

## توجهات طلاب جامعة الإسكندرية نحو البرامج التلفزيونية الرياضية وموقفهم من ظاهرة الالتراس: دراسة ميدانية

د. إيهاب حمدي جمعة مجاهد\*

### ملخص الدراسة :

نظراً للاهتمام الكبير الذي توليه الدولة المصرية بالشباب و ما شهدته ملاعب كرة القدم المصرية من أحداث اتسمت في كثير منها بالعنف تأتي أهمية الدراسة الحالية التي تسعى إلي التعرف علي توجهات طلاب جامعة الإسكندرية نحو البرامج التلفزيونية الرياضية التي تقدمها الفضائيات المصرية و العربية و العالمية علي نحو يمكن أن يساهم في تطوير محتوى هذه البرامج التلفزيونية، كما حاولت الدراسة التعرف علي موقف الشباب الجامعي من ظاهرة روابط التشجيع الرياضية (الالتراس) و توقعاتهم نحو مستقبلها، وقامت هذه الدراسة الوصفية بدراسة عينة من طلاب جامعة الإسكندرية الذين يتعرضون للبرامج الرياضية و تم تطبيق استمارة استبيان علي عينة من الذكور و الإناث المنتمين لمحافظة الإسكندرية في الريف و الحضر و توصلت الدراسة إلي تفضيل مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية العربية بالدرجة الأولى تليها القنوات المصرية الرياضية الخاصة و أتضح من نتائج الدراسة إعجاب غالبية مفردات العينة بالمحتوي الذي تقدمه البرامج رغم تحفظهم علي الكثير من عناصر الإنتاج مثل دور مُقدم البرنامج الرياضي و مدي التزام البرامج بالدقة و الموضوعية كما توصلت الدراسة لنتائج مهمة ترتبط باعتبار أن روابط الالتراس تم استغلالها سياسياً في الفترة السابقة بعد أحداث يناير ٢٠١١ و اتفقوا علي أن روابط الالتراس مازالت موجودة رغم اختفائها من الساحة الرياضية.

كلمات مفتاحية: الالتراس، البرامج الرياضية، الفضائيات، الاعلام الرياضي

### Summary:

The Egyptian state gives great deal of attention and care to the youth, and the violent events that took place in the Egyptian football stadiums remains in the memories of many of the Egyptians till now, this study seeks to identify the attitudes of Alexandria University students towards sports television programs presented by Egyptian, Arab and international satellite channels in a way that can contribute to the development of the content of these television programs in the future. The study also tried to identify the attitudes of the university youth toward the phenomenon of sports fans associations (Ultras groups) and their expectations towards its future. This descriptive study surveyed a sample of Alexandria University students who are exposed to TV sports programs and a questionnaire was applied to A sample of males and females belonging to the governorate of Alexandria in rural and urban areas,

\*مدرس بقسم الاعلام-بكلية الآداب - جامعة الإسكندرية

الأستاذ المساعد بجامعة السلطان قابوس

and the study found a preference for watching Arab sports satellite channels in the first place, followed by private Egyptian sports channels. The attitudes towards the role of the sports program provider and the extent of the programs' commitment to accuracy and objectivity were analyzed, as the study reached results related to the fact that the ultras groups were politically exploited in the previous period after the events of January 2011, and they agreed that the ultras groups still exist despite their disappearance from the sports arena.

Keywords: Ultras, sports programs, satellite channels, sports media

### مقدمة:

تعتبر كرة القدم الرياضة الشعبية الأولى في العالم العربي وتستقطب اهتمام الكثير من الجمهور العربي والمصري على الوجه الخصوص، وكما تطورت كرة القدم فقد تطورت أيضاً نظم التشجيع الرياضي الى تشكيل روابط خاصة بالتشجيع عرفت باسم الالتراس وامتدت هذه الظاهرة عبر العالم وضمت بين جوانبها العديد من الأشخاص من الفئات العمرية المختلفة وساهم في ذلك انتشار برامج الرياضة في القنوات العامة والمتخصصة، وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على توجهات طلاب جامعة الإسكندرية نحو البرامج التلفزيونية الرياضية وموقفهم من ظاهرة الالتراس.

ومن المعروف أن روابط التشجيع الرياضي في مصر قد شهدت إقبالا جماهيريا عبر بطولات كأس الامم الأفريقية وزاد الزخم الذي تمتعت به هذه الظاهرة خلال أحداث يناير (2011) وقد جذب الحضور الكبير لروابط الالتراس في أحداث ثورة يناير (2011) اهتمام الكثير من الباحثين في مجالات متنوعة منها العلوم السياسية ومنها المتخصصين في حقل الدراسات الإعلامية، إلا أن الفترة خلال العشر سنوات (2011-2022) شهدت تراجع تدريجي في الاهتمام الإعلامي والأكاديمي بظاهرة الالتراس و شهدت أيضاً خفوفاً تدريجياً في الانضمام لروابط الالتراس، حيث تم توجيه عدة اتهامات لعدد من المشجعين في هذه الروابط وحذر الباحثين من خطورة الانزلاق إلى العمل السياسي خلال فترة الاستقطاب السياسي التي شهدتها مصر.

من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى التعرف على توجهات طلاب جامعة الإسكندرية نحو البرامج التلفزيونية الرياضية ومحاولة التعرف على موقف الاجيال الجديدة من الطلاب من قضية التشجيع الرياضي بشكل عام وروابط الالتراس بشكل خاص بالتطبيق على طلاب جامعة الإسكندرية نموذجاً.

### خلفية تاريخية للدراسة:

نشأ الالتراس في أوروبا وفي أمريكا اللاتينية وتضاربت الأقوال حول أول مكان لظهور الفكرة، فهناك من يرى أنها ظهرت في العقود الأولى من القرن العشرين في المجر، ثم إيطاليا، ثم فرنسا علاوة على ظهورها تقريبا في نفس الوقت في البرازيل وإيطاليا. وقد نشأت حركة الالتراس في إيطاليا خلال أربعينيات القرن العشرين على يد مجموعة من الطلبة والعاملين

الذين عشقوا كرة القدم ولم تكن لديهم إمكانيات الحضور الدائم في المباريات الرياضية فوجدوا في مدرجات الدرجة الثالثة مكاناً مناسباً لهم للحضور والتشجيع أكثر من المشاهدة ولم تشهد هذه الحركة في أوروبا أي شكل من أشكال العنف أو التعصب كما أنها لم تأخذ أي رموز سياسية إلا بشكل تدريجي عندما انتمى إليها مجموعة من المشجعين المتشددين المتأثرين بالحركات الفاشية التي في أوروبا في خلال القرن العشرين (بن سماتي و آخرون، 2019)

وفي بلجيكا عام (1929) ظهر ٤٦ نادياً للمشجعين و كذلك في فرنسا في عام (1925) حيث ظهر نادي راسينج لتشجيع فريق لونس، كما عرفت أمريكا الجنوبية روابط التشجيع الشبابية المشابهة تماماً لجماعات الالتراس بمفهومها الحديث و ذلك منذ عام (1939)، فكانت ساو باولو البرازيلية أول المدن التي تحتضن هذه الحركات حيث تزامن ذلك مع ميلاد فريق ساو باولو لكرة القدم و تميزت هذه الحركات بولائها لألوان الفريق و استخدام هذه الألوان في صنع اللافتات و الغناء الجماعي طوال فترة المباراة بينما في إيطاليا المعروفة بحرارة المنافسة بين الأندية الكبرى فيها لاسيما مناطق الشمال كنادي ميلان و أندية العاصمة روما و أندية أخرى عريقة كنادي يوفنتوس الذي يمتلك أكبر عدد من روابط التشجيع فظهرت أول جماعات الالتراس عام (1969) و كان اسم النادي عرين الأسد وهي جماعة من المشجعين أغلبهم من فئة المراهقين اجتمعوا علي حب فريقهم ميلان و هو يتفق و ما أشار إليه الباحثين محسن عوض و ممدوح سالم (2012) إلي تاريخ و أهداف تشكل هذه المجموعات في العالم.

و بعد وفاة الرئيس الإسباني فرانكو عام (1975) انفتح المجتمع الإسباني تدريجاً للتأثير الغربي و حدث احتكاك كبير بين المشجعين و الثقافات الغربية المختلفة خلال مباريات كأس العالم عام (1982) و الذين احتفلوا به في إسبانيا لتحديث نقلة كبيرة في أنماط التشجيع وعضوية الالتراس الإسباني و تعد هذه السنة هي نقطة فاصلة في تاريخ ثقافة كرة القدم الإسبانية بظهور المجموعات الشبابية الراديكالية حيث ظهرت العديد من روابط التشجيع المحلية فقد تكونت حوالي ١٥٠٠ (بيناس) رابطة تشجيع محلية لنادي برشلونة بعضها نشط و البعض الآخر غير نشيط، أما المرحلة الثانية الفاصلة في تاريخ الالتراس الإسباني فكانت في موسمين : موسم (1984-1985) و موسم (1985-1986) حيث انخرطت أعداد كبيرة من روابط الالتراس في حوادث عنف في محاولة المدافعة عن الصورة الذهنية و السمعة لكل رابطة حتي أصبح الموسم الذي يليهم (1986-1987) يعرف بأنه أكثر موسم كروي عنيف في تاريخ الالتراس الإسباني ففي خلال مباراة كرة السلة بين ريال مدريد و فريق ستاديون قام التراس ريال مدريد بمهاجمة مشجعي الفريق المنافس مما ادي الي حدوث الكثير من حالات الإصابات بين أعضاء المجموعتين.

اما فيما يتعلق بثقافة الالتراس فقد حاول الباحث محمد جمل بشير في كتاب بعنوان (الالتراس) صدر في عام (2011) للتطرق إلي مدلول كلمة الالتراس و ثقافتها و طبيعة المنتمين إليها حيث أن الملعب ليس حشداً من الجماهير المتناسقة فهناك المشاهد الذي يذهب لمشاهدة المباراة و هناك المناسر الذي يذهب لتشجيع فريقه و هناك الهوليجانز أو المنتمين لروابط الالتراس و بالتالي لا يمكن اعتبار الجمهور كتلة موحدة من حيث البنية و الخصائص فالهوليجانز يمثلون

الصف الثالث من الحضور الجماهيري في الملاعب الرياضية و يتميزون بديناميكية متواصلة تصبحها موجات من التعصب و العنف إذ تبدو عليهم أنواع من التعصب و حب الظهور . و قد أورد يوسف (2019) تعريف بودوين لحركة الهوليجانز بانها في البداية كانت حركة انجليزية الأصل تكونت علي يد مجموعة من الشباب المعروف عنهم سوء الاندماج الاجتماعي و هو ما ينتج عن تعاطيهم المواد الكحولية و إثارة الفوضى في مدرجات الملاعب الرياضية علي نحو فاق كل الحدود المعروفة و أشار الباحث إلي أن العنف الجسدي يمثل أحد الميكانيزمات الأساسية للحركة فيكون العنف مرة بين مجموعات المشجعين و بعضها البعض و مرة أخرى بين قوات حفظ النظام في الملاعب الرياضية و أشار بعض الباحثين إلي أن هذه التصرفات مرتبطة بمصطلح الانحلال الأخلاقي و ضعف المستوي التربوي و الدراسي (بن يوسف، 2001) .

كما ساهم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير علي واقع التشجيع عن بعد و هو ما أسهم في زياده أعداد المنتمين لروابط الانتراس، علي سبيل المثال في إسبانيا وحدها و التي تنشط فيها فرق دعم الانتراس الرياضي بعدد يصل إلي الآلاف أحياناً نجد أكثر من ١٤٠٠ نادي للمشجعين سجل مشاركته في دعم نادي برشلونة الاسباني سنة ٢٠٠٨ منهم ٦٢٦ نادي موجودين في مقاطعة كتالونيا الموطن الجغرافي لنادي برشلونة و منهم ٦٧٨ نادي موزعين علي باقي أنحاء إسبانيا فيما يتبقى ٩٦ نادي أخر في مختلف مناطق العالم كما ينتشر ٢٦٦٤ نادي للمشجعين تابع لنادي بيرن ميونخ في مختلف دول القارة الأوروبية و هو ما يؤكد علي أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار مجموعات الانتراس و حسب باسل محمود في مقالة "الانتراس و الهوليجانز أعداء الكرة الحديثة و السياسة" الذي نشر في مجلة العرب فقد أشار إلي أن المشجعين من دولة تونس هم أصحاب الريادة في هذا المجال و بالأخص نادي الترجي التونسي الذي يضم ٣ جماعات التراس بينما يأتي في المرتبة الثانية النادي الإفريقي التونسي بمجموعتين التراس لكن القوة الأكبر توجد في المغرب الذي يحتوي علي أكثر من ٥٠ مجموعة التراس تتقدمهم مجموعة الوينرز التابعة لنادي الوداد البيضاء و تحتوي علي أكثر من ٢٠ ألف عضو و التراس الجرين البويز التابع لنادي الرجاء و كان لهم دور كبير في جذب الجماهير للملاعب تلاهم في عام 2007 دخول ظاهرة الانتراس مصر في مباراة الزمالك و الهلال السوداني و يعتبر التراس الفرسان التابع للزمالك و التراس أهلاوي التابع للنادي الأهلي من أبرز جماعات الانتراس في مصر كذلك هناك عشرات من جماعات الانتراس لباقي الأندية في مصر و خصوصاً نادي الاتحاد السكندري و نادي الإسماعيلي المصري و بهذا أصبح مصطلح الانتراس بمفهومه العام يشق طريقه بسرعة كبيرة في المجتمع المصري و بقوة شديدة.

