

صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية - دراسة ميدانية

* أ.د/ عبدالحكيم رزق عبدالحكيم حسن

*د/أسامة رجب عبدالمعبود سعودي

*د/أسامة عوض عبدالغني

المقدمة ومشكلة البحث :

وُصِفَ الإعلام الرياضي بأنه الحاضنة الحقيقية للإنجاز الرياضي فهو يتابع الحدث فنيا وتنظيميا وإداريا، وهو من يتولى هذه المهمة لنقل الصورة والحدث إلى العالم أجمع لتأخذ مثل هذه المشاركة مداها الواسع، خاصة أن العلاقة بين الرياضة والإعلام علاقة حتمية تكاملية يسودها التعاون والتفاهم والتنسيق التام، وفي السنوات الأخيرة شهد الإعلام الرياضي التلفزيوني انتشارا واسعا خاصة بعد ازدياد حمى المنافسات التجارية بين الشركات الإعلانية، التي تهتم بنسب مشاهدة الجمهور للبرامج التلفزيونية الرياضية، لذلك بدء اهتمام القنوات التلفزيونية بنقل المباريات المهمة (الأولمبياد، وكأس العالم، وكأس الأمم الأوروبية... وغيرها) من مباريات كرة القدم التي تحظى باهتمام ومتابعة شريحة كبيرة من الجماهير الرياضية سيما شريحة الشباب، لذا أخذ دور التلفزيون يتنامى في نشر الوعي والثقافة الرياضية، حيث يسهم في نقل الصورة عن الأحداث الرياضية وتزويد الجمهور بالحقائق والمعلومات والأخبار والتحقيقات والنقد البناء؛ مما أسهم في عملية البناء الثقافي الرياضي السليم بين أوساط الجماهير الرياضية. (٦ : ١٥٤)

ورغم ذلك يمكن أن يسهم التلفزيون في صياغة العنف أو الشغب الرياضي عبر التغطيات الساخنة التي تنقلها القنوات التلفزيونية أو تصريحات رؤساء الفرق والأندية الرياضية والحديث عن الأقوى والأعنف في كرة القدم وتنتشرها وسائل الاعلام الرقمية، مما يؤدي إلى إشعال فتيل الشغب وإثارة الفوضى والعنف بين الجماهير. (٦ : ١٥٥)

وتطل علينا تكنولوجيا المعلومات كل يوما بأحداث وسائل جديدة، تعمل على تطور وسائل الإعلام الرقمي الجديد وانتشاره؛ مما أدى الي ظهور أنمط جديد للإعلام تحاكي التقدم التكنولوجي الحديث، وكان آخرها "إعلام الهاتف المحمول أو صحافة الموبايل "موجو" MOJO (Mobile Journalism) - كما يطلق عليها- وهي قنوات جديدة للتواصل بين الأفراد في المجتمع.

(٢٥ : ١٢)

* أستاذ بقسم العلوم التربوية والنفسية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسبوط.

*مدرس دكتور بكلية التربية الرياضية ، قسم الإدارة الرياضية ، جامعة بنها.

*مدرس دكتور بكلية التربية الرياضية ، قسم العلوم التربوية والنفسية والاجتماعية ، جامعة بنها.

وتعد صحافة الموبايل "موجو" **MOJO** " (Mobile Journalism) من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، ومشاركة للأفكار والرؤى، بمعنى آخر إنها صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف المنصات الإلكترونية من شبكات اجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تواصلية، إنها ثورة اتصالية دمجت بين جملة من التطبيقات والمنصات علي الهاتف المحمول؛ بهدف محاصرة المستخدم بكثير من الوظائف والإمكانات التفاعلية الفريدة من نوعها، وقد أصبح الموبايل في ظل النقلات التكنولوجية الهائلة وسيلة إعلام بامتياز، ونمط من أنماطها لأنه يؤدي الأدوار نفسها التي تؤديها وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والراديو والصحف، فضلا عن أن الوظائف التي تطلع بها وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل الإعلام الجديد الذي يمكن الوصول اليه عن طريق الحاسوب أو الآيباد، هي نفسها يمكن الوصول إلى مضمونها عن طريق الموبايل، بل ويتفوق عليها كثيراً؛ وهو ما قد يساعد علي انتشار الإيجابيات أو السلبيات بشكل كبير، في ظل انتشار الهواتف الذكية بين الشباب. (٣٥: ١٥)

وقد أشارت إحصائيات وزارة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات إلى ارتفاع مستخدمي الإنترنت من خلال الموبايل حسب إصدار أبريل ٢٠٢١م؛ حيث بلغ ٤٢,٧٩ مليون مستخدم عن العام الماضي، بمعدل نمو سنوي ٢٣,٥٦ %، وبلغ عدد ٤.٢١ %، وهذه الإحصائيات تشير إلى زيادة مشتركى الموبايل إلي نحو ١٠٠,٩٧ مليون شخص يستخدمون الموبايل وتطبيقاته ووسائطه المعلوماتية بين فئات المجتمع خاصة الشباب، حيث إنهم الفئة الأسرع تقبلاً لتكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، والذي ينسجم مع التبنى الواسع الانتشار لأنماط اتصال جديدة تتميز بتبادل المعلومات والأخبار العاجلة بالصوت والصورة ومقاطع الفيديو والوسائط المتعددة وإمكانات المشاركة والتفاعل النشط مع تلك المصادر. (٣٩)

وتشير الدراسات حول استخدام الموبايل الذكي إلى تزايد الخدمات الإخبارية بالتعاون مع الوسائل الإعلامية والمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت والتي تبث إليه موادها على مدار الساعة، ومنها على سبيل المثال مواقع بوابات الأهرام وأخبار اليوم، واليوم السابع، مصراوي، البوابة نيوز، المصري اليوم.. وغيرها، فضلاً عن مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي المتعددة والتي تتضمن مجموعة واسعة من الخدمات الإخبارية يستطيع من خلالها الجمهور مشاركة وإعادة إنتاج المحتوى، وبذلك أصبح لدى الجمهور قدرات فائقة على تصفح ومتابعة صحافة الموبايل والمضامين الإعلامية في كل وقت وفي أي مكان. (١١٨: ١٣)

وتوصلت دراسة راشد صلاح الدين (٢٠٢١م) إلى أن صحافة الموبايل أكثر الوسائل الإعلامية كمصدر للأخبار، ويرجع سبب تفضيل صحافة الموبايل من قبل المبحوثين لسهولة الاستخدام بالدرجة الأولى، وأن أهم أنواع صحافة الموبايل التي يفضلها المبحوثين في متابعة

الأحداث، تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، واعتمدوا بصورة واضحة على التعليقات في الأحداث الجارية كأكثر أساليب التفاعل استخدامًا، يليها المشاركة في المركز الثاني من أساليب التفاعل. (١١: ١٤١٩)

كشفت دراسة **غالب كاظم جواد الدعي (٢٠١٩م)** عن تزايد مضطرب في استخدام صحافة الموبايل من الجمهور مما انعكس على انخفاض نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى مثل التلفزيون والراديو والصحف، وهذا يتناسب مع الارتفاع الكبير في الاعتماد على صحافة الموبايل بشكل عام. (٢٤: ١٣٢)

وبات لصحافة الموبايل اليوم أنماط متعددة وكثيرة ومنها، ما يتعلق بإنتاج التقارير الإذاعية وإرسالها إلى محطات الإذاعات لأجل إجراء اللازم عليها وتعديلها ومن ثم بثها إلى المستمعين، يتعلق في التغطيات المباشرة وبثها إلى المستمعين بشكل مباشر، يتعلق في إعداد التقارير وإرسالها للمحطات الفضائية ليتم تعديلها وبثها، إعداد التقارير بشكل مباشر وبثها من موقع الحدث إلى المشاهدين، إعداد التقارير المباشرة وبثها عبر قنوات اليوتيوب التلفزيونية أو صفحات الفيس بوك أو مواقع التواصل بشكل مباشر، واستخدام الموبايل بعض التطبيقات مثل استخدام السكاي باي وغيرها والتي تسمح للأفراد العاديين بنشر الأخبار عن طريق الموبايل ويشاهدها ويتفاعل معها الكثيرون. (٢٥: ٤٩)

ويعدد **فتحي شمس الدين (٢٠١٩م)**، خصائص صحافة الموبايل علي أنها، أداة لنشر الأخبار بسرعة قياسية، والوصول للحدث ونقله في أسرع وقت، ونقل ونشر القصص الإخبارية والصور والفيديو على شبكة الإنترنت في غضون ثوان من إعدادها. (٢٥: ٥٢)

إضافةً إلى التغطية الفورية **fresh and updated coverage** والتي تعتمد على العديد على نقل الأحداث حين وقوعها بالصوت والصورة خاصة إذا كان الفرد في مكان الحدث وقريب من المصادر والمواقع الإعلامية، مما يتيح الحصول على المعلومات في حينها، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة ال **Breaking News** التي تقدم بدورها معلومات الأخبار المفاجئة، أما **التغطية الحية Live coverage** يمكن أن توفر الهواتف الذكية تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها وفي لحظة وقوعها فضلا عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد، وتعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي بالاستخدام الهواتف الذكية في حين التغطية التفاعلية **Interactive coverage** تقوم على التفاعل بين المتلقي وبين المرسل، فلا يقتصر دورها على مجرد تغطية الحدث كما هو الحال بالنسبة للوسائل التقليدية، بل تستخدم التغطية التفاعلية إذا كانت متصلة بالإنترنت إن الأسلوب التفاعلي يتمثل في التعليق المباشر على

الموضوع أو الخبر المنشور، وينتج عن هذه الخاصية تجول المتلقى بين الموضوعات المترابطة، كما يمكنه الرد والمشاركة بآرائه. (٢٨: ١٠٠)

كذلك التغطية الرقمية والتي توفر العديد من المواد الاعلامية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه فضلا عن إمكانية تخزينها واسترجاعها في أي وقت ويتم نقل المعلومات رقميا عن طريق الشبكات رقمية (Digital)، للتعامل مع المعلومات الرقمية، ولعل الرقمنة كما يسميها البعض أو التقنية الرقمية حسنت من خدمات الاتصال بالإشارة الرقمية أقل تعرضا للضوضاء والتشويش والتداخل وهذا ما أدى إلى ارتفاع معدلات تدفق البيانات عبر شبكات الاتصال والى تصغير المعدات وانخفاض كلفة الدائرة الاتصالية. (٤: ١٦) (٢٠: ٢٢)

ويرى محمود علم الدين (٢٠٠٨م) أن تقنية الرقمنة سهلت من العملية الإعلامية وزادت من سرعتها، في عصر تكنولوجيا الاتصال الذي مكن من خلال الهاتف الذكي أن يكتب الموضوع الصحفي في أي مكان، ويرسل إلى مقر المؤسسة الإعلامية من خلاله وكذلك بالنسبة للصور التي يمكن الآن بفضل تكنولوجيا التصوير الرقمية أن تلتقط وترسل مباشرة، أو تلتقط بواسطة كاميرا الفيديو أو تؤخذ من الهاتف وتنقل لكي تدمج بالنص. (٢٨: ١٢١)

أما ما يسمي بالتغطية المتكاملة فيقصد بها جمع الهواتف الذكية بمفردها أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدر صحفي يزود بالمعلومات وأداة اتصال بالمصدر مثل الهاتف والبريد الإلكتروني وجماعات النقاش، كما أنها وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات ومكتبة وأرشيف أيضا... الخ، تساعد كل هذه العناصر في إمكانية قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث من دون أن يغادر (مكتبه أو موقعة). (٤: ٢٠)

بالإضافة الي المهارات المهنية ومنها القدرة على التحرير الإلكتروني وذلك بالاستخدام البرامج المساعدة في عملية الكتابة، كبرنامج كتابة القص الإخبارية بشكل آلي، فضلا عن مهارات نقل ونشر وتوزيع المادة الإعلامية باستخدام تقنيات الشبكة الرقمية الانترنت، ومهارات تخزين واسترجاع المعلومات وهي تساعد الصحفي على السرعة في الأداء، ومهارات معالجة المادة الإعلامية رقميا وعلى الهواتف الذكية سواء كانت المعلومات، مكتوبة أو مصورة أو مرسومة بالاستعانة بتطبيقات صممت لهذا الغرض، ومهارات توضيب واخراج المادة الإعلامية بالاستخدام التقنيات والتطبيقات المتخصصة،، والقدرة على التواصل مع المصدر باستخدام الانترنت والحفاظ على العلاقة معه، هذا ما يسهل العمل ويحقق سيولة أكثر للمعلومات. وفن التواصل مع الجمهور بما تحققه الهواتف الذكية من اتصال تفاعلي يمكنه من معرفة اتجاهاته ورغباته، ويجب أن يتمتع الصحفي بقوة الملاحظة والقدرة على العمل بسرعة ودقة. (١١: ٢٢٦)

وأيضاً المهارات الفنية والتقنية القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الجديدة وخاصة تطبيقات المونتاج واستخدامها في العمل الصحفي، مهارات استعمال الكاميرا الرقمية، بل وكاميرا الفيديو وكذلك أجهزة إنتاج لقطات الفيديو، وذلك لحاجة إليها عند تغطية الأحداث بمفرده، مهارات إدارة الحوار المباشر باستخدام الهواتف الذكية، والتعرف على طرق استخدام (الشبكة النسيجية العالمية في المجال الصحفي). (٤: ١٢٢)

ومن خلال ما تم رصده من إيجابيات وسلبيات استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي رغم العمر القصير جدا لهذا الاستخدام فإن العمل في مجال الاعلام مرشح لتحقيق المزيد من الحضور، مع تحسن الأداء المهني وتطوير مجالات الاستخدام لتحاكي الوسائل الإعلامية الأخرى، وخاصة مع تزايد انتشار أجهزة الهواتف الذكية والتقنيات التي تشهد تطورا لا نظير له يدفع بالصحافة المكتوبة إلى تغيير أساليب العمل وتكييفها مع متطلبات المرحلة.

إن التطور الهائل الذي حدث في المجتمعات في وسائل الإعلام أدى إلى تنوع وتعدد وظائفها، وأدوارها التي تقوم بها بالنسبة للأفراد والمجتمعات فلم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات والبيانات أو نشر الأخبار فقط ولكن أصبح لها أدوار متشعبة ذات تأثيرات هامة في الحياة المعاصرة، ونلاحظ في الآونة الأخيرة انقلاب طاولة الإعلام الرياضي رأساً على عقب، وتراشق الفضائيات فيما بينها، والخروج عن فن النقد الرياضي المؤلف، وليس مقدمي البرامج انفسهم من يملكون هذا الحق وتحول المنافسة عبر القنوات الرياضية الى صراع تعدى المهنية الى الشخصية والذاتية وتصفية الحسابات، وتبادل الاتهامات على الهواء مباشرة، وتكوين جبهات للقصص بالكلمات وتفجير للمشكلات وتبادل لطلقات السب والتهم دون التميز لما تسفر عنه هذه الهجمات من إصابات حقيقية وخسائر في القيم والأخلاقيات والقناعات المترجمة لدى الرأي العام، فالضحية دائما هو المتلقي من الجمهور. (٢٦: ٦٣)

لا شك أن الإقصاء الممنهج يشكل العنصر الأساس في تنامي الكراهية عبر وسائل الإعلام، والتركيز على الخطاب الأحادي الجانب يزيد من تأجيج لغة الخطاب التي تشكل أداة التواصل، وبالتالي فإن الحوار الذي يُميّز أو يُفرّق بين المؤيد والمعارض، يُصبح خطاب كراهية قد يصل إلى درجة التعصب، الأمر الذي ينعكس سلبيًا على المجتمع ويصبح ظاهرة اجتماعية وسياسية تزيد في تعميقها العملية التواصلية التي تُحدث شرخا بين المتحدثين، بل وتساهم في إظهار كراهية بين الفرقاء قد تصل درجة التحريض باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت وسيلة إعلامية متاحة للجميع. (٣١: ٨١)

وتشير ندي عبود جار الله (٢٠١٨م) أن وسائل الإعلام تقع عليها مسؤولية كبرى في توجيه أو إخماد الكراهية من خلال ترسيخ وتعزيز قيم التسامح والتلاحم ونشر ثقافة المحبة

والسلام، والالتزام بميثاق الشرف المهني في نبذ الخطاب الباعث للبغضاء والإقصاء والكرهية والمعرض للفتن والقلقل وحظر نشر الاخبار والحوادث أو المواد الاعلامية التي من شأنها تعمل على التحريض، والعمل على دحر الفكر الاقصائي من أجل تعميق ثقافة الإخوة الإنسانية، وترشيد الخطاب الاعلامي وتوجيهه لإرساء دعائم الامن والسلم الاجتماعيين. (٣١: ١٢٤)

ووضح **بوعون أحمد وبلوصيف الطيب (٢٠٢٠م)** أن استخدام تطبيقات صحافة الموبايل **Mojo** وتأثيراتها على الأداء الإعلامي التي تعتمد على استخدام الهاتف الذكي حيث تشهد المهنة الإعلامية استخداما متزايدا للتكنولوجيات الذكية ومختلف وسائط وتطبيقات الإعلام الجديد، وتعتبر المحتويات السمعية البصرية من أهم أشكال الرسائل الإعلامية وأكثرها انتشارا عبر منصات وتطبيقات الإعلام الالكتروني. (٧: ٤٢٥)

وصف **مصطفى الطائي (٢٠٢٠م)**، خطاب الكراهية بأنه خطاب عدائي مَرَضِي يوظف في وسائل النشر والإعلام لتحقيق أهداف ومصالح ذات طابع عدائي، فالكرهية من النزعات العدوانية الكامنة في النفس البشرية نتيجة لعوامل التنشئة التي تعد من المؤثرات الأساسية المكتسبة في البيئة الاجتماعية، فالعدائية تنمو بتأثيرات البيئة والظروف التي تحيط بالفرد وتشكل أفكاره واتجاهاته وميوله، وعندما تجد هذه النزعة عمليات تغذية ستنمو في الذات الفردية وتتطور لتنتشر في الجماعات الاجتماعية، وقد تشمل الأغلبية في بعض المجتمعات. (٢٩: ٥٢)

مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث فيما كشفته وسائل الإعلام الرقمية عن حجم تنامي الكراهية، كظاهرة اجتماعية وسياسية واتصالية معقدة ومركبة، في ظل الأحداث الرياضية المتقلبة التي يسودها أيديولوجيات متنوعة ومشاحنات وبؤر نزاع غيرت المفاهيم وأدت الي الابتعاد عن القيم الإنسانية والروح الرياضية، حيث اتسمت هذه الأدوات التكنولوجية بالقولبة الثقافية والسياسية والاجتماعية وتشجيع النزاعات، وكره الآخر واقصائه وأهم ما يميز هذه الظاهرة درجة سرعتها وانتشارها عبر أدوات الاتصال الرقمية وفي مقدمتها تطبيقات صحافة الموبايل، مما يسهم في تكوين آراء مجتمعية وإعلامية، ومواقف رياضية، وردود فعل سريعة، تحمل في طياتها ثلوثاً فكرياً لم تعهده مجتمعا سابق، وظهر ذلك أثناء تطور الاحداث الرياضية وحدوث مشاحنات لتصريحات وبيانات بعض رؤساء الأندية والاتحادات الرياضية والتي دفعت الجماهير الي مهاجمة الأندية المنافسة بالسباب والقدف والوقفات الاحتجاجية، كما حدث من جماهير نادي الزمالك أمام اتحاد الكرة .

