دور البرامج الرياضية فى القنوات الفضائية المصرية فى مواجهة التعصب الرياضى

د. سهير صالح إبراهيم(*)

مقدمة:

تعتبر ظاهرة التعصب الرياضى من الظواهر التى عرفت منذ اشتهرت كرة القدم، وهى منتشرة بين المشجعين، وقد شهدت الساحة المصرية فى السنوات الأخيرة تحولاً خطيراً فى تشجيع الفرق الرياضة، وتحول الانتماء الرياضى لموجات عنف مادى، ودموى، أتخذ أشكالاً عدة، ولعل حادثة ستاد بورسعيد التى هزت وجدان العالم كله أصدق مثال على خطورة قضية التعصب، وهى الحادثة التى نجمت عن مباراة نادىى الأهلى و المصرى و أودت بحياة أكثر من ٧٤ مشجعاً للنادى الأهلى إضافة لإصابة المئات، و تعد ثانى أسوأ كارثة أفريقية بعد حادثة الشغب فى غانا عام (٢٠٠١)، والتى شهدت مصرع ١٢٧ شخصاً، وسادس أكبر كارثة رياضية على المستوى العالمى .

يعد التعصب الرياضى ظاهرة عالمية فى جميع الملاعب الرياضية، وتاريخ كرة القدم – بصفة خاصة – حافل بالوقائع التى تشير لوقوع أعمال عنف وشغب نتيجة التعصب الجماهيرى للفرق الرياضية المتنافسة، كما سجلت ملاعب أمريكا الجنوبية ودولها التى تعشق كرة القدم، مثل المكسيك،وكولومبيا وشيلى، مستويات قياسية فى التعصب الرياضى للفرق، والمنتخبات الرياضية[١].

أصبحت كرة القدم فى السنوات الأخيرة أكثر من مجرد لعبة رياضية، بل هى أحد أهم المواد التليفزيونية الرئيسة، الأكثر تداولاً عالمياً بين الدول، وهو ما يظهر فى البطولات العالمية والقارية، وجذبت اهتمام الصغار والشباب خاصة، ولذا ركزت الدراسات الاجتماعية والنفسية جهودها على الربط بين الانتماء القومى، وتشجيع كرة القدم، وسياسات الهوية العرقية، والتعصب فى التشجيع، مثل هذا الاهتمام يعكس تاريخاً طويلاً للرياضة، كوسيلة وأداة أيدلوجية هامة، خاصة إذا نظرنا لدور

(*) مدرس الإعلام التربوى - كلية التربية النوعية جامعة القاهرة

الهوليجانز Hooligans[*] كظاهرة حديثة تحدد سمات كرة القدم مع الصراع الدائر بين المؤيدين للفرق والجماهير المعادية، لاسيما بين الدول التى تشترك فى تاريخ من الصراع فى الماضى.[٢]

تعتبر الرياضة سلوكاً محبباً وشعبياً لأنها تقدم قصصاً جذابه،وواقعية للنجاح والفشل، والنصر والهزيمة لدى جمهور عريض، والآن أصبحت العلاقة بين التليفزيون والرياضة علاقة تبادلية، فالرياضة أساسية فى محتوى التليفزيون وفى دخله، والوسيلة الإعلامية أساسية فى تمويل الرياضة والترويج لها.

وتعتمد الشبكات التليفزيونية على المواد الرياضية للحصول على دخل مادى، ولذا فقد وفرت للبرامج

والمواد الرياضية كل وسائل الجذب الممكنة للوصول للجماهير، والمعلنين، والممولين.[٣]

يمثل الوضع فى القنوات الفضائية المصرية نموذجا لهذا التكالب على الربح المادى، حيث أتهم الإعلام الرياضى فى الفضائيات بأنه أصبح وسيلة للربح، ولجذب الإعلانات، وتحقيق أعلى معدلات مشاهدة، دون الاهتمام بالمضمون الجيد، وركزت الفضائيات الرياضية على عوامل الإثارة من خلال أفتعال الأزمات، وأتاحة الفرصة للملاسنات، والرد على الأتهامات المتبادلة، بهدف جذب المشاهدين، ومن ثم المعلنين لتحقيق أرباح مادية لمالكى القنوات .

تعتمد هذه القنوات الرياضية على مشاهير الكرة غير المؤهلين للعمل الإعلامى، والذين تنقص بعضهم الموهبة، ولم يحصلوا على تدريب إعلامى كافي، وحملهم البعض مسئولية الأزمة الشهيرة بين مصر والجزائر بعد مباراة البلدين فى تصفيات كأس العالم ٢٠١٠، نتيجة للشحن الزائد للجماهير قبل المباراة وبعدها.

وجهت أيضاً فى الفترة الأخيرة سهام النقد للإعلام الرياضى الفضائى، وخاصة القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة، وبعض المذيعين فيها، بأنهم أحد أسباب حادثة بورسعيد، عبر الخطاب الإعلامى المنفلت، وإشعال الأزمات بين جماهير

(*) الهوليجانز: مصطلح ارتبط بمشجعى الفريق الإنجليزى لكرة القدم، حيث اشتق الاسم من احدى العائلات الإيرلندية التى عاشت فى لندن، واشتهرت بشغبها ومشاكستها فى الشوارع اللندنية، ومنها اشتق اسم ظاهرة عنف الملاعب الرياضية Football Hooliganism.

الأندية، بتقديمها إعلاماً متحيزاً ساعد على شحن الجماهير، من خلال برامج تمتد لساعات طويلة، تشتمل على كل ما يثير التعصب، من رصد لأخطاء التحكيم وتجاوزات الجماهير واللاعبين، مما أوجد حالة من الرفض المتبادل بين مشجعى الأندية،وهو ما زرع الكراهية ونشر الفرقة، بدلاً من أن تقوم البرامج بدورها الحقيقى فى نشر الروح الرياضية، والتقريب بين الشباب، وتشجيعهم على ممارسة الرياضة التى تهذب النفوس .

مشكلة الدراسة:

يقوم الإعلام الرياضى بدور كبير فى نشر الأخلاق الرياضية، وعن طريقه يمكن إعادة المجتمع الرياضى إلى المنهج الصحيح وذلك بالحرص على نشر الموضوعات والبرامج الرياضية الهادفة والنقد البناء، ومناقشة المشاكل الرياضية وإيجاد الحلول لها. وتأكيد الإيمان الكامل بأن الرياضة فوز وخسارة وامتلاك الروح الرياضية، وتقبل النتائج، والعمل الجاد المتواصل لتحسينها وفقاً للأنظمة والقوانين، وبناء نظام رياضى سليم. إضافة لدوره المهم بتصحيح السلوكيات الخاطئة كالتعصب الجماهيرى بأسلوب تربوى.

إلا أنه فى الفترة الأخيرة أتهم الإعلام الرياضى بأنه حاد عن دوره الأساسى، وأصبح محركاً أساسياً للتعصب، والاحتقان فى الشارع الرياضى المصرى، من خلال مشاركة الإعلاميين المتعصبين لألوان الأندية، والصحف وما بها من عناوين مثيرة، والمواقع الالكترونية وما تحويه من أخبار مغلوطة، والتأثير المحتمل لذلك كله على الجماهير،وخاصة الصغار والشباب منهم.

لاحظت الباحثة التغير الذى طرأ على المجتمع المصرى فى الفترة الأخيرة، ووقوع عديد من أحداث العنف نتيجة التعصب الرياضى الذى انتشر مؤخراً، والدور الخطير الذى يمارسه الإعلام الرياضى وخاصة من خلال البرامج والمواد التليفزيونية الرياضية فى الفضائيات المصرية، وما تقدمه من مبالغة وإثارة وتبادل للاتهامات، وملاسنات بين مقدمى البرامج وضيوفها، ولذا رأت الباحثة القيام بهذه الدراسة للتعرف على كيفية مواجهة البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية لمشكلة التعصب الرياضى، ورأى القائمين بالاتصال فى الإعلام الرياضى، فى دور هذه البرامج فى تناول هذه القضية المهمة.

إضافة لمعرفة رأى عينة من جمهور المشجعين المتحمسين، فى روابط الأندية (الالتراس) فى الخدمة الإعلامية، التى تقدمها البرامج الرياضية التليفزيونية فى الفضائيات المصرية، ومدى تناولها لمشكلة التعصب، وإسهامها فى مكافحة هذه الظاهرة السلبية، أو التشجيع عليها، ولذلك تتلخص مشكلة الدراسة الحالية فى الإجابة على تساؤل رئيسى هو:

"كيف يمكن للبرامج الرياضية فى القنوات الفضائية المصرية أن تقوم بدور فى مواجهة مشكلة التعصب الرياضى؟".

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة الحالية من عدة نقاط منها:

١- تتزامن هذه الدراسة مع موجات المطالبة بنبذ التعصب، ولتتوافق مع ما دعت إليه المنظمات العالمية والمواثيق الدولية لمحاربة التعصب بكافة أشكاله ومنها التعصب الرياضى، والتأكيد على مفهوم الروح الرياضية وقيم التسامح.(٤)

٢- حالة المجتمع المصرى ومظاهر التوتر السياسى، والاجتماعى، بعد ثورة يناير، وعوامل الإنفلات الأمنى الذى صاحبها، مما خلق حالة من عدم الاتزان السلوكى للجماهير وأفرز عديداً من حالات التعصب والشغب فى الملاعب الرياضية، ولعل حادثة ستاد بورسعيد تعد أكبر شاهد على هذا الطرح.

٣- خروج القنوات الفضائية المصرية عن دورها الأساسى، ورسالتها الإعلامية فى نشر الوعى الرياضى ودعم الروح الرياضية بين المشاهدين، إلى ممارسة أساليب سلبية وعدم إلتزامها بالقواعد المهنية للعمل الإعلامى، مما يدعو إلى ضرورة دراسة أساليب تطوير أداء هذه القنوات .

٤- تزايد الشكوى من المضمون الذى تقدمه البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية، التى تبحث عن الإثارة، واتهامها بأنها عامل رئيسى فى إذكاء التعصب بين جماهير الأندية الرياضية، بما تقدمه من أخبار، وتعليقات، وتحليلات، لا تراعى قيم المسئولية الاجتماعية الإعلامية.

٥- طبيعة جمهور المشجعين الرياضيين فى روابط الالتراس حيث أن أغلبهم من النشء والشباب صغار السن، الذين يتميزون بسرعة التأثر وشدة الاستجابة لأى

مثيرات، بسبب عدم نضجهم وقلة خبراتهم، ومن ثم فأحتمال تأثرهم بما يقدم لهم من وسائل الإعلام قائم.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق عدة أهداف منها:

١- التعرف على طبيعة تعامل الشباب فى روابط المشجعين (الالتراس)، والقائمين بالاتصال فى الإعلام الرياضى، مع البرامج الرياضية فى الفضائيات، ومدى مشاركتهم فيها.

٢- معرفة عوامل الإثارة، التى تقدم فى البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية.

٣- تقييم أداء القائمين بالاتصال فى البرامج الرياضية فى الفضائيات.

٤- رصد مدى وطبيعة مناقشة مشكلة التعصب فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، وتأثير هذه المناقشة على الجمهور.

٥- التعرف على دور وسائل الإعلام، وخاصة البرامج الرياضية فى القنوات الفضائية، فى مواجهة التعصب الرياضى، وأهم الوسائل الإعلامية التى يمكنها أن تؤثر فى هذا المجال.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما الدراسات العربية، والدراسات الأجنبية، وفى إطار الدراسات العربية قسمت إلى:

أ – الدراسات التى تناولت قضية التعصب الرياضى:

١- دراسة أمانى الحسينى (٢٠٠٩) تعرض واستخدام المشجعين الرياضيين المتعصبين والمعتدلين للمحتوى الرياضى التليفزيونى فى القنوات المصرية[٥]:

استهدفت الدراسة التعرف على دور البرامج الرياضية التليفزيونية، فى زيادة اتجاهات المشجعين الرياضيين للعنف،والتعصب، وتأثيرها على تقديرهم للذات، ومعرفة درجة اعتمادهم عليها، من خلال دراسة مقارنة بين تعرض واستخدام البرامج الرياضية التليفزيونية لدى مجموعتين من المشجعين، الأولى من المتعصبين الذين ينضمون لجماعات وروابط التشجيع للأندية (الالتراس)، الأهلاوى،

والزملكاوى، والثانية مجموعة من المشجعين المعتدلين، وذلك من خلال دراسة مسحية ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، موزعة بالتساوى بين المجموعتين.

أظهرت النتائج ما يلى:-

- ترتفع معدلات مشاهدة برامج التليفزيون الرياضية لدى عينة المتعصبين من الألتراس مقارنة بالمشجعين المعتدلين (٨٦% مقابل ٤٤%). اختلفت معايير البرامج الرياضية الجيدة لدى المجموعتين، فجاء تفضيل عينة مشجعى الالتراس لصفة الموضوعية فى تناول القضايا كأهم معيار للبرنامج الجيد، حيث يشكو المتعصبون من الانحياز الذى يمارسه القائم بالاتصال فى البرامج الرياضية. فى حين جاءت صفة كفاءة الموضوعات المناقشة فى البرنامج كأهم معيار لدى المشجعين المعتدلين، وهو ما يشير إلى أنهم يشاهدوا ليستمتعوا أو يركزوا على المحتوى والقضايا التى يناقشها. وجاء أهم استخدام للبرامج الرياضية لدى المشجعين المتعصبين، يتمثل فى تحليل المباريات بنسبة ٦٨,٥%، فى حين سجلت نسبة ١٣% فقط لدى المشجعين المعتدلين.
- وجدت علاقة ارتباطية دالة بين نوع المشجعين، وتأثيرات مشاهدة البرامج على عدوانيتهم تجاه الفريق المنافس، فالمتعصبين ٦٦% منهم يشعرون بالعداء نحو الخصم بعد المشاهدة، فى حين ٣٣% فقط من المعتدلين يشعرون بذلك، مما يشير إلى أن المشاهدة تثير مشاعر العداء والكراهية خاصة فى حالة هزيمة الفريق الذى يشجعونه.
- سجلت التأثيرات المعرفية للبرامج الرياضية نسبة عالية لدى المشجعين المعتدلين، وعبرت نسبة ٤٤% منهم عن موافقتها على أن البرامج الرياضية التليفزيونية ترشدهم لتشكيل آرائهم نحو الموضوعات الخلافية. فى حين أن ربع العينة من المتعصبين يحدث لها ذلك، بينما أكد المعتدلون أنه قد أصبح لديهم وعى أكبر نحو الرياضة، وقضاياها من مشاهدتهم للبرامج التليفزيونية.
- وجدت علاقة ارتباطية دالة بين مدى رؤية المشجعين للبرامج الرياضية بأنها موضوعية، واعتقادهم بأنها تشبع احتياجاتهم لتفسير الأحداث الرياضية وخاصة لدى المعتدلين من المشجعين.

٢- دراسة هناء فاروق (٢٠٠٨) دور الصحافة فى نشر ثقافة التعصب بين الشباب[٦]:

استهدفت الدراسة التعرف على دور الصحافة فى تشكيل ونشر الاتجاهات التعصبية، لدى الشباب من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ١٥١ مفردة من شباب الإعلاميين العاملين فى مختلف المؤسسات الإعلامية، إضافة لتحليل مضمون عينة من الصحف الخاصة هى النبأ، والفجر، والخميس وصوت الأمة، والدستور.

وتوصلت الدراسة لنتائج منها:

كثفت الصحافة تسليط الضوء على الموضوعات التى تثير التعصب والرفض للآخر، وكانت الإثارة هى طابع المعالجة، وكشف تحليل الصحف الخاصة عن تدهور لغة الحوار واستخدام ألفاظ غير لائقة، وتحول الصحافة لساحة للتراشق وإلقاء السباب، ووظفت الصور لتحقيق انفعالات سلبية، وروجت لفكرة الانتقام من الآخر والقضاء عليه.

- أكدت الدراسة الميدانية أن شباب الإعلاميين يتعرضون للصحف والتليفزيون والفضائيات، وأن أكثر أشكال التعصب السائدة فى المجتمع من وجهة نظرهم هى التعصب لصالح حزب، ثم التعصب الرياضى (بنسبة ٢١,٧%) لصالح النادى الأهلى، ثم التعصب ضد المرأة، ثم التعصب الدينى وأن أهم أسباب انتشار التعصب هو إنتشار الأفكار الظلامية التى يوفرها المناخ غير الداعم للحرية والتعبير عن الرأى، ثم الصحافة من خلال المبالغات والإثارة والتهويل واختلاق الأكاذيب، ثم دور بعض القيادات فى نشر التعصب من خلال مهاجمة الخصوم وتشويه صورتهم يليها رجال الدين وفتاويهم، ثم انتشار الأمية وغياب الشفافية، ووجود بعض الموروثات الثقافية التى تروج للتعصب. وعبر المبحوثون عن اعتقادهم بأن الصحافة كأداة إعلامية هامة تقوم بدور كبير فى نشر التعصب (بنسبة ٦٤,٩%) وأن أساليبها فى ذلك تتمثل فى إطلاق التعميمات والتهويل، ثم الإثارة، يليها اختلاق أكاذيب ثم الاستهزاء والسخرية، وأن أهم النتائج المترتبة على ذلك هى القضاء على تماسك المجتمع،واشاعة الفتنة،ونشر الكراهية، وضعف الانتماء،ونشر العنف، كما عبروا عن أن دور الإعلامى فى مواجهة التعصب يتمثل فى مراعاة الموضوعية (بنسبة ٣٦,٣%) ثم مراعاة الدقة (٢٤,٦%) وعدم نشر مواد مثيرة، وأكدوا أن الجهات المسئولة عن الحد عن الترويج للتعصب على رأسها ضمير الصحفى نفسه، ثم النقابة ومقاطعة الجمهور له، ثم المجلس الأعلى للصحافة فالجمعيات، والمؤسسات الخاصة بالمجتمع المدنى وأخيراً أجهزة الأمن القومى.

٣- دراسة رمزى جابر (٢٠٠٧) العنف الرياضى فى الملاعب الفلسطينية:[٧]

هدفت الدراسة للتعرف على أسباب العنف الرياضى فى قطاع غزة، وأختار الباحث عينة عشوائية بلغت ١٥٢ شخصاً طبق عليهم استبيان معتمداً على المنهج الوصفى التحليلى، وخلصت الدراسة لنتائج عدة منها:

- عدم وجود وعى بين جماهير المشجعين والرياضيين.
- وجود فئة من الجمهور تحاول عرقلة مسيرة الرياضة الفلسطينية.
- قصور الاتحادات الرياضية فى معالجة الأمور، إضافة لعدم قدرة الأندية على ضبط سلوك لاعبيها وجماهيرها.
- ضعف تنظيم المباريات، وعدم وضع الحكام المناسبين مما يشكل معوقاً هاماً لمسيرة الرياضة الفلسطينية.

وأوصت الدراسة بضرورة توثيق العلاقات والروابط بين المؤسسات الرياضية وتخصيص جوائز للروح الرياضية، ووضع برامج توعية لمدرس التربية الرياضية لمجابهة العنف الرياضى بين طلاب المدارس، إضافة لتشديد العقوبات والإجراءات الأمنية أثناء اللقاءات الرياضية لمنع تكرار ظاهرة العنف الرياضى.

٤- دراسة وليد وادى النيل (٢٠٠٧) علاقة التعرض لوسائل الإعلام بمستويات التعصب الاجتماعى لدى الجمهور[٨]

هدفت الدراسة لمعرفة علاقة التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية بمستويات التعصب الاجتماعى لدى عينة عشوائية من ٤٠٠ مفردة من أبناء محافظة بور سعيد، باستخدام صحيفة استقصاء، وأشارت نتائج الدراسة إلى ما يلى:

- جاءت قضية التعصب الدينى فى مقدمة الموضوعات الخاصة بالتعصب فى وسائل الإعلام يليها قضية التعصب الرياضى وخاصة بين مشجعى الأندية (بنسبة ١٤,٦%) ورأى المبحوثون أن أسباب التعصب الاجتماعى تشمل الفقر والبطالة وعدم فهم الدين والفساد ووسائل الإعلام والتربية الخاطئة. وأن أهم نتائجه نشر العنف والكراهية وعدم احترام القانون والفوضى وتقييد الحريات وفرض الرأى بالقوة.
- سجل التعصب الرياضى ثانى أكثر المجالات تعصباً، ولا يسبقه سوى التعصب الطبقى، وفسر الباحث ذلك بأن محافظة بورسعيد عرفت بالتشجيع الحاد

والتعصب الرياضى للفرق البورسعيدية وخاصة لكرة القدم لارتباط أبناء المدينة باللاعبين، وأكدت الدراسة وجود علاقة بين معالجة التليفزيون لقضية التعصب ومستويات التعصب لدى المبحوثين، وخاصة فى وجود بعض المتغيرات منها النوع فالذكور أكثر عنفاً من الإناث، والمستوى العمرى، حيث ترتفع مستويات التعصب لدى الشباب، وأيضاً لذوى المستويات الاقتصادية الاجتماعية المنخفضة، ولدى الأقل تعليماً. إضافة لعامل الاتصال الشخصى الذى يزيد من مستوى التعصب، وبشكل عام أكدت الدراسة أن التناول الإعلامى وخاصة التليفزيونى يؤجج ثقافة التعصب لدى الجمهور.

٥- دراسة مصطفى عبدون (٢٠٠٦) وضع ملمح لمثيرى أعمال العنف فى ملاعب كرة القدم الجزائرية[٩]

تهدف الدراسة للتعرف على الجوانب المختلفة للسمات الشخصية التى يتميز بها مثيرى أعمال العنف فى ملاعب كرة القدم، وتكونت عينة الدراسة من ٤٤٠ مفردة من الذكور أكبر من سن ١٨ سنة وقسمت إلى ٢٢٠ مناصر عادى و٢٢٠ مناصر مشاغب. واستخدمت المنهج الوصفى واعتمد الباحث على استمارة استبيان لجمع المعلومات. وخلص لبعض النتائج منها:

- الكشف عن السمات الواردة فى اختبار نفسى للشخصية التعصبية لفرايبورج، والتى تميزت بالعدوانية والاكتئاب، وهو ما يدفع هذه الشخصية لممارسة العنف والشغب.
- كشفت الدراسة عن سمات أخرى للشخصية العنيفة منها القابلية للإستثارة الجماعية، وأن الجماعة هى التى تسيطر على أفعال الشخص فى إطارها الجمعى ومن ثم يمكن ممارسة نوع من الضبط الاجتماعى عليه.

٦- دراسة عطا عبد الرحيم (١٩٩٨) معالجة الصحافة الرياضية لظاهرة التعصب لرياضة كرة القدم:[١٠]

هدفت الدراسة للتعرف على المعالجات الصحفية لظاهرة العنف فى ملاعب الكرة باستخدام المنهج الوصفى على عينة من اعداد الصحف والمجلات العامة والرياضية لتقييم أساليب تناولها لظاهرة العنف فى الملاعب وإنطلاقاً من قيامها بمسئوليتها الأخلاقية تجاه جمهورها. وشملت صحف الأهرام والمساء والمصور والأهرام الرياضى وأخبار الرياضة والزمالك والأهلى، باستخدام تحليل المضمون

المقدم فيها. إضافة لاستبيان طبق على اللاعبين والمدربين والحكام والمديرين والإداريين فى عدد من الأندية الرياضية. وجاءت أهم نتائج الدراسة لتشير لعدم اهتمام الصحافة الرياضية بشرح قواعد وقوانين كرة القدم، وعدم اهتمامها بتوضيح دور الرياضة أو نشر الروح الرياضية بين الجماهير والأندية.

