

## تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي- دراسة ميدانية

د. حنان ياسين لاشين\*

### ملخص الدراسة:

اهتمت الدراسة بالتعرف على تأثير التعرض لصفحات المؤثرين في المجال الرياضي في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي لدى عينة من الجمهور المصري، بعد أن ازدادت حدة قضية التعصب الرياضي في الفترة الأخيرة التي بدأت تشهد العديد من الوقائع غير المألوفة على مستوى الرياضة المصرية سواء التي تبدأ من تصريحات مسئولين ولاعبين الأندية غير اللائقة، أو على مستوى جماهير الأندية، والاحتكاكات التي تحدث بين الجماهير، والتذمر ضد قرارات الحكام وغيرها من مظاهر التعصب الرياضي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة عمدية قوامها ٣٠٠ مفردة من الجمهور المصري حيث تم تطبيق الاستبيان الإلكتروني عليهم من خلال مجموعات الفيس بوك والواتساب.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والمؤشرات العلمية من أهمها ارتفاع معدلات التعرض المنتظم لصفحات المؤثرين الرياضيين، من خلال زيادة الاعتماد على انستجرام واليوتيوب، والفيسبوك، وتيك توك في متابعتهم مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وكشفت الدراسة أيضاً عن زيادة التفاعل والاعجاب بالمحتوى المقدم من المؤثرين الرياضيين ومشاركته وخاصة المحتوى المصور والفيديوهات التي تنشرها على التوالي صفحات المؤثرين أحمد عفيفي، والهستيري، ومعتز الشامي، وعمرو نصوح، ومنال سلين، وأحمد عطا، وعلى مظهر، واتضح من الدراسة أيضاً أن الدوافع النفعية تعد أهم دوافع المتابعة لدى العينة، وقد ساهمت عوامل الجذب والتشويق وطريقة الأداء والعرض الفعال لقضية التعصب الرياضي على مصداقية المؤثرين الرياضيين لدى العينة، وأخيراً أشارت النتائج إلى زيادة نوعية التأثيرات المعرفية المترتبة على التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي لدى عينة الجمهور المصري.

**الكلمات المفتاحية:** المؤثرون الرياضيون، المصداقية، التعصب الرياضي، شبكات التواصل الاجتماعي.

\* مدرس بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

## **The effect of exposure to the pages of sports influencers in social networks on the perception of Hooliganism**

### **Abstract:**

The study was concerned with identifying the effect of exposure to the pages of influencers in the sports field in social networks on the awareness of the hooliganism among a sample of the Egyptian public, especially as the issue of sports hooliganism has intensified in the recent period, which began to witness many unfamiliar incidents at the level of Egyptian sports, whether It starts from the inappropriate statements of club officials and players, or at the level of the club's masses, and the frictions that occur between the masses, and grumbling against the decisions of the referees and other manifestations of sports hooliganism. Through Facebook and WhatsApp groups.

The study found many results and scientific indicators, the most important of which is the high rates of regular exposure to the pages of sports influencers, by increasing reliance on Instagram, YouTube, Facebook, and TikTok in following them compared to other social networks. The study also revealed an increase in interaction and admiration for the content provided by sports influencers. And his participation, especially the illustrated content and videos published respectively by the pages of the influencers Ahmed Afifi, Al-Histiri, Moataz Al-Shami, Amr Nasuhi, Manal Seleen, Ahmed Atta, and Ali Mazhar. The method of performance and effective presentation of the issue of hooliganism affected the credibility of sports influencers among the sample. Finally, the results indicated an increase in the quality of the cognitive effects of exposure to the pages of sports influencers towards the issue of hooliganism among the Egyptian public sample.

**Keywords:** sports influencers, credibility, hooliganism, social networks .

## مقدمة:

أدى الانتشار الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي إلى تعدد استخداماتها سواء على مستوى الأفراد والمنظمات والشركات أو على مستوى المواقع الإخبارية والتلفزيونية، وانعكس ذلك على ظهور أساليب جديدة في التأثير على الجمهور وجذب انتباهه نحو ما يقدم إليه من سلع، أو منتجات، أو خدمات، أو أفكار.<sup>(١)</sup>

وظهر ما يطلق عليه مؤثرو شبكات التواصل الاجتماعي الذين يقومون بصناعة محتوى ونشره وترويجه عبر حساباتهم على الشبكات الاجتماعية للذين يتابعونهم ويبدون إعجابهم بما يقدمونه، بل يقومون بمشاركة ما يقدمونه هؤلاء إما على صفحاتهم أو عبر منصات اجتماعية أخرى.<sup>(٢)</sup> ومع انتشار ظاهرة المؤثرين influencers أو قادة الرأي الجدد، أو البلوجرز كما يطلق عليهم أحياناً. أصبح لهم دوراً فاعلاً في نشر وإذاعة الأخبار والمعلومات عن كافة الأحداث والقضايا المختلفة، عن طريق حساباتهم أو صفحاتهم أو قنواتهم على أي المنصات الاجتماعية، أو الترويج للمنتجات والسلع والخدمات سواء من خلال شركات متخصصة أو من خلالهم مباشرة.<sup>(٣)</sup>

وتزايدت أعداد المؤثرين في مصر بشكل ملحوظ في كافة المجالات المختلفة كالموضة والأزياء والرحلات والطب والتنمية البشرية وريادة الأعمال والاقتصاد والرياضة.. إلخ الأمر الذي أدى إلى أن المؤثرين أصبحوا يشكلون أهمية كبيرة ويحظون بشعبية وجاهيرية وثقة كبيرة لدى جمهور المتابعين، وهو ما قد يؤثر على توجيه سلوكيات واهتمامات هؤلاء المتابعين من الجمهور نحو قضايا أو أحداث بعينها<sup>(٤)</sup>، ومن هذا المنطلق تهتم الدراسة بتأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري؛ خاصة وأن هناك العديد من المؤثرين الذين يهتمون بالشئون الرياضية التي تحظى بجاهيرية كبيرة لدى غالبية المتابعين لها للرياضة وخاصة كرة القدم من جماهيرية كبيرة بين أوساط الشعب المصري.

## الدراسات السابقة:

### المحور الأول: الدراسات الخاصة بالمؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي:

تم رصد العديد من الدراسات السابقة التي تناولت حدود تأثير المؤثرين على جمهور المتابعين ويتم عرضها من الأحدث إلى الأقدم كما يلي:

- دراسة على عبد اللطيف (٢٠٢٢)، التي اهتمت بالتعرف على دور المؤثرين عبر اليوتيوب في إدارة الأزمات من خلال الاعتماد على منهج المسح لعينة قوامها ٢٠٠ مفردة من المتابعين، وتوصلت الدراسة إلى زيادة درجة مصداقية المؤثرين لدى متابعي قنواتهم

عبر اليوتيوب، واعتمادهم على معلوماتهم وإرشاداتهم في التعامل مع الضغوط الاقتصادية التي فرضتها الحرب الروسية الأوكرانية على العالم.<sup>(٥)</sup>

- **دراسة هاني الزيات (٢٠٢٢)**، التي سعت لمعرفة العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المؤثرين ومشاهير الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحوهم من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور الجزائري، وتوصلت الدراسة إلى أن الاتجاهات الإيجابية نحو المؤثرين في المجال الديني والاجتماعي جاءت في الترتيب الأول وانخفض نحو المؤثرين في مجال تسويق الخدمات كالأزياء والموضة، وكشفت نتائج الدراسة أيضًا أن أكثر نوعيات المتابعة لصفحات وحسابات وقنوات المؤثرين تمثلت في المجال الديني والاجتماعي والفني مقارنة بالمجالات الأخرى.<sup>(٦)</sup>

- **دراسة هاريجان Harrigan وآخرون (٢٠٢١)**، التي استهدفت أساليب التسويق المؤثر من خلال تحليل البيانات الضخمة وتم تحليل ٥٥٦ تغريدة على تويتر، وتوصلت الدراسة إلى أن مؤثري التسويق قد اعتمدوا بدرجة كبيرة على كتابة تغريداتهم بأحرف كبيرة بكلمات قليلة، وأنه مكانتهم الشخصية ومصداقيتهم لدى المتابعين تساهم بدرجة رئيسية في اعتماد المؤسسات والشركات المختلفة عليه في صناعة المحتوى وتسويقه.<sup>(٧)</sup>

- **دراسة دالمان ومين Dalman & Min (٢٠٢٠)**، والتي سعت إلى تحليل التفضيلات التسويقية لمديري التسويق في عينة من الشركات متعددة الجنسيات من خلال الاعتماد على أسلوب المقابلة المتعمقة، وكشفت نتائج الدراسة أن أكثر من ٩٠% من مديري التسويق يفضلون الاعتماد على المؤثرين بدلاً من قنوات التسويق الأخرى، وأن انستجرام ويوتيوب من أكثر قنوات التواصل الاجتماعي التي يتم الاعتماد عليها في تسويق المنتجات والعلامات المختلفة.<sup>(٨)</sup>

- **دراسة محمد مصطفى (٢٠٢٠)**، التي استهدفت التعرف على أساليب التسويق التأثيري عبر المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى إدراك أغلب العينة لمفهوم التسويق التأثيري، وتمثل أهم المؤثرين لديهم في أحمد الغندور، حسام هيكل، أحمد حجاج، هالة سمير، بسنت نور الدين وغيرهم، واتضح أن أكثر الأساليب التسويقية تأثيرًا لديهم تمثلت في الاعتماد على الوسائط المتعددة، ونشر النقائيل والأخبار السعيدة، وجعل المنتج نمط حياة.<sup>(٩)</sup>

- **دراسة خالد الحريري (٢٠١٩)**، التي استهدفت تحديد أهم وسائل وطرق التسويق المستخدمة من قبل المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال المقابلات الميدانية على عينة قوامها ٥٣٢ مفردة من طلاب الجامعات اليمنية، وتوصلت الدراسة إلى أن الأصدقاء وزملاء العمل والدراسة ومشاهير الفن والرياضة هم أكثر الفئات المؤثرة من الناحية التسويقية لدى أفراد العينة.<sup>(١٠)</sup>

- **دراسة ياسمين محمد (٢٠١٩)**، التي اهتمت بمعرفة تأثير البنية اللغوية لتغريدات المؤثرين عبر تويتر على ظاهرة التعصب الرياضي ومن خلال الاعتماد على نظرية الفعل الكلامي، توصلت نتائج الدراسة إلى أن تويتر يعد بيئة تجمع من خلالها مشجعي الأندية الرياضية ويقومون بالتواصل مع أنديةهم وإبداء آرائهم نحو المباريات والتحكيم والصفقات، بالإضافة إلى إظهار تأييد فريق والدفاع عنه من خلال إتاحة مشاركة المحتوى مع الآخرين، وأشارت الدراسة إلى أنه قد اتضح العديد من الأنماط الكتابية والتغريدات التي تدعم التعصب بدرجة أو بأخرى بين المشجعين.<sup>(١١)</sup>

- **دراسة بودزنيسكي وجينسل Budzinski & gaensle (٢٠١٨)**، التي سعت لتحليل ٢٠٠ قناة على موقع يوتيوب لأربع فئات مختلفة من المؤثرين والمشاهير، وتوصلت نتائج التحليل إلى أن مشاهير شبكات التواصل الاجتماعي يقومون بإدارة حساباتهم سواء بمفردهم أو من خلال شركات معينة، واتضح أيضاً حرص المؤثرين على تنوع أساليب العرض، واستخدام وسائل متعددة للتأثير على الجمهور الذي يتابعهم للتفاعل والتواصل أو للإعجاب وتقبل الفكرة أو الاقتناع بجودة المنتج المقدم.<sup>(١٢)</sup>

