

تأثير وسائل الإعلام الجديدة في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم
دراسة ميدانية

The impact of new media on reducing sports violence among Algerian football fans
A field study

سليمان نمر¹ - أوثن بوزيد²

¹ جامعة المسيلة/ مخبر برامج الأنشطة البدنية والرياضية المكيفة / slimane.nemer@univ-msila.dz

² جامعة المسيلة/ مخبر برامج الأنشطة البدنية والرياضية المكيفة /

bouزيد.ouchene@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2019/09/06 تاريخ القبول: 2019/11/20 تاريخ النشر: 2019/12/17

الملخص : تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام الجديدة في الحد من العنف الرياضي وسط جمهور كرة القدم، وكذا إيضاح أهمية الإعلام الجديد بما يتوفر عليه من أبعاد تكنولوجية يعول عليها في تحسين العلاقات الاجتماعية.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة استخدمنا المنهج الوصفي، حيث بلغ حجم عينة الدراسة 20 إعلامي رياضي من مختلف وسائل الإعلام، كما أخذنا 100 مفردة من الجمهور الرياضي، وقد استخدمنا استمارة الاستبيان كأداة للدراسة موجبة للإعلاميين الرياضيين من جهة و الجمهور الرياضي من أخرى عالجتنا إحصائيا معطيات دراستنا بالنسب المئوية و اختبار (كا2).

من أهم ما توصلنا إليه من خلال دراستنا إلى أن زيادة العنف الرياضي ترتبط بشكل واضح بانتشار الإعلام الجديد وزيادة مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات الدالة: التأثير، الإعلام الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي، العنف الرياضي، الجمهور الرياضي

Study Summary:

The aim of this study is to learn about the impact of the new media on reducing sports violence among the football audience, as well as to highlight the importance of the new media with its reliable technological dimensions in improving social relations.

In order to achieve the objectives of this study, we used the descriptive approach. The sample size of the study consisted of 20 sports media from the different media. We also took 100 members from the sports audience. We used the questionnaire as a tool for study directed to the sports media on the one hand and the sports audience from the other. Our study of percentages and test (K 2).

One of the main findings of our study is that the increase in sports violence is clearly related to the spread of new media and the increase in social networking sites.

Keywords: influence, new media, social networking sites, sports violence, sports audience.

1- مقدمة وإشكالية الدراسة:

لم تعد الرياضة مجرد هواية أو حتى حرفة يمتنها بعض الرياضيين، بل صارت متابعتها و الاستمتاع بها هواية يمارسوها و يتحاور حولها عامة الناس، حيث أصبحت عاملا من عوامل الجذب لمختلف قطاعات المجتمع. حيث تجاوزت ذلك لتصبح صورة من صور الاستثمار الربح والمضمون، مما يجعلها ذات أثر قوي و واضح في كافة المجتمعات، خاصة المجتمعات ذات البنية الاجتماعية المعقدة التي يندرج ضمنها المجتمع الجزائري. وتشير الدراسات إلى أن الرياضة قد أصبحت تشكل ظاهرة اجتماعية، يقول أحد الدارسين: " الرياضة تشكل جزءاً مهماً في الحياة الاجتماعية المعاصرة، حيث أنها أصبحت ظاهرة اجتماعية تشغل حيزاً كبيراً من الإعلام المقروء و المسموع و المرئي و الوسائل الإلكترونية، حتى أصبحت الرياضة إحدى الظواهر البارزة في المجتمع، و يرى أهمية غرس أسلوب الحوار بين الرياضيين، الإعلاميين، الجماهير و المتخصصين، حيث يعد الحوار الفعال بينهم أحد مصادر نبذ العنف."

و لم يعد الاهتمام بالرياضة خاصة كرة القدم - باعتبارها أكثر أنواع الرياضة استقطاباً - ينحصر في المشاهدة العابرة، و متابعة المباريات لتسعين دقيقة من الركض على المستطيل الأخضر، بل تحولت لدى الكثيرين من أبناء مجتمعنا إلى عنصر أساسي يتحكم في أمزجتهم، و يؤثر في حياتهم، و يسهم في رفع أو خفض معدلات إنتاجهم اليومي.

مما يعني أنها باتت هماً يومياً لشريحة كبرى لا يمكن التغاضي عن تأثيرها السلبي، و ذلك بعد أن أصبحت ملاذ الكثير من الناس للهروب من متاعبهم اليومية، مشاغلمهم، إرهابهم و كدحهم، حتى أنها أصبحت في وقتنا الحالي وسيلة لتغيب الرأي العام في أغلب المجتمعات.

صار العنف في الوسط الرياضي الجزائري ظاهرة واضحة، ملموسة و واسعة الانتشار على غرار العديد من دول العالم، الأمر الذي يقتضي دراسة أبعاد هذه الظاهرة، الوقوف على أسباب تناميها، و محاولة اقتراح حلول للحد من مخاطرها التي لا نبالغ إذا قلنا إنها لا تهدد الوسط الرياضي فحسب بل تتعداه لتهدّد وحدة المجتمع، و تسهم في خلق نوع من التنافر بين فئاته و أفراده.

و حيث أن الإعلام يعد من أقوى وسائل توجيه الجمهور، فإن دراسة العنف الرياضي في المجتمع لا بد أن تنطلق بشكل خاص من هذا المتغير المحوري، خاصة الإعلام الجديد الذي اتخذ أشكالاً حديثة و متشعبة صارت أوسع انتشاراً، أقوى تأثيراً و فاعلية، تنوعت بين الصفحات الشخصية، و مواقع التواصل الاجتماعي من تويتر و فيس بوك... الخ.

استناداً لما سبق يتمحور تساؤلنا الرئيسي لدراستنا فيما يأتي: هل لوسائل الإعلام الجديد تأثير في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الرياضي؟

تتفرع عن التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية مفادها:

➤ هل تعتبر وسائل الإعلام الجديد من الأطراف المسؤولة عن العنف الرياضي في وقتنا الحاضر؟.

➤ هل تساهم المعايير المهنية التي تتحكم في الإعلام الرياضي في الحد من العنف وسط جمهور كرة القدم؟.

➤ هل للغة الإعلامي عبر الفيسبوك تأثير في الحد من العنف الرياضي وسط جمهور كرة القدم؟.

