

تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأثارة خطاب الكراهية (بطولة خليجي 26 انموذجاً)

يسرى حمزة علي

yusra.h@comc.uobaghdad.edu.iq

كلية الاعلام – جامعة بغداد

الملخص

هدف البحث إلى الكشف عن طبيعة تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي (26) في مواقع التواصل الاجتماعي، وبيان علاقتها بإثارة خطاب الكراهية، عن طريق التعرف على أنماط التفاعل، ودوافعه، والعلاقة بين نوعية الخطاب المستخدم ومستوى الكراهية، فضلاً عن تحديد الموضوعات الأكثر إثارة للتفاعل وأشكال خطاب الكراهية الأكثر شيوعاً. وينتمي البحث إلى البحوث الوصفية، واعتمد المنهج المسحي الميداني، واستخدم الاستبانة أداة لجمع البيانات من عينة عشوائية بلغت (400) مبحوث من متابعي المنشورات الرياضية، مستنداً إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إطاراً تفسيرياً. وأظهرت النتائج ارتفاع إدراك الجمهور لانتشار خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي (26)، وأن غالبية المبحوثين يكتفون بقراءة المنشورات أو تجاهلها أكثر من التفاعل المباشر معها، كما ارتبطت دوافع التفاعل بالانتماء الرياضي والهوية الوطنية ومتابعة مجريات البطولة، في حين جاءت العنصرية والتهم والإساءة للفرق واللاعبين ونشر الأخبار الكاذبة من أبرز أشكال خطاب الكراهية المتداولة. وتؤكد النتائج أن طبيعة التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في إعادة إنتاج خطاب الكراهية وتوسيع انتشاره، الأمر الذي يتطلب تعزيز المسؤولية الإعلامية والوعي الرقمي للحد من آثاره السلبية.

الكلمات المفتاحية : التفاعلية / المنشورات الرياضية / مواقع التواصل الاجتماعي / خطاب الكراهية.

Audience Interactivity with Sports Posts on Social Media and Its Relationship to the Promotion of Hate Speech: The 26th Arabian Gulf Cup as a Case Study

Yusra hamzah ali

University of Baghdad College of Mass communication/Iraq - Baghdad

yusra.h@comc.uobaghdad.edu.iq

Abstract

with sports posts related to the 26th Arabian Gulf Cup on social media and examine its relationship with the promotion of hate speech by identifying patterns of interaction, their motivations, the relationship between the type of discourse used and the level of hate, as well as determining the topics that generate the highest levels of audience engagement and the most common forms of hate speech. The study is descriptive in nature and adopted the field survey method. A questionnaire was used as the data collection tool and was electronically distributed to a random sample of 400 respondents who followed sports posts related to the tournament. The study was theoretically grounded in the Uses and Gratifications Theory. The findings revealed a high level of audience awareness of the spread of hate speech in posts related to the 26th Arabian Gulf Cup. Most respondents tended to read or ignore such posts rather than actively engage with them. The motivations for interaction were primarily associated with sports affiliation, national identity, and following the tournament events. The most common forms of hate speech included racism, bullying, insulting teams and players, and the dissemination of false news. The findings further indicate that the nature of interaction on social media contributes to reproducing and expanding hate speech, highlighting the need to strengthen media responsibility and digital awareness to mitigate its negative impacts.

Keywords: interactivity / sports posts / social media / hate speech

المقدمة

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي منبراً لحرية التعبير وتبادل الآراء واحترامها ، وسيلة للتواصل مع الآخرين بغض النظر عن جنسهم أو جنسيتهم، أتاحت تلك المواقع لمستخدميها مساحات واسعة للتأثير والانتقال عبر فضائها الالكتروني بجانب قيود رقابية محدودة ، ومع ذلك شهدت هذه المواقع في السنوات الأخيرة تصاعداً ملحوظاً في خطاب الكراهية والعنف ، مما اسهم بنحو غير مقصود بخلق بيئة غير صحية للتواصل ، عززت من مظاهر الانقسام والتعصب بين المستخدمين.

برزت هذه الظاهرة وعلى نحو واضح عن طريق المنشورات المتداولة عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي ، وعلى نحو خاص في المجال الرياضي وعلى الرغم من أن الرياضة تُعد ظاهرة اجتماعية عالمية تحمل في جوهرها قيم التنافس الشريف وقبول الفوز والخسارة بروح رياضية ، إلا أن بعض المنشورات الرياضية باتت وسيلة لإثارة خطاب الكراهية والعنف بين الجماهير ، وقد انعكس ذلك سلباً على سلوكيات المستخدمين وتصرفاتهم، حيث ظهرت عبارات وألفاظ مسيئة تتنافى مع القيم الرياضية وأخلاقياتها، مثل السب والقذف. إن مثل هذه الممارسات تشوه الصورة النبيلة للرياضة، التي يُفترض أن تكون جسراً للعلاقات الدولية، ومصدراً للفرح والحماس، وليست أداة لإثارة العنف أو الانقسام من شأن الفرق المنافسة. ومن هنا، تأتي أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على المسببات والدوافع التي تقف وراء إنتاج خطاب الكراهية والتفاعل معه، بالتركيز على المنشورات الرياضية ، لاسيما في بطولة “خليجي 26”. فضلاً عن استكشاف المخاطر الناجمة عن هذه الظاهرة وتأثيراتها على المدى البعيد، سعياً لتقديم فهم أعمق للظاهرة واقتراح حلول فعّالة للحد من أثارها السلبية ، وتضمن البحث مقدمة وثلاثة مباحث يضم المبحث الأول منهجية البحث التي تشتمل على مشكلة البحث وتساؤلاته وأهمية البحث وفرضيات البحث واهداف البحث ومجتمع البحث وعينته ومنهج البحث ونوعه ، فضلاً عن ادوات البحث واجراءاته وتعريف مصطلحات البحث والدراسات السابقة ، فضلاً عن النظرية الموجهة للبحث ، اما المبحث الثاني (التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها في بناء المحتوى الرياضي) والذي يتضمن مفهوم التفاعلية ومواقع التواصل الاجتماعي ودور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية فضلاً عن مفهوم خطاب الكراهية واشكاله ، ويضم المبحث الثالث نتائج الدراسة الميدانية وتوصل البحث الى نتائج متعددة واستنتاجات وتوصيات .

منهجية البحث

اولاً : مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس : كيف تساهم طبيعة التفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) في تعزيز أو الحد من اثاره خطاب الكراهية؟ وتتفرع منه التساؤلات الآتية :

1. ما حجم تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية المتعلقة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي ؟
2. ما العلاقة بين نوعية الخطاب المستخدم في المنشورات الرياضية وبين مستوى التوتر أو الكراهية في تفاعلات الجمهور ؟
3. ما أبرز الموضوعات التي تثير أعلى مستويات التفاعل الجماهيري مع منشورات بطولة خليجي 26 ؟
4. ما الدوافع الرئيسة لتفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية التي تثير خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة ببطولة خليجي 26 ؟
5. ما أشكال خطاب الكراهية الأكثر شيوعاً في تفاعلية الجمهور مع هذه المنشورات؟

ثانياً : أهمية البحث

الأهمية العلمية

الأهمية العلمية للبحث في الآتي :

1. يقدم البحث اطاراً نظرياً عن تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأثاره خطاب الكراهية خليجي 26 انموذجاً ، لذا يقدم البحث قيمة خاصة للمكتبة العربية بكونه أحد الدراسات النادرة التي تعالج موضوعاً حساساً يجمع بين الرياضة، الإعلام الرقمي، وخطاب الكراهية، في وقت يشهد فيه العالم العربي عموماً والمجتمع العراقي خصوصاً حضوراً كثيفاً للجماهير الرياضية على المنصات الرقمية.

2. يسهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية بمجال الإعلام الرياضي الرقمي، من خلال الربط بين تفاعلية الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وخطاب الكراهية، وهو موضوع لم يحظ بدراسة معمقة في البيئة العربية حسب علم الباحثين .

الأهمية التطبيقية

الأهمية التطبيقية للبحث الآتي :

1. يوفر البحث مؤشرات عملية يمكن أن تستفيد منها الاتحادات الرياضية والإعلاميين في صياغة سياسات تفاعلية تقلل من انتشار خطاب الكراهية المصاحب للأحداث الرياضية.

2. يقدم البحث توصيات قابلة للتطبيق تساعد القنوات الرياضية والصفحات الرسمية للبطولات على إدارة التفاعل الجماهيري بطرق أكثر إيجابية، مما يعزز الصورة الذهنية للبطولات الخليجية ويحد من الجدل السلبي.

الأهمية للمؤسسات

1. يسهم البحث في تقديم نتائج تساعد في التعرف على طبيعة الخطاب الجماهيري المرتبط بالبطولات الكبرى مثل بطولة خليجي 26 مما يمكن المؤسسات الرياضية في وضع خطط لإدارة تفاعلات الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي .

2. يزود البحث المؤسسات الاعلامية بمؤشرات علمية حول كيفية صياغة المحتوى الرياضي بما يحد من الموضوعات السلبية ويعزز تفاعل الجمهور الايجابي .

3. يفتح البحث للمؤسسات الاكاديمية المجال امام دراسات مستقبلية متخصصة في العلاقة بين المنشورات الرياضية وخطاب الكراهية .

ثالثاً : أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث في الهدف الرئيس : معرفة كيف تساهم طبيعة التفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) في تعزيز أو الحد من إثارة خطاب الكراهية. وتتفرع منه الأهداف الآتية :

1. التعرف على حجم تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية المتعلقة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي

2. كشف العلاقة بين نوعية الخطاب المستخدم في المنشورات الرياضية وبين مستوى التوتر أو الكراهية في تفاعلات الجمهور.

3. إبراز الموضوعات التي تثير أعلى مستويات التفاعل الجماهيري مع منشورات بطولة خليجي 26.

4. تحديد الدوافع الرئيسة لتفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية التي تثير خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة ببطولة خليجي 26 .

5. الكشف عن أشكال خطاب الكراهية الأكثر شيوعاً في تفاعلية الجمهور مع هذه المنشورات.

رابعاً : فرضيات البحث

1. يزداد استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي خلال بطولة خليجي 26 مما يزيد من تفاعلهم مع المنشورات الرياضية التي تثير خطاب الكراهية .

2. يهتم الجمهور بتحقيق الإشباع العاطفي عن طريق التفاعل مع المنشورات الرياضية لخليجي 26 مما يؤدي الى إثارة خطاب الكراهية.

3. وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي الخاص ببطولة خليجي 26 يزيد احتمال انتشار خطاب الكراهية بين الجمهور ببطولة خليجي 26 .