٧- دراسة على عبد الزهرة (١٩٩٢) دور وسائل الإعلام فى الحد من ظاهرة شغب لاعبى كرة القدم:[١١]

تناولت الدراسة أهمية وسائل الإعلام فى الحد من الشغب والتعصب ومعرفة أسبابه فى الملاعب العراقية، وطبقت باستخدام استبيان على عينة شملت ٥٩ فرداً من العاملين فى مجال كرة القدم أنقسموا إلى ١٥ مدرباً، ١٥ لاعباً، ١٨ حكماً، و١١ صحفياً. وتوصل الباحث لنتائج منها أن الإعداد البدنى والنفسى الجيد للاعبين يساعدهم على خوض المباريات بشكل مميز دون أن تدفعهم الخسارة إلى الشغب، وأن الامتيازات الخاصة التى يحصلون عليها لها تأثير سلبى على قواعد اللعب النظيف، وأحتل التليفزيون المركز الأول كأهم وسيلة إعلامية فى الحد من حالات الشغب، كما عبر المبحوثون على أن سوء التحكيم من أهم الأسباب التى تؤدى إلى الشغب الكروى. وأوصى الباحث بضرورة قيام وسائل الإعلام بدور فى التوعية بمفهوم اللعب النظيف تجنباً لحدوث تعصب، وأهمية تنظيم دورات للصحفيين لصقل مواهبهم، والاستفادة من الإذاعة الداخلية فى الملعب لتوعية الجمهور، وتخصيص جوائز للاعب والحكم والمدرب والإدارى المثالى.

٨- دراسة رشيد حلمى (١٩٨٦) قياس التعصب فى المجال الرياضى[١٢]

هدفت الدراسة لبناء مقياس التعصب لدى مشجعى كرة القدم، وطبقت على عينة من مشجعى كرة القدم بنادى الزمالك، واستخدمت ثلاث أدوات لجمع البيانات هى : المقابلة والملاحظة بالمشاركة ومقياس التعصب، وجاءت أهم النتائج لتشير إلى وجود عامل يشمل مظاهر الصلابة والجمود المعبر عن التعصب الرياضى، إضافة لعامل الاتجاه العدائى فى التشجيع الرياضى لكرة القدم. وأكدت الدراسة الدور الإيجابى للصحافة فى توضيح الأحداث فى المباريات المختلفة بعيداً عن سيطرة عوامل الإثارة، وضرورة نشر روح الإخاء فى البرامج الإذاعية والتليفزيونية عبر تسجيل وعرض الزيارات المتبادلة بين فرق الأندية كخطوات مقترحة للحد من التعصب.

٩- دراسة محمد خير مامسر (١٩٨٣) مظاهر الشغب السائدة فى الملاعب الرياضية[١٣]

تناولت الدراسة أسباب الشغب المباشرة وغير المباشرة ومظاهرة فى الملاعب العربية من خلال دراسة ميدانية على عينة من ٣٩٢ شخص من ١٣ دولة عربية يمثلون مختلف الفئات العاملة فى الحركة الرياضية. وأظهرت النتائج أن ٧٤% من أفراد العينة يعتقدون أن تحيز الإعلاميين الرياضيين لفريق ما وعدم الدقة فى نقل وقائع المباريات من أبرز أسباب عدم الثقة فى الإعلام الرياضى العربى، وأشارت ثلث العينة إلى أن أبرز مظاهر الشغب هو الإعلاميين وخاصة فى محاولاتهم تبرير أخطاء اللاعبين والدفاع عنهم ومحاولة إثارة الجماهير بنشر معلومات وعناوين مثيرة، وأن من أسباب الشغب تشكيك الإعلاميين فى نزاهة الحكام وفى قرارات الاتحادات الرياضية، ونشر المعلومات السرية وإثارة النعرات الطائفية والإقليمية، وأوصت الدراسة بإعادة النظر فى سياسات الإعلام الرياضى العربى.

ب- دراسات عن الإعلام الرياضى ودوره نشر السلوكيات الصحيحة:

١٠- دراسة على مبارك (٢٠٠٤) العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية فى الراديو والتليفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصرى:[١٤]

طبقت الدراسة باستخدام المنهج المسحى على عينة عشوائية فى ٦ أحياء فى محافظة القاهرة وشملت ٤٠٠ مفردة من الجنسين من سن ٢٠ سنة باستخدام الاستقصاء بالمقابلة، وجاءت أهم النتائج لتظهر أن التليفزيون سجل أعلى معدل فى الاشباعات الرياضية للمبحوثين، إضافة لارتفاع نسبة التعرض للبرامج الرياضية التليفزيونية (٨٢,٥%)، وجاءت قناة النيل الرياضية فى المقدمة يليها القناة الثامنة ثم الثالثة، واعتمد المبحوثون على البرامج الرياضية لمتابعة المباريات ولمعرفة الأخبار ثم للمعرفة الرياضية عامة، وعبروا عن تزايد هذه المعرفة بمتابعة البرامج الرياضية. كما أكدوا عدم وجود اهتمام مساوى للعبات المختلفة داخل البرامج. أيضاً وجدت علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للبرامج الرياضية التليفزيونية ومستويات المعرفة الرياضية.

١١- دراسة أمل منير صبري (٢٠٠٤) بناء استراتيجية للقناة الرياضية الفضائية المصرية[١٥]

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال فى قناة النيل المتخصصة للرياضة واتجاهات الجمهور نحو برامجها، وذلك من خلال دراسة مسحية طبقت على ٦٠ من القائمين بالاتصال فى البرامج التليفزيونية الرياضية، وعينة الجمهور شملت ٥٠٠ فرد من سن ١٤ وحتى ٦٤ عاماً، وتوصلت الدراسة لنتائج منها:

ترتفع نسب التخصص لدى القائم بالاتصال فى البرامج الرياضية فى قناة النيل، وارتفاع نسبة العاملين فى الإخراج والإعداد، مع ملاحظة عدم الاهتمام الكافى بالإطلاع أو الدورات المتخصصة لتنمية خبراتهم، وعبروا عن مقارناتهم المستمرة بما يقدم لديهم، وما تقدمه القنوات الأخرى التى تتميز عنهم بسرعة الحركة وتغطية الأحداث والإبهار والإمكانات، مقارنة بضعف المتاح لديهم.

وأكدوا أن المعد يليه المصور من أكثر العناصر البشرية التى تؤثر على العمل، كما عبروا عن عدم الاهتمام الكافى بالإعداد المسبق للحدث الذى يؤثر على صلاحيته الفنية، وتركيز القناة على تغطية الأحداث والبطولات التنافسية أكثر من نشر الثقافة الرياضية.

١٢- دراسة محمود أبو دريس (٢٠٠٤) واقع الصحافة الرياضية فى البحرين:[١٦]

استهدفت الدراسة تحليل محتوى وشكل الصفحات الرياضية فى جريدتى أخبار الخليج والأيام البحرينية من خلال عينة عشوائية منتظمة باستخدام الأسبوع الصناعى شملت ٤٦٠ عدداً.

وتوصلت الدراسة إلى احتلال لعبة كرة القدم المرتبة الأولى بين كل الرياضات فى الصحافة الرياضية فى المساحة والتكرار. وأكدت أن أسلوب المبالغة فى عرض الأخبار هو السائد، إضافة لقلة استخدام الفنون الصحفية، وأن الموضوعات الرياضية المحلية لها النصيب الأكبر، ووجود معوقات عديدة اقتصادية ثم مهنية واجتماعية ونفسية تواجه الصحفيين الرياضيين، وأوصت الدراسة بالمساعدة فى تذليل المعوقات التى تواجه العاملين فى الصحافة الرياضية.

١٣- دراسة خالد القضاة (١٩٩٧) دور الصحافة فى تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية للرياضة فى المجتمع الأردنى:[١٧]

وهى دراسة مقارنة بين ثلاث صحف محلية، تم تحليل محتوى صفحاتها الرياضية لمعرفة تناولها للقيم التربوية والثقافية، ودراسة ميدانية على (١٥٠٠) مفردة من العاملين فى حقل الرياضة والإعلام.

أظهرت النتائج تباين قيام الصحف بدورها فى تعميق القيم ، وأن الصحف لا تولى هذه القيم ما تستحقه من اهتمام، لتقوم بدورها كأداة تربوية وثقافية فى المجتمع. وأنها تتعامل مع الرياضة كفوز وخسارة، وأنها تنقاد وراء الأحداث الرياضية ولا تقودها. وأوصت الدراسة بأن تتعامل الصحافة مع الرياضة كأداة تربوية، وانتهاج أسلوب الصراحة والمواجهة للكشف عن أوجه القصور ومعالجتها.

١٤- دراسة حسام الدين رفقى (١٩٨٣) وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضى للجماهير:[١٨]

هدفت الدراسة للتعرف على آراء الجماهير واتجاهاتهم نحو الأبواب الرياضية فى الصحف اليومية والأسبوعية، وصحف الأندية، والبرامج الرياضية المسموعة والمرئية.

وأستخدمت المنهج الوصفى على عينة من اللاعبين من أعضاء الفرق القومية، ولاعبى الدرجة الأولى والمدربين والحكام والإداريين، وعينة من جمهور المشاهدين، داخل مدينة القاهرة الكبرى. واستخدم مقياس للسلوك الرياضى من خلال استمارة استبيان. أكدت النتائج أن الأجهزة الإعلامية (صحافة / إذاعة / تليفزيون) تؤثر على المدرب لإتباع الأسلوب التربوى فى التدريب، كما أنها تؤثر فى الرأى العام والمتمثل فى القراء والمشاهدين والمستمعين لتقبل آراء الحكام، وأن الصحف تؤثر على اتحاد اللعبة لاختيار الحكام الأكفاء لإدارة المباريات.

١٥- دراسة مديحة الإمام (١٩٧٩) دور الصحافة فى نشر الثقافة الرياضية:[١٩]

وتعد من الدراسات المبكرة التى أكدت دور الصحافة الهام فى نشر الثقافة الرياضية، وطبقت على الصحف القومية والرياضية المتخصصة، وأظهرت نتائجها أن كرة القدم تحتل المرتبة الأولى فى اهتمام الصحف العامة والرياضية، ورغم ذلك لا تقوم بإمداد القراء بالمعلومات الرياضية الكافية، ولا تسهم فى رفع المستوى الرياضى، بل أن دورها سلبى فى هذا المجال.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

١٦- دراسة ويسترمان وتامبورينى R. Tamborini, D. Westerman (٢٠١٠) النص المكتوب للرياضة التليفزيونية واستخدام العنف واستمتاع المشاهد :[٢٠]

أختبرت الدراسة تأثير الإنتاج الرياضى على استهلاك الجمهور، من خلال دراسة تجريبية صممت باستخدام نصوص تليفزيونية عنيفة لبحث تأثيراتها على النتائج العنيفة واستمتاع الجمهور بها، وذلك من خلال مشاهدة المجموعات لأفلام تليفزيونية قصيرة لمواد رياضية عنيفة وأخرى غير عنيفة. ثم أجاب المشاركون على مجموعة أسئلة، وقسمت المجموعات طبقاً لمقاييس حسب انحيازهم للعدوانية أو استمتاعهم بها. وجاءت نتائج التحليلات لتظهر أن التأثير الأساسى هو أن استهلاك العنف الرياضى يزيد من عدوانية المشاركين، مما يؤكد وجود تفاعل مؤثر للنص

المصاحب للصورة، وأن العنف فى الرياضة يمكن أن يفسر بشكل مختلف اعتماداً على النص المكتوب.

١٧- دراسة جون سبيندا John Spinda (٢٠٠٩) عوامل التأثير على مشجعى الرياضة :[٢١]

تقيس الدراسة عوامل التأثير فى توقعات وتقارير السلوك الذاتي لمجموعة مشجعى الفرق الرياضية على عينة شملت ٤١٧ مبحوثاً من مشجعى كرة القدم، أجابوا على استبيان على الانترنت لمعرفة إدراكهم لتأثير الرياضة المقدمة. أظهرت النتائج أن المشجعين يخفون إدراكهم لتأثير العوامل الديموجرافية، عندما يقارنون بين مفهومهم للتعصب والانحياز للفريق وبين المجموعات الأخرى، فى حين ارتبطت الرسالة الإعلامية المرغوبة تجاه الفريق إيجابياً بانحيازهم لهوية الفريق، وارتبطت التقارير الذاتية سلبياً لسلوك المبحوثين بمتغيرات العمر والتعليم، فى حين ارتبطت إيجابياً بهوية الفريق، والرسائل الإعلامية المرغوبة عنه.

١٨- دراسة جانيت فينك Janet S. Fink وآخرون (٢٠٠٩) لاستخدام نظرية الهوية الاجتماعية والتوازن لتفسير ردود أفعال المشجعين وسلوكياتهم: [٢٢]

أختبرت الدراسة تأثير السلوكيات غير الأخلاقية للرياضيين- طبقاً لنظرية الهوية الاجتماعية - لتفسير ردود أفعال الجماهير من المشجعين، من خلال دراسة تجريبية على مجموعتين من الجماهير المتعصبين ذوى السلوك الأنفعالى العدوانى، وأخرى من المشجعين العاديين وتم تسجيل سلوكياتهم واستجاباتهم على سلوكيات الرياضيين فى الفرق التى يشجعونها. أثبتت النتائج أن تصرفات الرياضيين غير الأخلاقية خارج الملعب يمكن أن تؤثر على مستويات تبنى الهوية للفريق، خاصة لدى المشجعين المتعصبين الذين تعرضوا لقادة استجابتهم ضعيفة.

١٩- دراسة رانى بيترسون Raney Peterson(٢٠٠٨) لإعادة اختبار الإثارة كعامل فى الاستمتاع بالرياضة:[٢٣]

بحثت الدراسة تصحيح النظرة السابقة وإعادة تعريف واختبار الإثارة كعامل هام فى الاستمتاع بالبرامج الرياضية، من خلال دراسة شملت ١٦١ مبحوثاً من مشجعى كرة السلة، لمعرفة قوة تأثير عامل الإثارة كدافع لاستهلاك الجمهور للمواد الرياضية الترفيهية فى التليفزيون.

أظهرت النتائج أن طبيعة الإثارة المصاحبة للمشاهدة ماتزال أقوى منبه للاستمتاع بالرياضة أكثر من العوامل الأخرى. وان الإثارة المستخدمة فى المسابقة الرياضية تثير عاطفة الجمهور ومشاعره، وتنتج استجابات مختلفة طبقاً لعدد من العوامل والمتغيرات الخاصة بطبيعة الجمهور نفسه.

٢٠- دراسة وان Wann وآخرون(٢٠٠٣) عن التعصب الرياضى وسلوكيات المشجعين الرياضيين:[٢٤]

وهى دراسة مسحية طبقت على ١٤٠٠ مشجع رياضى شرس عبر استبيان على الانترنت لتحديد مدى تدعيمهم وارتباطهم الوثيق بفرقهم الرياضية التى يشجعونها، واستجاباتهم الشعورية قبل تشكيل الفريق وبعد تحقيقه للنتائج. وتأثيرات ذلك التشجيع والانغماس فيه على عائلاتهم وعلاقاتهم الاجتماعية بشكل عام. وجاءت نتائج الدراسة لتشير لأهمية التأثير الكبير لهذا التشجيع على المبحوثين، وتحقيقه ردود أفعال مؤثرة ومرتفعة على أنشطتهم الاجتماعية، إضافة لوجود نتائج سلبية قليلة على علاقاتهم الإنسانية الخاصة فى تعاملاتهم اليومية مع أسرهم والمحيطين بهم،وفى سلوكياتهم أثناء التشجيع

٢١- دراسة كينيث Kenneth(٢٠٠١) اتجاهات مشجعى كرة القدم نحو مشاهدتها تليفزيونياً: [٢٥]

اختبرت الدراسة مشجعى كرة القدم الأمريكية، بما أصبح لها من دور مؤثر فى الثقافة الأمريكية مؤخراً، وذلك بالتعرف على اتجاهات المبحوثين نحو مشاهدتها على القنوات التليفزيونية الأمريكية، والتى حددتها فى ثلاث شبكات، هى ABC، CBS، Fox، وركزت الدراسة على أسباب مشاهدة الجمهور لكرة القدم بصفة خاصة. وطبقت استبيان على (٦٠) مشجع للتعرف على استخداماتهم للمواد التليفزيونية الخاصة بكرة القدم، والاشباعات التى يحصلون عليها من المشاهدة، أظهرت النتائج أن المشجعين ينقسمون لعدة فئات: منهم من يشاهد للبحث عن الإثارة التى تقدم فى مباراة الكرة، والتخفيف من التوتر بشكل إيجابى، أو للهروب من روتين الحياة، وفئة أخرى لتعلم معلومات أكثر عن اللعبة، وكسب ود المشجعين الآخرين، وفئة المشجعين المتعصبين الذين يشاهدون بتركيز شديد وحميمية، ويشعرون أن اللاعبين يعرفونهم بصفة شخصية، وهم يفضلون المشاهدة بمفردهم، ويعتبرون متابعة المباريات نشاط رئيسى مفضل لهم.

٢٢- دراسة كيرشلير زانى Kirchler, Zani (١٩٩١) العنف فى المنافسة الرياضية لدى مشجعى كرة القدم الإيطالية:[٢٦]

ركزت الدراسة على تحديد المتغيرات الديموجرافية لمجموعات المشجعين الإيطاليين كمحددات هامة لمعرفة كيفية تأثيرها على العنف والشغب والإزعاج الذى يمثلونه فى الملاعب، من خلال دراسة مسحية على(٥٠٥) شاب وفتاة تتراوح درجات التشجيع لديهم ما بين المتعصب والمتوسط لمعرفة اتجاهاتهم نحو العنف فى الاستادات الرياضية، من خلال تقديم وصف المشجعين لأنفسهم ولأندية كرة القدم التى يشجعونها وللأندية المنافسة.

أظهرت النتائج أن الأفراد يصبحون أكثر عدوانية فى الجماعة، لأن الذى يحكمهم هو السلوك الجمعى، وأن المشاركة فى الشغب تعتمد على المتغيرات الديموجرافية والاجتماعية، والتى أكدت الصورة التقليدية للهوليجانز، أو المشجعين المتعصبين لكرة القدم، وأنهم أكثر حدة فى التشجيع وأكثر احتمالاً للمشاركة فى الشغب والاضطرابات من معتدلى أو متوسطى التشجيع.

تعليق على الدراسات السابقة:

- يشير عرض الدراسات السابقة إلى أن الدراسات العربية ركزت على استخدام المنهج المسحى بشقيه التحليلى والميدانى، فى حين تنوعت المناهج المستخدمة فى الدراسات الأجنبية ما بين المنهج المسحى والتجريبى والمقارن.
- أيضاً انطلقت الدراسات الأجنبية لأختبار أطر نظرية محددة – وخاصة النفسية – فى حين أهتمت الدراسات العربية بالدراسة الكلية لظاهرة التعصب والعنف والشغب الرياضى وتأثيراته، ودور الإعلام الرياضى فيها.

الإطار النظرى:

تعتمد الدراسة فى إطارها النظرى على التكامل فى الربط بين الوسيلة ومحتواها وصناع هذا المحتوى، واتجاهات مستخدميها من الجمهور فى إطار شامل يوضح طبيعة العلاقات التى تربط المنظومة بالسياق الاجتماعى ولهذا فقد استخدمت أساس نظرى لها متمثلاً فى:

أ – المدخل النقدى Critical Approach:

والذى يهتم بدراسة الظواهر الإعلامية فى إطار السياق العام لها، محاولاً الوصول لتفسير للعلاقات التى تتحكم فيها، باعتبار أن وسائل الإعلام جزء من المجتمع، الذى يحدد أفراده حجم ونوع التأثير المحتمل عليهم.

"إن البحث النقدى لا يستهدف فقط تقويم الوسائل الإعلامية، وأهميتها كمصدر أولى أو ثانوى فى الدراسات الإعلامية، لكنه يقع على محتواها، وامتداده خارج الوسيلة فى إطار النظرة الكلية، والشاملة للعملية الإعلامية. (٢٧)

تتسم البحوث النقدية فى نظرتها إلى جمهور المتلقين بالتفاؤل، حيث يصفون الجمهور بأنه عنيد يقاوم جهود المنتجين فى وسائل الإعلام الذين يفرضون خبراتهم عليه من خلال المحتوى. ويرى ستيوارت هول أن هذا الجمهور قد يستوعب الفكرة فى خطوطها العريضة، ولكن يقاومها عند التطبيق فى حالات محددة. (٢٨)

"ويهدف هذا المدخل إلى تشخيص وتحليل كل الجوانب السلبية فى مجتمعاتنا، داعياً لتجاوزها واتباع أساليب جديدة لحل المشكلات، والنقد الذاتى أحد أنواعه يتيح لكل فرد فى المجتمع حرية الإسهام بفكره فى مناقشة المشكلات وطرح الحلول والعمل على تطبيقها"(٢٩).

ب- نظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory(٣٠):

جاء تأكيد تاچڤل وتيرنر Tajfel & Turner فى السبعينيات على مفهوم أن الأفراد يفضلون رؤية أنفسهم إيجابيين أكثر من رؤيتهم لأنفسهم سلبيين، وأنهم مدفوعون لتحقيق هوية اجتماعية إيجابية، ولذلك فالهوية – باعتبارها جانباً من صور الذات – تشير إلى أن الفرد يفضل أن يرى جماعته أفضل من الجماعات الأخرى، (الجانب الإيجابى)، وأيضاً يقلل من شأن الجماعات الأخرى،(الجانب السلبى) حتى تبدو جماعته الأفضل، وحدد تاچڤل لنظرية الهوية الاجتماعية ثلاثة جوانب هى:

- التحليل النفسى للعمليات المعرفية مثل الدافعية لحقيق هوية إيجابية.
- التوسع فى التحليل من خلال تطبيقات عملية على الجماعات الواقعية.
- العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات.

وانتهى إلى أن الهوية الشخصية ترتكز على الخصائص الفردية، بينما ترتكز الهوية الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، حيث تبرز الأولى خلال تعامل الأفراد معاً، وتبرز الثانية عندما تتفاعل الجماعات معاً.

وتعد نظرية الهوية الاجتماعية نظرية سيكولوجية، فهى مزيج من الدافعية والمعرفية لبناء ثلاثة أبعاد أساسية تشمل:

البعد الأول: تتجمع فيه البيئة الاجتماعية على هيئة فئات.

البعد الثانى: تحدد فيه الانتماءات الاجتماعية هوية الفرد الاجتماعية كجزء من مفهوم الذات (بمعنى أن الفرد يستمد تقديره لذاته من خلال هويته الاجتماعية).

البعد الثالث: تظهر فيه الهوية من خلال العلاقة مع الجماعات الأخرى.

وقد ذكر تاجفل ثلاثة متغيرات إضافية تؤثر على تصنيف المجموعات:

١- يجب على أعضاء مجموعة ما تصور أنفسهم بداية كأعضاء حقيقيين فى المجموعة أو ما يمكن تسميته بالتوحد (Identification).

٢- يجب أن يكون الوضع الاجتماعى مهيئاً لحدوث مقارنات بين المجموعات.

