرياضية. أيضًا، حصلت العبارة: "تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الرياضي وتحفيز مشاعر التعصب لدى بعض المشجعين" على متوسط (4.4700) ووزن نسبي (89.4%)، مما يشير إلى تأكيد كبير من العينة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التعصب بين الجماهير الرياضية. من جهة أخرى، تبين أن العبارة: "يتم تدريب العاملين بشكل دوري على التقنيات الرقمية الحديثة" حصلت على متوسط أقل مقارنة بالعبارة الأخرى (2.4350) ووزن نسبي (48.7%)، مما قد يشير إلى وجود نقص في تدريب العاملين في الإعلام الرياضي على التقنيات الرقمية الحديثة مقارنة بالتأثيرات الأخرى للإعلام. بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن الإعلام الرياضي، بما في ذلك الوسائل التقليدية والتواصل الاجتماعي، يلعب دورًا كبيرًا في تعزيز التعصب الرياضي، حيث أظهرت الاستجابات القبول الكبير لتأثير الإعلام المتحيز وأدوات الذكاء الاصطناعي في هذه العملية.

جدول (12): يوضح استجابات عينة الدراسة للعبارة المتعلقة بالقسم الرابع: دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي

| م                                                               | العبارة                                                                                                  | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق بشدة | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | المستوي | الترتيب الكلي |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------|------------|---------|-------------------|--------------|---------|---------------|
| 1                                                               | تستخدم الأندية الرياضية السعودية منصات التواصل الاجتماعي لنشر رسائل توعوية حول خطورة التعصب الرياضي.     | 81            | 29       | 32    | 20         | 2.4350  | 1.43039           | 48.7         | 5       | منخفض         |
| 2                                                               | تعزز الصفحات الرسمية للأندية على مواقع التواصل الاجتماعي ثقافة الحوار الرياضي البناء.                    | 78            | 27       | 40    | 18         | 2.4500  | 1.39543           | 49           | 4       | منخفض         |
| 3                                                               | تعتمد بعض الحسابات الرياضية على إثارة التعصب لتحقيق مزيد من التفاعل والمشاهدات.                          | 3             | 7        | 19    | 130        | 4.4400  | .91135            | 88.8         | 1       | مرتفع جداً    |
| 4                                                               | يمكن للأنشطة الاتصالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أن تحد من السلوكيات العدوانية بين المشجعين.           | 2             | 5        | 25    | 113        | 4.3600  | .86843            | 87.2         | 3       | مرتفع جداً    |
| 5                                                               | تشجع التغطيات الإعلامية العادلة على وسائل التواصل الاجتماعي على نشر ثقافة التسامح بين الجماهير الرياضية. | 5             | 2        | 20    | 114        | 4.3750  | .89351            | 87.5         | 2       | مرتفع جداً    |
| القسم الرابع: دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي |                                                                                                          |               |          |       |            |         |                   |              |         |               |
|                                                                 |                                                                                                          |               |          |       |            | 3.6120  | .52920            | 72.24        |         | مرتفع         |

أظهرت نتائج الجدول رقم (12)، والخاص باستجابات عينة الدراسة لفقرة "دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي"، أن المتوسط الكلي بلغ (3.6120) بانحراف معياري (0.52920) ووزن نسبي (72.24%)، مما يشير إلى أن تقييم أفراد العينة لهذا الدور يُصنّف في المستوى المرتفع. وقد جاءت العبارة "تعتمد بعض الحسابات الرياضية على إثارة التعصب لتحقيق مزيد من التفاعل والمشاهدات" في المرتبة الأولى من حيث التأثير، بمتوسط (4.4400) وانحراف معياري (0.91135) ووزن نسبي (88.8%)، مما يعكس إدراكًا واسعًا لدى المشاركين لوجود ممارسات رقمية تعزز التعصب بهدف زيادة التفاعل الرقمي.