- **دراسة رون وأفيندي Run & Affendey (٢٠١٨)**، التي سعت إلى معرفة الأساليب التسويقية المستخدمة في المجالات الصحية للمؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي، ومن خلال الدراسة الميدانية كشفت نتائج الدراسة أن المؤثرين يقومون بدور فعال في التسويق الصحي سواء من خلال التوعية العامة أو من خلال الحملات التسويقية لكل ما يتعلق بالمجالات الصحية سواء الخاصة بمنتجات التجميل والجمال أو الصحة العامة.<sup>(١٣)</sup>

- **دراسة لينا فيليب و فايبهافي نانديجري Leena phillip & vaibhavi Nandagri (٢٠١٨)**، التي استهدفت التعرف على أثر المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور متابعيهم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة قوامها ١٠٠ مفردة من المراهقين، وتوصلت الدراسة إلى التأثير الإيجابي للمؤثرين على متابعيهم وأنهم يحظون بثقة ومصداقية كبيرة لديهم، وأنهم يتأثرون إيجابياً بأراء المؤثرين نحو الأحداث والقضايا أو المنتجات التي يتم الترويج لها أو الإعلان عنها.<sup>(١٤)</sup>

- **دراسة إيفون دراغانوف Ivona Draganov (٢٠١٨)**، التي سعت للتعرف على آراء وتصورات المستهلكين والمتابعين نحو المؤثرين، والعوامل المؤثرة في تبني الأفكار أو الآراء نحو السلع والمنتجات المقدمة، وكشفت الدراسة التي أجريت على عينة من المراهقين في بلغاريا إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين سمات وخصائص المؤثر الشخصية، والشكلية وبين زيادة الفرص الإقناعية بما يقدمه المؤثرون.<sup>(١٥)</sup>

## المحور الثاني: المحور الثاني الدراسات الخاصة بقضية التعصب الرياضي:

قامت الباحثة برصد مجموعة من الدراسات التي تناولت قضية التعصب الرياضي ومظاهرها وتأثيراتها السلبية ويتم عرضها من الاحداث الي الاقدم كما يلي:

- دراسة عبد الوهاب بن مشرف، (٢٠٢٢)، اهتمت الدراسة بالتعرف على العلاقة بين أساليب التفكير وعلاقته بالتعصب الرياضي لدى عينة من طلاب جامعتي أم القرى والباحة وفق بعض المتغيرات الديمغرافية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، وتوصلت النتائج إلى أن أكثر أساليب التفكير تفضيلاً لدى العينة كانت الهرمي، والتشريعي، والتنفيذي، وأقلها تبعاً الداخلي، والفوضوي، والعالمي، وأن التعصب الرياضي كان بدرجة منخفضة، وعدم وجود فروق في أساليب التفكير والتعصب الرياضي للجامعة، والتخصص، والحالة الاجتماعية، والعيش مع الأسرة، والمرحلة الدراسية، والعمر، كما لا توجد علاقة بين أساليب التفكير والتعصب الرياضي عدا أسلوب: المتحرر، والهرمي، والداخلي. (١٦)
- دراسة إيمان عبد الله، (٢٠٢١)، استهدفت الدراسة التعرف على مستوى التعصب الرياضي لدى مشجعي كرة القدم في ولاية الخرطوم وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية، وتم تطبيق مقياس التعصب الرياضي إعداد الباحثة على ٦٠ مشجعا ومشجعة، وأسفرت النتائج أن مستوى التعصب الرياضي كان بدرجة مرتفعة، ولا توجد فروق تبعاً للنوع، والعمر، والحالة الاجتماعية. (١٧)
- دراسة علاء مرتضي، (٢٠٢١)، اهتمت الدراسة بالتعرف على دور الإعلام الرياضي في التغلب على ظاهرة الشغب والتعصب الرياضي في ظل تحول المنافسة عبر القنوات الرياضية إلى صراع تعدى المهنية إلى الشخصية والذاتية وتصفية الحسابات، حيث تم سحب عينة قوامها ٢٧٧ مفردة من الشباب المصري الذي يتراوح عمره من ١٨ إلى ٣٥ عام، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان، وجاءت أهم النتائج أنه يجب أن تعتمد البرامج الرياضية على أساليب المشاركة والاتصال التفاعلي ومنح الجمهور الحق في التعبير عن رأيه مع فتح نوافذ جديدة على العالم ليتعرف الجمهور على كل ما هو جديد في المجال الرياضي وليرى العالم ما وصل إليه المجتمع من انجازات وتقدم في المجال الرياضي. كما توصلت الدراسة إلى أنه من أهم أسباب ظاهرة التعصب الرياضي عدم وجود وعي كافي بين الجماهير وبالتالي البدء من نشر الوعي الرياضي في برامج التلفزيون في المنافسات الرياضية المختلف. (١٨)
- دراسة عسيري، (٢٠١٩)، هدفت إلى التعرف على مستوى التعصب الرياضي لدى طلاب جامعة تبوك، وطرق الوقاية منها، وتم تطبيق مقياسي التعصب الرياضي، وطرق الوقاية من إعداد الباحث، على ٤٢٣ طالباً وأشارت النتائج إلى أن مستوى التعصب

الرياضي كان بدرجة مرتفعة، ووجود فروق دالة تبعا لمكان الإقامة لصالح الطلاب الذين يقيمون خارج المدينة، وتبعاً للتخصصات لصالح التخصصات الصحية.<sup>(١٩)</sup>

- **دراسة الريدي، (٢٠١٨)**، هدفت إلى الكشف عن ظاهرة التعصب الرياضي لدى طلاب جامعة القصيم في ضوء بعض المتغيرات الشخصية، وتم تطبيق مقياس التعصب الرياضي إعداد الباحث على ٢٥٥ طالبا، وأشارت النتائج إلى أن التعصب ال رياضي كانت متوسطا، ووجود فروق دالة تبعا للعمر لصالح الأقل عمر، وتبعاً للتخصص لصالح التخصصات العلمية، وتبعاً لمستوى دخل الأسرة لصالح الدخل المتوسط.<sup>(٢٠)</sup>

- **دراسة الشهري، (٢٠١٨)**، هدفت إلى التعرف على التعصب الرياضي ومدى علاقته ببعض نظم التنشئة الاجتماعية لدى الجماهير السعودية في مدينة الرياض، وتم تطبيق مقياس التعصب الرياضي إعداد حنان عبد المنعم (١٩٩٩)، ومقياس نظم التنشئة الاجتماعية إعداد الربعان (٢٠٠٥)، على ٨٥٥ فردا من مستويات تعليمية مختلف، وتوصلت النتائج أن مستوى التعصب الرياضي كان متوسطا، ووجود فروق في التعصب الرياضي تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعي.<sup>(٢١)</sup>

- **عبد العزيز بن محمد، (٢٠١٨)**، استهدفت الدراسة الكشف عن دور الإعلام الرياضي بنوعيه التقليدي والحديث في استنثاره اتجاهات التعصب الرياضي لدى الشباب وذلك من وجهه نظر الطلاب الجامعيين، واعتمدت الدراسة على استخدام المنهج المسحي والمقارن وتمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين بمدينة الرياض وتم اختيار عينة عرضية، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك اختلافات بين درجة اسهام وسائل الاعلام المتعددة كما بينت نتائج الدراسة تفوق وسائل الاتصال الحديثة على قريبتها في وسائل الاعلام التقليدية وذلك من حيث التأثير على الجمهور والقدرة على استنثاره مشاعر وافكار التعصب والعنف الرياضي لدى الشباب المحبين للأنشطة الرياضية والتنافسية.<sup>(٢٢)</sup>

- **دراسة باسم بكرى إبراهيم، (٢٠١٨)**، حاولت الدراسة التوصل إلى تصور لخدمة الجماعة في التعامل مع العوامل المؤدية إلى التعصب الرياضي لدى الشباب وخاصة العوامل الاجتماعية، والعوامل النفسية، والعوامل الثقافية وإعلامية وكيفية التغلب على هذه العوامل لإيجاد مجتمع رياضي متسامح يغلب عليه الروح الرياضية بين جماهير الأندية المتنافسة في المسابقات الرياضية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي لعينة عددها (٢٢٢) مفردة من طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة الملك سعود، وتوصلت الدراسة إلى أظهرت النتائج أن أفراد عينة الدراسة يرون أن هناك عوامل اجتماعية مؤدية إلى التعصب الرياضي، كما يرون أن هناك عوامل نفسيه مؤدية إلى التعصب الرياضي، كما أن هناك عوامل ثقافية وإعلامية تؤدي إلى التعصب الرياضي مثل

التراشق بالألفاظ بين الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى مزيد التعصب الرياضي. (٢٣)

- **دراسة عبده حافظ، (٢٠١٥)،** هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في مجال الرياضة والصحافة الرياضية على وجه التحديد في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الفئات المجتمعية الأكثر تأثراً بها وقد وجد ان الصحافة الرياضية لم يكن لها دور ايجابي يذكر في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، كما بينت نتائج الدراسة ايضا ان الصحف الرياضية ومواقع التواصل الاجتماعي هي من اكثر وسائل الإعلام تأجيجا لظاهرة التعصب الرياضي، وقد اكدت الدراسة ان قلة الوعي والثقافة الرياضية وكذلك كتابات بعض الصحفيين والإعلاميين في الصحف الرياضية ودعوتهم للعنف والتعصب هي من اعلى النسب في احتمالية تأجيج ظاهرة التعصب. (٢٤)

- **دراسة تامر عبدالعظيم، (٢٠١٤)،** استهدفت الدراسة التعرف على الدور الإعلامي في إدارة الصراع وأثره على روابط المشجعين بأندية المحترفين بدوريات كرة القدم، وتم استخدام المنهج الوصفي، واختيار عينة البحث بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من روابط مشجعي الأندية المصرية مثل النادي الأهلي و نادي الزمالك و نادي المصري وبلغت العينة ٣٥٥ مفردة، وتم الاعتماد على المقابلة الشخصية والاستبانة، وجاءت أهم نتائج الدراسة أن الإعلام الرياضي له دور مؤثر في زيادة حدة التعصب وأن روابط المشجعين وفقاً للتحليل الهيكلي لنتائج البحث تتكون من قيادات وخلايا منبثقة تقسم جغرافياً وتختلف في متوسطها السنوية، وتعمل من خلال اجتماعات منظمة على حده، كما يسهل اقتياد خاليا روابط المشجعين سياسياً الانتماءات ترتبط بالجوانب الاقتصادية للتأثير عليها، ما أدى تدهور عاقلة الجماهير الرياضية بالدولة ومنشأتها. (٢٥)

- **دراسة خالد الدوس، (٢٠١١)،** هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الإعلام الرياضي والتعصب الرياضي وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من المشجعين بلغت ٣٠٠ فرد من مدينة الرياضي واستخدم البحث أداة الاستبيان كوسيلة الجمع بيانات الدراسة وقد تبين من خلال نتائج الدراسة ان ٥٤%، من افراد عينه الدراسة يرون ان الاعلاميين هم الاكثر تأثيرا في التعصب الرياضي وان افراد العينة يرون أن التعصب الرياضي موجود بدرجة عالية لدى كلا من الجمهور والإعلاميين وموجود بدرجة متوسطة لدى الإداريين كما أوضحت نتائج الدراسة عن أفراد العينة يرون عن أكثر العوامل تأثيراً في الحد من ظاهره التعصب الرياضي هو تفعيل الدور الرقابي الاعلامي في حين ان افراد العينة يرون ان غياب الوعي يساهم الرياضي هو ناتج عن وسائل الاعلام وان الاعلاميين هم الاكثر تأثيرا في التعصب الرياضي إلى جانب أن ضعف الدور الرقابي الإعلامي يؤدي إلى زيادة التعصب الرياضي. (٢٦)



ومن خلال استعراض الدراسات السابقة التي أجريت على المؤثرين نجد أنها اهتمت بدرجة رئيسية بقضايا الصحة والأحداث العامة أو من خلال دور المؤثرين في الترويج أو التسويق للسلع والخدمات، ولم تهتم أغلب الدراسات برصد دور المؤثرين في المجال الاجتماعي والسياسي. بالرغم من أنه يمكن توظيف هؤلاء في ترويج ونشر ومعالجة القضايا المختلفة، خاصة وأن الدراسات السابقة أشارت إلى أهمية وفعالية دور المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي ولم تهتم أي من الدراسات التي تم الاطلاع عليها بقضية التعصب الرياضي، وهو ما أدى بالظاهرة الاتصالية الحالية إلى أن تكون ضرورة بحثية.