تأسيساً على ما سبق ونظراً لأهمية وتطور وسائل الاعلام الرقمي الجديد وانتشار الكراهية بين الجماهير الرياضية، ولما لها من دور فعال في تغيير السلوك، ودعماً للحاجة في معرفة دور

صحافة الموبايل على الجماهير، فقد ارتأى الباحثان الكشف عن صحافة الموبايل الموجو "MOJO" ودورها في نشر الكراهية بين الجماهير الرياضية.

أهمية البحث:

تتجلى أهمية صحافة الموبايل في تزويد الجمهور في الأخبار الرياضية بما يأتي:

١- يمثل هذا البحث انطلاقة في البحوث والدراسات المتصلة في قياس تأثير صحافة الموبايل على الجمهور .

٢- يكشف هذا البحث عن فهم جديد تتمثل في البحث عن وجود علاقة بين زيادة استخدام صحافة الموبايل والاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى.

٣- إن اختيار مجتمعاً بكرةً لمثل هذه الابحاث أيضا يكشف عن تقييم جديد لاتجاهات الجمهور في استخدام صحافة الموبايل في التزود بالمعلومات عن طريق الأخبار الرياضية، ودورها في صنع الكراهية.

أهداف البحث

١- التعرف على أسباب انتشار صحافة الموبايل بين الجماهير الرياضية.

٢- التعرف على تطبيقات الموبايل الأكثر استخداماً من الجمهور في التزود بالأخبار الرياضية.

٣- التعرف على تأثير صحافة الموبايل على نشر الكراهية بين الجماهير الرياضية.

تساؤلات البحث

١. ما هي الأسباب التي أدت إلى انتشار صحافة الموبايل بين الجماهير الرياضية؟

٢. ما هي تطبيقات الموبايل الأكثر استخداماً من الجمهور في التزود بالأخبار الرياضية؟

٣. ما الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في نشر الكراهية بين الجماهير؟

تعريفات البحث

صحافة الموبايل "MOJO" Mobile Journalism

هي نمط من أنماط وسائل الإعلام الجديدة سريعة الانتشار الخاصة بسرد القصص والفيديوهات، حيث يتم استخدام الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب اللوحي من أجل جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها في دقائق. (٢٥: ٤٣)

* الكراهية في وسائل الاعلام

هي شكل من أشكال التعبير المتطرف والمنحاز والمعاقب عليه والذي يستهدف شخصاً أو فئةً من المجتمع بسبب معتقداتهم أو جنسيتهم أو عرقهم أو دينهم أو ميولهم أو جنسهم،

عبر خطاب مكتوب أو مسموع أو مرئي؛ مما يؤدي بشكل عام لتصعيد العنف وتأجيج النزاع وخلق بيئة مشجعة على التمييز والعنصرية.

* الجمهور الرياضي:

مجموعة من الأفراد تنتقي وتختار من وسائل الإعلام ومحتواها ما يتفق مع اهتماماتهم وميولهم من أخبار وأحداث رياضية، وهم عينة من طلاب جامعة بنها كمشجعين للرياضة.

الدراسات السابقة العربية والاجنبية

أولاً: الدراسات العربية

١. دراسة راشد صلاح الدين راشد (2021م) (١١)، بعنوان دور صحافة الموبايل في

تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية - دراسة ميدانية، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية، ومعرفة العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على صحافة الموبايل في الأحداث الجارية، واستخدام الباحثان منهج الوصفي بأسلوب المسحي على عينة من الجمهور المصري قدرها (٦٠٠) مفردة، واستخدام الباحثان المقياس كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الموبايل أكثر الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثين كمصدر للأخبار في الجارية، حيث اعتمد العدد الأكبر على صحافة الموبايل في الحصول على الأخبار بشكل دائم ومستمر بنسبة ٥١.٣ % من عينة الدراسة، ويرجع سبب تفضيل صحافة الموبايل من قبل المبحوثين لسهولة الاستخدام بالدرجة الأولى.

٢. دراسة أيمن محمد إبراهيم بريك (٢٠٢٠م) (٥)، بعنوان دور صحافة الهاتف المحمول

في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية، استهدفت هذه الدراسة رصد دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة وذلك من خلال التعرف على أنماط ومعدل استخدام الجمهور السعودي، COVID ١٩ جائحة كورونا (لصحافة الهاتف المحمول، والدوافع والإشباع المتحققة، وأشكال صحافة الهاتف المحمول، استخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب المسحي، على عينة من الجمهور السعودي قوامها ٤٠٠ مفردة، واستخدم المقياس كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية.

* تعريف اجرائي

٣. دراسة **بوعون أحمد، بلوصيف الطيب (٢٠٢٠م) (٧)** ، بعنوان استخدام تطبيقات صحافة الموبايل Mojo وتأثيراتها على الأداء الإعلامي في الجزائر: دراسة ميدانية في إذاعة سطيف الجهوية، تتناول هذه الدراسة تطبيقات الصحافة الجديدة التي تعتمد على استخدام الهاتف الذكي، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب المسحي ، علي عينة قوامها (٧٣) محرر ومذيع في إذاعة سطيف ، وكان المقياس والمقابلة الشخصية أسلوب المستخدم لجمع البيانات، وجاءت أهم النتائج لتؤكد أن الواقع الإعلامي الجزائري يستخدم بكثرة تطبيقات صحافة الموبايل في إذاعة سطيف الجهوية كنموذج عن الإذاعات المحلية الجزائرية، لما لها من زيادة في سرعة الانتشار بين الشباب.

٤. دراسة **سمية بن زكة (٢٠٢٠م) (١٤)** ، بعنوان استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبي بعد (٢٢) فبراير (٢٠١٩م)، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبي (٢٢) فبراير، وأسباب هذا الاستخدام والأشباع المحققة منه، وفي إطار ذلك تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة حيث تم توزيع استمارة مقياس على عينة من الصحفيين الجزائريين الذين يستخدمون صحافة الموبايل في العمل الإعلامي، وتوصلت النتائج أن أهم دافع وراء استخدام الصحفيين لصحافة الموبايل هي استغلال التطور التكنولوجي لتحقيق سبق الصحفي والاقتصاد في الوقت والجهد.

٥. دراسة **صخر الخصاونة، سهل العتوم (٢٠٢٠م) (١٦)**، بعنوان دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين- دراسة ميدانية، وهدفت الدراسة الي التعرف مفهوم خطاب الكراهية، ودور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، والمقياس كأداة للجمع البيانات، علي عينة قوامها ٣٠٠ صحفي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر خطاب الكراهية، وأن انتشار خطاب الكراهية يثير الفتن بين مكونات المجتمع، بالإضافة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

٦. دراسة **طارق محمد الصعيدي (٢٠٢٠م) (١٨)**، بعنوان اعتماد الشباب علي صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر.. دراسة ميدانية، تستهدف الدراسة التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا ٢٠٢٠م، واستخدم الباحثان الوصفي بأسلوب المسحي لعينة

من الشباب قدرها ٥٠٠ مفردة، واستخدم المقياس كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر كبير للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر وواتس آب. ومن أهم أسباب الاعتماد على صحافة الموبايل: سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات، سهولة الاستخدام وقلة التكاليف.

٧. دراسة **مصطفى حميد كاظم الطائي (٢٠٢٠م) (٢٩)**، بعنوان " النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام، وهدفت الدراسة الي الوصول الي النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الاعلام خاصة الاعلام الجديد والتلفزيوني، استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، علي عينة قوامها (١٢٠) من أستاذة الاعلام والصحفيين، واستخدم المقابلة والملاحظة والمقياس كأداة لجمع البيانات، وتوصل الباحثان الي أن وسائل الإعلام أخطر من فوهات المدافع عندما تستخدم في حملات التضليل الإعلامي والحروب النفسية التي تستهدف الروح المعنوية، مما يتسبب في الكراهية بين الشباب .

٨. دراسة **بيرق حسين جمعة الربيعي (٢٠١٩م) (٨)**، بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، وهدفت الدراسة الي التعرف علي مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية بين المجتمع، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب المسحي، علي عينة ٤٣٠ مفردة من مستخدمي الفيس بوك، وكان المقياس أداة الدراسة لجمع البيانات، وكشفت الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في بناء اشكال خطاب الكراهية بين المجتمع خاصة الفيس بوك.

٩. دراسة **طلعت عيسى وسائد رضوان (٢٠١٩) (١٩)** بعنوان " اعتماد الشباب الفلسطيني علي صحافة الهاتف المحمول مصدرا لأخبار انتفاضة القدس : دراسة ميدانية" هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الفلسطيني لصحافة الهاتف المحمول كمصدر لأخبار انتفاضة القدس، وأسباب الاعتماد عليها، ودوافعه وأهم التأثيرات المترتبة على متابعة الشباب لهذا النوع الجديد من الصحافة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسحي، واستخدم المقياس كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٨٣ مفردة، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: اعتمد الشباب عينة الدراسة بنسبة ٨٨,٢% علي متصفحات المحمول، والتطبيقات الإخبارية والتطبيقات الصوتية والمرئية وأهمها اليوتيوب.

١٠. دراسة إبراهيم الصديق أحرير (٢٠١٨) (١)، بعنوان الخطاب الإعلامي الليبي ودوره في صنع الكراهية، وهدفت الدراسة للتعرف علي محتوى الخطاب الإعلامي الليبي في صنع الكراهية بين أفراد المجتمع، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتوصل الباحثان الي الخطاب الإعلامي الليبي غير نزيه، ولا يعمل بحرفية أو مهنية ولا يعتمد علي الموضوعية، وان الخطاب الإعلامي يلعب دور سئاً اسهم في تفتيت النسيج الاجتماعي لليبيا.

١١. دراسة سناء شاهين (٢٠١٨م) (١٥)، بعنوان دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية، هدفت إلى التعرف على دور صحافة المحمول في تطوير أداء الصحفيين لمهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واستعانت بالمراجع العربية والأجنبية، كما أجرت مقابلات مع خبراء وصحفيين مهتمين بمجال صحافة المحمول كأداة لجمع البيانات، وخرجت بنتائج أثبتت أن لصحافة المحمول دور ا إيجابياً في تطوير أداء الصحفيين لمهامهم العملية، وأوصت بضرورة استخدام صحافة المحمول والاستفادة من مزاياها العديدة في تطوير الممارسة الصحفية، وإعداد نظام أخلاقي يُتفق عليه، للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار الكاذبة.

١٢. دراسة أحمد العنانية (٢٠١٨م) (٢)، بعنوان دور الهاتف الخليوي الذكي في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الأردنية علي الصحافة المطبوعة ، هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنية للهاتف المحمول الذكي، والتعرف على أسباب انتشار استخدامه، ومدى مصداقية الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام المقياس كأداة لجمع البيانات، لعينة عشوائية قوامها ١٢٠ طالبًا وطالبة من طلبة الجامعة الأردنية لمرحلة البكالوريوس. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج، أبرزها: ارتفاع استخدام الهاتف الذكي بين طلبة الجامعة الأردنية بدرجة عالية بمتوسط ٦٥,٤٢%، وأن أهم دوافع استخدام طلبة الجامعة للهاتف الذكي ما يوفره الهاتف الخليوي من تطبيقات تلبي احتياجات المستخدمين فيما يتعلق بالاتصال والتواصل السريع بمتوسط بلغ ٣,٧٥%، ومن أهم أسباب الانتشار سهولة استخدام الهاتف الخليوي وانتشار تطبيقات التواصل الفاعل بين المستخدمين.

١٣. دراسة سائد رضوان (٢٠١٦) (١٢)، بعنوان اعتماد الشباب الفلسطيني علي صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الازمات، هدف الدراسة التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني علي صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الازمات، وأسباب هذا الاعتماد، ودوافعه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد

الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها، واستخدم الباحثان المنهج المسحي، وتم استخدام صحيفة المقياس كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٨٣ مفردة من الشباب الفلسطيني. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٧,٨ % في أوقات الأزمات، بينما يثق في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٢,٢ %، وتصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي وأهمها الفيس بوك أهم مصادر متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة ٨٨,٢ %، تلاها متصفحات المحمول، ومن ثم التطبيقات الإخبارية، فالتطبيقات الصوتية والمرئية وأهمها اليوتيوب.

١٤. دراسة سماح الشهاوي (٢٠١٨م) (١٣)، بعنوان تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الإخبارية المصرية علي الهواتف لمحمولة- دراسة تحليلية وميدانية، هدفت إلى التعرف على تفضيلات مستخدمي المواقع الإخبارية المصرية على الهواتف المحمولة، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج الوصفي بأسلوبيه المسح والتحليلي، بالتطبيق على عينة من مواقع: اليوم السابع، البوابة نيوز، الفجر، الوطن، فيتو، مصراوي، المصري اليوم، وكذلك عينة من الشباب المصري من سن ١٨ إلى ٣٥ سنة من مستخدمي هذه المواقع وبلغ عددهم ٢٥٠ مفردة. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: ارتفاع معدلات استخدام أفراد عينة الدراسة للهاتف المحمول كوسيلة لاستهلاك الأخبار، وليس لمجرد تصفح العناوين وإنما في مشاركة الأخبار والتعليق عليها.

١٥. دراسة حنان أشي (٢٠١٦) (١٠)، بعنوان " دوافع واستخدامات الجوال لدى طلبة الجامعة في المملكة العربية السعودية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع واستخدامات الجوال لدى طلبة جامعة الملك عبدالعزيز؛ وحدود وطبيعة اتجاهات الشباب السعودي نحو التطبيقات التكنولوجية للجوال وتحديد الطرح المستقبلي لعلاقة الشباب السعودي باستخدامات الجوال، وتأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن والدخل) على ذلك، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي بأسلوب المسحي، على عينة من مجتمع طلاب الجامعة قوامها ٥٠٠ طالب، واعتمدت على المقياس كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، من أهمها: ارتفاع كثافة عدد الذين يمتلكون الجوال، كما ثبت وجود علاقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من متغير كثافة استخدام الجوال والدوافع النفعية، وكذلك بين متغير كثافة الاستخدام وأنماط الاستخدامات، وأكدت أن فئات الذكور والإناث تتشابه في استخدام الجوال لأهداف ودوافع نفعية.

١٦. دراسة ناصر سعود الرحامنة (٢٠١٨م) (٣٠)، بعنوان خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن - دراسة مسحية، وهدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم خطاب الكراهية وأشكاله المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على المجتمع الأردني، وكذلك تحديد آثار انتشار خطاب الكراهية، استخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب المسحي، واعتمد على المقياس لجمع البيانات، علي عينة عشوائية بلغت ١١١ مفردة جاءت من مختلف تجمعات المجتمع الأردني في العاصمة عمان، وكانت أهم النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، وإن خطاب الكراهية عبر الفيسبوك قد يؤدي إلى التطرف وفقد المجتمع تماسكه الداخلي فيصبح ضعيفاً أمام الأزمات .