كما حصلت العبارة "تشجع التغطيات الإعلامية العادلة على وسائل التواصل الاجتماعي على نشر ثقافة التسامح بين الجماهير الرياضية" على المرتبة الثانية بمتوسط (4.3750) ووزن نسبي (87.5%)، تليها عبارة "يمكن للأنشطة الاتصالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أن تحد من السلوكيات العدوانية بين المشجعين" بمتوسط (4.3600) ووزن نسبي (87.2%)، مما يدل على أن المشاركين يرون في وسائل التواصل الاجتماعي أدوات فعالة في تقليل العنف اللفظي والسلوك العدواني بين الجماهير. في المقابل، أظهرت العبارتان الأولى والثانية نتائج أقل، إذ حصلت عبارة "تستخدم الأندية الرياضية السعودية منصات التواصل الاجتماعي لنشر رسائل توعوية حول خطورة التعصب الرياضي" على أدنى متوسط (2.4350) ووزن نسبي (48.7%)، بينما حصلت عبارة "تعزز الصفحات الرسمية للأندية على مواقع التواصل الاجتماعي ثقافة الحوار الرياضي البناء" على متوسط (2.4500) ووزن نسبي (49%)، وهو ما يشير إلى ضعف جهود الأندية الرسمية في توظيف المنصات الرقمية لنشر الوعي والتثقيف، وفقًا لتقييم أفراد العينة. بناءً عليه، يمكن القول إن المشاركين يدركون الإمكانيات العالية لمنصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي، لكنهم يشيرون في الوقت ذاته إلى قصور الأندية الرياضية في توظيف تلك الإمكانيات بشكل فعال.

جدول (13): يوضح استجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بالقسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب

| م | العبارات                                                                                         | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب الكلي | المستوي    |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|-------------------|--------------|---------------|------------|
| 1 | تولي الأندية السعودية اهتماماً كافياً بوضع استراتيجيات اتصال للحد من التعصب الرياضي.             | 75            | 24       | 42    | 33    | 26         | 2.5550  | 1.45518           | 51.1         | 5             | منخفض      |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 37.5%         | 12%      | 21%   | 16%   | 13%        |         |                   |              |               |            |
| 2 | تؤثر الشراكات بين الأندية والمؤسسات التعليمية والإعلامية في تحسين وعي الجماهير حول مخاطر التعصب. | 6             | 4        | 33    | 65    | 92         | 4.1650  | .97598            | 83.3         | 2             | مرتفع      |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 3%            | 2%       | 16.5% | 32.5% | 46%        |         |                   |              |               |            |
| 3 | ينعكس أسلوب تواصل النادي مع جمهوره على طبيعة التفاعل بين المشجعين داخل المدرجات.                 | 4             | 4        | 23    | 136   | 33         | 3.9500  | .73498            | 79           | 3             | مرتفع      |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 2%            | 2%       | 11.5% | 68%   | 16.5%      |         |                   |              |               |            |
| 4 | تساعد البرامج التثقيفية التي تقدمها الأندية في الحد من النزاعات بين الجماهير.                    | 5             | 73       | 36    | 52    | 34         | 3.1850  | 1.17374           | 63.7         | 4             | مرتفع      |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 2.5%          | 36%      | 18%   | 26%   | 17%        |         |                   |              |               |            |
| 5 | يجب على الأندية تطوير استراتيجيات اتصالية أكثر فاعلية لمواجهة التعصب الرياضي.                    | 4             | 3        | 17    | 42    | 134        | 4.4950  | .86818            | 89.9         | 1             | مرتفع جداً |
|   | النسبة المئوية %                                                                                 | 2%            | 1.5%     | 8.5%  | 21%   | 67%        |         |                   |              |               |            |
|   | القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب                                   |               |          |       |       |            | 3.6700  | .60972            | 73.4         |               | مرتفع      |

أوضحت نتائج الجدول رقم (13) الخاص باستجابات عينة الدراسة لفقرة "تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب الرياضي" أن المتوسط الكلي لهذا القسم بلغ (3.6700) بانحراف معياري (0.60972) ووزن نسبي (73.4%)، مما يشير إلى أن تقييم الجمهور لهذه الاستراتيجيات يقع ضمن المستوى المرتفع. وقد جاءت العبارة "يجب على الأندية تطوير استراتيجيات اتصالية أكثر فاعلية لمواجهة التعصب الرياضي" في المرتبة الأولى، بمتوسط مرتفع جداً بلغ (4.4950) وانحراف معياري (0.86818) ووزن نسبي (89.9%)، مما يعكس قناعة قوية لدى المشاركين بضرورة تعزيز الجهود الاتصالية الحالية وتطويرها لمواجهة ظاهرة التعصب الرياضي بفاعلية أكبر. في المرتبة الثانية، جاءت عبارة "تؤثر الشراكات بين الأندية والمؤسسات التعليمية والإعلامية في تحسين وعي الجماهير حول مخاطر التعصب" بمتوسط (4.1650) ووزن نسبي (83.3%)، مما يشير إلى وجود اتفاق على أهمية التعاون المؤسسي في جهود التوعية والتثقيف. أما عبارة "ينعكس أسلوب تواصل النادي مع جمهوره على طبيعة التفاعل بين المشجعين داخل المدرجات"