خامساً : نوع البحث ومنهجه

ينتمي البحث الى الدراسات الوصفية ، أما المنهج المتبع فاستخدمت الباحثة (المنهج المسحي) الذي يُعد من أكثر المناهج ملائمة لتحقيق أهداف البحث الحالي والإجابة على تساؤلاته وفرضياته العلمية عن طريق استخدام الاستبانة الالكترونية حيث طبقت على عينة قوامها بلغ (400) مفردة مع مراعاة عدم التحيز في اختيار العينة لتمثل الجمهور الرقمي بشرائحه كافة .

سادساً : مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بالمجتمع العراقي واختارت الباحثة المجتمع العراقي لما له من تنوع اجتماعي يمكن ان يخلق انماطاً مختلفة من الخطاب الرياضي سواء أكان ايجابياً ام سلبياً ، فضلاً عن ملاحظة الباحثة من انفعالات جماهيرية تنسم بحدتها تجاه بطولة خليجي 26 كونها احدائاً ذات ابعاد سياسية وتاريخية ، وتمثلت عينة البحث باختيار (400) مبحوث من افراد المجتمع العراقي بشكل عشوائي ، اذ تم توزيع استبانة الكترونية عليهم في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة .

سادساً : مجالات البحث

- أ. **المجال الموضوعي** : يتمثل المجال الموضوعي في تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأثارة خطاب الكراهية بطولة خليجي 26 انموذجاً .
- ب. **المجال الزمني** : يتمثل المجال الزمني في المدة (2025/4/1 ولغاية 2025/6/1) وهي المدة المتمثلة بإجراءات عمل استمارة الاستبانة الخاصة بالبحث وتوزيعها على المبحوثين ، ومن ثم إعادة جمع النتائج .
- ت. **المجال المكاني** : يتمثل المجال المكاني بالعراق ، إذ يعد من المجتمعات العربية التي تتفاعل مع الأحداث الرياضية، ولا سيما بطولات الخليج التي تحمل أبعاداً تنافسية وتاريخية تتجاوز حدود الرياضة إلى مساحات الهوية والانتماء الوطني ، فضلاً عن حساسية الموقف الرياضي العراقي في بطولات الخليج وما يرتبط به من تراكمات تاريخية وإشكالات سياسية واجتماعية، تجعل من ردود الفعل على المنصات الرقمية مجالاً مهماً لفهم طبيعة التفاعل الجماهيري وكيف يمكن أن يسهم هذا التفاعل في تعزيز خطاب الكراهية أو الحد منه.
- ث. **المجال البشري** : يتمثل المجال البشري بالأفراد الذين قامت الباحثة بتوزيع استمارة الاستبانة عليهم ويتمثل بأفراد المجتمع العراقي المتابعين والمتفاعلين مع المنشورات الرياضية الخاصة بخليجي 26 ، إذ بلغ عددهم (400) مبحوث .

سابعاً : أدوات البحث

أداة الاستبانة والمقياس

تم استخدام استمارة (الاستبيان) لجمع البيانات ، والتي تم تصميمها، وفقاً للمنهجية العلمية للبحث ، حيث ضمت الاستمارة مجموعة من الأسئلة تتطلب من المبحوثين الإجابة عليها ليتم التعرف على رأيهم واتجاهاتهم وميولهم إزاء الموضوع المطروح ، حيث تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها (400 مبحوث / مفردة) من الجمهور العراقي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي عن طريق توزيع الاستمارات الالكترونية وتعبئتها رقمياً وتم توزيعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والكروبات الخاصة بهذا الشأن، واحتوت الاستبانة على عدة متغيرات ومحاور **ضم المحور الأول** المتغيرات الديموغرافية / أما **المحور الثاني** ضم اربعة اسئلة تدور حول تفاعل الجمهور مع المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي ببطولة خليجي 26. اما **المحور الثالث** شمل على خمسة اسئلة تدور حول شكل التفاعل وطبيعة خطاب الكراهية في المنشورات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي أما **المحور الرابع** فكان لأداة المقياس الثلاثي(مقياس ليكرات)(**اتفق/ محايد/ لا اتفق**) والذي يطبق عادة على الجمهور العام، حيث ضم ثلاث فرضيات و27 عبارة.

ثامناً / اختبار الصدق والثبات للبحث.

أولاً: إجراءات الصدق:

بعد استكمال المراحل الأساسية في بناء أدوات جمع بيانات البحث (استمارة الاستبيان) تعين على الباحثة إخضاعها للصدق والثبات من أجل إضفاء الطبيعة الموضوعية والعلمية عليها.

أ- الصدق الظاهري لاستمارة الاستبانة:

جدول (1) يبين اتفاق الخبراء والمحكمين ومقياس الصدق الظاهري على استمارة الاستبيان

ت	اسماء المحكمين	الفقرات التي وافق عليها الخبراء	الفقرات التي لم يوافق عليها الخبراء	الفقرات التي طلب الخبراء تعديلها	المجموع الكلي الفقرات	الدرجة التي حصلت عليها الفقرات
1	أ.د. . عبد السلام السامر	36	1	3	40	30%
2	أ.د. وسام فاضل	33	3	4	40	27.5%
3	أ.م.د. شريف سعيد حميد	32	2	6	40	26.6%
	الكلي	101	6	13	120	84%
نسبة اتفاق الخبراء على الفقرات						

العدد الكلي للفئات = مجموع الفئات x عدد المحكمين =

$$84 = 100 \times \frac{101}{3 \times 40} = \text{نسبة اتفاق المحكمين}$$

$$= 100 \times \frac{101}{120} = \text{نسبة اتفاق المحكمين}$$

ب. صدق الاتساق الداخلي للمقاييس - باستخدام المجموعتين المتطرفتين:

استخدمت الباحثة لحساب الصدق الداخلي لفقرات مقياس البحث، أسلوب الصدق باستخدام المجموعتين المتطرفتين هو أسلوب شائع يقيس صدق التمييز للأدوات والاختبارات، ويعني قدرة المقياس على التمييز بين الأفراد ذوي المستويات العالية والمنخفضة من السمة أو المتغير المقاس. يقوم هذا الأسلوب على تقسيم العينة إلى مجموعتين متطرفتين، عادة أعلى 27% وأدنى 27% من درجات المقياس، ثم يُجرى اختبار "T test" لمقارنة متوسطات إجابات المجموعتين على كل فقرة في المقياس.

وتم حساب صدق التمييز (صدق الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة وكما يأتي):

أ. صدق مقياس مستوى الإشباع العاطفي من التفاعل مع المنشورات الرياضية المنشورة على صفحات مواقع

التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

جدول (2) - يبين (صدق التمييز) صدق الاتساق الداخلي لمقياس مستوى الإشباع العاطفي من التفاعل مع المنشورات

الرياضية المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

الدلالة	القيمة التائية المحسوبة	المجموعة الدنيا = 108		المجموعة العليا = 108		فقرات المقياس
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
دال	7.198	0.798	2.21	0.436	2.84	1. شكّلت المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للفرح والحماس أو الغضب لدي.
دال	13.376	0.633	1.53	0.498	2.56	2. بسبب عدم المصادقية في بعض المصادر الاعلامية اتجه الى متابعة صفحة وزارة الداخلية عبر فيسبوك
دال	25.524	0.347	1.14	0.534	2.70	3. ادت التعليقات والتفاعلات على المنشورات الرياضية والخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي إلى تعزيز المشاعر السلبية لدي مثل كراهية المنافسين أو

الدلالة	القيمة التائية المحسوبة	المجموعة الدنيا =108		المجموعة العليا =108		فقرات المقياس
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
						الفرق الأخرى.
دال	24.973	0.365	1.08	0.558	2.69	4. نشر الاخبار المعنية بسرعة القاء القبض على المجرمين يعزز من ثقتي بالأجهزة الامنية
دال	33.291	0.383	1.18	0.357	2.85	5. تجاوزت نقاشاتي الحدود الطبيعية مع اصدقائي ازاء المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي مما حول الحوار الى خطاب كراهية.
دال	22.948	0.450	1.15	0.548	2.71	6. تكشف صفحة وزارة الداخلية عبر موقع فيسبوك عن التطورات الخاصة بالأحداث الامنية مما يعزز الثقة بالإجراءات الامنية للوزارة
دال	30.864	0.291	1.09	0.476	2.75	7. أسهمت المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث انقسام بيني وبين المشجعين الآخرين مما خلق بيئة سلبية.

صدق مقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص
ببطولة خليجي 26

جدول (3) – يبين صدق التمييز) صدق الاتساق الداخلي لمقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي المنشور
على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

الدلالة	القيمة التائية المحسوبة	المجموعة الدنيا =108		المجموعة العليا =108		فقرات المقياس
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
دال	9.880	0.792	1.63	0.599	2.57	1. أظهرت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي تحيزاً ضد أفراد الفرق المشاركة بناءً على عرقهم أو جنسهم.
دال	14.491	0.597	1.71	0.466	2.77	2. تضمنت التعليقات على المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي كلمات بذيئة ومسيئة.
دال	17.518	0.662	1.52	0.442	2.86	3. أسهمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصورة النمطية السلبية عن الفرق واللاعبين المشاركين.
دال	11.218	0.703	1.64	0.603	2.64	4. تجاهلت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي احترام الآخرين.
دال	20.888	0.516	1.30	0.500	2.74	5. شجعت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على العنف والعدوانية.

الدالة	القيمة التائية المحسوبة	المجموعة الدنيا 108=		المجموعة العليا 108=		فترات المقياس
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
دال	17.982	0.502	1.47	0.512	2.71	6. ضمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 على لغة تحط من قيمة الفرق المشاركة.
دال	19.569	0.398	1.19	0.627	2.59	7. شجعت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على الاعتداء على مشجعي ولاعي الفرق المنافسة.
دال	11.854	0.737	1.71	0.504	2.73	8. وظفت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي الفكاهة والسخرية للتقليل من شأن فرق ولاعيين محددتين.
دال	30.510	0.460	1.22	0.327	2.88	9. أسهمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على خلق العنف اللفظي بشكل استباقي
دال	14.608	0.654	1.76	0.383	2.82	10. عرضت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي صوراً للاعبين غير ملائمة بتركيزهم على حركات ولقطات مستفزة لبعض اللاعبين.
دال	23.839	0.477	1.34	0.411	2.79	11. أسهمت المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 في خلق صورة مشوهة عن الرياضة العربية.
دال	10.934	0.669	1.90	0.440	2.74	12. أسهمت المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 على استقطاب الجمهور وتفاعله أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى.
دال	21.242	0.567	1.43	0.383	2.82	13. أعطت المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 نظرة سلبية عامة عن الثقافة الرياضية لجمهورها محلياً وعربياً

الإجراءات الإحصائية

اعتمد البحث على مجموعة من الإجراءات والمعادلات الرياضية الإحصائية عن طريق استخدام البرنامج الإحصائي SPS ، فضلاً عن النسب والتكرارات واختبار معامل الارتباط بيرسون (الذي يقيس شدة وقوة العلاقة بين متغيرات البحث).