ويشير مفهوم الانتراس إلى الشيء الزائد عن الحد و غالباً ما يستخدم للإشارة إلى الشيء الفائق للحدود أو المبالغ فيه ويعود مدلول الكلمة إلى الأدبيات السياسية الفرنسية و الماكرة لظهور كلمة ultra-royal التي كانت تشير إلى معسكر النبلاء و الإقطاعيين و القساوسة الموالين للملكية بشكل مطلق و منها ظهر مفهوم أنهم ملكيون أكثر من الملك و ذلك في مواجهة المفكرين و الفلاسفة المنادين بحقوق الإنسان و الحريات الفردية، كما ذكر - Spaaij, Ramón

Viñas, Carles (2005) أن جذور كلمة الترا تعود إلى اللغة الإيطالية منذ أواخر عام (1960) حيث ارتبط بمفهوم مجموعة من المشجعين الشبان الذين بدأوا في الظهور في بيئة سياسية يملؤها الحوار و باختلافات واضحة عن المفهوم الإنجليزي للهوليجانز وأصبح واضحاً التنوع الموجود في التسميات بين الدول الأوروبية وبعضها، وفي إيطاليا كان الشباب هم المكون الرئيسي للانتراس و بدأوا في التواصل مع حركات الهوليجانز في المجتمع الإنجليزي أما في إسبانيا فإن كلمة الانترا هي واضحة بدقة لتعني الشيء الأكثر من المعتاد أو الطبيعي و تمت الإشارة به لأعضاء روابط تشجيعية قالوا أن عضويتهم في الانتراس لا تعني التشجيع فقط يوم المباراة بل هو أسلوب حياة حيث يقوم الفرد في هذه الروابط في إسبانيا بقضاء معظم وقته في التخطيط لحركات المشجعين و ابتكار الأغاني و اللافتات و الموسيقى و الاعلام لإستخدامها في الفعاليات المختلفة، و في نفس الوقت فهمام عضو الانتراس في إسبانيا قائمة علي الولاء المطلق و علي قيام كل فرد ببذل أقصى مجهود لتحقيق مبادئ الانتراس، والجيل الأول من الانتراس في إسبانيا رفض بشده كل أشكال التشجيع التقليدي السلبية التي كان يقوم بها مشجعين كرة القدم التقليديين و رفضوا الشكل الكلاسيكي في التشجيع التقليدي و كانوا أكثر اعجاباً بشكل الهوليجانز في التشجيع و ثقافتهم الفرعية و استغرق الأمر حتي منتصف (1980) و بالتحديد عام (1986) ليظهر مصطلح الانتراس في التقارير الإعلامية لأول مرة للإشارة لهذا النمط من المشجعين و مع مرور الوقت مال المشجعين من أعضاء روابط الانتراس في إسبانيا أكثر و أكثر إلى الاتجاه اليميني السياسي و الميل للتعبير عن ارتباطهم بهذه الرابطة للإشارة لهذه العضوية علي الملابس و مواجهة رفض المجتمع لهم من خلال لافتة ( yes ) .I'm an ultra

عرفت اميرة صابر (2013) الانتراس بأنه كلمة لاتينية تعني الزائد عن الحد و يعرفه سياستيان لويس ان الانتراس في كرة القدم الإيطالية بأنه مجموعة من الشباب المناصرين الذين تشكلوا في أحضان الجمعيات الرياضية لدعم تحركات الفرق والنوادي الرياضية منذ أواخر الستينات من القرن الماضي، كذلك يعرف بيير تراند فينكور الانتراس باعتباره مصطلح يشير إلي مفهوم الرغبة الكبيرة في دفع التشجيع إلي الذروة و هي إستراتيجية يستخدمها المشجعين من الانتراس لدعم الفريق الرياضي المنتمين إليه في جو مفعم بالحماس و من خلال طابع فلكلوري موحد، بينما عرف محسن عوض (2012) الانتراس بمعني الحب الزائد أو التعصب للانتماء لمكان ما أو كيان ما لدرجة التضحية من أجله و كل هذه التعريفات تجعلنا نقدم تعريفاً إجرائياً للانتراس بأنه عبارة عن مجموعة من الجمهور الرياضي يجتمع أفرادها علي مبادئ واحدة و أهداف مشتركة تتمركز حول الدفع بالفريق نحو الفوز و تحقيق الألقاب و تقديم صورة جميلة عن أنصار الفريق الرياضي و ذلك عن طريق التشجيع المستمر الحماسي و متابعة الفريق في كل مكان يذهب إليه ويتم ذلك من خلال تنظيم هيكلية من الافراد لتحقيقها الهدف المشترك و من خلال بعض المنسقين للعلاقات بين أعضاء هذه الرابطة.

#### الإعلام الرياضي وبرامج الفضائيات:

في ظل المتغيرات التي تحكم العالم المعاصر أصبح الإعلام يلعب دوراً أساسياً في تشكيل السلوك الثقافي للأفراد في المجتمع كما يذكر سمير عبد الحميد (2006) حول دور الإعلام في

صياغة المنتج الثقافي في قلب الحياة اليومية لكل مواطن وتضيف منى الحديدي وسلوى ايمان (2004) أن الإعلام يلعب دوراً كبيراً في تشكيل الوعي الرياضي على نحو لا يمكن الاستغناء عنه وبخاصة في ظل متغيرات العولمة وما صاحبها من تقدم كبير لوسائل الإعلام، وفي ظل المتغيرات الجديدة لعصر العولمة يذكر سامي الشريف (2004) أن إنشاء القنوات العربية الرياضية جاءت نتيجة لتطورات اقتصادية وسياسية وتكنولوجية، حيث شعر العالم العربي بالتهديد الحقيقي من الفضائيات الأجنبية بعد أن أصبحت المنطقة العربية هدفاً رئيسياً لهذه القنوات، ويشير مجدي عبدالله (2000) إلى أنه يمكن الاستفادة من هذه القنوات الفضائية في تدعيم وعى الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية وتكوين اتجاهات سليمة نحو مختلف القضايا.

وقد أسهم التليفزيون منذ نشأته في نشر العديد من الرياضات والألعاب وبالتالي زيادة ممارسة هذه الألعاب داخل المجتمعات التي يعمل فيها وهو ما يؤكد على أهمية دوره في نشر الثقافة الرياضية و تشكيل الوعي الرياضي لدي الجمهور. وبذلك فهناك مزايا متنوعة للبرامج التليفزيونية الرياضية فهي تحقق الكثير من أهداف الرياضة سواء المتعلقة بالوعي الرياضي أو المتعلق باللياقة البدنية والنواحي الرياضية فيمكن للبرامج الرياضية أن تزود الجمهور بمعلومات ومعارف عن رياضات وألعاب لا يمكن للمشاهد أن يقوم بممارستها بسبب البعد الجغرافي مثل التزلج على الجليد و التزلج على الرمال أو رياضة البيسبول و غيرها من الرياضات و يعد وسيلة ترويجية مهمة لسكان الريف كذلك يعد من البرامج التي تدفع للحفاظ على اللياقة و هو هدف أيضاً للبرامج الصحية.

كذلك أكد سمير عبد الحميد (2006) على أهمية الأهتمام بتنقيف الشباب على نحو يحقق القيم الاجتماعية المستهدفة بالحماية داخل المجتمع المصري فالشباب في مرحلة التعليم الجامعي لديهم طاقة وقوة روحية ويستند إليهم المجتمع في تحديد مستقبله إلا أن خطورة هذه المرحلة العمرية تتمثل في عدم قدرتهم على الوصول إلى مرحلة الرشد على نحو آمن بحيث يقوموا بممارسة حقوقهم المدنية وتحمل المسؤولية.

و في دراسة إنجي حلمي العدل حول دور القنوات الفضائية المصرية و العربية في ترتيب الأولويات لدي الشباب الجامعي إلي تعريف البرامج الرياضية بأنها (أفكار تجسد و تعالج في أشكال مختلفة منها المناقشة، الحديث المباشر، الحوار و التقرير حيث تحلل تلك البرامج الأحداث و القضايا الرياضية الهامة و المطروحة علي الساحة و تتناولها من كافة الجوانب و تتيح للجمهور فرصة المشاركة بالحضور داخل الاستديو أو عن طريق اللقاءات الخارجية أو الاتصالات الهاتفية أو البريد الالكتروني لطرح آرائهم و استفساراتهم و يبقي هذا الأسلوب البرامجي علي الهواء مباشرة أو مسجل) كما أنها قامت بتعريف القضايا الرياضية بأنها (الموضوعات و المشكلات الرياضية العامة التي يتم إثارتها و مناقشتها خلال البرامج الرياضية التي تبث علي القنوات الفضائية محل الدراسة) أما بالنسبة لتعريف القنوات الفضائية الرياضية تعرف إجرائياً وفقاً لتعريف الباحثة بأنها (تلك القنوات التي تبث علي الأقمار الصناعية و يتم استقبالها عن طريق أطباق الاستقبال و تكون هذه القنوات مملوكة للدولة أو للأشخاص أو للهيئات (يخضع بعضها لسيطرة الدولة) بينما يدار البعض منها بواسطة رأس المال الخاص وتبث هذه القنوات من داخل المنطقة العربية أو من خارجها و هي قنوات مفتوحة

أو مشفرة و تقوم ببث برامجها على مدار اليوم و تقدم أشكال متنوعة من البرامج منها النشرة الرياضية و التحليل الرياضي و نقل المباريات الداخلية و الخارجية و برامج تناقش قضايا رياضية).

و يشير حسن شحاتة (2010) لأهمية دور الجامعات في أعداد الطلاب للمستقبل وتدريبهم باستخدام الإمكانيات المناسبة لتنمية قدراتهم وفي نفس الوقت تعزيز القيم الأخلاقية لديهم، كما يؤكد أحمد فوزي (2003) على أهمية وجود هذه القيادة التربوية الواعية بالخصائص النفسية للشباب بحيث يصبح لديهم الشعور بتحمل المسؤولية، ونتيجة لذلك يمكننا القول أن ظاهرة التعصب الرياضي التي اشتهرت بها كرة القدم في الفترة الأخيرة هي ظاهرة تستحق الاهتمام البحثي فقد هذا و جاء المجتمع المصري الحادثة التي نجمت عن مباراة الأهلي والمصري وأودت بحياة أكثر من 74 مشجعا للنادي الأهلي إضافة إلى إصابة المئات.

وتشير سهير صالح أبراهيم (2013) إلى كونها من أسوأ الكوارث التي حدثت بعد كارثة حادثة الشغب في غانا عام 2001 وشهدت مصرع 127 شخصا وبالتالي فإن هذه الوقائع أصبحت تمثل خطراً على الرياضة بشكل عام، كما تشير إلى أن الوضع في القنوات الفضائية المصرية أصبح نموذجاً للتكالب على الربح المادي حيث أصبحت الفضائيات وسيلة للربح فقط وتحقيق المشاهدات دون الاهتمام بالمضمون كما تعتمد هذه القنوات الفضائية على المشاهير من لاعبي الكرة السابقين غير المؤهلين للعمل الإعلامي حيث لم يحصلوا على تدريب إعلامي كاف وادت معالجات البعض منهم لحدوث الكثير من المشكلات الشهيرة منها حادثة مصر والجزائر سنة 2010 نتيجة للشحن الزائد للجماهير المصرية قبل المباراة وبعدها فبدلاً من أن يقوم الإعلام الرياضي بدور كبير في نشر الأخلاق الرياضية وإعادة المجتمع الرياضي إلى المنهج الصحيح تقدم البرامج التليفزيونية الرياضية من وجه نظرها برامجاً تمتد لساعات طويلة تشتمل على كل ما يثير التعصب من خلال التعليق على التحكيم وتجاوزات الجماهير مما أوجد في بعض الاحيان حالة من الكراهية والتعصب وهو ما يؤدي لاحتقان في الشارع الرياضي المصري وفي ذلك أجرت الدراسة بهدف التعرف على دور البرامج الرياضية في القنوات الفضائية المصرية في مواجهة مشكلة التعصب الرياضي وتوصلت إلى أن متابعة البرامج الرياضية في الفضائيات يركز على الاعتماد على مقدم البرنامج وتحقق قيم البرنامج الأساسية من التوازن والدقة واستطلاع رأي الجمهور والتواصل معه كما أشار المبحوثين لوجود قلة من مقدمي البرامج الرياضية ممن يلتزمون بهذه العناصر وقد لا يلتزم به أحد على الإطلاق كما جاءت نتائج تقييم المبحوثين لزملائهم الإعلاميين العاملين في هذه البرامج سلبية بصفة عامة وشملت السلبيات اللجوء للإثارة والمبالغة والمساعدة على شحن الجماهير والانحياز لجهات حسب الأهواء الشخصية.

و قد شهد المجال الإعلامي الفضائي ظهور قنوات متخصصة عديدة منها قنوات الأفلام و قنوات الدراما و قنوات متخصصة في الأغاني و قنوات أخرى متخصصة في الرياضة و هذه الدراسة تقتصر على القنوات الفضائية الرياضية أي تلك القنوات المتخصصة في المضمون الرياضي و هناك تصنيفات عديدة لهذه القنوات و منها القنوات الحكومية الرسمية مثل قناة نايل سبورت و منها القنوات الخاصة التي تبث من داخل أو خارج الوطن العربي كما يمكن تصنيفها

أيضاً وفقاً للمضمون إلي قنوات عامة و متخصصة فالقنوات الفضائية المتخصصة في المضمون الرياضي تهتم ببث المادة التليفزيونية المتعلقة بالألعاب الرياضية المختلفة و من أهم القنوات الرياضية التي يشاهدها الجمهور المصري وفقاً للدراسات السابقة هي قنوات النيل للرياضة الحكومية المصرية و قناة مودرن سبورت التي بدأ البث التجريبي لها في اغسطس 2007 مع بداية الدوري الكروي موسم 2007-2008 و كانت من أهم القنوات التي سعت لكسر الاحتكار في مباريات كرة القدم و تقديم تغطية حية لأحداث المباريات و كان يمتلكها رجل الأعمال وليد دعيس و تركز برامجهما علي المسابقات الرياضية المصرية كما تهتم بالفعاليات الرياضية المحلية و العالمية كذلك من القنوات العربية قناة دبي العربية التي تم إنشائها منذ الثاني من ديسمبر 1998 حيث حرصت علي امتلاك أحدث وسائل التغطية التليفزيونية عبر الأقمار الصناعية و تعتبر أول قناة عربية متخصصة تبث مجاناً بشكل غير مشفر و تنقل معظم الأحداث و البطولات الرياضية و هي تابعة للقنوات الحكومية المتخصصة التابعة لتليفزيون دبي و منها أيضاً قنوات أبوظبي الرياضية التي بدأ بثها في نوفمبر 1996 لنقل الأحداث الرياضية الهامة و بدأ البث الرسمي لها في فبراير 1997 و في عام 2008 طورت القناة من إمكانيتها لنقل الدوري الإماراتي و الدوري السعودي و زيادة عدد المحللين المتخصصين في كرة القدم كما أطلقت أبوظبي الرياضية ٢ لتضمن التغطية الكاملة للأحداث الرياضية حتي لا يتعارض توقيت حدثين في نفس الوقت و قناة أبوظبي الرياضية ٣ المشفرة التي تعرض عليها أهم الأحداث الرياضية العالمية و الدولية و تتبع قناة أبوظبي الرياضية مؤسسة الإمارات للإعلام و تمول من عده موارد منها الميزانية العامة و عائدات الإعلانات التجارية. (إبراهيم، 2013)

#### الدراسات السابقة:

#### دراسات ترتبط بالإعلام الرياضي ودوره:

يشير على عبد الفتاح كنعان (2014) ان الاعلام الرياضي يشكل عنصراً أساسياً من عناصر أي مجتمع فمن أهداف الإعلام الرياضي الأساسية نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بقوانين الألعاب وأهم القيم والمبادئ الرياضية لكل لعبة، كما أن ما يقدمه من برامج تسهم في الترفيه والامتناع للجمهور بما يخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية. كما يذكر حسن أحمد الشافعي (2003) أن الإعلام الرياضي يساهم في تحقيق التناسق في الأداء وتدعيم مفهوم العلاقات الانسانية على نحو يساعد في تدعيم العلاقات بين مؤسسات الرياضة والمجتمع ومن جهة أخرى يساهم الإعلام الرياضي في مقاومة الشائعات وتقديم النصح والإرشاد للمتخصصين في الرياضة والمتابعين، وأشار كل من على عبدالفتاح كنعان (2014) وعاطف عدلي العبد (2006) إلى أهمية الرسالة الإعلامية الرياضية على الجمهور حيث إنه يسعى لبناء القاعدة الرياضية بداية من صغار السن مروراً بالفئات العمرية المختلفة مما يوفر بيئة رياضية سليمة ويحفز زيادة عدد الممارسين للأنشطة الرياضية المختلفة.