فحصلت على المرتبة الثالثة بمتوسط (3.9500) ووزن نسبي (79%)، مما يؤكد على أهمية لغة الخطاب والتفاعل الجماهيري كعامل مؤثر في ضبط سلوك الجمهور. بالمقابل، جاءت العبارة "تساعد البرامج التثقيفية التي تقدمها الأندية في الحد من النزاعات بين الجماهير" في المرتبة الرابعة، حيث حصلت على متوسط (3.1850) ووزن نسبي (63.7%)، وهي نسبة أقل نسبياً، ما قد يشير إلى عدم رضا كامل عن فعالية البرامج الحالية أو ضعف انتشارها. وأخيراً، جاءت العبارة "تولي الأندية السعودية اهتماماً كافياً بوضع استراتيجيات اتصال للحد من التعصب الرياضي" في المرتبة الأخيرة، بمتوسط (2.5550) ووزن نسبي (51.1%)، مما يعكس رؤية سلبية نسبياً تجاه مدى جدية الأندية في التخطيط الاتصالي لمواجهة التعصب. بشكل عام، تُظهر النتائج أن الجمهور يُقدّر أهمية الاستراتيجيات الاتصالية والشراكات المؤسسية، لكنه يرى في الوقت ذاته أن الجهود الحالية غير كافية وتحتاج إلى تعزيز وتطوير أكبر لمواجهة ظاهرة التعصب الرياضي بفعالية.

جدول (14): يوضح استجابات عينة الدراسة للعبارة المتعلقة بالقسم السادس: استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل

| م | العبارة                                                                                                                      | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب الكلي | المستوى    |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|-------------------|--------------|---------------|------------|
| 1 | يمكن للأندية الرياضية الحد من التعصب الرياضي من خلال إطلاق حملات توعوية مكثفة عن الروح الرياضية وأخلاقيات التشجيع.           | 4             | 0        | 19    | 45    | 132        | 4.5050  | .82668            | 90.1         | 1             | مرتفع جداً |
| 2 | يساهم تعزيز التواصل المباشر بين الأندية والجماهير عبر اللقاءات والفعاليات المفتوحة في تقليل التعصب وتعزيز الانتماء الإيجابي. | 4             | 3        | 22    | 128   | 43         | 4.0150  | .75340            | 80.3         | 4             | مرتفع      |
| 3 | تؤدي معاقبة المشجعين المتعصبين ومنعهم من حضور المباريات إلى تقليل السلوكيات العدوانية داخل الملاعب.                          | 3             | 4        | 21    | 51    | 121        | 4.4150  | .86980            | 88.3         | 3             | مرتفع جداً |
| 4 | يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون منصة فعالة لتعزيز ثقافة الحوار الرياضي البناء بين المشجعين.                            | 5             | 4        | 15    | 112   | 64         | 4.1300  | .82857            | 82.6         | 5             | مرتفع      |
| 5 | يجب على الأندية تعزيز شراكاتها مع المؤسسات التعليمية لنشر الوعي حول مخاطر التعصب الرياضي بين الشباب.                         | 4             | 1        | 13    | 58    | 124        | 4.4850  | .80811            | 89.7         | 2             | مرتفع جداً |
|   | القسم السادس: استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل                                                              |               |          |       |       |            | 4.3100  | .61104            | 86.2         |               | مرتفع جداً |