و قد ارتكزنا على الفرضيات الآتية:

➤ تعتبر وسائل الإعلام الجديد من الأطراف المسؤولة عن العنف الرياضي في وقتنا الحاضر.

➤ لا تساهم المعايير المهنية التي تتحكم في الإعلام الرياضي في الحد من العنف وسط جمهور كرة القدم.

➤ تؤثر لغة الإعلامي عبر الفيسبوك في الحد من العنف الرياضي وسط جمهور كرة القدم.

1- الكلمات الدالة في الدراسة: قبل الخوض في غمار هذه الدراسة تجدر الإشارة إلى الكلمات الدالة فيها أو المفاهيم المحيطة بها:

➤ **التأثير:** "التأثير يتعلق بما يمكن أن يحدث من تغيير في الذهنيات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذا التأثير تتدخل فيه عوامل أخرى ترتبط بالمحيط والبيئة وعوامل أخرى"..(حمادة، 2008، ص75).

➤ **العنف الرياضي:** هو الاستخدام الغير مشروع و الغير قانوني للقوة بمختلف أنواعها في المجال الرياضي.

كما يعرفه بعض الباحثين بأنه فعل ينطوي على إساءة استخدام القوة (بدنية أو غيرها) في مخالفة القوانين و إنكار لحق الفرد و سيادته(علاوي، 2004، ص29).

➤ **الإعلام الجديد:** هو مصطلح حديث يقابل الإعلام التقليدي، كونه لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع الدخول فيه والاستفادة منه طالما أجادوا أدواته، كما أن للإعلام الجديد مرادفات عدة ومنها: الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، صحافة المواطن، مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة لأدوات ضرورية تضمن الدخول إليه ك: توفر الجهاز الإلكتروني (حاسب آلي، هاتف ذكي، جهاز لوحي)، توفر الإنترنت، الاشتراك أو الانضمام لأحد مواقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب، المدونات... (مهنا، 2002، ص390)

نقصد بالإعلام الجديد في دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي لما فيها من تفاعل و جماهيرية كبيرة، حيث لم تعد تتحكم في المعلومة نخبة من الإعلاميين بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع و أفراد للدخول فيه، و استخدامه.

➤ مواقع التواصل الاجتماعي: هو مفهوم مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، كونه يعكس التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.(أبو إصبع،2000،ص168).

➤ الجمهور الرياضي: يعرفه جون بيار اسكينازي بأنه مجموعة تنشأ بحكم الانتماءات الثقافية او الاجتماعية وقد ارتبط المصطلح بوائيل الإعلام الجماهيرية التي أصبغته بمجموعة من الخصائص أهمها التشتيت، ولا تؤثر وسائل الإعلام وحدها في سلوك الفرد بل تتداخل فيه مع باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية.(بيرو،2012،ص44).

و نقصد بالجمهور الرياضي مجموعة لها انتماءات رياضية معينة تدفعها للتجمع في مكان واحد هو على الأغلب ملعب رياضي للفرجة و التشجيع و تحقيق المتعة.

2- الدراسات السابقة: تتمحور الدراسات السابقة التي استندنا عليها فيما يأتي:

3.1. دور وسائل الإعلام في الحد من ظاهرة العنف الرياضي في الجزائر: محمد دحماني، (دحماني،37،2015).

انطلق الباحث من كون للإعلام الرياضي دور كبير في تأثير على توجه المشجعين من خلال المادة الإعلامية التي يقدمها الصحفيين عند تغطية الحدث أو التعليق عليه سواء في الصحافة المكتوبة أو المرئية أو المسموعة، حيث نجد أن الكثير منهم لا يتجلى بأخلاق مهنة الصحافة ولا يبالي لعواقب أقواله و آرائه، وقد وجد الباحث أن غالبية الصحفيين الجزائريين في المجال الرياضي يساهمون بشكل كبير في تغذية العنف في الملاعب، و ارتكزت الدراسة على عدد من الصحف و المجلات اليومية و الأسبوعية الجزائرية التي تهتم بأخبار الرياضة، و استخدم منهج تحليل المحتوى للإجابة تساؤل محوري مفاده: هل للإعلام الرياضي المحلي دور في تفشي ظاهرة في الملاعب الرياضية؟.

3.2. دور وسائل الإعلام في التقليل من ظاهرة العنف داخل الملاعب: د.بوعجناق كمال، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر (بوعجناق،2011،ص120)

حيث ارتأى الباحث في هذه الدراسة محاولة إيجاد الدور الذي تلعبه الصحافة في الحد من ظاهرة العنف، انطلاقا من النظريات و المعارف و للوصول الى نتائج واقعية استعملت

أمثلة مباشرة للأضرار حول دور الوسائل المكتوبة " مجلات و صحف" في التقليل من هذه الظاهرة و كذا التأثير على نفسية المناصر.

3.3. العنف في الملاعب الرياضية: حجم المشكلة وإمكانات الحلول ودور وسائل الإعلام في الحد من تفشي الظاهرة د.ابراهيم حمداوي (حمداوي، 2010، ص43).

نظرا لمكانة الرياضة الاجتماعية لدى الجميع خصوصا كرة القدم التي أصبحت لها شعبية تتجاوز كل المقاييس و لكون أحداث العنف تكون بشكل كبير خلال مباريات كرة القدم من هنا أتت فكرة البحث عن حجم الظاهرة و مسبباتها و كذلك التعرف على مختلف الطرق و أساليب و الميكانيزمات العلمية لتحقيق أمن الملاعب و الحد من تفاقم الظاهرة.

3.4. أهمية تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في محاربة ظاهرة العنف

الرياضي، د.خالد مريشيش، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد18 (مريشيش، 2015، ص540):

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة أهمية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في التقليل و الحد من ظاهرة العنف الرياضي وسط الطلبة الجامعيين، و ذلك من خلال تساؤل محوري مفاده: ما أهمية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في محاربة ظاهرة العنف الرياضي وسط الطلبة الجامعيين؟، و فرضية رئيسية مفادها: لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال أهمية كبيرة جدا في التقليل و محاربة ظاهرة العنف الرياضي في الوسط الجامعي عبر نشر الثقافة و التوعية الرياضية و محاولة توجيه تصرفاتهم و سلوكياتهم نحو الأفعال المتزنة، و أهم ما توصل إليه الباحث من نتائج ما يأتي:

✓ غالبية الطلبة الجامعيين يعتمدون على استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في استقاء المعلومات الرياضية.