١٧. دراسة أفنان الوحش (٢٠١٧م) (٣)، بعنوان خطاب الكراهية على المواقع الإخبارية الأردنية: تحليل محتوى ، هدفت الدراسة لقاء الضوء على خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الإلكترونية الأردنية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، من تحليل المضمون لثلاثة مواقع إخبارية أردنية، وكانت أهم النتائج أظهرت أن أغلب خطابات الكراهية تركزت في مواضيع الشأن المحلي.

١٨. دراسة نورة أبو سنة (٢٠١٤) (٣٢)، بعنوان استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها، هدفت إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها، وذلك من خلال التعرف على معدل استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج الوصفي بأسلوب المسحي الإعلامي، بالتطبيق على عدد ٢٠٠٠ مبحوث من الشباب السعودي مقسمين ١٠٠٠ ذكور و ١٠٠٠ إناث، ومن أهم النتائج أن نسبة ٣٥٪ من استخدامات الشباب السعودي للهاتف الذكي تركزت في برامج التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، الواتس آب، و الأسكاي بي... الخ)، كما أن نسبة ٥٠٪ من الشباب لا يشاركون أحدًا فيما يشاهدونه على هاتفيهم الذكي، وأهم دوافع الشباب لاستخدام الهواتف الذكية أنها توفر الوقت والجهد، ثم معرفة المعلومات بسهولة، وأهم الإشباع المتحققة اكتساب معلومات جديدة، وأشار ان ٥٠٪ من الشباب دائماً يغنيهم استخدام الهاتف الذكي عن استخدام الوسائل الأخرى، وأشار ٥٢٪ لوجود مخاطر ومساوئ لاستخدام الهاتف.

١٩. دراسة عبيد الشقصي (٢٠١٢) (٢٢)، بعنوان " الإشباع المتحققة من استخدام الشباب في سلطنة عمان للهاتف المحمول" استهدفت وصف وتحليل وتفسير عادات وأنماط استخدامات الشباب الجامعي للهاتف المحمول، ودوافع استخدامهم لهذه الوسيلة ومستوى

الرضا أو الإشباع التي تحققت لديهم، وقد اتبعت هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي على عينة مكونة من ٥١٧ طالبًا جامعيًا من سلطنة عمان، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، أهمها: تصدر الهاتف المحمول الوسائل التي لا يستغني عنها الشباب من الجنسين متقدمًا عن الكتاب في المرحلة الرابعة، ووجود فروق بين استخدامات الهاتف المحمول بين الذكور والإناث، وجاءت أهم دوافع الاستخدام "تسيير أمورهم الحياتية بشكل أفضل".

٢٠. دراسة صفا محمود عثمان (٢٠٠٩) (١٧)، بعنوان " إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، هدفت إلى التعرف على مدى إدراك الجمهور للهاتف (المحمول كوسيلة إعلام جديدة ومدى تبنيه للخدمات الإعلامية المقدمة عبره، وما يحققه من تفاعلية مع الجمهور المستخدم لهذه الخدمات الإعلامية، وأيضًا التعرف على كيفية إدراك القائم بالاتصال بأهمية الهاتف المحمول كأداة تكاملية، واستخدمت المنهج الوصفي باستخدام مجموعات النقاش المركزة على بعض الجمهور والقائمين بالاتصال، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: اشتراك الجمهور والقائم بالاتصال في دوافع استخدامات الهاتف المحمول وأهمها متابعة وتصفح البريد الإلكتروني والمواقع الاجتماعية، والاشتراك في الخدمات الإخبارية واستقبال رسائل إخبارية من القنوات التليفزيونية والمؤسسات الإعلامية، وتبين اتفاق الذكور والإناث على تبني الخدمات الإعلامية عبر الهاتف المحمول.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

٢١. دراسة López-García, Xosé, & others (٢٠١٩) (٣٦) بعنوان صحافة الموبايل: استهدفت فحصًا علميًا لما تناوله الباحثون عن صحافة الموبايل في الأدبيات العلمية التي رصدت النمو المتزايد للاستخدام في السنوات الماضية من خلال الأجهزة الذكية، ومن خلال هذا السيناريو ان اهتمام فريق البحث في التحقق من العلاقة بين هذه الابتكارات وانتشار المحتوى الإعلامي، وقامت الدراسة بتحليل المقالات العلمية التي تتناول العلاقة بين الأجهزة المحمولة والصحافة والاتصال، حيث تم مراجعة ١٩٩ مقالة بحثية نشرت من يناير ٢٠٠٨ حتى مايو ٢٠١٨ في قواعد البيانات، وتشير النتائج إلى أن الولايات المتحدة تصدر الدراسات فيما يتعلق بصحافة الموبايل من بين ٣٠ دولة شملتهم الدراسة، وحققت أعلى زيادة في الإنتاج العلمي حول الاتصال وصحافة الموبايل في عام ٢٠١٣ بحوالي ٣٨ موضوعًا، وفي عام ٢٠١٧ حوالي ٣٠ مقالًا علميًا، وفي ٢٠١٨ حوالي ٢٣ مقالًا في صحافة الموبايل، وتبين وجود دراسات حول تأثير الأجهزة المحمولة في عمليات الاتصال بشكل عام وفي الإنتاج الصحفي عمومًا، ويتأثر بها الصحفيون بالدرجة

الأولى، فضلاً عن الجمهور بشكل عام سواء من خلال عملية الإنتاج الصحفي أو الاتصالات والاستهلاك لكونها مصدراً غنياً بالمعلومات، وبالتالي وجدت دراسات حول تأثير الابتكار على الإنتاج الصحفي في صحافة الموبايل.

٢٢. دراسة **Vryzas, Nikolaos & Others** (٢٠١٩) (٣٧) بعنوان إعداد التقارير بمساعدة الآلة في عصر صحافة الموبايل، استهدفت التعرف على فاعلية المساعدة الآلية في إعداد التقارير الصحفية في عصر صحافة الموبايل، وقد شملت الدراسة رصد ومتابعة آلية سير العمل الصحفي باستخدام الأجهزة الذكية المحمولة ومن خلال تطبيقات وبرامج مخصصة، حيث يتم العمل الصحفي بشكل محوسب من البداية للنهاية وبشكل يلبي تطلعات الجمهور والصحفيين في نفس الوقت، وقد حددت منصة شاملة لجميع تدفقات العمل في جميع مراحل إعداد التقارير الإخبارية والتحقق من الأخبار والمعلومات، وإدارة المحتوى، والنشر والبث المباشر، ورصدت مدى التعاون بين العاملين في غرفة الأخبار والجمهور المتلقي للخدمات الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى فعالية تصميم منصة لصحافة الموبايل تتضمن أدوات وميكنة للذكاء الاصطناعي لدعم الصحفيين والجمهور المشترك في الوسائل المرئية والمقروءة، والتعامل مع الكاميرا والميكروفون والتطبيقات الذكية في التصميم والنشر، سرد قصصهم الصحفية، ويساعد في الإبداع في التحرير والتصميم والنشر في عصر صحافة الموبايل، ويتم توفير أفضل الممارسات في تسجيل الصوت والفيديو إلى جانب تخزين المحتوى، وإمكانيات التعاون والمشاركة بين المحررين والمساهمين من المواطنين، وفي حالة مشاركة المواطن في صحافة الموبايل يمكن للنشر السريع أن يزيد من خطر المشاركة دون التحقق الكافي من الحقائق، وبالتالي تضليل الجمهور.

٢٣. دراسة **Kathleen sara Alpiza** (٢٠١٠) (٣٤) بعنوان استخدام وسائل الإعلام الجديدة بين المراهقين المتفوقين، استهدفت الكشف عن استخدامات المراهقين لوسائل الاتصال الجديدة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة للمراهقين في المرحلة الثانوية تتراوح أعمارهم بين ١٦:١٨ سنة)، وقد اعتمدت على المقياس كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج، منها: ارتفاع استخدام المراهقين لوسائل الإعلام الجديدة في حياتهم اليومية، وكثرة استخدام الوسائل الاجتماعية وبخاصة الهواتف المحمولة والرسائل الفورية، حيث يستخدم المراهقون الشبكات الاجتماعية بنسبة ٩٥% ولا توجد فروق بين الجنسين في طبيعة الاستخدام، وهذا لأنهم يشعرون بأن هذه الوسائل مريحة وأكثر فاعلية وبدأت وسائل الإعلام الجديدة تحل محل التقليدية؛ كما دمجت في حياتهم اليومية في المدرسة ومع العائلة والأصدقاء،

واستخدمت الهواتف المحمولة لإجراء المكالمات، ثم أصبحت مرادفة لاستخدامات الكمبيوتر في أغراض تعليمية ولأغراض التسلية.

٢٤. دراسة **Walsh, Shari; White, Katherine & Young, Ross McD**

(2009) (٣٨) بعنوان استكشاف نوعي لكيفية ارتباط الانتماء والتعرف الاجتماعي باستخدام الهاتف المحمول بين الشباب الأسترالي، استهدفت الكشف عن دور الهاتف المحمول في تدعيم التواصل والانتماء والهوية الاجتماعية لدى الشباب الأسترالي، واستخدمت المنهج الوصفي الكيفي، واستخدمت أسلوب مجموعات النقاش كأداة لجمع البيانات لمجموعة من الشباب دون ال ٢٤ عامًا، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم - من الشباب ١٩ شابًا، ١٣ شابة ، وان دوافع استخدام المحمول هو التواصل المستمر مع الآخرين سواءً من أجل ترتيب لقاء أو تنظيم فعالية أو بالعمل، وتتأثر استخداماتهم بالهوية الاجتماعية والارتباط بجماعة معينة أو علاقاتهم بالجنس الآخر، وأثبتت الدراسة أن مستخدمي الهاتف المحمول أكثر فعالية واجتماعية من غير المستخدمين.

٢٥. دراسة **McCauley, C. (2020) (٤١)**، بعنوان جوهر الكراهية والحب، استهدفت الدراسة لتجارب أكثر من ٢٦ من تجارب الحب والكراهية، وتحليل تجارب الحب والكراهية الـ ٢٦، وتوصلت الدراسة إلى تحديد أن الاندماج يعتمد على إدراك الجوهر الإيجابي وبجعل الكراهية نوعًا من العداة .

٢٦. دراسة **Evan R. Harrington (2004) (٣٣)**، بعنوان علم النفس الاجتماعي للكراهية، وتوصلت الدراسة الي ان علماء النفس وجودوا مشكلات خطيرة منها التحيز والتمركز العرقي والعداء بين الجماعات والسلوك العدواني من بعض جوانب بسيطة يعتقدون انها المسبب الرئيسي للكراهية .

٢٧. دراسة **ABBA AMSAMI ELGUJJA& DR. AUGUSTINE(2019) (٤٠)**

بعنوان عندما يتحول رفض مشجعي كرة القدم على وسائل التواصل الاجتماعي إلى الكراهية: اطلب تدابير أكثر صرامة، تهدف الدراسة الي التعرف علي اللغة المسيئة من قبل مشجعي كرة القدم على وسائل التواصل الاجتماعي وعدم وجود إجراءات صارمة من قبل مواقع التواصل الاجتماعي لحذف المشاركات المهينة الموجهة إليها نجوم كرة القدم. استخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب المسحي علي عينة من مشجعي الدوري الإنجليزي واستخدم الباحثان الاستبيان وتحليل مضمون رسائل وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة الي أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تعتبر البيان التعسفي كملف الكلام الذي يحض على الكراهية ما لم يمس مسائل تتعلق بالعقيدة أو التوجه الجنسي أو اعتلال

الصحة أو الجنس التوجه / الهوية، وأيضاً أنه لم يتم عمل الكثير لفرض تدابير أكثر صرامة مراقبة الإساءة على مواقع التواصل الاجتماعي.

إجراءات البحث:

أولاً منهج البحث :

استخدم الباحثان المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث.

ثانياً : مجتمع وعينة البحث: **Society and Sample of The Research**

أ-مجتمع البحث:

شمل مجتمع البحث في هذه الدراسة عينة من طلاب بعض كليات جامعة بنها وهي (كلية التربية الرياضية - كلية التجارة - كلية الطب البشري - كلية الآداب - كلية الهندسة - كلية التربية النوعية) للعام الجامعي ٢٠٢٠ / ٢٠٢١ والبالغ عددهم (٢٠٥٩٤) طالب، كمشجعين للرياضة ولديهم انتماء لبعض أندية الدوري الممتاز؛ وذلك نظراً لعدم عودة الجماهير الي المدرجات بسبب انتشار فيروس كورونا، تم توزيع الاستبيان بمساعدة الزملاء مديري وحدات تكنولوجيا المعلومات بالكليات سابقة الذكر.

ب-عينة البحث :

العينة الأساسية :

تم اختيار عينة البحث الأساسية بالطريقة العمدية من داخل مجتمع البحث من طلاب بعض كليات جامعة بنها للعام الجامعي ٢٠٢٠ / ٢٠٢١، وعددهم (١٠٣١) طالب بواقع (٥.٠١%) من اجمالي مجتمع البحث .

العينة الاستطلاعية :

تم اختيار عينة البحث الاستطلاعية بالطريقة العمدية من داخل مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية للبحث من طلاب بعض كليات جامعة بنها للعام الجامعي ٢٠٢٠ / ٢٠٢١، وعددهم (٢٠٧) طالب بواقع (١.٠١%) من اجمالي مجتمع البحث.

جدول (١)

توزيع مجتمع البحث

م	الجامعات	المجتمع		العينة الاستطلاعية		العينة الأساسية		اجمالي العينة	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
١	التجارة	٩٦٢٨	٤٦.٧٥	٩٦	١.٠٠	٤٨١	٥.٠٠	٥٧٧	٥.٩٩

٦.٠٦	٨٥	٥.٠٦	٧١	١.٠٠	١٤	٦.٨١	١٤٠٢	الطب البشري	٢
٦.٠١	٢٧٣	٥.٠٠	٢٢٧	١.٠١	٤٦	٢٢.٠٦	٤٥٤٣	الأداب	٣
٦.٠٢	١٢٤	٥.٠٠	١٠٣	١.٠٢	٢١	١٠.٠١	٢٠٦١	الهندسة بينها	٤
٦.١٣	٣٠	٥.١١	٢٥	١.٠٢	٥	٢.٣٧	٤٨٩	التربية النوعية	٥
٦.٠٣	١٤٩	٥.٠٢	١٢٤	١.٠١	٢٥	١٢.٠٠	٢٤٧١	التربية الرياضية	٦
٦.٠١	١٢٣٨	٥.٠١	١٠٣١	١.٠١	٢٠٧	١٠٠	٢٠٥٩٤	الإجمالي	

أدوات ووسائل جمع البيانات:

في ضوء أهداف البحث ومن خلال المسح المرجعي قام الباحثان بالإطلاع علي العديد من المراجع العلمية والبحوث والدراسات السابقة التي تناولت مجالات الإدارة، والإدارة الرياضية، الاختبارات والمقاييس وعلم النفس، والإعلام حيث قام الباحثان بتصميم استبيان " صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية"، حيث اتبع الباحثان في ذلك خطوات بناء الاستبيان وفقاً لقواعد البحث العلمي كالتالي:

حيث قام الباحثان بتحديد المحاور التي تم التوصل إليها وهي كما يلي:

- محور " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية".

- محور " حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى".

- محور " الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير".

وقد روعي عند تصميم العبارات ما يلي :

- أن تكون الأسئلة واضحة لا تحتاج لكثير من الشرح.

- أن تكون الأسئلة مغلقة.

- ألا تستغرق وقتاً طويلاً في الإجابة عليها.

- تم تصميم الاستبيان علي **Google Form** ووضع بعض الأسئلة التي اذا لم يجيب عليها بالشكل الأمثل يتم اغلاق الاستبيان بشكل تلقائي واستبعاد استجابته مثل أسئلة جدول خصائص العينة رقم (١٠).

- تم وضع أسئلة بعينها دالة علي أن استجابة العينة للاستبيان وهو ما ظهر في جدول خصائص العينة رقم (١٠).

وقام الباحثان بوضعها في استمارة استبيان مرفق (١) ثم عرضها علي السادة الخبراء في الموضح اسمائهم بالمرفق (٣).

ثم حدد الباحثان النسبة المئوية لاتفاق السادة الخبراء علي محاور الاستبيان، والتي كانت الأهمية النسبية لها (١٠٠%) ويتضح ذلك كما في الجدول رقم (٢) .

جدول (٢)

النسبة المئوية لاتفاق الخبراء حول محاور استبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية "

ن = ١٠

م	المحاور	اتفاق آراء الخبراء	النسبة المئوية
١	العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية	١٠	١٠٠%
٢	حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى	١٠	١٠٠%
٣	الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير	١٠	١٠٠%

تم تحديد المحاور الخاصة باستبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية، والتي كانت نسبة اتفاق السادة الخبراء علي تلك المحاور هي (١٠٠%) وذلك من خلال نتائج استمارة استطلاع رأي الخبراء، وقد ارتضي الباحثان نسبة لا تقل عن (٧٠%) كحد أدني لتحديد المحاور المبدئية للاستبيان.

ثم قام الباحثان بوضع عبارات الاستبيان المقترحة مرفق (١) وعرض العبارات الخاصة بكل محور علي السادة الخبراء، للتحقق من الصدق المنطقي لملائمة العبارات المقترحة لكل محور، ومدي ملائمة صياغة العبارات المقترحة ومناسبتها للمحور الذي تنتمي إليه، ومدي إمكانية حذف وتعديل أو إضافة عبارات أخرى، وقد توصل الباحثان من خلال استطلاع رأي الخبراء إلي تحديد نسبة اتفاق السادة الخبراء علي تلك العبارات ويتضح ذلك كما في الجدول رقم (٣).

