

ءور الإعلام فى ءنامى ظاهرة العنل والشعب فى ملاعب كرة القدم فى الجزائر

قسنطنىة 2

قسنطنىة 2

قسنطنىة 2

ء. مءمءاء رشىء

ء. ءمروش اءمء رضا

ء. قرون ءالء

ملءص :

ءءبءر كرة القدم واءءة من الرىاءاء اللى اسءءقءب الأءظار منذ نشأءها . إلا أن عءسة الءارىء وشرىء اءءائه يؤكءان أن هءة الرىاءة لم يكن لها مءبء بالوروء ، ولا مءءانا بالمسراء ، فقء شهءء الكءبر من النكساء و النكباء اللى ىنءى لها الءبىن . ولعل من بىن أهم هءة العناصر الفاعلة اللى ءسبء فى فلك رىاءة كرة القدم هى الإعلام اللى ءار ءوله موضوع هءة الءراسة . إنه و اعءءاءا على المنءء الوصفى ومن ءلال المءابلة كأءاة لءمع المءلوماء . اءضء إءصاءىا بأن للءءافة المءءبوءة المءءصصة ءورا بارزا فى ءنامى ظاهرة العنل و بءرءة أقل الءءافة ءبر المءءصصة على عكس الءءافة المسموءة و المرئىة . إن هءة الءءاء ءءعو إلى ءرشىء ما ىءءب و ىصل إلى القراء مشءعبن كانوا أو ءبر ءلك ءءى ءساهم فى ءقلبل من ءظر هءة الظاهرة اللى كانت ولازالء ءنءر مباءى رىاءة كرة القدم .

مءءمة :

إن رىاءة كرة القدم ءنىة بمءنوناها و مءءلف ءوانب ءءبىرها اللى ءرىءها مءءءه و ءشوىقا ءءى ءءء الءوم مصب اءءام القاصى و الءانى ءبءة ما اءىء ءولها من ءءب و هرء ، و الاضواء اللى سلءء عليها من قبل ءمبء وسائل الاعلام المءءبوءة و السمعىة البصرىة و ءبرها . إلا ان هءة الرىاءة و رءم ما ءءله من إءابىاء اءءاعىا و ءربوىا و اقءصاءىا و سىاسىا إلا انها ءصء فى الكءبر من الاءبان مصدر ازءاء و ءبءة و ءضمء ءبءة ما ىءءء فى الملاعب (مظاهر عنل) ىنءى لها الءبىن ، و ىشبب لهولها الولءان . و ىءهب المءءصون فى ءفسىراءهم الى ما ىءءء فى الملاعب من اءءاء عنل و شعب مءاهب عءة ، اءءماعىة اءبان و ءربوىة اءلاقىة اءبان اءرى ، و اقءصاءىة سىاسىة ءارة ، و رىاءىة بءءة ءارة اءرى . و بما أن الإعلام هو عنصر أساسى ىسبء فى فلك رىاءة كرة القدم ، فإنه من الأرجء أىضا أن ىكون له ءور فى ءفشى ظاهرة العنل و الشعب فى ملاعب كرة القدم .

1-الإشكالىة :

إن رىاءة كرة القدم ىأسءقءابها مءءلف أركان المءمورة ءءء مءءة إءلامىة ءصبة وءسمة لما ءءره من أموال طائءة ءءنافس على ءءبىلها كل وسائل الإءلامىة بشءى أنواعها المءءبوءة و السمعىة و المرئىة و ءبرها . وهو ما ىفرز ءءما كءءافة إءلامىة ىصعب ءءقءبها ، وءنافسا شرسا ىءل من العابء ءبرر الوسىلة ، فىصعب ءءءكم فى الءاءىراء النفسىة و ءربوىة للمءءة الإءلامىة . ءصءب كرة القدم عرضة لإفرزازء هءة المءءة ىإءابىاءها و بسلبىاءها وعلبه وإن كان ءور الإعلام فى المءل الرىاءى عموما ، و فى كرة القدم على وءه الءصوء بىءة ءناىه ، واطءة معاملة ، وءلى ءوره ، فمامءى ءاءىره فى ءنامى ظاهرة العنل و الشعب فى ملاعب كرة القدم ؟ وهل ءءساوى مءءلف وسائل الإعلام فى ءرءة هءا الءاءىر ؟ .