✓ تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تساهم بشكل كبير جدا في الحد من التعصب للرأي الرياضي حسب الطلبة الجامعيين عينة الدراسة.

✓ غالبية عينة الدراسة يستعملون تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بهدف التفاعل و التواصل مع الآخرين، و هو ما سمح للطلبة التخفيف و التقليل من توترهم.

3- نظرية الاستخدامات والاشباع لتفسير تأثير الإعلام على المجتمع (الجمهور):
خلال الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل، و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام .

و يذهب إدلستين «Edelstein» و زملاؤه إلى أن تأسيس نموذج "الاستخدامات و الإشباع" جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية"، و يضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال هذا المنظور لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الإعلام التي يرغبون في التعرض إليها، و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. (أبو إصبع، 2000، ص96).

➤ فروض النظرية :

وصلت بحوث الاستخدام و الإشباع إلى حالة من النضج بعد مراحل من التطور، فقد تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، و مما لا شك فيه أن ما قدمه "كاتز" و زملاؤه عام 1974 م ، قد أسهم بشكل أساسي في نضج هذه النظرية ، وبلورة افتراضاتها الأساسية.

➤ العلاقة بين الاستخدام والإشباع يرى فيها "كاتز" أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات...فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية...وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها. (عبد الحميد، 2004، ص238).

و يعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية و الفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه و حاجاته، و كذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، و من ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلي حاجاته.

3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة و المتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور و وسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

و هذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته و تحديد نشاطه، و كذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات و دعمها، و قرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات. (مهنا، 2002، ص ص 223، 224).

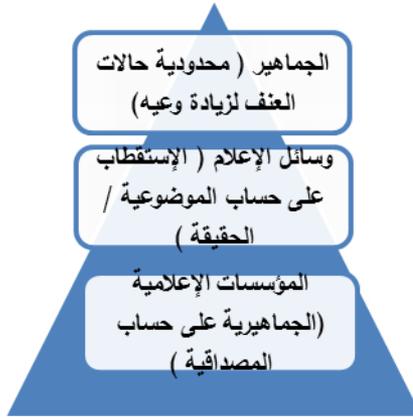
إستناداً لما سبق سنناقش هذا الموضوع من خلال الوقوف على عدد من الأمور ذات الارتباط المباشر بالظاهرة، و ذلك كما يأتي:

➤ الأطراف المسؤولة عن العنف الرياضي في وقتنا الحاضر:

يصف غاليلانو "العنف الرياضي"، فيقول: العنيف الذي ينظر إلى المباراة، و هو في حالة الصراع، و لكنه لا يراها، فما يهيمه هو المدرجات، لأنها ميدان معركته، فمجرد وجود مشجّع للنادي الآخر يشكّل استفزازاً للعنيف و لا يتقبله، و يجبره الشر على ذلك، و العدو دائما مذنب، و يستحق كسر عنقه". (براهيمي، 2013، ص 40).

و قد سادت رؤية أحادية جعلت الجماهير المسؤول الأول و الوحيد عن العنف الرياضي، حيث مضت عقود، هل مازال مفهوم العنف مرتبطاً بالجماهير فحسب، أم أن هناك أطرافاً أخرى يمكننا توجيه أصابع الاتهام إليهم في خلق العنف و إذكائه؟. و يكفي هنا لتعزيز النظرة الإيجابية نحو الجماهير بتخفيف درجة الحدة في اتهامهم بالمسؤولية عن العنف الرياضي.

نرى في هذه الدراسة - بناء على ذلك - أنه ليس من الإنصاف، الاكتفاء بالإجابة الجاهزة عن سبب العنف بإلقاء اللوم على الجماهير، دون البحث عن الأطراف الأخرى التي يمكن أن تكون مسؤولين بصورة أشد من الجماهير، و هو ما دفعني إلى محاولة الوقوف على أسباب هذه الظاهرة، و تبني رؤية ثلاثية للمسؤولية عن العنف الرياضي، على النحو الآتي:



و حاولنا الوقوف على العاملين السابقين المسؤولين عن ظاهرة العنف، و هما:

✓ المؤسسات الإعلامية:

تنقسم بطبيعتها إلى:

أ. مؤسسات إعلامية رسمية محافظة لا تزال خاضعة للرقيب، حذرة من مقصده، و هي أقل دوراً في إذكاء العنف.

ب. مؤسسات إعلامية غير رسمية، ليس عليها رقيب، ولا تخشى مقصده، و من ثم يسهم الكثير من هذه المؤسسات غير الرسمية في إذكاء العنف أكثر مما تسهم فيه المؤسسات الإعلامية الرسمية المحافظة، حيث تتبنى هذه المؤسسات الإعلامية غير الرسمية بشكل قوي و بارز مبدأ الجماهيرية التي تخل بالقيم المهنية و الاجتماعية على حساب المصدقية، من أجل الجذب و الاستقطاب، إذ ترى بعض المؤسسات الإعلامية أن هذا الجذب لا يتحقق إلا من خلال الخروج عن النص، بكل ما يعنيه تعبير "الخروج عن النص" من صراخ و نقاشات ساخنة، و تبادل حاد لاتهامات لاذعة، و طعن في الذمم، بكل الصور التي تعمل على تهبيج الجماهير المتابعة لهذه البرامج، أو القارئة لتلك المطبوعات، هذه الأخيرة التي تصبح على فوهة بركان تحتاج فقط إلى قطرة دفع من أبسط حدث رياضي.

و قد أشارت بعض الدراسات إلى أن بعض آليات التحيز الرياضي تعود إلى قبول مالك الصحيفة لنشر آراء صحففيه، إذ من المفروض وجود حد فاصل بين اتجاهات مالك الصحيفة من جهة و الأخبار التي تنشر في الصحيفة من جهة أخرى (الموضوعية). و هنا نجد تساؤل يطرح نفسه دائماً حول سبب قبول مالكي المؤسسات الصحفية لنشر آراء صحففيهم، على الرغم من أن هناك شبه إجماع على أن الصحفيين أنفسهم هم المصدر الرئيس للتحيز (الكلزة، 2012، ص65).