٣- يجب أن تكون المجموعة ضمن مجال يمكن فيه المقارنة بمجموعات أخرى كالتشابه مثلاً أو القرب أو الاهتمامات المشتركة.

وعلى الرغم من حداثة النظرية، فأنها الأكثر استخداماً فى علم النفس للمجموعات، وتأثرت بها أبحاث عدة طبقت موضوعات قريبة منها مثل عداوة الجماعة، والمنافسة الاجتماعية، والتعصب والتحيز، وذلك لأنها تساعد الباحث فى فهم السلوك الاجتماعى وتفسيره.

تطبيق النظرية على الدراسة:

تتوفر لروابط المشجعين الرياضيين فى مصر مبادئ النظرية، فهم يتجمعون نحو هوية اجتماعية إيجابية فى الأساس، وهى تشجيع فريق رياضى مفضل، بما يمثله ذلك من قيم التوحد مع أعضاء الجماعة، والمقارنة بالمجموعات الأخرى المنافسة، وتوافر السياق الاجتماعى الذى توفرت له متغيرات أخرى وجهت هذه الروابط لمنحى سياسى، لتحقيق مطالب عامة فى التغيير، باستخدام الشعارات والهتافات، ومن ثم وجدت مجموعات الشباب ضالتها، ليس فقط فى تشجيع فريق رياضى، ولكن

لمقاومة الفساد السياسى والإدارى على مستوى الدولة ومنظماتها، وترجم ذلك فى سلوكيات داخل الملعب وخارجه، ليحدث الصدام المتوقع مع النظام الأمنى، وهو ما قد يصف حركة جماهير الالتراس المصرية فى الفترة الأخيرة.

مفاهيم الدراسة:

معنى التعصب ومفهوم التعصب الرياضى:

يعرف التعصب بأنه "معتقد أو سلوك يتضمن حماسه غير قابلة للنقد، خاصة فى المعتقدات الدينية والسياسية والرياضية. ويحلله الفيلسوف (جورج سنتيانا G. Santayana) بأنه "مضاعفة مجهود الفرد الذى ينسى هدفه الحقيقى"، وتظهر التوصيفات العديدة للمتعصب مستويات جامدة وحادة من التفكير وندرة التسامح مع الأفكار والآراء المضادة له. (٣١)

يرى تعريف آخر أن التعصب هو تشكيل رأى ما دون أخذ وقت كاف أو عناية للحكم عليه بإنصاف، ويتم اعتناقه دون اعتبار للدلائل المتاحة، وهو أيضاً الرأى السلبى تجاه أفراد ينتمون إلى مجموعة اجتماعية معينة، حيث ينحو الأفراد المتعصبون إلى تحريف، وتشويه، وإساءة تفسير، بل وتجاهل، الوقائع التى تتعارض مع آرائهم المحددة سلفاً(٣٢).

ويرى **بارون وزملائه Baron**(٣٣) بأنه اتجاه يهيئ الفرد مسبقاً، ودون تقييم موضوعى لتكوين أحكام موجبة أو سالبة بصدد أشياء أو موضوعات أو مفاهيم أو جماعات تجاه أعضاء جماعة ما، ويقوم فقط على أساس عضويتهم فى هذه الجماعة، وليست وفقاً لسلوكياتهم وخصائصهم الشخصية.

التعصب الرياضى: يطلق على كل حالة تطرف لصالح نادى رياضى، أو أندية ضد نادى آخر من نفس الدولة أو المنطقة، وعادة ما يكون ذلك مصحوباً بالإساءة والاستهزاء والسخرية والاتهامات والتجريح غير المبرر، وبشكل يقضى على جماليات اللعبة الرياضية والتنافس الشريف(٣٤).

ويعد التعصب الرياضى ظاهرة عالمية فى جميع الملاعب الرياضية، وتاريخ كرة القدم – بصفة خاصة – حافل بالوقائع التى تشير لوقوع أعمال عنف وشغب نتيجة التعصب الجماهيرى للفرق الرياضية المتنافسة، وتعد أعمال الشغب التى حدثت

فى ملعب جلاسكو عام (١٩٢٠) أثناء مباراة انجلترا واسكتلندا وراح ضحيتها ٤٠ قتيلاً و٥٠٠ جريحاً أول حالة عنف فى الملاعب الرياضية فى العصر الحديث. (*)

وقد توقع البحث حول العنف الجماهيري التلقائى، صدور أعمال عنف جماهيرية تلقائية من أى تجمعات لا ترتبط بمصالح فردية أو علاقات اجتماعية، وقد تكون هذه الأفعال ضد ممثلى السلطة كرد فعل على الاعتداء على قيم اجتماعية أو رموز، وأكد البحث أنه يمكن إيقاف استجابات العنف فى بداياته إذا شعر الجمهور أن السلطة ستستجيب لمطالبه، كما أظهر أن إيقاف سلوك العنف بالقوة، وكفاءة السيطرة عليه فى الظاهر لا يؤدى إلى اختفائه، لأنه غير معروف ما الذى يمكن أن يحدث إذا غابت قوة الأمن عن ممارسة العنف[٣٥].

يمثل العنف الرياضى أحد أهم الروافد لذلك، وهو يأخذ صوراً عدة منها:

العنف الوسيلى: لتحقيق هدف، **والعنف التوكيدى**: باستخدام الحق القانونى، **والعنف العدوانى** : الذى يهدف لايقاع الضرر بالآخرين، كل هذه الأنواع،والتى قد تتمثل فى الكثير من الصور ومنها:الاعتراض على قرارات الحكام، وإثارة الجماهير، وحروق الجرائد، وتحطيم المدرجات، وقذف الطوب، وتبادل الشتائم والألفاظ البذيئة، أصبحت صورة عامة ومؤسفة تهدد مسيرة الرياضة وتخرجها عن أهدافها الحقيقية.

ويعتبر استمرار ظاهرة العنف الرياضى مؤشراً على حالة العنف الذى يشهده العالم، والذى لم يعد يقتصر على لعبة معينة:

- وقد أكدت احدى الدراسات أن تنامى ظاهرة العنف الرياضى بين الجمهور وخاصة الناشئين والأطفال يرجع بشكل أساسى لتعرض الجمهور لرسائل إعلامية رياضية كمباريات الكرة التى تتضمن كثيراً من مواقف العنف اللفظى

(*) ومن أشهر الحوادث الرياضية العالمية الناجمة عن التعصب:

- وفاة أكثر من ٣٠٠ شخص وجرح ٤٠٠ آخرون من أكبر كارثة رياضية نتيجة مباراة لبيرو والأرجنتين فى الألعاب الأوليمبية بطوكيو (١٩٦٤).
- الحرب التى دارت بين السلفادور والهندوراس عام ١٩٦٩ أثر اصطدام لاعبين بدون كرة فى مباراة بين البلدين فى تصفيات كأس العالم لعام ١٩٧٠ ، والتى نجم عنها حرب بين البلدين استمرت ٤ سنوات.
- الخسائر البشرية التى بلغت ٣٩ حالة وفاة ومئات الجرحى أثر أحداث اللقاء النهائى فى كرة القدم بين ليوفنتس الإيطالى وليفربول الانجليزى بملعب هيسل ببروكسل فى بلجيكا (عام ١٩٨٤).

والجسدى. والعنف الذى يشاهده الجمهور من خلال الإعلام الرياضى هو بمثابة عنف واقعى، وقد أثبتت الدراسات أن هذا النوع من العنف يميل الجمهور لتقليده[٣٦].

- يظهر المشجعون الرياضيون بوضوح عملية تسمى انكار الهوية الذاتية،حيث يفقدون جزءاً من هويتهم وتسيطر عليهم شخصية الفريق، ويتصرفون كجماعة أكثر من كونهم أفراد، وهم فى هذه الحالة على استعداد للتضحية بأنفسهم لمصلحة الفريق، ومن هنا يمكن لهذه الحالة أن تنتج موجات من العنف الجماهيرى أو الشغب، الذى يحدث بين المشجعين أو الرياضين أنفسهم[٣٧].
- و أكد وان Wann عام (٢٠٠٢) أن التشجيع الرياضى يحقق عدة دوافع للفرد منها: تدعيم الذات وتأكيد مشاعر التفوق، وخاصة عندما ينتصر الفريق الذى يشجعه، والتنفيس عن الذات، والبعد عن ضغوط الحياة من خلال مشاعر إيجابية للإثارة، والتخلص من التوتر النفسى، أو للحصول على التسلية والاستمتاع، والخروج عن التوقع الذى توفره الرياضة، ولإشباع الحاجة للانتماء لفريق أو جماعة، وتدعيم الروابط معها مما يؤكد مشاعر التوحد والانتماء لديه[٣٨].
- يتبع محبو الرياضة فرقهم الرياضية بقدر مماثل للحماسة الدينية، والتى تظهر من خلال السلوكيات الطقوسية والشعائر التى يظهرونها فى التشجيع، بداية من الانضمام لجماعات وتحالفات، ودهان أجسامهم بألوان الفريق الذى يشجعونه، مثل هذه المشاعر تجعلهم يشعرون بالانتماء للفريق، وأنهم مشاركون نشطاء فيه وهو ما يفسره علماء الاجتماع طبقاً لنظرية الهوية الاجتماعية Social identity، فهم يحصلون على التدعيم والتعزيز بفوز فريقهم، فيبرزون لافتاته، ويرتدون ملابسه، أو تسيطر عليهم مشاعر الإخفاق والفشل حين يخسر، فيلجأون لتقليل منزلة الفريق المنافس وإهانته، وبشكل عام فهم يتصرفون داخل إطار الجماعة[٣٩].

وقد ظهرت فى مصر فى السنوات الأخيرة روابط للأندية الرياضية،أو ما عرف بالالتراس، والتى تسببت فى العديد من المشكلات، ووجهت لها اتهامات بأنها

أحد أهم روافد التعصب، وخاصة بعد ما نتج عنها من أعمال عنف وشغب، حتى أصبح التعصب يصل لمرحلة تحدى الدولة وتهديد منشأتها.(*)

ولذا يجب التعرف على هذه الظاهرة بشئ من التفصيل.

معنى الالتراس وتعريف الظاهرة:

الالتراس هى كلمة مشتقة من اللفظ اللاتينى Ultra وتعنى الشئ الفائق، وقد استخدم اللفظ للدلالة على مشجعى الكرة الذين تربطهم فلسفة خاصة، وروابط قوية، وطريقة تنظيمية تشبه عصابات الشوارع، وهم يتحركون فى مجموعات، ويتصرفون بروح الفريق، إضافة لعدم وجود قائد لهم(٤٠). وظاهرة مجموعات الالترا المشجعة للفرق، هى ظاهرة عالمية بدأت فى إيطاليا فى نهاية الستينيات وبداية السبعينيات، بعد أن أستلهموا الفكرة من الهوليجانز (Hooligans) الذى وجد فى انجلترا فى هذه الفترة(٤١).

وجاءت بداياتها فى إيطاليا فى فترة مليئة بالمشاكل السياسية والاقتصادية واضرابات العمال. فأسست أول مجموعة الترا فى أواخر الستينيات تدعى (Autonomia Operaia) بمعنى القوة العمالية، وكانت لهم أهداف سياسية إضافة لتشجيع فريقهم، فوجدوا الملعب والمدرجات خلف المرمى مكاناً للاجتماع، ثم انتشرت الظاهرة خارج إيطاليا فى بداية الثمانينات.

تتخذ معظم مجموعات الالتراس التى تكونت أسماً يوحى بالحرب والقتال والعنف. ودائماً هى محل انتقاد من إدارات النوادى التى تشجعها، لأنها تتسبب لها فى المشاكل، وتؤثر على ممارساتها، وسياساتها ورغم ذلك فقد وصلت هذه الروابط

(*) من أمثلة الانفلات الرياضى فى التشجيع :

- حرق التراس الأهلى مشجع زملكاوى عقب أحد مباريات كرة السلة.
- حرق التراس نادى الاسماعيلى أتوبيسات مشجعى النادى الأهلى.
- تحطيم التراس الزمالك صالة كرة اليد فى النادى الأهلى.
- اقتحام التراس نادى الزمالك ملعب المباراة مع فريق الأفريقى التونسى فى إستاد القاهرة (موقعة الجلابية).
- إصابة أحد لاعبى الفريق الأفريقى المنافس بشمروخ ألقاه مشجع للنادى الأهلى.
- اشتباكات التراس الأهلى مع قوات الأمن عقب إحدى مباريات الكأس مما أسفر عن ١٠٠ مصاب وحرق عديد من السيارات وقطع طريق صلاح سالم من قِبل الجماهير .
- تحطيم التراس الأهلى صالة كرة اليد الخاصة بنادى الأولمبيى عقب مباراة بين الفريقين.

لدرجة من القوة جعلت بعض الدول الأوربية (مثل ألمانيا) تستطلع رأيها فى إعادة تصميم استاداتها، بما يناسب أسلوبها فى التشجيع، وتوفر لها مكاناً مناسباً للدخلات التى اشتهرت بها روابط الالتراس[٤٢].

وفى مصر يعد التراس الوايت نايتس (الفرسان البيض White Knights) أول التراس مصرى تم إنشاؤه عام ٢٠٠٧ لتشجيع فريق الزمالك، ثم تبعه فى نفس العام التراس أهلاوى (Ahlawy) [٤٣].

ارتبط مفهوم روابط الالترا بممارسة العنف ، و هى تستخدم ثقافة العنف، كسياسة رسمية للرابطة، وكأداة للتعبير عن ردود الفعل العاطفية، وخاصة أثناء موجات العنف التى اجتاحت أوربا والعالم فى الثمانينات، والتسعينيات، من القرن الماضى، ولذا فهى تعتبر رجال الأمن هم أعداؤها، إضافة لرجال الإعلام الذين لا تربطهم بهم علاقة طيبة،ويرفضون الظهور، أو الحديث معهم. وغالباً لا يرتبط كم ونوع العنف الذى تمارسه الرابطة بحجم الرابطة[٤٤].

البرامج الرياضية فى القنوات الفضائية:

يقوم الإعلام بدور كبير فى نشر الأخلاق الرياضية، فهو محط أنظار عشاق الرياضة فى جميع أنحاء لعالم، وعن طريقه يمكن إعادة المجتمع الرياضى للمنهج الصحيح.

وتقدم وسائل الإعلام نماذج عديدة بتكثيف إعلامى ضخم، وطرق عرض جذابة، فتركز على سلوكيات نماذج بعضها ليس أهلاً للقدوة، وهو ما أظهرته أحدى الدراسات العربية[٤٥] التى وجدت أن للإعلام الرياضى دوراً ملموساً فى تقديم القدوة للشباب سواء كان له دور إيجابى أو سلبى، وأن التركيز الإعلامى الواضح من وسائل الإعلام فى تقديم نماذج للقدوة فى مجالات معينة وخاصة الرياضية.

ومن ثم يتوقع أن تتشكل اتجاهات الجمهور العام والإعلاميين نحو أداء القنوات الفضائية فى ضوء معتقداتهم لوظائف هذه القنوات، وأنماط ممارستها فى ضوء خصوصية المجتمع المصرى[٤٦].

فالقنوات الفضائية يجب أن تقوم بوظائف متعددة، من خلال التغطية الشاملة للأحداث والبطولات الرياضية فى مختلف الألعاب، ونشر الثقافة الرياضية، وحث المشاهد على الممارسة الإيجابية عن طريق استثاره دوافعه، وتعلم أسس ممارسة

الألعاب الرياضية، وإلقاء الضوء بصورة إيجابية على الأبطال الرياضيين والمنتخبات التى حققت إنجازات سواء فى البطولات المحلية أو الدولية.

ويشير الوضع الحالى للفضائيات المصرية إلى وجود عديد من السلبيات، خاصة أن معظم القنوات الفضائية العربية فى كثير من الأحيان تتسابق على تقديم التفاهات، والإثارة ومهاجمة الدول، والرموز التاريخية والشخصيات العامة، سعياً لأجتذاب الجماهير إلى هذه المضامين.. وخرجت عن الدور الأساسى الذى يجب أن تقوم به وهو تنمية الإنسان العربى، وتطوير قدراته ومهاراته، واستبدلت بهذا الهدف أهدافاً يغلب عليها تحقيق المصالح الذاتية، والتى لا تخدم الصالح العام. (٤٧)

وفى قياس أداء القنوات الفضائية فى تناولها لقضية هامة فى المجتمع مثل التعصب الرياضى، يجب أن يؤخذ مضمون الرسائل الإعلامية بجدية، لأن لها تأثيراً واضحاً وقوياً على المشجعين، وعلى مدى استمتاعهم بالمشاهدة وخاصة أنهم يختلفون فى ميولهم نحو تشجيع فريق محدد، ويتوسط عامل القيم الأخلاقية الحاكم للسلوك الرياضى فى مدى استمتاعهم بالعنف، وخاصة إذا كان موجهاً نحو منافس يكنون له مشاعر الكراهية.

ويتجه معظم مشجعى الرياضة المتعصبون للاستمتاع بالعنف والشغب المبالغ فيه للأحداث الرياضية التليفزيونية، طالما وجدت لديهم عوامل مثل هذه الميول المتحيزة، وعوامل أخرى خاصة بالوسيلة، مثل صياغة النص المصاحب، وصبغته بصبغة معينة بناءً على العوامل الشخصية لصناع الرسالة الإعلامية. (٤٨)

أثر التطور الهائل للإعلام الرياضى ودخوله المجال التكنولوجى الحديث، فى مضاعفة التأثيرات التى تحدثها تلك الرسائل فى الجمهور، فالرسالة الإعلامية أصبحت تأتية محفوفة بكثير من المؤثرات السمعية والبصرية وأصبح الإخراج فناً له مجالاته العلمية والفنية.

ويجب أن تعرض الرسالة الرياضية بطريقة جذابة ومؤثرة، لتحدث تأثيراً مرغوباً على جمهورها بما يتوافق مع أهدافها، إضافة لتكرار عرضها مرات عديدة يجعله ينتبه لها ومن ثم يكتسب المعلومة ويتأثر بها(٤٩) ومن هنا فمن الأهمية بمكان دراسة وقياس مكونات أداء الإعلام الرياضى فى الفضائيات، لمعرفة مدى التزامه بقيم العمق والتوازن والمصداقية والدقة، وغيرها من مقومات العمل الإعلامى الناجح.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: محاور النقاش لمجموعات الالتراس:

والتى شملت أربع محاور رئيسية وفى إطار كل محور مجموعة من الأسئلة الفرعية كما يلى:-

المحور الأول: تعامل الشباب مع البرامج الرياضية فى الفضائيات ورأيهم فيها:

الأسئلة الفرعية:

١- ما طبيعة استخدامات الشباب للبرامج الرياضية فى الفضائيات؟ وما القنوات والبرامج الرياضية التى يحرصون على مشاهدتها؟ وما أسباب تفضيلها؟

٢- من أفضل مذيع ومحلل ومعلق رياضى لديهم؟ ولماذا؟ وما مدى مشاركة شباب الالتراس فى البرامج الرياضية فى الفضائيات ؟

المحور الثانى: أسباب التعصب الرياضى وعنف وشغب الملاعب:

الأسئلة الفرعية:

١- ما أسباب التعصب الرياضى المنتشر فى الفترة الأخيرة؟ و ما رأي الشباب فى أتهام جماهير الالتراس بأنهم السبب الرئيسى فى انتشار العنف والشغب فى الملاعب الرياضية؟

٢- هل لوسائل الإعلام دور فى نشر التعصب الرياضى؟ و ما الوسائل الإعلامية التى يمكن أن تسهم فى التعصب؟ وكيف يمكنها أن تؤثر على الجمهور؟

المحور الثالث: تقييم الشباب لمضمون البرامج فى الفضائيات الرياضية:

الأسئلة الفرعية:

١- ما رأي الشباب فى البرامج الرياضية فى الفضائيات ؟ وما عوامل الإثارة التى تقدم فيها؟ وهل تناقش فيها مشكلة التعصب؟ وما تأثير المناقشة على روابط المشجعين ؟

٢- ما مدى تحيز مقدمى البرامج فى القنوات الرياضية ؟ وهل للإعداد والإخراج التليفزيونى فى الفضائيات دور فى إشعال التعصب؟

المحور الرابع: رؤية مستقبلية للشباب لمعالجة مشكلة التعصب:

الأسئلة الفرعية:

١- ما توقعات الشباب بالنسبة للتعصب الرياضى ؟ وما الجهات المسئولة عن الحد من التعصب الرياضى؟

٢- كيف تستطيع البرامج الرياضية أن تقوم بدور إيجابى فى مكافحة التعصب؟ و ما الحلول التى يقترحها الشباب لتقليل حجم التعصب بين جماهير الأندية الرياضية؟

ثانياً: تساؤلات القائم بالاتصال فى الإعلام الرياضى:

١- ما مدى متابعة القائم بالاتصال للبرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية ومشاركته فيها؟

٢- ما رأى القائم بالاتصال فى عناصر البرنامج الرياضى الجيد؟ وما مدى التزام مقدمى البرامج فى الفضائيات بهذه العناصر؟

٣- ما تقييم القائم بالاتصال لأداء الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات (مقدم ومعد ومخرج البرنامج)؟

٤- ما رأى القائم بالاتصال فى أعمال العنف والشغب فى الملاعب الرياضية؟ ومماالأسباب التى تدفع الشباب للتعصب؟

٥- ما دور وسائل الإعلام فى هذا التعصب الرياضى؟ وما أهم الوسائل الإعلامية التى يمكن أن تسهم فى نشر التعصب؟

٦- ما عوامل الإثارة التى تقدم فى البرامج الرياضية فى الفضائيات؟ وهل يقوم بعض مقدمى هذه البرامج بزيادة الاحتقان بين جماهير الأندية؟

٧- ما مدى مناقشة البرامج الرياضية لقضية التعصب؟ وما أكثر قناة فضائية قدمت معالجة للمشكلة؟ وما تأثير هذه المعالجة؟

٨- كيف تستطيع البرامج الرياضية المساهمة فى مكافحة التعصب؟ وما توقعاتهم بشأن التعصب فى المستقبل؟

٩- ما الجهات المسئولة عن الحد من الظاهرة؟ وما مقترحات القائم بالاتصال لمعالجتها؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاركة القائم بالاتصال فى عينة المبحوثين فى البرامج الرياضية ورأيهم فى عناصر البرنامج الرياضى الجيد.

الفرض الثانى:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضية وتقديرهم لمدى التزام مقدمى هذه البرامج بعناصر البرنامج الرياضى الجيد.

الفرض الثالث:

هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين رأى المبحوثين فى مدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الجيد، ورأيهم فى دور مقدمى هذه البرامج فى زيادة الاحتقان والتعصب بين جماهير الأندية الرياضية.

الفرض الرابع:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لجهة عملهم فى تقييمهم لأداء الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات.

الفرض الخامس:

هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لطبيعة عملهم فى تقييمهم لأداء الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى القنوات الفضائية.

الفرض السادس:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمدة عملهم فى الإعلام الرياضى، فى تقديرهم لمدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الرياضى الجيد.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التفسيرية التى تستهدف وصف وتحليل الظاهرة وأختبار المتغيرات و العوامل المؤثرة فيها بهدف تفسير نتائجها واستخراج المؤشرات التى تتضمنها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج المسحى باعتباره جهداً علمياً يساعد على التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة.[٥٠] وفى إطاره استخدم منهج المسح بالعينة.