أظهرت نتائج الجدول رقم (14) الخاص باستجابات عينة الدراسة حول "استراتيجيات الحد من التعصب الرياضي وتحسين التواصل" أن المتوسط الكلي لهذا القسم بلغ (4.3100) بانحراف معياري (0.61104) ووزن نسبي (86.2%)، وهو ما يعكس مستوى مرتفعاً جداً من الاتفاق بين أفراد العينة على فعالية هذه الاستراتيجيات في معالجة ظاهرة التعصب الرياضي وتعزيز التواصل الرياضي الإيجابي. وقد تصدرت العبارة "يمكن للأندية الرياضية الحد من التعصب الرياضي من خلال إطلاق حملات توعوية مكثفة عن الروح الرياضية وأخلاقيات التشجيع" الترتيب الأول، بمتوسط (4.5050) ووزن نسبي (90.1%)، ما يشير إلى قناعة قوية بأهمية الدور التوعوي والإعلامي في تصحيح السلوكيات الجماهيرية. في المرتبة الثانية، جاءت العبارة "يجب على الأندية تعزيز شراكاتها مع المؤسسات التعليمية لنشر الوعي حول مخاطر التعصب الرياضي بين الشباب" بمتوسط (4.4850) ووزن نسبي (89.7%)، مما يؤكد أهمية التكامل بين الأندية والقطاع التعليمي في تعزيز الوعي المجتمعي. كما احتلت العبارة "تؤدي معاقبة المشجعين المتعصبين ومنعهم من حضور المباريات إلى تقليل السلوكيات العدوانية داخل الملاعب" المرتبة الثالثة بمتوسط (4.4150) ووزن نسبي (88.3%)، ما يعكس قبولاً واضحاً لدى الجمهور لسياسات الردع كوسيلة للحد من التعصب. في المرتبة الرابعة، جاءت العبارة "يساهم تعزيز التواصل المباشر بين الأندية والجماهير عبر اللقاءات والفعاليات المفتوحة..." بمتوسط (4.0150) ووزن نسبي (80.3%)، ما يعكس إدراكاً لدور التقارب الجماهيري والمؤسسي في تنمية الانتماء الإيجابي. وأخيراً، حصلت العبارة "يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون منصة فعالة لتعزيز ثقافة الحوار الرياضي البناء..." على متوسط (4.1300) ووزن نسبي (82.6%)، وهو ما يدعم أهمية استخدام المنصات الرقمية بشكل إيجابي لبناء وعي جماهيري متزن.

خلاصة النتائج: تعكس إجابات المشاركين اتفاقاً واسعاً على فاعلية مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التوعوية، التشاركية، والتقنية في الحد من التعصب الرياضي، مع تأكيد خاص على أهمية الحملات التوعوية، الشراكات المؤسسية، وتفعيل القوانين الرادعة.

### تحليل فروض الدراسة

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الأندية الرياضية ومستوى التعصب الرياضي بين الجماهير.
2. تساهم الأنشطة الاتصالية الفعالة في تعزيز الوعي الجماهيري بأهمية التشجيع الإيجابي وتقليل مظاهر التعصب.

3. تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مزدوجًا، حيث يمكن أن تساهم في نشر التعصب الرياضي أو مكافحته بناءً على طريقة استخدامها.

4. تعاني الأندية الرياضية السعودية من بعض التحديات في تنفيذ استراتيجيات اتصالية فعالة لمكافحة التعصب، مثل نقص الدعم المالي أو ضعف التنسيق مع وسائل الإعلام.

الجدول (15): معامل الارتباط بين دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية وتأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي

| Correlations                                            |                                                       |        |                                                         |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------|
| القسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية | القسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي |        |                                                         |
| Pearson Correlation                                     | 1                                                     | .341** | القسم الثاني: دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية |
| Sig. (2-tailed)                                         |                                                       | .000   |                                                         |
| N                                                       | 200                                                   | 200    |                                                         |
| Pearson Correlation                                     | .341**                                                | 1      | القسم الثالث: تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي   |
| Sig. (2-tailed)                                         | .000                                                  |        |                                                         |
| N                                                       | 200                                                   | 200    |                                                         |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

أظهرت نتائج اختبار Pearson للارتباط وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية وتأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ( $r = 0.341$ ) عند مستوى دلالة ( $\text{Sig} = 0.000$ )، مما يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $0.01$ ). وهذا يدعم الفرض الأول القائل بأن هناك علاقة بين الأنشطة الاتصالية ومستوى التعصب الرياضي.