تاسعاً : التعريفات الإجرائية

1. **التفاعلية** : هي تبادل الأدوار في عملية الاتصال بين المرسل والمستقبل بحيث لا يقتصر المتلقي على الاستقبال السلبي للمعلومات بل يشارك بفاعلية في تشكيل المحتوى أو التعليق عليه أو وضع اعجاب أو مشاركة .
2. **المنشورات الرياضية** : هي المحتوى الإعلامي المكتوب أو المصور أو المرئي الذي يتم انشاؤه عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي يتمحور موضوعاته عن الأحداث والأنشطة الرياضية أو الشخصيات والفرق والبطولات ذات الصلة بالرياضة ، ويمكن عن طريقه نشر التحليلات المعمقة والآراء والتغطيات الأنية والتسجيلية .
3. **مواقع التواصل الاجتماعي** : هي منصات رقمية تمكن الافراد والمجتمعات مع انشاء محتوى رقمي ومشاركته والتفاعل معه وتكوين علاقات اجتماعية ضمن البيئة الافتراضية .
4. **اثارة** : هي حالة من النشاط النفسي والسيولوجي المؤقت ينشأ وفقاً لمنبه داخلي او خارجي ناتج عن زيادة الانتباه ، النشاط العصبي ، الاستعداد البدني او النفسي للأفراد .
5. **خطاب الكراهية** : هو شكل من اشكال التعبير اللفظي او غير اللفظي يهدف الى التحريض على العنف والتمييز او التحقير ضد فرد او مجموعة على اساس العرق ، الدين - الجنس ، الهوية ، الانتماء او الجنسية .
6. **بطولة خليجي 26** : هي النسخة السادسة والعشرون من كأس الخليج العربي لكرة القدم وهي بطولة اقليمية منظمة تحت اشراف الاتحاد الخليجي لكرة القدم تهدف الى تعزيز الهوية الخليجية وتبادل الخبرات وقياس المستوى التنكيتي

والفني للمنتخبات وتعزيز الروابط الثقافية والرياضية بين دول الخليج ، اقيمت بطولة خليجي 26 في الكويت في الفترة بين 2024/12/21 ولغاية 2025/1/4.
عاشراً : الدراسات السابقة

1. دراسة (عبد الجواد ، 2022) الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك ودورها في نشر التعصب وخطاب الكراهية يهدف البحث في رصد وتحليل المعالجة الاعلامية للصفحات الرياضية على الفيس بوك لمظاهر التعصب الرياضي ودورها في نشر خطاب الكراهية ، والتعرف على عناصر الجاذبية في تصميم شكل الصفحتين محل البحث فضلاً عن رصد وتتبع مضمون وطبيعة المنشورات المتضمنة خطاب التعصب والكراهية وتحديد مظاهر التعصب وخطاب الكراهية في المنشورات عبر الصفحات الرياضية محل البحث. استخدم البحث المنهج المسحي الوصفي ، كما استخدم استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات من صفحات الصحف الالكترونية الرياضية المصرية (الاهلي اليوم ، صفحة ايطاليان زملكاوي) من خلال تحليل الموضوعات التي تتناولها هذه الصفحات ضمن مدة البحث وتوصل البحث الى نتائج متعددة ابرزها ما يلي :

- أ- ان الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك تؤثر في ازدياد ظاهرة التعصب بصورة واضحة مكن خلال نشرها لخطاب الكراهية والتعصب والذي يظهر من ارتفاع نسبة استخدامها لأسلوب الترشق الاعلامي والاستهزاء والتنمر في اغلب منشوراتها .
- ب- عدم اهتمام الصفحات الرياضية بالفنون الصحفية والاقتصار على الخبر الصحفي فهي تكتفي بالتغطية السطحية للحدث ولا تحاول التعمق والبحث في الاسباب والحلول .
- ت- ان الاتجاه العام لمضمون المحتوى المقدم عبر الصفحات الرياضية هو ايجابي تجاه النادي الذي تدعمه وتؤيده الصفحة من خلال الاشادة بإنجازات النادي وبطولاته .

2. دراسة (محمود السيد ، 2018)

3. اطر المعالجة الصحفية لقضية شغب الملاعب الرياضية : دراسة تحليلية للصحف المصرية عقب احداث بورسعيد والدفاع الجوي من فبراير 2012 وحتى مارس 2015.

يسعى البحث الى دراسة تأثير التناول الصحفي المصري القومي والخاص لقضية شغب الملاعب على الخارطة الادراكية لدى الرأي العام المصري عن طريق معرفة تأثير احداث الشغب مثل احداث بورسعيد والدفاع الجوي وما تبعها من تداعيات على طبيعة معالجة الصحف عينة البحث (الاهرام المصرية ، المصري اليوم) من فبراير 2012 وحتى مارس 2015 وبالتالي تشكيل الرأي العام .

استخدم البحث المنهج المسحي الوصفي باستخدام استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وتوصل البحث الى نتائج متعددة ابرزها :

- أ- اثبتت النتائج غياب المضمون الصحفي الرياضي الثقافي ، اذ اتفقت الصحيفتين على تقديم الاخبار والمعلومات المكثفة عن رياضة واحدو وهي كرة القدم على حساب باقي الانشطة الرياضية .
- ب- اظهرت النتائج ان الصحيفتين اعتمدت على الشحن الزائد للقراء من خلال استخدام مصطلحات تحريضية داخل معظم العناوين الرياضية به الخاصة بمواد الرأي وتغطيتها لأحداث الشغب التي وقعت على ارض الملاعب .
- ت- بينت النتائج اعتماد الصحيفتين على استراتيجية معينة اذ تأثرت كلا منهما بالمرجعية الايدولوجية لكل منهما حسب ملكيته .

الافادة من الدراسات السابقة

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للبحث بالمعلومات، فضلاً عن تصميم استمارة الاستبانة لتتوافق مع أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته .

ويختلف بحثنا هذا عن الدراسات السابقة في أنه يدرس موضوع جديد يتمثل في معرفة تفاعلية الجمهور مع المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بإثارة خطاب الكراهية (بطولة خليجي 26 نموذجاً) ، اذا ان الدراسات السابقة جميعها لم تنظر الى بطولة خليجي 26، كما ان الدراسات السابقة اخذت الجانب التحليلي فقط والذي استفادت الباحثة منه في تحديد المصطلحات الخاصة بمفهوم خطاب الكراهية ، اما بحثنا فقد سلط الضوء على تفاعلية الجمهور نفسه وكيف تسهم هذه التفاعلية في إثارة او الحد من خطاب الكراهية .

احد عشر : النظرية الموجهة للبحث

نظرية الاستخدامات و الإشباعات

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من النظريات الاتصالية الحديثة التي ركزت على دور الجمهور الإيجابي والفاعل في العملية الاتصالية، إذ ترى أن المتلقي لا يكون متلقياً سلبياً للرسائل الإعلامية، بل هو يستخدم وسائل الإعلام بصورة انتقائية واعية بهدف تحقيق إشباع معينه لحاجاته النفسية والمعرفية والاجتماعية ، فتعرف بأنها (اتجاه بحثي يركز على ما يفعله الأفراد بوسائل الإعلام، وكيف يستخدمونها لتحقيق حاجاتهم وإشباع رغباتهم، وليس ما تفعله الوسائل فيها (عبد الحميد ، 2007، صفحة 215).

كما أن جوهر النظرية يتمثل في أن الاستخدام يسبق الإشباع، أي أن المتلقي يحدد حاجاته أولاً، ثم يتجه نحو الوسيلة التي تحقق له تلك الإشباعات (محمد ، 2004، صفحة 188).

ظهرت البدايات الأولى لنظرية الاستخدامات والإشباعات في الأربعينيات من القرن العشرين عندما بدأ الباحثون بدرسون أسباب ودوافع استخدام الجمهور للإذاعة والصحف، وليس تأثيرها فقط.

ويعد الباحث الأمريكي "هيرتسغ" أول من استخدم المنهج الوصفي لفهم دوافع النساء للاستماع إلى المسلسلات الإذاعية عام 1944، حيث صنف الدوافع إلى: الترفيه، والهروب من الواقع، والتماهي مع الشخصيات (احمد ، 1998، صفحة 167).

ثم تطورت النظرية على يد (كاتز وبلومر وغورفيتش) في الستينيات والسبعينيات، وانتقلت من مستوى الوصف إلى مستوى بناء إطار نظري متكامل يوضح العلاقة بين دوافع الأفراد واستخدامهم للوسائل الإعلامية (الهائشة ، 2015، صفحة 232).

اما في العالم العربي، بدأت تطبيقات هذه النظرية في الثمانينيات والتسعينيات خصوصاً في بحوث الإعلام التلفزيوني، ثم توسعت لتشمل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في العقد الأخيرين (مصطفى ، 2018، صفحة 190).

فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات

تتمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات فيما يأتي (علم الدين ، 2011، صفحة 177-179) :

1. الجمهور نشط وواعٍ في تعامله مع وسائل الإعلام، ولا يتأثر بها بشكل سلبي أو تلقائي.
 2. اختيار الوسيلة الإعلامية يتم بناءً على حاجات ودوافع شخصية يسعى الفرد إلى إشباعها.
 3. وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى للإشباع، مثل الأسرة والأصدقاء والمؤسسات الاجتماعية.
 4. الفرد يدرك دوافعه وحاجاته بشكل واعٍ، ويستطيع التعبير عنها بوضوح.
 5. القيمة التي يمنحها الجمهور للوسيلة تعتمد على مدى قدرتها على إشباع تلك الحاجات.
 6. الاستخدامات تختلف بين الأفراد تبعاً للخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية لكل منهم.
- استخدمت الباحثة نظرية الاستخدامات والإشباعات في هذا البحث لأنها تساهم في توضيح العلاقة بين كثافة استخدام المنصات الرياضية وشدة التفاعل الانفعالي في التعليقات، ولوحظ كيف يمكن أن تؤدي الاستخدامات المكثفة بهدف الانتماء أو المنافسة إلى تصعيد التوتر الرقمي ، وبذلك تتيح النظرية إطاراً علمياً يساعد الباحثان على تفسير العلاقة بين دوافع الاستخدام، وأنماط الإشباع، ومستوى الخطاب المتداول، مما يساهم في بناء نموذج علمي لفهم ظاهرة خطاب الكراهية الرياضي في مواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الثاني : التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها في بناء المحتوى الرياضي

أولاً : التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي

تُمثل التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي سمة أساسية غيرت من طبيعة المحتوى لا سيما (الرياضي) منها ، إذ لم يعد مقتصرًا على المؤسسات الإعلامية فقط، بل أصبح الجمهور شريكاً في صناعته عبر التعليقات والمشاركات والبلث المباشر، مما أسهم في تنوع الخطاب الرياضي وتوسيع أثره في الرأي العام. أن هذا التداخل بين المنتج والمتلقي يعكس دور التفاعلية الرقمية في بناء المحتوى الرياضي، من حيث تنوعه وسرعته وقدرته على تشكيل الرأي العام وتوجيه اهتماماته.