### مشكلة الدراسة:

أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصورة غير مسبوقه على المستوى المصري، وهو ما يؤكد أيضاً تقرير مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري الذي أشار إلى أن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في مصر بلغ (٥١) مليون مستخدم نهاية شهر يونيو ٢٠٢٢، وهو ما يوضح أهمية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما لهم من أهمية في التأثير على متابعيهم حيث أنهم قد يؤثرون على آراء وأفكار وسلوكيات المتابعين نحو القضايا والأحداث المختلفة، ومن هذا المنطلق تظهر أهمية المؤثرين في المجال الرياضي بعد أن أصبحت الرياضة نشاطاً كبيراً ومعقداً يدخل في تفاصيل الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية للمجتمع، وهو ما انعكس على أساليب نقل المحتوى الرياضي للجماهير العريضة من خلال توظيف الوسائط الرقمية المتعددة التي أتاحتها ثورة الانترنت وتكنولوجيا الاتصال، وفي ظل هذا التعدد والتنوع يأتي المؤثرون في المجال الرياضي في مصر الذين يمتلكون حسابات وقنوات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يتابعها الملايين وهو ما يمكن أن يؤثر على وجهات نظرهم وسلوكياتهم وآرائهم المختلفة نحو القضايا الرياضية المختلفة وأهمها التعصب الرياضي الذي بدت ملامحه بوضوح مع بداية القرن الحادي والعشرون، وزادت بدرجة كبيرة بعد أن شهدت مصر العديد من الأحداث الكبرى التي قامت بتغذية هذا التعصب لدى الجماهير خاصة في كرة القدم، والتي بدأت مع تكوين روابط أطلق عليها " الالتراس"، ثم مذبحة ستاد بورسعيد، وغيرها من الأحداث التي زادت من درجة الشحن الجماهيري للأندية الرياضية المصرية ضد بعضها البعض، ونظراً لأن الدراسات السابقة أشارت إلى ارتفاع مصداقية المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي عموماً فإن مشكلة الدراسة تتحدد في قياس تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي للجمهور المصري.

## أهمية الدراسة:

تحدد أهمية الدراسة كما يلي:

- 1- تتبع أهمية الدراسة من تركيزها على المؤثرين في المجال الرياضي وما لهم من قدرات تأثيرية على الجمهور.
- 2- أهمية دور المؤثرين في التصدي لظاهرة التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري.
- 3- قلة الدراسات التي تناولت دور المؤثرين في المجال الرياضي وكيفية معالجتهم لظاهرة التعصب الرياضي.
- 4- تنتمي الدراسة إلى دراسات التأثير عبر المؤثرين والتي تحتل أولويات الاهتمام البحثي في مجال التسويق الإلكتروني عمومًا سواء التسويق الاجتماعي للسلع والخدمات أو التسويق السياسي لبرامج الأحزاب والمرشحين.
- 5- حاجة التراث العلمي إلى دراسة تأثير المؤثرين نوعية الأساليب التي يستخدمونها في تشكيل المواقف والسلوكيات المختلفة للجمهور نحو قضية ومعرفة التعصب الرياضي.

## أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى رصد تأثير التعرض لصفحات المؤثرين في المجال الرياضي على إدراك قضية التعصب الرياضي لدى عينة من الجمهور المصري، وفي إطار هذا الهدف تأتي مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

- 1- التعرف على درجة التعرض لحسابات المؤثرين في المجال الرياضي لدى الجمهور المصري.
- 2- التعرف على أهم المؤثرين الرياضيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى الجمهور المصري.
- 3- تحليل سمات المؤثرين الرياضيين وأسباب تأثيرهم لدى الجمهور المصري.
- 4- تحديد دوافع التعرض للمؤثرين الرياضيين لدى الجمهور المصري.
- 5- التعرف على الاستراتيجيات التي يستخدمها المؤثرون الرياضيون في طرح قضية التعصب الرياضي.
- 6- تقييم الجمهور المصري معالجة المؤثرين الرياضيين لقضية التعصب الرياضي.
- 7- تقييم الأساليب المستخدمة من قبل المؤثرين الرياضيين في عرض قضية التعصب الرياضي.
- 8- التعرف على تأثير المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري.

### تساؤلات الدراسة:

- ١- ما درجة التعرض لحسابات المؤثرين الرياضيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور المصري؟
- ٢- ما نوعية تفضيلات المؤثرين الرياضيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور المصري؟
- ٣- ما دوافع التعرض للمؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور المصري؟
- ٤- ما طبيعة تقييم الجمهور المصري لمعالجة المؤثرين الرياضيين لقضية التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري؟
- ٥- ما تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى إدراك قضية التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري؟

### فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مصداقية المؤثرين في المجال الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدي الجمهور المصري.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين طبيعة معالجة المؤثرون الرياضيون بشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدي الجمهور المصري.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدي الجمهور المصري.

### المدخل النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية التماس المعلومات التي تركز على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من كافة المصادر، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، وتعرف عملية التماس المعلومات بأنها نشاط الفرد في تحديد الرسائل الاتصالية التي تلبى احتياجات معينة لديه<sup>(٢٧)</sup>، ومن ثم فهي عملية ذهنية إدراكية تتفاعل فيها المعارف السابقة مع مصادر المعلومات الحالية، ومن ثم فتلك العملية ترتبط بالسلوك الظاهر وغير الظاهر الذي يتحدد في ضوء أولويات الفرد، ودوافعه، وميوله، واتجاهاته بناء على المعارف السابقة والحالية التي تتشكل من التعرض للمضامين الإعلامية المختلفة والتي تؤثر في نهاية

المطاف على المستوى الإدراكي و المعرفي والسلوكي للفرد على المستوى الشخصي والاجتماعي وتحدد في النهاية عملية اتخاذ القرارات في المواقف المختلفة<sup>(٢٨)</sup>، ووفقاً لذلك فإن فروض النظرية تتحدد في قيام الفرد بالبحث عن المعلومات وتحليلها وتصنيفها بصورة تدعم اعتقاداته وسلوكياته من عدمه، ومن خلال السعي لمواجهة المشكلات يتم تقديم المعلومات التي تعتمد على الحوافز والمنبهات التي إما تدعم الخبرات السابقة لدى الفرد أو لا تدعمها ومن خلال تلك المقارنات المستمرة تتم الاستجابات السلوكية<sup>(٢٩)</sup> ويتم توظيف النظرية في الدراسة الحالية لفهم تقييمات عينة الجمهور لتأثير التعرض للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي على مستوى إدراك قضية التعصب الرياضي وقياس طبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على التعرض.

### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد وتحليل وتقييم تأثير التعرض للمؤثرين في المجال الرياضي على إدراك قضية التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري، وذلك من خلال الاعتماد على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يساهم في تحليل الظاهرة الاتصالية بعمق من جميع جوانبها مما يساهم في الوصول إلى الاستدلال والاستنتاج والتنبؤ مستقبلاً.

### أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وتم تقسيمها إلى عدة محاور بحيث تتضمن التحقق من أهداف الدراسة وتقيس كل تساؤلاتها وترد على الفروض التي تود التحقق منها، وقامت الباحثة بتصميم الاستبيان على Google Drive، وتم وضع رابط الاستبيان على الفيسبوك وخاصة المجموعات العامة، كما تم إرساله عبر مجموعات الواتس أب، وفيسبوك ماسنجر، وطلبت الباحثة ممن أبدوا موافقتهم على ملء الاستمارة إرسالها بعد ذلك، وقد تم ملء بيانات الاستمارة خلال شهري فبراير ومارس ٢٠٢٢.

### عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على عينة عمدية تلي احتياجات الدراسة وتخدم أهدافها وتسؤلات وتختبر فرضياتها، قوامها (٣٠٠) مفردة ممن يتابعون المؤثرون في المجال الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري.

**الصدق والثبات:**

تم إجراء الصدق من خلال قياس الصدق الظاهري لاستمارة الاستبيان من حيث قدرتها في الإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها، وتم ذلك من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال الإعلام الذين أشادوا بصلاحياتها للتطبيق بعد حذف بعض البدائل وإضافة أخرى، فضلاً عن إضافة بعض الأسئلة<sup>(٣٠)</sup>، وقامت الباحثة بقياس الثبات من خلال قيام الباحثة بإعادة الاختبار Test Re Test على عينة قوامها (٣٠) مفردة بنسبة ١٠% من حجم العينة بعد فترة أسبوعين من ملء بيانات الاستبيان وحققت نسبة إعادة الاختبار ٩١. وهي قيمة عالية تدل على ثبات المقياس ودقته ومن ثم تعميم النتائج.

**المعالجة الإحصائية:**

تم تفرغ وتحليل البيانات من خلال استخدام برنامج SPSS على الحاسب الآلي، وتم حساب النسب والجداول التكرارية البسيطة والمركبة، بالإضافة إلى الاختبارات الإحصائية للتحقق من فروض الدراسة، وتم الاعتماد على اختبار (T)، وبيرسون، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية.

**نتائج الدراسة الميدانية:****جدول (١)****معدل التعرض لصفحات المؤثرين عمومًا على شبكات التواصل الاجتماعي**

معدل التعرض	ك ن=٣٠٠	%
دائمًا	١٨٠	٦٠
أحيانًا	١٠٢	٣٤
نادرًا	١٨	٦

تكشف بيانات الجدول السابق أن التعرض المنتظم لصفحات المؤثرين على شبكات التواصل يعد أهم أنماط التعرض لدى العينة بنسبة ٣٤%، مقابل نسبة ٤٠% للتعرض غير المنتظم (٣٤% لفئة أحيانًا، ونسبة ٦% لفئة نادرًا)، وهو مؤشر على ارتفاع معدلات التعرض لصفحات المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يوضح دور هؤلاء في توجيه اهتمامات المتابعين.

## جدول (٢)

### نوعية المؤثرين الذين يتم متابعة صفحاتهم بشبكات التواصل الاجتماعي

نوعية المؤثرين المفضلين	ك ن=٣٠٠	%
المؤثرون الرياضيون	٣٠٠	١٠٠
المؤثرون في المجال الفني	٢٤٥	٨١.٧
المؤثرون في المجال الديني	٢٢٤	٧٤.٧
المؤثرون في المجال السياسي	١٤٥	٤٨.٣
المؤثرون في مجال الأزياء والموضة	١٩٧	٦٥.٧
المؤثرون في مجال الماكياج والتجميل	١٠٢	٣٤
المؤثرون في مجال الطبخ	١١٤	٣٨
المؤثرون في مجال التنمية البشرية	١٦٥	٥٥
المؤثرون في المجال الطبي	٩٢	٣٠.٧
المؤثرون في مجال تبسيط العلوم	٨٨	٢٩.٣

توضح بيانات الجدول السابق أن تفضيلات متابعة حسابات المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت على التوالي في المؤثرين بالمجال الرياضي بنسبة ١٠٠% من الإجابات، تلاها مؤثرو المجال الفني بنسبة ٨١.٧%، ثم المجال الديني بنسبة ٧٤.٧% ثم مجال الأزياء والموضة بنسبة ٦٥.٧%، ثم مؤثرو التنمية البشرية بنسبة ٥٥%، ثم المجال السياسي بنسبة ٤٨.٣%، ثم مجال الطبخ بنسبة ٣٨%، ثم الماكياج والتجميل بنسبة ٣٤%، فالمجال الطبي بنسبة ٣٠.٧%، وأخيرًا المؤثرين في مجال تبسيط العلوم بنسبة ٢٩.٣%.