جدول (٣)

النسبة المئوية لاتفاق الخبراء حول تحديد عبارات محاور استبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية "

ن = ١٠

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث	
م	%	م	%	م	%
١	١٠٠%	٢٥	١٠٠%	٥٥	٩٠%
٢	١٠٠%	٢٦	١٠٠%	٥٦	٨٠%
٣	١٠٠%	٢٧	٩٠%	٥٧	١٠٠%

٤	%١٠٠	٢٨	%٨٠	٥٨	%١٠٠
٥	%١٠٠	٢٩	%٩٠	٥٩	%١٠٠
٦	%١٠٠	٣٠	%٨٠	٦٠	%٩٠
٧	%١٠٠	٣١	%١٠٠	٦١	%٨٠
٨	%٩٠	٣٢	%٩٠	٦٢	%١٠٠
٩	%٨٠	٣٣	%٩٠	٦٣	%٩٠
١٠	%٩٠	٣٤	%٨٠	٦٤	%١٠٠
١١	%٨٠	٣٥	%١٠٠	٦٥	%٩٠
١٢	%١٠٠	٣٦	%٨٠	٦٦	%٩٠
١٣	%٨٠	٣٧	%١٠٠	٦٧	%٨٠
١٤	%٩٠	٣٨	%٩٠	٦٨	%٩٠
١٥	%٩٠	٣٩	%٩٠	٦٩	%١٠٠
١٦	%٩٠	٤٠	%٨٠	٧٠	%٩٠
١٧	%٨٠	٤١	%١٠٠	٧١	%١٠٠
١٨	%٨٠	٤٢	%٩٠	٧٢	%٩٠
١٩	%٨٠	٤٣	%٨٠	٧٣	%٩٠
٢٠	%٨٠	٤٤	%٩٠	٧٤	%٨٠
٢١	%٨٠	٤٥	%١٠٠	٧٥	%١٠٠
٢٢	%٩٠	٤٦	%٩٠		
٢٣	%١٠٠	٤٧	%١٠٠		
٢٤	%٨٠	٤٨	%٨٠		
		٤٩	%٨٠		
		٥٠	%٩٠		
		٥١	%١٠٠		
		٥٢	%١٠٠		
		٥٣	%٩٠		
		٥٤	%٨٠		

يتضح من جدول (٣) نسبة آراء السادة الخبراء في كل عبارة من عبارات استبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية"، حيث تراوحت نسبة الموافقة علي العبارات ما بين (٨٠% - ١٠٠%) من مجموع آراء السادة الخبراء، وقد أرتضي الباحثان بنسبة موافقة لا تقل عن (٧٠%) من مجموع آراء السادة الخبراء، وقد بلغ عدد العبارات التي ارتضاها الباحثان (٧٥) عبارة .
طريقة تصحيح الاستبيان:

وقد أتفق السادة الخبراء علي أن يكون ميزان تقدير الدرجات لاستمارة الاستبيان ثلاثي التقدير كالتالي :
- نعم : ثلاث درجات.

- إلي حد ما : درجتان .

- لا : درجة واحدة .

رابعاً : الدراسة الاستطلاعية

كان الهدف من هذه الدراسة هو التأكد من المعاملات العلمية (الصدق، الثبات) لاستمارة استبيان دراسة " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية "، حيث قام الباحثان بوضع الصورة المبدئية لاستمارة الاستبيان لتطبيقها علي العينة الاستطلاعية والتي قوامها (٢٠٧) طالب حيث تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع البحث وخارج عينة الدراسة.

قام الباحثان باستخدام صدق المُحكّمين (الصدق المنطقي)، حيث تم عرض استمارة استبيان دراسة " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " في صورتها المبدئية مرفق (١) على مجموعة الخبراء (المُحكّمين) والبالغ عددهم (١٠)، والموضحة أسمائهم بالمرفق (٣)، واعتبر الباحثان نسبة اتفاق السادة الخبراء علي عبارات الاستبيان معياراً لصدقه .

٢- صدق الاتساق الداخلي:

كما قام الباحثان بحساب صدق استمارة استبيان دراسة " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " قيد البحث من خلال استخدام طريقة صدق الاتساق الداخلي، حيث قام الباحثان بحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان ، وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للمحور التابعة له ، وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل محور علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان علي عينة الدراسة الاستطلاعية والتي قوامها (٢٠٧) طالب والجداول (٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٨) توضح ذلك .

جدول (٤)

مُعاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان

ن=٢٠٧

المحور الثالث		المحور الثاني		المحور الأول	
م	"ر"	م	"ر"	م	"ر"
٥٥	*.٠٦٠١	٢٥	*.٠٦٨٣	١	*.٠٦١٣
٥٦	*.٠٦٠٥	٢٦	*.٠٦٠٩	٢	*.٠٦٠٤
٥٧	*.٠٦٠٧	٢٧	*.٠٦٤٤	٣	*.٠٦٨٣

*.٠.٦٠٨	٥٨	*.٠.٧٢٧	٢٨	*.٠.٦٤٨	٤
*.٠.٦٤٠	٥٩	*.٠.٦٤٣	٢٩	*.٠.٦١٢	٥
*.٠.٦٩٤	٦٠	*.٠.٦١٠	٣٠	*.٠.٧٣٥	٦
*.٠.٦٠٣	٦١	*.٠.٦٦٦	٣١	*.٠.٦٠١	٧
*.٠.٦٩٠	٦٢	*.٠.٦٠٣	٣٢	*.٠.٦٦٦	٨
*.٠.٦٠٧	٦٣	*.٠.٦٦١	٣٣	*.٠.٧٤٧	٩
*.٠.٦٦٧	٦٤	*.٠.٦٣٩	٣٤	*.٠.٦٤٦	١٠
*.٠.٦١٤	٦٥	*.٠.٦٠١	٣٥	*.٠.٦٠١	١١
*.٠.٦٤٧	٦٦	*.٠.٦٩٤	٣٦	*.٠.٦٧٥	١٢
*.٠.٦٨٢	٦٧	*.٠.٦٠١	٣٧	*.٠.٦٧٣	١٣
*.٠.٧٤٧	٦٨	*.٠.٦٩٠	٣٨	*.٠.٦٤٥	١٤
*.٠.٦٤٦	٦٩	*.٠.٦١٠	٣٩	*.٠.٦٤٨	١٥
*.٠.٦٠٠	٧٠	*.٠.٦٦٧	٤٠	*.٠.٦٥٣	١٦
*.٠.٦٧٥	٧١	*.٠.٦١٤	٤١	*.٠.٧٤٧	١٧
*.٠.٦٧٣	٧٢	*.٠.٦٤٧	٤٢	*.٠.٦٧٥	١٨
*.٠.٦٤٥	٧٣	*.٠.٦٨٢	٤٣	*.٠.٦٧٣	١٩
*.٠.٦٤٨	٧٤	*.٠.٦١٨	٤٤	*.٠.٧٣٥	٢٠
*.٠.٦٤٥	٧٥	*.٠.٦٠٠	٤٥	*.٠.٦١٢	٢١
		*.٠.٦٠٦	٤٦	*.٠.٦٤٦	٢٢
		*.٠.٦٠٠	٤٧	*.٠.٦٥٣	٢٣
		*.٠.٦٩٠	٤٨	*.٠.٦٥١	٢٤
		*.٠.٦٨٢	٤٩		
		*.٠.٦٤٤	٥٠		
		*.٠.٦٦٧	٥١		
		*.٠.٦٣٩	٥٢		
		*.٠.٦٩٤	٥٣		
		*.٠.٦٥٣	٥٤		

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ، د. ح (٢٠٥) = (٠.١٩٥)

يوضح الجدول رقم (٤) أن قيم معاملات الارتباط للعبارات دالة عند مستوي معنوية

(٠.٠٥)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠.٦٠٠ - ٠.٧٤٧).

جدول (٥)

مُعاملات الارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للمحور التابعة له لاستبيان "صحافة

الموجو" MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية "

ن=٢٠٧

المحور الثالث		المحور الثاني		المحور الأول	
"ر"	م	"ر"	م	"ر"	م
*.٠.٦١٧	٥٥	*.٠.٦٥٣	٢٥	*.٠.٦٣٣	١
*.٠.٦٣٤	٥٦	*.٠.٥٦٧	٢٦	*.٠.٦٦٥	٢
*.٠.٦٥٣	٥٧	*.٠.٦٩٠	٢٧	*.٠.٦٩٦	٣
*.٠.٦١٤	٥٨	*.٠.٦٩٣	٢٨	*.٠.٧٠٢	٤
*.٠.٦٧١	٥٩	*.٠.٦٤٥	٢٩	*.٠.٦٥٩	٥
*.٠.٦٨١	٦٠	*.٠.٥٦٨	٣٠	*.٠.٧٤١	٦
*.٠.٦٠٥	٦١	*.٠.٦٦١	٣١	*.٠.٦٥٧	٧
*.٠.٦٥٨	٦٢	*.٠.٦١٣	٣٢	*.٠.٦١٢	٨
*.٠.٦٢٨	٦٣	*.٠.٦٥٤	٣٣	*.٠.٧٤٠	٩
*.٠.٦٣٦	٦٤	*.٠.٦٧٢	٣٤	*.٠.٦١٠	١٠
*.٠.٦٥٥	٦٥	*.٠.٦٣٠	٣٥	*.٠.٦٣١	١١
*.٠.٦٥٩	٦٦	*.٠.٧٤٧	٣٦	*.٠.٦٦٧	١٢
*.٠.٦٧٧	٦٧	*.٠.٦٢٩	٣٧	*.٠.٧٣٤	١٣
*.٠.٧٦٤	٦٨	*.٠.٧٠١	٣٨	*.٠.٥٧٧	١٤
*.٠.٦٤٧	٦٩	*.٠.٦٣٠	٣٩	*.٠.٧٠٢	١٥
*.٠.٦٠١	٧٠	*.٠.٧٠١	٤٠	*.٠.٦٨٩	١٦
*.٠.٦٥٩	٧١	*.٠.٦١٢	٤١	*.٠.٧٤٠	١٧
*.٠.٦٦٤	٧٢	*.٠.٦٥٠	٤٢	*.٠.٦٦٧	١٨
*.٠.٦٧٥	٧٣	*.٠.٦٩٥	٤٣	*.٠.٧٣٤	١٩
*.٠.٦٤٤	٧٤	*.٠.٦٢١	٤٤	*.٠.٧٤١	٢٠
*.٠.٦٧٥	٧٥	*.٠.٥٩٥	٤٥	*.٠.٦٥٩	٢١
		*.٠.٦٣٤	٤٦	*.٠.٦١٠	٢٢
		*.٠.٥٨٤	٤٧	*.٠.٦٨٩	٢٣
		*.٠.٧٠١	٤٨	*.٠.٧٠٤	٢٤
		*.٠.٦٩٥	٤٩		
		*.٠.٦٩٠	٥٠		
		*.٠.٧٠١	٥١		

		*٠.٦٧٢	٥٢		
		*٠.٧٤٧	٥٣		
		*٠.٦٤٣	٥٤		

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ، د. ح (٢٠٥) = (٠.١٩٥)

يوضح الجدول رقم (٥) أن قيم معاملات الارتباط للعبارات مع الدرجة الكلية للمحور التابعة له دالة عند مستوي معنوية (٠.٠٥) ، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠.٥٦٧ - ٠.٧٦٤) مما يدل علي صدقها .

جدول (٦)

مُعاملات الارتباط ما بين مجموع درجات كل محور والدرجة الكلية لاستبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية "

ن=٢٠٥

م	المحاور	معامل الارتباط ودلالته
١	العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية	*٠.٩٧٤
٢	حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى	*٠.٩٨٥
٣	الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير	*٠.٩٨٧

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ، د. ح (٤١٥) = (٠.١٩٥)

يوضح الجدول رقم (٦) أن قيم معاملات الارتباط للمحاور مع الدرجة الكلية لاستبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " دالة عند مستوي معنوية (٠.٠٥) ، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠.٩٧٤ - ٠.٩٨٧).

ثبات الاستبيان:

قام الباحثان بإيجاد معامل ثبات محاور الاستبيان وعددهم (٣) محاور وعباراتهم وعددها (٧٥) عبارة باستخدام طريقتين هما طريقة التجزئة النصفية لاستجابات عينة الدراسة الاستطلاعية علي الاستبيان باستخدام معادلة سبيرمان وبراون Spearman & Brown لإيجاد معامل الارتباط بين العبارات الزوجية والعبارات الفردية وكذلك إيجاد الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach`s alpha .

(أ) الثبات باستخدام التجزئة النصفية لاستبيان " صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية ":

قام الباحثان بإيجاد معامل ثبات عبارات الاستبيان وعددها (٧٥) عبارة باستخدام طريقة التجزئة النصفية لاستجابات عينة الدراسة الاستطلاعية علي الاستبيان باستخدام معادلة سبيرمان وبراون Spearman & Brown لإيجاد معامل الارتباط بين العبارات الزوجية والعبارات الفردية.

جدول (٧)

ثبات التجزئة النصفية لاستبيان " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " ن = ٢٠٥

معامل الارتباط	العبارات الزوجية		العبارات الفردية		الاستبيان
	ع±	/س	ع±	/س	
*٠.٩٦٩	١٩.٣٣٠	٧٤.٨١٦	١٩.٨٤٥	٧٦.٣٢٤	صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، د. ح (٤١٥) = (٠.١٩٥)

يتضح من الجدول (٧) أن هناك ارتباط دال إحصائياً بين عبارات الاستبيان الفردية والزوجية مما يدل على ثبات الاستبيان .

(ب) الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha لاستبيان " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية ":

وقد كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبيان " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " والتي عددها (٧٥) عبارة هو (٠.٩٨١٥)

جدول (٨)

معامل الثبات باستخدام ألفا كرونباخ بين كل عبارة علي حدا لاستبيان "صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " ككل

ن=٢٠٥

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث	
م	"ر"	م	"ر"	م	"ر"
١	*٠.٩٨١٣	٢٥	*٠.٩٨١٢	٥٥	*٠.٩٨١٤

*.٩٨١٤	٥٦	*.٩٨١٣	٢٦	*.٩٨١٤	٢
*.٩٨١٤	٥٧	*.٩٨١٣	٢٧	*.٩٨١٢	٣
*.٩٨١٤	٥٨	*.٩٨١٢	٢٨	*.٩٨١٣	٤
*.٩٨١٣	٥٩	*.٩٨١٣	٢٩	*.٩٨١٣	٥
*.٩٨١٢	٦٠	*.٩٨١٣	٣٠	*.٩٨١٢	٦
*.٩٨١٤	٦١	*.٩٨١٣	٣١	*.٩٨١٤	٧
*.٩٨١٢	٦٢	*.٩٨١٤	٣٢	*.٩٨١٣	٨
*.٩٨١٣	٦٣	*.٩٨١٣	٣٣	*.٩٨١١	٩
*.٩٨١٣	٦٤	*.٩٨١٣	٣٤	*.٩٨١٣	١٠
*.٩٨١٣	٦٥	*.٩٨١٤	٣٥	*.٩٨١٤	١١
*.٩٨١٣	٦٦	*.٩٨١٢	٣٦	*.٩٨١٣	١٢
*.٩٨١٢	٦٧	*.٩٨١٤	٣٧	*.٩٨١٣	١٣
*.٩٨١١	٦٨	*.٩٨١٢	٣٨	*.٩٨١٣	١٤
*.٩٨١٣	٦٩	*.٩٨١٣	٣٩	*.٩٨١٣	١٥
*.٩٨١٤	٧٠	*.٩٨١٣	٤٠	*.٩٨١٣	١٦
*.٩٨١٣	٧١	*.٩٨١٣	٤١	*.٩٨١١	١٧
*.٩٨١٣	٧٢	*.٩٨١٣	٤٢	*.٩٨١٣	١٨
*.٩٨١٣	٧٣	*.٩٨١٢	٤٣	*.٩٨١٣	١٩
*.٩٨١٣	٧٤	*.٩٨١٣	٤٤	*.٩٨١٢	٢٠
*.٩٨١٣	٧٥	*.٩٨١٤	٤٥	*.٩٨١٣	٢١
		*.٩٨١٤	٤٦	*.٩٨١٣	٢٢
		*.٩٨١٤	٤٧	*.٩٨١٣	٢٣
		*.٩٨١٢	٤٨	*.٩٨١٣	٢٤
		*.٩٨١٢	٤٩		
		*.٩٨١٣	٥٠		
		*.٩٨١٣	٥١		
		*.٩٨١٣	٥٢		
		*.٩٨١٢	٥٣		
		*.٩٨١٣	٥٤		

*قيمة (معامل ألفا كرونباخ) للاستبيان = (.٩٨١٥)

ويتضح من جدول (٨) معامل ألفا كرونباخ لعبارات لاستبيان " صحافة الموجو "MOJO" ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية " والتي تراوحت ما بين (.٩٨١١) ،

٠.٩٨١٤) وجميعها قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للاستبيان والذي كانت قيمته (٠.٩٨١٥) ، مما يدل علي ثبات عبارات الاستبيان .