✓ وسائل الإعلام الجديد:

يرجع إسهام وسائل الإعلام الجديد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في إذكاء العنف و زيادة حدة الاحتقان بشكل ظاهر و ملحوظ في وقتنا الحالي إلى أن بعضها يتبنى مبدأ الاستقطاب على حساب الحقيقة، الحياد و المهنية، إذ تقوم بعض الحسابات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - خاصة الفيسبوك- الذي يحظى بالنصيب الأكبر من متابعة الرياضيين بضخ قدر كبير من الآراء المنحازة التي تتحكم في الميول، و تصطبغ بالألوان المفضلة، ممّا يقدّم طروحات مثيرة للجدل، و اجتهادات أقرب ما تكون إلى الأمنيات منها إلى الحقيقة و الواقع.

و من الملاحظ أن هذا الإعلامي في الفلسوك يظهر بشخصية مزدوجة. فالكاتب صاحب الرؤية التي تتحدث عن القيم و أخلاقيات التنافس الشريف في مطبوعته أو برنامجه يتحوّل عبر حسابه الشخصي إلى أكبر بوق من أبواق العنف.

و في محاولته لإخلاء مؤسسته من المسؤولية يسجل الكثير منهم تلك العبارة المشهورة " رأيي يمثلني". و هو في الحقيقة لا يمثل سوى التملص من رقابة مؤسسته الإعلامية، دون أن يستحضر رقابته الذاتية (ضميره المهني) متناسيا أنه قائد رأى من خلال ظل منبره الإعلامي الذي يتبعه حتى خارج تلك المؤسسة.

➤ الإعلام الرياضي من منظور المعايير المهنية:

يطرح دور بعض المؤسسات الإعلامية و مواقع التواصل الاجتماعي في إذكاء العنف الرياضي ضرورة مناقشة الدور الأساسي للإعلام، و تأثيره القوي بصوره الحديثة بصفة خاصة، و ضرورة قراءة الخطاب الذي يقدمه، و تحليل محتواه للوقوف على مدى الالتزام المهني لتحقيق رسالة الإعلام الهادف في المجتمع.

إنّ المبادئ التي تتبناها بعض المؤسسات الإعلامية و وسائل التواصل الاجتماعي - مثل مبدأ الجماهيرية على حساب المصداقية، و مبدأ الاستقطاب على حساب الحقيقة - تطرح ضرورة قراءة خطابهم الإعلامي من منظور المعايير المهنية، في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية التي لا يخرج عنها الإعلام الرياضي، إذ أنه جزء من المنظومة الإعلامية بشكل عام، و من ثمّ لا يخرج عمّا تقرّر لها من ميثاق شرف، و ما تحدّد فيه من معايير مهنية و أخلاقية عديدة، التي يأتي على رأسها المصداقية، الدقة، الحياد، خدمة الحقيقة، و هي التي استعرضها جون هاتلنج في كتابه: أخلاقيات الصحافة " حيث ضمّ القواعد الأخلاقية للإعلام وفق ما حدّدته جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية، و يقول عن الدقة و الموضوعية: " إن الحصول على ثقة الجمهور هي أساس الصحافة الجديرة باسمها:

1. إنّ الصدق هو هدفنا النهائي.
 2. الموضوعية في كتابة الأخبار هي هدف آخر يعتبر علامة للصحفي المحترف و المتمرس. إنه معيار للأداء الصحفي نسعى جميعا إليه، و نكرّم من يحققه.
 3. لا توجد أعمار لعدم الدقة أو النقص في صحة المعلومات." (شيلينج، 2010، ص175).
- كما أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تعد منطلقا جيّدا و قويا للصورة الناصعة التي ينبغي أن يقدمها الإعلام بشكل عام، و الرياضي بصفة خاصة نظرا لشدة تأثيره على قطاعات عديدة، و على أكثر القطاعات حساسية، و هي فئة الشباب، هي تلك النظرية التي تتبنى مفهوما مخالفا للحرية المطلقة، إذ تنادي بأن الحرية ليست حقا مطلقا فقط، و إنما هي حق

و واجب و مسؤولية في الوقت نفسه، و من ثمّ فإن وسائل الإعلام مطالبة بالتزامات معينة تجاه المجتمع، و عليها أن تضع معايير مهنية للإعلام، مثل الصدق، الموضوعية، التوازن، الدقة، و تحقيق التعددية التي تعكس تنوع الآراء و الأفكار، و احترام قيم الجمهور، و رعاية المصلحة العامة، و تجنب كل ما يؤثر عليه سلبيا، و احترام حياة الأفراد الخاصة." (علي، 2011، ص295).

➤ قراءة لغة الإعلام الرياضي في الفيسبوك:

اخترت من خلال هذه المداخلة قراءة الخطاب الإعلامي الرياضي لكونه من أقوى الخطابات الإعلامية التي تؤثر في الشباب، و تحديدا لغة الإعلام الرياضي في مواقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك أنموذجا.

و يحتاج هذا الإعلام الجديد لكونه إعلاما خاصا إلى رصد واقعه و اتجاهاته، و تحليل لغته، و مناقشة دوره و تأثيره في هذا القطاع المهم من قطاعات المجتمع الجزائري.

سنركز على صورة التحيز في لغة هذا الخطاب الإعلامي الرياضي، و تحلل انعكاسات هذا الخطاب على ثقة الجمهور فيه، ثم على إذكاء روح العنف، و زيادة الاحتقان بين الجماهير. و تتمثل أبرز آليات التحيز التي تقررها الدراسات الإعلامية في ست آليات، و هي: " حذف طرف من أطراف الصراع من المقال كلية...، اختيار مصادر تدعم طرفا دون آخر...، اختيار روايات تطابق الأجندة التحريرية...، وضع الأخبار في مواضع معينة تعكس أهميتها عند المحرّر...، صياغة الأوصاف و التسميات لإبراز طرف على نحو إيجابي و متميز، و تجاهل الآخر...، تدوير الحقائق بتقديم تفسير وحيد للأحداث، و طرد التفسيرات الأخرى لهذه الأحداث...بشكل يجعل بعض الأطراف يبدو أفضل من الطرف الآخر." (ياسين، 2001، ص36).