وتوضح البيانات السابقة أن:

- متابعة المؤثرين في المجال الرياضي جاءت في قائمة أولويات المتابعة لدى جمهور العينة بحكم طبيعة عينة الدراسة من جهة، ونظرًا للشعبية الجماهيرية الكبيرة للرياضة في أوساط الشعب المصري وخاصة كرة القدم من جهة ثانية، وهو أمر أكدته العديد من الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن بوابات المواقع الرياضية على شبكات التواصل الاجتماعي تأتي في الترتيب الأول من إجمالي تفضيلات الجمهور للشؤون الرياضية<sup>(٣١)</sup>
- جاءت تفضيلات متابعة المؤثرين في المجال الفني في قائمة التفضيلات لدى عينة الدراسة وهو أمر طبيعي بحكم أن المؤثرين في مجال الغناء والسينما والدراما عمومًا يتفاعلون مع متابعيهم باستمرار، بالإضافة إلى أن موضوعات أخبار الفنانين وتصريحاتهم من الموضوعات التي تجذب القطاعات الجماهيرية المختلفة لمتابعيهم.<sup>(٣٢)</sup>
- تصدرت تفضيلات المتابعة صفحات المؤثرين في المجال الديني الأمر الذي يعود حرص الجمهور على الحصول على المعلومات الدينية في ظل تزايد الدعوات غير المألوفة على

المزاج المجتمعي العام، وظهور العديد من السلوكيات غير المرغوبة التي هي في حاجة إلى ضبط، ومن ثم يتزايد أهمية المؤثرين الدينيين في التوعية الدينية.

- تراجعت تفضيلات الجمهور العينة للمؤثرين في المجال السياسي مقارنة بالاهتمام بأخبار الأزياء والموضة والماكياج والطبخ، وهو ما يعود إلى عزوف عدد كبير من المتابعين عن الاهتمام بالشئون السياسية وزيادة اهتمامهم بالأحداث الجارية الخاصة بأنماط الحياة اليومية والأعباء المعيشية اليومية التي يعاني منها المواطن المصري في ظل الظروف المعيشية والاقتصادية الحالية، وهو ما أكدت عليه إحدى الدراسات التي أشارت إلى عدم الاهتمام بالشئون السياسية كلما زادت حدة الضغوط الاقتصادية والاجتماعية لدى الجمهور<sup>(٣٣)</sup>

### جدول (٣)

معدل الانتظام في التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي

الانتظام في التعرض	ك ن=٣٠٠	%
يوميًا	٥٢	١٧.٣
من يوم إلى ثلاثة أيام	١٣٦	٤٥.٣
من أربع إلى ست أيام	٤٩	١٦.٣
أسبوعيًا	٤٠	١٣.٣

تكشف بيانات الجدول السابق أن معدل انتظام متابعة المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في المتابعة من يوم إلى ثلاثة بنسبة ٤٥.٣%، تلاها المتابعة اليومية بنسبة ١٧.٣%، ثم من أربع إلى ست أيام أسبوعيًا بنسبة ١٦.٣%، ثم كل أسبوع بنسبة ١٣.٣%. مما يوضح حرص عينة الجمهور المصري على الانتظام في متابعة المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي.

### جدول (٤)

شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة في متابعة المؤثرين الرياضيين

شبكات التواصل	ك ن=٣٠٠	%
فيس بوك	١٤٤	٤٨
انستجرام	٢٥٣	٨٤.٣
يوتيوب	١٩٣	٦٤.٣
تويتر	١٢٠	٤٠
سناپ شات	٨٤	٢٨
ماي سبيس	٤٩	١٦.٣
تيك توك	١٤١	٤٧
جوجل بلس	١٠	٣.٣

تشير بيانات الجدول السابق أن شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة في متابعة صفحات المؤثرين الرياضيين تمثلت على التوالي في انستجرام بالترتيب الأول بنسبة ٨٤.٣%، تلاها اليوتيوب بنسبة ٦٤.٣%، ثم فيس بوك بنسبة ٤٨%، ثم تيك توك بنسبة ٤٧%، ثم تويتر بنسبة ٤٠%، ثم سناب شات بنسبة ٢٨%، ثم ماي سبيس بنسبة ١٦.٣%، وأخيراً جوجل بلس بنسبة ٣.٣%.

وتوضح البيانات السابقة أن انستجرام، ويوتيوب، وفيس بوك، وتيك توك، تعد المنصات الرئيسية التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة المؤثرين الرياضيين وهو أمر يبدو طبيعياً ومنطقياً بحكم أنها تتيح بث الصور والفيديوهات والبث المباشر عن القضايا والأحداث الرياضية ومن ثم يسهل على المتابعين معرفة التطورات والأحداث بصورة أسرع وأسهل.

وتتفق هذه المؤشرات مع ما أكدته نتائج العديد من الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن انستجرام وفيس بوك ويوتيوب وتيك توك تعد أهم شبكات التواصل الاجتماعي الرئيسية لدى أغلب المتابعين.<sup>(٣٤)</sup>

#### جدول (٥)

##### أكثر المؤثرين الرياضيين الذين يتم متابعتهم لدى العينة

المؤثرون الرياضيون	ك ن=٣٠٠	%
أحمد عفيفي	٢٥٩	٨٦.٣
الهستيري	٢٣٤	٧٨
عمرو نصوحى	١٨٦	٦٢
أحمد عطا	١٥٧	٥٢.٣
معتز الشامي	١٩٢	٦٤
منال رستم	١٧٨	٥٩.٣
حسن جبر	١٣٩	٤٦.٣
على مظهر	١٢٢	٤٠.٧
بيج رامى	٩٩	٣٣
رامز أمير	٥٥	١٨.٣
محمود مصطفى العطيفي	٤٣	١٤.٣
أخرى	٧	٢.٣

تكشف بيانات الجدول السابق أن تفضيلات متابعة المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة تمثلت على التوالي في أحمد عفيفي بالترتيب الأول بنسبة ٨٦.٣%، ويعد الناقد أحمد عفيفي من الذين حققوا شهرة واسعة على منصة اليوتيوب من خلال تعليقه على المباريات، وساعده ذلك إلى الانتقال من السوشيال ميديا إلى العمل بالبرامج الرياضية، ثم جاء الهستيري في الترتيب الثاني بنسبة ٧٨% وهو أمر منطقي حيث يتابعه أكثر من ٢



مليون متابع ويعتمد على التهكم والسخرية في طريقة عرض فيديواته التحليلية للمباريات الرياضية المختلفة، ثم جاء معترز الشامي بنسبة ٦٤% حيث يعد من أكثر الذين يقومون بالتحليل الرياضي والفني وتقييم أداء الفرق الرياضية بصورة جذابة، ثم جاء عمرو نصوح بنسبة ٦٢% ويتميز بأنه يقوم بالتحليل الرياضي بطريقة تشبه الاستوديو التحليلي في الفضائيات ويقوم باستضافة نجوم الرياضة معه في الفيديوات التي يعرضها، فضلاً عن أن تعليقاته على مجريات الأحداث والشؤون الرياضية تجذب قطاع كبير حيث زاد عدد متابعيه ليصل إلى (٢.٥) مليون متابع، ثم منال رستم بنسبة ٥٩.٣% والتي حققت شهرتها بعد صعود لقمة جبل ايفرست كأول مصرية تقوم بذلك، كما أنها تقوم بتسلق الجبال في العديد من دول العالم، وتقوم بتقديم المعلومات بصورة مبسطة وجذابة وبأسلوب هادف، ثم أحمد عطا بنسبة ٥٢.٣% حيث يعد من الذين يقومون بتحليل المباريات على الفيسبوك، وهو ما ساعده على العمل ببعض البرامج الرياضية، ثم حسن جبر بنسبة ٤٦.٣% الذي يركز على التغذية الصحية للرياضيين، باعتباره مدرب رياضي في رفع الأثقال، وتجاوز متابعيه المليون متابع، وله تطبيق خاص باسم gorilla inc، ثم على مظهر بنسبة ٤٠.٧% الذي يعد من أشهر المدربين على السوشيال ميديا، ويهتم بتقديم المعلومات الرياضية بصورة مبسطة للمهتمين من الرياضيين للجمهور العام أيضاً، وجاء كل من بيج رامي، ورامز أمير ومحمود مصطفى في ذيل قائمة التفضيلات لدي المتابعين.

وتوضح البيانات السابقة تعدد متابعة المؤثرين الرياضيين على شبكات التواصل الاجتماعي لدى جمهور العينة، مما يشير إلى أهمية دور هؤلاء في التوعية الرياضية، ونبذ التعصب الرياضي لما لهم من جماهيرية كبيرة على مستوى بيئة وسائل التواصل الاجتماعي، كما يمكن للجهات الرسمية والقنوات الإعلامية وضع استراتيجيات لمواجهة التعصب الرياضي في المجتمع المصري بالتنسيق مع هؤلاء، ويمكن أن يكون لهم دور في خطة مواجهة.

## جدول (٦)

أوجه التفاعل مع صفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

أوجه التفاعل	ك ن=٣٠٠	%
إبداء الإعجاب Like	٢٦٤	٨٨
إبداء عدم الإعجاب	٣٦	١٢
تعليقات على المحتوى المقدم	١٤٥	٤٨
مشاركة المحتوى مع الآخرين	١٩٢	٦٤
إشارات للآخرين عن المحتوى	٩٨	٣٢.٧
حفظ المنشور المقدم	٦٥	٢١.٧

تكشف بيانات الجدول السابق أن التفاعل مع صفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة تمثل في إبداء الإعجاب بالمضمون المقدم Like بنسبة

٨٨%، ثم مشاركة المحتوى المقدم مع الآخرين بنسبة ٦٤%، ثم التعليق على المحتوى المقدم بنسبة ٤٨%، ثم عمل إشارات للآخرين عن المحتوى المقدم بين ٣٢.٧، وأخيراً حفظ المنشور عن المحتوى المقدم بنسبة ٢١.٧%.

وتوضح تلك البيانات تعدد أشكال التفاعل مع المحتوى المثار في صفحات المؤثرين الرياضيين وهو ما يوضح حرص الجمهور على متابعة الشئون الرياضية وما يقدم عنها بالإضافة إلى أن هذا التفاعل يعطي بعداً إعلامياً وتأثيرياً ومالياً للمؤثرين الرياضيين أيضاً، حيث أنه كلما زادت علامات الإعجاب والمتابعة كلما زادت درجة نجوميته وجماهيريته وانعكس أيضاً على ترتيبه ومكافئته المادية من قبل إدارات شبكات التواصل الاجتماعي.

### جدول (٧)

نوعية المنشورات التي يتم التفاعل معها في صفحات المؤثرين الرياضيين  
بشبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

نوعية المنشورات	ك ن=٣٠٠	%
منشورات الصورة المصحوبة بنص	٢٣٥	٧٨.٣
الفيديوهات المسجلة	١١٧	٣٩
المنشورات التي تحتوي على نص	٩٦	٣٢
الصورة الثابتة	٨٢	٢٧.٣
الصورة المتحركة	٧٥	٢٥
فيديوهات البث المباشر	١٩٩	٦٦.٣
منشورات الرسوم المتحركة	٥٨	١٩.٣
منشورات الملاحظات	٤٢	١٤

تكشف بيانات الجدول السابق أن نوعية المنشورات التي يتم التفاعل معها في صفحات المؤثرين الرياضيين تمثلت في المنشورات المصورة المصحوبة بنص بنسبة ٧٨.٣%، ثم فيديوهات البث المباشر بنسبة ٦٦.٣%، ثم الفيديوهات المسجلة بنسبة ٣٩%، ثم المنشورات التي تحتوي على نص فقط بنسبة ٣٢%، ثم الصور الثابتة بنسبة ٢٧.٣%، ثم الصور المتحركة بنسبة ٢٥%، ثم الرسوم المتحركة بنسبة ١٩.٣%.