لذا لا بد لنا ان نعرف ماذا نقصد بالتفاعلية: قدرة المستخدم على التبادل المستمر لردود الفعل مع المستخدمين الآخرين من خلال الإعلام الجديد وتطبيقاته وهذه الخاصية التي أصبح يتميز بها قد أضافت بعداً جديداً وهاماً لأنماط وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في بعدها الافتراضي الجديد (حجاب، 2004، صفحة 156) أي انه حدث تغيير في ادوار المرسل والمستقبل ، واصبح الجمهور يستقبل الرسائل والمضامين الاتصالية ويقوم بصناعتها ، فام يعد فقط يستعمل وسائل الاعلام لاستهلاك مضامينها ورسائلها بل تعدى الأمر الى المشاركة الفعلية في بناء المحتوى وبكل حرية لذا فان ما يميز الجمهور المستخدم انه يستخدم وسائل الإعلام ويتعرض لها في نفس الوقت الذي يسهم في محتواها وعليه فقد انتهى دور " الكاتب مرسلًا" وتحول المتلقي الى قارئ ومنتج للنص نفسه ولم يعد الجمهور يستقبل الرسائل والمضامين الاعلامية بشكل سلبي. (الخوري، 2005، صفحة 128)

مواقع التواصل الاجتماعي : هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها. لذا فان تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي التي افرزت بدورها اشكالا اتصالية حديثة ، حيث مكنت الأفراد (المستخدمون) والجماعات من التواصل مع بعضهم البعض من خلالها ويتبادلون الآراء والمعلومات والفيديوات المصورة وغيرها ، ونتيجة لهذا التنامي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، اصبحت من الوسائل المؤثرة في ظهور بعض الأنماط السلوكية . (عبد، 2023، الصفحات 426-489) حيث تحولت بعض صفحات منصات التواصل الاجتماعي وتحديدا في المجال الرياضي الى منصات لتفريغ مكبوتات وكوامن مسيئة للبعض خصوصا جماهير الفريق المنافس بسبب نقص الاحترافية والموضوعية عند بعض المتابعين الذين يجدون في فضاء العالم الرقمي وسيلة لإيصال اصواتهم بطريقة غير لائقة في معظم الاحيان عن طريق التعليقات وتبادل الشتائم والكلمات البذيئة و ابراز مبدأ العداوة ، فجددهم يشجعون ويتابعون أي فريق يلعب ضد خصم فريقهم المفضل كرها به ، ويحتفلون بخسارته في اي مباراة المهم هو خسارة المنافس ، وقد يصل الحال للبعض الغلو في التشجيع الى ما يحمد عقباه ، كما أن هناك بعض الصفحات على منصات التواصل الاجتماعي تسهم في نشر خطاب الكراهية ونبذ التسامح والتشجيع على العنف (المالك، 2023، صفحة 249)

ثانياً / مواقع التواصل الاجتماعي وخطاب الكراهية .

أن الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي كفضاء مفتوح، صار ملاذاً لممارسة شتى أشكال التمييز وإنتاج خطاب الكراهية، وهذا ما نلاحظه عبر المنشورات على شبكة الإنترنت، المتمثلة بصحافة المواطن أو التدوين القصير من داخل مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث يؤدي التشبيك دوراً أساسياً في انتشار خطاب الكراهية بمختلف أنماط العنف، المادية منها والرمزية أو الخطابية اللفظية. (المغاري)

مفهوم خطاب الكراهية: hate speech

هناك العديد من التوصيفات المقدمة لخطاب الكراهية والتي تختلف حسب الباحثين وتعدد التخصصات مثل اللغويات ، الاجتماعيات ، الدراسات الإعلامية ، الدراسات القانونية ، ومن المؤكد أن تنوع المجالات التخصصية ، يمثل أحد الجوانب التي تشرح التنوع الموجود فيما يتعلق بالتعريف ونهج البحث ، حيث يركز بعض الباحثين على نحو خاص على خطاب الكراهية الذي يستهدف فقط الفئات المهمشة والمحرومة، والبعض الآخر يوسع المفهوم بتضمينه الخطاب المهين الموجه ضد الأشخاص ؛ بناء على أي سمة من سماتهم الشخصية أو قناعاتهم السياسية ، بالتالي يتأرجح خطاب الكراهية في شدته ونوعية أبعاده، وهو أكثر تعقيدا سواء من حيث دلالات مفهومة ، أو من زاوية تحديده وتصنيفه في الخطابات المتداولة ، مما يعني أنه لا ينظر اليه كوحدة شاملة ، ولكن ضمن مزيج من أشكال التواصل المختلفة. (العبدى، 2022، صفحة 1) لذا لا يوجد مفهوم واضح لخطاب الكراهية، إذ يأخذ توصيفات عدة يمكن أن نجعلها في العنف اللفظي المتضمن في الخطاب الدوني، والكُره البين والتعصب الفكري والتمييز العنصري والتجاوزات التعبيرية القذحية والنظرة الاستعلائية في الخطاب المصحوب بالإقصاء. وبالتالي يصبح الحديث عن خطاب الكراهية كظاهرة مجتمعية، بمثابة آفة انتشرت مع انتشار وسائل الإعلام والاتصال الاجتماعي على وجه خاص .. وبالرجوع إلى القوانين المؤطرة لحرية الرأي والتعبير من خلال الترسنة القانونية دولياً، نجد أن خطاب الكراهية، وانطلاقاً من التوصيف الذي قدمناه، صار يتخذ عدة أشكال تتجاوز القوانين، وبالتالي تصبح تلك التجاوزات في نظر البعض أمراً عادياً في إطار حرية الرأي والتعبير. (المغاري، صفحة مصدر سبق ذكره)

وعليه عرف خطاب الكراهية : هو أي خطاب يعمل على البحث الكراهية والتحريض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون والعرق والطائفية والتحريض ، على إنكار الآخر وتهميشه ونشر الفتنة واتهام الطرف الآخر بالخيانة والفساد. (الخصاونة و وآخرون، 2021، الصفحات 304-305)

إن كثافة انتشار واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت على اكتساب معاني ومعتقدات وتصورات جديدة حول العالم الذي تقدمه، قد تكون مختلفة عن العالم الواقعي، حيث أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي تلاقى أصحاب الفكر المتعصب والمتطرفين عبر المسافات وأسماء وهمية، وسهلت عملية التواصل فيما بينهم بمبالغ زهيدة، وذلك بهدف الحشد والتجنيد لبث الكراهية تجاه فئات ومجموعات معينة .

لذا يجد الأشخاص المتطرفون والمتعصبون والذين يودون نشر خطاب الكراهية وبث رسائل ازدراء وتحقير في وسائل التواصل الاجتماعي العديد من السبل، منها التعليق والاعجاب والمشاركة للرسائل التي تسهم في ظهور قيم سلبية والتي من شأنها إثارة الفتن بين المجتمع الرياضي من (المستخدمين) مما يلقي بظلاله الى الفرقة الناتجة عن الاختلاف في الآراء والمواقف ، وأصحاب هذه المشاعر الذين كانوا يعبرون عنها على استحياء في غرف مغلقة ، وجدوا في هذه الشبكات فضاء عامًا ينشرون من خلاله خطاب كراهيتهم ليصل إلى الآلاف وأحيان الملايين، مما يضاعف أثره ويعظم ضرره. (السرхан، 2017، الصفحات 259-289)

لا جدال أن خطاب الكراهية في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي تَشَعَب أكثر، وأصبح يهدّد السلم والأمان المجتمعي ، بل أصبح أداة للتحريض في غياب اللضوابط القانونية والإعلامية. لذا يبقى لخطاب الكراهية في المحتوى لا سيما (الرياضي) الذي ينتجه الجمهور على شبكات الإعلام الاجتماعي، الأثر السلبي في العملية التواصلية برمتها، خصوصا خطاب الكراهية بالصورة والفيديو لسهولة قراءتها ومشاهدتها، إضافة إلى التعليقات الجارحة وانعدام الوعي بسبب الغياب الحاصل في منظومة القيم. (المغاري، صفحة مصدر سبق ذكره)

وهناك اشكال عدة لخطاب الكراهية منها : (فرحان، 2025، صفحة 641)

1- من حيث الطريقة:

- أ- خطاب الكراهية المباشر: يتميز باستخدام لغة صريحة أو صور وتصريحات تحريضية تدعو للعنف أو الإهانة.
- ب- خطاب الكراهية غير المباشر: يستخدم التلميحات أو الاستعارات لتقليل شأن مجموعة أو تضخيم أخرى بطريقة غير مباشرة

2- من حيث الهدف :

- أ- التآليب: تحريض فرد أو جماعة ضد أخرى بما يخلق ثقافة عدا وكرهية.
- ب- الاختلاف: نشر شائعات أو أخبار غير صحيحة لتشويه السمعة والتأثير في الرأي العام.
- ت- الترويح: تزيين الحقائق لصالح طرف على حساب آخر لتعزيز مواقف سلبية.
- ث- التزييف: تقديم معلومات خاطئة أو مضللة مدعومة بالصور والفيديو لتشويه صورة فرد أو جماعة.

المبحث الثالث : نتائج الدراسة الميدانية

1.الجنس

يُبين الجدول (4) البيانات الخاصة بتوزيع الفئات الفرعية لمتغير الجنس في عينة الدراسة، حيث تم تسجيل التكرارات والنسب المئوية لكل من الذكور والإناث في العينة، والتي جاءت كالآتي:

جدول (4) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	66.5	266	ذكر
الثاني	33.5	134	انثى
-	100	400	المجموع

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس، حيث جاءت فقرة (ذكر) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (266) تكراراً وبنسبة مئوية (66.5%)، فيما جاءت فقرة (أنثى) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (134) تكراراً وبنسبة مئوية (33.5%) ، تشير النتائج الى ان الذكور هم الغالبية المتابعين للمنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي بسبب ارتفاع اهتمامهم بالمحتوى الرياضي (كرة القدم) الذي يعد تعزيز للقوة والتنافس لديهم .

2.العمر

يبين الجدول (5) البيانات الخاصة بتوزيع أعمار أفراد العينة، موضحاً التكرارات والنسب المئوية لكل فئة عمرية، والتصنيف حسب الترتيب كالاتي:

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أعمار أفراد عينة الدراسة حسب العمر، حيث جاءت فقرة (أقل من

جدول (5) يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر.