ويشير أديب خضور (2005) إلى أن معطيات الحياة الرياضية بجميع أنواعها هي مجال عمل الإعلام الرياضي وقد تكون هذه التغطية الإعلامية مفيدة في مجال الترفيه إلا أن أهدافها بحاجة



إلى أن تكون أكثر عمقاً وجدية من مجرد الترفيه لتشمل جوانب مختلفة اجتماعية واقتصادية وتربوية لتأهيل المجتمع.

وتشير سامية أحمد (2000) إلى أن الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجماهير عليه أن يسعى إلى تغطية ساحات واسعة وقطاعات كبيرة من الجماهير وفي نفس الوقت يلتزم بالقيم والمبادئ الأخلاقية بحيث لا يتعارض ما يقدمه مع القيم والعادات السائدة في المجتمع وهو أمر يمثل صعوبة في العصر الحديث نظراً لتنوع وسائل الاعلام الرياضي بين الوسائل التقليدية مثل الصحف والمجالات والنشرات وبين وسائل جماهيرية مثل الراديو والتلفزيون علاوة على شبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة، وقد ذكر عبدالفتاح كنعان (2014) أن من فوائد الإعلام الرياضي في المجتمع كونه يقدم القدوة في مختلف الألعاب ويساهم في إعداد الكوادر الرياضية، بينما ذكر حسن الشافعي (2002) أن الإعلام الرياضي سلاح ذو حدين حيث له فوائد اجتماعية كثيرة وله عيوب متعددة إذا تمت إساءة استخدامه فبينما يقدم الإعلام الرياضي السليم القيم الرياضية العليا والأخلاق الرياضية الكريمة فقد يؤدي الانحراف في الإعلام الرياضي إلى الترويج للعصب والشغب والعنف وبالتالي فإن وضع الإعلام الرياضي في يد أمينة يسهم في وضع سياسة بناءة لها أثر كبير على حياة الأفراد وتوجهاتهم الرياضية من هنا تأتي أهمية تنمية الوعي النقدي اتجاه هذا الكم الهائل من القنوات التليفزيونية الرياضية والبرامج الرياضية المقدمة في القنوات التليفزيونية وعلى شبكة الانترنت عبر شبكات التواصل الاجتماعي فمثلاً كما يذكر أحمد مصطفى صبري (2010) أن بعض وسائل الإعلام صورت مصر والجزائر على أنهم عدوتين في فترة زمنية معينة بسبب إحدى المباريات وهو أمر ذو ضرراً جسيم حيث أعتبر الملايين هذا العرض السطحي المتعصب باعتباره مسلماً به مما هدد علاقة الدولتين الشقيقتين وهو ما يؤكد على أهمية حماية الوعي الرياضي لدى طلاب الجامعات، فالوعي نتاج اجتماعي وثقافي.

كما يشير محمود عودة وآخرون (1996) باعتبار الوعي مرتبطاً ارتباطاً جديراً بالثقافة، تلك الثقافة التي تتكون من خلال التنشئة وما تسهم به وسائل الإعلام وبخاصة البرامج التليفزيونية في تكوين الوعي وفي التنشئة الثقافية المستمرة، حيث يذكر دانييل (1993) أن عمليات تشكيل الوعي تمثل بالنسبة للفرد والمجتمع احتياج رئيسي لحماية أجيال الشباب من الاختلال في الموازين وبذلك يعتبر الوعي بكافة مكوناته قضية سياسية واجتماعية خطيرة فكما ارتقى الوعي كلما زادت احتمالات تطوير المجتمع نحو الأفضل والشباب المصري كان عرضي للكثير من المتغيرات السياسية في الفترة من (2011-2022) بما لها من انعكاسات إيجابية وسلبية على فكر وسلوك الشباب الجامعي علاوة على كل ما مرت به الإنسانية خلال هذه الفترة من تطورات علمية وتكنولوجية تتطلب الارتقاء بالوعي على نحو هذه الشريحة الاجتماعية على دراية بأبعاد الصراعات المحلية والعالمية المحيطة بها.

وتذكر عبير عبد المنعم فيصل (2009) إلى انه يمكن النظر إلى جوانب الوعي باعتباره إدراك الفرد لما يحيط به من ناحية المعرفة والوجدان وهو ما ذكره أحمد شفيق السكري (2000) من كون الوعي هو حالة من الإدراك الذهني وبالتالي هو يعكس الوجود كما قال

محمود محمد كسبر (1995) بالتالي فإن الوعي له علاقة وثيقة بالأدراك والفهم والثقافة والمعرفة وأخيراً له علاقة أيضاً بالتنشئة الاجتماعية.

ولما كان للوعي أشكال متنوعة كالوعي الثقافي والوعي السياسي والوعي الاجتماعي والوعي الرياضي فإنه عرضة للكثير من الانحراف نتيجة للاتجاهات الوافدة المتنوعة حيث أكدت نتائج دراسة محمد سيد فهمي (2000) أهمية تنمية الوعي لتحقيق التماسك الاجتماعي للمجتمع، ويتضمن الوعي أربع جوانب هي (المعرفة والأدراك والوجدان والسلوك أو التصرف) وقد أشار ميلر (2001) وبلوم (2002) على أن الحياة الاجتماعية للفرد وخبرة الحياة اليومية المباشرة تساهم في تشكيل الوعي الفردي وبالتالي فإن ما تقدمه البرامج التليفزيونية الرياضية تمثل جزءاً أصيلاً من خبرة الحياة اليومية المباشرة.

وللوعي ثلاث وظائف أساسية هي: وظيفة معرفية؛ بحيث يصبح الفرد على معرفة بالأعراف والعادات والتقاليد ومعرفة بالجوانب المختلفة لمجال الوعي، كما ان هناك وظيفة سيكولوجية للوعي تتمثل في؛ خلق الروابط بين البشر بعضهم وبعض، ووظيفة تربوية تتمثل في؛ استمرار الحياة الاجتماعية بشكل ايجابي كما ذكر سارج (1999).

حيث يشكل الوعي الإدراكي الفردي والذاتي بكل ما يحيط بها من تاريخ ومعارف ويعمم الخبرة الفردية لتأخذ شكلاً اجتماعياً تندمج فيه الإدراكات الفردية مع التصورات الجماعية، وترى عبير عبد المنعم فيصل (2009) أن المعرفة والعلم مكونات أساسية للوعي تعكس الواقع الاجتماعي وتساهم على دمج الفرد في المجتمع، ومن العوامل الأخرى المؤثرة في تشكيل الوعي الرأي العام والدين والتنشئة الاجتماعية والعادات والتقاليد ومعدل الدخل والأصدقاء وأجهزة الإعلام، ويرى أحمد محمد الخشاب (1998) أن البعض يؤدي إلى زيادة أدراك الأفراد إلى الواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي بينما عبدالباسط عبد المعطي (1990) أن لكل شكل من أشكال الوعي أسلوب خاص في تصوير جانب محدد من الواقع الاجتماعي ومن بين هذه الأشكال المختلفة للوعي، الوعي السياسي، الوعي الديني، الوعي الأخلاقي، الوعي البيئي، ..... وهكذا.

ويشير عبدالباسط عبد المعطي (2000) أن الإعلام يمثل الآلية الأكثر قدرة على تحقيق المعرفة والوعي والأدراك مما لديه من قدرة على فتح الحوار والنقاش وإثارة القضايا بطريقة موضوعية، ويؤكد ذلك محي الدين عبدالحليم (1999) أن وسائل الإعلام ترتبط بالنظام السياسي والاجتماعي التي تعمل في ظله وبالتالي ترتبط بالظروف الاقتصادية والسياسية السائدة مما يؤكد على أهمية الإعلام الرياضي ودوره في تشكيل الوعي حيث أكد محمد عبد الحميد (2012) أن الإعلام يساهم في حماية الجمهور من التأثيرات غير المرغوبة لوسائل الإعلام سواء كانت مقصودة أو غير مقصودة، كما يساعد في الحفاظ على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية، وهو ما أكده كل من محمد سيد أحمد وإيمان بالله ياسر (2012) للدور الكبير للإعلام لتشكيل الوعي وترسيخ القيم والمبادئ الإنسانية عن طريق البرامج التي تبث فيها القضايا والمشكلات الاجتماعية بهدف إيصال الحقيقة مجردة للمجتمع من أجل بناء الحياة الأفضل، حيث أن التليفزيون على وجه الخصوص هو وسيلة أساسية للتنشئة الاجتماعية وأن هذه العملية تأخذ اتجاه واحد بهدف تعديل سلوك المشاهد.

كما أشار مرجان (1990) أن هناك دراسات كثيرة حول تأثير التليفزيون على اتجاهات الشباب نحو القضايا المختلفة وهو ما يتوافق مع نظرية التعلم الاجتماعي ونظرية الاستخدامات والإشباع، فبينما تؤكد نظرية التعلم الاجتماعي وفقاً لسيكراميد (1992) على أهمية التعرض لبرامج التليفزيون التي تقدم الأفكار والخبرات والممارسات بشكل واضح إلى الشباب على نحو يسهل تعلمها، فإن نظرية الاستخدامات والإشباع كما يشير دنس (1992) فهي تعنى بأن جمهور وسائل الإعلام يتميز بخصائص عديدة أهمها قدرته على الاختيار من بين الرسائل الإعلامية ما يشبع احتياجاته ورغباته.

من جهة أخرى فإن كل من نظرية المعالجة المعلوماتية لبيترسون (1990) أن الكيفية التي يستقبل بها الجمهور المعلومات ويخزنها في ذهنه تساعد على تفسير ما يدور في محيط الشخص وبيئته، بينما نظرية الغرس الثقافي كما يوضح كل من جارنر (1995) أنها تستند على كم المعلومات المكتسبة من وسائل الإعلام يستخدمها الأفراد لبناء المفهوم للواقع الاجتماعي وهو ما يؤدي لعمليات معرفية وسلوكية، أي أن هناك علاقة بين مشاهدة التليفزيون وبين تشكيل الوعي الاجتماعي على المدى البعيد وهو ما أكدته منى الحديدي وسلوى أمام (2004) بكون ثقافة الصورة في التليفزيون قادرة على تخطي الحدود اللغوية والثقافية وبذلك أصبحت رسائل عابرة للثقافات يمكنها تشكيل الوعي والوجدان.

#### دراسات ترتبط بالشباب الجامعي والقنوات الفضائية:

ومن الجدير بالذكر أن المرحلة السنوية من 18 إلى 24 كما أشار العديد من الباحثين تتضح فيها الفروق بين الأفراد في القدرات العقلية حيث يستمر النمو البطيء للذكاء لهذه المرحلة بمعدل أقل من المرحلة السابقة ثم يتوقف في سن الـ 20 تقريباً كما قال أحمد فوزي (2003) وبالتالي فإن هذه المرحلة تتسم عند القرب من نهايتها من انخفاض دور العاطفة في توجيه السلوك بصورة واضحة والاهتمام بالأحداث المحلية والعالمية في محاولة لتأكيد التعبير عن خبراتهم وأفكارهم وفي مقاومة الآراء والأفكار الأخرى، فبعد أن كان الاحتياج هو سمة مراحل الطفولة والمراهقة يميل الفرد في هذه المرحلة إلى محاولة إيجاد الانتماء الشديد نحو فكرة أو مؤسسة ويظهر ذلك بوضوح في الانتماء لنادي أو فريق رياضي وفي التشجيع للمسابقات المحلية والدولية، ويبدأ في تحجيم الشعور المتكرر في النزعة نحو الاستقلال الناتجة بعدم شعوره بسلطة الوالدين عليه، يميل بعض الشباب إلى تأكيد دوره في المجتمع من خلال استخدام حقوقه كاملة في النادي الذي ينتمي إليه و إبداء رأيه في إدارته ومحاولة تحقيق زعامة للفوز بثقة واحترام أقرانه، ألا أن النمو العقلي والنمو الانفعالي ينبغي أن يسير جنباً إلى جنب مع النمو الاجتماعي وبالمرور من هذه المرحلة يدرك الشباب ضرورة تكوين علاقات متزنة بعيداً عن أقرانه ويميل للشخصيات الخالية من الانفعال بهدف الأقتناع ويكون دائماً مستعداً لمناقشة هذه الآراء والدفاع عنها في مقابل أولئك الذين لم يمروا بمرحلة النمو العقلي والانفعالي بشكل كامل.

ومن الدراسات التي اهتمت بدراسة شريحة الشباب المصري واستخدامه للتليفزيون الفضائي دراسة أماني عمر الحسيني (2004) حيث استهدفت الدراسة التعرف استخدامات الشباب الجامعي للتليفزيون الأرضي والفضائية مستخدمة المنهج الوصفي على عينة من طلاب

الجامعات من الكليات النظرية والعملية واستعانت الباحثة بأداة الاستبيان على عينة بلغت ٢٢٠ مفردة و توصلت إلى أن المستوي الاجتماعي والاقتصادي يؤثر على تفضيلات الشباب و تحديدهم للقنوات التي يرغبون في مشاهدتها.