جدول (٩)

مُعامل الثبات باستخدام ألفا كرونباخ لعبارات كل محور علي حدا لاستبيان "صحافة الموجو" MOJO ودورها في صنع الكراهية بين الجماهير الرياضية "

ن=٢٠٧

المحور الثالث		المحور الثاني		المحور الأول	
م	ر	م	ر	م	ر
٥٥	*.٩٣٠٣	٢٥	*.٩٥٢٨	١	*.٩٤٧٣
٥٦	*.٩٣٠٠	٢٦	*.٩٥٣٦	٢	*.٩٤٧٠
٥٧	*.٩٢٩٧	٢٧	*.٩٥٢٥	٣	*.٩٤٦٦
٥٨	*.٩٣٠٥	٢٨	*.٩٥٢٤	٤	*.٩٤٦٤
٥٩	*.٩٢٩٣	٢٩	*.٩٥٢٩	٥	*.٩٤٧٠
٦٠	*.٩٢٩١	٣٠	*.٩٥٣٥	٦	*.٩٤٥٩
٦١	*.٩٣٠٦	٣١	*.٩٥٢٧	٧	*.٩٤٧٠
٦٢	*.٩٢٩٥	٣٢	*.٩٥٣٢	٨	*.٩٤٧٦
٦٣	*.٩٣٠١	٣٣	*.٩٥٢٨	٩	*.٩٤٥٩
٦٤	*.٩٢٩٩	٣٤	*.٩٥٢٦	١٠	*.٩٤٧٦
٦٥	*.٩٢٩٦	٣٥	*.٩٥٣٠	١١	*.٩٤٧٤
٦٦	*.٩٢٩٥	٣٦	*.٩٥٢٠	١٢	*.٩٤٦٩
٦٧	*.٩٢٩٢	٣٧	*.٩٥٣٠	١٣	*.٩٤٦٠
٦٨	*.٩٢٧٣	٣٨	*.٩٥٢٤	١٤	*.٩٤٨١
٦٩	*.٩٢٩٧	٣٩	*.٩٥٣٠	١٥	*.٩٤٦٤
٧٠	*.٩٣٠٦	٤٠	*.٩٥٢٤	١٦	*.٩٤٦٦
٧١	*.٩٢٩٥	٤١	*.٩٥٣٢	١٧	*.٩٤٥٩
٧٢	*.٩٢٩٤	٤٢	*.٩٥٢٨	١٨	*.٩٤٦٩
٧٣	*.٩٢٩٢	٤٣	*.٩٥٢٤	١٩	*.٩٤٦٠
٧٤	*.٩٢٩٨	٤٤	*.٩٥٣١	٢٠	*.٩٤٥٩
٧٥	*.٩٢٩٢	٤٥	*.٩٥٣٣	٢١	*.٩٤٧٠

		*.٩٥٣٠	٤٦	*.٩٤٧٦	٢٢
		*.٩٥٣٤	٤٧	*.٩٤٦٦	٢٣
		*.٩٥٢٤	٤٨	*.٩٤٦٤	٢٤
		*.٩٥٢٤	٤٩		
		*.٩٥٢٥	٥٠		
		*.٩٥٢٤	٥١		
		*.٩٥٢٦	٥٢		
		*.٩٥٢٠	٥٣		
		*.٩٥٢٩	٥٤		
*.٩٣٢٧	معامل ألفا للمحور	*.٩٥٤٣	معامل ألفا للمحور	*.٩٤٨٩	معامل ألفا للمحور

*قيمة (معامل ألفا كرونباخ) للاستبيان = (٠.٩٨١٥)

- ويتضح من جدول (٩) معامل ألفا كرونباخ لكل محور علي حدا في حالة حذف عبارة من عبارات المحور وقد جاءت قيمة معامل ألفا كرونباخ كالتالي :
- بالنسبة لعبارات المحور الأول " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية" : تراوح معامل ألفا كرونباخ للعبارات ما بين (٠.٩٤٥٩ ، ٠.٩٤٨١) وجميعها قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للمحور والذي كانت قيمته (٠.٩٤٨٩) .
 - بالنسبة لعبارات المحور الثاني " حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى " : تراوح معامل ألفا كرونباخ للعبارات ما بين (٠.٩٥٢٠ ، ٠.٩٥٣٦) وجميعها قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للمحور والذي كانت قيمته (٠.٩٥٤٣) .
 - بالنسبة لعبارات المحور الثالث " الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير" : تراوح معامل ألفا كرونباخ للعبارات ما بين (٠.٩٢٧٣ ، ٠.٩٣٠٦) وجميعها قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للمحور والذي كانت قيمته (٠.٩٣٢٧) .
 - وقد تراوح معامل ألفا كرونباخ للمحاور ما بين (٠.٩٥٤٣ ، ٠.٩٣٢٧) وجميعها قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للاستبيان والذي كانت قيمته (٠.٩٨١٥) .
- ومما سبق نستطيع الحكم علي الاستبيان بأنه ثابت .

عرض النتائج ومناقشتها:

عرض نتائج التساؤل الأول :

ما خصائص أفراد عينة البحث من خلال النوع والوسيلة والمدة والتطبيقات المستخدمة للحصول على الاخبار الرياضية؟

جدول (١٠)

التكرار والنسبة المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث علي خصائص العينة من خلال النوع والوسيلة والمدة والتطبيقات المستخدمة للحصول على الاخبار الرياضية

ن=١٠٣١

م	المتغير	بدائل الاستجابة	التكرار	%	الترتيب
١	الجنس	ذكر	٧٥٣	٧٣.٠٤	١
		أنثى	٢٧٨	٢٦.٩٦	٢
٢	مدة استخدامك للأترنت يوميا	أقل من ساعة واحدة	٤٤	٤.٢٧	٤
		ساعة واحدة	٥١	٤.٩٥	٣
		ساعتين	١٩٦	١٩.٠١	٢
		ثلاث ساعات فأكثر	٧٤٠	٧١.٧٧	١
٣	مدة اطلعك علي الصحافة الرياضية يوميا	أقل من ساعة واحدة	٦٧	٦.٥	٤
		ساعة واحدة	٢٤١	٢٣.٣٨	٣
		ساعتين	٤٣٠	٤١.٧١	١
		ثلاث ساعات فأكثر	٢٩٣	٢٨.٤٢	٢
٤	الوسيلة المستخدمة لمعرفة الاخبار الرياضية بشكل رقمي	اي باد Ipad	١٠٦	١٠.٢٨	٣
		الهاتف المحمول	٧٧٣	٧٤.٩٨	١
		الكمبيوتر الشخصي	١٥٢	١٤.٧٤	٢
٥	الفترة التي يتم فيها استخدام صحافة الموبايل	الفترة الصباحية	١٩٧	١٩.١١	٣
		طوال النهار	٢٨٩	٢٨.٠٣	٢
		فترة مسائية	١٤٩	١٤.٤٥	٤
		في كل الفترات	٣٩٦	٣٨.٤١	١
٦	أي الأندية الجماهيرية تشجعها	الأهلي	٦٠٢	٥٨.٣٩	١
		الزمالك	٤١٧	٤٠.٤٥	٢
		الإسماعيلي	٩	٠.٨٧	٣
		اسوان	٣	٠.٢٩	م٤
		الاتحاد	٠	٠	٥
		المحلة	٠	٠	م٥
		اخرى تذكر	٠	٠	م٥
٧	تطبيقات ومواقع إخبارية رياضية	مصراوي	٩١٨	٨٩.٠٤	٥
		البوابة نيوز	٨٦٦	٨٤.٠٠	٦
		فيتو	٩٤٤	٩١.٥٦	٤

١	٩٩.٤٢	١٠٢٥	اليوم السابع		
٧	٨٠.٩٩	٨٣٥	اخبار مصر		
٩	٧٧.٠١	٧٩٤	موجز		
٣	٩٣.٥٠	٩٦٤	تطبيق يلا كورة.		
٨	٧٨.٩٥	٨١٤	نبض		
١٤	٦١.٠١	٦٢٩	بطولات		
١٨	٠.٠٠٠	٠	تطبيق Scores365		
١٢	٦٧.٩٩	٧٠١	Sport BBC		
١٧	٢٢.٠٢	٢٢٧	تطبيق The Score		
١٠	٧٤.٠١	٧٦٣	تطبيق Goal		
١٨	٠.٠٠٠	٠	تطبيق The Athletic .		
١٥	٥٨.٩٧	٦٠٨	التطبيق GOAL LIVE.		
١٣	٦٥.٩٦	٦٨٠	تطبيق FIFA الفيفا.		
٢	٩٤.٢٨	٩٧٢	في الجول Filgoal .		
١٦	٣٨.٩٩	٤٠٢	تطبيق MSN Sports لشركة مايكروسوفت.		
١١	٧١.٠٠	٧٣٢	تطبيق يلا شووت.		
١	٩٨.٩٣	١٠٢٠	المساء	٨	مواقع وصحف الكترونية
٥	٨٧.٤٩	٩٠٢	الجمهورية		
٢	٩٧.٧٧	١٠٠٨	الاهرام		
٦	٨٠.٤١	٨٢٩	الشروق		
٤	٩١.٦٦	٩٤٥	الوطن		
٣	٩٤.٥٧	٩٧٥	المصري اليوم		
١	١٠٠.٠٠	١٠٣١	فيس بوك	٩	مواقع التواصل الاجتماعي
٣	٩٥.٣٤	٩٨٣	تويتر		
٢	٩٩.١٣	١٠٢٢	واتس آب		
٥	٩٠.٤٠	٩٣٢	سناب شات		
٤	٩٢.٧٣	٩٥٦	تليجرام		
٦	٨٨.٨٥	٩١٦	ايمو		
٧	٨٥.٣٥	٨٨٠	تاجو		
٢	٧٨.٨٦	٨١٣	ON Time	١٠	مواقع قنوات فضائية رياضية
٣	٧٣.٦٢	٧٥٩	sport belN		
١	٨٧.٦٨	٩٠٤	الأهلي		
٤	٦٧.٤١	٦٩٥	الزمالك		
٥	٤٩.٠٨	٥٠٦	sport Nile		

يتضح من جدول (١٠) التكرار والنسبة المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث علي خصائص العينة من خلال النوع والوسيلة والمدة والتطبيقات المستخدمة للحصول علي الاخبار الرياضية، وقد جاءت النتائج كالتالي :

١- "الجنس" :

توزعت عينة البحث بين الجنسين "ذكر- أنثي" حيث جاءت النسبة المئوية للذكور في عينة البحث (٧٣.٠٤%) من اجمالي عينة البحث، كما جاءت نسبة الإناث (٢٦.٩٦%) من اجمالي عينة البحث.

٢- " مدة استخدام الأنترنت يوميا " :

يتضح من جدول (١٠) أن نسبة (٧١.٧٧%) من أفراد عينة البحث تستخدم الأنترنت يوميا بمعدل "يزيد عن الثلاث ساعات" ، في حين أن نسبة (١٩.٠١%) من أفراد عينة البحث تستخدم الأنترنت يوميا بمعدل "ساعتين" ، وكذلك نسبة (٤.٩٥%) من أفراد عينة البحث تستخدم الأنترنت يوميا بمعدل "ساعة واحدة" ، وأيضاً نسبة (٤.٢٧%) من أفراد عينة البحث تستخدم الأنترنت يوميا بمعدل "أقل من ساعة واحدة".

٣- " مدة الاطلاع علي الصحافة الرياضية يوميا " :

يتضح من جدول (١٠) أن نسبة (٤١.٧١%) من أفراد عينة البحث تطلع علي الصحافة الرياضية يوميا بمعدل "ساعتين" ، في حين أن نسبة (٢٨.٤٢%) من أفراد عينة البحث تطلع علي الصحافة الرياضية يوميا بمعدل "يزيد عن الثلاث ساعات" ، وكذلك نسبة (٢٣.٣٨%) من أفراد عينة البحث تطلع علي الصحافة الرياضية بمعدل "ساعة واحدة" ، وأيضاً نسبة (٦.٥٠%) من أفراد عينة البحث تطلع علي الصحافة الرياضية يوميا بمعدل "أقل من ساعة واحدة"

٤- " الوسيلة المستخدمة لمعرفة الاخبار الرياضية بشكل رقمي " :

يتضح من جدول (١٠) أن نسبة (٧٤.٩٨%) من أفراد عينة البحث تستخدم "الهاتف المحمول" لمعرفة الاخبار الرياضية بشكل رقمي ، في حين أن نسبة (١٤.٧٤%) من أفراد عينة البحث تستخدم " الكمبيوتر الشخصي " لمعرفة الاخبار الرياضية بشكل رقمي ، وكذلك نسبة (١٠.٢٨%) من أفراد عينة البحث تستخدم " اي باد Ipad " لمعرفة الاخبار الرياضية بشكل رقمي

٥- " الفترة التي يتم فيها استخدام صحافة الموبايل " :

يتضح من جدول (١٠) أن نسبة (٣٨.٤١%) من أفراد عينة البحث الفترة التي يتم فيها استخدام صحافة الموبايل هي " كل الفترات " ، في حين أن نسبة (٢٨.٠٣%) من أفراد عينة البحث الفترة التي يتم فيها استخدام صحافة الموبايل هي " طوال النهار " ، وكذلك نسبة (١٩.١١%) من أفراد عينة البحث الفترة التي يتم فيها استخدام صحافة الموبايل هي " الفترة

الصباحية " ، وأيضاً نسبة (١٤.٤٥%) من أفراد عينة البحث الفترة التي يتم فيها استخدام صحافة الموبايل هي " الفترة مسائية "

٦- " أي الأندية الجماهيرية تشجعها " :

يتضح من جدول (١٠) أن نسبة (٥٨.٣٩%) من أفراد عينة البحث تشجع النادي "الأهلي" ، في حين أن نسبة (٤٠.٤٥%) من أفراد عينة البحث تشجع نادي "الزمالك" ، وكذلك نسبة (٠.٨٧%) من أفراد عينة البحث تشجع النادي " الاسماعيلي " وتواجد ثلاث طلاب بكلية التجارة والتربية الرياضية يشجعون نادي أسوان بنسبة (٠.٢٩%).

٧- " تطبيقات ومواقع إخبارية رياضية " :

- موقع " اليوم السابع " في الترتيب (١) بنسبة مئوية (٩٩.٤٢%)
 - موقع " في الجول Filgoal " في الترتيب (٢) بنسبة مئوية (٩٤.٢٨%)
 - تطبيق " يلا كورة " في الترتيب (٣) بنسبة مئوية (٩٣.٥٠%)
 - موقع " فيتو " في الترتيب (٤) بنسبة مئوية (٩١.٥٦%)
 - موقع " مصر اوي " في الترتيب (٥) بنسبة مئوية (٨٩.٠٤%)
 - موقع " البوابة نيوز " في الترتيب (٦) بنسبة مئوية (٨٤.٠٠%)
 - موقع " اخبار مصر " في الترتيب (٧) بنسبة مئوية (٨٠.٩٩%)
 - موقع " نبض " في الترتيب (٨) بنسبة مئوية (٧٨.٩٥%)
 - موقع " موجز " في الترتيب (٩) بنسبة مئوية (٧٧.٠١%)
 - تطبيق " Goal " في الترتيب (١٠) بنسبة مئوية (٧٤.٠١%)
 - تطبيق " يلا شووت " في الترتيب (١١) بنسبة مئوية (٧١.٠٠%)
 - موقع " Sport BBC " في الترتيب (١٢) بنسبة مئوية (٦٧.٩٩%)
 - تطبيق " FIFA الفيفا " في الترتيب (١٣) بنسبة مئوية (٦٥.٩٦%)
 - موقع " بطولات " في الترتيب (١٤) بنسبة مئوية (٦١.٠١%)
 - تطبيق " GOAL LIVE " في الترتيب (١٥) بنسبة مئوية (٥٨.٩٧%)
 - تطبيق " MSN Sports " في الترتيب (١٦) بنسبة مئوية (٣٨.٩٩%)
 - تطبيق " The Score " في الترتيب (١٧) بنسبة مئوية (٢٢.٠٢%)
 - تطبيق " Scores٣٦٥ " في الترتيب (١٨) بنسبة مئوية (٠.٠٠%)
 - تطبيق " The Athletic " في الترتيب (١٨ مكرر) بنسبة مئوية (٠.٠٠%)
- ٨- " مواقع وصحف الكترونية " :

- موقع " المساء " في الترتيب (١) بنسبة مئوية (٩٨.٩٣%)

- موقع " الازهرام " في الترتيب (٢) بنسبة مئوية (٩٧.٧٧%)
 - موقع " المصري اليوم " في الترتيب (٣) بنسبة مئوية (٩٤.٥٧%)
 - موقع " الوطن " في الترتيب (٤) بنسبة مئوية (٩١.٦٦%)
 - موقع " الجمهورية " في الترتيب (٥) بنسبة مئوية (٨٧.٤٩%)
 - موقع " الشروق " في الترتيب (٦) بنسبة مئوية (٨٠.٤١%)
- ٩- " مواقع التواصل الاجتماعي " :

- " فيس بوك " في الترتيب (١) بنسبة مئوية (١٠٠.٠٠%)
 - " واتس آب " في الترتيب (٢) بنسبة مئوية (٩٩.١٣%)
 - " تويتر " في الترتيب (٣) بنسبة مئوية (٩٥.٣٤%)
 - " تليجرام " في الترتيب (٤) بنسبة مئوية (٩٢.٧٣%)
 - " سناب شات " في الترتيب (٥) بنسبة مئوية (٩٠.٤٠%)
 - " ايمو " في الترتيب (٦) بنسبة مئوية (٨٨.٨٥%)
 - " تانجو " في الترتيب (٧) بنسبة مئوية (٨٥.٣٥%)
- ١٠- " مواقع قنوات فضائية رياضية " :

- موقع " الأهلي " في الترتيب (١) بنسبة مئوية (٨٧.٦٨%)
- موقع " ON Time sport " في الترتيب (٢) بنسبة مئوية (٧٨.٨٦%)
- موقع " beIN sport " في الترتيب (٣) بنسبة مئوية (٧٣.٦٢%)
- موقع " الزمالك " في الترتيب (٤) بنسبة مئوية (٦٧.٤١%)
- موقع " Nile sport " في الترتيب (٥) بنسبة مئوية (٤٩.٠٨%)

مناقشة التساؤل الأول :

أوضحت البيانات من خلال ما تم عرضه في الجدول أعلاه أن خصائص العينة من خلال النوع والوسيلة والمدة والتطبيقات المستخدمة للحصول علي الاخبار الرياضية عن اهتمام الذكور بالتشجيع الرياضي والاهتمام بصحافة الموبايل في معرفة الاخبار الرياضية وكذلك مدة تعرض الفرد لفترات أكثر من ثلاث ساعات، علي الانترنت منهم ساعتين لطلاع علي الصحافة الرياضية من خلال الهاتف المحمول، وأن هناك تقدم في تشجيع العينة لنادي الأهلي يليه الزمالك والإسماعيلي ثم الاتحاد وأسوان، ويتضح من النتيجة ارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت وصحافة الموبايل كوسائل إلكترونية تمثل الإعلام الجديد الذي أصبح أسهل وأكثر انتشاراً بين الشباب المصري، وسهل استخدامه في أي وقت، وتتفق النتيجة مع الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي أشارت إلى تفوق قراءة النصوص والأخبار من الشاشة الصغيرة بشكل أكبر .