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	58.25	233	أقل من 35 سنة
الثاني	41.75	167	35 سنة فأكثر
-	100	400	المجموع

35 سنة) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (233) تكراراً وبنسبة مئوية (58.25%)، فيما جاءت فقرة (35 سنة فأكثر) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (167) تكراراً وبنسبة مئوية (41.75%) ، يعود السبب في ذلك الى ان الشباب الاقل عمراً لديهم ميول اكبر للبحث عن الموضوعات التي تحتوي على الاثارة والتشويق .

3.معدل اطلاع المبحوثين على المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي:

يبين الجدول (6) البيانات الخاصة بمتغير (بمعدل اطلاع المبحوثين على المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي)، ويمثل التكرارات والنسب المئوية وكما يأتي.

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمعدل اطلاع المبحوثين على المنشورات الرياضية تبين نتائج الجدول اعلاه ان فقرة (يوميًا) جاءت في المرتبة (الأولى) وحصلت على (201) تكراراً وبنسبة مئوية (50.25%)، فيما جاءت فقرة (غير منتظم) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (149) تكراراً وبنسبة مئوية (37.25%)، بينما جاءت فقرة (أسبوعياً) في

جدول (6) يمثل معدل اطلاع المبحوثين على المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	50.25	201	يوميًا
الثاني	37.25	149	غير منتظم
الثالث	12.50	50	اسبوعيا
	100.00	400	المجموع

المرتبة (الثالثة) وحصلت على (50) تكراراً وبنسبة مئوية (12.50%) ، تبين النتائج ان الجمهور الرياضي متابع بشكل منتظم للمنشورات الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا طبيعي لاسيما ان الموضوعات الرياضية تهتم بتقديم اخر المستجدات عن بطولة خليجي 26 والتي تسهم في تحفيزهم لدعم منتخبهم الوطنية . .

4. مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر تفاعلا مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26:

يبين الجدول (7) البيانات الخاصة بمتغير (اي مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر تفاعلا مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26)، ويمثل التكرارات والنسب المئوية وكما يأتي.

جدول (7) يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر تفاعلا مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 .

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	67.00	268	فيسبوك

الثاني	14.50	58	انستغرام
الثالث	9.75	39	تيك توك
الرابع	4.50	18	تويتر
الخامس	4.25	17	يوتيوب
	100.00	400	المجموع

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفاعلاً مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26، حيث جاءت فقرة (فيسبوك) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (268) تكراراً ونسبة مئوية (67.00%)، فيما جاءت فقرة (انستغرام) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (58) تكراراً ونسبة مئوية (14.50%)، بينما جاءت فقرة (تيك توك) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (39) تكراراً ونسبة مئوية (9.75%)، تلاها فقرة (تويتر) في المرتبة (الرابعة) بحصولها على (18) تكراراً ونسبة مئوية (4.50%)، ثم فقرة (يوتيوب) في المرتبة (الخامسة) بحصولها على (17) تكراراً ونسبة مئوية (4.25%)، يعود السبب في ان الجمهور يتابع موضوعات بطولة خليجي 26 على الفيس بوك بشكل رئيسي بسبب سهولة الوصول إلى المحتوى، حيث يمكن مشاهدة الأخبار، النتائج، التحليلات مباشرة ومشاركتها مع الأصدقاء. كما توفر المنصة تفاعلية اجتماعية من خلال التعليقات والإعجابات والمناقشات الجماعية، بالإضافة إلى تنوع المحتوى بين فيديوهات وصور ونصوص واستطلاعات، والإشعارات الفورية التي تبقى الجمهور على اطلاع دائم.

5. نوع تفاعل المبحوثين عند متابعة المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (8) يمثل نوع تفاعل المبحوثين عند متابعة المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	55.75	315	الاعجاب
الثاني	18.41	104	التعليق
الثالث	13.45	76	الرموز التعبيرية (الإيموجي)
الرابع	12.39	70	المشاركة
	100	565	المجموع

*التساؤل يتضمن أكثر من خيار بديل ولذلك ظهر المجموع أكبر من حجم العينة

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لنوع تفاعل المبحوثين عند متابعة المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فقرة (الإعجاب) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (315) تكراراً ونسبة مئوية (55.75%)، فيما جاءت فقرة (التعليق) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (104) تكرارات ونسبة مئوية (18.41%)، بينما جاءت فقرة (الرموز التعبيرية (الإيموجي)) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (76) تكراراً ونسبة مئوية (13.45%)، وتلاها فقرة (المشاركة) في المرتبة (الرابعة) بحصولها على (70) تكراراً ونسبة مئوية (12.39%)، تشير النتائج إلى ان الجمهور يستخدمون شتى طرق التفاعل مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 ويعود السبب في ذلك إلى أهمية هذه البطولة وللتعبير عن دعمهم لمنتخباتهم الوطنية كما ان طرق التفاعل تخلق لهم تجربة تفاعلية ممتعة أثناء المتابعة.

6. الدوافع الرئيسية لتفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي
يبين الجدول (9) البيانات الخاصة بمتغير (الدوافع الرئيسية لتفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي)، ويمثل التكرارات والنسب المئوية وكما يأتي.

جدول (9) يمثل الدوافع الرئيسية لتفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	17.44	146	إبراز الانتماء الكروي والهوية الوطنية
الثاني	16.61	139	تبادل المعلومات ومعرفة النتائج
الثالث	13.02	109	التسلية والترفيه
الرابع	9.68	81	مساندة فريقي المميز
الخامس	8.00	67	المشاركة والتفاعل الاجتماعي
السادس	7.53	63	الحد من انتشار ظاهرة العنف والتعصب الرياضي

السابع	5.73	48	التعرف على (فكرة الاختلاف) عبر الآراء ووجهات النظر المتباينة.
الثامن	5.38	45	استثمار الصورة الايجابية للفرق المشاركة لإشاعة الروح الرياضية
التاسع	5.02	42	دعم الحوار الايجابي والخروج من السياق الاندفاعي
العاشر	4.90	41	ديمومة المعلومات وحدائتها
الحادي عشر	3.46	29	تقديم معلومات بطريقة مقنعة وجذابة
الثاني عشر	3.23	27	دوافع وحاجات خاصة
	100	837	المجموع

*التساؤل يتضمن أكثر من خيار بديل ولذلك ظهر المجموع أكبر من حجم العينة

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية للدوافع الرئيسية لتفاعل الباحثين مع المنشورات الرياضية الخاصة بطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فقرة (إبراز الانتماء الكروي والهوية الوطنية) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (146) تكراراً وبنسبة مئوية (17.44%)، فيما جاءت فقرة (تبادل المعلومات ومعرفة النتائج) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (139) تكراراً وبنسبة مئوية (16.61%)، بينما جاءت فقرة (التسلية والترفيه) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (109) تكرارات وبنسبة مئوية (13.02%)، تلاها فقرة (مساعدة فريق مميز) في المرتبة (الرابعة) بحصولها على (81) تكراراً وبنسبة مئوية (9.68%)، ثم فقرة (المشاركة والتفاعل الاجتماعي) في المرتبة (الخامسة) بحصولها على (67) تكراراً وبنسبة مئوية (8.00%)، تلتها بقية الفقرات بترتيبها وحجمها كما يلي: فقرة (الحد من انتشار ظاهرة العنف والتعصب الرياضي) في المرتبة (السادسة) بـ(63) تكراراً وبنسبة مئوية (7.53%)، وفقرة (التعرف على فكرة الاختلاف) عبر آراء ووجهات النظر المتباينة) في المرتبة (السابعة) بـ(48) تكراراً وبنسبة مئوية (5.73%)، وفقرة (استثمار الصورة الإيجابية للفرق المشاركة وإبراز الروح الرياضية) في المرتبة (الثامنة) بـ(45) تكراراً وبنسبة مئوية (5.38%)، وفقرة (دعم الحوار الإيجابي والخروج من السلوك الانفعالي) في المرتبة (التاسعة) بـ(42) تكراراً وبنسبة مئوية (5.02%)، وفقرة (ديمومة المعلومات وحدائتها) في المرتبة (العاشر) بـ(41) تكراراً وبنسبة مئوية (4.90%)، وفقرة (تقديم معلومات بطريقة متمعة وجذابة) في المرتبة (الحادي عشر) بـ(29) تكراراً وبنسبة مئوية (3.46%)، وأخيراً فقرة (دوافع وحاجات خاصة) في المرتبة (الثاني عشر) بـ(27) تكراراً وبنسبة مئوية (3.23%) ، ويعود سبب دوافع الجمهور للتفاعل مع منشورات بطولة خليجي 26 الى الرغبة في متابعة الاحداث والبحث عن التحليل الرياضي الدقيق الذي يعزز لديهم الحماس والانتماء.

7. هل لاحظ المبحوث ازدياد خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 بمواقع التواصل الاجتماعي.

يبين الجدول (10) البيانات الخاصة بالتساؤل " هل لاحظ المبحوثين ازدياد خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 بمواقع التواصل الاجتماعي "، موضحاً التكرارات والنسب المئوية لكل فئة عمرية، والتصنيف حسب الترتيب كالاتي:

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لإجابة المبحوثين على تساؤل (هل لاحظ المبحوثين ازدياد خطاب

جدول (10) يمثل توزيع أفراد العينة ملاحظتهم ازدياد خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26.

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	71.50	286	نعم
الثاني	28.50	114	لا
-	100	400	المجموع

الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فقرة (نعم) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (286) تكراراً وبنسبة مئوية (71.50%)، فيما جاءت فقرة (لا) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (114) تكراراً وبنسبة مئوية (28.50%) ، يعود السبب في ذلك الى ان المنشورات الرياضية لبطولة خليجي 26 غالباً كانت تحفز الانتماءات والتميز بين الفرق المشاركة في البطولة مما يزيد من التنافس العدائي نتيجة اثاره المشاعر .

7. تصنيف المبحوثين لطبيعة خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (11) يمثل تصنيف المبحوثين لطبيعة خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	22.17	188	يشجع على العنصرية
الثاني	15.68	133	تتمر على لاعب او فريق مشارك

التهاتة لشخصية لاعب أو لفريق المشارك	126	14.86	الثالث
الإساءة الى مسؤولي الرياضة في البلد	125	14.74	الرابع
مناصرة ودعم فريق بعينه نكاية بفرق أخرى	96	11.32	الخامس
نشر تصريحات وأخبار كاذبة عن فرق معينة	93	10.97	السادس
تحريض على العنف والسخرية	87	10.26	السابع
المجموع	848	100.00	

يبين الجدول (11) البيانات الخاصة باتجاهات الصحفيين ازاء (تصنيف المبحوثين لطبيعة خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 على مواقع التواصل الاجتماعي)، ويمثل التكرارات والنسب المئوية وكما يأتي.