وهو ما يؤكد دراسة الباحث محمد هلال محمد (2003) بعنوان استخدام الشباب الجامعي للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد حيث أجري هو الاخر دراسة على جامعتي أسيوط والمنيا على عينة عددها ٤٠٠ مفردة وتوصل إلى أن أكثر من ٨٠٪ من مفردات العينة يشاهد القنوات الفضائية بصورة منتظمة و أن من بين اهم القنوات الفضائية التي يقوموا بمشاهدتها قناة الجزيرة و قناة اي ار تي الرياضية و قناة دبي الرياضية.

بينما توصلت الباحثة حنان أحمد سليم والباحث حسام علي سلامة (2002) لوجود علاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية وبين تفضيلات عينة الدراسة التي بلغت ٢٠٠ مفردة من طلاب جامعة أسيوط مما يمتلكون أجهزة استقبال القنوات الفضائية في عن طريق استخدام استمارة الاستبانة توصلت الدراسة إلى أن ٥٥٪ من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية العربية والأجنبية ومن بين أهم القنوات الفضائية التي يشاهدونها القنوات الرياضية الفضائية.

#### دراسات ترتبط بالإعلام الرياضي وتكوين الاتجاهات نحو القضايا المختلفة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية وتأثيرها علي جمهور المشاهدين في القضايا الرياضية المختلفة و من هذه الدراسات دراسة علي طاهر إسحاق مبارك (2014) حول العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو و التلفزيون و المعرفة الرياضية للجمهور المصري حيث حاول الباحث التعرف علي هذه العلاقة مستخدماً المنهج الوصفي و بتطبيق أداة الاستبيان علي عينة من ٤٠٠ مفردة من ٦ احياء بمحافظة القاهرة و توصل في دراسته الهامة وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون و بين دوافع المبحوثين للتعرض لهذه البرامج كذلك توصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية دالة بين تعرض المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون و مستوي معرفتهم الرياضية.

و أيضاً دراسة ايمن محمد ابراهيم الهنداوي (2001) التي استهدفت التعرف علي البرامج الرياضية في التلفزيون المصري و دورها في تنمية الوعي الرياضي وأهتم الباحث بالتعرف علي دور التقديم في البرامج التليفزيونية الرياضية و مدي تلبية احتياجات الجمهور مستخدماً المنهج الوصفي باستخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات و طريقة تحليل المضمون أيضاً حيث قام تطبيق استمارة الاستبيان علي عينة من تلاميذ المدارس في المرحلة الإعدادية و أيضاً علي خبراء الإعلام و الرياضة في مجالات الإعلام و التربية الرياضية و عينة علي العاملين في مجال الإعلام الرياضي في التلفزيون المصري و قد توصل إلي العديد من النتائج الهامة منها اجماع نسبة كبيرة من خبراء الإعلام و الرياضة علي كون أهداف البرامج الرياضية التي تقدم في التلفزيون حالياً غير مرتبطة باحتياجات الجمهور حيث تفتقد التنوع من وجه نظر الباحث كما أن الباحث يري أن البرامج الرياضية لا تقدم التنوع المطلوب لكل من الذكور و الإناث كما توصل إلي أن عينة تلاميذ المرحلة الإعدادية يفضلون مقدمين البرامج

الرياضية من الذكور فقط أكثر من الإناث و أن البرامج الرياضية المقدمة في التليفزيون تقدم لهم عديد من المعلومات المفيدة.

و قام الباحث محمد عبده محمد البدوي (2010) بدراسة للتعرف على دور برامج الرأي في القنوات الفضائية العربية في دعم ثقافة الجمهور العربي، حيث قام بأجراء استبيان على عينة قوامها 400 مبحوثاً من الوطن العربي وتبين له أن أغلبية المبحوثين لا يشاركون في برامج الرأي العربية التي تبثها القنوات الفضائية، بينما توصل مصطفى حمدي أحمد (2010) في دراسته حول أثر التعرض للقنوات الفضائية العربية والأجنبية على السلوك الاجتماعي للشباب المصري وتوصل إلى ارتفاع معدل مشاهدة الشباب للأفلام العربية والمسلسلات في مقابل مشاهدة البرامج الرياضية، وفي عام (2013) قام أحمد محمد إبراهيم بدراسة تأثير التعرض للقنوات الفضائية على تغيير الثوابت الثقافية والاجتماعية للتعرف على ما إذا كانت القنوات الفضائية تسهم بدوراً ما في إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي بما يتشابه بما يعرضه التليفزيون ومن خلال كل من الاستبيان وتحليل المضمون توصل للتأثير الكبير للتليفزيون المصري على المشاهدين في ادراكهم للواقع الاجتماعي والثقافي للمجتمع.

بينما في عام (2014) قام بلال عبدالحميد بدراسة دور القنوات العربية الرياضية المتخصصة في نشر الثقافة الرياضية بين الشباب العربي من خلال استبيان أجراه على عينة من الشباب وتوصل إلى أهمية البرامج الرياضية النوعية لعينة الدراسة يليها برامج التحليل الرياضي، وفي محاولة للتعرف على اتجاهات النخبة والجمهور العام نحو الضوابط المهنية في برامج الرياضة التليفزيونية المصرية قام عصام علي عبد السلام سليمان (2014) بأجراء استبيان على عينة نخبة رياضية وتوصل إلى ضرورة تفعيل دور الإعلام الرياضي وتوظيفه ليمارس أدوار تثقيفية وتنويرية في المجتمع ويتفق ذلك مع اتجاهات النخبة الرياضية الثقافية.

و من الدراسات التي اكدت دور الإعلام الرياضي و دوره في نشر الثقافة الصحية للرياضيين دراسة الباحثة الشيماء عبدالمنعم احمد حسين (2009) التي استهدفت للتعرف علي دور الإعلام الرياضي من خلال دراسة مستوى الثقافة الصحية للرياضيين في الألعاب الجماعية من خلال دراسة وسائل الاعلام و منها التليفزيون و دوره في نشر الثقافة الصحية للرياضية حيث استخدمت الباحثة استمارة استبيان الإعلام الرياضي علي عينة قوامها ٧٥ من الرياضيين من محافظة المنيا و استعانت بمقياس الثقافة الصحية الرياضية و توصلت الدراسة إلي أن دور الإعلام في نشر الثقافة الصحية للرياضيين في محافظة المنيا يتراوح نسبته من ٤٠-٦٥٪ مما يؤكد علي أهمية دور الإعلام الرياضي في عمليات الوعي المختلفة.

كذلك قام الباحث احمد ماهر فتحي الخطيب (2006) بدراسة تقريبية للبرامج الرياضية بالقناة السادسة (تليفزيون وسط الدلتا) و استخدم المنهج الوصفي و كل من اداه استمارة الاستبيان و تحليل المضمون للتعرف علي محتوى المادة التي تقدمها القناة السادسة من خلال البرامج الرياضية فيها و كذلك التعرف علي آراء عينة عشوائية من جمهور المشاهدين لهذه القناة بلغ عددها ما يقارب ال ١٠٠ مشاهد من مختلف الفئات العمرية و بما فيها الذكور و الإناث و كانت من اهم النتائج التي توصل إليها خلال دراسته للجمهور وجود اهتمام محدود للبرامج للرياضية للمرآه و ذوي الاحتياجات الخاصة و التركيز علي كرة القدم أكثر من غيرها من الألعاب

للرياضية و هي من الأمور التي توضح لنا سر استخدام البرامج في عينة الدراسة باللغة العامية و ما يحدثه ذلك من اثر سلبي في أسلوب التقديم كذلك استخدام أساليب فنية قائمة علي الحديث المباشر مما يؤدي لنوع كبير من أنواع التوجيه للجمهور.

وما يؤكد على أهمية دور وسائل الإعلام في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات في مختلف الأحداث الداخلية والخارجية دراسة أمل محمد جابر (1996) وليلى مصطفى حسين (1998) حول دور وسائل الإعلام في إمداد الجمهور وطلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية حيث توصلت ليلي (1998) من خلال استبيان أجرته على طلاب حلوان والأزهر و6 أكتوبر إلى أن التليفزيون يحتل المرتبة الأولى لديهم من مصادر المعلومات لمعرفة الأحداث الجارية وهو ما أكدته ماهينور (2003) حول التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر للمعلومات من خلال استبيان أجرته على عينة من 400 طالب و طالبة أكد على اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية للحصول على المعلومات المختلفة.

ليس فقط الشباب الجامعي بل أشارت الدراسات أيضاً لتأثير الإعلام الرياضي المدرسي على الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات وتلاميذ المدارس، كما توصلت دراسة نشوى أمام أبراهيم

(2003) لكون الإعلام الرياضي يكون إيجابياً في المدرسة على الثقافة الرياضية للتلاميذ وتعديل الاتجاهات الرياضية لديهم بصورة سليمة وهو ما يتوافق مع تأكيد الدراسات الأجنبية المختلفة على العلاقة بين مشاهدة التليفزيون وارتفاع الأداء الرياضي، حيث أشار ريتشارد باتريك (1995) من خلال استبيان أجراه على عينة من 350 مشاهد للبرامج التليفزيونية الرياضية على ارتباط الرياضة بوسائل الإعلام وعلى دور التليفزيون في التأثير على ارتفاع الوعي الرياضي في كندا وهو أيضاً ما ذهبت إليه الباحثة الشيماء عبدالمنعم حسين (2009) حول الإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الصحية للرياضيين، حيث توصلت من خلال مقياس الثقافة الصحية للرياضيين واستمارة الاستبيان إلى كون التليفزيون أكثر تأثيراً من وسائل الإعلام الأخرى الثقافة الصحية، اما فيما يتعلق بالوعي فمن الناحية السياسية توصلت صفاء محمود عثمان (2002) في دراستها حول دور قنوات النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى طلبة الجامعات وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين ترتيب أولويات القضايا كما تعكسها قناة النيل والقضايا السياسية التي يهتم بها طلبة الجامعة وهو أيضاً ما توصل إليه هبة أمين شاهين (2006) حول اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتليفزيونية للحصول على المعلومات السياسية فمن خلال استبيان على عينة من 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية توصلت لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتليفزيونية لدى الشباب الجامعي وبين مستويات الاستغراق السياسي المختلفة.

وبالتطبيق على الوعي الرياضي لقد توصلت عدة دراسات إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين وسائل الإعلام الرياضية وبين نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب الرياضية الجامعي فعلى سبيل المثال توصلت دراسة عادل حسن مصطفى (1991) لكون التليفزيون من أكثر

مصادر تشكيل الوعي الرياضي لدى طلاب جامعة المنيا بينما توصل جلال نافع العبادي (1996) لأهمية وسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون في إشباع حاجات الشباب الرياضية والثقافية لما يمتلكه من مقومات تجعله وسيلة مهمة في هذا المجال، أيضاً توصل حسام الدين السيد المرسي (2003) لتأثير البرامج الرياضية في تشكيل الوعي الرياضي لطلاب الجامعات المصرية من خلال استخدام وسيلتي الاستبيان والمقابلات الشخصية على عينة من طلاب وطالبات جامعات القاهرة والمنصورة وأسيوط.

كذلك سعت دراسة وليد وادي النيل (2007) بعنوان علاقة التعرض لوسائل الإعلام بمستويات التعصب الاجتماعي لدى الجمهور حيث سعى للتعرف على علاقة التعرض لوسائل الإعلام بمستوى التعصب الاجتماعي لدى عينة من المبحوثين من محافظة بورسعيد باستخدام الاستبيان وتوصل إلى كون التعصب الرياضي لمشجعي الأندية يأتي في مقدمة الموضوعات الخاصة بالتعصب بعد التعصب الديني لارتباط أبناء المدينة بكرة القدم واللاعبين كما أكدت الدراسة على أن التناول الإعلامي وخاصة التلفزيون يؤكد ثقافة التعصب لدى الجمهور، أما فيما يتعلق بالصحافة الرياضية فقط توصلت دراسة عطا عبدالرحيم (1998) في المعالجات الصحفية لظاهرة العنف في الملاعب باستخدام تحليل المضمون واستبيان آراء اللاعبين والمدربين في عدد من الأندية الرياضية لعدم تركيز الصحافة الرياضية على نشر الروح الرياضية بين الجماهير والأندية رغم أن الدراسات التي أجريت على التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون أثبتت اعتماد الجمهور المصري عليه للحصول على المعرفة الرياضية.

ومنها دراسة على مبارك عام (2004) والتي استخدمت المنهج البحثي على عينة عشوائية من أحياء محافظة القاهرة التي أكدت أن التلفزيون سجل أعلى معدل في الإشباعات الرياضية للمبحوثين إضافة لارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية لتصل إلى 82.5% وجاءت قناة النيل للرياضة في المقدمة وأكدت على وجود علاقة ارتباطية في تعرض المبحوثين للبرامج الرياضية التلفزيونية ومستويات معرفتهم الرياضية وهو ما يدفعنا للتأكيد على أهمية البرامج التلفزيونية الرياضية في الحد من العنف والتعصب والمساهمة في تكوين الوعي الرياضي بشكل سليم حيث توصلت دراسة ويسترمان وتامبوريني عام (2010) التجريبية لكون استخدام النصوص التلفزيونية العنيفة أدى إلى انحياز المجموعات تحت الاختبار للعدوانية واستمتاعهم بها وجاءت نتائج التحليلات لتؤكد على أن استهلاك العنف الرياضي يزيد من عدوانية المشاركين وهو ما أكدته أيضاً دراسة راني بيترسون (2008) لاستخدامهم الإثارة كعامل أساسي في البرامج الرياضية كدافع لاستهلاك الجمهور للمواد الترفيهية الرياضية في التلفزيون، حيث توصلت لكون الإثارة مازال أقوى منبه للاستمتاع بالرياضة حيث تثير عاطفة الجمهور ومشاعرهم، بينما توصلت دراسة كينيت (2001) حول مشجعي كرة القدم الأمريكية ودوافع مشاهدتهم للثلاث شبكات abc, cbs, fox أنهم يبحثون على الإثارة التي تقدمها كرة القدم للهروب من روتين الحياة اليومية، بينما في إيطاليا توصلت دراسة كير شلير زاني (1991) إلى كون الأفراد المشجعين في الملاعب في إيطاليا يصبحون أكثر عدوانية في الجماعة لأن الذي يحكمهم هو السلوك الجماعي توافقاً مع الصورة التقليدية للهوليجانز في كونهم مشجعين متعصبين لكرة القدم الانتراس في إندونيسيا.