الجدول (16): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لتقييم تأثير الانتماء الرياضي على متوسط تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب الرياضي

| ANOVA                                                          |                |     |             |      |      |
|----------------------------------------------------------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب |                |     |             |      |      |
|                                                                | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F    | Sig. |
| Between Groups                                                 | .260           | 2   | .130        | .347 | .707 |
| Within Groups                                                  | 73.720         | 197 | .374        |      |      |
| Total                                                          | 73.980         | 199 |             |      |      |

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب الرياضي تبعًا لاختلاف الانتماء الرياضي، حيث كانت قيمة F

$0.347 =$  عند درجة حرية 2 و 197 ومستوى دلالة 0.707، وهو أعلى من 0.05. وبالتالي، فإن المتغير المستقل (الانتماء الرياضي) لا يؤثر بشكل دال إحصائيًا على تقييم الجمهور لهذه الاستراتيجيات.

الجدول (17): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لتحديد أثر الفئة العمرية على متوسط تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب الرياضي

| ANOVA                                                          |                |     |             |      |      |
|----------------------------------------------------------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب |                |     |             |      |      |
|                                                                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F    | Sig. |
| Between Groups                                                 | .260           | 2   | .130        | .347 | .707 |
| Within Groups                                                  | 73.720         | 197 | .374        |      |      |
| Total                                                          | 73.980         | 199 |             |      |      |

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب الرياضي تبعًا لاختلاف الفئة العمرية، حيث بلغت قيمة  $F = 0.347$  عند درجات حرية (2، 197)، وبلغ مستوى الدلالة  $Sig = 0.707$ ، وهو أعلى من 0.05. وهذا يشير إلى أن الفئة العمرية لا تؤثر بشكل معنوي على تقييم الجمهور لفعالية استراتيجيات الأندية في مواجهة التعصب الرياضي.

الجدول (18): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لتحديد أثر فاعلية الأنشطة الاتصالية (القسم الثاني) على وعي الجماهير وسلوكهم (القسم الخامس)

| ANOVA                                                          |                |     |             |       |      |
|----------------------------------------------------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| القسم الخامس: تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب |                |     |             |       |      |
|                                                                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig. |
| Between Groups                                                 | 4.702          | 4   | 1.175       | 3.309 | .012 |
| Within Groups                                                  | 69.278         | 195 | .355        |       |      |
| Total                                                          | 73.980         | 199 |             |       |      |

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط وعي الجماهير وسلوكهم (القسم الخامس) تعزى لاختلاف مستويات فاعلية الأنشطة الاتصالية في الأندية (القسم الثاني)، حيث بلغت قيمة  $F = 3.309$  عند درجات حرية (4، 195)، وبلغ مستوى الدلالة  $Sig = 0.012$  وهو أقل من 0.05. يشير ذلك إلى أن فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الأندية الرياضية تؤثر بشكل معنوي على وعي الجماهير وسلوكهم نحو نبذ التعصب الرياضي.

الجدول (19): نتائج اختبار مربع كاي (Chi-Square) لتحليل العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومظاهر التعصب الرياضي

| Chi-Square Tests                                                                         |     |                       |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------|------------------------------|
| Asymptotic Significance (2-sided)                                                        | df  | Value                 |                              |
| .000                                                                                     | 871 | 2434.046 <sup>a</sup> | Pearson Chi-Square           |
| .984                                                                                     | 871 | 784.124               | Likelihood Ratio             |
| .000                                                                                     | 1   | 150.959               | Linear-by-Linear Association |
|                                                                                          |     | 200                   | N of Valid Cases             |
| a. 949 cells (99.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01. |     |                       |                              |

أظهرت نتائج اختبار مربع كاي (Chi-Square) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومظاهر التعصب الرياضي، حيث بلغت قيمة اختبار Pearson Chi-Square (2434.046) عند درجة حرية (df = 871) ومستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهو أقل من 0.05، مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية. كما يدعم اختبار Linear-by-Linear Association هذه النتيجة، حيث بلغت القيمة (150.959) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يعزز الفرض القائل بأن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مزدوجًا في نشر أو مكافحة التعصب الرياضي بناءً على طريقة استخدامها.