ورأت الباحثة أن الاعتماد على أسلوب أو طريقة منهجية واحدة للبحث غير كاف، لأن الدراسة الكلية لمشكلة التعصب وعناصرها الإعلامية والجماهيرية يتطلب الجمع بين الدراسة الكيفية والكمية، مما يؤدى لتكامل البناء المنهجى فى تناولها ولهذا فقد استخدمت أداتين للدراسة هما:

أ – مجموعات النقاش المركزة Focus – Group Discussions

استخدمت الباحثة هذه الأداة الكيفية للخروج بمعلومات دقيقة وتفصيلية عن رأى مشجعى الروابط (الالتراس) فى تناول الفضائيات المصرية لقضية التعصب الرياضى.

وهذه الأداة تمكن الباحثين من التعرف على المبحوثين وأفكارهم ودوافعهم باستخدام الأسئلة المتعمقة الموجهة لهم، وتسجيل مقابلاتهم وتدوينها حتى تتوفر المعلومات التى يتم تحليلها.[٥١]

وقد راعت الباحثة التسلسل الطبيعى للخطوات المنهجية السبع الرئيسية التى قدمها الباحثون لإعداد وتنفيذ مجموعات النقاش المركزة والتى شملت:

١- تعريف المشكلة وتحديدها بدقة لاكتشاف آراء واتجاهات المشاركين فيها وعوامل تأثرهم بها ومفاهيمهم الخاصة وسلوكياتهم نحوها.

٢- اختيار العينة والتى تشمل أفراد قريبين الصلة بالمشكلة من الجمهور المستهدف.

٣- تحديد عدد معين من المجموعات الكافية لعرض المشكلة بشكل متكامل.

٤- تحديد أسلوب إدارة المناقشة وآليات التطبيق الفعلى لها.

٥- إعداد أدوات التطبيق للمناقشة وطرق تسجيلها ومكان انعقادها.

٦- إدارة المناقشة وجمع الإجابات وتنظيمها.

٧- تحليل البيانات وإعداد ملخص بها وبالنتائج التى توصل لها الباحث، وتجميع آراء المشاركين[٥٢].

هذا وقد قامت الباحثة بدور منسق الحوار، مع إعطاء جميع المشاركين فرص متساوية للحديث والتعليق والتفسير، دون قيود، مع الالتزام بموضوع الدراسة، وأعدت دليلاً للمناقشة حوى أربعة محاور رئيسية، ومجموعة من الأسئلة الفرعية لكل محور.

(ب) صحيفة استقصاء بالمقابلة:

وذلك لجمع بيانات المبحوثين من العاملين فى الإعلام الرياضى، وقد صممت الصحيفة لتحوى مجموعة من الأسئلة تجيب على تساؤلات الدراسة بهدف الوصول لمعلومات وآراء من القائمين بالاتصال، والتعرف على نظرتهم النقدية والتقييمية للبرامج الرياضية المقدمة فى الفضائيات المصرية، ورأيهم فى مشكلة التعصب الرياضى، ونظرتهم المستقبلية لكيفية معالجة وسائل الإعلام للمشكلة.

اختبارا الصدق والثبات:

أولا: اختبار الصدق:

لقياس صدق أدوات جمع البيانات تم عرض استمارة الاستقصاء، ومحاور النقاش وأسئلته الفرعية على مجموعة من المحكمين المتخصصين فى المجال الإعلامى[*] وتم إجراء التعديلات المطلوبة، واستبعدت بعض الأسئلة، وعدلت بعض الفئات وإضافة أخرى جديدة.

(*) أسماء الأساتذة المحكمين:

أ.د/ عدلى سيد رضا	أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د/ جيهان يسرى	أستاذة الإعلام ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب – جامعة القاهرة.

ثانياً: اختبار الثبات:

استخدمت الباحثة إعادة الاختبار Test-Retest على عينة من (٦) مفردات تمثل (١٠%) من العينة الميدانية، بعد مرور ١٠ أيام من تطبيق الاستقصاء، وبلغت قيمة معامل الثبات (٨٦%)، وهى قيمة عالية تشير لثبات المقياس.

عينة الدراسة:

(أ) عينة المجموعات النقاشية: والتى شملت مجموعتين من شباب الالتراس، الأولى خاصة بمشجعى نادى الزمالك و(المسماة الوايت نايتس) والثانية خاصة برابطة مشجعى النادى الأهلى (التراس أهلاوى) وتكونت كل مجموعة من (٦) مبحوثين من الشباب من سن ١٩ وحتى ٢٨ عاماً، يمثلون شرائح اجتماعية واقتصادية وتعليمية متنوعة.

وأقتصرت عينة المجموعات النقاشية على (١٢) شاباً لصعوبة الوصول لشباب الالتراس أعضاء الرابطة الحقيقيين، إضافة لرفضهم المشاركة فى الأبحاث متعللين برفض عقلية الالتراس التعامل مع الإعلاميين أو الباحثين، لأنهم يعتبرون تنظيمهم يقوم على السرية، وحتى لا يتعرضوا لأستهجان من باقى أفراد الجماعة.

(ب) عينة القائم بالاتصال: تم اختيار عينة من الإعلاميين العاملين فى المجال الرياضى، قوامها (٦٠) مفردة، وذلك لصعوبة الوصول للقائم بالأتصال، وعدم ترحيب عدد منهم بالمشاركة فى الأبحاث الميدانية .

وقد روعى توزيع العينة لتشمل العاملين فى كافة مجالات الإعلام الرياضى ويشمل: الإعلام الإذاعى ومثلته إذاعة الشباب والرياضة، والصحفى ومثلته عدة صحف هى الوفد والشروق والمصرى اليوم، والإعلام فى الفضائيات وشمل : قناة الأهلى، ومودرن سبورت، ونيل سبورت، إضافة لتمثيل مجموعة من المتغيرات كما يوضحها الجدول التالى.

خصائص عينة الدراسة:

أ.د/ سلوى إمام — أستاذة الإعلام بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

أ.م.د/ هبة شاهين — أستاذ الإعلام المساعد – قسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة عين شمس.

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

الخصائص	ك	%
النوع:		
١- ذكور	٥١	٨٥
٢- إناث	٩	١٥
المجموع	٦٠	%١٠٠
السن:		
١- من ٢٥ – وحتى ٣٥ سنة	٣٠	٥٠
٢- من ٣٦ – وحتى ٤٥ سنة	٢٠	٣٣,٣
٣- أكثر من ٤٥ سنة	١٠	١٦,٧
المجموع	٦٠	%١٠٠
المؤهل الدراسى:		
١- متوسط	٢	٣,٣
٢- جامعى	٥٢	٨٦,٧
٣- دراسات عليا	٦	١٠
المجموع	٦٠	%١٠٠
الحصول على دورات تدريبية إعلامية:		
١- حصل على دورات	٣٤	٥٦,٧
٢- لم يحصل على دورات	٢٦	٤٣,٣
المجموع	٦٠	%١٠٠

مقاييس الدراسة:

تم وضع بعض المقاييس لدراسة المتغيرات وهى:

قياس مجال عمل المبحوثين:

قسم المبحوثين لثلاث تخصصات رئيسية طبقاً لمجال عملهم:

١- مجال الصحافة الرياضية ومثلها (٣٥) مفردة .

٢- مجال القنوات الفضائية: ومثلها (١٣) مفردة .

٣- مجال الإذاعة: ومثلها (١٢) مفردة .

وذلك بهدف أن تشمل عينة الدراسة جميع العاملين فى مجال الإعلام الرياضى، فى كافة وسائل الإعلام المصرية المقرؤة والمسموعة والمرئية.

قياس طبيعة عمل المبحوثين:

تـم تقسـيمهم طبقـاً لطبيعـة العمـل الإعلامـى الـذى يتخصصـون فيـه إلـى ثـلاث تخصصات شملت:

- معد ومحرر: ومثله (٤٠) مفردة.
- مذيع ومراسل: ويشمل (١٤) مفردة.
- مخرج: ويمثله (٦) مفردات .

قياس مدة عمل المبحوثين:

قسمت مدة عمل القائمين بالاتصال فى مجال الإعلام الرياضى عينة الدراسة لثلاث فئات تمثلت فى:

- أقل من ٥ سنوات وشملت (١٦) مفردة .
- من ٥-١٠ سنوات وشملت (١٨) مفردة .
- أكثر من ١٠ سنوات ومثلها (٢٦) مفردة .

قياس أداء مذيعى البرامج الرياضية فى الفضائيات:

شمل المقياس ٩ عبارات متنوعة وتمثل أهم الخصائص والسمات لمقدم البرامج الرياضية، من خلال مقياس ثلاثى الأبعاد شمل:

- تتوفر بدرجة كبيرة وأعطيت لها (٣) درجات.
- تتوفر بدرجة متوسطة وأعطى لها درجتان.
- تتوفر بدرجة قليلة وأعطى لها درجة واحدة.

وبجمـع درجـات المقيـاس تراوحـت بـين (٩-٢٧ درجـة)، وقسـمت لثلاثـة مستويات:

- أداء منخفض من (٩-١٤ درجة).
- أداء متوسط من (١٥-٢١ درجة).
- أداء مرتفع من(٢٢-٢٧ درجة).

مقياس أداء معدى ومخرجى البرامج الرياضية فى الفضائيات:

شمل المقياس ٨ عبارات متنوعة تشمل الخصائص والسمات العامة لهم، وقيس من خلال مقياس ثلاثى أيضاً لتوافرها بدرجة كبيرة (٣ درجات) ودرجة متوسطة (درجتان)، ودرجة قليلة (درجة واحدة).

وتراوحت درجات المقياس من(٨-٢٤ درجة)، وقسمت لثلاث مستويات:

- أداء منخفض: من (٨-١٣ درجة).
- أداء متوسط: من (١٤-١٨ درجة).
- أداء مرتفع: من(١٩-٢٤ درجة).

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

استخدمت الباحثة المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية فى تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية.
- الوزن النسبى والذى يحسب طبقاً للمعادلة التالية (المتوسط الحسابى × ١٠٠ على الدرجة العظمى للعبارة).
- معامل ارتباط بيرسون
- اختبار كا^{2} لمعرفة مدى وجود علاقات بين المتغيرات ، ومعامل التوافق، ومعامل فاى لقياس شدة وقوة العلاقة بين المتغيرات.
- تحليل التباين (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوى (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات بين المجموعات، التى يثبت تحليل التباين وجود فروق إحصائية بينها.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الكيفية على روابط المشجعين (الألتراس):

اتضح للباحثة من خلال إجراء مجموعات النقاش المركزة وجود اتفاق فى بعض محاور النقاش بين الشباب فى مجموعتى الالتراس الأهلاوى والزملكاوى، واختلاف فى محاور أخرى، وفيما يلى عرض لأهم نتائج النقاش:

محور النقاش الأول: استخدامات الشباب فى روابط المشجعين للبرامج الرياضية فى القنوات الفضائية المصرية:

يتفق شباب الالتراس فى استخداماتهم للبرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية، والتى تمثلت فى التعرف على التعليقات والتحليلات الرياضية لخبراء الكرة، وتقييم أداء اللاعبين والمباريات بشكل عام، يليه السبب الخاص بمشاهدة لقاءات النجوم واللاعبين، وكواليس المباريات، ومعرفة آرائهم وأخبارهم.

جاء السبب الخاص بالتزود بالأخبار الرياضية فى المرتبة التالية، وان كانت المواقع الرياضية على الانترنت تنافس برامج القنوات الفضائيات الرياضية فى أهميتها، واعتماد الشباب عليها للحصول على الأخبار . أيضاً جاء السبب الخاص بمشاهدة إعادة المباريات، لأنهم يحضرونها فى الاستاد، وأحياناً يريدون مشاهدتها فى اليوم التالى من خلال التصوير التليفزيونى لها.

أعتبر الشباب أن أهم القنوات الفضائية التى يحرصون على مشاهدتها هى قنوات الجزيرة الرياضية، وبصفة خاصة فى مشاهدة المباريات والبرامج والتحليلات الرياضية، لأنها تتمتع بالمهنية والموضوعية، وتزخر بالكفاءات الإعلامية، أكثر من القنوات الرياضية، والفضائيات المصرية، وبالنسبة للقنوات المصرية فقد أكد الشباب تفضيلهم لقناة دريم، وتغطيتها للأحداث الرياضية وخاصة برنامج الكرة مع دريم، والرياضة اليوم، يليها قناة الحياة، وبرنامج استديو الحياة، ثم قناة النهار، وبرنامج استديو النهار، وفى المرتبة الأخيرة بعض البرامج فى الفضائيات الرياضية المتخصصة مثل مودرن كورة،ومودرن سبورت، وميلودى. وعبر الشباب فى التراس الأهلى عن تفضيلهم لقناة الأهلى وبرنامج استاد الأهلى بشكل أساسى، لأنها تعبر بصدق عن ناديهم، وتتعامل بموضوعية وتقدم الأخبار الصحيحة دائماً، ويليها بدرجة أقل قناة الحياة وبرنامج الملاعب اليوم، ثم مودرن كورة وبرنامج الكورة مع شوبير.

تتفق هذه الآراء مع ما أكدته دراسة كينيث Kenneth (٢٠٠١)[٥٣] على المشجعين المتعصبين التى وجدت أنهم يشاهدون المواد الرياضية التليفزيونية لمعرفة

المعلومات والتعرف على اللاعبين بصفة شخصية ومتابعة أخبارهم. كما اتفقت أيضاً مع دراسة أمانى الحسينى (٢٠٠٩)[٥٤] التى وجدت أن مشاهدة الجمهور من المتعصبين للمواد الرياضية التليفزيونية لمتابعة تحليل المباريات.

اختار الشباب خالد الغندور وأحمد شوبير كأفضل مقدمى برامج فى القنوات الفضائية المصرية، وأرجعوا السبب فى دلك لأنهما يعبران بصدق عن ميول الجماهير، وتتميز أخبارهما بالصدق والحالية، ولتمتعهما بثقافة كروية وعلاقات مع كافة أطراف اللعبة.

وجاء اختيار شباب الالتراس لخالد بيومى كأفضل محلل رياضى، يليه حازم إمام ، ثم طه إسماعيل. وجاء الاتفاق على اختيار عصام عبده كأفضل معلق، وأسباب هذه الاختيارات أن هذه الشخصيات الكروية موضوعية ولا يظهرون انتماءهم للفرق الرياضية، ويحرصون على الحياد، ويتمتعون بثقافة كروية، إضافة لسبب هام وهو أنهم لا يثيرون مشاكل بين الأندية واللاعبين والجماهير، ولا يشجعون على التعصب الكروى، الذى تمارسه بعض الشخصيات المعروفة بتعصبها.

وترى الباحثة أن هذه الاراء تعكس انحياز الشباب للإعلامى الذى يعبر عن النادى الذى يشجعونه، وخاصة أن نجوم الإعلام المرئى حالياً من لاعبى كرة القدم المعتزلين، فمن الطبيعى أن يجتذبوا جمهور ناديهم، ويجدوا فى برامجهم ما يعبر عن انتماء واضح لهذا النادى .

أتفقت المجموعتان على عدم مشاركتهم فى أى برنامج رياضى على الفضائيات، سواء من خلال المداخلات أو الرأى أو حتى الرسائل الالكترونية، وأكدوا أن ذلك يرجع لرفض عقلية الالتراس للتعامل مع الإعلام أو المشاركة فيه.

محور النقاش الثانى: رأي شباب الالتراس فى أسباب التعصب الرياضى وعنف وشغب الملاعب:

عبر الشباب عن رأيهم فى وجود عدة أسباب للتعصب الرياضى المنتشر فى الفترة الأخيرة ومنها :

أولاً: الإعلام الرياضى الذى يقوم بمحاولة فاشلة لملء ساعات الإرسال الطويلة – خاصة فى القنوات الرياضية – وذلك بالتنويع فى الفقرات التى تثير التعصب، ومنها الفقرة التحكيمية التى تتصيد أخطاء الحكام وتعيدها وتحللها

لتثير معها مشاعر المشجعين، وما يقدمه الإعلاميون من إثارة وتحيز واضح حسب انتمائهم لنادى محدد أو عضو مجلس إدارة أو اتحاد.

ثانياً: اتحاد الكرة والاتحادات الرياضية عامة وقراراتها المتخبطة وغير العادلة التى تغلب فيها المصالح المالية للاتحاد عن التنظيم الجيد للعبة، وعدم توخى العدل أو تطبيق القانون على الجميع، دون الخضوع لضغوط الأندية وأصحاب المصلحة. التى تكيل بعدة مكاييل لصالح حسابات وتوازنات شخصية ولا تطبق القانون إلا حسب الأهواء.

ثالثاً: سياسات الأندية وإدارتها، والتطبيق الخاطئ لمفهوم الاحتراف الرياضى، و صراعات الأندية على اللاعبين التى توغر صدور مشجعى الأندية المنافسة.

رابعاً: سلوكيات بعض اللاعبين والمدربين التى تثير الجمهور، وتعمدهم استفزاز الجماهير المنافسة سواء بالأشارات أو التصريحات المسيئة.

خامساً: النظام السياسى للدولة ولجوءه لإخراج المنافسة الرياضية من إطارها لتفريغ طاقة الشباب فى التشجيع لأنها أصبحت الوسيلة الوحيدة لإبراز الشباب الصغير السن لوجوده وشخصيته.

سادساً: ثقافة التعصب بين الجماهير المصرية وميلها للشغب، الذى كان موجوداً دائماً فى الملاعب من قبل، ولكنه تزايد مؤخراً نتيجة روح الجماعة فى التشجيع، فهم يشعرون بالوحدة والقوة مع زملاءهم فى الرابطة، ويستطيعون تحدى أى قوى خارجية، إضافة لوجود بعض الفئات المنحرفة والمتعصبة التى تنضم إليهم لتخرج عدوانيتها وعنفها.

سابعاً: التعامل الأمنى الخاطئ مع جماهير الالتراس والعنف الشديد فى معاملتهم واعتبارها مجموعة صبية مفسدين وهو ما يقابل منهم بمزيد من العنف.

وبشكل عام ارجعت المجموعة الأسباب الرئيسية لتنحصر فى : دور الإعلام الرياضى والتخبط الإدارى لمن يديرون اللعبة و الأندية والجماهير، والنظام السياسى والأمنى للدولة .

تتفق هذه النتيجة مع دراسة هناء فاروق (٢٠٠٨)[٥٥] التى ارجعت أسباب التعصب لوسائل الإعلام والمناخ غير الداعم لحرية الرأى.

رأي الشباب فى اتهام جماهير الالتراس بأنها السبب الرئيسى فى انتشار عنف وشغب الملاعب:

- عبرت المجموعتان عن **رفضهما** لهذا الاتهام. وأكد المشاركون أن دور روابط المشجعين للأندية إيجابى، لأنهم يقومون بتشجيع الكيان الرياضى، ويمثلون حالة تشجيع مثالى، وأنهم أكثر تنظيماً عن ذى قبل، ويعطون الروح والحياة فى الملاعب، إضافة لتفاعلهم وحماسهم الذى يقودون به الجماهير.
- وعبرت مجموعة الشباب عن حاجة الالتراس فقط للدعم المعنوى والمادى من المؤسسات الرياضية واحتواءهم داخل تنظيم، وأرجعوا سبب عنفهم فى بعض الأحيان كرد فعل لهجوم الآخرين عليهم، فيضطروا للدفاع عن تنظيم رابطة الالتراس ضد الظلم وعدم العدالة.
- أكد شباب الالتراس أن السبب فى هذا الاتهام الموجه لهم،هو تركيز وسائل الإعلام ورجال الإعلام الرياضى على بعض السلبيات، التى قد تحدث من الجماهير بصفة عامة، وليس الالتراس فقط، وتحميلهم مسئولية العنف، بعيداً عن الأسباب الحقيقية للتعصب، التى أشاروا لها، مؤكدين أن دورهم ثورى لإصلاح حال الرياضة المصرية من الفساد الذى استشرى فيها.

اعتبرت المجموعتان أن دور وسائل الإعلام أساسى فى نشر التعصب، وأنها محرك للفتنة بتركيزها على السلبيات، وبحثها عن الإثارة الإعلامية.

حدد شباب الالتراس وسائل الإعلام التى يمكن أن تسهم فى التعصب لتشمل مايلى: جاءت البرامج الرياضية فى الفضائيات فى الترتيب الأول بالنسبة لهم سواء فى القنوات العامة أو القنوات الرياضية المتخصصة ، يليها فى المرتبة الثانية الانترنت بما يشمله من المواقع الالكترونية، والمواقع الخاصة بمشجعى الأندية، إضافة للفيس بوك، والذى أعتبره الشباب من أهم وسائل الإعلام التى تسهم فى التعصب، لأن هذه المواقع تعد مجالاً خصباً للتعليقات المتشددة والمنحرفة والسخرية والتهكم بين جماهير الأندية، يليها الصحافة الرياضية وما تنشره من أخبار كاذبة أو مغلوطة. وخاصة فى الصحف الرياضية الصفراء، وصحف الأندية، وبعض الصفحات الرياضية فى الصحف العامة،التى تتعمد نشر أخبار ملفقة وكاذبة.

وأتفقت المجموعتان على أن البرامج الإذاعية دورها ثانوى، ومحدود،لأنهم لا يستمعون لها إلا نادراً وأثناء الانتقال بالسيارة فقط.

كيفية تأثير هذه الوسائل الإعلامية على الجمهور فى موضوع التعصب:

أكد الشباب أن ذلك يتم من خلال لجوءها للإثارة، وتفرغها للملاسنات، والرد على بعضهم البعض. إضافة لأزدواجية معايير العاملين بها، فبعضهم يعمل فى الأندية أو الاتحادات الرياضية، ويقدمون مادة إعلامية تعبر عن آرائهم الموجهة لمصلحة شخصية، وأنها تقوم بهذا من خلال نشر الإشاعات، وزيادة الاحتقان بين الجماهير، لمجرد جذب الانتباه وضربوا مثالاً بما حدث من توتر بين شعبى مصر والجزائر، أثناء الأزمة الشهيرة لمباراة تصفيات كأس العالم(٢٠١٠)، وما قام به الإعلام من إشعال نار التعصب بين البلدين.

محور النقاش الثالث: رأى الالتراس فى البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية:

- عبر الشباب عن رأيهم بأن البرامج الرياضية فى الفضائيات تعمل لمصالح شخصية، لخدمة صاحب القناة، وللإعلاميين العاملين فيها، والذين يعد أغلبهم من الرياضيين السابقين وفقاً لميولهم وأنها لا تقدم معلومة مهمة. وأنها تركز كل جهودها لجذب الجمهور، وبالتالى المعلنين الذين يكفلون لها دخلاً جيداً، بغض النظر عن المضمون أو المحتوى البرامجى الجيد.

أتفقت الأراء على أن هده البرامج لا تناقش فيها أحوال الرياضة المصرية، ولكنها تركز على الإثارة ولا تهتم بتطوير أحوال الرياضة المصرية أو مناقشة مستقبلها.