2-أهمىة وأءءاف البءء :

إن هءا البءء ىكءسى أهمىة بالءة ىاعءباراه ىءناول ءزئىاء موضوع ىمكانه أن ىنءر هىكل رىاءة كرة القدم ، فىءنس طهرها ، و ىلءء مباءءها السامىة ، فءءءو مصدر إزءاء وءهلكة ، لأن ما ىءءء فى الكءبر من الملاعب من مظاهر مشىءة ءءء عواقبها الأءرار الإءءماعىة و الإءقءصاءىة و السىاسىة اللى ىمكن ءرقىعها لىمس الءوانب ءربوىة و الأءلاقىة اللى ىمكن ءرقىعها لأنها لىسء ءرفة بالىة إنما هى معالم شءصىة الأفرء و الءمءاء .

أما أءءاف هءا البءء فءمءءل فىابلى :

-ءراسة ءور الإعلام بشءى أنواعه و ءاءىره فى ءنامى ظاهرة العنل والشعب فى ملاعب كرة القدم فى الجزائر .
-ءراسة طبىعة ءاءىر المءءة الإءلامىة على مسءهلكبها فى مءل كرة القدم .

3-الفرضىاء :

لقد ءمءل فرضىاء هءا البءء فىا ىلى :

الفرضية الأولى :

الفرضية الصفرية : إن وسائل الإعلام لا تؤثر في تنامي ظاهرة العنف و الشعب في ملاعب .

الفرضية البديلة : إن للإعلام في شق منه تأثيرا سلبيا في تنامي ظاهرة العنف والشعب .

الفرضية الثانية :

الفرضية الصفرية : إنه ليس للمادة الإعلامية تأثير متفاتا على مستهلكها في كرة القدم حسب طبيعتها.

الفرضية البديلة : كان للمادة الإعلامية حسب طبيعتها تأثيرا متفاوتا على مستهلكها في مجال كرة القدم .

4- منهج البحث :

تماشيا مع طبيعة هذا البحث فقد تم إستخدام المنهج الوصفي الذي هو الأقرب لمعالجة أبعاد تأثير الإعلام في مجال كرة القدم وتحديد دوره في تنامي ظاهرة العنف و الشعب في ملاعب كرة القدم ، ذلك أن المنهج الوصفي يدرس مختلف الظواهر الإجتماعية دراسة كيفية توضح خصائصها ، ودراسة كميته تبين حجمها وتغيراتها ودرجات إرتباطها مع الظواهر الأخرى .

5- عينة البحث :

لقد شملت عينة البحث الأول رجال الإعلام العاملين في مختلف الوسائل المكتوبة و السمعية و المرئية . وقد تم إختيارها وفق ما أتبع من فرص مرتبطة بالعلاقات الشخصية و المعرفة المسبقة لكل الصحفيين ، ويمكن توضيح خصائص هذه العينة من خلال الجدول الموالي :

جدول رقم 01 يبين خصائص العينة الأولى للبحث :

| المجموع | المرئية | السمعية | المكتوبة | طبيعة الإعلام | |
|---------|---------|---------|----------|---------------|---------|
| | | | | الولايات | قسنطينة |
| 14 | 04 | 02 | 08 | قسنطينة | |
| 07 | / | 02 | 05 | سطيف | |
| 05 | / | 01 | 04 | برج بوعريج | |
| 15 | 05 | 04 | 06 | الجزائر | |
| 04 | / | / | 04 | بجاية | |
| 06 | / | / | 06 | وهران | |
| 51 | 09 | 09 | 33 | المجموع | |

اما عينة البحث الثانية فقد شملت متبعي رياضة كرة القدم من أنصار و مشجعي فريق شباب قسنطينة المعروف بجماهيره التي تعشق فريقها حتى النخاع ، وتتابع مساره داخل وخارج قواعده ، لقد تم اختيار عينة قوامها 200 متفرجا وذلك وفق ما أتبع من فرص .

6- تنظيم البحث :

لقد تم اختيار رجال الإعلام من عدة مدن جزائرية متمثلة في : قسنطينة و سطيف و برج بوعريج و الجزائر العاصمة و بجاية و وهران ، وهي تمثل مختلف جهات و ربوع الوطن . أما المشجعين فقد تم اختيار مشجعي فريق شباب قسنطينة الذي ينشط في البطولة المحترفة الأولى . كما امتد مجال هذه الدراسة من شهر مارس إلى غاية شهر أكتوبر 2013 من حيثيات نظرية ، و اجراءات ميدانية تطبيقية واستنتاجات نهائية .

7- أدوات البحث :

لقد تم اختيار المقابلة كأداة أساسية لهذا البحث ، لكونها وسيلة لجمع لبيانات وذلك من خلال الآراء و الاتجاهات و المعتقدات التي قد تختلف من شخص إلى آخر ، وفيها يتم التفاعل اللفظي ما بين الباحث و المفحوص . لقد كانت المقابلة فردية تشخيصية مقننة بنفس الكلمات و بنفس الأسلوب و بأسئلة محددة سواء مع العينة الأولى المتمثلة في رجال الإعلام أو مع العينة الثانية المتمثلة في المشجعين .