### مناقشة النتائج

تعكس نتائج هذه الدراسة وعيًا متزايدًا بين جمهور الأندية الرياضية في المملكة العربية السعودية حول أهمية الأدوار الاتصالية والإعلامية والتقنية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، وهو ما يتوافق مع أهداف الدراسة المتمثلة في استقصاء فاعلية استراتيجيات الأندية والوسائل الإعلامية ومنصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب وتعزيز الروح الرياضية. وتُناقش النتائج فيما يلي وفقًا لمحاور الدراسة:

#### دور الأنشطة الاتصالية في الأندية الرياضية:

أظهرت نتائج هذا المحور مستوى مرتفعًا من الاتساق الداخلي والثبات، حيث جاءت معاملات الارتباط بين 953. و 962. \*\*، كما سجل معامل كرونباخ ألفا (0.978)، مما يدل على قوة أداة القياس ودقة العبارات في استكشاف هذا الجانب. وتشير هذه النتائج إلى أن الجمهور يُدرك فاعلية الأنشطة الاتصالية (مثل اللقاءات المفتوحة، الحملات التوعوية، والأنشطة الاجتماعية) التي تنظمها الأندية في تعزيز ثقافة الحوار والروح الرياضية بين الجماهير. ويعزز هذا ما توصلت إليه الأدبيات السابقة التي أكدت أن التواصل الإيجابي والمنظم يسهم في تحسين العلاقة بين الأندية وجماهيرها ويقلل من حدة التوترات.

### تأثير الإعلام الرياضي في التعصب الرياضي:

رغم أن معاملات الاتساق الداخلي (0.431 – 0.501\*\*) والثبات (0.789) تقع ضمن المقبول إحصائيًا، إلا أن هذه النتائج قد تعكس تباينًا في آراء المشاركين حول دور الإعلام، وربما تعود إلى تنوع المنصات الإعلامية واختلاف أساليب المعالجة الإعلامية للحدث الرياضي. بعض المشاركين قد يرون أن الإعلام يسهم أحيانًا في إذكاء مشاعر التعصب عبر التحيز أو الإثارة المبالغ فيها. ويتسق ذلك مع دراسات أكدت أن بعض القنوات الإعلامية تسهم في تغذية التعصب بدلًا من مواجهته، ما يستدعي من الجهات الإعلامية تبني خطاب أكثر اتزانًا ومسؤولية.

### دور منصات التواصل الاجتماعي في نبذ التعصب الرياضي:

سجل هذا القسم تنوعًا في الاتساق الداخلي (0.239 – 0.661\*\*) ومعامل ثبات مقبول (0.749)، وهو ما يعكس التباين في استخدام وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي. فرغم أن بعض المنصات تُعد أدوات فعالة للتوعية ونشر الرسائل الإيجابية، إلا أن هناك من يراها أيضًا بيئة خصبة لخطابات الكراهية والاحتقان. وهذا يتماشى مع نتائج دراسات سابقة بيّنت أن وسائل التواصل الاجتماعي ذات وجهين: أداة للبناء والتثقيف من جهة، ومنبر للتعصب من جهة أخرى، تبعًا لطبيعة المحتوى المنشور وآليات الإشراف الإلكتروني.

### تقييم الجمهور لاستراتيجيات الأندية في نبذ التعصب:

حاز هذا المحور على معاملات ارتباط جيدة (0.375\*\* إلى 0.758\*\*) وثبات مرتفع (0.978)، مما يدل على إدراك واضح من قبل الجمهور لجهود الأندية في مواجهة التعصب. وقد عبّر غالبية المشاركين عن رضاهم النسبي عن الاستراتيجيات المتبعة، مثل تنظيم ورش العمل، نشر رسائل توعوية، والتفاعل عبر المنصات الإلكترونية. إلا أن هذه النتائج تشير أيضًا إلى أن فاعلية هذه الاستراتيجيات قد لا تكون كافية لردع السلوكيات المتعصبة بشكل جذري، ما يتطلب تطوير آليات التقييم والتأثير.

### استراتيجيات الحد من التعصب وتحسين التواصل:

جاء هذا القسم بنتائج قوية من حيث الاتساق الداخلي (0.726\*\* إلى 0.775\*\*) ومعامل الثبات (0.802)، ما يعكس وضوحًا وتماسكًا في آراء الجمهور حول أهمية الاستراتيجيات المقترحة، كإصدار ميثاق سلوك للمشجعين، تعزيز الشراكات مع الجهات التربوية، وتوظيف المؤثرين الرياضيين في حملات نبذ التعصب.