حدد شباب الالتراس عوامل الإثارة التى تقدم فى البرامج الرياضية والتى تتمثل فى:

- اعطاء فرصة ووقت كبير لأعضاء مجالس إدارات الأندية للحديث والمجادلة والرد على بعضهم البعض.
- الملاسنات بين الإعلاميين العاملين فيها،والآخرين فى قنوات وبرامج أخرى وتبادل الاتهامات بينهم.
- تقديم أخبار غير مؤكدة وبعض الإشاعات،والتى تنتشر على المواقع الالكترونية،والخاصة بانتقالات اللاعبين.
- عبرت مجموعة الشباب عن رأيهم بأن جميع القنوات والبرامج الرياضية تتكلم عن التعصب، ولكنها لا تقدم حلول عملية له، لأنها لا تملك إيقافه بل هى سبب

مباشر فيه . وأن البرامج والقنوات لا تناقش قضية التعصب، وإذا قدمت موضوع التعصب يكون بمجرد عرض لمشاهد العنف والشغب فى الملاعب، والاتهامات التى توجهها لروابط الألتراس بأنهم مجموعة صبية متعصبين،بدلاً من محاولة جادة لمعرفة أسبابه وسبل مواجهته ، وأكثر قناة تقدم معالجة للمشكلة هى قناة النيل للرياضة، يليها قناة الأهلى لأهتمامها بمواجهة الظاهرة .

- اتفقت المجموعتان على عدم وجود تأثير ملموس لمناقشة قضية التعصب على الجمهور وروابط المشجعين، بل أن هذه المناقشات يكون تأثيرها سلبى وخاصة على الالتراس، لأنها تزيد من تعصبهم لإقتناعهم بعدم موضوعية من يناقشها، وأنها تؤدى لمزيد من الاحتقان نحو الإعلام الرياضى.
- أكد الشباب أن البرامج والقنوات الرياضية لا تحرص على تصويب أومراجعة الأخطاء التى تحدث وخاصة على الهواء، وأنه نادراً ما تعتذر القناة عن خطأ حدث، وأن ذلك يحدده مدى قوة القناة وامتلاكها شبكة مراسلين أكفاء.

تقييم الالتراس لأداء مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات:

- حدد شباب الالتراس عده إيجابيات تتوافر فى معظم مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية وتشمل: تعدد المعلومات والأخبار وتنوعها لأتصالهم بصناع الحدث، إضافة لامتلاكهم شبكة اتصالات قوية مع جهات كثيرة تتحكم فى الرياضة المصرية، وقدرتهم على التحليل الفنى للمباريات بدقة و حرفية.
- إضافة لعدد من السلبيات مثل عدم الموضعية، وظهور الانتماء الرياضى لدى بعضهم، وقيامهم بالتحليلات للمباريات حسب نتيجة المباراة وليس بشكل حقيقى وموضوعى. أيضاً يعتبر مقدمو هذه البرامج غير مؤهلين للعمل الإعلامى وغير متخصصين، وتنقصهم الكفاءة الإعلامية، لأن معظمهم من نجوم الرياضة السابقين، ولا تتوفر فيهم سمات المهنية والحرفية الإعلامية.

تقييم الالتراس لمعدى ومخرجى البرامج الرياضية الفضائية:

- اتفقت المجموعتان على أن معد ومخرج البرامج الرياضية فى الفضائيات يفتقد الحرفية الفنية، ويعانى معظمهم من ضعف الكفاءة المهنية، وبالنسبة لدورهم فى مشكلة التعصب فهم جزء أساسى منها لعدة أسباب منها:- أنهم يتعمدون التركيز فى لقطات المباريات على انفعالات اللاعبين والمدربين، ويقومون بتكرار

بعض مشاهد العنف والشغب بهدف إشعال المشاعر العدائية، ويعملون طبقاً لرأى صاحب القناة والإعلامى الذى يقدم البرنامج وحسب توجهاته.

- تتفق هذه النتيجة مع دراسة وسترمان D. Westerman وتامبورينى R. Tamborin (٢٠١٠)[٥٦] التى أكدت أن النص المصاحب للصورة والمشاهد المصورة تؤثر على المشاهدين وتزيد من عدوانية الجمهور.
- وتري الباحثة أن ضعف الكفاءة المهنية والتقنية لمعدى ومخرجى البرامج الرياضية التليفزيونية من أهم سلبيات الإعلام الرياضى التليفزيونى، وهو ما سبقتنا إليه قنوات عربية منافسة وفرت لفنييها دورات تدريبية وتقنية رفيعة المستوي، لضمان كفاءة العمل الممارس،إضافة لدورات إعلامية مهنية فى العمل الإعلامى، ولمعرفة القيم الأساسية لممارسته مثل الموضوعية والتوازن. فى حين تفتقد البرامج الرياضية الفضائية المصرية لهذه الأسس الفنية والإعلامية فى مخرجيها و فنييها.

محور النقاش الرابع: رؤية مستقبلية للشباب لمواجهة مشكلة التعصب الرياضى:

- أختلفت توقعات شباب الالتراس بالنسبة لمشكلة التعصب فى السنوات القادمة، حيث عبر البعض عن رأيهم بأن التعصب سيزيد بصفة مطردة، لعدم تغير أى قيادة أو تنظيم، وتوافر نفس الظروف السابقة التى وجدت قبل الثورة، وأنهم لا يلمسون أى تطوير حقيقى فى ادارة المنظومة الرياضية. أكد البعض الاخر بأن التعصب سيقل فى المستقبل أو سيظل على نفس المستوى على أسوأ تقدير. معربين عن أملهم فى تغير أحوال الرياضة بعد الثورة، وأن حركة التراس سيكون لها دور فى نشر الثقافة الرياضية بين الجماهير.

أكدت مجموعة **شباب الالتراس أن الجهات المسئولة عن الحد عن التعصب الرياضى** تبدأ بالاتحادات الرياضية المنظمة للوسط الرياضى، وبصفه خاصة اتحاد الكرة وضرورة الحزم فى قراراته ، ولأن إدارة المنظومة الرياضية أساس نجاحها وفى حالة التعامل مع الجميع بعدل وحزم يمكن مواجهة التعصب وفرض الألتزام على جميع أطراف الوسط الرياضى . ثم يأتى الإعلام الرياضى بدوره الحيوى وأهمية قيامه بتخفيف حدة الإثارة والإشاعات المغرضة ، يليه الأمن ودوره فى التنظيم الجيد، وضرورة تعامله باحترام وفرض النظام باستخدام القانون وليس القوة والعنف، ، ثم الأندية واللاعبين والمدربين، بتهدئة انفعالاتهم وعدم نقل تعصبهم

لجماهيرهم ، وأخيراً الجمهور كآخر طرف فى المنظومة، لأنه يتأثر بكل الجهات الأخرى، وليس طرفاً أساسياً فاعلاً ولكنه دائماً ما يوضع محل إتهام.

أظهرت اراء الشباب دور البرامج الرياضية فى الفضائيات للمساهمة بفاعلية وإيجابية فى مكافحة التعصب من خلال مراعاة الموضوعية لدى كل أطراف العمل الإعلامى فى المقام الأول، وتنظيم فوضى الإعلام الفضائى، بوضع معايير لاختيار الإعلامى الرياضى، واستبعاد من يظهر تحيزه أو يلجأ للإثارة إضافة للاعتماد على الكفاءة المهنية أولاً، وليس النجومية، وتدريب الإعلاميين غير المؤهلين، ووضع ميثاق شرف إعلامى يلتزم به العاملون، والتركيز على تناول الموضوعات المهمة للرياضة المصرية ومواجهة المشكلات الحقيقية .

اقترح شباب الالتراس مجموعة مقترحات لتقليل حجم التعصب الرياضى بين جماهير الأندية الرياضية مثل المطالبة بالعدالة فى القرارات، والتنظيم الجيد للألعاب الرياضية حتى لا تشعر الجماهير بالظلم وتندفع لمزيد من الشغب ،وإعادة صياغة القوانين حتى لا تحوى لوائحها مواداً ترضى نادياً محدداً أو تحقق مصلحة شخصية لأفراد بعينهم، إضافة لإحترام تطبيق القانون وتنفيذه على جميع الأندية ومختلف المسابقات، وفى هذه الحالة لن تجد البرامج الرياضية فى الفضائيات،أو الإعلام الرياضى مجالاً للتحليل والتعليق، والتندر بالقرارات المتخبطة.

وعبر الشباب عن رغبتهم فى احتواء وتنظيم روابط الاتراس، واحترام الأمن لأفرادها، أو إسناد تنظيم وتأمين المباريات لشركات أمن متخصصة، كما يحدث فى الملاعب الأوربية، حتى لا يحدث احتكاكات غير مطلوبة مع الشرطة أو الجيش، إضافة لتفعيل القوانين حتى يهابها الجميع.

- وبشكل عام فقد اتفق الجميع على ضرورة إحداث تغيير جذرى فى من يديرون النشاط الرياضى فى مصر، والدفع بوجوه جديدة، تحقق أهداف ثورة ٢٥ يناير.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية على القائم بالاتصال فى الإعلام الرياضى:

أ ـ النتائج العامة:

توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج العامة، من خلال إجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال فى مجال الإعلام الرياضى على استمارة الاستقصاء والتى أظهرت ما يلى:

- **متابعة ومشاركة عينة الدراسة للبرامج الرياضية فى الفضائيات:**

- جاءت نسبة متابعة البرامج الرياضية المقدمة فى القنوات الفضائية المصرية العامة والمتخصصة مرتفعة، حيث سجلت نسبة متابعتها دائماً (٦٠%)، يليها متابعتها أحياناً بنسبة (٣١,٧%)،واخيراً نادراً بنسبة (٨,٣%) فقط، وهذه النتيجة طبيعية لأن القائم بالاتصال فى الإعلام الرياضى يحرص على متابعة ما يقدم على شاشات الفضائيات من برامج رياضية.
- سجل المبحوثون نسبة مشاركة فى هذه البرامج بلغت (٤١,٧%)، فى حين جاء من لا يشاركون بنسبة ٥٨,٣%، وتعد نسبة المشاركة مرتفعة نظراً لعمل عديد من المبحوثين فى برامج الفضائيات إضافة لعملهم الأصلى .
- وجاءت طبيعة المشاركة من خلال الإعداد لفقرات البرامج بنسبة ٥٢% يليها الاستضافة فى البرامج بنسبة ٣٦%، ثم من خلال المداخلات لإبداء الرأى أو التعليق أو عرض خبر بنسبة ٢٠%، ثم المشاركة فى إخراج البرنامج بنسبة ١٢%، وأخيراً المشاركة فى التقديم بنسبة ٨% فقط، وذلك لأن العاملين فى مجال الإعلام الرياضى بصفة عامة يشاركون فى كافة وسائل الإعلام الرياضى، فهو كصحفى مثلاً يعمل فى إعداد برامج لإحدى الفضائيات، أو كمراسل لها.

- **عناصر البرنامج الرياضى الجيد والتزام برامج الفضائيات بها:**

جدول رقم (٢)

رأى عينة الدراسة فى عناصر البرنامج الرياضى الجيد

عناصر البرنامج	ك	%
يقوم على الموضوعية	٤٥	٧٥
يعتمد على مقدم مميز	٤١	٦٨,٣
يحقق التوازن والدقة والقيم الإعلامية	٣٣	٥٥
يلتزم فى إخراجه بالحرفية	١٩	٣١,٧
يستطلع رأى جمهوره	١٨	٣٠
يروج للنماذج الإيجابية	١٥	٢٥
دائم التواصل مع المشاهدين	١٤	٢٣,٣
ن = ٦٠		

وللإجابة على التساؤل الخاص برأى المبحوثين فى تحديدهم لعناصر البرنامج الرياضى الجيد، جاءت إجاباتهم لتسجل أعلى نسبة للبرنامج الذى يقوم على الموضوعية فى عرض وجهات النظر المختلفة بنسبة ٧٥% من إجمالى إجابات المبحوثين، يليه أنه البرنامج الذى يعتمد على مقدم متميز، ثم العنصر الخاص بتحقيق التوازن والدقة والقيم الإعلامية الأساسية.

تشير هذه الاختيارات لأهمية التزام البرنامج الرياضى الجيد بعناصر الموضوعية والدقة والتوازن فى عرض الآراء وأهمية إتباعه للقيم الإعلامية السليمة فى الإعداد، والتقديم، إضافة لأهمية اعتماده على مقدم مميز تتوافر فيه الحرفية الإعلامية المطلوبة وليس فقط كونه من نجوم الرياضة المشهورين.

جاءت باقى عناصر البرنامج الرياضى لتسجل أهمية اعتماده على إخراج يلتزم الحرفية والمهنية، ثم الحرص على استطلاع رأى جماهيره، ثم الترويج للنماذج الرياضية الإيجابية، وأخيراً بأنه دائم التواصل مع المشاهدين، تشكل هذه العناصر القيم الإعلامية الأساسية الواجب توافرها فى البرنامج الرياضى الذى يجب أن يقوم على الحياد والموضوعية، ويستند على عناصر فنية ومهنية قوية، ويوفر فرصة عادلة لجمهوره فى التواصل وإبداء الرأى، وهو ما يوفر مناخاً رياضياً إعلامياً

صحياً، يساعد على بث قيم أخلاقية ورياضية، ونشر روح التسامح بين جمهور المشاهدين.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة أمانى الحسينى (٢٠٠٩)[٥٧] التى حددت عناصر البرنامج الرياضى الجيد فى كفاءة عرض الموضوع ومناقشة المشكلات والموضوعية.

- وبسؤال المبحوثين عن مدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية بهذه العناصر، أكد نسبة ٦٦,٧% منهم أن بعض مقدمى البرامج فقط يلتزم، يليه اختيارهم بأنه لا يلتزم بها أحد على الإطلاق بنسبة ٣٠%، وأخيراً من يرى أن معظم مقدمى هذه البرامج يلتزم بالعناصر الخاصة بالبرنامج الجيد بنسبة ٣,٣% فقط، مما يشير لوجود عديد من السلبيات فى حرفية إعداد وتقديم هذه البرامج.

- **تقييم عينة الدراسة لزملائهم الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات:**

- الإجابة على هذا التساؤل جاءت من خلال ذكر مجموعة من السمات الإيجابية الواجب توافرها والالتزام بها كقيم للعمل الإعلامى، لدى كل من مقدم البرنامج، ولدى المعد والمخرج أيضا، إضافة لمجموعة خصائص سلبية أخرى تمثل أهم الانتقادات التى توجه للإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، وتم وضع مقياس ثلاثى الأبعاد ليجيب عليه المبحوثين، ويشمل مدى توافر هذه السمات والخصائص بدرجة كبيرة ومتوسطة وبدرجة قليلة.وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالى:

جدول رقم (٣)

تقييم المبحوثين للإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات

الخصائص	الوزن المئوى
أولاً: مقدم البرامج الرياضية:	
يكتسب أهمية لكونه من نجوم الرياضة	%٨٧,٧٨
يلجأ للإثارة والمبالغات	%٨١,٦٧
يظهر انتماؤه الرياضى	%٧٥,٥٦
متمكن من التحليل الرياضى	%٧٠
غير مؤهل للعمل الإعلامى	%٦٧,٢٢
إعلامى ذو شخصية جذابة وحضور	%٦٦,٦٧
دقيق فى عرض الآراء والأخبار	%٥٥,٥٦
يحرص على التوازن	%٥٥
يلتزم بميثاق شرف إعلامى	%٥٠
ثانياً: معد ومخرج البرامج الرياضية:	
يساعد على شحن الجماهير	%٧٣,٨٩
ينحاز لجهات محددة حسب الأهواء	%٧٠,٥٦
يتعمد تكرار لقطات وفقرات معينة	%٦٨,٣٣
يستخدم أساليب مميزة فنية	%٦٨,٣٣
يحرص على التنوع	%٦٦,١١
يلتزم بالحرفية المهنية	%٦٣,٣٣
غير ملتزم بالقيم الأخلاقية	%٦٢,٧٨
لا تتوافر فيه كفاءة فنية	%٥٩,٤٤

يظهر الجدول السابق أن تقييم القائمين بالاتصال فى الإعلام الرياضى من عينة الدراسة لمقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات تصدره السمات والخصائص ذات الطابع السلبى فى أداءهم لعملهم فجاءت الخصائص لتشمل أن مقدم البرنامج يكتسب أهميته من كونه من نجوم الرياضة السابقين، وليس نتيجة كفاءة إعلامية مميزة بوزن مئوى قدره ٨٧,٧٨%، يليه أنه يلجأ للإثارة والمبالغات فى تقديم البرنامج لجذب اهتمام المشاهد، ثم السمة السلبية الثالثة، وهى أنه يظهر انتماءه

الرياضى، ويمارس تحيزاً واضحاً لناديه السابق ، إضافة لسمة هامة احتلت المرتبة الخامسة، وهى أنه غير مؤهل للعمل الإعلامى، توصف هذه الخصائص والسمات السلبية الحالة العامة لنجوم الإعلام الرياضى من مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات، حيث تجتذب هذه القنوات نجوم الرياضة السابقين وتضعهم أمام المشاهد لساعات طويلة يمارسون فيها التقديم والتحليل والتعليق، دون خبرة مسبقة ودون إعداد إعلامى جيد يجعلهم يعتمدون على الإثارة،لإبقاء المشاهد متابعاً لبرنامجهم ولقناتهم الفضائية، إضافة لمحاولتهم ملء فترات البث بالحديث فى مختلف الشؤون السياسية والأقتصادية و الثقافية، وهم ليسوا أهلاً لذلك.

- أيضاً لم يقتصر تقييم الإعلاميين على السمات السلبية،بل يتوافر فيهم أيضاً عدة سمات إيجابية وان كانت تأتى فى المرتبة التالية وتشمل: أن مقدم البرنامج متمكن من التحليل الرياضى، وهى خاصية طبيعية لأنه من نجوم الرياضة الأكثر دراية بطبيعة اللعبة وقواعدها، إضافة لعمله فيها لسنوات اكسبته خبرة فى الملاعب والخطط الفنية وغيرها. ظهرت أيضاً سمة هامة وهى أنه إعلامى ذو شخصية جذابة وحضور مميز، فبعضهم أصبح له من الخبرة ما وفر له جاذبية لدى جمهوره، إضافة لخاصية الدقة فى عرض الآراء والأخبار، والحرص على التوازن فى عرض وجهات النظر، وأخيراً جاء الالتزام بميثاق شرف إعلامى وقواعد أخلاقية عامة بأقل وزن مئوى، مما يعكس عدم اهتمام الفضائيات بمواثيق شرف محددة فى تعاملها مع جمهورها، أو التزام العاملين فيها بمثل هذه القواعد الأخلاقية.

- تصدر أيضاً التقييم السلبى لمعدى ومخرجى البرامج الرياضية جميع العناصر، حيث جاء فى المرتبة الأولى أنه يساعد على شحن الجماهير بإظهار تحيزه لنادى معين بوزن مئوى ٧٣,٨٩% وأنه ينحاز لبعض الجهات حسب الأهواء الشخصية، إضافة لتعمده تكرار لقطات ومشاهد معينة طبقاً لحسابات خاصة، تشير هذه الخصائص لدور خطير يقوم به معدى ومخرجى البرامج الرياضية الذين يقومون بشحن الجماهير والتحيز طبقاً للمصالح والأهواء، من خلال إعداد فقرات وتكرار لقطات تثير المشاهدين وتدفع لمزيد من التعصب، وليس كما هو منوط بها فى بث الروح الرياضية. أيضاً شمل التقييم عدة إيجابيات مثل استخدام أساليب مميزة فنية والحرص على التنوع والالتزام بالحرفية المهنية والإعلامية،

وظهرت بعض السلبيات مرة أخرى فى عدم الالتزام بالأخلاقيات، وهو ما تعانيه كافة القنوات الفضائية المصرية إلى عدم وجود ميثاق شرف محدد تتبناه أو تطبقه، وعدم توافر الكفاءة الفنية المطلوبة فيهم، وهذا واقع حيث يعانى الإخراج الرياضى فى مصر من ضعف الكفاءة الفنية أو التدريبية للعاملين به، ولا تتوافر لهم الحرفية الفنية التى نشاهدها فى إعداد وإخراج المباريات والبرامج فى قنوات فضائية عربية وأوربية أخرى.

- تتفق هذه النتيجة مع دراسة أمل صبرى (٢٠٠٤)[٥٨] التى أكدت أن المعد يليه المصور من أهم العناصر فى العمل الإعلامى، ومع ذلك لا يتوفر لهم الإعداد الفنى الكافى.
- عبرت نسبة ٧٥% من عينة الدراسة عن رأيهم بأن أعمال العنف والشغب أمر متزايد، فى حين جاء من يرونها أمراً طبيعياً بنسبة ٢٠%، ومن يعتقدون أنها أمر محدود بأقل نسبة وهى ٥%. وقد أرجع المبحوثون هذه الأحداث العنيفة فى ملاعب الكرة، لكونها أمراً متزايداً وطبيعياً فى ظل حالة البلاد السياسية، وظروف الثورة، وحالات الانفلات الأمنى الذى تشهده مصر فى المرحلة الأخيرة.

الأسباب التى تدفع الشباب للتعصب الرياضى وارتكاب أعمال عنف وشغب فى الملاعب:

جدول رقم (٤)

أسباب التعصب الرياضى وشغب الملاعب

أسباب التعصب والعنف للشباب	ك	%
تحيز الإعلاميين	٣٦	٦٠
الإثارة فى الفضائيات	٣٤	٥٦,٧
السلوك السئ للرياضيين	٣٢	٥٣,٣
عدم وجود عقوبات للجماهير	٣٢	٥٣,٣
وسيلة للتنفيس عن الكبت	٣١	٥١,٧
انخفاض مستوى الأمن	٢٩	٤٨,٣
تأثر الشباب بالمواقع على النت	٢٣	٣٨,٣
عدم الانضباط بالصحافة الرياضية	٢٣	٣٨,٣
ظهور روابط المشجعين	٢٢	٣٦,٧
عدم الاحترافية فى المسئولين	٢٢	٣٦,٧
ضعف الاتحادات الرياضية	١٦	٢٦,٧
غلبة الطابع العدوانى على الشباب	١٣	٢١,٧
انحياز الجهات الإدارية	١١	١٨,٣
خروج الروابط عن هدفها	١	١,٧
ن = ٦٠		

- عبر المبحوثون عن العديد من الأسباب، وجاء على رأسها اتهام صريح، وواضح للإعلام الرياضى فى مصر، والذى مثله اختيارات متتالية. وهى: تحيز الإعلاميين واستفزازهم للجماهيرفى المرتبة الأولى ، والإثارة التى تستخدم فى القنوات الفضائية والبرامج الرياضية فيها فى المرتبة الثانية ،مما يشير للدور الخطير لبرامج الفضائيات الرياضية فى شحن الجمهور ودفعهم للتعصب والعنف والخروج بالمنافسةالرياضية عن هدفها السامى، بل اصبحت تتهم بأنها على رأس أهم الأسباب لنشر التعصب، ثم فى المرتبة الثالثة سجل

السلوك السيئ لبعض الرياضيين، وعدم وجود عقوبات رادعة للجماهير التى تخرج عن الروح الرياضية، نفس النسبة.