في المقابل بتطبيق هذه الآليات على قضية التحكيم التي تعد قضية كل موسم رياضي، يظهر لنا الاختلاف الحاد بين تقييم الإعلام للحكم الجزائري و الحكم غير الجزائري، و تعاطيه مع أخطاء الحكم الجزائري بالاتهام و التشكيك، و انطلاقا من الميول و الانتماءات للفرق، فيما يتم التجاوز عن أخطاء مشاهمة من الحكم غير الجزائري.

كما ينطبق الأمر نفسه على تمثيل اللاعب لمنتخب بلاده، إذ تطغى ألوان الفريق المفضّل في طروحات الإعلام في تقييم أداء اللاعب، مستواه الفني، و استحقاقه لتمثيل البلاد بالمقارنة مع لاعبين من فرق أخرى.

و يزداد الأمر وضوحا في التعاطي مع سلوكيات اللاعبين داخل المستطيل الأخضر و خارجه، حيث يخرج الإعلام الرياضي بشكل خاص من نقل الخبر مجردا إلى نقله ملوّنا برأي ناقله، منطلقا في هذا من انتماءاته.

و لا يخفى أن هذه الممارسة الإعلامية المنحازة تفضي إلى مضاعفة ظاهرة العنف، و زيادة حدّة الاحتقان بين الجماهير، و هو الأمر الذي يؤثر تأثيرا مباشرا و قويا على مصداقية الإعلام و وسيلته الإعلامية.

الجانب التطبيقي:

4- المنهج المتبع في الدراسة:

من أجل تحليل و دراسة الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة و استجابة لطبيعة الموضوع اعتمدنا على "المنهج الوصفي" لأنه يتلائم مع مثل البحوث، حيث يعرّف هذا المنهج الوصفي على أنه: استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر، كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها، و كشف جوانبها و تحديد العلاقات بين عناصرها، أو بينها و بين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية." (بدر، 1999، ص90).

أيضا المنهج الوصفي هو: "عملية تحليلية لقضايا حيوية بواسطة الوقوف على الظروف المحيطة بموضوع الدراسة." (عبيدات، 1999، ص46)

"فهو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة، و تصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة، و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة." (عبد الحميد، 2004، ص158). حيث أن هذا المنهج يتم العمل به عن طريق: جمع البيانات، وصف الظروف المحيطة بالموضوع، تنظيم البيانات المحصل عليها، استخراج النتائج، وضع الاقتراحات .

5- إجراءات الدراسة الميدانية: يسعى كل باحث من خلال بحثه إلى تحقيق النتائج حسب فرضيات الدراسة لذلك عليه إتباع منهج متلائم مع موضوع بحثه المراد القيام به، و بالتالي القيام بالدراسة الميدانية على العينة المدروسة و المأخوذة من المجتمع الإحصائي الكلي.

و من ثم يستخدم منهج علمي مناسب لكي يتمكن من جمع مختلف البيانات و المعلومات من خلال تطبيق أداة إحصائية مناسبة تمكنا من التوصل الى نتائج دقيقة، و معرفة مدى موضوعية الوسائل الإحصائية المتمثلة في الصدق و الثبات و الموضوعية.

1.6. الدراسة الاستطلاعية:

تم الذهاب إلى مقر الإذاعة الجهوية للبويرة، حيث أخذنا الإذن من مديرها لأجل الالتقاء بإعلاميين رياضيين، و أجرينا حوار بخصوص ظاهرة العنف الرياضي و مدى انتشارها وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم بالتحديد، و دور الإعلام الجديد في ذلك حيث أكد لنا الإعلاميون أهمية الإعلام الجديد في الحد من تفشي هذه الظاهرة، و من خلال هذه الزيارة الاستطلاعية أمكن لنا التعرف على خصائص مجتمع دراستنا و عينتها عن قرب، و أفادتنا هذه الدراسة في معرفة المنهج المناسب، و كذا أداة البحث العلمي و مدى صلاحيتها و كذا الوسيلة الإحصائية المناسبة لمعالجة البيانات المحصل عليها، و منه أمكن لنا الاتفاق مع مدير المؤسسة و إعلاميها من أجل العودة لاحقا و ذلك لإجراء الدراسة الميدانية و توزيع استمارة الاستبيان على عينة الدراسة المتمثلة في إعلاميين رياضيين، و بعد ذلك ارتأينا تحري الموضوعية في دراستنا و ذلك بتوزيع استبيان على عينة من الجمهور الجزائري لكرة القدم في ملعب منصور خوجة بالأخضرية.

2.6. مجتمع الدراسة: المقصود به مجموع مفردات الظاهرة المدروسة، و مجتمع هذه الدراسة هم الإعلاميون الرياضيون في إذاعة البويرة و البالغ عددهم 20 إعلامي.

بالإضافة إلى 100 مفردة من الجمهور الجزائري لكرة القدم نظرا لصعوبة تحديده كاملا.

3.6. حجم العينة: تم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية فيما يتعلق بالإعلاميين الرياضيين في الإذاعة الجهوية للبويرة يقدر حجمها بـ 100% أي 20 إعلامي رياضي.

و عينة بطريقة عرضية فيما يتعلق بالجمهور الجزائري لكرة القدم و البالغ عددهم 100 مفردة

4.6. حدود الدراسة: المكان: مكان إجراء الدراسة الميدانية: الإذاعة الجهوية للبويرة (حي

خزان المياه – إقامة الوالي سابقا البويرة).

ملعب منصور خوجة الأخضرية.

الزمان: شرعنا في إنجاز الجانب النظري للدراسة في الأسبوع الثاني من شهر أكتوبر 2018 إلى غاية نهاية شهر جانفي 2019.

أما الجانب التطبيقي من الدراسة فقد شرعنا فيه من بداية فيفري إلى غاية منتصف شهر أفريل 2019.