توضح البيانات السابقة أن المنشورات المصورة سواء (الفيديوهات، الصور أيا كانت) تأتي في أولويات نوعية المنشورات التي يتم التفاعل معها لدى جمهور العينة، وهو ما يؤكد على سيطرة الثقافة السمعية على البيئة الاتصالية للجمهور المصري.

## جدول (٨)

دوافع استخدام صفحات المؤثرين الرياضيين على شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

دوافع الاستخدام	ك ن=٣٠٠	%
لمتابعة الشئون الرياضية عموماً	٢٧٤	٩١.٣
تناقش الشئون الرياضية بشكل جيد	١٩٥	٦٥
تقدم الموضوعات الرياضية بشكل جذاب	٢١٧	٧٢.٣
للشمول والعمق في التحليلات الرياضية	٢٣٥	٧٨.٣
لإعجابي بطريقة عرض الموضوعات	١٧٨	٥٩.٣
أتابع الصفحات بدافع الفضول	٢٠٩	٦٩.٧
لمشاهدة المنشورات على الصفحة باستمرار	١٤٦	٤٨.٧
لقضاء وقت الفراغ	١١٥	٣٨.٣
للتسلية	١٦٧	٥٥.٧
للتواصل معهم وتوجيه الأسئلة لهم	٦٨	٢٢.٧
لإعجابي بالشخصية	٨٢	٢٧.٣
لتكوين وجهة نظر عن شئون الرياضة	١٠٦	٣٥.٣

تكشف بيانات الجدول السابق أن دوافع التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة تمثلت على التوالي كما يلي:

**أولاً:** جاءت الدوافع المعرفية النفعية في قائمة الدوافع حيث تمثلت في معرفة ما يدور بشأن الرياضة بنسبة ٩١.٣%، وللشمول والعمق في المعالجة بنسبة ٧٨.٣%، ولجاذبية العرض بنسبة ٧٢.٣%، ومناقشة وتحليل الموضوعات بنسبة ٦٥%.

**ثانياً:** جاءت الدوافع الطقوسية إجمالاً في الترتيب الثاني من جملة دوافع التعرض للمؤثرين الرياضيين وتمثلت في الفضول بنسبة ٦٩.٧%، والتسلية بنسبة ٥٥.٧%، وشغل الفراغ بنسبة ٤٨.٧%، للإعجاب بالشخصية بنسبة ٢٧.٣%، للتواصل الاجتماعي مع المؤثرين بنسبة ٢٢.٧%.

**ثالثاً:** تعد الدوافع المعرفية الدوافع الرئيسية في محددات التعرض للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن الدوافع النفعية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي تشكل الأسباب الرئيسية في استخداماتها لدى الجمهور.<sup>(٣٥)</sup>

### جدول (٩)

#### درجة الاعتماد على المعلومات المقدمة عن الشئون الرياضية بصفحات المؤثرين الرياضيين

##### عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

درجة الاعتماد	ك ن=٣٠٠	%
كبيرة (٨-١٠)	٨٧	٢٩
متوسطة (٧-٥)	١٩١	٦٣.٧
منخفضة (٤-٢)	٢٢	٧.٣

تكشف بيانات الجدول السابق ان الاعتماد على معلومات الشئون الرياضية بصفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت لدى العينة بدرجة متوسطة بنسبة ٦٣.٧%، تلاها الدرجة المرتفعة بنسبة ٢٩%، ثم الدرجة المنخفضة بنسبة ٧.٣%.

ويوضح ذلك تعدد مصادر الحصول على المعلومات الخاصة بالشئون الرياضية في ظل تعدد المصادر التي أتاحتها الانترنت والتطبيقات الالكترونية إضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية.

### جدول (١٠)

#### عناصر مصداقية المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

درجة الاعتماد	ك ن=٣٠٠	%
أسلوبهم مميز في عرض الشئون الرياضية	١٩٦	٦٥.٣
لديهم خلفية معرفية قوية عن الشئون الرياضية	١٨٤	٦١.٣
لديهم خبرات واضحة عن الشئون الرياضية	١٣٥	٤٥
لديهم مهارات لغوية	٧٦	٢٦.٣
طريقة الأداء مميزة وجذابة	٩٨	٣٢.٧
يردون على أسئلة المتابعين	٩٥	٣١.٧
يمتلكوا القدرة على الإقناع بالحجة والمنطق	١١٠	٣٦.٧
أثق في المعلومات المقدمة عن الشئون الرياضية	٨٢	٢٧.٣

تكشف بيانات الجدول السابق ان مصداقية المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة تمثلت على التوالي في أسلوبهم المميز في عرض الشئون الرياضية بنسبة ٦٥.٣%، ثم خلفيتهم المعرفية القوية عن الشئون الرياضية بنسبة ٤٥%، ثم قدراتهم الإقناعية بنسبة ٣٦.٧%، ثم الأداء المميز والجداب في عرض الموضوعات الرياضية بنسبة

٣٢.٧%، ثم تفاعلهم بالردود على المتابعين بنسبة ٣١.٧%، ثم الثقة في المعلومات المقدمة بنسبة ٢٧.٣%.

وتوضح البيانات السابقة أن مصداقية المؤثرين الرياضيين تمثلت بالدرجة الأولى في الجاذبية والخبرة، وهو ما تشير إليه الدراسات السابقة التي أكدت أن جاذبية المؤثر تساهم في قبول المتلقي للرسالة<sup>(٣٦)</sup>، بالإضافة إلى أن طريقة العرض والتقديم بناء على الخبرات التي لديهم تساهم في زيادة درجة الثقة بالمعلومات المقدمة<sup>(٣٧)</sup>.

### جدول (١١)

#### معالجة قضية التعصب الرياضي التي يقدمها المؤثرين الرياضيين

##### في شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

مظاهر التعصب المقدمة	ك ن=٣٠٠	%
التركيز على تصريحات مسنولي ولاعبي الأندية	١٦٦	٥٥.٣
انتقاء الكتابات والتصريحات الإعلامية التي تدعو للعنف والتعصب	١٥٥	٥١.٧
عرض اللافتات الرياضية التي تتضمن استفزازات	٤٥	١٥
الألفاظ غير اللائقة من الجماهير	٧٦	٢٥.٣
الألفاظ غير اللائقة من المدربين واللاعبين	٨٢	٢٧.٣
السخرية والتهمك بين مسنولي الأندية	١٢٥	٤١.٧
الاعتداء على اللاعبين والحكام	٤٧	١٥.٧
الاحتكاكات بين الجماهير	١٠٨	٣٦
التدمير ضد قرارات الحكام	٣٩	١٣
الاتلاف والتخريب	١٧	٥.٧
التأكيد على مبادئ اللعب النظيف	٩٨	٣٢.٧
العمل على نشر الروح الرياضية بين الجماهير	٣٨	١٢.٧
الإشارة إلى القوانين واللوائح المنظمة للألعاب الرياضية	١١٥	٣٨.٣
التركيز على عواقب التعصب الرياضي	٧٧	٢٥.٧

٧٧٢٥.٧

تكشف بيانات الجدول السابق ان معالجة قضية التعصب الرياضي على صفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت لدى العينة في التركيز على تصريحات مسنولي ولاعبي الأندية الرياضية بنسبة ٥٥.٣%، ثم انتقاد الكتابات والتصريحات الإعلامية التي تدعو للعنف والتعصب بنسبة ٥١.٧%، ثم الموضوعات التي تتضمن السخرية والتهمك بين مسنولي الأندية بنسبة ٤١.٧%، ثم الإشارة إلى القوانين واللوائح المنظمة للألعاب الرياضية بنسبة ٣٨.٣%، ثم الاحتكاكات التي تحدث بين الجماهير بنسبة ٣٦%، ثم التأكيد على مبادئ اللعب النظيف بنسبة ٣٢.٧%، ثم الألفاظ غير اللائقة من الجماهير بنسبة ٢٥.٣%، ثم العمل على نشر الروح الرياضية بنسبة ١٢.٧%، ثم حالات التخريب والاتلاف بنسبة ٥.٧%.

توضح البيانات السابقة أن معالجة قضية التعصب الرياضي التي يقدمها المؤثرون الرياضيون في شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة تمثلت في التشخيص الواقعي لقضية التعصب الرياضي التي بدأت تنتشر بصورة كبيرة بين أوساط الجماهير المصرية منذ بداية عام ٢٠٠٤ منذ الإعلام عن تكوين روابط مشجعي الأندية (الالتراس)، إلى أن دفعت أحداث مذبحة بورسعيد في عام (٢٠١٢)، وما ترتب عليها من منع دخول الجماهير إلى المدرجات، إلى أن تم السماح لأعداد محددة من الجماهير لحضور المباريات بضوابط محددة.

تشير البيانات السابقة أيضا إلى تنوع طريقة تناول قضية التعصب الرياضي سواء من حيث التركيز على واقع القضية وما يحدث من احتكاكات، ومشاجرات، وألفاظ، وتصريحات غير لائقة بين الأندية ومسئوليتها، أو بين اللاعبين أو على مستوى جماهير المشجعين.

كما توضح البيانات السابقة أن معالجة قضية التعصب الرياضي اعتمد على عرض واقع القضية ومظاهرها والتوعية بها ووضع الحلول المناسبة لها، وهو ما أشارت إليه نتائج إحدى الدراسات التي أكدت أن معالجة التعصب الرياضي في المواقع الإخبارية ركزت بالدرجة الأولى على واقع القضية وأساليب مواجهتها<sup>(٣٨)</sup>، ووضع الأساليب والاستراتيجيات في سبيل التعامل معها<sup>(٣٩)</sup>.

## جدول (١٢)

### تأثير المضامين التي يقدمها المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة

تأثير المضامين المقدمة على إدراك قضية التعصب الرياضي	ك ن=٣٠٠	%
زادت قدرتي على فهم قضية التعصب الرياضي	١٣٤	٤٤.٧
المضامين المقدمة أكدت أهمية التمسك بالروح الرياضية	١٧٥	٥٨.٣
أدركت ضرورة اتخاذ إجراءات رادعة ضد دعاة التعصب الرياضي	٢١٧	٧٢.٣
أهمية نشر الوعي الرياضي بين الجماهير	٩٥	٣١.٧
تأهيل المعلقين والمذيعين الرياضيين بشكل أفضل	١٥٤	٥١.٣
وجود تشريعات تنظم عمل الإعلام الرياضي	١٠٦	٣٥.٣
وضع ميثاق أخلاقي للعاملين في المجال الرياضي	١٢٧	٤٢.٣
إبراز التصريحات الإعلامية للجهات الرياضية	١٠٥	٣٥
رصد دعوات العنف والتعصب الرياضي	٧٧	٢٥.٧

توضح البيانات السابقة أن التأثيرات المترتبة على التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة تمثلت في ضرورة ردع دعاة التعصب بنسبة ٧٢.٣%، ثم أهمية التمسك بالروح الرياضية بنسبة ٥٨.٣%، ثم الالمام بكافة تفاصيل قضية التعصب الرياضي بنسبة ٤٤.٧%، ثم تأهيل المعلقين والعاملين في المجال الرياضي بنسبة ٥١.٣%، ثم العمل على وضع ميثاق أخلاقي للعاملين في المجال الرياضي بنسبة

٤٢.٣%، ثم تشديد التشريعات المنظمة للإعلام الرياضي بنسبة ٣٥%، ثم الاهتمام بتصريحات الجهات الرياضية بنسبة ٣٥%، ورصد كافة دعوات العنف والتعصب ومواجهتها بنسبة ٢٥.٧%.