- جاء فى المرتبة التالية اتهام الجماهير والمشجعين الرياضيين بأنهم أحد أسباب التعصب حيث يعتبر عنف وشغب الملاعب وسيلة للتنفيس عما يشعرون به من كبت.
- أيضاً جاء فى المرتبة السادسة انخفاض مستوى الأمن فى البلاد عموماً، وتراخى قبضة الدولة. وذلك لظروف الانفلات الأمنى الذى تعانى منه مصر بعد ثورة ٢٥ يناير.
- وجاء تأثير الإعلام الرياضى مرة أخرى ليحتل المرتبة السابعة والثامنة وشمل السبب الخاص بتأثر الشباب بالمواقع الرياضية على الانترنت، وعدم انضباط الصحافة الرياضية واهتمامها بالسبق الصحفى وحقق السببان نفس النسبة، حيث تعد المواقع الالكترونية بيئة مثالية لبث التعصب بما تحويه من تعليقات منفلته وألفاظ مهينة وتراشق بالألفاظ.
- وحقق السبب الخاص بظهور روابط المشجعين للأندية الرياضية (الألتراس) نسبة ٣٦,٧% من إجمالى الإجابات، ليؤكد دور هذه الروابط الواضح فى إشعال فتيل التعصب فى السنوات الأخيرة، وخاصة أن أحد الأسباب التى رأى المبحوثون أنها تحث على العنف، هو غلبة الطابع العدوانى على الشباب فى هذه الروابط بنسبة ٢١,٧%.
- أظهرت الأسباب أيضاً، عاملاً هاماً آخر وهو دور المسئولين والاتحادات الرياضية، حيث جاء عدم احترافية أو كفاءة المسئولين عن الرياضة فى مصر، يليه ضعف الاتحادات الرياضية فى المرتبة العاشرة والحادية عشر، وسجل السبب الخاص بانحياز الجهات الإدارية المسئولة عن الرياضة لنادى على حساب آخر نسبة ١٨,٣%، مما يشير إلى فساد المناخ الرياضى فى مصر وفشل المنظمين والمسئولين عن إدارة اللعبات لإدارة الوسط الرياضى، وتغليبهم للمصالح الشخصية والمادية عن مصلحة الرياضة. وأخيراً أضاف المبحوثون سبباً آخر، وهو خروج الروابط عن أهدافها واستغلال بعض الشخصيات لها.

- تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة أمانى الحسينى (٢٠٠٩)[٥٩] التى وجدت علاقة ارتباطية بين اعتقاد المشجعين بمدى موضوعية البرامج التليفزيونية الرياضية وقبول المشاهدين لها.
- كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة رمزى جابر (٢٠٠٧)[٦٠] التى أرجعت أسباب العنف الرياضى للجمهور وضعف الاتحادات والأندية الرياضية. ودراسة مصطفى عبدون (٢٠٠٦)[٦١] التى أظهرت أن الشخصية العنيفة والعدوانية أحد أسباب الشغب والتعصب الرياضى.

دور وسائل الإعلام فى نشر التعصب الرياضى:

بسؤال المبحوثين عن رأيهم فى دور وسائل الإعلام عامة فى نشر التعصب الرياضى بين الجماهير، أكدت نسبة ١٠٠% من أفراد العينة موافقتهم على هذا الدور. وهذه النتيجة هامة لأنها جاءت من زملاء المهنة، الذين يرون أن لوسائل الإعلام دوراً مؤكداً فى مشكلة التعصب الرياضى، سواء كان دوراً رئيسياً أو دوراً مساعداً مع عوامل أخرى، إلا انه يوجه اتهام صريح و مباشر لوسائل الإعلام، بأنها محركة للفتنة و أحد أسباب الشحن الجماهيرى .

وجاءت أهم وسائل الإعلام التى يمكن اتهامها بأنها تساهم فى زيادة حدة التعصب وعلى رأسها القنوات الرياضية المتخصصة فى المرتبة الأولى من اختياراتهم بوزن مرجح قيمته ٤٢,٦%، يليها المواقع الالكترونية على الانترنت بوزن مرجح قيمته ٢١,٥%، وفى المرتبة الثالثة البرامج الرياضية فى الفضائيات العامة بوزن مرجح قيمته ١٦,٩%، وفى المرتبة الرابعة الصحافة الرياضية بوزن مرجح ١٥,٤%، وسجلت البرامج الرياضية الإذاعية المرتبة الأخيرة بأقل وزن مرجح قيمته ١,٩% فقط.

- ولمعرفة رأيهم فى مدى قيام بعض مقدمى برامج الفضائيات الرياضية بزيادة الاحتقان والتعصب بين جماهير الأندية، عبر نسبة ٦٠% منهم بأن يقومون بذلك أحياناً، وجاء من يرون بأنهم يقومون بذلك دائماً فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٥%، ومن هنا يتضح تحميل أفراد العينة مسئولية التعصب لمقدمى البرامج بصفة خاصة، نتيجة ما يقدمونه فى برامجهم، فى حين جاء نسبة من يرون

أنهم ليس لهم دور، أو نادراً ما يحدث ذلك، بنسبة ٣,٣%، و١,٧% فقط من إجمالى المبحوثين.

- تظهر هذه النتيجة أن المبحوثين يحملون مقدمى البرامج الفضائية مسئولية زيادة حدة التعصب الرياضى فى مصر، لافتقادهم مقومات العمل الإعلامى،والموهبة، وحتى الدراسة المتخصصة ولجوءهم للإثارة وشحن الجماهير، ولا ننسى هنا دورهم الخطير أثناء الأزمة الشهيرة بسبب مباراة مصر والجزائر، وما قاموا به من تعليقات وآراء، وصيحات مسيئة، وألفاظ قبيحة، أشعلت نيران الفتنة بين الشعبين الشقيقين.

عوامل الإثارة المقدمة فى البرامج الرياضية فى الفضائيات:

جدول رقم (٥)

رأى المبحوثين فى عوامل الإثارة المستخدمة فى البرامج الرياضية فى الفضائيات

عوامل الإثارة	ك	%
استضافة شخصيات متعصبة	٣٤	٥٦,٧
إشعال الخلافات بين أطراف اللعبة	٣١	٥١,٧
الاهتمام بالملاسنات والرد على الاتهامات	٢٨	٤٦,٧
إذاعة أخبار غير مؤكدة	٢٦	٤٣,٣
التركيز على اللقطات المثيرة	٢٤	٤٠
السخرية والاستهزاء بالفرق المهزومة	١٨	٣٠
تعصب القائم بالاتصال وإظهار انحيازه	١٧	٢٨,٣
عدم الالتزام بالمصداقية	٢	٣,٣
ن = ٦٠		

عبر المبحوثون عن رأيهم فى وجود عوامل متعددة للإثارة تستخدم فى البرامج الرياضية فى الفضائيات المصرية ومن أهمها استضافة شخصيات معروفة بتعصبها وآرائها المتطرفة، فى محاولة لزيادة نسبة المشاهدة وإشعال الحلقات بإثارة مزيفة.

كما جاءت محاولة إشعال الخلافات بين الضيوف وأطراف اللعبة فى المرتبة الثانية، يليها الاهتمام بالملاسنات بين المشاركين فى البرنامج، مع إعطائهم الفرصة للرد على الاتهامات، وهو ما يؤدى لتصاعد الخلافات والمشاحنات بين الجميع،

لضمان استقطاب الجمهور لمتابعة البرنامج ومن ثم زيادة نسبة الإعلانات ومزيد من الأموال للقناة.

- تنوعت عوامل الإثارة الأخرى لتشمل إذاعة أخبار ومعلومات غير مؤكدة لضمان السبق الإعلامى، والتركيز على اللقطات والمشاهد المثيرة فى التقارير والمواد المصورة والخاصة بأعمال العنف والشغب، أيضاً جاء عامل السخرية والاستهزاء بالرياضيين أو الفرق الرياضية عقب تعرضهم للهزيمة، وهو ما يثير مشاعر جمهور المشجعين ويزيد من تعصبهم وشحنهم تجاه أطراف اللعبة مثل الحكام، والاتحادات الرياضية، والفرق المنافسة. وجاء عامل هام آخر وهو تعصب القائم بالاتصال فى هذه البرامج وإظهاره لهذا التعصب فى أداء عمله وهو ما سبق مناقشته، وما يؤدى له ذلك من شحن نفوس المشاهدين.
- اتفقت هذه النتيجة مع دراسة هناء فاروق (٢٠٠٨)[٦٢] التى أرجعت أساليب الصحافة لنشر التعصب فى إطلاق الأكاذيب والإثارة والسخرية.
- واختلفت عن دراسة رانى وبيترسون Raney, Peterson (٢٠٠٨)[٦٣] التى أكدت أن الإثارة فى البرامج الرياضية ما تزال أهم عناصر الجذب للمشاهدة وان كانت الدراسة تتناول الإثارة الهادفة التى تثير عاطفة الجمهور، ولا تثير عنفه وتعصبه.

مناقشة الفضائيات لمشكلة التعصب:

جاءت إجابات المبحوثين حول مدى مناقشة البرامج الرياضية فى الفضائيات لمشكلة التعصب الرياضى لتكشف عن دور سلبى لهذه البرامج فى معالجة موضوع هام مثل التعصب وأبعاده الخطره، حيث عبرت نسبة ٤٥% من عينة الدراسة عن رأيها أن هذه المناقشة تكون فى بعض الأحيان، ونسبة ٣٥% منهم بأنها نادراً ما تناقش، وجاءت أقل نسبة لمن يرون أنها تناقش دائماً ٢٠%.

جدول رقم (٦)

القنوات الفضائية المصرية الأكثر مناقشة لمشكلة التعصب الرياضى

اسم القناة الفضائية	النقاط الترجيحية	الوزن المرجح
قناة النيل للرياضة	٢٤٩	٢٩,٩
قناة مودرن كورة	١٥٣	١٨,٣
قناة الأهلى	١٠٦	١٢,٧
قناة دريم	١٠٥	١٢,٦
قناة مودرن سبورت	٨٧	١٠,٤
لا توجد قناة	٨٠	٩,٦
قناة الحياة	٣١	٣,٧
قناة النهار	١٩	٢,٣
قناة ميلودى سبورت	٤	٠,٥
الإجمالى	٨٣٤	%١٠٠

وفى تحديدهم لاختيار وترتيب أهم وأكثر القنوات الفضائية المصرية التى قدمت معالجة للمشكلة الخاصة بالتعصب فى الفترة الأخيرة، جاءت قناة النيل للرياضة فى مقدمة القنوات بنسبة ٢٩,٩% من الأوزان الترجيحية، وهى تعد أكثر القنوات توازناً وميلاً لمناقشة القضايا الرياضية الهامة وبعداً عن الإثارة، وذلك باعتبارها قناة حكومية تخضع لمعايير وقواعد للانضباط الإعلامى، ويخضع من يعمل بها للمساءلة فى حالة التجاوز .

تتفق هذه النتيجة مع دراسة على مبارك (٢٠٠٤)[٦٤] التى أظهرت دور قناة النيل للرياضة فى تحقيق اشباعات رياضية لدى جمهورها. وهى فى الدراسة الحالية على رأس القنوات التى تناقش قضية مهمة مثل التعصب الرياضى، وتخصص فقرات عديدة لمواجهة المشكلة ومحاولة طرح حلول لها .

وجاء فى المرتبة الثانية قناة مودرن كورة بنسبة ١٨,٣% من الأوزان الترجيحية ويمكن تفسير ذلك بالمبادرة الجدية التى قدمتها لفتح ملف التعصب الرياضى فى مصر ومناقشة القضية مع عديد من الأطراف الإعلامية والرياضية، أيضاً جاءت قناة النادى الأهلى، وقناة دريم، بنفس النسبة تقريباً من الأوزان

الترجيحية ١٢,٧%، ١٢,٦%، وذلك بأن تبنت قناة الأهلى حملة إعلامية متكاملة لمحاربة التعصب بمشاركة بعض نجوم الرياضة المصرية، ومناقشة برنامج الكورة مع دريم، والرياضة اليوم، لمشكلة التعصب فى عدد من فقرات البرنامجين، ثم جاءت قناة مودرن سبورت بنسبة ١٠,٤%. من الأوزان الترجيحية، ثم جاء الاختيار الخاص بعدم وجود قناة فضائية تهتم بالمشكلة بنسبة ٩,٦% من الأوزان الترجيحية وهو يشير لرأى بعض أفراد عينة الدراسة لعدم قيام هذه القنوات بدور ملحوظ فى مناقشة الموضوع، وجاءت قنوات الحياة،والنهار، وميلودى سبورت، بنسب ضعيفة.

جدول رقم (٧)

تأثير مناقشة البرامج فى الفضائيات لمشكلة التعصب

تأثير المناقشة	ك	%
يلقى الضوء عليها	٢٥	%٤١,٧
يزيد العداء والتعصب	٢٠	%٣٣,٣
لا يؤثر بشئ	٧	%١١,٧
محاولة إيجاد حلول	٦	%١٠
متابعة الحل والالحاح عليه	٤	%٦,٧
الإجمالى	٦٠	%١٠٠

يشير الجدول السابق لتأثير محدود لمناقشة مشكلة التعصب فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، حيث جاء الأختيار الخاص بإلقاء الضوء عليها فقط، بأعلى نسبة من إجابات المبحوثين، فالبرنامج الرياضى يكتفى بمناقشة سريعة للمشكلة أو استعراضها عرضاً داخل فقراته كجزء من التعليق أو التحليل للمباريات، وسجل الرأى الخاص بأن هذه المناقشة يمكن أن تزيد من الإحساس بالعداء والتعصب بين الأطراف المختلفة المرتبة الثانية، ويرجع ذلك لمحاولة البرامج ومقدميها لاستعداء الأطراف على بعضها البعض وإشعال الخلافات.

كما عبرت نسبة ١١,٧% من عينة الدراسة عن رأيها بأن هذه المناقشة لا تؤثر بشئ يذكر وليس لها دور، يليها الاختيارات الخاصة بأنها تحاول إيجاد حلول، ثم تتابع الحل للمشكلة وتلح عليه حتى يتحقق، وهذا هو الدور الرئيسى لهذه البرامج المنوط بها القيام به بتناول المشكلة ومحاولة حلها، ومتابعة هذا الحل.

دور البرامج الرياضية فى الفضائيات فى المساهمة فى مكافحة التعصب

جدول رقم (٨)

كيفية مساهمة البرامج الرياضية فى الفضائيات فى مكافحة التعصب الرياضى

مساهمة البرامج الرياضية لمكافحة التعصب	ك	%
الالتزام بالروح الرياضية	٤٢	%٧٠
تقليل عرض مشاهد السباب والعنف	٤٠	%٦٦,٧
الاعتماد على إعلاميين محترفين	٣١	%٥١,٧
توفير دورات إعلامية تدريبية للعاملين	٢٨	%٤٦,٧
إخفاء الإعلامى انتماؤه الرياضى	٢٥	%٤١,٧
وجود عقوبات رادعة للمقصرين	٢٤	%٤٠
مناقشة وجهات النظر المختلفة بموضوعية	٢٢	%٣٦,٧
مناقشة أخطاء الحكام دون إثارة	٢٠	%٣٣,٣
وقف الملاسنات والهجوم المتبادل	٢٠	%٣٣,٣
عرض مبادرات الأندية للتعاون	١٨	%٣٠
تقديم حلول فعلية لمشكلة التعصب	١	%١,٧
ن = ٦٠		

عبر المبحوثون عن آرائهم فى كيفية مساهمة البرامج الرياضية فى الفضائيات فى مكافحة ظاهرة التعصب الرياضى الذى انتشر مؤخراً، من خلال عدة آراء وخطوات يرون من الأهمية بمكان أن تنفذها هذه البرامج فى فقراتها، والتى جاء على رأسها التأكيد على الالتزام بالروح الرياضية، وتقبل الهزيمة، وعدم تحميل المنافسات الرياضية أكثر مما تعنيه، من أنها محاولة لتشجيع الشباب على ممارسة الرياضة، فى إطار التنافس الشريف والتحلى بالأخلاق الرياضية. وجاء فى المرتبة الثانية مطالبة القنوات بتقليل عرض مشاهد السباب والعنف والضرب بين الجماهير، حتى لا تثير الضغائن فى نفوسهم. إضافة للاعتماد على إعلاميين محترفين ومؤهلين للعمل الإعلامى وليس فقط أن تصبح هذه البرامج الرياضية حكراً على نجوم الرياضة، والذى يمكن الاستعانة بهم كضيوف مشاركين فى البرامج، للاستفادة من شعبيتهم ودرايتهم الكروية بشؤون اللعبة، وهو ما أكدته الاختيارات التالية لعينة الدراسة من ضرورة توفير دورات تدريبية إعلامية للعاملين فى البرامج الرياضية لتنمية كفاءاتهم المهنية، إضافة لمحاولة جادة من الإعلامى المشارك فى هذه البرامج لإخفاء انتمائه

الرياضى قولاً وفعلاً، والتأكيد على أهمية وجود عقوبات رادعة لمن يبتعد منهم عن الروح الرياضية، أو يلجأ للإثارة غير المبررة لكسب مزيد من المشاهدين.

جاء فى المرتبة السابعة ضرورة مناقشة وجهات النظر المختلفة للموضوع الواحد بموضوعية، لأنها تعكس قيمة إعلامية هامة يجب تطبيقها، وتعد مقياس على مدى حرفية ومهنية القائم بالاتصال، وهو ما أكده الاختيار التالى من ضرورة مناقشة أخطاء الحكام الرياضيين بموضوعية ودون إثارة ، واعتبار هذه الأخطاء جزءاً من لعبة كرة القدم.

وجاء فى نفس الترتيب أهمية وقف الملاسنات والهجوم المتبادل بين المشاركين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، والتى امتدت ليس فقط لضيوف البرامج ولكن لمقدمى البرامج فى القنوات المختلفة، الذين تفرغوا للرد على بعضهم البعض، ومحاولة كل طرف إبراز أنه الأكثر حيادية والأصدق أخباراً.

سجل الدور الخاص بعرض مبادرات الأندية، ورؤسائها، ومجالس الإدارات فيها، للتعاون مع الأندية المنافسة المرتبة الأخيرة، فهو يساعد على نشر روح التسامح والأخلاق الرياضية، التى افتقدناها فى المرحلة الحالية، ويمكنها أن تضرب المثل للشباب فى أهمية المنافسة الشريفة بين الأندية المتنافسة.

وأضاف المبحوثون دور البرامج الرياضية فى تقديم حلول فعلية لمحاربة التعصب وليس فقط مجرد كلام وحديث عن المشكلة دون التطرق لسبل مواجهتها.

جدول رقم (٩)

توقعات المبحوثين للتعصب الرياضى فى السنوات القادمة

التوقعات	ك	%
سيتزايد	٣٣	٥٥%
سيظل على نفس المستوى	١٨	٣٠%
سيقل	٩	١٥%
الإجمالى	٦٠	١٠٠%

عبر ما يزيد عن نصف أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال فى الإعلام الرياضى عن توقعاتهم بتزايد نسب التعصب الرياضى فى السنوات القادمة، مستشرفين المستقبل الذى أكده الواقع الرياضى المشحون، الذى أنتج حادثة استاد

بورسعيد المروعة بعد مرور شهر واحد من تطبيق استمارة الاستقصاء عليهم، والذى أثبت صحة وجهة نظرهم فى توقع مزيد من العنف والشغب فى الملاعب الرياضية المصرية. كما عبرت نسبة ٣٠% منهم عن رأيهم بأن التعصب سيظل على نفس المستوى، فى حين لم تتجاوز نسبة المتفاءلين منهم بتوقع أنه سيقل ١٥% فقط.

مقترحات الإعلاميين للحد من ظاهرة التعصب الرياضى:

جدول رقم (١٠)

مقترحات المبحوثين للحد من ظاهرة التعصب الرياضى

المقترحات	ك	%
تفعيل مواثيق الشرف الإعلامى	٣٥	%٥٨,٣
عقاب الإعلامى الذى يتعمد الإثارة	٣٣	%٥٥
احتواء روابط المشجعين (الالتراس)	٣٠	%٥٠
حملات توعية لنبذ التعصب	٢٤	%٤٠
زيادة الفقرات التى تنشر الروح الرياضية	٢٤	%٤٠
التعامل بحزم وفرض قيود أمنية	٢٣	%٣٨,٣
توخى العدل فى قرارات الاتحادات الرياضية	٢١	%٣٥
عقد ندوات ومحاضرات للتوعية	١٦	%٢٦,٧
إقامة دورات ودية لنشر التسامح	١٥	%٢٥
تفعيل دور المسؤولين فى الأندية	٢	%٣,٤
ن = ٦٠		

قدم المبحوثون مجموعة من المقترحات للحد من ظاهرة التعصب الرياضى، جاء على رأسها تفعيل مواثيق الشرف الإعلامى للحد من الانفلات الإعلامى، والزام الجميع بقواعد أخلاقية عامة وثابتة تحكم العمل الإعلامى، ولذا جاء اختيارهم الثانى ليؤكد ذلك من خلال اقتراح عقاب أى إعلامى يبتعد عن الروح الرياضية ويعمد للإثارة فى برنامجه أو موقعه. ومثل هذا العقاب يجب أن يفعل ويشعر به الجمهور لتصحيح مفاهيم عديدة، وليس فقط داخل الوسيلة الإعلامية(*). ثم جاء اختيارهم الهام

(*) ترصد الباحثة هنا بعض الحالات التى تؤكد عدم وجود عقوبة حقيقية توقعها القنوات الفضائية على مقدمى برامجها الرياضية:

الخاص بأحتواء الشباب فى روابط مشجعى الأندية (الالتراس) ودعم قيم الروح الرياضية فيهم من خلال توجيه طاقاتهم بشكل إيجابى للتشجيع الرياضى الصحيح.

ويشير الاختيار الرابع والخامس لأفراد العينة لأهمية دور الإعلام الرياضى فى بث حملات توعية إعلامية لنبذ التعصب بين الجماهير، وزيادة الفقرات فى البرامج الرياضية التى تروج لنشر الروح الرياضية، وهو ما يعكس الدور الصحيح للإعلام فى محاربة التعصب.

ومن المقترحات الهامة أيضاً ضرورة التعامل بحزم مع مثيرى الشغب وفرض قيود أمنية مشددة على الجماهير، وخاصة المتعصبة، لمنع وقوع حوادث عنف، أو كوارث بشرية، كالتى سبق رصدها من قبل.

- وجاء فى المرتبة التالية توخى العدل فى القرارات الرياضية وعدم محاباة الاتحادات الرياضية لأندية على حساب أخرى، وهو ما يعتبره المبحوثون شرارة لإشعال نار التعصب بين الجماهير لشعورها بالظلم، وهذا لن يتحقق إلا بوجود اتحادات رياضية قوية وعادلة، وقادرة على التنظيم الجيد لشؤون اللعبة.
- ومن المقترحات أيضاً عقد ندوات ومحاضرات لتوعية الجماهير بضرورة التحلى بالروح الرياضية، وإقامة دورات ودية فى الرياضات المختلفة لنشر روح التسامح، وهذا يظهر أهمية تكامل دور المؤسسات الاجتماعية والأندية الرياضية لمحاربة التعصب، وطرح أفكار ومبادرات جيدة لدعم الروح الرياضية بين جماهير الأندية المتنافسة، ويؤكد نفس الفكرة الاقتراح الأخير بقيام المسئولين فى الأندية بدورهم الهام فى توعية جماهيرهم بأن الرياضة للتنافس الشريف، وليس للصراع والعصبية.