وتتفق الدراسة مع كلا من أيمن محمد (٢٠٢٠م) (٥) و راشد صلاح الدين (٢٠٢١م) (١١) بوعون أحمد، بلوصيف الطيب (٢٠٢٠م) (٧) سماح الشهاوي (٢٠١٨م) (١٣)، تفضيل صحافة الموبايل من قبل المبحوثين لسهولة الاستخدام بالدرجة الأولى وسرعة الانتشار بين الشباب، بينما اتفقت الدراسة مع طلعت عيسى وسائد رضوان (٢٠١٩م) (١٩) Vryzas, Nikolaos & Others (2019) (٣٧) بشأن استخدام الهاتف المحمول في التعرض للصحافة والاعخبار .

ويلاحظ ارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات المرئية كأنواع متعددة لصحافة الموبايل؛ للحصول على معلومات وأخبار رياضية، وهو ما يتفق مع العديد من الدراسات السابقة حول، استخدامات الموبايل في الاتصال والخدمات الإخبارية والمعلوماتية، ومن أهم " تطبيقات ومواقع إخبارية رياضية " جاءت اليوم السابع في المرتبة رقم (١) بنسبة مئوية (٩٩.٤٢%) ، يليه في الجول Filgoal " في الترتيب (٢) بنسبة مئوية (٩٤.٢٨%)، ثم تطبيق " يلا كورة " في الترتيب (٣) بنسبة مئوية (٩٣.٥٠%) موقع " فيتو " في الترتيب (٤) بنسبة مئوية (٩١.٥٦%) موقع " مصراوي " في الترتيب (٥) بنسبة مئوية (٨٩.٠٤%)، وتتفق النتيجة مع سماح الشهاوي (٢٠١٨م) (١٣) وطارق محمد (٢٠٢٠م) (١٨) بان الشباب يعتمدوا علي اليوم السابع في معرفة الاخبار .

وعزز استخدام مواقع وصحف الكترونية " مثل موقع " المساء " الذي جاء في الترتيب (١) بنسبة مئوية (٩٨.٩٣%) للتعرض للأخبار الرياضية ، ثم الأهرام في المرتبة (٢) بنسبة (٩٧.٧٧%)، تلتها المصري اليوم بنسبة (٩٤.٥٧%) ، ومن أهم وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر اعتماداً بين الشباب جاء الفيس بوك بنسبة ١٠٠% ، يليه الواتس آب بنسبة ٩٩.١٣% ، يليه تويتر بنسبة ٩٥.٣٤%، يليه تليجرام بنسبة ٩٢.٧٣% ، متفقاً مع دراسة سناء شاهين (٢٠١٨م) (١٥) وطلعت عيسى وسائد رضوان (٢٠١٩م) (١٩) بشأن تصدر الفيس بوك أهم وسائل التواصل الاجتماعي في مصر ومن أهم استخدامات الشباب في الحصول علي الأخبار الرياضية من خلال صفحات المواقع الاخبارية الرياضية علي الفيس .

وهو ما يجيب علي التساؤل الثاني بشأن تطبيقات الموبايل الأكثر استخداماً من الجمهور في التزود بالأخبار الرياضية؟

وهنا نتأكد أهمية صحافة الموبايل كوسيط اتصالي بين الشباب عينة الدراسة كمصدر ثري للمعلومات الرياضية وما يتصل به من مصادر متعددة وأوعية غنية بالأخبار والمعلومات الرياضية، وهذا ينم علي كثافة استخدام صحافة الموبايل بين الشباب في أي وقت .

عرض نتائج التساؤل الثاني:

- ما العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية ؟

جدول (١١)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة (كا) وترتيب العبارات لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات الاستبيان محور " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية " ن=١٠٣١

الترتيب	كا	الوزن النسبي	المجموع التقديري	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات	م
				%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
٨	*١٧٤٥.٦٢٤	٩٧.٦٠٨	٣٠١٩	١.٨٤٣	١٩	٣.٤٩٢	٣٦	٩٤.٦٦٥	٩٧٦	سرعة وفورية في نقل الأخبار الرياضية.	١
٣	*١٩٠٨.٩٧٤	٩٨.٨٠٤	٣٠٥٦	١.٠٦٧	١١	١.٤٥٥	١٥	٩٧.٤٧٨	١٠٠٥	سهولة الاستخدام وقلّة التكاليف عبر المنصات والتطبيقات	٢
٤	*١٨٨٠.١٩٦	٩٨.٥١٣	٣٠٤٧	١.٤٥٥	١٥	١.٥٥٢	١٦	٩٦.٩٩٣	١٠٠٠	تتيح إمكانية المشاركة والتفاعل مع مصادر المعلومات الرياضية.	٣
٧	*١٧٦٢.٧٨٦	٩٧.٨٩٨	٣٠٢٨	١.٢٦١	١٣	٣.٧٨٣	٣٩	٩٤.٩٥٦	٩٧٩	إمكانية تصفح أكثر من موقع لمزيد من المصادقية في نشر الاخبار الرياضية.	٤
٥	*١٨٥١.٨٦٦	٩٨.٤٤٨	٣٠٤٥	١.١٦٤	١٢	٢.٣٢٨	٢٤	٩٦.٥٠٨	٩٩٥	حرية التصفح والنشر وتبادل المعلومات برقابة أقل	٥
٢	*١٩٦٧.١٤١	٩٩.٢٨٩	٣٠٧١	٠.٥٨٢	٦	٠.٩٧٠	١٠	٩٨.٤٤٨	١٠١٥	تتيح تنوع وتعدد لخيارات جذابة لمصادر المعلومات	٦
١	*١٩٩٦.٥٣٠	٩٩.٤٨٣	٣٠٧٧	٠.٤٨٥	٥	٠.٥٨٢	٦	٩٨.٩٣٣	١٠٢٠	تتيح أشكال متعددة للمعلومات نصوص - صور - رسومات	٧

										فيديو	
١١	*١٥٩٤.٥٩٤	٩٦.٢٨٢	٢٩٧٨	٣.١٠٤	٣٢	٤.٩٤٧	٥١	٩١.٩٥٠	٩٤٨	مشاركة باستطلاعات وبحوث نحو الرياضة.	٨
٩	*١٦٥٢.٧٧٢	٩٦.٦٧٠	٢٩٩٠	٣.٠٠٧	٣١	٣.٩٧٧	٤١	٩٣.٠١٦	٩٥٩	التغطية الفورية والدقيقة للموضوعات الرياضية.	٩
١٠	*١٥٣٧.١٦٦	٩٦.٤١١	٢٩٨٢	١.٥٥٢	١٦	٧.٦٦٢	٧٩	٩٠.٧٨٦	٩٣٦	التوسع في نشر المؤتمرات الصحفية للمسؤولين ومتخذي القرار أثناء الاحداث الرياضية.	١٠
١٢	*١٤٤٠.٦٤٢	٩٤.٩٢٤	٢٩٣٦	٤.٢٦٨	٤٤	٦.٦٩٣	٦٩	٨٩.٠٤٠	٩١٨	تفنيد الشائعات والأخبار الرياضية المغلوطة.	١١
٦	*١٨٢٣.٩٧٩	٩٨.٣٥١	٣٠٤٢	٠.٩٧٠	١٠	٣.٠٠٧	٣١	٩٦.٠٢٣	٩٩٠	تشجيع المشاركة والحوار بين الجماهير حول الممارسات الاتصالية في الشأن الرياضي.	١٢
١٦	*٣٦٦.٦٨٣	٦١.٠٠٩	١٨٨٧	٥٤.٩٩٥	٥٦٧	٦.٩٨٤	٧٢	٣٨.٠٢١	٣٩٢	نشر ثقافة الاحترام المتبادل بين الجماهير.	١٣
١٨	*٣٥٦.٦٦١	٥٢.٣٤٤	١٦١٩	٦١.٠٠٩	٦٢٩	٢٠.٩٥١	٢١٦	١٨.٠٤١	١٨٦	نبذ العنف داخل المجتمع الرياضي.	١٤
٢٣	*٩٩٥.٧٦٣	٤١.٦٤٢	١٢٨٨	٧٩.٠٤٩	٨١٥	١٦.٩٧٤	١٧٥	٣.٩٧٧	٤١	التوعية لمخاطر خطاب الكراهية بين الجماهير.	١٥
٢٠	*٥٢٦.٨٤٤	٤٧.٩٧٩	١٤٨٤	٦٦.٠٥٢	٦٨١	٢٣.٩٥٧	٢٤٧	٩.٩٩٠	١٠٣	ممارسة أنشطة في المجتمع لمحاربة الكراهية	١٦
١٩	*٤١٧.٣٣٧	٥٠.٦٣٠	١٥٦٦	٦٣.٠٤٦	٦٥٠	٢٢.٠١٧	٢٢٧	١٤.٩٣٧	١٥٤	تعقد ندوات ومحاضرات بين الشباب والمطلبة لمحاربة الكراهية	١٧

٢١	*٦٠٤.٧٣٩	٤٧.٣٠٠	١٤٦٣	٦٩.٠٥٩	٧١٢	١٩.٩٨١	٢٠٦	١٠.٩٦٠	١١٣	١٨	محاورة الصورة النمطية السلبية لدى المجتمع.
٢٢	*٩٣٤.٥٢٤	٤٣.٢٩١	١٣٣٩	٧٨.٠٨٠	٨٠٥	١٣.٩٦٧	١٤٤	٧.٩٥٣	٨٢	١٩	التوعية بالدور السلبي الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي.
٢٤	*١٢٨٦.٢١٣	٣٩.٧٠٣	١٢٢٨	٨٥.٩٣٦	٨٨٦	٩.٠٢٠	٩٣	٥.٠٤٤	٥٢	٢٠	نشر ثقافة المحبة والتسامح بين الجماهير.
١٧	*٣٤٠.٧٠٤	٥٥.٣١٨	١٧١١	٤١.٠٢٨	٤٢٣	٥١.٩٨٨	٥٣٦	٦.٩٨٤	٧٢	٢١	توعية الشباب بقواعد التدوين السليمة ونشر الاخبار الصحيحة.
١٣	*٦٣٤.٩٥٤	٨٧.٨٤٤	٢٧١٧	٣.٩٧٧	٤١	٢٨.٥١٦	٢٩٤	٦٧.٥٠٧	٦٩٦	٢٢	توجيهات وتحريض الاندية لوسائل الإعلام.
١٤	*٥٥٠.٥٧٠	٨٥.٩٦٨	٢٦٥٩	٨.٥٣٥	٨٨	٢٥.٠٢٤	٢٥٨	٦٦.٤٤٠	٦٨٥	٢٣	شحن رؤساء الاندية للإعلاميين.
١٥	*٤٨٦.٥٥٥	٨٤.٩٩٨	٢٦٢٩	٩.٠٢٠	٩٣	٢٦.٩٦٤	٢٧٨	٦٤.٠١٦	٦٦٠	٢٤	ارتباط الإعلاميين بالاندية.

*قيمة (٢كا) الجدولية عند مستوي معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) = ٥.٩٩

يتضح من جدول (١١) أن قيمة (٢كا) المحسوبة لاستجابات أفراد العينة لعبارات محور " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية " جميعها دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٥) .

مناقشة نتائج التساؤل الثاني:

يتضح من جدول (١١) استجابات عينة البحث علي محور " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية " ، كما يتضح أن النسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " نعم " تراوحت ما بين (٣.٩٧٧% - ٩٨.٩٣٣%) ، والنسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " الي حدا ما " تراوحت ما بين (٠.٥٨٢% - ٥١.٩٨٨%) ، والنسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " لا " تراوحت ما بين (٠.٤٨٥% - ٨٥.٩٣٦%) .

كما يتضح من جدول (١١) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات محور " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية " بالنسبة لعينة الدراسة لصالح الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٣٤٠.٧٠٤ - ١٩٩٦.٥٣٠) ، وهي عبارات جميعها دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٥). ويوضح الجدول (١١) إن العبارات جاءت بوزن نسبي بين (٣٩.٧٠٣% - ٩٩.٤٨٣%). ويفسر الباحثان تلك النتائج بالتالي :

يتضح من الجدول السابق أن استجابة عينة المبحوثين علي محور " العوامل المؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية " علي عبارات، تتيح أشكال متعددة للمعلومات نصو ص- صور- رسوم- فيديو، تتيح تنوع وتعدد لخيارات جذابة لمصادر المعلومات، سهولة الاستخدام وقلة التكاليف عبر المنصات والتطبيقات، تتيح إمكانية المشاركة والتفاعل مع مصادر المعلومات الرياضية، حرية التصفح والنشر وتبادل المعلومات برقابة أقل، تشجيع المشاركة والحوار بين الجماهير حول الممارسات الاتصالية في الشأن الرياضي، إمكانية تصفح أكثر من موقع لمزيد من المصدقية في نشر الاخبار الرياضية، سرعة وفورية في نقل الأخبار الرياضية، التوسع في نشر المؤتمرات الصحفية للمسؤولين ومتخذي القرار أثناء الاحداث الرياضية، توجيهات وتحريض الاندية لوسائل الإعلام، شحن رؤساء الاندية للإعلاميين، ارتباط الإعلاميين بالاندية.

وتتفق الدراسة مع كلا من دراسة López-García, Xosé, & others (٢٠١٩) (٣٦) وأحمد الغنابة (٢٠١٩م) (٢) سناء شاهين (٢٠١٨م) (١٥) طارق محمد الصعيدي (٢٠٢٠م) (١٨)، دراسة بوعون أحمد، بلوصيف الطيب (٢٠٢٠م) (٧) سمية بن زكة (٢٠٢٠م) (١٤) حنان أشي (٢٠١٦) (١٠) ودراسة Kathleen sara Alpiza (٢٠١٠) (٣٤) ، في أن الواقع الإعلامي يستخدم بكثرة في تطبيقات صحافة الموبايل كنموذج لمعرفة الاخبار الرياضية ، لما لها من وجود أشكال متعددة للمعلومات نصو ص- صور- رسوم- فيديو، وتنوع وتعدد لخيارات جذابة لمصادر المعلومات، وزيادة في سرعة الانتشار بين الشباب، وكذلك سرعة لنقل الأخبار والتفاعل مع مصادر المعلومات ، وسهولة الاستخدام وقلة التكاليف وحرية التصفح والنشر والمشاركة التي تسمح بجذب الشباب للصحافة الهاتف المحمول.

وانتفتت الدراسة أيضا مع دراسة Vryzas, Nikolaos & Others (٢٠١٩) (٣٧) وإبراهيم الصديق أحرير (٢٠١٨) (١) وأحمد الغنابة (٢٠١٨م) (٢) ودراسة Walsh, Shari; White, Katherine & Young, Ross McD (٢٠٠٩) (٣٨) ، بشأن وجود توجيهات وتحريض الاندية لوسائل الإعلام، وشحن رؤساء الاندية للإعلاميين، وارتباط الإعلاميين بالاندية؛

مما ساهم في وجد بعض الاحتقان بين جماهير الرياضة المصرية خلال الفترة الماضية خاصة في ظل انتشار الهاتف الذكي بين يدي الشباب.