وتؤكد هذه النتائج فاعلية توجهه نحو استراتيجيات شاملة ومتكاملة تعتمد على التخطيط المؤسسي والتواصل المباشر وغير المباشر.

### رؤية عامة على نتائج العينة:

تشير البيانات الديموغرافية إلى أن أغلب أفراد العينة من الذكور (86%) وفي الفئة العمرية الشابة (26-35 سنة)، ويتميزون بارتفاع مستوى التعليم والاهتمام بالرياضة، ما يعزز من مصداقية آرائهم حول موضوع الدراسة. كما أن غالبية المشاركين وصفوا أنفسهم كمشجعين معتدلين (58%)، وهو ما قد يعكس وعيًا عامًا متناميًا بأهمية الروح الرياضية ونبذ السلوكيات المتطرفة.

بوجه عام، تُظهر نتائج الدراسة أن هناك وعيًا متزايدًا بين الجماهير الرياضية بأهمية دور الأندية والإعلام ومنصات التواصل في مواجهة التعصب، مع وجود تفاوت في فعالية تلك الأدوات. وهذا يدعو إلى تطوير سياسات شاملة تدمج الجهود الاتصالية والإعلامية مع التثقيف المجتمعي، من أجل تحقيق بيئة رياضية صحية ومستدامة.

### التوصيات

#### 1. تعزيز البرامج الاتصالية داخل الأندية الرياضية:

- ضرورة تطوير وتنويع الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الأندية، مثل الندوات، ورش العمل، والأنشطة الاجتماعية، بما يعزز من قيم التسامح والروح الرياضية لدى الجمهور.
- إشراك المشجعين في هذه البرامج لخلق تواصل مباشر وبناء بينهم وبين إدارات الأندية.

#### 2. توجيه الإعلام الرياضي نحو خطاب مهني معتدل:

- دعوة وسائل الإعلام الرياضي إلى الالتزام بالموضوعية والابتعاد عن الإثارة المبالغ فيها والتحيز، والعمل على نشر ثقافة الاحترام المتبادل بين الجماهير.
- تدريب الإعلاميين على أساليب المعالجة الإعلامية المسؤولة للقضايا الرياضية وتبني ميثاق شرف إعلامي يجرم التحريض على التعصب.

#### 3. استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي لنشر التوعية:

- تشجيع الأندية على توظيف منصات التواصل الاجتماعي في حملات توعوية منتظمة لمكافحة التعصب والتعريف بأضراره النفسية والاجتماعية والرياضية.

- التعاون مع المؤثرين الرياضيين لنشر رسائل إيجابية تستهدف الجمهور، خاصة فئة الشباب.
- 4. تصميم استراتيجية وطنية شاملة لمكافحة التعصب الرياضي:
  - إطلاق حملة وطنية تنفذ بالتعاون بين وزارة الرياضة، الأندية، الإعلام، ومؤسسات التعليم، تتضمن برامج توعية، ومواد إعلامية، وفعاليات مجتمعية.
  - سن تشريعات صارمة تجرم السلوكيات المتعصبة داخل الملاعب وخارجها، وتفعيل أنظمة العقوبات الرادعة بحق المحرضين على التعصب.
- 5. تفعيل دور الجماهير في التوعية والتصحيح:
  - تشكيل مجموعات تطوعية من الجماهير تحت مظلة الأندية تكون مهمتها دعم الروح الرياضية والتدخل الإيجابي في حالات التعصب داخل الملاعب أو على المنصات الرقمية.
  - تقديم حوافز رمزية للمشجع المثالي وتكريم المبادرات الجماهيرية التي تساهم في الحد من السلوكيات السلبية.
- 6. إدماج التوعية ضد التعصب في المناهج والأنشطة المدرسية والجامعية:
  - تضمين موضوع نبذ التعصب الرياضي في المناهج الدراسية والمقررات الجامعية ذات العلاقة بالتربية البدنية، الإعلام، وعلم النفس.
  - تنظيم فعاليات رياضية وثقافية داخل المؤسسات التعليمية بالتعاون مع الأندية الرياضية، لتعزيز القيم الرياضية النبيلة.
- 7. تقييم استراتيجيات الأندية بشكل دوري:
  - ضرورة أن تقوم الأندية بتقييم دوري لاستراتيجياتها الإعلامية والاتصالية وتأثيرها على الجمهور من خلال استبيانات وورش مراجعة.
  - استخدام نتائج هذه التقييمات لتطوير خطط جديدة أكثر فاعلية واستهدافاً.