- ادعت قناة مودرن سبورت بأنها عاقبت الإعلامى مدحت شلبى لقيامه بقراءة أحدى النكات الجنسية على الهواء مباشرة خلال قراءته لعدد من الرسائل الالكترونية من الجماهير، فى حين لم يشعر الجمهور بأى عقاب وقع عليه واستمر فى تقديمه لبرنامجه فى الأيام التالية بشكل طبيعى.
- زعمت قناة دريم بأنها عاقبت كابتن مصطفى عبده مقدم برنامجها الرياضى لاستضافته كابتن أحمد رفعت وحديثه بشكل غير لائق عن لاعب الزمالك حازم إمام متناولاً حياته الخاصة بما لا يليق.

- تتفق هذه النتيجة مع دراسة على عبد الزهرة (١٩٩٢)[٦٥] التى أكدت على أهمية تنظيم دورات للتوعية للإعلاميين والجمهور. ودراسة رشيد حلمى (١٩٨٦)[٦٦] التى أوصت ببرامج تليفزيونية تعرض الزيارات المتبادلة بين الأندية للحد من التعصب.

جدول رقم (١١)

رأى المبحوثين فى الجهات المسؤولة عن الحد من ظاهرة التعصب الرياضى

الجهات المسئولة	النقاط الترجيحية	الوزن المرجح
الإعلامى نفسه	٢٦٣	%٢٥,٢
الجماهير	١٧٧	%١٦,٩
الأندية الرياضية	١٧٣	%١٦,٦
الاتحادات الرياضية	١٥٧	%١٥
مؤسسات المجتمع	١٢٣	%١١,٨
الأجهزة الأمنية	٧٦	%٧,٣
المؤسسة أو النقابة الإعلامية	٧٥	%٧,٢
المجموع	١٠٤٤	%١٠٠

قام المبحوثون بترتيب أهم الجهات المسؤولة عن الحد من ظاهرة التعصب الرياضى، يأتى على رأس القائمة بأعلى وزن مرجح الإعلامى نفسه وضميره الشخصى الذى يدفعه للممارسة الصحيحة لعمله،لأنه يؤثر فى ملايين من المشاهدين، وخاصة أن جمهور البرامج الرياضية والإعلام الرياضى بصفة عامة أغلبهم من النشء والشباب صغير السن الذى يتأثر بما يقدم له فى وسائل الإعلام وسهل استثارته. وفى كثير من الأحيان يعتبر شخصية الإعلامى المحبوب قدوة تحتذى فيجب أن تكون قدوة حسنة تنقل له القيم النبيلة.

وجاء فى الترتيب الثانى الجماهير من مشجعى الرياضة، التى ينبغى أن تقلل من تعصبها وتشجع الرياضة والمنافسة الشريفة، دون ابتذال أو شتائم أو عنف ممارس ضد مشجعى الفرق الرياضية الأخرى.

- وبنسبة مقاربة جاء اختيار المبحوثين للأندية الرياضية كأحد أهم الجهات المسئولة عن الحد من ظاهرة التعصب، خاصة فى ظل الممارسات السيئة

لرؤساء وأعضاء مجالس إدارات الأندية، ودعمهم لمتطرفى المشجعين وتعمدهم إثارة جماهيرهم لكسب تعاطفهم والتعتيم على فشلهم الإدارى بمزيد من الشحن وإلقاء التهم على الآخرين، إضافة للصراعات والمزايدات لضم اللاعبين المميزين من الأندية المنافسة مما يزيد من حدة التعصب بين الجماهير.

- عبرت عينة الدراسة عن دور هام للاتحادات الرياضية فى الحد من التعصب، وذلك بتوخى عدالة القرارات وعدم الكيل بعدة مكاييل فى توقيع العقوبات، أو محاباة فريق على حساب الآخر، ولن يتأتى ذلك سوى بالتنظيم الإدارى الجيد للعبة.
- ثم جاء دور مؤسسات المجتمع المدنى مثل الأسرة والمدرسة ودور العبارة فى التوعية بأهمية نبذ التعصب، وتجريم من يشارك فيه، وتوعية الشباب الصغار بخطورته على أنفسهم وعلى مجتمعهم، ونشر روح التسامح بينهم.
- ثم يأتى دور الأجهزة الأمنية، وذلك لأن أجهزة الأمن فى مصر هى المنوط بها تأمين المباريات وعقاب من يخرج عن الروح الرياضية من المشجعين، وضبط أى عناصر تحاول إثارة العنف أو الشغب فى المدرجات.
- وفى المرتبة الأخيرة جاءت المؤسسة الإعلامية أو النقابة التى ينتمى لها الإعلامى والتى لها سلطة محاسبته إذا أخطأ، وعليها دور فى ضبط الأداء المهنى له، وإلزامه بميثاق شرف يراعى القواعد والمبادئ الأخلاقية.

نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاركة القائم بالاتصال فى عينة المبحوثين فى البرامج الرياضية ورأيهم فى عناصر البرنامج الرياضى الجيد.

جدول رقم (١٢)

العلاقة بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات وعناصر البرنامج الرياضى الجيد

المشاركة / عناصر البرنامج	يشارك		لا يشارك		المجموع		قيمة كا٢	مستوى المعنوية	قيمة معامل فاى
	ك	%	ك	%	ك	%			
مقدم برامج متميز	١٧	٦٨	٢٤	٦٨,٦	٤١	٦٨,٣	٠,٠٠٢	٠,٩٦٣	
إخراج حرفى ومنهى	٤	١٦	١٥	٤٢,٩	١٩	٣١,٧	٤,٨٦١	٠,٠٢٧ (دالة)	٠,٢٩
موضوعية فى عرض الآراء	١٨	٧٢	٢٧	٧٧,١	٤٥	٧٥	٠,٢٠٦	٠,٦٥٠	
تواصل مع المشاهد	٩	٣٦	٥	١٤,٣	١٤	٢٣,٣	٣,٨٤٤	٠,٠٥٠ (دالة)	٠,٢٥
تحقيق قيم الدقة والتوازن	١٢	٤٨	٢١	٦٠	٣٣	٥٥	٠,٨٤٨	٠,٣٥٧	
استطلاع رأى الجمهور	١٠	٤٠	٨	٢٢,٩	١٨	٣٠	٢,٠٤١	٠,١٥٣	
الترويج للنماذج الإيجابية	٦	٢٤	٩	٢٥,٧	١٥	٢٥	٠,٠٢٣	٠,٨٨٠	

درجة الحرية = ١

تشير نتائج اختبار الفرض ثبوته بصفة جزئية بالنسبة لعنصرين فقط من عناصر البرنامج الرياضى الجيد، وهما: الإخراج الحرفى والمهنى المميز، حيث جاءت قيمة كا^{2} دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٢٧، وهى علاقة ضعيفة القوة، حيث جاءت قيمة معامل فاى ٠,٢٩، أيضاً وجدت علاقة ارتباطية دالة بين مشاركة القائم

بالاتصال من عينة الدراسة فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، وتواصل البرنامج مع المشاهدين كأحد عناصر البرنامج الجيد، حيث جاءت قيمة كا^{2} دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥٠، وهى علاقة ضعيفة القوة حيث سجل معامل فاى لقياس شدة العلاقة ٠,٢٥.

وتظهر بيانات الجدول أن نسبة من لا يشارك فى هذه البرامج، ويعتقد بأهمية وجود عناصر الإخراج المميز بها جاءت مرتفعة ٤٢,٩%، فى حين جاء من يشارك فيها ويرى أهمية لتحقيق التواصل مع المشاهدين ليحقق النسبة المرتفعة ٣٦%.

أيضاً لم يثبت صحة الفرض بالنسبة للعناصر الأخرى، حيث جاء قيمة كا^{2} غير دالة، وتقاربت النسب المئوية لمن يشارك فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، ومن لا يشارك فى عناصر البرنامج الرياضى الجيد الأخرى.

ولذا يمكن قبول صحة الفرض بصفة جزئية ورفضه بالنسبة لباقى العناصر.

الفرض الثانى:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضية وتقديرهم لمدى التزام مقدمى هذه البرامج بعناصر البرنامج الرياضى الجيد.

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات وتقديرهم لالتزام مقدمى هذه البرامج بعناصر البرنامج الجيد

المشاركة / مدى الالتزام	يشارك		لا يشارك		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا يلتزم بها أحد	٣	١٢	١٥	٤٢,٩	١٨	٣٠
بعضهم يلتزم	٢١	٨٤	١٩	٥٤,٣	٤٠	٦٦,٧
معظمهم يلتزم	١	٤	١	٢,٩	٢	٣,٣
المجموع	٢٥	%١٠٠	٣٥	%١٠٠	٦٠	%١٠٠

قيمة كا٢ = ٦,٦١٧، درجة الحرية = ٢، مستوى المعنوية = ٠,٠٣٧، قيمة معامل التوافق = ٠,٣٢

ثبت صحة الفرض السابق بوجود علاقة ارتباطية دالة بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضة فى الفضائيات وتقديرهم لمدى التزام مقدمى هذه البرامج

بعناصر البرنامج الجيد، حيث جاءت قيمة كا٢ ٦,٦١٧، وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٣٧ وهى علاقة متوسطة القوة، حيث سجلت قيمة معامل التوافق ٠,٣٢.

وأظهرت البيانات أن أعلى نسبة لمن لا يشاركون فى هذه البرامج ويعتقدون أن قيم البرنامج الجيد لا يلتزم بها أحد على الإطلاق بنسبة ٤٢,٩%، وأن من يرى أن بعض مقدمى البرامج يلتزم بهده العناصر جاءت لدى من يشاركون فيها (بنسبة ٨٤%). تشير هذه النتائج لتأثير المشاركة فى البرامج الرياضية فى الفضائيات على آراء المبحوثين فى التزام مقدمى هذه البرامج، مما يؤكد أن للعمل والمشاركة فى هذه القنوات والبرامج دور فى استقطاب العاملين فى الإعلام الرياضى سواء الصحفى أو الإذاعى أو التليفزيونى، سواء بمحاولتهم توفير عناصر العمل الجاد والجيد من خلال مشاركتهم فى الإعداد أو الإخراج، أو التعليق والمداخلة، أوكتابة تقارير المراسلين، إضافة لكسب ولاء هؤلاء الإعلاميين بإشراكهم فى صياغة الرسالة الإعلامية فى الفضائيات.

الفرض الثالث:

هناك علاقة ارتباطية دالة بين رأى المبحوثين فى مدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الجيد، ورأيهم فى دور مقدمى هذه البرامج فى زيادة الاحتقان والتعصب بين جماهير الأندية الرياضية.

أظهر اسخدام معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون ٠,٠١٣، وهى غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٩٢٠.

وبذلك يرفض الفرض السابق حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين مدى التزام مقدمى البرامج فى الفضائيات بعناصر البرنامج الجيد ورأى المبحوثين فى دورهم بزيادة الشحن والاحتقان والتعصب بين الجماهير.

يمكن تفسير هذه النتيجة لارجاع المبحوثين أسباب التعصب لأطراف عديدة، وليس مقدم البرامج الرياضية فقط، والذى يمكن أن يحمل جزءاً من المسئولية، ولكن لن يكون بمفرده بل يشاركه المخرج والمعد والمسئول عن القناة، حيث يلهث الجميع للبحث عن الإثارة لجذب المشاهد.

- اختلفت هذه النتيجة مع دراسة وليد وادى النيل (٢٠٠٧)[٦٧] التى وجدت أنه توجد علاقة بين معالجة التليفزيون لقضية التعصب، ومستويات التعصب لدى المبحوثين، وأكدت أن التناول الإعلامى يؤجج ثقافة التعصب لدى الجمهور.

الفرض الرابع:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوين طبقاً لجهة عملهم فى تقييمهم لأداء الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات.

جدول رقم (١٤)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين المبحوثين حسب جهة عملهم فى تقييمهم لأداء الإعلاميين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات

تقييم أداء	جهة العمل	العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
المذيع	مجال الصحافة	٣٥	١٦,٧١	٢,٩٦٦	٠,٢١٤	٢ ٥٧	٠,٨٠٨ غير دالة
	مجال الإذاعة	١٢	١٧,٣٣	٢,٩٦٤			
	مجال التليفزيون	١٣	١٦,٦٢	٣,٥٢٥			
	المجموع	٦٠	١٦,٨٢	٣,٠٥٠			
المعد والمخرج	مجال الصحافة	٣٥	١٥,٩٤	٤,٠١٤	٠,٠١١	٢ ٥٧	٠,٩٨٩ غير دالة
	مجال الإذاعة	١٢	١٥,٨٣	٣,٠٧٠			
	مجال التليفزيون	١٣	١٥,٧٧	٣,٩٨٢			
	المجموع	٦٠	١٥,٨٨	٣,٧٧٨			

تظهر بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لجهة عملهم فى الصحافة أو الإذاعة،أو التليفزيون، بالنسبة لتقييمهم لأداء زملائهم من العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات سواء من المذيعين أو الذين يعملون فى الإعداد، أو الإخراج، حيث جاءت المتوسطات الحسابية متقاربة، وسجلت قيمة ف ٠,٢١٤، و٠,٠١١ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٨٠٨ و٠,٩٨٩ على التوالى. وبذلك نرفض الفرض السابق.

يمكن تفسير هذه النتيجة لتقارب آراء المبحوثين على اختلاف مجالات عملهم (فى الصحافة، أو الإذاعة،أو التليفزيون) فى التقييمات التى قدموها لزملائهم من الإعلاميين العاملين فى برامج الفضائيات.

الفرض الخامس:

هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لطبيعة عملهم، فى تقييمهم لأداء الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى القنوات الفضائية

جدول رقم (١٥)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين المبحوثين حسب جهة عملهم فى تقييمهم لأداء الإعلاميين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات

تقييم أداء	طبيعة العمل	العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
المذيع	معد ومحرر	٤٠	١٦,٧٥	٣,١٦٠	٠,٣٨٠	٢ ٥٧	٠,٦٨٦ غير دالة
	مذيع ومراسل	١٤	١٦,٥٧	٢,٧٩٣			
	مخرج	٦	١٧,٨٣	٣,١٨٩			
	المجموع	٦٠	١٦,٨٢	٣,٠٥٠			
المعد والمخرج	معد ومحرر	٤٠	١٥,٩٨	٣,٨٢٠	٠,٥٣٤	٢ ٥٧	٠,٥٨٩ غير دالة
	مذيع ومراسل	١٤	١٥,١٤	٣,٥٩٢			
	مخرج	٦	١٧,٠٠	٤,٢٤٣			
	المجموع	٦٠	١٥,٨٨	٣,٧٧٨			

تشير بيانات الجدول لعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لطبيعة عملهم، سواء فى الإعداد،أو التقديم، أو الإخراج فى تقييمهم للزملاء من الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، حيث سجلت قيمة ف ٠,٣٨٠، وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٦٨٦، بالنسبة لتقييم أداء مقدمى البرامج التى تقاربت فيها المتوسطات الحسابية للمبحوثين.

أيضاً لم يثبت وجود فروق دالة فى تقييمهم لأداء المعد والمخرج فى برامج الفضائيات، حيث سجلت قيمة ف ٠,٥٣٤، وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٥٨٩.

وبذلك نرفض الفرض السابق لتقارب مستوى التقييمات التى قدمها المبحوثون للزملاء العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات .

الفرض السادس:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لمدة عملهم فى الإعلام الرياضى فى تقديرهم لمدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الرياضى الجيد.

جدول رقم (١٦)

تحليل التباين لاختبار الفروق فى مدة عمل الإعلاميين عينة الدراسة فى تقديرهم لمدى التزام مقدمى البرامج الفضائية بعناصر البرنامج الجيد

	فئات مدة العمل	العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
التـــزام المقـــدم بعناصـر البرنامج الجيد	أقل من ٥ سنوات	١٦	٢,٠٠	٠,٣٦٥	٣,٦٢٧	٢ ٥٧	٠,٠٣٣ دالة
	من ٥-١٠ سنوات	١٨	١,٧٢	٠,٥٧٥			
	أكثـــر مـــن ١٠ سنوات	٢٦	١,٥٨	٠,٥٠٤			
	المجموع	٦٠	١,٧٣	٠,٥١٦			

تظهر بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من القائمين بالاتصال، طبقاً لمدة عملهم فى الإعلام الرياضى فى تقديرهم لمدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الرياضى الجيد، حيث سجل المتوسط الحسابى للفئة التى تعمل لأقل من ٥ سنوات أعلى متوسط حسابى، وبفارق عن الفئة التى تعمل لأكثر من ١٠ سنوات، وهو ما أظهرته بيانات الجدول التالى لمعرفة مصدر التباين، بإجراء اختبارات بعدية بطريقة LSD (أقل فرق معنوى) والذى أظهر أن الفرق الدال نتج عن المجموعة التى تعمل لأقل من ٥ سنوات، مقارنة بالمجموعة التى تعمل لأكثر من ١٠ سنوات ، حيث جاءت قيمة مستوى المعنوية دالة (٠,٠٠٩)، وبذلك تثبت صحة الفرض.

جدول رقم (١٧)

مصدر التباين للفروق بين مدة عمل الإعلاميين فى تقديرهم لالتزام مقدمى البرامج بعناصر البرنامج الجيد

مدة العمل	المجموعت المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية	الدلالة
أقل من ٥ سنوات	من ٥ – ١٠ سنوات	٠,٢٧٨	٠,١٠٨	غير دالة
	من ١٠ سنوات فأكثر	٠,٤٢٣	٠,٠٠٩	دالة
من ٥ – ١٠ سنوات	أكثر من ١٠- سنوات	٠,١٤٥	٠,٣٤٢	غير دالة

ويمكن تفسير ذلك بأن الإعلاميين الذين تمرسوا فى الإعلام الرياضى لسنوات طويلة، أصبح لديهم خبرة بكيفية صياغة البرنامج الرياضى التليفزيونى والفضائى، ويرون أن الالتزام بالقيم الإعلامية الصحيحة فى إعداده وتنفيذه لا يتم على أرض الواقع، وأن الجميع يحاول جذب اهتمام المشاهد وتحقيق السبق دون النظر للمهنية الإعلامية، فى حين أن الإعلاميين الذين لا تتجاوز مدة عملهم الخمس سنوات مازالوا مدفوعين بمحاولة تطبيق الأسس الإعلامية.

الخلاصة:

تلقى الدراسة الضوء على خطورة مشكلة التعصب الرياضى فى مصر، والتى تقدم سلوكيات مغايرة لتلك الموجودة فى المجتمع المصرى والعربى، والتى تقوم فيها وسائل الإعلام بدور هام، وخاصة الفضائيات المصرية، وبرامجها الرياضية، إضافة للقنوات الرياضية المتخصصة، ويزيد من تأثيرها أن أغلب جمهورها من الشباب، ومن ثم يتعاظم دورها فى ظل غياب أخلاقيات العمل الإعلامى عن واقع هذه القنوات. وقد جمعت الدراسة الحالية بين الدراسة الكمية من خلال استبيان طبق على العاملين فى الإعلام الرياضى لاستطلاع رأيهم، والدراسة الكيفية من خلال تطبيق مجموعات النقاش المستهدفة على مجموعتين من الشباب فى روابط المشجعين للأندية (الالتراس) لأكبر ناديين رياضيين متنافسين فى مصر، وهما الأهلى والزمالك.

وقد انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

أولاً: نتائج مناقشات الشباب فى روابط الالتراس:

- عبر الشباب فى مجموعات الالتراس عن استخدامهم للبرامج الرياضية فى الفضائيات للحصول على المعلومات، والتحليلات الرياضية، وتقييم أداء اللاعبين، وأهتم التراس الزمالك بقناة دريم والحياة وما تقدمانه من مواد رياضية، فى حين اهتم الالتراس الأهلاوى بقناة النادى الأهلى، وأكد الشباب فى المجموعتين عدم مشاركتهم فى البرامج والمواد الرياضية، لرفض عقلية الالتراس التعامل مع الإعلام بصفة عامة.

وأكدوا أن أهم أسباب انتشار التعصب الرياضى ترجع لفساد المنظومة الرياضية فى مصر، ومن يديرونها، ولوسائل الإعلام، وخاصة الفضائيات الرياضية المتخصصة، ولجوءها للإثارة والملاسنات وتبادل الاتهامات، وللمواقع الالكترونية على الانترنت ونشرها الإشاعات والأكاذيب. أيضاً وجهوا الاتهام لسياسات الأندية الرياضية، وصراعاتها على اللاعبين، والتخبط الإدارى لمجالس إداراتها، إضافة للتعامل الأمنى الخاطئ مع روابط المشجعين والعنف الشديد معهم كجزء من النظام السياسى للدولة. ومحاولتهم إخراج المنافسة الرياضية عن إطارها الصحيح.

ورفضوا اتهام جماهير الالتراس بأنهم أحد هذه الأسباب، بل رأوا أن تشجيعهم مثالى، ويقودون الجماهير، ليعطوا الروح والحياة للملاعب وأصبحوا أكثر تنظيماً، وكل ما يحتاجونه هو الدعم المادى والأدبى، وأن سبب عنفهم فى بعض الأحيان يرجع لشعورهم بالظلم وكرد فعل على هجوم الآخرين عليهم، وخاصة قوات الأمن ورجال الإعلام الذين دأبوا على إبراز سلبياتهم، وأن دور روابط الالتراس ثورى لإصلاح حالة الرياضة المصرية من الفساد.

- وعن رأى الشباب فى البرامج والقنوات الرياضية الفضائية المصرية أكدوا أنها محرك أساسى لعنف وشغب الملاعب لأنها تعمل لمصالح شخصية، وتركز جهودها لجذب الجمهور والمعلن بعيداً عن النظر للمحتوى البرامجى الجيد ولكن تلجأ للإثارة،وأن العاملين فيها تحركهم أهواء شخصية،ويظهر تعصبهم فى تحليلاتهم غير الموضوعية. وخاصة أن نجوم الإعلام الرياضى أغلبهم من نجوم الرياضة السابقين غير المؤهلين إعلامياً، ولا تتوافر فيهم سمات المهنية، بل يظهرون انتماءهم الرياضى بوضوح، أيضا المعدين والمخرجين يعمدون للتركيز على انفعالات اللاعبين والمدربين ويكررون مشاهد العنف، لأشعال المشاعر العدائية بين الجماهير، ولذلك طالبوا بوضع معايير محددة للعمل الإعلامى الرياضى، واستبعاد من لا يلتزم بالموضوعية، كما عولوا على

أهمية تطبيق قواعد العدالة وتفعل القوانين المنظمة للعبة، واحتواء روابط الالتراس واحترام الأمن لأفرادها، وأسناد تأمين المباريات لشركات متخصصة، وثمنوا أهمية إحداث تغيير جذرى فى الوسط الرياضى المصرى وتطهير الاتحادات الرياضية لتحقق أهداف ثورة يناير.

وقد خرجت دراسة القائم بالاتصال فى الإعلام الرياضى بعدة نتائج من أهمها:

عبر المبحوثون عن نسبة متابعة مرتفعة للبرامج الرياضية فى الفضائيات، ونسبة مشاركة فيها بلغت ٤١,٧%، من خلال الاستضافة، والمداخلات، والمشاركة فى الإعداد والتقديم. وقاموا بتحديد عناصر البرنامج الرياضى الجيد لتشمل: الموضوعية فى عرض وجهات النظر كأهم عنصر (٧٥%)، يليه الاعتماد على مقدم برامج متميز، وتحقيق قيم الإعلام الأساسية من التوازن والدقة، ثم الالتزام بالحرفية فى الإخراج، واستطلاع رأى الجمهور والتواصل معه، والترويج للنماذج الرياضية الإيجابية، كما أشار المبحوثون لوجود قلة من مقدمى البرامج الرياضية ممن يلتزمون بهذه العناصر، وقد لا يلتزم بها أحد منهم على الأطلاق.