5. أدوات الدراسة: الاستبيان

6.6. المعالجة الإحصائية: المعالجة الإحصائية في المجال البدني الرياضي مهمة جدا، بالنسبة للوسائل الإحصائية المستخدمة في هذه الدراسة هي: النسبة المئوية + اختبار كا² أي X²

6.6.1. المعالجة الإحصائية المتعلقة بالاستبيان الموجه لعينة من الإعلاميين الرياضيين: الجدول رقم 01 يوضح مساهمة الإعلام الرياضي في انتشار العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	11	55%	20.5	9.49	04	0.05	دالة
غالبا	06	30%					
أحيانا	02	10%					
نادرا	01	5%					
أبدا	00	00%					
المجموع	20	100%					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (01): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه ، يتبين لنا من إجابات الإعلاميين الرياضيين عينة الاستبيان حول العبارة 01 المتعلقة بمساهمة الإعلام الرياضي في انتشار العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم أن نسبة 55% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما" ، أما نسبة 30% أجابوا بـ "غالبا" ، و نسبة 10% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا" ، بينما نسبة 05% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "نادرا" ، في حين نسبة 00% أجابوا بـ "أبدا" ، حيث بلغت قيمة كا²

المحسوبة 20.5 وهي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي كانت قيمتها 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 04.

الاستنتاج : نستنتج أن معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في انتشار العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.
الجدول رقم 02 يوضّح مساهمة حسابات الإعلاميين الرياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في نشر العنف الرياضي:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	11	55%	19.75	9.49	04	0.05	دالة
غالبا	05	25%					
أحيانا	03	15%					
نادرا	01	5%					
أبدا	00	00%					
المجموع	20	100%					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (02): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه ، يتبين لنا من إجابات الإعلاميين الرياضيين عينة الاستبيان حول العبارة 02 المتعلقة بمساهمة حسابات الإعلاميين الرياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في نشر العنف الرياضي أن نسبة 55% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما" ، أمّا نسبة 25% أجابوا بـ "غالبا" ، و نسبة 15% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا" ، بينما نسبة 05% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "نادرا" ، في حين نسبة 00% أجابوا بـ "أبدا" ، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة 19.75 وهي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي كانت قيمتها 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 04.

الاستنتاج : نستنتج أن معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن حسابات الإعلاميين الرياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نشر العنف الرياضي

الجدول رقم 03 يوضّح مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار العنف في الوسط الرياضي:

الدلائل	التكرار	النسبة المئوية	ك ² المحسوبة	ك-2 المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	08	%40	10.25	9.49	04	0.05	دالة
غالبا	06	%30					
أحيانا	03	%15					
نادرا	02	%10					
أبدا	01	%5					
المجموع	20	%100					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (03): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه، يتبين لنا من إجابات الإعلاميين الرياضيين عينة الاستبيان حول العبارة 03 المتعلقة بمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار العنف في الوسط الرياضي، أن نسبة 40% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما"، أما نسبة 30% أجابوا بـ "غالبا"، و نسبة 15% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا"، بينما نسبة 10% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "نادرا"، في حين نسبة 05% أجابوا بـ "أبدا"، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة 10.25 وهي أكبر من قيمة ك² المجدولة التي كانت قيمتها 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 04.

الاستنتاج: نستنتج أن معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في انتشار العنف في الوسط الرياضي
الجدول رقم 04 يوضّح اختلاف آراء الإعلاميين الرياضيين بين وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي:

الدلائل	التكرار	النسبة المئوية	ك ² المحسوبة	ك-2 المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	09	%45	10	9.49	04	0.05	دالة

					غالبا	05	%25
					أحيانا	03	%15
					نادرا	02	%10
					أبدا	01	%5
					المجموع	20	%100

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (04): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه، يتبين لنا من إجابات الإعلاميين الرياضيين عينة الاستبيان حول العبارة 04 المتعلقة باختلاف آراء الإعلاميين الرياضيين بين وسائل الإعلام و وسائل التواصل الاجتماعي، أن نسبة 45% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما"، أما نسبة 25% أجابوا بـ "غالبا"، و نسبة 15% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا"، بينما نسبة 10% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "نادرا"، في حين نسبة 05% أجابوا بـ "أبدا"، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة 10 وهي أكبر من قيمة ك² الجدولة التي كانت قيمتها 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 04.

الاستنتاج: نستنتج أن معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن آراءهم تختلف بين وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 05 يوضح محاربة الإعلام الرياضي للعنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	ك ² المحسوبة	ك ² الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	01	%5	11	9.49	04	0.05	دالة
غالبا	01	%5					
أحيانا	04	%20					
نادرا	09	%45					
أبدا	05	%25					
المجموع	20	%100					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (05): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه، يتبين لنا من إجابات الإعلاميين الرياضيين عينة الاستبيان حول العبارة 05 المتعلقة بمحاربة الإعلام الرياضي للعنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم، أن نسبة 5% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما"، أما نسبة 5% أجابوا بـ "غالبا"، و نسبة 20% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا"، بينما نسبة 45% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "نادرا"، في حين نسبة 25% أجابوا بـ "أبدا"، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة 11 وهي أكبر من قيمة χ^2 الجدولة التي كانت قيمتها 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 04.

الاستنتاج: نستنتج أن معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أنه نادرا ما يحارب الإعلام الرياضي العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.

2.66. المعالجة الإحصائية المتعلقة بالاستبيان الموجه لعينة من الجمهور الجزائري لكرة القدم:

الجدول رقم 06 يوضح مساهمة الإعلام الرياضي في زيادة العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	χ^2 المحسوبة	ك-2 الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	56	56%	15.43	5.99	02	0.05	دالة
أحيانا	34	34%					
أبدا	10	10%					
المجموع	100	100%					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (06): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه، يتبين لنا من إجابات الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الاستبيان حول العبارة 01 المتعلقة بمساهمة الإعلام الرياضي في زيادة العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم أن نسبة 56% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما"، و نسبة 34% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا"، في حين نسبة 10% أجابوا بـ "أبدا"،

حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 15.43 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولة التي كانت قيمتها 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 02.

الاستنتاج : نستنتج أن معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في زيادة العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.
الجدول رقم 07 يوضّح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الاحتقان والعنف الرياضي:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	54	54%	13.15	5.99	02	0.05	دالة
أحيانا	30	30%					
أبدا	16	16%					
المجموع	100	100%					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (07): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه ، يتبين لنا من إجابات الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الاستبيان حول العبارة 02 المتعلقة بمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الاحتقان و العنف الرياضي أن نسبة 54% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما" ، و نسبة 30% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا" ، في حين نسبة 16% أجابوا بـ "أبدا" ، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 13.15 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولة التي كانت قيمتها 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 02.

