

## دور الإعلام في تنامي ظاهرة العنف والشغب في ملاعب كرة القدم في الجزائر

قسنطينة 2

قسنطينة 2

قسنطينة 2

د. محمدات رشيد

د. حمروش احمد رضا

د. قريون خالد

### ملخص :

تعتبر كرة القدم واحدة من الرياضات التي استقطبت الأنظار منذ نشأتها . إلا أن عدسة التاريخ وشريط أحداثه يؤكدان أن هذه الرياضة لم يكن لها مبعدا بالورود، ولا مزدانا بالمسرات ، فقد شهدت الكثير من النكسات و التكببات التي يندى لها الجبين . ولعل من بين أهم هذه العناصر الفاعلة التي تسبج في فلك رياضة كرة القدم هي الإعلام الذي دار حوله موضوع هذه الدراسة . إنه و اعتمادا على المنهج الوصفي ومن خلال المقابلة كأداة لجمع المعلومات . اتضح إحصائيا بأن للصحافة المكتوبة المتخصصة دورا بارزا في تنامي ظاهرة العنف وبدرجة أقل الصحافة غير المتخصصة على عكس الصحافة المسموعة و المرئية . إن هذه النتائج تدعو إلى ترشيد ما يكتب ويصل إلى القراء مشجعين كانوا أو غير ذلك حتى تساهم في التقليل من خطر هذه الظاهرة التي كانت ولا زالت تنخر مبادئ رياضة كرة القدم .

### مقدمة :

إن رياضة كرة القدم غنية بمكوناتها و مختلف جوانب تحضيرها التي تريدها متعته و تشويقا حتى غدت اليوم مصب اهتمام القاصي و الداني نتيجة ما احيط حولها من صحف و هرج ، و الاضواء التي سلطت عليها من قبل جميع وسائل الاعلام المكتوبة و السمعية البصرية و غيرها . الا ان هذه الرياضة و رغم ما تمثله من ايجابيات اجتماعيا و تربويا و اقتصاديا و سياسيا الا انها تصبح في الكثير من الاحيان مصدر ازعاج و حيرة و تضمر نتيجة ما يحدث في الملاعب من ( مظاهر عنف ) يندى لها الجبين ، و يشيب لهولها الولدان . و يذهب المختصون في تفسيراتهم الى ما يحدث في الملاعب من احداث عنف و شغب مذاهب عدة ، اجتماعية احيانا و تربوية اخلاقية احيانا اخرى ، و اقتصادية سياسية تارة ، و رياضية بحجة تارة اخرى . و بما أن الإعلام هو عنصر أساسي يسبح في فلك رياضة كرة القدم ، فإنه من الأرجح أيضا أن يكون له دور في تفشي ظاهرة العنف والشغب في ملاعب كرة القدم .

### 1- الإشكالية :

إن رياضة كرة القدم بإستقطابها مختلف أركان المعمورة غدت مادة إعلامية خصبة و دسمة لما تدره من أموال طائلة تتنافس على تحصيلها كل وسائل الإعلام بشتى أنواعها المكتوبة و السمعية و المرئية و غيرها . وهو ما يفرز حتما كثافة إعلامية يصعب تنقيحها ، و تنافسا شرسا يجعل من الغاية تبرر الوسيلة ، فيصعب التحكم في التأثيرات النفسية و التربوية للمادة الإعلامية . تصبح كرة القدم عرضة لإفرازات هذه المادة بإيجابياتها و بسلبياتها و عليه وإن كان دور الإعلام في المجال الرياضي عموما ، و في كرة القدم على وجه الخصوص بينة تناياها ، واضحة معاملة ، و جلي دوره ، فمامدى تأثيره في تنامي ظاهرة العنف و الشغب في ملاعب كرة القدم ؟ وهل تتساوى مختلف وسائل الإعلام في درجة هذا التأثير ؟ .

### 2- أهمية وأهداف البحث :

إن هذا البحث يكتسي أهمية بالغة بإعتباره يتناول جزئيات موضوع بإمكانه أن ينخر هيكل رياضة كرة القدم ، فيدنس طهرها ، و يلطخ مبادئها السامية ، فتغدو مصدر إزعاج و تهلكة ، لأن ما يحدث في الكثير من الملاعب من مظاهر مشينة تعدت عواقبها الأضرار الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية التي يمكن ترفيعها ليمس الجوانب التربوية و الأخلاقية التي يمكن ترفيعها لأنها ليست خرفة بالية إنما هي معالم شخصية الأفراد و الجماعات .

### أما أهداف هذا البحث فتمثلت فيما يلي :

- دراسة دور الإعلام بشتى أنواعه و تأثيره في تنامي ظاهرة العنف والشغب في ملاعب كرة القدم في الجزائر .
- دراسة طبيعة تأثير المادة الإعلامية على مستهلكيها في مجال كرة القدم .

### 3-الفرضيات :

لقد تمثلت فرضيات هذا البحث فيما يلي :

**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 متفاوتا على مستهلكيها في كرة القدم حسب طبيعتها.

الفرضية البديلة : كإن للمادة الإعلامية حسب طبيعتها تأثيرا متفاوتا على مستهلكيها في مجال كرة القدم .

**4- منهج البحث :**

تماشيا مع طبيعة هذا البحث فقد تم استخدام 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 بوعريرج	
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 بوعريرج 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 (  $\chi^2$  ) :

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 :

$$(ب ن \prod) 2$$

$$\Sigma = X2$$

$$\prod$$

## 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 نفي 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 ؟ .