كذلك سعت دراسة اشرف منير صبري (1999) لبناء إستراتيجية للبرامج الرياضية في التلفزيون المصري من خلال محاولته للتعرف علي طبيعة البرامج المقدمة علي القناة الأولى و الثانية و الثالثة و بناء إستراتيجية للبرامج الرياضية من خلال استخدام المنهج الوصفي بشقيه التحليلي و الميداني علي عينة من القائم بالاتصال علي قنوات التلفزيون المصري في تلك البرامج و من خلال تطبيق استمارة الاستبيان علي عينة من الجمهور بلغ عددها ١٥٠٠ مفردة وقد توصلت الدراسة إلي ضرورة الانتباه للرسائل الاعلامية التي يتم تقديمها للجمهور حيث جاءت نتائج الدراسة علي حرص الجمهور علي مشاهدة البرامج الرياضية في قنوات الرياضية المصرية نسبة تزيد عن ٩٦٪ كما جاء التلفزيونيون في المرتبة الأولى من حيث تفضيل الجمهور له في الحصول علي المعلومات الرياضية بنسبة اعلي من الصحافة و الاذاعة علي التوالي. ويبدو أن موضوع ملائمة البرامج الرياضية للجمهور من الموضوعات التي ظلت محل اهتمام تاريخي للباحثين المصريين المهتمين بالتعرف على أثر البرامج الرياضية علي الجمهور في التلفزيون حيث إننا إذا رجعنا للدراسات السابقة تاريخياً نجد أن الدراسات القديمة أيضاً أشارت إلي وجود برامج رياضية و موضوعات يقدمها الإعلام الرياضي في التلفزيون المصري تعد غير ملائمة للجمهور علي نحو كبير.

بينما سعت دراسة أخرى للتحقق من مدي ملائمة البرامج الرياضية للمشاهد المصري من خلال تحليل البرامج الرياضية في التلفزيون المصري و التعرف علي الفقرات التي تعد مناسبة أو غير مناسبة للجمهور حيث استخدمت الباحثة وفاء احمد فاضل (1984) أيضاً استمارتي تحليل المضمون و الاستبيان لعينة بلغ عددها ٢٢٤ خبير و رئيس قسم للإعلام الرياضي أشاروا إلي وجود بعض المجالات للبرامج الرياضية التي تعد ملائمة للجمهور التي تقدمها البرامج الرياضية في التلفزيون المصري بينما توجد مجالات أخرى غير مناسبة للمشاهد المصري و أشاروا إلي وجود علاقة ارتباطية بين التعرض علي البرامج الرياضية في التلفزيون و مستويات المعرفة الرياضية لدي الجمهور من الذكور و الاناث و أشارت إلي نجاح قناة مودرن سبورت الرياضية كأول قناة مصرية في المشاهدة لدي الجمهور المتابع لبرامجها الرياضية تلتها قناة دريم سبورت مما يوذي إلي أهمية البرامج الرياضية و فقرات غير مناسبة للإعلام الرياضي المصري.

وهو ما أكدته دراسة خضرة عيد محمد ابراهيم (1993) على أهمية دور التلفزيونيون في نشر الثقافة الرياضية حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي و أداء الاستبيان لجمع البيانات لعينة عددها ١٦٥٤ من تلاميذ المدارس و طلاب الجامعة و اللجان الرياضية و النقابات المهنية الذين أكدوا على كون البرامج الرياضية تساعد علي زيادة المعارف الرياضية لدي كل الفئات و كون التلفزيونيون يساعد على تنمية مهاراته على كل الفئات.

وعند النظر إلى التجارب المحلية والدولية نجد درجة كبيرة من التشابه في مشجعين الرياضيين رغم تنوع الثقافي والاجتماعي إلا أن هناك درجة كبيرة من التشابه تظل موجودة بينهم، فعلى سبيل المثال عند النظر إلى دولة إندونيسيا وهي من دول جنوب شرق آسيا التي اهتم بها عدد من الباحثين بدراسة نمو وظهور التراس حيث قام كل من اندي فولر وفجر هندي من معهد اسيا للدراسات بجامعة ميلبورن في أستراليا والجامعة المحمدية بجيكارتا بدراسة الأثر الخاص



بالتعرض لوسائل الاعلام على التشجيع الرياضي وكيف تحول إلى صورة أكثر مرئية في إندونيسيا ومواصفات المشجعين واعضاء هذه الروابط الرياضية واستخدامهم للوحات المرئية حيث تعد كرة القدم من الالعاب الشعبية في إندونيسيا التي تحظى باهتمام الكثير من الجمهور المشاهد للقنوات الفضائية والمحلية وفي محاولة منهم للتعرف على التعصب في التشجيع الرياضي وجدوا انهم لا توجد فوارق ثقافية كبرى بين الاهتمامات لدى المشجعين الرياضيين في إندونيسيا والعالم فمن خلال دراسة عدد من حالات التشجيع نتيجة لنمو الاهتمام بدراسة ظاهرة الانتراس في إندونيسيا ومن خلال دراسة ثلاث مجموعات مختلفة من المشجعين الرياضيين وجدوا درجة كبيرة من التوافق والتناغم بينهم وبين اهتمامات مشجعي كرة القدم في روابط الانتراس العالمية.

#### دراسات ترتبط بالتشجيع الرياضي والعنف:

كذلك تعود اهتمامات الباحثين في مجال الإعلام الرياضي في الفترة الاخيرة إلى دراسة العلاقة بين التطرف السياسي والتشجيع لكرة القدم فمن المعروف أن مشاهد العنف وعدم التسامح في الملاعب الرياضية ترتبط بدرجة كبيرة بخلفيات ايولوجية وسياسية فعلى سبيل المثال يمكننا النظر لعدد من الدراسات التي أشارت لوجود علاقة واضحة بين الخلفية السياسية والثقافية والنفسية لمشجعين الرياضيين لكرة القدم وبين توجههم في التشجيع وهو ما يؤثر على إلهام الآلاف من الشبان لمشجعي كرة القدم لذلك فإن باحثين كالبرتو تستا وجاري ارمسترونج من المملكة المتحدة أشاروا لهذا الشكل من التشجيع في مباريات كرة القدم باعتبارها ساحة ( اجورا ) في القرن الواحد وعشرين حيث يعتبر فيها الرأي السياسي الذي يتم حاحبه داخل المجتمع أو محاصرته يمكن التعبير عنه بحرية وعلى نطاق واسع وبدون أي شكل من أشكال القيود التقليدية ولذلك فان هذه الدراسة التي قام بها سعت للتعرف على الاتجاهات الفاشية الجديدة وعلاقتها بالرياضة وكرة القدم الايطالية المعاصرة وذلك في إطار الدراسات التي تناولت الفاشية الجديدة وعلاقتها بالأنماط والمظاهر الجديدة في المجتمع حيث قاموا بأجراء بحثهم في الفترة من (2003-2007) للتعرف على مجموعتين شهيرتين من الانتراس في ايطاليا في محاولة للكشف عن انماط التفاعل الاجتماعي والثقافي داخل تلك الجماعتين وبالتالي ما تعكسه من قيم سياسية وهو ما يؤدي في النهاية لفهم أكثر عمقا لطبيعة الوضع المجتمعي الإيطالي في القرن الواحد وعشرين مستخدمين في ذلك الاطار النظري والمعرفي لعلم الاجتماع وهو إسهامات العالم ماكس فيبر فيما يتعلق بنظرية العرض الاجتماعي والإطارات النظرية المختلفة البديهية الوظيفية وما يعرف بالطريق الثالث حيث أشار إلى أن النزعة الثورية التي تنطلق منها الفاشية الإيطالية هي في ذاتها انطلاقاً من أصول مركزية، هذه الأصول ارتبطت بأفكار موسيليني في ثلاثينات القرن العشرين وحديثه حول الحركات الثورية وكتابات المفكرين الإيطاليين وما يميز دولة إيطاليا عن جيرانها الأوروبيين من انتشار الافكار السياسية فيها وانتقال الأفكار الفاشية عبرها والتي أدت لوصولها لفئة المشجعين لكرة القدم على نحو جعلها منظمات شبه عسكرية ويرى الكاتبان أن السلطات الرياضية في إيطاليا لم تقم بالدور الكافي منها لتحقيق هذا الغرض المتمثل في محاولة النأي بالرياضة عن السياسة وعدم استغلال مباريات كرة القدم في الحشد للأفكار السياسية المختلفة حيث تتواجد الأفكار الفاشية الجديدة

داخل العمل الجماعي ويسمح جو المباريات الرياضية لكرة القدم لها بالتواجد والانتشار وبالتالي يصبح الاختلاف بين أولئك الذين يقدمون الشرعية للعنف مستفيدين من الاجواء الرياضية المختلفة وبين أولئك الذين يرون في الرياضة فرصة لتنمية الروح الرياضية.

وقد قامت دينا محمد عادل (2017) بدراسة آليات الاتحاد المصري لكرة القدم لمقاومة المظاهر السلبية للالتراس من منظور التشريعات الرياضية في محاولة منها لإيجاد طريقة للتخلص من مظاهر الشغب و الفوضى و العنف التي أصبحت الظواهر البارزة في المشهد الرياضي المعاصر و أصبحت هذه المظاهر من المشاكل الرئيسية التي تواجه الرياضية و خاصة كرة القدم حيث أن كرة قدم هي اللعبة الرياضية الأولى كما أنها تمثل اللعبة التي تشهد أحداث كثيرة من أعمال الشغب و أشارت الباحثة إلي وجود كثير من روابط المشجعين في العديد من دول العالم مثل رابطة عربين الاسد التي تأسست عام (1968) في ميلانو إيطاليا و التي تظهر في الاستاد في ارض أماكن التذاكر كذلك رابطة جرانتا تورينو التي ظهرت عام (1951) و لا تزال موجودة إلي الآن و كذلك الالتراس بويز من فريق انتر ميلان و غيرها من الروابط الرياضية و أشارت الباحثة أن روابط مشجعي كرة القدم المصرية ظهرت مع نهاية كأس الأمم الإفريقية عام (2006) و التي أقيمت في مصر و شجعت الكثير من الشباب علي الانتماء لها إلا أنها شهدت تطور ملحوظ في استخدام العنف اللفظي و البدني حتي وصلت إلي زورتها في مدينة بورسعيد (2011) و راح ضحيته ٧٢ شاب من شباب مصر و تم بناء عليها إيقاف الأنشطة الرياضية في تلك الفترة حيث قامت الباحثة بأجراء دراسة استطلاعية عن طريق المقابلة الشخصية المقننة مع بعض أعضاء لجنة المسابقات و لجنة الحكام الرئيسية بالاتجاه المصري لكرة القدم و أشارت نتائج المقابلة بحدوث الكثير من أنواع الشغب في الملاعب الرياضية نتيجة لأخطاء في التحكيم و المشادات بين اللاعبين مما يثير شغب الجماهير.

كما قامت الباحثة أيضاً بالتعرف علي اراء عينة عشوائية من جمهور كرة القدم و مشجعي الأندية الرياضية من خلال المقابلة الشخصية و جاءت الإجابة بالأجماع بأن الجماهير تنقسم إلي روابط المشجعين و هي تضم قدماء المشجعين و ابناءهم من محبي الفريق الرياضي و هناك أيضاً ما يطلق عليهم الالتراس و هم مختلفين من حيث التنظيم و الأهداف و استخدام اللافتات المسيئة و استخدام الأغاني الحماسية بكثرة و أجمعت الجهات المعنية برياضة كرة القدم أن الحل الأمثل لوضع تلك الفئات هو حرمان الجماهير من المشاركة و من مشاهدة المباريات المختلفة لأكثر من موسم رياضي دون التوصل إلي حلول جوهرية لمواجهة الآثار السلبية المختلفة كما تري الباحثة ان ضعف التشريعات الرياضية و التباطؤ في تنفيذها هو احد اسباب هذه الظاهرة و اكدت الباحثة علي دور الاتحاد المصري لكرة القدم في مواجهة الآثار السلبية لمشجعي الكرة و روابط الالتراس و المتمثل في توقيع العقوبات علي المخالفين في حالة ظهور السلوكيات السلبية من قبل الجمهور و منها توقيع غرامة مالية علي النادي أو الفريق و عدم طبع تذاكر أكثر من سعة الملاعب المقام عليها المباراة مهما كانت الظروف.

كذلك أوصت الباحثة بتشكيل لجان للقيم من قبل الاتحاد لاقتراح العقوبات التأديبية علي المخالفين و كذلك اقترحت تنظيم دورات تثقيفية لمواجهة هذه الظاهرة و تفعيل العقوبات وفقا

للوائح المعمول بيها في المحكمة الرياضية المصرية و التشريعات الرياضية المقترحة بحيث تصبح المحاكم الرياضية قادرة على البت في قضايا الشغب و العنف في الملاعب.

كما قام يوسف (2019) بدراسة دور جماعات الالتراس في تنظيم الجماهير في ملاعب كرة القدم بالجزائر و ذلك بالتطبيق علي التراس نادي وفاق سطيف كنموذج للالتراس الجزائري حيث أشار إلي أن ظاهرة الالتراس تعد تحولاً كبيراً في طريقة التشجيع الرياضي لأنها تحوله من التشجيع بطريقة عفوية إلي تشجيع منظم و متعلق بضوابط و قواعد محددة حتي جعل من عالم المدرجات فضاءاً حقيقياً للتحولات السوسيو ثقافية لمختلف المجتمعات انطلاقاً من استجابتها لدواعي التغيير الذي أصبح واقعاً داخل الملاعب و المدرجات كما أنه واقعاً أيضاً في المجتمعات حيث يعني الانتقال من التشجيع الكلاسيكي إلي التشجيع المنظم الانتقال أيضاً من واقع إلي واقع آخر عبر الفضاء الرياضي و من هذا المنطلق قام الباحث بالغوص في اعماق عالم الالتراس باتخاذ التراس انفرنو التابعة لفريق وفاق سطيف لكرة القدم نموذج و محاولة للتعرف علي خلفيات نشأه هذه المجموعة و بحث سرية الانتقال بالنمط التشجيعي العادي الكلاسيكي إلي نمط التشجيع المنظم واستخدام أداه الاستبيان كوسيلة لجمع معطيات حول مشكلة الدراسة و الكشف عن خفايا الالتراس و التي من شأنها ان تشرح لنا و تفسر الخصائص البنوية و الوظيفية القائم علي أساسها هذا الكيان.