وهنا يثبت أن هناك عوامل مؤثرة علي انتشار صحافة الموبايل للحصول علي الاخبار والمعلومات الرياضية .

عرض نتائج التساؤل الثالث:

ما حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى؟

جدول (١٢)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة (كا) وترتيب العبارات لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات

الاستبيان محور "حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى"

ن=١٠٣١

م	العبارات	نعم		إلى حد ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا	الترتيب
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%				
٢٥	ساهم إنتشار الانترنت ووسائل التواصل الإجتماعي في تعزيز خطاب الكراهية بين الجماهير.	٦٩١	٦٧.٠٢٢	٢٦٨	٢٥.٩٩٤	٧٢	٦.٩٨٤	٢٦٨١	٨٦.٦٨٠	*٥٨٢.٤٥٠	٢٢
٢٦	تساهم في نشر خطاب الكراهية بين الجماهير.	٧١٢	٦٩.٠٥٩	٢٣٧	٢٢.٩٨٧	٨٢	٧.٩٥٣	٢٦٩٢	٨٧.٠٣٥	*٦٢٧.١١٠	٢١
٢٧	تساهم في الحوار وتخفيف خطاب الكراهية بين الجماهير.	٨٦	٨.٣٤١	٢٢٣	٢١.٦٢٩	٧٢٢	٧٠.٠٢٩	١٤٢٦	٤٦.١٠٤	*٦٥٢.٠٥٢	٢٩
٢٨	تساعد على نشر العنف المجتمعي اللفظي والسلوكي بين الجماهير.	٧٦٣	٧٤.٠٠٦	٢٣٢	٢٢.٥٠٢	٣٦	٣.٤٩٢	٢٧٨٩	٩٠.١٧١	*٨٢٣.٣٨١	١٧
٢٩	تخفف من العنف المجتمعي اللفظي والسلوكي بين الجماهير.	١٠١	٩.٧٩٦	١٧٩	١٧.٣٦٢	٧٥١	٧٢.٨٤٢	١٤١٢	٤٥.٦٥١	*٧٣٣.٠٤٤	٣٠
٣٠	ليس لها دور بل هي وسيلة محايدة	٤٤	٤.٢٦٨	٣٣٣	٣٢.٢٩٩	٦٥٤	٦٣.٤٣٤	١٤٥٢	٤٦.٩٤٥	*٥٤١.٨٦٤	٢٨
٣١	يعتمد الدور على طبيعة المستخدم (مستواه)	٨٩٣	٨٦.٦١٥	١١٥	١١.١٥٤	٢٣	٢.٢٣١	٢٩٣٢	٩٤.٧٩٥	*١٣٢٩.٤٣٥	١٠

										الاجتماعي والتعليمي).	
١٥	*١٠٦٧.٤٩٠	٩١.٠٤٤	٢٨١٦	٨.١٤٧	٨٤	١٠.٥٧٢	١٠٩	٨١.٢٨٠	٨٣٨	تهويل العنف والمشكلات الاجتماعية بين الجماهير.	٣٢
١٣	*١١٥٥.٤٠١	٩١.٩٨٢	٢٨٤٥	٧.٢٧٤	٧٥	٩.٥٠٥	٩٨	٨٣.٢٢٠	٨٥٨	تساهم في نشر معلومات مضللة.	٣٣
٢٣	*٥٦٣.٨١٦	٨٥.٦٤٥	٢٦٤٩	١٠.٦٦٩	١١٠	٢١.٧٢٦	٢٢٤	٦٧.٦٠٤	٦٩٧	عدم التزام الإعلاميين بمواثيق الشرف.	٣٤
٣	*١٥٥٣.٧٢٨	٩٦.١٢٠	٢٩٧٣	٢.٨١٣	٢٩	٦.٠١٤	٦٢	٩١.١٧٤	٩٤٠	غياب قيم التسامح والتعددية في الرأي في المجتمع.	٣٥
٩	*١٤٠٦.٤٣٥	٩٥.٢١٥	٢٩٤٥	٢.٦١٩	٢٧	٩.١١٧	٩٤	٨٨.٢٦٤	٩١٠	غياب الوازع الديني لدى قطاع واسع من الإعلاميين.	٣٦
٢٤	*٤٤٣.٢٩٢	٨٣.٠٩١	٢٥٧٠	١٤.٧٤٣	١٥٢	٢١.٢٤٢	٢١٩	٦٤.٠١٦	٦٦٠	قبول إعلام الكراهية لدي فئات واسعة من المجتمع.	٣٧
١٩	*٦٦٥.٩٠٩	٨٨.١٩٩	٢٧٢٨	٤.٣٦٥	٤٥	٢٦.٦٧٣	٢٧٥	٦٨.٩٦٢	٧١١	غياب المحاسبة القانونية للإعلاميين.	٣٨
٢٧	*٦٥.٠٠١	٧٣.٣٢٧	٢٢٦٨	٢٢.٠١٧	٢٢٧	٣٥.٩٨٤	٣٧١	٤١.٩٩٨	٤٣٣	ضعف الاحتراف المهني عند الإعلاميين.	٣٩
٢٦	*٨٨.١٣٤	٧٤.٣٢٩	٢٢٩٩	١٩.٩٨١	٢٠٦	٣٧.٠٥١	٣٨٢	٤٢.٩٦٨	٤٤٣	إثارة الفتن والفرقة والتناحر بين الجماهير مما يؤدي الي الصراعات.	٤٠
٢٥	*١٨٢.١٣٢	٧٨.٠٤٧	٢٤١٤	١٧.٢٦٥	١٧٨	٣١.٣٢٩	٣٢٣	٥١.٤٠٦	٥٣٠	تفقد الجماهير تماسكه الداخلي فيصبح ضعيفا أمام الأزمات.	٤١
١٨	*٩١٧.٢١٦	٨٩.١٣٧	٢٧٥٧	١٠.٣٧٨	١٠٧	١١.٨٣٣	١٢٢	٧٧.٧٨٩	٨٠٢	تبعيد المستثمرين المحليين والأجانب عن الرياضة.	٤٢
٢٠	*٦٧٠.٧٦٨	٨٨.٠٣٨	٢٧٢٣	٥.٦٢٦	٥٨	٢٤.٦٣٦	٢٥٤	٦٩.٧٣٨	٧١٩	تقتل روح الإبداع في المجتمع.	٤٣
١٢	*١١٤١.٤٦٨	٩٢.٣٣٨	٢٨٥٦	٥.٨٢٠	٦٠	١١.٣٤٨	١١٧	٨٢.٨٣٢	٨٥٤	تهدد وحدة النسيج الاجتماعي للجماهير والمجتمع ككل.	٤٤
١٦	*٨٤٨.٣٣٦	٩٠.٨٥٠	٢٨١٠	١.٣٥٨	١٤	٢٤.٧٣٣	٢٥٥	٧٣.٩٠٩	٧٦٢	تقسم المجتمع إلى جماعات غير متجانسة.	٤٥
٧	*١٤٠٠.٠٥٦	٩٥.٣٧٧	٢٩٥٠	١.٩٤٠	٢٠	٩.٩٩٠	١٠٣	٨٨.٠٧٠	٩٠٨	تساعد على انتشار التطرف بين الشباب.	٤٦

١١	*١٣١٣.٢٨٦	٩٤.٥٣٦	٢٩٢٤	٢.٧١٦	٢٨	١٠.٩٦٠	١١٣	٨٦.٣٢٤	٨٩٠	انتشار مفهوم أقصاء الأخر في وسائل الإعلام.	٤٧
١٤	*١١٢٣.٥٦٢	٩١.٤٣٢	٢٨٢٨	٨.٢٤٤	٨٥	٩.٢١٤	٩٥	٨٢.٥٤١	٨٥١	غياب مفهوم الوسطية وحل محله التعصب والكراهية بين الجماهير.	٤٨
٢	*١٥٤٩.٢٧١	٩٦.١٨٥	٢٩٧٥	٢.٥٢٢	٢٦	٦.٤٠٢	٦٦	٩١.٠٧٧	٩٣٩	الأقصاء من المشهد الرياضي.	٤٩
٥	*١٥٣٧.٤٠٤	٩٥.٨٢٩	٢٩٦٤	٣.٣٩٥	٣٥	٥.٧٢٣	٥٩	٩٠.٨٨٣	٩٣٧	زيادة حالة الاحتقان وتضليل الحقائق والواقع ويؤثر بشكل كبير على وعي الجمهور.	٥٠
١	*١٦٥٨.٠٧٤	٩٦.٤٤٤	٢٩٨٣	٣.٧٨٣	٣٩	٣.١٠٤	٣٢	٩٣.١١٣	٩٦٠	التأثير على العلاقات بين الأندية.	٥١
٦	*١٥٦٢.٥٨٦	٩٥.٧٣٢	٢٩٦١	٤.١٧١	٤٣	٤.٤٦٢	٤٦	٩١.٣٦٨	٩٤٢	خلق مجتمع رياضي فاسد لا يفكر الا في العنف والكراهية.	٥٢
٨	*١٥٢٦.٢٣١	٩٥.٣٧٧	٢٩٥٠	٤.٥٥٩	٤٧	٤.٧٥٣	٤٩	٩٠.٦٨٩	٩٣٥	تأجيج الصراع بين الجماهير.	٥٣
٤	*١٤٨٩.٧٧١	٩٥.٨٦٢	٢٩٦٥	٢.٣٢٨	٢٤	٧.٧٥٩	٨٠	٨٩.٩١٣	٩٢٧	زيادة التوتر القائم بين جماهير الأندية.	٥٤

*قيمة (٢كا) الجدولية عند مستوي معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) = ٥.٩٩

يتضح من جدول (١٢) أن قيمة (٢كا) المحسوبة لاستجابات أفراد العينة لعبارات محور " حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى " جميعها دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٥) .

مناقشة نتائج التساؤل الثالث:

يتضح من جدول (١٢) استجابات عينة البحث علي محور " حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى " ، كما يتضح أن النسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " نعم " تراوحت ما بين (٤.٢٦٨% - ٩٣.١١٣%) ، والنسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " الي حدا ما " تراوحت ما بين (٣.١٠٤% - ٣٧.٠٥١%) ، والنسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " لا " تراوحت ما بين (١.٣٥٨% - ٧٢.٨٤٢%) .

كما يتضح من جدول (١٢) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات محور " حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى " بالنسبة لعينة الدراسة لصالح

الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٦٥.٠٠١ - ١٦٥٨.٠٧٤) ، وهي عبارات جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

ويوضح الجدول (١٢) إن العبارات جاءت بوزن نسبي بين (٤٥.٦٥١% - ٩٦.٤٤٤%).

ويفسر الباحثان تلك النتائج بالتالي :

نلاحظ من الجدول السابق أن اعلي استجابة لعينة المبحوثين علي محور " **حجم تأثير التعرض لصحافة الموبايل علي وسائل الاعلام الأخرى** " لعبارات، التأثير على العلاقات بين الأندية، الإقصاء من المشهد الرياضي، غياب قيم التسامح والتعددية في الرأي في المجتمع، زيادة التوتر القائم بين جماهير الأندية، زيادة حالة الاحتقان وتضليل الحقائق والواقع ويؤثر بشكل كبير على وعي الجمهور.، خلق مجتمع رياضي فاسد لا يفكر الا في العنف والكرهية، تأجيج الصراع بين الجماهير، تساعد على انتشار التطرف بين الشباب، غياب الوازع الديني لدى قطاع واسع من الإعلاميين، أنتشار مفهوم أقصاء الأخر في وسائل الإعلام، تهدد وحدة النسيج الاجتماعي للجماهير والمجتمع ككل، غياب مفهوم الوسطية وحل محله التعصب والكرهية بين الجماهير. اتفقت الدراسة مع دراسة **راشد صلاح الدين (٢٠٢١م) (١١)** في تشكيل صحافة الموبايل نحو اتجاهات الجمهور المصري.

كما اتفقت الدراسة أيضاً مع دراسة **صخر الخصاونة، سهل العتوم (٢٠٢٠م) (١٦)**، في أن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر خطاب الكراهية، وأن انتشار خطاب الكراهية يثير الفتن بين مكونات المجتمع، بالإضافة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية ، وعزت دراسة **مصطفى حميد كاظم الطائي (٢٠٢٠م) (٢٩)** أن وسائل الإعلام أخطر من فوهات المدافع عندما تستخدم في حملات التضليل الإعلامي والحروب النفسية التي تستهدف الروح المعنوية، مما يتسبب في الكراهية بين الشباب .

كما اتفقت الدراسة أيضاً مع دراسة **ناصر سعود الرحامنة (٢٠١٨م) (٣٠)**، ودراسة **أفنان الوحش (٢٠١٧م) (٣)** ، والتي أشارت الي أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، وإن خطاب الكراهية عبر الفيسبوك قد يؤدي إلى التطرف وفقد المجتمع تماسكه الداخلي، وكذلك توصلت دراسة **ABBA AMSAMI ELGUJJA& DR. AUGUSTINE (٢٠١٩) (٤٠)** أنه لم يتم عمل الكثير لفرض تدابير أكثر صرامة مراقبة الإساءة على مواقع التواصل الاجتماعي، فيسبب ذلك خلق مجتمع فاسد لا يفكر الا في العنف والكرهية.

عرض نتائج التساؤل الثالث :

- ما الدور الذي تقوم به صحافة الموبايل في نشر خطاب الكراهية بين الجماهير ؟

جدول (١٣)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة (كا) وترتيب العبارات لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات

الاستبيان محور " الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير " .

ن=١٠٣١

الترتيب	كا	الوزن النسبي	المجموع التقديري	لا		إلى حد ما		نعم		العبارات	م
				%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
٨	*١٥٧٨.٨٦٣	٩٦.١٥٣	٢٩٧٤	٣.٢٠١	٣٣	٥.١٤١	٥٣	٩١.٦٥٩	٩٤٥	منشورات أو صور أو فيديوهات أو رسومات تخرج عن القيم والعادات الاجتماعية.	٥٥
٦	*١٦٤١.٩٥٣	٩٦.٥٠٨	٢٩٨٥	٣.٢٩٨	٣٤	٣.٨٨٠	٤٠	٩٢.٨٢٣	٩٥٧	أفكار ومفردات ومفاهيم متطرفة وغير معتدلة أو متسامحة بين الجماهير.	٥٦
١	*١٨٠٧.٤٣٤	٩٨.٢٨٦	٣٠٤٠	٠.٨٧٣	٩	٣.٣٩٥	٣٥	٩٥.٧٣٢	٩٨٧	عنف لفظي مثل الشتائم من خلال التعليقات والفيديوهات المنشورة بين المسؤولين الرياضيين.	٥٧
٣	*١٧٤٠.٢٧٠	٩٧.٦٠٨	٣٠١٩	١.٧٤٦	١٨	٣.٦٨٦	٣٨	٩٤.٥٦٨	٩٧٥	كراهية الغير لآخرين المختلفين عني مثلما يحدث مع جماهير الأندية علي صفحاتهم الشخصية.	٥٨
١٨	*١١٤٥.١٣٥	٩٢.٣٠٥	٢٨٥٥	٦.٠١٤	٦٢	١١.٠٥٧	١١٤	٨٢.٩٢٩	٨٥٥	الترويج للكراهية من خلال منشورات لأفكار متعصبة علي صفحات المسؤولين الرياضية.	٥٩
١٢	*١٤٠٠.٥٥٧	٩٥.٠٨٦	٢٩٤١	٢.٩١٠	٣٠	٨.٩٢٣	٩٢	٨٨.١٦٧	٩٠٩	عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين في المشاريع الرياضية	٦٠
١٠	*١٥١٦.٧٥٧	٩٥.٦٣٥	٢٩٥٨	٣.٥٨٩	٣٧	٥.٩١٧	٦١	٩٠.٤٩٥	٩٣٣	إقصاء الآخرين عن المشاركة في الرياضة	٦١
١٤	*١٣٢٠.٩٥٦	٩٤.٧٦٢	٢٩٣١	٢.١٣٤	٢٢	١١.٤٤٥	١١٨	٨٦.٤٢١	٨٩١	كراهية قيم الآخرين وعاداتهم نحو ناديتهم.	٦٢
٢	*١٨٤٥.٩٨٨	٩٨.٢٥٤	٣٠٣٩	١.٦٤٩	١٧	١.٩٤٠	٢٠	٩٦.٤١١	٩٩٤	النظرة الدونية لآخرين	٦٣

										بسبب الاختلاف في تشجيع فريقي.
٤	*١٥٩٠.٤٦٢	٩٦.٩٩٣	٣٠٠٠	٠.٧٧٦	٨	٧.٤٦٨	٧٧	٩١.٧٥٦	٩٤٦	احتقار عادات وتقاليد الآخرين في ثقافتهم وتمسكهم بأنديتهم.
١٣	*١٤٥٤.٩٥٨	٩٤.٨٢٧	٢٩٣٣	٤.٨٥٠	٥٠	٥.٨٢٠	٦٠	٨٩.٣٣١	٩٢١	تشويه الحقائق الرياضية وتكذيبها.
١٧	*١١٥٥.١٥٦	٩٣.٥٣٤	٢٨٩٣	٢.٠٣٧	٢١	١٥.٣٢٥	١٥٨	٨٢.٦٣٨	٨٥٢	النظر إلى الآخر من منظور الاستعلاء والكبرياء
١٩	*١٠٧٧.٤٠٦	٩٢.٢٤١	٢٨٥٣	٤.٤٦٢	٤٦	١٤.٣٥٥	١٤٨	٨١.١٨٣	٨٣٧	الحض على إستخدام العنف ضد المنشئات الرياضية.
١٦	*١١٢٦.٧٠٤	٩٣.٦٩٥	٢٨٩٨	٠.٤٨٥	٥	١٧.٩٤٤	١٨٥	٨١.٥٧١	٨٤١	الحض على رفض التسامح بين الجماهير.
٢٠	*١٠٤٨.٥٩٩	٩١.٥٢٩	٢٨٣١	٦.١١١	٦٣	١٣.١٩١	١٣٦	٨٠.٦٩٨	٨٣٢	إستخدام أوصاف وشتائم في التعامل مع رؤساء الأندية الأخرى.
٢١	*١٠١٤.٣٥٧	٩١.١٠٩	٢٨١٨	٦.٥٩٦	٦٨	١٣.٤٨٢	١٣٩	٧٩.٩٢٢	٨٢٤	إستخدام الجماهير المؤيدة لمحاربة وجهة النظر الأخرى
١٥	*١٤٩٦.٥٥١	٩٤.٦٠١	٢٩٢٦	٦.٣٠٥	٦٥	٣.٥٨٩	٣٧	٩٠.١٠٧	٩٢٩	التحريض على إقصاء الآخر
٥	*١٦٠٦.٠٣٥	٩٦.٥٧٣	٢٩٨٧	٢.٤٢٥	٢٥	٥.٤٣٢	٥٦	٩٢.١٤٤	٩٥٠	السخرية من لاعبين الفريق المنافس.
٦م	*١٦٢١.٠٢٦	٩٦.٥٠٨	٢٩٨٥	٢.٩١٠	٣٠	٤.٦٥٦	٤٨	٩٢.٤٣٥	٩٥٣	تشويه الرموز الرياضية للفريق المنافسة.
٩	*١٥٥٧.٨٢٥	٩٥.٩٢٦	٢٩٦٧	٣.٤٩٢	٣٦	٥.٢٣٨	٥٤	٩١.٢٧١	٩٤١	التجريح والاهانة المتعمدة لشخصيات ورموز الأندية الأخرى.
١١	*١٤٧٦.٠٢٥	٩٥.٢٨٠	٢٩٤٧	٣.٨٨٠	٤٠	٦.٤٠٢	٦٦	٨٩.٧١٩	٩٢٥	السبب والقدف ضد أعضاء النادي والجماهير الأخرى.