وجاءت تقييمات المبحوثين لزملائهم الإعلاميين العاملين فى هذه البرامج سلبية بصفة عامة، حيث أحتلت السمات السلبية المراتب الأولى، وشملت اللجوء للإثارة والمبالغة، وإظهار الانتماء الرياضى، والمساعدة على شحن الجماهير، والانحياز لجهات محددة حسب الأهواء الشخصية، وتعمد تكرار فقرات ولقطات معينة طبقاً لحسابات خاصة، إضافة لعدم توافر الكفاءة الفنية.

- فى حين جاءت الخصائص الإيجابية فى مرتبة متأخرة وشملت: الحضور والجاذبية، والدقة فى عرض الأخبار والحرص على التوازن، واستخدام أساليب فنية مميزة، والالتزام بالحرفية المهنية والتوازن.
- عبرت نسبة ٧٥% من عينة الدراسة من العاملين فى الإعلام الرياضى عن رأيهم، بأن أعمال العنف والشغب فى الملاعب المصرية أمر متزايد، ونسبة ٢٠% بأنها أمر طبيعى، وخاصة مع ظروف البلاد السياسية، وحالات الانفلات الأمنى فى الفترة الحالية.
- حدد المبحوثون أسباب عدة للتعصب الرياضى فى مصر، وجاء على رأسها اتهام الإعلام الرياضى بأنه أحد أهم الأسباب من خلال تحيز الإعلاميين، واستفزازهم للجماهير بنسبة ٦٠%، إضافة للإثارة التى تقدم فى الفضائيات

وخاصة الرياضية، والسلوك السيئ لبعض الرياضيين، وعدم وجود عقوبات رادعة على الجمهور المشاغب. إضافة لانخفاض مستوى الأمن عامة وتراخى قبضة الدولة بعد الثورة، وتأثير وسائل الإعلام الأخرى، مثل المواقع الرياضية على الانترنت والصحافة الرياضية، إضافة لدور روابط المشجعين (الالتراس) وغلبة الطابع العدوانى على الشباب فيها، والدور الهام لمسئولى الرياضة فى مصر وضعف الاتحادات وانحيازها، وتغليب أعضائها لمصالحهم المادية والشخصية،والذى أدى لفساد المناخ الرياضى ونشر التعصب.

- أكد جميع المبحوثين على دور وسائل الإعلام فى نشر التعصب الرياضى (بنسبة ١٠٠%)، وجاء اتهامهم هذا ليوجه للقنوات الرياضية المتخصصة (بوزن مرجح ٤٢,٦%)، يليها المواقع الالكترونية، ثم البرامج الرياضية فى الفضائيات العامة، ثم الصحافة الرياضية، وبنسبة ضعيفة البرامج الإذاعية. كما أكدوا على دور مقدمى البرامج فى الفضائيات فى زيادة الاحتقان والتعصب بين الجماهير، لافتقادهم الموهبة ومقومات العمل الإعلامى، وحددوا عوامل الإثارة المستخدمة فى هذه البرامج الرياضية، بأنها تشمل استضافة شخصيات معروفة بآرائها المتعصبة، ومحاولة إشعال الخلافات بين أطراف اللعبة، والاهتمام بالملاسنات والرد على الاتهامات المتبادلة، ثم تقديم الأخبار غير المؤكدة واللقطات المثيرة، والسخرية والاستهزاء بالمهزوم، وإظهار الإنحياز لفريق معين.

- وحول دور البرامج الرياضية فى الفضائيات فى مناقشة مشكلة التعصب، جاء دورها سلبى يكتفى بمناقشتها فى بعض الأحيان، أو نادراً (بنسبة ٤٥%، ٣٥%)، وإذا نوقشت تكتفى بإلقاء الضوء عليها فقط دون محاولة جادة للوصول لحلول أو متابعة الحل، وجاءت قناة النيل للرياضة فى المرتبة الأولى للقنوات الأكثر مناقشة للمشكلة بوزن مرجح ٢٩,٩%، وعبر المبحوثون عن رأيهم فى طرق مساهمة البرامج الرياضية فى مكافحة التعصب من خلال عدة خطوات تشمل: ضرورة الالتزام بالروح الرياضية (بنسبة ٧٠%) وتقليل عرض مشاهد العنف، والاعتماد على إعلاميين محترفين، وتوفير دورات تدريب إعلامى للعاملين فى البرامج الرياضية، ومحاولة إخفاء الإعلامى لانتمائه الرياضى، إضافة لفرض عقوبات رادعة على من لا يلتزم منهم،

ومناقشة الأمور بموضوعية، وعرض أخطاء الحكام دون إثارة، ووقف الملاسنات، والهجوم المتبادل وعرض مبادرات الأندية لنشر التسامح.

وعبرت نصف عينة المبحوثين عن توقعاتها بتزايد معدلات العنف، وهو ما أكدته الأحداث التالية بمذبحة بورسعيد التى راح ضحيتها أكثر من ٧٥ شاباً من مشجعى النادى الأهلى.

وقدم المبحوثون عدة مقترحات للحد من ظاهرة التعصب الرياضى، أولها تفعيل مواثيق الشرف الإعلامى بنسبة ٨٥,٣%، وعقاب الإعلامى الذى يعمد للإثارة، يليها احتواء روابط المشجعين، وبث حملات توعية إعلامية لنبذ التعصب المقيت، وفرض قيود أمنية والتعامل بحزم مع الشغب، أيضاً اقترح المبحوثون توخى العدل فى قرارات الاتحادات، وإقامة دورات ودية بين الأندية لنشر الروح الرياضية.

وحدد القائمون بالاتصال فى الإعلام الرياضى عدة جهات مسئولة عن الحد من ظاهرة التعصب يأتى على رأسها: الإعلامى نفسه وضميره الشخصى، الذى يدفعه للممارسة الصحيحة لعمله (بنسبة (٢٥,٢%)، يليه الجماهير التى يجب أن تقلل من تعصبها وعنفها وتتبنى مفاهيم المنافسة الشريفة، إضافة لدور هام للأندية والاتحادات الرياضية، ومؤسسات المجتمع مثل الأسرة والمدرسة والمؤسسة الدينية، فى التوعية ونشر مفهوم الروح الرياضية.

أيضاً المؤسسة الأمنية من خلال التعامل بحزم وتطبيق القانون، والمؤسسة أو النقابة الإعلامية لضبط الأداء المهنى للعاملين فيها.

نتائج إختبارات الفروض:

- ثبتت صحة الفرض الأول بصفة جزئية، حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، بالنسبة لعنصرين فقط من عناصر البرنامج الرياضى الجيد، وهما: اعتمادالبرنامج على إخراج حرفى، حيث جاءت قيمة كا٢ داله عند مستوى معنوية ٠,٠٢٧، وان كانت علاقة ضعيفة حيث جاء معامل فاى ليسجل ٠,٢٩، أيضاً وجدت علاقة دالة مع عنصر تواصل البرنامج مع المشاهدين، حيث جاءت قيمة كا٢ دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥٠، وهى علاقة ضعيفة، لأن معامل فاى سجل ٠,٢٥.، فى حين لم تثبت صحة الفرض بالنسبة لعناصر البرنامج الجيد الأخرى، وهى مقدم البرنامج المتميز، والموضوعية، وتحقيق القيم الإعلامية، والترويج للنماذج الإيجابية.
- ثبتت صحة الفرض الثانى بوجود علاقة ارتباط دالة احصائيا بين مشاركة المبحوثين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، وتقديرهم لمدى التزام مقدمى هذه البرامج بعناصر البرنامج الرياضى الجيد، حيث جاءت قيمة كا^{2} ٦,٦١٧، وهى دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٣٧، وهى علاقة متوسطة القوة، حيث جاءت قيمة معامل التوافق ٠,٣٢.
- أيضاً لم تثبت وجود علاقة ارتباطية دالة بين رأى المبحوثين فى مدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الجيد، ورأيهم فى دور هؤلاء المقدمين للبرامج فى زيادة الاحتقان والتعصب بين جماهير الأندية، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٩٢٠.
- لم تجد الدراسة فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لجهة عملهم (فى الصحافة،أو الإذاعة،أو التليفزيون) فى تقييمهم لأداء زملائهم من الإعلاميين العاملين فى البرامج الرياضية فى الفضائيات، حيث جاءت قيمة اختبار تحليل التباين غير دالة، بالنسبة للمذيع أو المعد والمخرج.
- أيضاً لم يثبت صحة الفرض الخامس، حيث لم توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً لطبيعة عملهم (كمعدومحرر-أو كمذيع ومراسل-أو كمخرج)

فى تقييمهم لأداء زملائهم الإعلاميين فى البرامج الرياضية الفضائية، حيث جاءت قيمة تحليل التباين غير دالة.

- ثبتت صحة الفرض السادس بوجود فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمدة عملهم فى الإعلام الرياضى بالنسبة لتقديرهم لمدى التزام مقدمى البرامج الرياضية فى الفضائيات بعناصر البرنامج الرياضى الجيد، حيث جاءت قيمة تحليل التباين دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٣٣، وجاءت الفروق الدالة ناجمة عن المتوسطات الحسابية للمجموعة التى عملت لأقل من ٥ سنوات، فى مقارنتها بالمجموعة التى عملت لأكثر من ١٠ سنوات فى مجال الإعلام الرياضى.

المقترحات:

فى إطار ما خرجت به الدراسة من نتائج، تقترح الباحثة بعض النقاط فى محاولة لمعالجة مشكلة التعصب الرياضى. ومنها:

* إعادة النظر لمشكلة التعصب، ليس بإعتبارها مشكلة عنف وشغب فى الملاعب الرياضية، ولكن بنظرة أعمق وأشمل ومحاولة حلها بتضافر جهود كل المؤسسات فى الدولة، لأنها مشكلة هامة سببت كارثة قومية ولعل حادثة بور سعيد أبلغ مثال على ذلك.
* تنظيم الإعلام الفضائى من خلال وضع مجموعة ضوابط تمثل أسس ومعايير تحكم الأداء الإعلامى، وتحدد أسس الممارسة السليمة له.
* وضع ميثاق شرف أخلاقى للفضائيات المصرية، وتفعيل تطبيقه عملياً، ومعاقبة من لا يلتزم ببنوده من الإعلاميين أو القنوات الفضائية.
* إعادة تنظيم العمل فى الإعلام الرياضى ليقتصر على المتخصصين فى الإعلام، وعودة نجوم الكرة لمكانهم الطبيعى، كمحللين للمباريات، أوضيوف للبرامج الرياضية لا كمقدمي برامج.
* إلزام القنوات الفضائية الرياضية بتطبيق قواعد المهنية الإعلامية، والقيم الأساسية للإعلام الجيد، والتى تمثل الموضوعية والحيادية أهم قاعدة فيها، إضافة للدقة والتوازن وعدم إظهار الانتماء لنادى دون آخر(باستثناء القنوات الخاصة بالأندية) وذلك من خلال بنود التعاقد أو شروط البث الفضائى

* احتواء روابط مشجعى الأندية (الالتراس)، وتوجيه الشباب فيها للتشجيع الرياضى السليم، والالتزام بمفهوم الروح الرياضية، والمنافسة الشريفة بين الأندية، ونشر روح التسامح بينهم.
* تصحيح المنظومة الرياضية فى مصر، وتطهيرها من الفساد الإدارى، بما يضمن اتحادات رياضية قوية، قادرة على التنظيم الجيد للمنافسات الرياضية المحلية، والتخطيط لمستقبل الرياضةالمصرية .

المراجع:

(1) Kean Stroeken. Why the world loves watching football (and the American Don't) ***Anthropology Today*** (v. 18, N. 3, Jun, 2002)p p. 9-11.

(2)Andrei S.Markovits.The Global and The Local in Our Contemporary Sports.***Symposium: celebrity around the world.***soc(2010)47,pp.503-509.

(3) Miller T, Lawrence, G., McKay, J. and Rowe. D. Sport and Representation: Media defining Sport, Sport as business, Sport and Meaning. In Graeme Burton(ed) ***Media Society Critical Perspective*** 2ed (London: McGraw Hill, 2010) pp. 274-276.

(٤) من المواثيق التى يمكن الرجوع لها:

- الإعلان العالمى لحقوق الإنسان.
- إعلان خاص بشأن القضاء على جميع أشكال التعصب والتمييز – الجمعية العامة للأمم المتحدة، ١٩٨١.
- إعلان المبادئ بشأن التسامح – اليونسكو، ١٩٩٥.

(5) Amani Omar El Husseini. Extremist and Mode rate sports – Fans' Exmposure and Use of Televised Sports Content of Egyptian Channel. ***Public Opinion Research*** (Vol. 9, Fourth Issue (July – December, 2009) pp. 1-59.

(٦) هناء فاروق صالح. دور الصحافة فى نشر ثقافة التعصب بين الشباب، ***المؤتمر العلمى الدولى الرابع عشر لكلية الإعلام – جامعة القاهرة تحت عنوان: الإعلام بين الحرية والمسئولية***. فى الفترة من ١-٣ يوليو ٢٠٠٨، الجزء الثانى، ص ص١١١٩-١١٦١.

(٧) رمزى جابر. العنف الرياضى فى الملاعب الفلسطينية. ***رسالة دكتوراه غير منشورة*** (غزة: جامعة الأقصى، كلية التربية البدنية والرياضية، ٢٠٠٧م).

(٨) وليد وادى النيل. علاقة التعرض لوسائل الإعلام بمستويات التعصب الاجتماعى لدى الجمهور: دراسة ميدانية على مدينة بورسعيد. ***المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلد الثامن – العدد الرابع أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٧) ص ص٧١-١٥٥.

(٩) مصطفى عبدون. وضع ملمح لمثيرى أعمال العنف فى ملاعب كرة القدم الجزائرية. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (الجزائر، جامعة الجزائر، ٢٠٠٦).

(١٠) عطا حسن عبد الرحيم. معالجة الصحافة لظاهرة العنف بملاعب كرة القدم. ***رسالة دكتوراه غير منشورة*** (القاهرة: كلية التربية الرياضية بنات، ١٩٩٨م).

(١١) على عبد الزهرة. دور وسائل الإعلام فى الحد من ظاهرة شغب لاعبى كرة القدم. ***مجلة التربية الرياضية***، كلية التربية الرياضة – جامعة بغداد، العدد الثالث (١٩٩٣)، ص ص٧٠-٧٩.

(١٢) رشيد حلمى محمد عبد السلام. قياس التعصب فى المجال الرياضى. ***رسالة دكتوراه غير منشورة*** (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنين، قسم أصول التربية الرياضية والترويج، ١٩٨٦).

(١٣) محمد خير مامسر . مظاهر الشغب السائدة فى الملاعب الرياضية. ***الندوة الأسيوية السادسة للعنف الرياضى***،الأردن، ١٩٨٥.

(١٤) على طاهر مبارك. العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية فى الراديو والتليفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصرى. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٤).

(١٥) أمل منير صبرى. بناء استراتيجية لقناة الرياضة الفضائية المصرية. ***رسالة دكتوراه*** (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، قسم الترويج الرياضى، ٢٠٠٤م).

(١٦) محمود حسن أبو دريس. واقع الصحافة الرياضية فى مملكة البحرين: دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية فى الجرائد اليومية. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (جامعة البحرين: كلية التربية، قسم التربية الرياضية، ٢٠٠٤م).

(١٧) خالد حسن القضاة. دور الصحافة فى تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية للرياضة فى المجتمع الأردنى. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (جامعة بغداد: كلية التربية الرياضية، ١٩٩٧).

(١٨) حسام الدين رفقى عبد الخالق. وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضى للجماهير. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنين، ١٩٨٣).

(١٩) مديحة محمد الإمام. دور الصحافة فى نشر الثقافة الرياضية عامة وألعاب القوى خاصة. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنات، ١٩٧٩).

(20) David Westerman and Ron Tamborini. Scriptedness and Televised sports: Violent Consumption and Viewer Enjoyment In: ***Journal of Language and Social Psychology*** (Vol. 29, N. 3, 2010) pp. 321-337.

(21) John Spinda S. W. The Third-person and First-person effects of Sports Fandom. ***Ph.D***., Kent State University, 2009.

(22) Janet S. Fink and Others. Off-field Behavior of Athletes and Team Identification: Using Social Identity Theory and Balance Theory to Explain Fan Reactions. ***Journal of Sport Management*** (Vol. 23, Issue: 2, 2009) pp. 142-155.

(23) Erik M. Peterson and Arthur A. Raney. Reconceptualizing and Reexamining Suspense as a predictor of ***Mediated*** Sports Enjoyment. In: ***Journal of Broadcasting and Electronic Media*** (December, 2008) pp. 544-559.

(24) Daniel L. Wann, and Others. The Norelco Sport Fanatics Survey: Examining behaviors of Sport fans. In: ***Psychological Reports*** (Vol. 29, Issue. 3 Pt 1, 2003) pp. 930-936. (www.ncbi.nlm.nih.gov)

(25) White, Kenneth A. AQ-methodological study of Football fans' attitudes toward televised football. ***Ph.D.,*** University of Missouri – Colombia, 2001.

(26) B. Zani and E. Kirchler. When Violence over shadows the Spirit of Sporting Competition: Italian Football Fans and Their Clubs. In: ***Journal of Community and Applied Social Psychology*** (Vol. 1, Issue 1, 1991) pp. 5-21.

(٢٧) محمد عبد الحميد. ***البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية*** (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص٣١٢.

(٢٨) حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد. ***الاتصال ونظرياته المعاصرة*** (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨) ص١٢٣.

(٢٩) جيهان يسرى. صورة العرب فى القنوات الفضائية العربية: دراسة استطلاعية على عينة من النخبة الأكاديمية العربية. ***المجلة المصرية لبحوث الإعلام*** (العدد ٢٣، يوليو – ديسمبر ٢٠٠٤) ص١٧٥.

(٣٠) استفادت الباحثة من المراجع التالية لتوصيف نظرية الهوية الاجتماعية:

- أحمد زايد. ***سيكولوجية العلاقة بين الجماعات: قضايا فى الهوية وتصنيف الذات*** (القاهرة: عالم المعرفة، ٢٠٠٦) ص ص٣٢-٣٩.

- Knippenbery.v.e.a. Organizational Identification after a merger: A Socail Identity Perspective. ***British Journal of Socail Psychology*** (Vol. 41, N. 1, 2002) pp. 233-252.

- Haslam, Alexander S. ***Psychology in Organizations – the Social Identity Approach*** (London: Sage Publications, 2001) pp. 26-27.

- Hymans, J.E.C. Applying Social Identity Theory to the study of International Politics: Aplea for Caution. Available at: http://www.cbrss.has vard.edu/event/ppbw/papers/hymans.pdf

(31) http://en.wikipedia.org/wiki/fantacism

(٣٢) على أسعد وطفه وعبد الرحمن الأحمد. ***التعصب: ماهيته وانتشاره فى الوطن العربى*** (الكويت: عالم الفكر، العدد ٣، المجلة ٣٠، ٢٠٠٢م).

(٣٣) هانى الجزار. ***فى أسباب التعصب: نحو رؤية تكاملية*** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٨) ص٢٤.

(34) http://en.wikipedia.org

(٣٥) ***المركز الدولى للدراسات المستقبلية والاستراتيجية***. حلقة نقاش: ثقافة العنف وأشكاله الجديدة فى المجتمع المصرى، القاهرة عام ٢٠٠٤. ص ص٤٣-٤٤.

(٣٦) خير الدين على عويس وعطا حسن عبد الرحيم. ***الإعلام الرياضى***. الجزء الأول (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ٢٠٠٠) ص ص٧٨-٧٩.

(37) Shay Sayre and Cynthia King. ***Entertainment and Society: Audience, Trends and Impacts*** (London: Sage Publications, 2003) p. 299.

(38) M. D. Shank. ***Sports Marketing: A strategic Perspective***, 2ed., (Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall. 2002) pp. 188-193.

(39) Shay Sayra and Cynthiaking. ***Op.cit***., pp. 296-298.

(40) http://bbs.arab.91.com/showthread.php?t=5768

(41) Gunter A. Pilz. Overview of the Ultra Culture Phenomenon in the Council of Europe-member states in 2009. ***International Conference on Ultras***, Council of Europe. 18 January 2010.

(42) A. D. Lago, and R. D. Biasi. Italian Football Fans: Culture and Organization. In R. Giulianatti and M. N Hepowrth(ed.) ***Football Violence and Social Identity*** (London: New York, 1994).

(43) http://www.Ultrasuk.co.uk

(44) Council of Europe. ***Summary of the Questionnaire on Ultras*** (2009).

(٤٥) سحر فاروق الصادق. دور الصحافة الرياضية فى تقديم نموذج القدوة للشباب: دراسة مسحية للجمهور والمضمون. ***المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر لكلية الإعلام*** – جامعة القاهرة بعنوان: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات فى الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، ص٣٥٢.

(٤٦) خالد صلاح الدين. اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة فى مصر. ***المؤتمر العلمى السنوى التاسع لكلية الإعلام*** – جامعة القاهرة بعنوان: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ٢٠٠٢، ص٦٧٤.

(٤٧) عدلى سيد رضا. أخلاقيات الإعلام فى عصر العولمة. ***المجلة المصرية لبحوث الرأى العام***، كلية الإعلام جامعة القاهرة (المجلد التاسع، العدد الرابع يوليو – ديسمبر، ٢٠٠٩) ص٣٠.

(48) Linda K. Fuller. ***Sports Casters/sports Casting: Principles and Practices*** (New York: Routledge, 2008) p. 70.

(٤٩) خير الدين على عويس وعطا حسن عبد الرحيم. ***الإعلام الرياضى*** – الجزء الأول (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٧) ص ص٥٨-٦٢.

(٥٠) سمير محمد حسين. ***تطبيقات فى مناهج البحث العلمى*** (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢) ص٨٧.

(51) Arther A. Beger. ***Media and Communication Research Methods*** (California: Sage Publication Inc., 2000) p. 111.

(52) Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick. ***Mass Media Research: An Introduction*** 9ed (New York: Wads Worth, 2011) pp. 135-137.

54) Amani O. El Husseini. ***Op.cit***. (53) White Kenneth. ***Op.cit***.

(٥٥) هناء فاروق. ***مرجع سابق***. ص ١١٤٨.

(56) D. Westerman and R. Tamborini. ***Op.cit***., p. 331.

(57) Amani O. El-Hussini. ***Op.cit***., p. 28.

(٥٨) أمل منير صبرى، ***مرجع سابق***، ص ص١٠٩-١١٠.

(59) Amani O. El Hussini. ***Op.cit***., pp. 45-46.

(٦٠) رمزى جابر. ***مرجع سابق***.

(٦١) مصطفى عبدون. ***مرجع سابق***.

(٦٢) هناء فاروق، ***مرجع سابق***، ص١١٤٩.

(63) E. M. Peterson and Arthur A. Raney. ***Op.cit***.,

(٦٤) على مبارك. ***مرجع سابق***، ص١٢٩

(٦٥) على عبد الزهرة. ***مرجع سابق***. ص٧٨.

(٦٦) رشيد حلمى عبد السلام. ***مرجع سابق***.

(٦٧) وليد وادى النيل. ***مرجع سابق***، ص ص١١٤-١١٥.