بينما قامت الباحثة ايمان شنودة بدراسة استطلاعية علي عينة من الالتراس و الأمن و الجماهير بمحافظة القاهرة الكبرى للتعرف علي أهداف نشأه الالتراس في مصر و محاولة الإجابة علي التساؤلات و معرفة إذا كان الالتراس حركة اجتماعية أم تنظيم كذلك سعت الباحثة لمعرفة القوانين التي تحكم الانضمام لعضوية الالتراس و ما هي سبل دعم الحفاظ علي بقاءه و موقف الالتراس من عضوية الفتيات و قد واجهت الباحثة خلال عملها الميداني والذي استمر لثلاثة اشهر في الفترة من أكتوبر 2014 إلي يناير 2015 لاستيفاء صحف الاستبيان مع 3 عينات من الجمهور و أعضاء الالتراس و أعضاء من الأمن برتب متنوعه و أعضاء من الجمهور العادي لكرة القدم و من خلال أيضاً مقابلات أخرى مغلقة مع عينات عمدية من الالتراس و الأمن و الجمهور و واجهت العديد من الصعوبات الميدانية منها رفض قادة الالتراس الإجابة علي بعض الأسئلة و منها أيضاً صعوبة الوصول للقادة الحقيقيين للالتراس و توصلت النتائج لهذه الدراسة أن قادة الالتراس يسعون للحفاظ علي قانون انكار الذات و غرس هذا المفهوم لدي أعضاء الالتراس منذ اليوم الأول لانضمامهم لهذه الحركة كما أنها أشارت إلي أن أعضاء حركات الالتراس الذين قامت بدراستهم هم شباب في متوسط العمر من 15 ل 22 عام كما أشارت نتائج دراستها أن عينة الدراسة من الالتراس لا يحبذون انتماء الفتيات لروابط التشجيع كما أنهم يعتقدون أنهم ارتكبوا الكثير من الأخطاء عند انخراطهم في الممارسات السياسية و أوصت الباحثة بضرورة توعية الجمهور من خلال مختلف وسائل الإعلام و خصوصاً المرئية و المسموعة منها بهدف نبذ التعصب و إقامة مفاهيم المحبة و التعاون و الانتماء للوطن علاوة علي ضرورة إذابة الفوارق بين الرياضيات المختلفة و عدم تفضيل لعبة رياضية علي غيرها في التغطية الإعلامية لها كما أكدت علي ضرورة قيام الأمن و الشرطة بقيام عمليات التفتيش الدقيقة للجمهور عند الدخول للإستاد قبل المباراة منعاً لاستغلال المباريات في أحداث العنف

كذلك أكدت علي ضرورة الرقابة علي أجهزة الإعلام الأرضي و الفضائي و منع نشر أي أخبار أو تصريحات من شأنها إثارة الفتنة بين الجمهور.

أما بالنسبة للسودان فقام كل من الدكتور عوض يس و الدكتور عبد الناصر عابدين و دكتورة سهير احمد بدراسة ظاهرة الالتراس في السودان حيث هدفت الدراسة للتعرف علي الالتراس في مباريات السودان و ما تحدث من أعمال عنف و شغب في مباريات كرة القدم و من خلال عمل الباحث في تدريب الأندية و المنتخبات لاحظ الكثير من حوادث الشغب و العنف و الاعتداء علي الحكام فالجمهور ينفعل بقرارات الحكام و تصرفات اللاعبين و قد يزداد الانفعال حدة لتندلع المظاهرات العدوانية كتعبير عن الحماسة أو الغضب و قد تنفجر الجماهير من الغضب أو الفرحة عقب الفوز أو الهزيمة في المباريات الرياضية و يبدأ التخريب المتعمد للممتلكات العامة.

و هو ما يؤكد علي أهمية دور الإعلام الرياضي في التخفيف من حدة الاحتقان و التأكيد علي البعد عن التحيز والانفعالات والكتابة عن المباريات كأنها معركة حربية و هدفت الدراسة التعرف علي غضب و عنف جماهير الالتراس في الملاعب السودانية و ذلك باستخدام المنهج الوصفي علي عينة عشوائية من جمهور الالتراس و أشارت الدراسة إلي أن أسباب العنف في ملاعب كرة القدم ترتبط بمشكلة التعصب الرياضي فالتعصب الرياضي هو مرض الكراهية لكل فريق يدخل في منافسة رياضية مع الفريق الذي نقوم بتشجيعه و يعد التحريض الإعلامي من وجه نظر الباحث سبباً رئيساً في هذا العنف حيث أشار الباحث إلي قيام وحدة علم النفس الاجتماعي بجامعة لوفان بلجيكية بدراسة ظاهرة العنف في الملاعب و الانفعالات العدوانية و أشارت لوجود أسباب نفسية و اجتماعية مثل الانحلال الأسري و الخلقي بالإضافة إلي الفقر و انتشار المخدرات باعتبارها الاسباب النفسية المؤدية لتحول الالتراس إلي العنف.

هذا و توصلت الدراسة إلي تأثير النواحي الخاصة بالثقافة في الميل نحو الشغب في المدرجات كما توصلت إلي أن الشحن الإعلامي الزائد يعد سبباً كبيراً في التعصب و الانجراف العاطفي و الحماس الزائد كما أن تصريحات اللاعبين و الإداريين قد تكون سبباً مباشراً في العنف بين الجماهير علاوة علي خطورة ضعف التحكيم و عدم التواجد الأمني الكثيف وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز و تكثيف عدد أفراد الأمن داخل المنشآت الرياضية و رفع قدراتهم في السيطرة و التعامل مع أحداث العنف كما أوصت الدراسة بضرورة تخفيف حدة الخطاب الإعلامي و الابتعاد عن إثارة الجماهير من الالتراس و مشجعي كرة القدم.

#### مشكلة الدراسة:

يذكر مجدى عبدالله (2000) أن التليفزيون يعد من أكثر الوسائل الإعلامية التي تستحوذ علي الأهتمام حيث انه في متناول اليد طوال ال 24 ساعة يومياً علاوة علي ما يتميز به من عنصر الجذب وإقبال أفراد الأسرة علي اختلاف أعمارهم علي متابعة التليفزيون و الفضائيات بشكل دائم كما يتميز بقدرته علي الوصول للجمهور بمختلف المستويات نظراً لارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي، كما ذكر عاطف عدلي العبد (2006) أن أهداف القنوات الفضائية المصرية كانت الحفاظ علي الشخصية المصرية وتحقيق قدر من التنمية الثقافية الأخلاقية و الفكرية، و هو ما أكده أياد شكري البكري (2000) من كون المحطات الفضائية ذات تأثير كبير علي سلوك

الأفراد فقد أصبح البث التليفزيوني الفضائي وسيلة أما لتنمية الوعي الثقافي والرياضي والعلمي أو للترويج لكافة أشكال الاستعمار الفكري، ويشير للوظيفة الإعلامية والتفسيرية للإعلام التليفزيوني بشكل عام حيث يحصل جمهور المشاهدين على تفسيرات مختلفة للقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية بالإضافة لهذه الوظيفة فهناك أيضاً الوظيفة التوجيهية والوظيفة الإقناعية حيث يقوم الإعلام التليفزيوني بتوجيه الرأي العام وتحقيق قدر كبير من الإقناع لمختلف فئات الجمهور وبالتالي من الأهمية بمكان استخدام هذه الوظيفة التوجيهية والإقناعية لمقاومة مختلف المظاهر العنيفة التي تصاحب التشجيع الرياضي وقد تلقى قبولاً واستحساناً من بعض فئات التشجيع الرياضي حيث يسهل تأثر الفئة العمرية المستهدفة بالبحث نحو الحشد الحماسي الذي يصاحب روابط الانتراس في كل فعاليتها، وبالتالي فأن هناك وظيفة إقناعية ضرورية يمكن الاهتمام بها للحفاظ على الطابع السلمي للرياضة وما تغرسه الرياضة من قيم التسامح والمنافسة الشريفة وقبول الآخر على نحو مغاير تماماً لدعوات العنف والتعصب التي تلجأ إليها بعض روابط الانتراس.

ومن خلال متابعة الأحداث التي مرت بها مصر في الفترة من 2011 إلى 2022 ومتابعة ما يدور في المشهد العام في الفضائيات العربية والاحتكاك بجمهور الشباب وشباب الجامعة على نحو خاص باختلاف توجهاتهم السياسية والحزبية والمستوى الطبقي لديهم وارتفاع معدلات الشغب داخل الملاعب خلال أحداث 2011 وما تلاها، كان من الضروري التعرف على اتجاهات جمهور الشباب نحو البرامج الرياضية وموقفهم من القضايا الرياضية المطروحة على الساحة وخصوصاً قضية روابط التشجيع أو الانتراس حيث تزداد الرغبة في هذه المرحلة العمرية لاكتساب المعلومات والسعي وراء التعرف على الأحداث ومعرفة القضايا التي تحدث على الساحة من خلال البرامج الرياضية التي تبثها الفضائيات المختلفة.

#### أهداف الدراسة:

1. التعرف على آراء عينة الدراسة نحو البرامج الرياضية المقدمة في الفضائيات.
2. التعرف على توجهات عينة الدراسة نحو المعالجة الإعلامية في البرامج الرياضية في الفضائيات محل الدراسة.
3. التعرف على توجهات الشباب الجامعي نحو مقدمي برامج الرياضية التليفزيونية.
4. التعرف على توجهات الشباب الجامعي نحو جماعات الانتراس المصرية.
5. التعرف على توجهات شباب الجامعات المصرية نحو علاقة روابط الانتراس بالعنف في المجتمع.

#### تساؤلات الدراسة:

1. ما القنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها؟
2. ما توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو المعالجة الإعلامية التي تقدمها البرامج الإعلامية؟
3. ما توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو مقدمي البرامج الرياضية في الفضائيات محل الدراسة؟

4. ما توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو دور البرامج الرياضية في تشكيل وعي المشاهدين؟
5. ما توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو روابط الانتراس؟
6. ما توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو علاقة روابط الانتراس في الاحداث السياسية في المجتمع؟
7. ما توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو مستقبل ظاهرة الانتراس؟

#### أهمية الدراسة:

من المعلوم لدي الباحثين أن فترة الشباب مرحلة انتقالية بين نهاية فترة الطفولة وبداية سن الرشد بما تعنيه هذه المرحلة من الشعور بالواجبات والحقوق وبالتالي فتحديد هذه الفترة لأن الخروج من فترة المراهقة تتسم بالقلق و الصراع و البحث عن الذات و محاولة اتخاذ قرارات لتكوين هوية أو شخصية و تختلف درجة شعور الشباب في هذه المرحلة بالتمرد و الغضب في المجتمع الريفي عن مجتمع المدينة بينما تقوم بعض المجتمعات بفرض القيود على نشاط المراهق و الشاب و في مجتمعات أخرى تتاح له حرية الحركة و هي فترة مناسبة جداً لكي تجذب الشاب جماعات الانتراس الرياضية حيث أنها تشبع الرغبة في الشعور بالانتماء لكيان أكبر منه و شعوره بوجود رابطة تجمعهم مع اقاربه كذلك سرية هذه الجماعات في التنظيم تساهم في شعوره بالتححر النفسي من الوالدين و السعي إلي بناء شخصيته المستقلة كذلك فان مشاركته بها تضمن الكثير من الحماس و اشباع رغبته بالسفر و التنقل عبر المحافظات و البلاد لتشجيع فريقه الرياضية الذي يدعمه و بالتالي تتبلور إليه اتجاهات سياسة للبحث عن الهوية.

#### الأهمية النظرية:

1. أهمية دراسة الفضائيات العربية الرياضية من واقع التحديات التي تقابلها من وسائل الإعلام الأخرى كشبكات التواصل الاجتماعي والفضائيات الاجنبية.
2. أهمية دراسة المرحلة الجامعية فهي تمثل المدخل لمرحلة الصياغة النهائية لشخصية الفرد.

#### الأهمية التطبيقية:

1. الأهمية التطبيقية للدراسة تشمل ضرورة التوصل إلى توصيات يمكنها أن تساعد على خلق حالة من الوعي بالمخاطر التي يمثلها الاستخدام العنيف للتشجيع الرياضي حيث ستقوم الدراسة بمعالجة ظاهرة الانتراس و ما تمثله من كيانات و مجموعات متنوعة الانتماءات قد تمثل فرصاً أو تهديداً للمجتمع المصري و أمنه و سلامته.
2. تأتي أيضاً الأهمية التطبيقية للدراسة لتناولها البرامج الرياضية الفضائية و هي تمثل محل اهتمام كبير لدي الباحثين في مجال الرياضة و الإعلام نظراً للجدل الدائم الدائر حولها و بالتالي فيمكن استخدام نتائج الدراسة كموجهات لرسم سياسة مستقبلية لبرامج الإعلام الرياضي فيما يتعلق بكيفية مخاطبة جمهور الشباب الجامعي عند تقديم البرامج الرياضية.

3. تأتي أيضاً الأهمية التطبيقية من معالجة ظاهرة الانترنت و التي قد يبدو للبعض أنها اختفت من الخطاب الرياضي المصري نظراً لحالة الهدوء و الاستقرار التي ينعم بها المجتمع المصري حالياً و لكن غياب المعالجة الإعلامية للانترنت و غياب أخبارهم عن التغطية الصحفية لا يعني لدي الباحثين علي الاطلاق انتهاء ظاهرة الانترنت أو تفكك البناء التنظيمي له كذلك فإن عدم فاعلية و نشاط صفحات و شبكات التواصل الاجتماعي الداعمة للانترنت لا يعني بحال من الأحوال تفكك البنية العقائدية و التنظيمية لهذه الروابط و بالتالي و من الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة إثارة نوع من النقاش العلمي و الأكاديمي حول مجموعات الانترنت في المجتمع المصري و التطورات التي تمت لهذه المجموعات خلال فترة الكمون التي تمر بها مجموعات الانترنت منذ تعرض أعداد كبيرة منهم للمسألة القانونية و أحكام السيطرة الأمنية عليهم.