الاستنتاج : نستنتج أن معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاحتقان والعنف الرياضي.

الجدول رقم 08 يوضح مساهمة حسابات الإعلاميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الاحتقان والعنف الرياضي:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	كا ² المحسوبة	ك-2 المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	48	%48	7.65	5.99	02	0.05	دالة
أحيانا	27	%27					
أبدا	25	%25					
المجموع	100	%100					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (08): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه، يتبين لنا من إجابات الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الاستبيان حول العبارة 03 المتعلقة بمساهمة حسابات الإعلاميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الاحتقان والعنف الرياضي أن نسبة 48% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "دائما"، و نسبة 27% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ "أحيانا"، في حين نسبة 25% أجابوا بـ "أبدا"، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 7.65 وهي أكبر من قيمة كا² المجدولة التي كانت قيمتها 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 02.

الاستنتاج: نستنتج أن معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن حسابات الإعلاميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاحتقان والعنف الرياضي. الجدول رقم 09 يوضح اختلاف آراء الإعلاميين الرياضيين بين وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي (حسب الجمهور الرياضي):

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	كا ² المحسوبة	ك-2 المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	52	%52	10.79	5.99	02	0.05	دالة
أحيانا	30	%30					
أبدا	18	%18					
المجموع	100	%100					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (09): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه ، يتبين لنا من إجابات الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الاستبيان حول العبارة 04 المتعلقة باختلاف آراء الإعلاميين الرياضيين بين وسائل الإعلام و مواقع التواصل الاجتماعي (حسب الجمهور الرياضي) أن نسبة 52% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ: "دائما"، و نسبة 30% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ: "أحيانا"، في حين نسبة 18% أجابوا بـ "أبدا"، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 10.79 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولة التي كانت قيمتها 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 02.

الاستنتاج : نستنتج أن معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن آراء الإعلاميين الرياضيين تختلف بين وسائل الإعلام و مواقع التواصل الاجتماعي
الجدول رقم 10 يوضّح محاربة الإعلام الرياضي للعنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	14	14%	18.26	5.99	02	0.05	دالة
أحيانا	18	18%					
أبدا	68	68%					
المجموع	100	100%					

تحليل ومناقشة نتائج الجدول رقم (10): من خلال نتائج التحليل الإحصائي كما هي موضحة في الجدول أعلاه ، يتبين لنا من إجابات الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الاستبيان حول العبارة 05 المتعلقة بمحاربة الإعلام الرياضي للعنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم أن نسبة 14% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ: "دائما"، و نسبة 18% من عينة الدراسة قد أجابوا بـ: "أحيانا"، في حين نسبة 68% أجابوا بـ "أبدا"، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 18.26 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولة التي كانت قيمتها 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 و درجة الحرية 02.

الاستنتاج : نستنتج أن معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن الإعلام الرياضي لا يحارب العنف في أوساطه.

تفسير النتائج والمعطيات على ضوء الخلفية النظرية للدراسة: بناء على ما أسفرت عنه بيانات و معطيات الدراسة الميدانية حول موضوع " تأثير وسائل الإعلام الجديدة في الحد من العنف الرياضي وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم" فإنه باستطاعتنا مقارنة هذه النتائج بما هو في الواقع على ضوء الخلفية النظرية للدراسة، و بالتالي يمكن قبول أو نفي فرضيات الدراسة:

تفسير النتائج والمعطيات "بالنسبة للفرضية الأولى":

تشير الفرضية الأولى إلى أنه: تعتبر وسائل الإعلام الجديد من الأطراف المسؤولة عن العنف الرياضي في وقتنا الحاضر.

أوضحت نتائج الجدول 02 أن نسبة 55% من الإعلاميين الرياضيين عينة الدراسة يرون أن حسابات الإعلاميين الرياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نشر العنف الرياضي.

كما أوضحت نتائج الجدول 03 أن نسبة 40% من الإعلاميين الرياضيين عينة الدراسة يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في انتشار العنف في الوسط الرياضي.

بينما أوضحت نتائج الجدول 07 أن نسبة 54% من عينة الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاحتقان و العنف الرياضي.

في حين أوضحت نتائج الجدول 08 أن نسبة 48% من عينة الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن حسابات الإعلاميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاحتقان و العنف الرياضي.

تفسير النتائج والمعطيات "بالنسبة للفرضية الثانية":

تنص الفرضية الثانية على أن المعايير المهنية التي تتحكم في الإعلام الرياضي لا تساهم في الحد من العنف وسط جمهور كرة القدم .

حيث أوضحت نتائج الجدول 01 أن نسبة 55% من الإعلاميين الرياضيين عينة الدراسة يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في انتشار العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.

بينما أوضحت نتائج الجدول 05 أن نسبة 45% من الإعلاميين الرياضيين عينة الدراسة يرون أنه نادرا ما يحارب الإعلام الرياضي العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم. وقد أوضحت نتائج الجدول 06 أن نسبة 56% من الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الدراسة يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في زيادة العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.

في حين أوضحت نتائج الجدول 10 أن نسبة 68% الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الدراسة يرون أن الإعلام الرياضي لا يحارب العنف في أوساطه.
3. تفسير النتائج والمعطيات "بالنسبة للفرضية الثالثة":

تنص الفرضية الثالثة على أن لغة الإعلامي عبر الفيسبوك تؤثر في الحد من العنف الرياضي وسط جمهور كرة القدم.

حيث أوضحت نتائج الجدول 04 أن نسبة 45% من الإعلاميين الرياضيين عينة الدراسة يرون أن آراءهم تختلف بين وسائل الإعلام و وسائل التواصل الاجتماعي. بينما أوضحت نتائج الجدول 09 أن نسبة 52% من الجمهور الجزائري لكرة القدم عينة الدراسة يرون أن آراء الإعلاميين الرياضيين تختلف بين وسائل الإعلام و مواقع التواصل الاجتماعي.