وتوضح البيانات السابقة أن إجمالي التأثيرات المترتبة من التعرض للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي نحو قضية التعصب الرياضي تمثلت بالدرجة الأولى في التأثيرات المعرفية التي تهتم بزيادة المعارف والمعلومات عن القضية للمساعدة في الإلمام بها وتفصيلها لتكوين موقف واضح بشأنها، تلاها التأثيرات الوجدانية التي أكدت على تعميق الشعور والاحساس بالتأثيرات السلبية للتعصب الرياضي وتراجعت التأثيرات السلوكية مقارنة بها، ويبدو الأمر منطقيًا خاصة أن التأثيرات السلوكية تتطلب اتخاذ إجراءات تنفيذية ولكن أكدت المعالجات على تبني السلوكيات السليمة والمواقف الصحيحة في التعامل بين جماهير المشجعين وبعضهم البعض، أو الدعوة لرفض كافة المظاهر السلبية للتعصب الرياضي والعمل على اتخاذ موقف محدد منها.

واللافت للنظر في البيانات السابقة أنها اتفقت مع نتائج دراسات الاعتماد على وسائل الإعلام التي تؤكد على أن أكثر التأثيرات المترتبة على التعرض لوسائل الإعلام التقليدية<sup>(٤٠)</sup>، والجديدة<sup>(٤١)</sup>، والشبكات الاجتماعية<sup>(٤٢)</sup>، تتمثل في الدرجة الأولى في التأثيرات المعرفية التي تسهم في بناء المكون المعرفي بالدرجة الأولى لدى جمهور تلك الوسائل.

#### اختبار فروض الدراسة:

**اختبار الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية بين مصداقية المؤثرين في المجال الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية لدى الجمهور المصري.

#### جدول (١٣)

العلاقة بين مصداقية مؤثري المجال الرياضي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقًا للنوع

أبعاد مصداقية المؤثرين	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
الثقة	ذكور	١٦٥	٣٢.٩٧	٣.٨٢	.٠٥
	إناث	١٣٥	٢٩.٦٤		
الجاذبية	ذكور	١٦٥	٣٥.١٧	٦.٢٥	.٠٥
	إناث	١٣٥	٢٥.٠٦		
الخبرة	ذكور	١٦٥	٣٤.٠٨	٨.٤٧	.٠٥
	إناث	١٣٥	٢٤.٦٢		
إجمالي أبعاد المصداقية	ذكور	١٦٥	٤٥.٦٧	١.٩٢	.٠٥
	إناث	١٣٥	٣٨.٥٢		

تكشف بيانات الجدول السابق أن العلاقة بين مصداقية مؤثري المجال الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للنوع تمثلت كما يلي:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الثقة في المؤثرين بالمجال الرياضي وفقاً للنوع حيث بلغت قيمة (T) ٣.٨٢ بمستوى دلالة ٠.٥.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جاذبية المؤثرين الرياضيين وفقاً للنوع حيث بلغت قيمة معامل (T) ٦.٢٥ بمستوى ٠.٥.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرة الشخصية للمؤثرين الرياضيين وفقاً للنوع حيث بلغت قيمة (T) ٨.٤٧ بمستوى ٠.٥.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المصداقية ككل للمؤثرين الرياضيين وفقاً للنوع حيث بلغت معامل (T) ١.٩٢ بمستوى ٠.٥.

#### جدول (١٤)

العلاقة بين مصداقية مؤثري المجال الرياضي في شبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للمرحلة العمرية

أبعاد مصداقية المؤثرين	المرحلة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
الثقة	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	١٢.٦٢	٦.١٤	.٠٥
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٢٥.٧٨		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة	١٠٣	٢٢.٦٥		
	٥٠ سنة فأكثر	٤٠	٩.٦٤		
الجاذبية	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	٧.٤٥	٥.١٣	.٠٥
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٢٧.٨٢		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة	١٠٣	٢٣.١٥		
	٥٠ سنة فأكثر	٤٠	٦.١٤		
الخبرة	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	٩.٦٧	٩.٠٦	.٠٥
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٢٩.٨٥		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة	١٠٣	٢٤.٦٢		
	٥٠ سنة فأكثر	٤٠	٧.٠٨		
إجمالي أبعاد المصداقية	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	١١.٠٧	٢.٠٨	.٠٥
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٣٥.١٨		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة	١٠٣	٢٨.٦٩		
	٥٠ سنة فأكثر	٤٠	١٠.٧٧		



تكشف بيانات الجدول السابق أن العلاقة بين مصداقية المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً لنوعية المرحلة العمرية تمثلت كما يلي:

- ١- كشف الاختبار الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الثقة في المؤثرين الرياضيين ونوعية المرحلة العمرية حيث بلغت قيمة (T) ٦.١٤ بمستوى دلالة ٠.٥.
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين جاذبية عرض المؤثرين الرياضيين لقضية التعصب الرياضي ونوعية المرحلة العمرية حيث بلغت قيمة معامل (T) ٥.١٣ بمستوى ٠.٥.
- ٣- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خبرة المؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي ونوعية المرحلة العمرية حيث بلغت قيمة (T) ٩.٠٦ بمستوى ٠.٥.
- ٤- كشف الاختبار الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أبعاد مصداقية المؤثرين الرياضيين ونوعية المرحلة العمرية حيث بلغت معامل (T) ٢.٠٨ بمستوى ٠.٥.

#### جدول (١٥)

العلاقة بين مصداقية مؤثري المجال الرياضي في شبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للمؤهل التعليمي

أبعاد مصداقية المؤثرين	المؤهل التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
الثقة	أقل من متوسط	٦٢	١٥.٤٤	٤.٠٩	٠.٥
	متوسط فأعلى	١٤٠	٣٨.٦٢		
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٠.١٧		
الجاذبية	أقل من متوسط	٦٢	١٩.٢٧	٧.١٨	٠.٥
	متوسط فأعلى	١٤٠	٣٥.٠٦		
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٤.١٧		
الخبرة	أقل من متوسط	٦٢	١٣.١٧	٩.٣٣	٠.٥
	متوسط فأعلى	١٤٠	٣١.٨٤		
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٨.٧٧		
إجمالي المصداقية ككل	أقل من متوسط	٦٢	١٧.٠٤	٧.٦٢	٠.٥
	متوسط فأعلى	١٤٠	٣٢.٧٢		
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٦.٠٨		

تكشف بيانات الجدول السابق أن العلاقة بين مصداقية المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً لنوعية المؤهل التعليمي تمثلت كما يلي:

- ١- كشف الاختبار الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الثقة في المؤثرين الرياضيين وفقاً لنوعية المؤهل التعليمي حيث بلغت قيمة (T) ٤.٩ بمستوى دلالة ٠.٥ .
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عنصر الجاذبية للمؤثرين الرياضيين ونوعية المؤهل التعليمي حيث بلغت قيمة معامل (T) ٧.١٨ بمستوى ٠.٥ .
- ٣- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خبرات المؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي ونوعية المؤهل التعليمي حيث بلغت قيمة (T) ٩.٣٣ بمستوى ٠.٥ .
- ٤- كشف الاختبار الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أبعاد مصداقية المؤثرين الرياضيين ونوعية المؤهل التعليمي حيث بلغت معامل (T) ٧.٦٢ بمستوى ٠.٥ .

#### جدول (١٦)

العلاقة بين مصداقية مؤثري المجال الرياضي في شبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً لنوعية المهنة

أبعاد مصداقية المؤثرين	نوعية المهنة	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	مستوى الدلالة
الثقة	موظف حكومي	١١٧	٣٠.٣٤	٦.١٨	٠.٥
	قطاع خاص	٨٦	٢٥.١٩		
	أعمال حرة	٦٢	١٣.١٧		
	لا يعمل	٣٥	٨.٤٢		
الجاذبية	موظف حكومي	١١٧	٢٩.٥٥	١١.٩٢	٠.٥
	قطاع خاص	٨٦	٢٥.٦٤		
	أعمال حرة	٦٢	١١.٨٧		
	لا يعمل	٣٥	٦.٢٩		
الخبرة	موظف حكومي	١١٧	٢٨.٥٧	٨.٤٥	٠.٥
	قطاع خاص	٨٦	٢٤.٣٢		
	أعمال حرة	٦٢	٩.٦٧		
	لا يعمل	٣٥	٧.٠٨		
إجمالي المصداقية ككل	موظف حكومي	١١٧	٣١.٤٩	٢.٣٨	٠.٥
	قطاع خاص	٨٦	٢٧.١٦		
	أعمال حرة	٦٢	١٢.٨٨		
	لا يعمل	٣٥	٧.٤٣		

تكشف بيانات الجدول السابق أن العلاقة بين مصداقية المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وسلوك التماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقا لنوعية المهنة تمثلت كما يلي:

- ١- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الثقة في معلومات المؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي نوعية المهنة حيث بلغت قيمة (T) ٦.١٨ بمستوى دلالة ٠.٠٥ .
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين جاذبية عرض المؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي ونوعية المهنة حيث بلغت قيمة معامل (T) ١١.٩٢ بمستوى ٠.٠٥ .
- ٣- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خبرات المؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي ونوعية المهنة حيث بلغت قيمة (T) ٨.٤٥ بمستوى ٠.٠٥ .
- ٤- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أبعاد مصداقية المؤثرين الرياضيين ونوعية المهنة حيث بلغت معامل (T) ٢.٣٨ بمستوى ٠.٠٥ .

تشير بيانات الاختبارات الإحصائية للجدول من رقم (١٣) إلى رقم (١٦) إلى ثبوت صحة الفرض الأول للبحث والفائل بأنه: توجد علاقة ارتباطية بين مصداقية المؤثرين في المجال الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتماس المعلومات نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدي الجمهور المصري.

**اختبار الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين طبيعة معالجة المؤثرون الرياضيون بشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدي الجمهور المصري.

### جدول (١٧)

#### العلاقة بين طبيعة المعالجة وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للنوع

مستوى الدلالة	قيمة T	النوع				درجة الإدراك
		المتوسط الحسابي	إناث العدد	المتوسط الحسابي	ذكور العدد	
.٠١	٢.٠٧	٩.١٧	١٣٥	١٢.١٤	١٦٥	مرتفع (٨-١٠)
		٧.٦٥	٤٠	٨.٣٨	٦٠	متوسط (٥-٧)
		٤.٩٤	٣٠	٣.٩٧	٢٥	منخفض (١-٤)

تكشف بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين طبيعة المعالجة المقدمة من المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للنوع حيث اتضح زيادة درجة إدراك القضية لكل من الذكور و الإناث مما يوضح فاعلية الدور للمؤثرين الرياضيين، وبلغت قيمة (T) ٢.٠٧ بمستوى دلالة .٠٥

### جدول (١٨)

العلاقة بين طبيعة المعالجة وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للمرحلة العمرية

مستوى الدلالة	قيمة T	المرحلة العمرية ن=٣٠٠							درجة الإدراك	
		المتوسط الحسابي	٥٠ سنة فأكثر	المتوسط الحسابي	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة	المتوسط الحسابي	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	المتوسط الحسابي		أقل من ٢٠ سنة
.٠٥	٢.٠٧	٤.١٢	١٢	٨.٢٧	٣٧	٤.١٦	٢٥	١.٧٢	٥	مرتفع (٨-١٠)
		٥.١٨	٢٠	١٠.٠٢	٥٥	١٨.٦٧	٦٨	٩.٦٥	٣٢	متوسط (٥-٧)
		٢.٠٨	٨	٣.٥٧	١١	٤.٩٧	١٩	٢.٠٨	٨	منخفض (١-٤)

توضح بيانات الجدول السابق أنه تزداد درجة إدراك المعلومات الخاصة بقضية التعصب الرياضي المقدمة من قبل المؤثرين الرياضيين بالشبكات الاجتماعية كلما زادت المرحلة العمرية، واتضح أن إجمالي متوسطات إدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للمرحلة العمرية بلغت ٣٧.٧٩ على مستوى الإدراك المتوسط للقضية ثم ١٢.٠٨ على مستوى الإدراك المرتفع، و ٩.٠٣ للإدراك المنخفض.