8- المعالجة الإحصائية :

لقد تم الاعتماد أساسا في المعالجة الإحصائية على :

الإحصائي مربع كاي (χ^2) :

صم إختبار مربع كاي (x^2) لحسن المطابقة للكشف عن مدى مطابقة التوزيع التكراري لمتغير ما في العينة للتوزيع التكراري للمتغير نفسه في المجتمع و يمكن التعبير عنه كما يلي :

(ب ن Π) 2

$$\Sigma = X2$$

$$\Pi$$

9 - عرض و تحليل و مناقشة نتائج البحث :

1.9 عرض و تحليل و مناقشة نتائج المقابلة لرجال الإعلام :

إنه و بالنظر إلى النتائج المحصل عليها لأسئلة المقابلة التي أجريت مع رجال الإعلام اتضح ما يلي :

بالنسبة للبند الأول المتمثل في : هل الصحفيون الذين يكتبون في المجال الرياضي مختصون ؟

تبين أن نسبة 10% منهم فقط مختصون أما الباقي المتمثل في : 80% فهم غير مختصون .

أما بالنسبة للبند الثاني المتمثل في : هل يتفاعل المستهلك الإعلامي مع ما يصله ؟

فقد جاءت النتائج متباعدة تماما بحيث أكد رجال الإعلام تفاعل المستهلك الإعلامي مع ما يصله و ذلك بنسبة 80 % بينما جاءت النسبة النقيضة مساوية لـ : 20% .

و بخصوص البند الثالث الذي جاءت إجابته ثلاثية الأبعاد فقد تمثل في : ما هي الأهداف الأساسية الحالية لوسائل الإعلام ؟

لقد بلغت نسبة الإجابة على أساس الهدف التجاري : 60 % في حين بلغت نسبة الهدف التثقيفي : 25% بينما ساوت نسبة الأهداف الأخرى : 15 % .

و بالعودة للبند الرابع المتمثل في : أي الوسائل الإعلامية أكثر تأثيرا على المستهلك الإعلامي ؟

اتضح أن الصحافة المكتوبة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 70% في حين تحتل الصحافة السمعية البصرية المرتبة الثانية بنسبة مقدارها : 30%

و أخيرا و بالنسبة للبند الخامس المتمثل في : هل يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم في تنامي ظاهرة العنف و الشغب في ملاعب كرة القدم بما تقدمه من مادة إعلامية قبلية و بعدية للمنافسات ؟

فقد أكد الإعلاميون مساهمة وسائل الإعلام في تنامي ظاهرة العنف و الشغب في ملاعب كرة القدم و ذلك بنسبة 65% في حين نفى 35% ذلك .

إنه و بالنظر إلى النتائج المتحصل عليها و بمعالجتها الإحصائية من خلال استعمال مربع كاي (x^2) يتضح أن الدلالة الإحصائية شملت كل البنود المسطرة ، و هو ما يؤكد رفض الفرضيات الصفرية و قبول الفرضيات البديلة .

جدول رقم 02: يبين المعالجة الإحصائية لعينة رجال الإعلام.

| البنود | ك2 المحسوبة | ك2 الجدولية عند 0,5 | درجة الحرية | الدلالة الإحصائية |
|--------|-------------|---------------------|-------------|-------------------|
| 1 | 32.64 | 03.84 | 1 | دال إحصائيا |
| 2 | 18.36 | 03.84 | 1 | دال إحصائيا |
| 3 | 19.38 | 05.99 | 2 | دال إحصائيا |
| 4 | 08.16 | 03.84 | 1 | دال إحصائيا |
| 5 | 04.59 | 03.84 | 1 | دال إحصائيا |

2.9- عرض و تحليل و مناقشة نتائج المقابلة للمشجعين :

لقد شملت أسئلة المقابلة لعينة المشجعين 04 بنود أساسية وذلك لصعوبة الحصول على أكبر عدد ممكن من الأسئلة . ومنه فقد جاء البند الأول كما يلي :

هل تتأثرون بما يصدر عن وسائل الإعلام ؟ .

لقد بلغت نسبة الإجابة بنعم: 60% وهو ما يبين تأثر المشجعين يصدر عن وسائل الإعلام ، في حين كانت نسبة عدم المتأثرين : 40% .

أما فيما يخص البند الثاني المتعلق بـ : أي الوسائل الإعلامية ترونها أكثر تأثيرا ؟ .

فقد كان نصيب الصحافة المكتوبة : 65% و السمعية البصرية : 35% .

كما جاء البند الثالث متعلقا بـ : كيف تنظرون إلى وسائل الإعلام ؟ .