*التساؤل يتضمن أكثر من خيار بديل ولذلك ظهر المجموع أكبر من حجم العينة

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لتصنيف المبحوثين لطبيعة خطاب الكراهية في منشورات بطولة خليجي 26 على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فقرة (يشجع على العنصرية) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (188) تكراراً ونسبة مئوية (22.17%)، فيما جاءت فقرة (تتمر على لاعب أو فريق مشارك) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (133) تكراراً ونسبة مئوية (15.68%)، بينما جاءت فقرة (إهانة لشخصية لاعب أو لفريق مشارك) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (126) تكراراً ونسبة مئوية (14.86%)، وتلتها فقرة (الإساءة إلى مسؤولي الرياضة في البلد) في المرتبة (الرابعة) بحصولها على (125) تكراراً ونسبة مئوية (14.74%)، ثم فقرة (مناصرة ودعم فريق بعينه نكاية بفرق أخرى) في المرتبة (الخامسة) بحصولها على (96) تكراراً ونسبة مئوية (11.32%)، تلاها فقرة (نشر تصريحات وأخبار كاذبة عن فريق معين) في المرتبة (السادسة) بحصولها على (93) تكراراً ونسبة مئوية (10.97%)، وأخيراً جاءت فقرة (التحريض على العنف والسخرية) في المرتبة (السابعة) بحصولها على (87) تكراراً ونسبة مئوية (10.26%)، تبين نتائج الجدول ان الجمهور يرى شتى اشكال وتصنيفات خطاب الكراهية في المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 بمواقع التواصل الاجتماعي وهذه نتيجة طبيعية للتنافس العاطفي والاندفاع النفسي عند التعريف او المشاركة.

9. شكل تفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحتوي على خطاب الكراهية

يبين الجدول (12) البيانات الخاصة باتجاهات الصحفيين ازاء (شكل تفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحتوي على خطاب الكراهية)، ويمثل التكرارات والنسب المئوية وكما يأتي.

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لشكل تفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحتوي على خطاب الكراهية، حيث جاءت فقرة (اكتفي بقراءة المنشور) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (135) تكراراً ونسبة مئوية (33.75%)، فيما جاءت فقرة (تجاهل المنشور) في المرتبة (الثانية)

جدول (12) يمثل شكل تفاعل المبحوثين مع المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحتوي على خطاب الكراهية

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	33.75	135	اكتفي بقراءة المنشور
الثاني	22.50	90	اتجاهل المنشور
الثالث	16.25	65	ابلق عن المنشور
الرابع	11.50	46	التعليق على المنشور
الخامس	8.50	34	مشاركة المنشور
السادس	7.50	30	اعجاب بالمنشور
	100	400	المجموع

وحصلت على (90) تكراراً ونسبة مئوية (22.50%)، بينما جاءت فقرة (ابلاغ عن المنشور) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (65) تكراراً ونسبة مئوية (16.25%)، وتلتها فقرة (التعليق على المنشور) في المرتبة (الرابعة) بحصولها على (46) تكراراً ونسبة مئوية (11.50%)، ثم فقرة (مشاركة المنشور) في المرتبة (الخامسة) بحصولها على (34) تكراراً ونسبة مئوية (8.50%)، وأخيراً جاءت فقرة (إعجاب بالمنشور) في المرتبة (السادسة) بحصولها على (30) تكراراً ونسبة مئوية (7.50%)، تشير النتائج الى ان الجمهور المتابع للمنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 يستخدم اشكال مختلفة من التفاعل تلبية لاحتياجاته النفسية والاجتماعية.

10. شكل تأثير المنشورات الرياضية على اثاره خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي في خليج 26

يبين الجدول (13) البيانات الخاصة بشكل تأثير المنشورات الرياضية على اثاره خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي في خليج 26.

جدول (13) يمثل شكل تأثير المنشورات الرياضية على اثاره خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي في خليج 26

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	24.70	166	تروج للأحداث الرياضية المدعومة بالصور والفيديوهات المزيفة.
الثاني	24.40	164	تبتعد عن الدور الرئيس للرياضة القائم على القيم وحسن العلاقات في المحافل الدولية
الثالث	23.96	161	خلق جمهور لا يعترف بمبدأ الفوز والخسارة.
الرابع	19.20	129	ربطت الاداء الرياضي بالعلاقات السياسية.
الخامس	7.74	52	ساعدت على اقناع ثقة الجمهور بكل ما يقدم من معلومات عبر المنشورات الرياضية.
	100.00	672	المجموع

*التساؤل يتضمن أكثر من خيار بديل ولذلك ظهر المجموع أكبر من حجم العينة

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لشكل تأثير المنشورات الرياضية على إثارة خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي خلال بطولة خليجي 26، حيث جاءت الفقرة (تروج للأحداث الرياضية المدعومة بالصور والفيديوهات المزيفة) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (166) تكرارًا وبنسبة مئوية (24.70%)، فيما جاءت الفقرة (تبتعد عن الدور الرئيس للرياضة القائم على القيم وحسن العلاقات في المحافل الدولية) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (164) تكرارًا وبنسبة مئوية (24.40%)، بينما جاءت الفقرة (خلق جمهور لا يعترف بمبدأ الفوز والخسارة) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (161) تكرارًا وبنسبة مئوية (23.96%)، وتلتها الفقرة (ربط الاداء الرياضي بالعلاقات السياسية) في المرتبة (الرابعة) وحصلت على (129) تكرارًا وبنسبة مئوية (19.20%)، وأخيرًا جاءت الفقرة (ساعدت على اقناع ثقة الجمهور بكل ما يُقدّم من معلومات عبر المنشورات الرياضية) في المرتبة (الخامسة) وحصلت على (52) تكرارًا وبنسبة مئوية (7.74%)، تبين نتائج الجدول الى ان الجمهور استخدم شتى اشكال المحتوى الذي يثير خطاب الكراهية في المنشورات الخاصة ببطولة خليجي 26 وذلك لتعزيز الهوية الجماعية والانتصار الرمزي لفريقه.

11. هل لاحظ المبحوث تغيير في سلوكيات الاصدقاء والاقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقرانه تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26؟

يبين الجدول (14) البيانات الخاصة بملاحظة المبحوث لتغيير في سلوكيات الاصدقاء والاقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقرانه تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26.

جدول (14) يمثل البيانات الخاصة بملاحظة المبحوث تغيير في سلوكيات الاصدقاء والاقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقرانك تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية

الترتيب	%	ك	الفئة
الأول	66.75	267	نعم
الثاني	33.25	133	لا
	100	400	المجموع

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لملاحظة المبحوث تغيير في سلوكيات الأصدقاء والاقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقرانه تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26، حيث جاءت الفقرة (نعم) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (267) تكرارًا وبنسبة مئوية (66.75%)، فيما جاءت الفقرة (لا) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (133) تكرارًا وبنسبة مئوية (33.25%)، لان خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمنشورات بطولة خليجي 26 يخلق ضغطاً اجتماعياً وتأثيراً جماعياً وفق مبدأ الامتثال الاجتماعي .

12. نوع التغيير في سلوكيات اصدقاء واقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقران المبحوث تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

يبين الجدول (15) البيانات الخاصة بنوع التغيير في سلوكيات اصدقاء واقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقران المبحوث تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26.

جدول (15) يمثل البيانات الخاصة نوع التغيير في سلوكيات اصدقاء واقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقران المبحوث تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

الترتيب	%	ك	الفئة
الأولى	20.15	133	زيادة التوتر والعداء بين الفرق المشاركة
الثانية	16.06	106	نشر منشورات تحريض ازاء الفريق المنافس
الثالثة	15.76	104	تذكير الفرق المنافسة بخساراتهم السابقة
الرابعة	13.64	90	اطلاق ونشر الهتافات العدائية والتعامل بعدم احترام
الخامسة	12.88	85	استخدام عبارات والفاظ سيئة تجاه الفرق المنافسة
السادسة	12.58	83	التصرف بعنف وعدوانية مع مشجعي الفرق
السابعة	8.94	59	التسقيط والتشهير والاساءة للفرق المشاركة.
	100.00	660	المجموع

يوضح الجدول في أعلاه التكرارات والنسب المئوية لنوع التغيير في سلوكيات الأصدقاء والأقرباء وزملاء العمل أو الدراسة من اقراب المبحوثين تجاه فريق معين بسبب خطاب الكراهية المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة ببطولة خليجي 26، حيث جاءت الفقرة (زيادة التوتر والعداء بين الفرق المشاركة) في المرتبة (الأولى) وحصلت على (133) تكرارًا وبنسبة مئوية (20.15%)، فيما جاءت الفقرة (نشر منشورات تحريض ازاء الفريق المنافس) في المرتبة (الثانية) وحصلت على (106) تكرارات وبنسبة مئوية (16.06%)، بينما جاءت الفقرة (تذكير الفرق المنافسة بخساراتهم السابقة) في المرتبة (الثالثة) وحصلت على (104) تكرارات وبنسبة مئوية (15.76%)، وتلتها الفقرة (اطلاق ونشر الهتافات العدائية والتعامل بعدم احترام) في المرتبة (الرابعة) وحصلت على (90) تكرارًا وبنسبة مئوية (13.64%)، ثم الفقرة (استخدام عبارات والفاظ سيئة تجاه الفرق المنافسة) في المرتبة (الخامسة) وحصلت على (85) تكرارًا وبنسبة مئوية (12.88%)، تلاها الفقرة (التصرف بعنف وعدوانية مع مشجعي الفرق) في المرتبة (السادسة) وحصلت على (83) تكرارًا وبنسبة مئوية (12.58%)، وأخيرًا جاءت الفقرة (التشويه والتشهير والاساءة للفرق المشاركة) في المرتبة (السابعة) وحصلت على (59) تكرارًا وبنسبة مئوية (8.94%)، بينت النتائج ان المبحوثين يرون ان تغيير سلوكيات الاصدقاء والزملاء كان يشتى انواع خطاب الكراهية وهذا ناتج عن تأثيرات الانتماء الجماعي والتنافس والضغط الاجتماعي .

نتائج ترتيب الاهمية ل فقرات مقاييس البحث

أولاً: مقياس مستوى الإشباع العاطفي من التفاعل مع المنشورات الرياضية المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

جدول (16) – يمثل بيانات مقياس مستوى الإشباع العاطفي من التفاعل مع المنشورات الرياضية.