واتضح أن فروق ذات دلالة إحصائية بين المرحلة العمرية وإدراك معلومات قضية التعصب الرياضي التي يعرضها المؤثرون الرياضيون على صفحاتهم حيث بلغت فيه (T) ٦.٧٤ بمستوى دلالة .٠٥

## جدول (١٩)

العلاقة بين طبيعة المعالجة وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقا للمرحلة العمرية

مستوى الدلالة	قيمة T	المرحلة العمرية ن=٣٠٠						درجة الإدراك
		المتوسط الحسابي	جامعي فأعلى	المتوسط الحسابي	متوسط فأعلى	المتوسط الحسابي	أقل من المتوسط	
.٠٥	١١.٤	٨.٤٧	٢٨	٩.٠١	٣٠	٤.١٦	١٢	مرتفع (٨-١٠)
		١٥.٩٢	٥٠	١٩.٠٦	٧٠	١٣.٥٤	٤٠	متوسط (٥-٧)
		٥.٠٦	٢٠	١٣.٥٤	٤٠	٣.٠١	١٠	منخفض (١-٤)

تكشف بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية المؤهل التعليمي ودرجة إدراك قضية التعصب الرياضي التي يقدمها المؤثرون الرياضيون على الشبكات الاجتماعية حيث بلغت قيمة (T) ١١.٠٤ بمستوى دلالة ٠.٠٥، وأشارت البيانات أيضاً أن أعلى درجات للمتوسطات جاءت على مستوى الإدراك المتوسط بواقع ٨٩.٦٥ مقابل ٢٣.١٧ للإدراك المرتفع والمنخفض.

## جدول (٢٠)

العلاقة بين طبيعة المعالجة وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً لنوعية المهنة

مستوى الدلالة	قيمة T	المرحلة العمرية ن=٣٠٠								درجة الإدراك
		المتوسط الحسابي	لايعمل	المتوسط الحسابي	أعمال حرة	المتوسط الحسابي	قطاع خاص	المتوسط الحسابي	موظف حكومي	
.٠٥	٨.١٥	٢.١٤	٦	٥.٠١	١٤	٤.١٦	١٢	٧.٩٩	٢٦	مرتفع (٨-١٠)
		٥.٧٧	١٩	٩.٨٢	٣٥	١٦.٢٢	٥٨	١٧.١٢	٦٦	متوسط (٥-٧)
		٣.٨٢	١٠	٤.٩٩	١٣	٦.١١	١٦	٧.٥٤	٢٥	منخفض (١-٤)

توضح بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة إدراك قضية التعصب الرياضي التي يقدمها المؤثرون الرياضيون وفقاً لنوعية المهنة حيث بلغت قيمة (T) ٨.١٥ بمستوى دلالة ٠.٠٥، واتضح أن إجمالي متوسطات درجات إدراك قضية التعصب الرياضي تمثلت بواقع ٨٢.٦٥ للإدراك المتوسط للقضية و ٣٥.١١ للإدراك المنخفض، ١٧.٨٤ للإدراك المرتفع.

وتشير الجداول من رقم (١٧) إلى رقم (٢٠) إلى التحقق من صحة الفرض الثاني للدراسة القائل بأنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين طبيعة معالجة المؤثرون

الرياضيون بشبكات التواصل الاجتماعي وإدراك قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدى الجمهور المصري.

**اختبار الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو قضية التعصب الرياضي لدى الجمهور المصري.

### جدول (٢١)

العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين وفقاً للنوع نحو قضية التعصب الرياضي

تأثيرات التعرض	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة معامل بيرسون	قيمة T
معرفة	ذكور	١٦٥	٧٨.٩٢	.٦٢٣ مستوى الدلالة .٠١	٨.١٧ بمستوى دلالة .05
	إناث	١٣٥	٦٤.٢٨		
وجدانية	ذكور	١٦٥	٧٢.١٥	.٣٨٩ مستوى الدلالة .٠١	٤.١٣ بمستوى دلالة .05
	إناث	١٣٥	٦٧.٣٤		
سلوكية	ذكور	١٦٥	٤٦.٣٢	.١٠٧ غير دال	.٩٢٤ غير دال
	إناث	١٣٥	٣٥.٠٨		

تكشف بيانات الجدول السابق أن العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للنوع تمثلت كما يلي:

- ١- كشف الاختبار الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع حيث بلغت قيمة معامل بيرسون .٦٢٣. بمستوى دلالة ٠.٠١، وقيمة (T) ٨.١٧ بمستوى دلالة 0.05.
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الوجدانية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٣.٨٩. بمستوى دلالة 0.01، وقيمة (T) ٤.١٣ بمستوى دلالة 0.05. في حين لم يتضح وجود علاقات ارتباطية دالة إحصائية بين التأثيرات السلوكية والنوع.

## جدول (٢٢)

## العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين وفقاً للمرحلة العمرية نحو قضية التعصب الرياضي

تأثيرات التعرض	المرحلة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة معامل بيرسون	قيمة T
معرفية	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	١٣.٠٤	.492 مستوى الدلالة .٠١	٢.٠٨ بمستوى دلالة .05
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٢٩.٠٨		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة ٥٠ سنة فأكثر	١٠٣ ٤٠	٢٥.١٧ ١٢.٤٧		
وجدانية	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	١٥.٦٢	.577 مستوى الدلالة .٠١	٦.١٨ بمستوى دلالة .05
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٣١.٧٧		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة ٥٠ سنة فأكثر	١٠٣ ٤٠	٢٧.١٨ ١٤.٤٣		
سلوكية	أقل من ٢٠ سنة	٤٥	٩.٧٢	.325 مستوى الدلالة .٠١	٤.٨٣ بمستوى دلالة .05
	٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	١١٢	٢٧.٦٥		
	٣٥ لأقل من ٥٠ سنة ٥٠ سنة فأكثر	١٠٣ ٤٠	١٩.٠٢ ٨.٣٣		

تكشف بيانات الجدول السابقة أن العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للنوعية المرحلة العمرية جاءت كما يلي:

- ١- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للمرحلة العمرية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 492. بمستوى دلالة 05. ، وقيمة (T) ٢.٠٨ بمستوى دلالة 05.
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الوجدانية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للمرحلة العمرية؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 577. بمستوى دلالة 01. ، وقيمة (T) ٦.١٨ بمستوى دلالة 05.
- ٣- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات السلوكية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للمرحلة العمرية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 325. بمستوى دلالة 05. ، وقيمة (T) 4.83 بمستوى دلالة 05.

### جدول (٢٣)

#### العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي ونوعية المؤهل التعليمي

تأثيرات التعرض	المرحلة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة معامل بيرسون	قيمة T
معرفة	أقل من متوسط	٦٢	١٧.٥٨	.754	٨.٥٥
	متوسط فأعلى	١٤٠	٤٢.٦٩	مستوى	بمستوى دلالة
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٧.١٨	الدلالة .٠١	.05
وجدانية	أقل من متوسط	٦٢	١٥.٦٤	.694	١١.٦٧
	متوسط فأعلى	١٤٠	٣٨.١٧	مستوى	بمستوى دلالة
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٥.٨٦	الدلالة .٠١	.05
سلوكية	أقل من متوسط	٦٢	١٦.١٧	.326	٤.٦٥
	متوسط فأعلى	١٤٠	٤٠.٦٣	مستوى	بمستوى دلالة
	جامعي فأعلى	٩٨	٢٥.٠١	الدلالة .٠١	.05

تكشف بيانات الجدول السابقة أن العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً لنوعية المؤهل التعليمي تمثلت كما يلي:

- ١- توصل التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 754. بمستوى دلالة ٠.١ ، وقيمة (T) ٨.٥٥ بمستوى دلالة 05.
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الوجدانية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 694. بمستوى دلالة 01، وقيمة (T) ١١.٦٧ بمستوى دلالة 05.
- ٣- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات السلوكية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 326. بمستوى دلالة ٠.١ ، وقيمة (T) ٤.٦٥ بمستوى دلالة 05.



## جدول (٢٤)

### العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي ونوعية المهنة

تأثيرات التعرض	نوعية المهنة	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة معامل بيرسون	قيمة T
معرفية	موظف حكومي	١١٧	٣٢.٤٩	.418 مستوى الدلالة .٠١	18.07 بمستوى دلالة .05
	قطاع خاص	٨٦	٢٠.٤٤		
	أعمال حرة	٦٢	١٤.٦٥		
	لا يعمل	٣٥	١١.٠٨		
وجدانية	موظف حكومي	١١٧	٣٣.٦٩	.578 مستوى الدلالة .٠١	9.62 بمستوى دلالة .05
	قطاع خاص	٨٦	٢٤.٦٢		
	أعمال حرة	٦٢	١١.١٨		
	لا يعمل	٣٥	٦.٠٩		
سلوكية	موظف حكومي	١١٧	٣٤.٦٥	.387 مستوى الدلالة .٠١	3.12 بمستوى دلالة .05
	قطاع خاص	٨٦	٢٢.٢٤		
	أعمال حرة	٦٢	١٠.٨٩		
	لا يعمل	٣٥	٥.٩٢		

تكشف بيانات الجدول السابق أن العلاقة بين تأثيرات التعرض للمؤثرين الرياضيين نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً لنوعية المهنة تمثلت كما يلي:

- ١- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 418. بمستوى دلالة ٠.٠١ ، وقيمة (T) ١٨.٠٧ بمستوى دلالة 05.
- ٢- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الوجدانية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 578. بمستوى دلالة 01. ، وقيمة (T) 9.62 بمستوى دلالة 05.
- ٣- كشف التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات السلوكية للتعرض لقضية التعصب الرياضي لدى المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 387. بمستوى دلالة ٠.٠١ ، وقيمة (T) 3.12 بمستوى دلالة 05.

تشير الجداول من رقم (٢١) إلى رقم (٢٤) إلى التحقق من صحة الفرض الثالث للدراسة والفاصل بأنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو قضية التعصب الرياضي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لدى الجمهور المصري.

## خاتمة الدراسة:

توصلت الدراسة إلى العديد من الدلالات العلمية حول تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين على التعصب الرياضي لدى عينة من الجمهور المصري وأهمها:

- ١- ارتفاع معدلات التعرض لصفحات المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي، واتضح أن التعرض المنتظم يعد أحد خصائص متابعة صفحات المؤثرين لدى عينة الجمهور المصري.
- ٢- تنوعت أنواع التعرض لصفحات المؤثرين بشبكات التواصل الاجتماعي حيث ارتفعت معدلات التعرض لصفحات المؤثرين في المجال الرياضي والفني والديني والأزياء والموضة والتنمية البشرية، والمطبخ والماكياج ومستحضرات التجميل.
- ٣- يعد الانتظام في التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين أحد السمات الرئيسية لدى عينة الجمهور المصري حيث جاءت المتابعة اليومية في قائمة أولويات التعرض.
- ٤- تمثلت أكثر شبكات التواصل في متابعة المؤثرين الرياضيين لدى عينة الجمهور المصري على التوالي في انستجرام، يوتيوب، سناب شات، ماي سبيس، وجوجل بلس، ولم تخرج مؤشرات الدراسة عما دعمته الدراسات السابقة المتعددة التي تمت الإشارة إليها بأن منصات الصور والفيديوهات والمقاطع المصورة القصيرة، تعد أهم المنصات والشبكات التي يتابعها أغلب المستخدمين.
- ٥- تمثلت تفضيلات المتابعة للمؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الجمهور المصري في أحمد عفيفي، الهستيري، ومعتز الشامي، عمرو نصوحي، ومنال رستم، وأحمد عطا، وعلى مظهر، ورامز أمير.
- ٦- كشفت النتائج زيادة درجة التفاعل والاعجاب بالمحتوى الذي يقدمه المؤثرون الرياضيون والقيام بمشاركته والإشارة إليه للآخرين وخاصة للمحتوى المصور، أو فيديوهات البث المباشر أو المسجلة على مستوى صفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٧- تمثلت دوافع التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الجمهور المصري في الدوافع النفعية والمعرفية التي ارتبطت بمعرفة ما يدور في الواقع الرياضي، والحصول على المعلومات والتحليلات المتعمقة للأحداث الرياضية بطريقة جذابة ومبسطة، وهو ما يوضح أن الدوافع النفعية والوظيفية تعد المحددات الرئيسية في التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين.
- ٨- تمثلت مصداقية المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي لدى جمهور العينة في الجاذبية والتشويق في عرض المعلومات الرياضية وتقديمها بأسلوب السهل الممتع الذي يعتمد على البساطة في العرض والعمق في التحليل وتقديم