التفسير العام للنتائج والمعطيات على ضوء الخلفية النظرية للدراسة:

على ضوء ما توصلنا إليه في دراستنا فإننا نستطيع القول أن الإعلاميين الرياضيين لم يمارسوا مهنتهم وفقا لما تنص عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية من حيث احترام النسق الاجتماعي للحفاظ على الصالح العام.

و عليه يعتبر الإعلام الجديد ممثلا في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك أنموذجا) مسؤولا فاعلا في انتشار ظاهرة العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم. وذلك بناء على النتائج الآتية:

1. معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في انتشار العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.

2. معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن حسابات الإعلاميين الرياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نشر العنف الرياضي

3. معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في انتشار العنف في الوسط الرياضي
4. معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أن آراءهم تختلف بين وسائل الإعلام و وسائل التواصل الاجتماعي
5. معظم الإعلاميين الرياضيين يرون أنه نادرا ما يحارب الإعلام الرياضي العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.
6. معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في زيادة العنف وسط الجمهور الجزائري لكرة القدم.
7. معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاحتقان و العنف الرياضي.
8. معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن حسابات الإعلاميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاحتقان و العنف الرياضي.
9. معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن آراء الإعلاميين الرياضيين تختلف بين وسائل الإعلام و مواقع التواصل الاجتماعي.
10. معظم الجمهور الجزائري لكرة القدم يرون أن الإعلام الرياضي لا يحارب العنف في أوساطه.

خاتمة:

تنتهي هذه الدراسة إلى جملة من النتائج حول ظاهرة العنف الرياضي، كما تطرح عددا من التوصيات للحدّ منها، و تتمثل هذه النتائج فيما يأتي:

1. أن ما شاع من حصر العنف في الجماهير ليس صحيحاً، و لا يؤيده التحليل الدقيق للظاهرة.
2. لوسائل الإعلام الجديد دور بارز في ظاهرة العنف.
3. أنّ زيادة العنف الرياضي ترتبط بشكل واضح بانتشار الإعلام الجديد، و زيادة مواقع التواصل الاجتماعي.
4. وجود ازدواجية واضحة في شخصية بعض الإعلاميين تظهر من خلال تناقض آرائهم عبر حساباتهم الشخصية و مؤسساتهم الإعلامية.

5. أن الاستقطاب غير المشروع (أخبار مكذوبة - ترويح شائعات - آراء متطرفة) هو الذي جعل من بعض الإعلاميين عبر حساباتهم الشخصية مصدرراً للعنف الرياضي.
6. أن لغة الخطاب عند بعض الإعلاميين في مواقع التواصل الاجتماعي تصنع نوعاً من الاستفزاز و الاحتقان.
7. أن هذه اللغة تعود إلى مندوبي الفرق في وسائل الإعلام المختلفة (مراسلي الصحف في الفرق).

وتمثل التوصيات التي أطرحتها من خلال هذه المداخلة فيما يأتي:

1. ضرورة إنصاف الجماهير عند الحكم على ظاهرة العنف، حيث تبين أنهم ليسوا الطرف الوحيد الفاعل في هذه الظاهرة.
2. ضرورة تحمّل الإعلاميين الرياضيين لمسؤولياتهم المهنية و المجتمعية من خلال مواجهة الظواهر السلبية، و عدم الاقتصار على الوعي بهذه المشكلات.
3. ضرورة تجنب الركض وراء المتابعين على حساب المصداقية، و البعد عن الاستقطاب غير المشروع.
4. ضرورة التزام الإعلاميين الرياضيين بالمعايير المهنية بشكل عام، و البعد عن صور التحيز.
5. ضرورة التزام الإعلامي الرياضي باللغة المحايدة، و البعد عن تهيج الجماهير أو استفزازهم.
6. ضرورة البحث عن آليات عملية لتصحيح دور الإعلام العنيف أو المنحاز لضمان أداء الإعلام الرياضي لدوره على الوجه الأمثل، و الحفاظ على مكاسبه.

قائمة المراجع:

1. حمادة، إبراهيم بسيوني(2008). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا والاتصال والرأي العام. القاهرة:عالم الكتب.
2. علاوي، محمد حسن(2004). سيكولوجية العدوان والعنف في الرياضية. ط2. مصر: مركز الكتاب للنشر.
3. مهنا، فريال(2002). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. بيروت: دار الفكر المعاصر.
4. مريشيش، خالد (2015)، أهمية تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في محاربة ظاهرة العنف الرياضي، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد18

5. أبوأصبع، صالح(2000). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
6. بيرو، فرانسوا. (2012). الجمهور والطبقة. (ترجمة: ناجي الدراوشة)، سوريا: دار التكوين للتأليف والنشر.
7. براهيم، مبروك (2013/2012). دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا. (إشراف: بن عكي محمد). (أطروحة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص: إعلام رياضي)، جامعة الجزائر 03.
8. الكلز، محمد جمال الدين (2012). حكومة المؤسسات الرياضية. مصر: دار الوفاء لنديا للطباعة.
9. شيلينج، توماس (2010). إستراتيجية الصراع. (ترجمة: نزهة الطيب وأكرم). الدار العربية للعلوم، بيروت لبنان.
10. علي، نبيل. (2011). الثقافة وعصر المعلومات، بيروت: سلسلة عالم المعرفة.
11. ياسين، ياسين فضل. (2001). الإعلام الرياضي، الأردن: دار أسامة للنشر.
12. دحماني، محمد. (2015). دور وسائل الإعلام في الحد من ظاهرة العنف الرياضي في الجزائر. (مجلة منهل)، جامعة الجزائر 03: مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي.
13. بوعجناق، كمال. (2011). دور وسائل الإعلام في التقليل من ظاهرة العنف داخل الملاعب. مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد 02
14. حمداوي، ابراهيم. (2010). العنف في الملاعب الرياضية: حجم المشكلة وإمكانيات الحلول ودور وسائل الإعلام في الحد من تفشي الظاهرة. المغرب.
15. بدر، أحمد. (1999). أصول البحث العلمي ومناهجه. ط9. مصر: المكتبة الأنجلومصرية.
16. عبيدات، محمد وآخرون. (1999). منهجية البحث العلمي. عمان: دار وائل للنشر.
17. عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. القاهرة: عالم الكتب.