الترتيب الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
1	82.50	0.664	2.48	38	134	228	شكلت المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للفرح والحماس او الغضب لدي.
				9.5	33.5	57.0	
2	68.25	0.743	2.05	101	179	120	ادت التعليقات والتفاعلات على المنشورات الرياضية والخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي إلى تعزيز المشاعر السلبية لدي مثل كراهية المنافسين أو الفرق الأخرى.
				25.3	44.8	30.0	
7	61.91	0.805	1.86	162	133	105	تجاوزت نقاشاتي الحدود الطبيعية مع اصدقائي ازاء المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي مما حول الحوار الى خطاب كراهية.
				40.5	33.3	26.3	

6	63.83	0.809	1.92	149	136	115	أسهمت المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث انقسام بيني وبين المشجعين الآخرين مما خلق بيئة سلبية.
				37.3	34.0	28.8	
3	68.08	0.792	2.04	117	149	134	قللت المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي من قيم الروح الرياضية لدى.
				29.3	37.3	33.5	
4	68.00	0.816	2.04	125	134	141	أشعرتني المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي والخاصة ببطولة خليجي 26 بالإحباط عند خسارة فريقي المفضل مما دفعني إلى نشر ومشاركة المنشورات التي تحتوي على انتقادات وتحريض.
				31.3	33.5	35.3	
5	66.16	0.798	1.99	130	146	124	أشعرتني المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي والخاصة ببطولة خليجي 26 بالغيرة من نجاحات الفرق الأخرى مما أدى إلى مشاحنات مع مؤيديهم.
				32.5	36.5	31.0	

ثانياً: مقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

جدول (17) - يمثل بيانات مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

ترتيب الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	فقرات المقياس
6	73.33	0.753	2.20	81	158	161	أظهرت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي تحيزاً ضد أفراد الفرق المشاركة بناءً على عرقهم أو جنسهم.
				20.3	39.5	40.3	
1	75.66	0.677	2.27	52	188	160	تضمنت التعليقات على المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي كلمات بذيئة ومسيئة.
				13.0	47.0	40.0	
5	73.66	0.726	2.21	72	172	156	أسهمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصورة النمطية السلبية عن الفرق واللاعبين المشاركين.
				18.0	43.0	39.0	
7	72.25	0.708	2.17	72	189	139	تجاهلت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي احترام الآخرين.
				18.0	47.3	34.8	
11	70.16	0.738	2.11	90	178	132	شجعت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على العنف والعدوانية.
				22.5	44.5	33.0	
12	70.08	0.681	2.10	74	211	115	ضمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 على لغة تحط من قيمة الفرق المشاركة.
				18.5	52.8	28.8	
13	69.66	0.777	2.09	104	156	140	شجعت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على الاعتداء على مشجعي ولاعبي الفرق المنافسة.
				26.0	39.0	35.0	
4	74.33	0.692	2.23	60	188	152	وظفت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي الفكاهة والسخرية للتقليل من شأن فرق ولاعبين محددين.
				24.0	47.0	38.0	
10	70.33	0.761	2.11	96	164	140	أسهمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على خلق العنف اللفظي بشكل استباقي
				24.0	41.0	35.0	

3	75.16	0.668	2.26	51	196	153	عرضت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي صورا ل لاعبين غير ملائمة بتركيزهم على حركات ولقطات مستغزة لبعض اللاعبين .
				12.8	49.0	38.3	

9	71.75	0.721	2.15	78	183	139	اسهمت المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 في خلق صورة مشوهة عن الرياضة العربية.
				19.5	45.8	34.8	
2	75.16	0.629	2.26	41	216	143	أسهمت المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 على استقطاب الجمهور وتفاعله أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى.
				10.3	54.0	35.8	
8	72.00	0.756	2.16	87	162	151	أعطت المنشورات الرياضية في بطولة خليجي 26 نظرة سلبية عامة عن الثقافة الرياضية لجمهورها محليا وعربيا
				21.8	40.5	37.8	

• في حالة تساوي الوزن النسبي يتم الاحتكام الى الوسط الحسابي الأعلى وفي حالة التساوي يتم الاحتكام الى الانحراف المعياري الأقل ليكون بوزن نسبي اعلى واهمية نسبية أعلى

مقياس التحريض في خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

جدول (15) - يمثل بيانات مقياس التحريض في خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

ترتيب الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	فقرات المقياس
3	70.16	0.738	2.11	90	178	132	شجعت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على العنف والعدوانية.
				22.5	44.5	33.0	
4	70.08	0.681	2.10	74	211	115	ضمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 على لغة تحط من قيمة الفرق المشاركة.
				18.5	52.8	28.8	
5	69.66	0.777	2.09	104	156	140	شجعت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على الاعتداء على مشجعي ولاعبي الفرق المنافسة.
				26.0	39.0	35.0	
1	74.33	0.692	2.23	60	188	152	وظفت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي الفكاهة والسخرية للتقليل من شأن فرق ولاعبين محددين.
				24.0	47.0	38.0	
2	70.33	0.761	2.11	96	164	140	أسهمت المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي على خلق العنف اللفظي بشكل استباقي

ثانيا: مقياس مستوى الاستخدام والتفاعل للمحتوى الرياضي. المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

جدول (18) - يمثل بيانات مقياس مستوى الاستخدام والتفاعل للمحتوى الرياضي. المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

ترتيب الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	فقرات المقياس
1	80.58	0.681	2.42	44	145	211	اسهمت المنشورات الرياضية لخليجي 26 في مواقع

				11.0	36.3	52.8	التواصل الاجتماعي إلى زيادة معلوماتي حول البطولة مما يزيد الوعي لدي بأحداثها.
6	75.66	0.658	2.27	47	198	155	عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تسهيل المناقشات حول المنشورات الرياضية لبطولة خليجي 26 والفرق المنافسة مما عزز من شعوري بالانتماء إلى فريقي.
				11.8	49.5	38.8	
5	76.75	0.642	2.30	40	199	161	أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي لي المشاركة بالرأي في الموضوعات الخاصة بالمنشورات الرياضية لخليجي 26 الذي زاد من تفاعلي مع المحتوى.
				10.0	49.8	40.3	
4	78.14	0.640	2.35	36	187	177	وفرت مواقع التواصل الاجتماعي منصات للبحث المباشر مما اتاح لي متابعة المباريات الخاصة بخليجي 26 في الوقت الفعلي والتفاعل معها.
				9.0	46.8	44.3	
7	75.25	0.684	2.26	55	187	158	استخدام الهاشتاغات المتعلقة بالمنشورات الرياضية والخاصة ببطولة خليجي 26 في مواقع التواصل الاجتماعي زاد من تفاعلي مع الجمهور.
				13.8	46.8	39.5	
3	78.50	0.697	2.36	51	156	193	مشاركة الصور والفيديوهات من المباريات والأجواء المحيطة بها أسهم في جذب انتباهي للمنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26.
				12.8	39.0	48.3	
2	79.00	0.636	2.37	34	184	182	مكنني التفاعل المباشر مع اللاعبين والفرق المشاركة إزاء المنشورات الرياضية ببطولة خليجي 26 من تعزيز الشعور لدي ولقربي من فريقي.
				8.5	46.0	45.5	

فرضيات البحث

الفرض الأول: يزداد استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي خلال بطولة خليجي 26 مما يزيد من تفاعلهم مع المنشورات الرياضية التي تثير خطاب الكراهية. للتحقق من صدق الفرض أعلاه، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين مقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي ومقياس مستوى الاستخدام والتفاعل للمحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26، وبيّن الجدول التالي شكل العلاقة بين المتغيرين. جدول (19) – بين مقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي ومقياس مستوى الاستخدام والتفاعل للمحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

المتغيرات	مقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي
مقياس مستوى الاستخدام والتفاعل للمحتوى الرياضي. المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26	معامل ارتباط بيرسون
مستوى الدلالة	0.439
الدلالة / اتجاه العلاقة	0.00
	دال / طردي (موجب)

تُظهر نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة القوة بين استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي خلال بطولة خليجي 26 ومستوى تفاعلهم مع المنشورات الرياضية التي تثير خطاب الكراهية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = 0.439$). يشير ذلك إلى أنه كلما زاد استخدام الجمهور لتلك المنصات، ارتفع مستوى التفاعل مع المحتوى الذي يحمل طابعاً سلبياً أو تحريضياً. كما أن الدلالة الإحصائية ($\text{Sig} = 0.000 < 0.05$) تؤكد أن هذه العلاقة ليست عشوائية بل حقيقية، مما يعزز موثوقية النتائج. وبالاعتماد على نتائج تحليل الانحدار، فقد بلغت نسبة التفسير ($R^2 = 0.193$)، أي أن 19.3% من التغير في خطاب الكراهية يمكن تفسيره من خلال زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على وجود تأثير ذي دلالة إحصائية قوية جداً ($\text{Sig} = 0.000$).

وقد تم استخدام تحليل الانحدار الخطي بوصفه إجراءً إحصائياً أكثر تقدماً يهدف إلى قياس مدى تأثير المتغير المستقل (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال بطولة خليجي 26) على المتغير التابع (التفاعل مع المنشورات التي تثير خطاب الكراهية)، مع القدرة على التنبؤ بدرجة التغير في المتغير التابع عند حدوث تغير في المتغير المستقل، تم اعتماد قياس معامل الانحدار الخطي كما في الجدول الآتي:

جدول (20) معامل الانحدار الخطي بين مقياس مستوى خطاب الكراهية ومقياس مستوى الاستخدام والتفاعل للمحتوى الرياضي المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والخاص ببطولة خليجي 26

معامل الارتباط الكلي بين المتغيرين	مربع معامل الارتباط (معامل التعديل)	حجم العينة
0.439	0.193	400
اختبار تحليل التباين		
القيمة الفاتية	قيمة الدلالة ومستوى الدلالة	معامل الانحدار B
94.956	0.000 دال	0.474

ظهرت النتائج أن معامل التحديد بلغ ($R^2 = 0.193$)، أي أن نحو (19.3%) من التغير في خطاب الكراهية يمكن تفسيره من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما كانت قيمة ($F = 94.956$) بدلالة إحصائية عالية ($Sig = 0.000$)، ما يعني أن النموذج ككل معنوي ومناسب للتفسير. ويبين معامل الانحدار ($B = 0.474$) أن زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى زيادة خطاب الكراهية بمقدار يقارب نصف وحدة لكل زيادة وحدة واحدة في الاستخدام. وبذلك نستنتج أن استخدام تحليل الانحدار مكن من فهم العلاقة السببية بين المتغيرين وتقدير حجم التأثير الكمي، مما يمنح الفرضية الأولى دعماً علمياً قوياً يؤكد أن التفاعل المتزايد مع مواقع التواصل خلال بطولة خليجي 26 يسهم فعلياً في رفع مستوى التفاعل السلبي وخطاب الكراهية بين الجمهور.

الفرض الثاني: يهتم الجمهور بتحقيق الإشباع العاطفي عن طريق التفاعل مع المنشورات الرياضية لخليجي 26 مما يؤدي إلى إثارة خطاب الكراهية.