## الخاتمة

في ضوء النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة الميدانية، يتضح أن الأنشطة الاتصالية التي تقدمها الأندية الرياضية، والإعلام الرياضي بكافة وسائله، ومنصات التواصل الاجتماعي، تمثل أدوات فاعلة يمكن توظيفها للحد من مظاهر التعصب الرياضي المنتشرة بين جماهير الأندية في المملكة العربية السعودية. وقد كشفت البيانات عن وجود وعي متفاوت بين أفراد العينة حول أهمية هذه الأدوات، مع تفاوت في مدى فاعليتها، حيث برزت منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة مؤثرة من حيث سرعة الانتشار والتأثير المباشر على الجمهور، بينما أظهرت الأنشطة الاتصالية التقليدية حاجة ماسة إلى تطوير في المحتوى والأسلوب لتعزيز

تأثيرها. وقد أسهم البحث في تسليط الضوء على العلاقة الوثيقة بين طبيعة الخطاب الإعلامي، ونوعية الأنشطة الاتصالية، وممارسات الجمهور داخل البيئة الرياضية. كما برزت الحاجة إلى تكامل الجهود بين الأندية، والإعلام، والمؤسسات المجتمعية في تبني استراتيجيات توعوية ممنهجة تستهدف تعديل السلوك الجماهيري وتعزيز مفاهيم التسامح والتنافس النزيه.

وبناءً على ما سبق، فإن هذه الدراسة تؤكد على ضرورة تطوير الخطاب الإعلامي الرياضي، وتفعيل دور الأنشطة الاتصالية داخل الأندية، والاستثمار الواعي لمنصات التواصل الاجتماعي بما يساهم في بناء بيئة رياضية أكثر إيجابية، خالية من مظاهر التعصب، قائمة على الاحترام المتبادل وقيم الروح الرياضية.

## المراجع

- جبريل، محمد بسيوني. (2024) تعرض الجمهور المصري لمقاطع الفيديو الرياضية وعلاقته باستثارة التعصب لديهم: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، (3)71، 1581-1648 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1480430>
- اللواتي، شوقي يوسف أمين. (2023) مدى عدالة تغطية المنصات الرقمية للأحداث الرياضية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو التعصب الكروي: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (2)82، 357-421 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1383010>
- حميد، عمر سامي، & الداغستاني، سناء عيسى. (2020) نسق المعتقدات وعلاقته بالتعصب الرياضي لدى مشجعي كرة القدم. مجلة الآداب، 135(ملحق 1). مسترجع من جامعة بغداد.
- العقيل، فيصل بن محمد. (2023) رؤية الجمهور السعودي لدور البرامج التلفزيونية الرياضية في تعزيز ظاهرة التعصب: دراسة مسحية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (2)42، 193-219 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1431735>.
- صلاح الدين، جلال، بوشاخ، خالد. عمروش، مفتاح. (2020) دور الإعلام الرياضي في إبراز مشاكل أندية كرة القدم الجزائرية. المجلة العلمية لعلوم والتكنولوجيا للنشاطات البدنية والرياضية، (1)17، 317-327.
- المغذوي، عادل عايض. (2015) دور المؤسسات التربوية في مواجهة ظاهرة التعصب الرياضي بالملاعب السعودية. مجلة البحث العلمي في التربية، (16)، 83.

- حسين، عبد العزيز بن محمد أحمد بن. (2018) دور الإعلام التقليدي والحديث في استثارة التعصب الرياضي لدى الشباب من وجهة نظر الطلاب الجامعيين بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية. المجلد الحادي عشر، (34).
- لاشين، حنان ياسين. (2023) تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي: دراسة ميدانية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (4)26، 389-426.
- محسن، محمد صالح، أمينة عثمان، سلمي عثمان، وعبدالله. (2023) بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: دراسة لتفاعل الجمهور على مواقع المنصات الرياضية. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، مج3، عدد خاص، 671-704.