*قيمة (٢كا) الجدولية عند مستوي معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) = ٥.٩٩

يتضح من جدول (١٣) أن قيمة (٢كا) المحسوبة لاستجابات أفراد العينة لعبارات محور " الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير " جميعها دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٥) .

مناقشة نتائج التساؤل الثالث :

يتضح من جدول (١٣) استجابات عينة البحث علي محور " الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير "، كما يتضح أن النسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " نعم " تراوحت ما بين (٧٩.٩٢٢% - ٩٦.٤١١%) ، والنسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " الي حدا ما " تراوحت ما بين (١.٩٤٠% - ١٧.٩٤٤%) ، والنسبة المئوية للاستجابة للعبارات بالإجابة بـ " لا " تراوحت ما بين (٠.٤٨٥% - ٦.٥٩٦%). كما يتضح من جدول (١٣) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات محور " الدور التي تقوم به صحافة الموبايل في صنع الكراهية بين الجماهير " بالنسبة لعينة الدراسة لصالح الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (١٠١٤.٣٥٧ - ١٨٤٥.٩٨٨) ، وهي عبارات جميعها دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٥). ويوضح الجدول (١٣) إن العبارات جاءت بوزن نسبي بين (٩١.١٠٩% - ٩٨.٢٨٦%).

ويفسر الباحثان تلك النتائج بالتالي :

من خلال الإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه يتبين التنوع في أشكال الكراهية من خلال العبارات، وهو ما يبين استخدام العبارات التي تهدف الي التحريض علي العنف داخل المجتمع الرياضي ، والتحريض ضد الشخصيات الرياضية أضاف الي التحريض ضد المؤسسات الرياضية، ويتبين أيضاً ان عينة البحث أكدت علي وجود سباب وشتائم وعنف لفظي من خلال التعليقات والفيديوهات المنشورة بين المسؤولين الرياضيين، والنظرة الدونية لآخرين بسبب الاختلاف في تشجيع فريق بعينة، فضلا عن كراهية الغير لآخرين المختلفين، مثلما يحدث مع جماهير الأندية علي صفحاتهم الشخصية، وهو ما يؤجج الصراع بين الجماهير الرياضية . ويتبين أيضا ان السخرية من لاعبين الفريق المنافس، وتشوية الرموز الرياضية للفرق المنافسة، ونشر صور أو فيديوهات أو رسومات تخرج عن القيم والعادات الاجتماعية مع التجريح والاهانة المتعمدة لشخصيات ورموز الأندية الأخرى ، وتشويه الحقائق الرياضية وتكذيبها، أحد أهم أشكال الكراهية بين الجماهير والتي قد تسببه صحافة الموبايل .

وانفقت الدراسة مع دراسة كلا من صخر الخصاونة، سهل العتوم (٢٠٢٠م) (١٦)، مصطفى حميد كاظم الطائي (٢٠٢٠م) (٢٩)، بيرق حسين جمعة الربيعي (٢٠١٩م) (٨)، دراسة إبراهيم الصديق أحرير (٢٠١٨) (١)، دراسة ناصر سعود الرحامنة (٢٠١٨م) (٣٠)، دراسة أفنان الوحش (2017م) (3)، ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في بناء اشكال الكراهية بين المجتمع خاصة الفيس بوك ، وان الشتائم والسب والقذف هي سمة المحلة بين الشباب المتناحر، فضلا عن العنف اللفظي والفيديوهات المنشورة والسخرية من الآخرين.

فيما اتفقت أيضاً دراسة (McCauley, C. (2020) (٤١)، دراسة ABBA AMSAMI
Evan R. Harrington (2019) ELGUJJA & DR. AUGUSTINE (٤٠)، دراسة
2004 (٣٣)، أن مواقع التواصل الاجتماعي، وهي أحدي وسائل صحافة الهاتف المحمول،
كرثت كثيراً من الكراهية بين الجماهير وان والتمركز العرقي والعداء بين الجماعات والسلوك، هو
المسبب الرئيسي للكراهية بين الجماهير.
كما أوضحت النتائج أشكال الكراهية المختلفة والتي قد تؤدي الي العنف في كثير من
الاحداث الرياضية، وهو ما يحدث حالياً من تلقي وبث ونشر موضوعات وأخبار متعددة الأشكال
من نصوص ومقاطع فيديو وصور ورسوم وغيرها حول تصريحات بعض المسئولي الرياضيين
تجاه الفريق المنافس، عبر وسائل وقنوات اتصالية مختلفة من خلال صحافة الموبايل، وهو ما
يشكل قوة اتصالية واضحة من الإسهام الكراهية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

- في ضوء أهداف البحث وفروضة، وفي حدود طبيعة ومجالات البحث والعينة التي اجريت
عليها الدراسة، ومن واقع النتائج والبيانات التي تجمعت لدى الباحثان، وفي إطار المعالجات
الإحصائية المستخدمة توصل الباحثان الى الاستنتاجات الآتية:
- ١- ان صحافة الموجو "MOJO" -صحافة الموبايل- تعد من أهم الاتجاهات الإعلامية الحديثة،
حيث فرضت حضورها في العمل الصحفي والإعلامي، وقد زاد انتشارها بين فئات المجتمع
خاصة جيل الشباب الذين تستهويهم استخدام الهواتف الذكية وتطبيقات الموبايل
 - ٢- ان أهم أسباب اعتماد الشباب على صحافة الموبايل سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات
الرياضية، وسهولة الاستخدام وقلة التكاليف، واطاحة أشكالاً متعددة للمعلومات نصوفاً وصوراً
ورسوماً وفيديوهات.
 - ٣- ارتفاع اعتماد الشباب على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات، وارتفاع
الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس
بوك وتويتر والواتس آب وتطبيقات الاخبار الرياضية مثل اليوم السابع وفي الجول ويلا كورة
والصحف الالكترونية مثل المساء والاهرام الرياضي، والقنوات الرياضية الالكترونية
مثل **beIN sport** و**OnTime Sports** والأهلي والزمالك.
 - ٤- وأظهرت النتائج مدي اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في نشر الكراهية بين
الجماهير وتعدد أشكالها؛ مما يثير الفتن بين الجماهير مما يستلزم وضع الأطر القانونية للحد

من الكراهية بين الجماهير علي تطبيقات الموبايل بما يحقق مزيداً من نزاهة المعلومات وحقوق الأفراد.

التوصيات:

- إستنادا الى ما توصل اليه من نتائج ، يوصى الباحثان بما يلي :
- ١- الاهتمام بتنمية الوعي الرقمي باستخدام صحافة الموبيل بين الشباب وأفراد المجتمع بشكل عام؛ خاصة في ظل كثرة المعلومات المضللة والشائعات، والتي يزيد تدفقها أثناء الأزمات الرياضية.
 - ٢- العمل على تفعيل إجراءات الضبط القانوني للنشر الإلكتروني عبر تطبيقات الموبايل بما يحقق مزيداً من نزاهة المعلومات وحقوق الأفراد والحد من الكراهية بين الشباب.
 - ٣- حسن استثمار صحافة الموبايل ووسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الرياضية المختلفة للشباب؛ حيث ثبت زيادة الاعتماد عليها والإفادة منها وشيوع استخدامها بين الذكور والإناث.

المراجع العربية والأجنبية

المراجع العربية :

- ١- إبراهيم الصديق أحرير (٢٠١٨م): الخطاب الإعلامي الليبي ودوره في صنع الكراهية، مجلة البيان العلمية، جامعة سرت، العدد الأول، ليبيا .
- ٢- أحمد العنانية (٢٠١٨م): دور الهاتف الخليوي الذكي في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الأردنية علي الصحافة المطبوعة، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، جامعة الزرقاء مجلد ١٨- عدد ٣ . الأردن.
- ٣- أفنان الوحش (٢٠١٧ م): خطاب الكراهية على المواقع الإخبارية الأردنية: تحليل محتوى، رسالة ماجستير، معهد الاعلام الأردني، عمان.
- ٤- السيد بخيت (٢٠١٢م): الانترنت كوسيلة اتصال جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة.
- ٥- أيمن محمد إبراهيم بريك (٢٠٢٠م): دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٤، الجزء السادس، القاهرة .
- ٦- بشري داود السنجري (٢٠١٩م): دور التلفزيون في اثاره العنف في منافسات كرة القدم لدي الشباب العراقي، مجلة الدراسات الاعلامية - المركز الديمقراطي العربي - برلين - المانيا - العدد الثامن .

- ٧- **بوعون أحمد وبلوصيف الطيب (٢٠٢٠م):** استخدام تطبيقات صحافة الموبايل Mojo وتأثيراتها على الأداء الإعلامي في الجزائر: دراسة ميدانية في إذاعة سطييف الجهوية، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية المجلد ١١ العدد ٣، الجزائر.
- ٨- **بيرق حسين جمعة الربيعي (٢٠١٩م):** دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، بحث مقدم الي المؤتمر الدولي - خطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمي الإقليمي والدولي، كلية الاعلام، جامعة صلاح الدين - أربيل كدستان، العراق.
- ٩- **حسين محمد نصر (٢٠٠٣م):** الإنترنت والإعلام الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
- ١٠- **حنان أحمد أشي (٢٠١٦م):** دوافع واستخدامات الجوال لدي طلبة الجامعة في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ١، السعودية.
- ١١- **راشد صلاح الدين راشد (٢٠٢١م):** دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية - دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الازهر، العدد ٥٦، الجزء الثالث، القاهرة.
- ١٢- **سائد سعيد رضوان (٢٠١٦م):** اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الازمات، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، فلسطين.
- ١٣- **سماح الشهاوي (٢٠١٨م):** تفضيلات المستخدمين لتصميم المواقع الإخبارية المصرية علي الهواتف المحمولة - دراسة تحليلية وميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ١٥، القاهرة.
- ١٤- **سمية بن زكة (٢٠٢٠م):** استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبي بعد ٢٢ فبراير ٢٠١٩، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد ٧، العدد ٣، الجزائر.
- ١٥- **سناء شاهين (٢٠١٨م):** دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا.
- ١٦- **صخر أحمد الخصاونة، سهل علي العتوم (٢٠٢٠م):** دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين- دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، معهد الإعلام الأردني، مجلد ٢٩ العدد ١، عمان.
- ١٧- **صفا محمود عثمان (٢٠٠٩م):** إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٥، القاهرة.

- ١٨- طارق محمد الصعيدي (٢٠٢٠م): اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الازهر، العدد ٥٤، الجزء الرابع، القاهرة.
- ١٩- طلعت عيسى، وسائد رضوان (٢٠١٩م): اعتماد الشباب الفلسطيني علي صحافة الهاتف المحمول مصدرا لأخبار انتفاضة القدس: دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية: الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.
- ٢٠- عبد الأمير الفيصل (٢٠٠٥م): الصحافة الالكترونية مقاربة أولية، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.
- ٢١- عبد الرازق الدليمي (٢٠١١م): الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
- ٢٢- عبيد بن سعيد الشقصي (٢٠١٢م): الاشباعات المتحققة من استخدام الشباب في سلطنة عمان للهاتف المحمول، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ١١، القاهرة.
- ٢٣- غالب كاظم جواد الدعيمي (٢٠١٦م): الإعلام الجديد- اعتمادية متصاعدة- ووسائل متعددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان.
- ٢٤- غالب كاظم جواد الدعيمي (٢٠١٩م): دور صحافة الموبايل في تزويد الجمهور بالأخبار الرياضية "دراسة مسحية على جمهور مدينة بابل" مجلة الباحثان، جامعة كربلاء، المجلد ٢١، العدد ٢٠١-١٤٣، العراق.
- ٢٥- فتحي شمس الدين (٢٠١٩م): إعلام الهاتف المحمول، دار النهضة العربية، القاهرة.
- ٢٦- فوزي احمد امين، طارق بدر الدين (٢٠٠١): سيكولوجية الفريق الرياضي، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ٢٧- محمد عبد الحميد (٢٠٠٧م): الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة، عالم الكتب، القاهرة.
- ٢٨- محمود علم الدين (٢٠٠٨م): أساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون، دار الإيمان للطباعة، القاهرة.
- ٢٩- مصطفى حميد كاظم الطائي (٢٠٢٠): النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 19 العدد 02، الجزائر.
- ٣٠- ناصر سعود الرحامنة (٢٠١٨م): خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن - دراسة مسحية، ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

٣١- ندي عبود جارالله (٢٠١٨م): ندوة علمية بعنوان "دور الاعلام في الحد من خطاب الكراهية ونشر ثقافة الاعتدال"، (نحو رؤية اجتماعية تعددية وقبول الآخر) بالتعاون مع جامعة كركوك - كلية الآداب - قسم الإعلام، العراق.

٣٢- نورة حمدي أبو سنة (٢٠١٤): استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية والاشباعات المتحركة منها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٦، السعودية.
المراجع الأجنبية:

- 33- **Evan R. Harrington**, 2004: The Social Psychology of Hatred, Paper presented at the Conference to Establish the Field of Hate Studies, Spokane, WA.
- 34- **Kathleen Sara Alpiza (2010)**: New media use among high achieving adolescents ,Master of science , san josA state University :The faculty of the school of journalism and mass communications.
- 35- **Levinson, P.(2012)**: New media, Second edition, New York, Fordham UNIVERSITY.
- 36- **López-García, Xosé,&others (2019)**: Mobile Journalism: Systematic Literature Review, Comunicar: Media Education Research Journal, v27 n59.
- 37- **Vryzas, Nikolaos; Sidiropoulos, Efstathios; Vrisis, Lazaros; Avraam, Evangelia; Dimoulas, Charalampos (2019)**: Machine-Assisted Reporting In The Era Of Mobile Journalism: The MoJo-Mate Platform, Strategy & Development Review. Special issue, Vol. 9,
- 38- **Walsh,Shari; White, Katherine &Young, Ross McD. (2009)** ,The phone connection: A qualitative exploration of how belongingness and social identification relate to mobile phone use amongst Australian youth, Journal of community and applies social sychology, Vol.19.

مراجع الشبكة العنكبوتية

٣٩- تقرير وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات - الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، بعنوان "نتائج قياسات جودة خدمات الاتصالات للربع الثاني من ٢٠٢١" بتاريخ ٢ أغسطس ٢٠٢١م.

https://mcit.gov.ar/Media_Center/Latest_News/News/63542

- 40- **ABBA AMSAMI ELGUJJA & DR. AUGUSTINE**, 2019: WHEN DISSENT BY FOOTBALL FANS ON SOCIAL MEDIA TURNS TO HATE: CALL FOR STRICTER MEASURES,

<https://www.researchgate.net/publication/334274529>

- 41- **McCauley, C. (2020)**. The essence of hate and love. In **R. J. Sternberg** (ed.), *Perspectives on hate: How it originates, develops, manifests, and spreads*,

https://repository.brynmawr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=psych_pubs