### الإطار النظري:

تعد نظرية انتشار الابتكارات من أكثر النظريات القابلة للتطبيق في هذا المجال كمدخل نظري مهم للغاية لفهم الآلية التي يتم من خلالها انتشار الأفكار الجديدة داخل المجتمعات ففي كتاب "انتشار الابتكارات" قال روجرز (2003) أن اتخاذ قرار تبني الأفكار الجديدة و المستحدثات يمر بعملية من 4 عناصر؛ العنصر الأول فيها هو وجود الابتكار أو المستحدثات التي يتم التعرف عليها و أدراكها من قبل الجمهور ولذلك فهو قد حدد أن هذه المستحدثات لا ينبغي أن تكون وليدة اللحظة بل قد تكون فقط تم التعرف عليها مؤخراً فعند التعرف علي الأفكار الجديدة و المستحدثات يمر الجمهور بثلاثة عمليات عقلية، العملية الأولى هي المعرفة (knowledge) و فيها يتعرف الجمهور علي الفكرة عن الطريق وسائل الإعلام أو السفر أو الأصدقاء ثم تليها مرحلة الاقناع (Persuading) و فيها يقتنع الجمهور بميزة نسبية لهذا الابتكار أو المستحدث و تليها مرحلة اتخاذ القرار (Decision) فيها يأخذ الجمهور قرار تبني الأفكار الجديدة و بالتالي فإن ذلك يجعلنا أكثر قدرة علي فهم و تفسير عضوية بعض الشباب لروابط الانترنت و يفسر لنا المراحل التي يمر بيها الشباب حيث يتعرف علي أفكار روابط الانترنت و طبيعة العضوية فيه بأي طريقة من طرق الإعلام ثم يقتنع بعد دراسة الامر و التفكير فيه ثم يتخذ القرار بالعضوية الفعلية و بالتالي فإن المكون الرئيس لعضوية الانترنت وفقاً لنظرية روجرز هو فكرة الانترنت كـمستحدث في التشجيع الرياضي و تصاحب هذه المرحلة من التفكير درجة من عدم التأكد.

حيث يكون الجمهور غير واثق من جدوي عضوية هذه الروابط و يدخل في حالة من النقاش مع الأعضاء السابقين حيث يقوموا بأخباره بمزايا و عيوب العضوية و من ثم يمر بمرحلة الاقتناع ثم مرحلة اتخاذ القرار أما المكون الثاني في هذه العملية فهي قناة الاتصال التي يعتمد عليها في إيصال الأفكار و المستحدثات الجديدة و قد تكون وفقاً لـروجرز قنوات شخصية أو قنوات جماهيرية و من خلال هذه القنوات يمكننا إيصال الأفكار أو المستحدثات الجديدة للمجتمع أو النسق الاجتماعي و قد قال روجرز أن قنوات الاتصال الجماهيرية يمكنها بسهولة توصيل الأفكار الجديدة لأفراد النسق الاجتماعي بينما الشخصية هي أكثر قدرة علي الاقتناع و بالتالي

تستخدم قنوات الاتصال الجماهيري في المرحلة الأولى من نشر الأفكار المستحدثة حيث تستخدم علي سبيل المثال شبكات التواصل الاجتماعي بكثرة في جميع أنحاء العالم لتعريف الشباب بالانترنت بينما تستخدم القنوات الشخصية من خلال الأصدقاء و المعارف و القضاء علي حالة عدم التأكد حيث يقوم الشباب بالحديث عن مخاوفهم و شكوكهم و ما يرتبط بذلك من تبييد هذه المخاوف من قبل عضو رابطة الانترنت إلي أن يصل الشاب المستهدف لمرحلة اتخاذ القرار و قد أشار روجرز لهذا المصطلح الذي يعرف ب (homo phily) وتعني درجة التشابه بين هؤلاء الأفراد و بعضهم البعض و التناغم الكبير في ظروفهم الاجتماعية و الاقتصادية و التعليمية و في المعتقدات التي يتبنوها لكنه أيضاً وضح أن انتشار الابتكار يتطلب قدراً من الاتساق (hetero phily) أي درجة من التنوع و الاختلاف الموجود بين الأعضاء في تلك الروابط حيث أن درجة الاختلاف تؤدي إلى التنوع المطلوب في هذه المجموعات بما يطلب المزيد من العضوية في هذه الروابط أما العنصر الثالث في هذه العملية فهو الوقت (time).

أن الوقت هو العنصر والمكون الرئيسي الذي تعتمد عليه روابط الانترنت في انتشار أفكارهم فلا يمكن نشر فكرة جديدة أو مستحدث داخل نسق اجتماعي دون إتاحة فترة زمنية كافية كي تتغلغل الفكرة داخلة، أما العنصر الرابع النسق الاجتماعي (Social System) وهو العنصر الأخير في عملية المستحدثات كما أشار روجرز (2003) حيث أشار إلي أن النسق الاجتماعي عبارة عن مجموعة من الأشخاص تحكمهم بنية اجتماعية محددة (Social Structure) فلا يمكن تتبع مثلاً ظاهرة كعضوية الانترنت في الفراغ أو في المجتمع بشكل عام بل لابد من تتبعها داخل نسق محدد حتي يمكن الحكم علي ما نسميه (Rate of Adaption) وهو معدل التبني و ما إذا كان معدل التبني سريع أم بطئ داخل هذا النسق الاجتماعي.



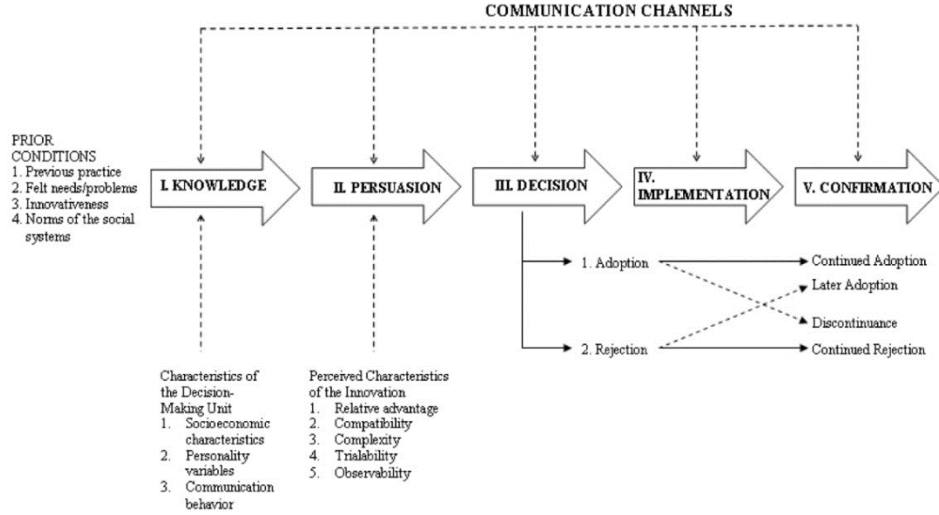


Figure 2.1. A Model of Five Stages in the Innovation-Decision Process (Source: *Diffusion of Innovations, Fifth Edition* by Everett M. Rogers. Copyright (c) 2003 by The Free Press. Reprinted with permission of the Free Press: A Division of Simon & Schuster.)

المرحلة الأولى هي مرحلة المعرفة (knowledge stage) وفقاً لروجرز هناك ثلاثة أنواع من المعرفة الأولى منها اسمها (awareness knowledge) أو معرفة الوعي وهو العلم بوجود الشيء المستحدث وفي حالتنا يصبح العلم بروابط الانتراس أما النوع الثاني من المعرفة (how-to-knowledge) أو المعرفة الكيفية وفي هذه المرحلة يتعرف علي كيفية الانتماء لروابط الانتراس بينما المرحلة الثالثة (principle knowledge) أو معرفة المبادئ الوظيفية لهذا المستحدث وكيفية استعماله بشكل أكثر دقة وتفصيلاً بينما المرحلة الثانية هي مرحلة الاقتناع وفيها سيكون الشخص رآيه وفقاً للمعلومات التي جمعها في مرحلة المعرفة بالمبادئ والمكونات والكيفية والتفاصيل، وفيها تتكون أيضاً اتجاهات إيجابية أو سلبية نحو الفكرة الجديدة أو المستحدثة وبالتالي فهذه المرحلة هي مرحلة مرتبطة أكثر بالمشاعر (feeling centered) بينما كانت المرحلة الأولى وهي المعرفة (Knowledge) متمركزة أكثر نحو الوعي أو الإدراك (cognitive centered) ويكون فيها الشخص أكثر عرضة للحكم الشخصي وليس الموضوعي (subjective evaluation) حيث يتأثر فيها الفرد بدرجة الاقتناع في مقابل درجة عدم الثقة (Persuasion vs uncertainty).

المرحلة الأخيرة هي مرحلة القرار (decision stage) وفيها يتخذ الفرد قراراً نهائياً بالرفض أو القبول الفكرة الجديدة أو المستحدثة تليها مرحلة التطبيق (implantation Stage) وهي مرحلة يتم فيها تطبيق الفكرة الجديدة وفي حالة الانتراس يشارك الشاب أو الفتاه فعلياً في روابط تشجيع الانتراس وتصبح العقبة الوحيدة فيها أن هذا الفرد قد يحتاج المساعدة الفنية والتدريب اللوجستي ليصبح أكثر كفاءة في عضويته كما أن هذه المرحلة تتسم بإعادة الاختراع

أو إعادة الابتكار نتيجة عضوية أفراد متنوعي الخبرات ثم تلي ذلك مرحلة التأكيد (confirmation stage) فيدخل في مرحلة تأكيد عضويته في الانتراس وهي مرحلة متأخرة من العضوية يصبح انتماءه لرابطة التشجيع كعضو دائم بل ويسعى أيضاً إلى جذب عدد جديد من الأنصار والمؤيدين وفي حالة عندما يكون هذا القرار إيجابياً بعضوية الانتراس أما في حالة إذا كان القرار بالرفض فإن الفرد في هذه الحالة ينصرف عن الانتراس تماماً وتصبح مرحلة التأكيد تتسم أساساً بعدم الرغبة في الاستماع لأي رسائل اتصالية مغايرة للقرار الذي تم اتخاذه وهو ما يعرف بـ (discontinuance decision) وقد أشار أيضاً روجرز (2003) بأن عملية التخلص من الشك وعدم التأكد (uncertainty reduction) هي الأخرى ترتبط بوجود خمس مواصفات رئيسية في الفكرة الجديدة المستحدثة التي يتم دراستها؛ الخاصية الأولى المزايا النسبية (relative advantage) وتعني الميزة التنافسية الموجودة في المستحدث في مقابل الأفكار والمبتكرات المتوفرة بالفعل، أما الخاصية الثانية هي التوافق (compatibility) وتعني مدى توفر درجة كبيرة من التوافق بين الشخص الذي يقوم بتبني هذه الأفكار الجديدة أو المستحدثات وبين ما يوفره له هذا المستحدث أو الشيء الجديد في توافق مع قيمه وثقافته وطموحه واحتياجاته، أما الخاصية الثالثة فهي تسمى (complexity) وهي درجة التعقيد الذي يتسم بها الشيء المستحدث، أما الخاصية الرابعة فهي القابلية للتجريب (trialability) وما إذا كان الشيء المستحدث يمكن تجريبه بدون خسائر أو لا يمكن القدرة علي التجريب بدون خسائر، أما الخاصية الخامسة وهي القدرة علي الملاحظة (observability) وما إذا كان الشيء المستحدث يمكن ملاحظة نتائجه الإيجابية أم أنها ضعيفة علي نحو لا يمكن ملاحظته وبتطبيق هذه العناصر الخمس علي العضوية في الانتراس فيمكن أن يقوم الشخص بدراسة ما إذا كانت هناك مزايا نسبية ستتوفر لديه عند عضويته في روابط الانتراس تختلف عن قيامه بالتشجيع الكلاسيكي لمباريات كرة القدم بينما تشير الخاصية الثانية إلي التوافق إلي مدى شعوره بالراحة والسعادة عند انتماءه لعضوية روابط الانتراس نتيجة لتوافق قيمه وثقافته وإشباع احتياجاته مع قيم وثقافة روابط الانتراس في حالة وجود مشكلة في التوافق مع هذه القيم وهذه الاحتياجات تصبح هناك مشكلة في التوافق بينما في الخاصية الثانية من خصائص انتشار المستحدثات يقوم الفرد بدراسة مدى تعقد عملية العضوية في روابط الانتراس باعتبارهم أمراً مستحدثاً فإذا كانت هناك مزيد من التعقد في تفاصيل هذه الروابط يشعر الفرد بعدم الرضا نتيجة عدم قدرته علي الفهم وعدم قدرته علي حل هذه التعقيد وتفكيكه لأمر بسيط يمكن فهمها، أما الخاصية الرابعة وهي القدرة علي التجريب فترتبط بمدى قدرة الفرد علي تجريب العضوية في روابط الانتراس دون تعرضه لأي نوع من أنواع الخسائر المادية أو النفسية أو الاجتماعية فإذا ترتب علي علاقته بالانتراس مشاكل نفسية اقتصادية أو اجتماعية ولا يوجد لديه القدرة علي التجريب دون خسائر يصبح من الصعوبة بمكان اقدامه علي محاولة تجريب علاقته بالانتراس، أما الخاصية الخامسة والأخيرة وهي حيث يقوم الفرد بتقييم عضويته بالانتراس وما تجلبه له من منافع عن التشجيع التقليدي فإذا شعر أن هذه العلاقة بروابط الانتراس لم تجلب له ما كان يتوقعه من إشباعات نفسية وترفيهية واجتماعية علي نحو يمكن ملاحظته يصبح تأكيد قرار التبني المستحدث أمراً محل شكوي بناء علي ذلك تحدد السرعة النسبية (relative speed) والتي يتحدد بها سرعة تبني أو رفض

القرار أو المستحدث حيث أشار روجرز إلي أنه حوالي ٨٧٪ من سرعة التبني للمستحدثات و الأفكار الجديدة يمكن تفسيرها بتطبيق هذه الخصائص الخمس و بالتالي فانه باختصار يمكننا القول أن روجرز قد وضع هذه العوامل المختلفة التي تأثر في تبني الافكار كما انه لم يكتفي بذلك فقط بل أيضاً قام بتحديد فئات المتبنيين للأفكار والمستحدثات الجديدة وقام بتقسيمهم إلى ٥ فئات على النحو التالي:

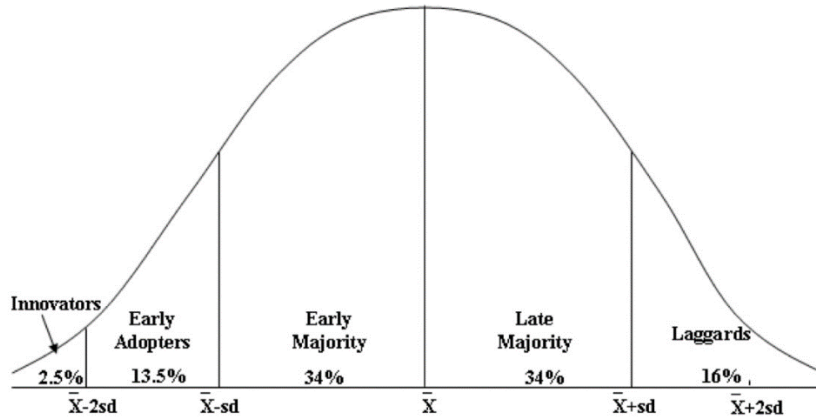


Figure 2.2. Adopter Categorization on the Basis of Innovativeness (Source: *Diffusion of Innovations, fifth edition* by Everett M. Rogers. Copyright (c) 2003 by The Free Press. Reprinted with permission of the Free Press: A Division of Simon & Schuster.)