للتحقق من صدق الفرض أعلاه، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مقياس الإشباع العاطفي الناتج عن التفاعل مع المنشورات الرياضية ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي، والجدول الآتي يوضح طبيعة العلاقة بين المتغيرين:

جدول (21) – العلاقة بين مقياس الإشباع العاطفي ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي الخاص ببطولة خليجي 26

المتغيرات	ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي
مقياس الإشباع العاطفي الناتج عن التفاعل مع المنشورات الرياضية	معامل ارتباط بيرسون
مستوى الدلالة	0.480
الدلالة / اتجاه العلاقة	0.00 دال / طردي (موجب)
تحقق الفرض	

تُظهر نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة القوة بين الإشباع العاطفي الذي يحصل عليه الجمهور من خلال التفاعل مع المنشورات الرياضية ومستوى خطاب الكراهية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = 0.480$). يدل ذلك على أنه كلما ازداد الإشباع العاطفي لدى الجمهور عند التفاعل مع المنشورات الخاصة بخليجي 26، زاد احتمال التورط في منشورات أو تعليقات تحمل طابعاً عدوانياً أو كراهية تجاه الفرق المنافسة. كما أن الدلالة الإحصائية ($Sig < 0.05$) ($= 0.000$) تؤكد أن العلاقة حقيقية وغير ناتجة عن الصدفة، ما يعزز مصداقية الفرض، وبالاعتماد على تحليل الانحدار الخطي لقياس مدى تأثير الإشباع العاطفي في إثارة خطاب الكراهية، تم التوصل إلى النتائج الآتية:

جدول (22) معامل الانحدار الخطي بين مقياس الإشباع العاطفي ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي الخاص ببطولة خليجي 26

معامل الارتباط الكلي بين المتغيرين	مربع معامل الارتباط (معامل التعديل)	حجم العينة
0.480	0.230	400
اختبار تحليل التباين		
القيمة الفاتية	قيمة الدلالة ومستوى الدلالة	معامل الانحدار B

0.434	0.000 دال	119.20
-------	-----------	--------

أظهرت النتائج أن معامل التحديد ($R^2 = 0.230$)، أي أن نحو 23% من التغير في مستوى خطاب الكراهية يمكن تفسيره من خلال الإشباع العاطفي الذي يحققه الجمهور عند تفاعله مع المنشورات الرياضية. كما بلغت قيمة $F = 119.120$ بدلالة عالية جداً ($Sig = 0.000$)، مما يدل على معنوية النموذج وصلاحيته للتفسير. أما معامل الانحدار ($B = 0.434$)، فيشير إلى أن كل زيادة بوحدة واحدة في الإشباع العاطفي تقابلها زيادة بمقدار (0.434) في خطاب الكراهية.

الفرض الثالث: وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي الخاص ببطولة خليجي 26 يزيد احتمال انتشار خطاب الكراهية بين الجمهور ببطولة خليجي 26.

للتحقق من صحة هذا الفرض، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مقياس وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي، ويبين الجدول التالي شكل العلاقة بين المتغيرين: جدول (23) – العلاقة بين مقياس وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي الخاص ببطولة خليجي 26

مقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي		المتغيرات
معامل ارتباط بيرسون		مقياس وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي
تحقق الفرض	0.944	مستوى الدلالة
	0.00	الدلالة / اتجاه العلاقة
	دال / طردي(موجب)	

تُظهر نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط قوية جداً وموجبة الاتجاه بين وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي ومستوى خطاب الكراهية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = 0.944$)، وهي قيمة مرتفعة للغاية تشير إلى ترابط وثيق بين المتغيرين. هذا يعني أنه كلما زاد انتشار المنشورات التحريضية ذات الطابع العدواني أو المثير للانفعال في محتوى بطولة خليجي 26، ارتفع بشكل ملحوظ مستوى خطاب الكراهية بين الجمهور. كما أن الدلالة الإحصائية ($Sig < 0.000$) تؤكد أن هذه العلاقة حقيقية وغير ناتجة عن الصدفة، مما يدعم مصداقية الفرض الإحصائي. وبالاعتماد على تحليل الانحدار الخطي لقياس مدى تأثير الإشباع العاطفي في إثارة خطاب الكراهية، تم التوصل إلى النتائج الآتية:

وانطلاقاً من هذه النتيجة، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لتحديد مقدار تأثير المنشورات التحريضية على انتشار خطاب الكراهية، والقدرة على التنبؤ بدرجة التغير في خطاب الكراهية بناءً على تغير مستوى التحريض في المحتوى. وجاءت نتائج التحليل كما يلي:

جدول (24) معامل الانحدار الخطي بين مقياس وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي ومقياس مستوى خطاب الكراهية في المحتوى الرياضي الخاص ببطولة خليجي 26

معامل الارتباط الكلي بين المتغيرين	مربع معامل الارتباط (معامل التعديل)	حجم العينة
0.944	0.890	400
اختبار تحليل التباين		
القيمة الفائية	قيمة الدلالة ومستوى الدلالة	معامل الانحدار B
32253.84	0.000 دال	0.811

تشير النتائج إلى أن معامل التحديد ($R^2 = 0.890$)، أي أن نحو 89% من التغير في مستوى خطاب الكراهية يمكن تفسيره من خلال وجود المنشورات التحريضية في المحتوى الرياضي، وهي نسبة مرتفعة للغاية تعكس قوة التأثير. كما بلغت القيمة الفائية ($F = 32253.84$) بدلالة إحصائية عالية جداً ($Sig = 0.000$)، ما يؤكد معنوية النموذج الإحصائي ككل. أما معامل الانحدار ($B = 0.811$) فيعني أن زيادة وحدة واحدة في مستوى المنشورات التحريضية تؤدي إلى ارتفاع بمقدار (0.811) في مستوى خطاب الكراهية، أي أن العلاقة تكاد تكون خطية ومباشرة بين المتغيرين.

تدل النتائج على أن المحتوى التحريضي في الصفحات الرياضية يمثل العامل الأكثر تأثيراً في انتشار خطاب الكراهية بين الجمهور خلال بطولة خليجي 26. فالمحتوى الذي يتضمن إشارات عدوانية أو تهكمية أو استقرازية يدفع المتابعين إلى تبني مواقف انفعالية وسلوكية سلبية، ما يؤدي إلى تصاعد الخطاب العدائي في النقاشات الرياضية.

الاستنتاجات

من نتائج البحث توصلت الباحثتان الى استنتاجات عدة كما يأتي :

1. ارتفاع معدل استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي خلال بطولة خليجي 26 مما يعكس حضوراً جماهيرياً كثيفاً في هذه المواقع مما يسهم بشكل كبير في تكوين اتجاهاتهم .

2. ان زيادة التفاعل مع المنشورات الرياضية في مواقع التواصل الاجتماعي يزيد في احتمالية التعرض او المساهمة بخطابات عدوانية .
3. ان الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي يتفاعلون مع المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 بدافع الانفعال والانتماء اكثر من الدافع المعرفي او الثقافي .
4. يرى الجمهور ان المنشورات الرياضية الخاصة ببطولة خليجي 26 ساهمت في خلق بيئة تفاعلية مشحونة بالعواطف والاتهامات بين المشجعين .
5. اشار المبحوثين الى ملاحظتهم زيادة خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي اثناء بطولة خليجي 26 ، وهذا يعكس وعيهم بوجود الظاهرة لكن هذا الوعي لا يصاحبه سلوك مسؤول ، مما يصنع صورة لنا على خطورة الخطاب الاعلامي غير المنضبط في تشكيل السلوك الجماهيري.

التوصيات

1. تفعيل ضوابط رقمية على محتوى الصفحات الرياضية في مواقع التواصل، للحد من تداول المنشورات التي تثير خطاب الكراهية .
- إدماج مادة التربية الإعلامية والرقمية في المناهج الجامعية والمدرسية لتمكين الشباب من التمييز بين النقد الرياضي المشروع والخطاب العدواني.

المصادر

- ابراهيم مصطفى . (2018). نظريات الاعلام والاتصال الحديثة . عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع .
- السيد عبد الفتاح احمد . (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة . القاهرة : دار النهضة العربية .
- انجي محمود السيد . (2018). اطر المعالجة الصحفية لقضية شغب الملاعب الرياضية : دراسة تحليلية للصحف المصرية عقب احداث بورسعيد والدفاع الجوي. المجلة العلمية لبحوث الصحافة.
- تبارك صباح حمادي فرحان. (أذار، 2025). الآثار المجتمعية لخطاب الكراهية. مجلة كلية التربية للبنات ، العدد الثامن والعشرون (28) السنة الثانية عشر.
- حسن اليوسفي المغاري. (بلا تاريخ). الجزيرة نت. تاريخ الاسترداد 8/21 اب، 2025، من : <https://www.aljazeera.net/blogs>
- خيرة العبيدي. (2022). خطاب الكراهية في بيئة المجتمعات الافتراضية : قراءة في العوامل المؤثرة تجليات وتداعيات الممارسة. ، جملة السياسة العالمية، المجلة (6)، العدد (1).
- رمضان محمد . (2004). مدخل الى دراسات الاتصال والاعلام . القاهرة : دار الفكر العربي .
- سارة سعيد عبد الجواد . (2022). الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك ودورها في نشر التعصب وخطاب الكراهية. مجلة البحوث المصرية (العدد 62).
- صخر احمد الخصاونة، و وآخرون. (31 يناير / كانون الثاني، 2021). دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين .. دراسة ميدانية ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، الجامعة الإسلامية-غزة عمادة شؤون البحوث العلمي و الدراسات العليا ،المجلد 29، العدد 1 .
- علاء الدين صلاح عبد. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحريض على ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية بمحافظة قطاع غزة . مجلة البحوث والدراسات الاعلامية .
- فيصل احمد عبد العزيز السرحان. (30 حزيران، 2017). الإعلام الجديد وخطاب الكراهية : استراتيجيات المواجهة : دراسة تحليلية على طلبة جامعة الزرقاء. مجلة البحوث والدراسات العربية، مصر ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، لمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - معهد البحوث والدراسات العربية، المجلد ، العدد 66.

- قراد عبد المالك. (2023). الاعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي ، دراسة في الاهمية والادوار ، . الجزائر: مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ، المجلد 07/ العدد :01/ مارس .
- محمد عبد الحميد . (2007). نظريات الاتصال والاعلام المعاصر . القاهرة : عالم الكتب .
- محمد منير حجاب. (2004). الموسوعة الاعلامية . القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- محمود سلامة الهايشة . (2015). موسوعة نظريات الاعلام والاتصال . القاهرة : دار العالم العربي .
- محمود علم الدين . (2011). نظريات الاعلام : الاتجاهات والمدارس الحديثة . القاهرة : عالم الكتب .
- نسيم الخوري. (2005). الإعلام وانهيار السلطات اللغوية . لبنان: مركز الدراسات الاعلامية .