- تفاصيل وخلفيات الأحداث بناء على الخبرات الرياضية لديهم مما يسهم في زيادة الثقافة في المعلومات الرياضية التي يقدمها هؤلاء للمتابعين.
- ٩- تمثلت معالجة قضية التعصب الرياضي بصفحات المؤثرين الرياضيين لدى عينة الجمهور المصري في التركيز على واقع القضية ومظاهرها والتوعية بها واقتراح مواجهتها من خلال عرض تصريحات مسؤولي ولاعبى الأندية، وانتقاد التصريحات والكتابات الإعلامية التي تدعو للتعصب، وما يحدث من مشاجرات، أو احتكاكات بين الجماهير، واستخدام الألفاظ غير اللائقة بين المشجعين أو اللاعبين أو مسؤولي الأندية.
- ١٠- تمثلت نوعية التأثيرات المترتبة على التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين بشبكات التواصل الاجتماعي نحو قضية التعصب الرياضي في التأثيرات المعرفية التي تهدف إلى زيادة المعارف والمعلومات عن القضية والالمام بتفاصيلها وخطورتها وتأثيراتها السلبية، وكذلك في التأثيرات الوجدانية التي أكدت على تنمية المشاعر والاتجاهات السلبية نحو القضية، مقابل تراجع التأثيرات السلوكية لدى عينة الجمهور المصري.

## مراجع الدراسة:

- (١) مروة صبحي (٢٠٢٠)، الاستراتيجيات التي يوظفها المؤثرون لتسويق المنتجات الجديدة عبر اليوتيوب واستجابة الجمهور نحوها – دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، ٥٤ (٥)، ص ٣١٣٧-٣٢١٦.
- (٢) محمد عياد، صالح وفودوا، (٢٠٢٠)، العلاقات بين الإعلان التلفزيوني بالمشاهير المؤثرين ونوايا شراء المستهلكين الجزائريين، مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ١٠ (٤)، ص ص ٣١٩-٣٣٨.
- (٣) دولفينوس (٢٠١٩)، التسويق عبر المؤثرين: كيف يمكن أن يساعدك على النمو والازدهار. متاح على: <https://dolphinuz.com/blog/single/28/whats-influencer-marketing.26/12/2020>
- (٤) سيمو تمام (٢٠٢٠)، التسويق عبر المؤثرين (دليل شامل). متاح على: <https://seotamam.com/influencer-marketing.25/12/2020>
- (٥) على عبد اللطيف، (٢٠٢٢)، دور المؤثرين في إدارة الأزمات الاقتصادية عبر الشبكات الاجتماعية، يوتيوب نموذجًا، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (٦) هاني الزياد، (٢٠٢٢)، العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الجمهور الجزائري نحو المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية. جامعة مستغانم.
- (7) Harrigan, P.; Daly, T.; Coussemont, K; Lee, J; Soutar G; Evers, U. (2021). Identifying influencers on social media. International Journal of Information Management, (56), Available at: [DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102246](https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102246)
- (8) Dalman, D., Chatterjee, S., Min. J., (2020). Negative word of mouth for a failed innovation from higher/lower equity brands: Moderating roles of opinion leadership and consumer testimonials. Journal of Business Research, (115), PP1-13, Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320302666>
- (٩) محمد مصطفى رفعت، (٢٠٢٠)، تقييم فاعلية أساليب التسويق التثري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي: دراسة كيفية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر العدد رقم ٥٥ (١)، ص ٣٧١-٤٠٤.
- (١٠) خالد حسن على الحريري، (٢٠١٩)، التسويق من خلال المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في أبعاد قيمة العلامة التجارية من منظور العملاء: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات في اليمن. المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٣٩ (٤)، ص ص ١٦٣-١٨٧.
- (١١) ياسمين محمد إبراهيم، (٢٠١٩)، " البناء اللغوي لتغريدات القائمين بالاتصال ومتابعيهم على موقع تويتر: دراسة تحليلية لظاهرة التعصب الرياضي باستخدام نظرية الفعل الكلامي"، مجلة قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع عشر.
- (12) Budzinski, O., & Gaenssle, S. (2018), "The economics of Social media stars: An empirical investigation of stardom, popularity, and success on YouTube" Ilmenau Economics Discussion Papers, Vol21, No(112).
- (13) Tum, S & Yaakob, R and Affendey, L., (2018). Detecting Influencers in Social Media Using Social Network Analysis (SNA). International Journal of Engineering & Technology, 7 (4.38), PP950-954.
- (14) Nandagiri, Vaibhavi, (2018). The impact of influencers from Instagram and YouTube on their followers: International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education, Vol. 4, No. 1, 2018, PP61-65.
- (15) Ivona Draganov, (2018). Influencer Marketing: Consumer perception on Influencers and Its Role in Digital Communication Management, M.S., Webster University, United States Missouri, PP1-84.

- (١٦) عبد الوهاب بن مشرف، (٢٠٢٢) ، أساليب التفكير وعلاقته بالتعصب الرياضي لدى عينة من طلاب جامعتي أم القرى والباحة، **مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة**، العدد ١١٩،.
- (١٧) إيمان الصادق عبد الله، (٢٠٢١) ، التعصب الرياضي، وعلاقته ببعض المتغيرات لدى مشجعي كرة القدم في ولاية الخرطوم، **مجلة ريحان للنشر العلمي**، مركز فكر للدراسات والتطوير، العدد ٨.
- (١٨) علاء مرتضي، (٢٠٢١)، دور الإعلام الرياضي في القضاء على التعصب في عصر العولمة، دراسة ميدانية، **المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام**،.
- (١٩) محمد عبد الله عسيري، (٢٠١٩)، التعصب الرياضي لدى طلاب جامعة تبوك وطرق الوقاية المقترحة من وجهة نظرهم، **مجلة العلوم التربوية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية**، العدد ٢٠.
- (٢٠) سفيان إبراهيم الربدي، (٢٠١٨)، التعصب الرياضي لدى طلاب جامعة القصيم في ضوء بعض المتغيرات الشخصية، **مؤتمر التعصب الرياضي الآثار والحلول، جامعة القصيم**،.
- (٢١) عبد الله الشهري، (٢٠١٨) ، التعصب الرياضي ومدى علاقته ببعض نظم التنشئة الاجتماعية لدى الجماهير السعودية في مدينة الرياض، **رسالة ماجستير منشورة، جامعة الملك سعود، كلية علوم الرياضة والنشاط البدني**،.
- (٢٢) محمد بن عبد العزيز ، (٢٠١٨) ، دور الإعلام التقليدي والحديث في استثارة التعصب الرياضي لدى الشباب من وجهة نظر الطلاب الجامعيين بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، المجلد ١١، العدد ٣٤.
- (٢٣) إبراهيم باسم بكري، (٢٠١٨) ، العوامل المؤدية إلى التعصب الرياضي لدى الشباب وتصور مقترح لطريقة العمل مع الجماعات في التعامل معها، **مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية**، العدد ١٣، جامعة الفيوم،.
- (٢٤) حافظ عبده، (٢٠١٥)، دور الصحافة الرياضية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الشباب الجامعي، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، دار المنظومة**، العدد ٢٩.
- (٢٥) تامر عبد العظيم، (٢٠١٤)، الدور الإعلامي في إدارة الصراع وأثره على روابط المشجعين بأندية المحترفين بدوريات كرة القدم المشكلة والحول، **رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، مصر**،.
- (٢٦) خالد الدوس، (٢٠١١) ، الإعلام الرياضي وعلاقته بالتعصب الرياضي، دراسة سيولوجية، **رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الملك سعود المملكة العربية السعودية**،.
- (27) padmvati S Tubachi, Information seeking behavior, (2018). An overview [https://www.researchgate.net/publication/330521546\\_INFORMATION\\_SEEKING\\_BEHAVIOR\\_AN\\_OVERVIEW](https://www.researchgate.net/publication/330521546_INFORMATION_SEEKING_BEHAVIOR_AN_OVERVIEW)
- (٢٨) مي مصطفى عبد الرازق، (٢٠١٦)، التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد ٤، ص ٢٩٢.
- (٢٩) مطهر على عقيدة ، التماس الأكاديميين للمعلومات العلمية على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية مقارنة بين مصر واليمن رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ص ٥٦.
- (٣٠) تم عرض بيانات الاستمارة على السادة (الترتيب أبجدياً) :  
- أ.د/ أحمد سالم العيسوي أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة كلية الإعلام – جامعة الأزهر .  
- أ.د/ رزق سعد أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام والألسن -جامعة مصر الدولية.  
- أ.د/ سلوى سليمان أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام – جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب.  
- أ.د/ فؤادة البكري أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الآداب – جامعة حلوان.  
- أ.م.د/ مرزوق العدلي أستاذ العلاقات العامة المساعد كلية الآداب – جامعة سوهاج.
- (٣١) محمد متولي، (٢٠١٩)، اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في معالجة الشئون الرياضية، **رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط**،.
- (٣٢) سليمان طلال الغزي، (٢٠٢٠) إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب النفسي لدى المراهقين، **الفيث بوك نموذجًا، جامعة عين شمس، كلية الآداب، مجلة حويات آداب عين شمس**، المجلد رقم ٤٨، ديسمبر، ص ص ٣١٧-٣٣٥.
- (٣٣) بشرى محمد، (٢٠١٨)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات المراهقين، **المجلة العربية للعلوم الاجتماعية**، المجلد رقم (٢)، العدد رقم (١٣).

- (٣٤) من أمثلة تلك الدراسات:
- محمد منصور، (٢٠١٢)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير، غير منشورة، الأكاديمية العربية بالدانمارك.
  - محمد متولي، (٢٠١٩)، مرجع سابق.
  - خالد دياب، (٢٠٢١)، علاقة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على البيئة الاتصالية للجمهور العربي، رسالة ماجستير، غير منشورة، الأكاديمية العربية بالدانمارك.
- (٣٥) من أمثلة هذه الدراسات:
- منة الله مجدي، (٢٠١٦)، اعتماد الشباب على المنصات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
  - أمة الخالق محمد، (٢٠٢٠)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور اليمني بالمعلومات أوقات الأزمات، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة حلوان.
  - (٣٦) بسمة السيد، (٢٠١٧)، تأثير الكلمة المنطوقة الإلكترونية على مصداقية العلامة والنوايا الشرائية، دراسة تطبيقية على مستخدمي الإنترنت من الشباب المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- (37) Anand, Azka Franisa & Wandebori, Harimukti, (2016). " The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on youtube towards Purchase intention by undergraduate students in Indonesia", Paper presented at the international conference on Ethics of business, economics, and social science, pp. 255-263. <https://eprints.uny.ac.id/41794/>
- (٣٨) محمد السيد، (٢٠٢١)، دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضية التعصب الرياضي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، الأكاديمية العربية بالدانمارك.
  - (٣٩) جرجس وليم ثابت، (٢٠١٨)، الاستراتيجيات الاتصالية للمواقع الإلكترونية في مواجهة التعصب وشغب الملاعب، كلية التربية الرياضية، جامعة بورسعيد.
  - (٤٠) محمد السيد، (٢٠٢١)، مرجع سابق.
  - (٤١) منة الله مجدي، (٢٠١٦)، مرجع سابق.
  - (٤٢) أمة الخالق محمد، (٢٠٢٠)، مرجع سابق.