الفئة الأولى و هي فئة المبتكرون و هي فئة (innovators) و هم نسبة قليلة من أعضاء أي نسق اجتماعي حوالي ٢.٥ فقط منهم الذين يتميزون بقدرتهم علي الابتكار الدائم والاختراع المستمر علي نحو قد يجعلهم في بعض الاحيان في محل عدم احترام من بقية النسق الاجتماعي؛ لأنهم دائماً في حالة اعتراض مستمر علي الأوضاع العادية و الكلاسيكية و يمكن تصنيف مبتكرون الانترنت بأنهم خرجوا عن التشجيع التقليدي و هم المتبنيين الاوائل و هم الأشخاص الذين قاموا بتبني فكرة العضوية للانترنت و اقتنعوا بها بسرعة و قد أشار روجرز إلي أن نسبتهم في المجتمع ١٣.٥٪ تقريباً و يمكن اعتبارهم (role models) أو قادة رأي داخل المجتمعات المختلفة بينما تليهم الفئة الثانية و هي فئة المبكرة و هم نسبة ٣٤٪ من النسق الاجتماعي و هم أكثر ارتباطاً بقيادة الرأي و يمكن اعتبارهم تابعين (followers) تليهم فئة الأغلبية المتأخرة و هم تقريباً أيضاً ٣٤٪ أو ثلث أعضاء النسق الاجتماعي و يتسمون بالتأخر حيث أنهم يشعرون بالشك نحو كل الأفكار الجديدة و ينتظرون الأغلبية المبكرة و تجربهم للأفكار الجديدة ثم يتخذون الآخرون، وأخيراً فئة الكسالى بنسبة ١٦٪ من أعضاء المجتمع و هم دائماً ما يكونوا متأخرين تماماً عن تبني أي أفكار جديدة و يشعرون بمقاومة شديدة للتغيير.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر من خلال جمع الحقائق والمعلومات المرتبطة بها حيث ان هذا النوع من الدراسات لا يكتفي بوصف الواقع أو تشخيصه، بل يهتم أيضاً بتقرير ما ينبغي ان يكون وفقاً لمحمد عبد الحميد (1992)

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع البشري للدراسة في شباب جامعة الإسكندرية من طلاب وخريجين والذين يتعرضون للبرامج الرياضية في القنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية.

#### عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة من شباب جامعة الإسكندرية من الطلاب والخريجين الذين يتابعون القنوات الفضائية موزعين بين الذكور والإناث والمنتمين لمحافظة الإسكندرية في مناطق الريف والحضر حيث تم اختيار عينة عمديه تمثل أيضاً الكليات العملية و النظرية على النحو المبين بالجدول رقم (1).

| المتغيرات الديموغرافية  |                        |     |      |
|-------------------------|------------------------|-----|------|
| المتغيرات المستقلة      |                        | عدد | نسبة |
| النوع                   | ذكر                    | 59  | 29.8 |
|                         | أنثى                   | 139 | 70.2 |
| محل الإقامة             | مدينة                  | 182 | 91.9 |
|                         | قرية                   | 16  | 8.1  |
| الكلية                  | عملية                  | 55  | 27.8 |
|                         | نظرية                  | 143 | 72.2 |
| الحالة التعليمية        | خريج                   | 73  | 36.9 |
|                         | طالب                   | 125 | 63.1 |
| الجامعة                 | الإسكندرية             | 188 | 94.9 |
|                         | دمنهور                 | 10  | 5.1  |
| الدخل الشهري            | اقل من 500 جنية شهريا  | 63  | 31.8 |
|                         | من 500 الي 1500 شهريا  | 58  | 29.3 |
|                         | من 1500 الي 3000 شهريا | 39  | 19.7 |
|                         | من 3000 الي 5000 شهريا | 17  | 8.6  |
|                         | أكثر من 5000 شهريا     | 21  | 10.6 |
| نوع السكن               | تمليك                  | 157 | 79.3 |
|                         | إيجار                  | 41  | 20.7 |
| هل سافرت للخارج من قبل: | نعم                    | 42  | 21.2 |
|                         | لا                     | 156 | 78.8 |

### مبررات اختيار عينة الدراسة:

1. أن شباب الجامعات يمثلون شريحة قوية من شرائح المجتمع الذين ينبغي الاهتمام بوعيهم وثقافتهم بأكبر درجة ممكنة.
2. أن الطلاب وخريجي الجامعة من الشباب لديهم قدر كبير من الوعي بأهداف البحث العلمي بما يمكن من الحصول على إجابات صحيحة قدر الإمكان.
3. أن الشباب في هذه المرحلة السنية لديه اهتمام كبير بالرياضة والانتماء للأندية الرياضية ويسعون لتحديد موقفهم من القضايا المطروحة على الساحة الرياضية بدرجة كبيرة ومن الأهمية بمكان التعرف على هذا الوعي ومصادر تكوينه.
4. وتم تحديد حجم العينة ١٩٨ مفردة وتم اختيار العينة العمدية نظراً لاشتراط الدراسة لمواصفات محددة في المشاركين فيها حتى تتمكن من تحقيق أهدافها، من هذه الاشتراطات أن يكون المبحوث من المتابعين للبرامج الرياضية وأن يكون من الذين يهتمون بمتابعة الأندية الرياضية ولديه قدر لا بأس به من الثقافة الرياضية وغيرها من الاشتراطات المهمة للدراسة.

### حدود الدراسة:

#### ١- الحدود المكانية:

تقتصر الدراسة الحالية على عينة من طلاب جامعة الإسكندرية موزعة بين الذكور والإناث والريف والحضر لمحافظة الإسكندرية.

#### ٢- الحدود الزمنية:

تم تطبيق صحيفة الاستبانة في الفترة من بداية مارس (2022) إلى نهاية إبريل (2022)

#### ٣- الحدود الموضوعية:

اقتصرت الحدود الموضوعية لهذه الدراسة على دراسة القضايا الرياضية مثل روابط الانتراس - العنف الرياضي - التعصب الرياضي - كرة القدم خلال فترة الدراسة الميدانية على الشباب الجامعي.

### أدوات جمع البيانات:

تم وضع استمارة استبانة لمعرفة اتجاهات المبحوثين في القضايا المقدمة في البرامج الرياضية على الفضائيات وفي التليفزيون كما تم تحكيم الاستمارة علي يد مجموعة من الخبراء والأكاديميين حيث قام الباحث بأجراء اختبار الصدق من حيث صدق المحتوى والصدق الظاهري (حيث عرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين في مجالات الإعلام المختلفة لمراجعة تسلسل الأسئلة وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة وبعدها أجري الباحث التعديلات في ضوء توصيات المحكمين لتصبح استمارة الاستبانة في شكلها النهائي لأجراء الاختبار القبلي عليها).

### الاختبار القبلي لصحيفة الاستبانة:

أجري الباحث الاختبار على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى صلاحيتها لما يريد الباحث قياسه وشملت العينة ٢٠ طالب من جامعة الإسكندرية بواقع ١٠٪ من إجمالي العينة الأصلية بهدف التعرف على مدى فهم المبحوثين للوسيلة ومدى وجود أسئلة تحتاج إلى تبسيط أو تسهيل.

#### اختبار ثبات الاستبانة:

حيث قام الباحث باختبار ثبات الاستبانة لمعرفة مدى اتساق البيانات التي تم جمعها بإعادة تطبيق الاستبانة على نفس العينة من الطلاب وبعد مرور أسبوع بين الاختبارين القبلي والبعدى وبلغ معدل الثبات نسبة ٩٢٪ واعتبره الباحث مناسباً ويدل على وضوح الأسئلة لدى طلاب الدراسة.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد انتهاء الباحث من إجراء الاستبانة ومراجعتها مكتبياً وميدانياً تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية والاستفادة منه في الحصول على الإحصائيات التكرارية في فئات مختلفة ووضعها في الجداول الخاصة بها وإقرانها بالنسب المئوية. وقد استخدم الباحث أسلوب التكرارات والنسب المئوية لتوصيف متغيرات الدراسة الوصفية (مثل النوع والكلية). اعتمد الباحث على أسلوب الجداول المركبة (Cross-Tabulation) في دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة واعتمد الباحث أيضاً في دراسة العلاقة على اختبار مربع كاي حيث يستخدم مربع كاي لدراسة العلاقة بين متغيرين وصفيين (مثل النوع ومشاهدة القنوات الفضائية). يتكون اختبار مربع كاي من فرضين أحدهما الفرض العدمي "لا توجد علاقة بين المتغيرات" والآخر الفرض البديل "توجد علاقة بين المتغيرات". اعتمد الباحث على قيمة المعنوية (0.05) في قبول أو رفض الفرض العدمي بحيث يقبل الباحث الفرض العدمي في حالة أن قيمة المعنوية أكبر من 0.05 بينما يرفض الباحث الفرض العدمي في حالة أن قيمة المعنوية أقل من 0.05. استخدم الباحث معامل فاي لقياس درجة العلاقة بين المتغيرات الوصفية حيث أنه تعد العلاقة ضعيفة في حالة أن كانت قيمة فاي أقل من 0.1 بينما تعد متوسطة إذا كانت من 0.1 إلى 0.25 بينما تعد قوية في حال أن كانت قيمة فاي أكبر من 0.25. استخدم أيضاً الباحث معامل مربع إيتا لقياس حجم التأثير بين المتغيرين حيث يعد هناك حجم تأثير مقبول إذا كانت قيمة معامل مربع إيتا أكبر من 0.14.

#### نتائج الدراسة:

توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو المعالجة الإعلامية التي تقدمها البرامج الرياضية

منتصف افراد العينة تقريبا (٤٩.٥٥٪) يرون ان البرامج الرياضية تراعي الموضوعية في المواد التي تطرحها، رغم ان (٤٢٪) تري اهتمام البرامج الرياضية بدقه اختيار القضايا المطروحة، واكثر من (٧١٪) من مفردات العينة يرون تلاع مساحه البرنامج مع هدفه وكم

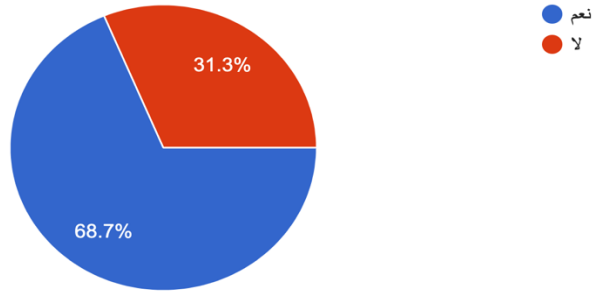
المعلومات المقدمة، كما يرون تنوع القضايا التي يتم عرضها كما يري (٨٠٪) ان تلك البرامج الرياضية تراعي الاهتمام بقضايا الرأي العام الرياضية.

### توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو مقدمي البرامج الرياضية في الفضائيات محل الدراسة

(٥٥٪) من مفردات العينة تفضل ان يكون مقدم البرنامج من الذكور، وان (٦٥٪) يرون ان ما يقدمه مقدم البرامج الرياضية من محتوى يعطي صورة واضحة وكاملة، وان (٨١٪) يستخدم طريقة شيقة وسهلة يمكن استيعابها، ويرى (٧١٪) أن مقدمي البرامج يتميزون برجه عاليه من الثقافه الرياضية، والقدرة علي توصيل المعلومات الرياضية بسهولة، ويرى (٦٢٪) أنهم لديهم القدرة علي الاقناع.

### توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو دور البرامج الرياضية في تشكيل وعي المشاهدين

تساعد البرامج الرياضية ابراز المواقف الإيجابية كمحاولة منها لعرض النموذج والقدوة الحسنة للمشاهدين  
198 responses



اما فيما يتعلق بدور البرامج الرياضية في ابراز المواقف الإيجابية وعرض القدوة الحسنة فيري (٦٨٪) ان البرامج الرياضية تقوم بذلك ويرى (٦٣٪) ان تلك البرامج تعمل علي الالتزام بالقيم التربوية والأخلاقية اثناء المباريات، ويرى (٥٢٪) ان البرامج تعمل علي تحقيق التنشئة الرياضية السليمة للمشاهدين، وأن (٥٩٪) يرون أن الهدف العام لتلك البرامج يتوافق مع قيم المجتمع ودرجة وعيه.

### توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو روابط الانترنت

يرى (٧٣٪) من مفردات العينة ان الانترنت ساهم في نشر أساليب جديده للتشجيع الرياضي ، كما يري (٦٩٪) ان الانترنت ساهم في الانتقال من التشجيع التقليدي الي التشجيع المنظم بما له من إيجابيات ، بينما يري (٧٧٪) ان فكره الانترنت في ذاتها فكرة ايجابية تساهم في دعم الفرق الرياضية. رغم ذلك فان (٥٨٪) ترى ان هذه الروابط تسهم في زيادة العنف في المجتمع

ويري (٥٥٪) ان هذه السلوكيات السلبية لا ترتبط بحال الهزيمة الرياضية فقط، وان كان (٦٨٪) تري انها تزيد في حال الهزيمة.

#### توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو علاقة روابط الانترنت في الاحداث السياسية في المجتمع

أما فيما يتعلق بالمواقف السياسية للانترنت فيري (٥٨٪) ان روابط الانترنت ساهمت إيجابيا في احداث يناير ٢٠١١ ويرى (٥٤٪) ان هذه الروابط تسهم في خلق حالة من الفوضى في المجتمع، و (٧٦٪) يري انهم تم استغلالهم سياسياً في تلك الاحداث.

#### توجهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو مستقبل ظاهرة الانترنت

أما فيما يتعلق بمستقبل هذه الظاهرة فان (٦١٪) من مفردات العينة لا تري ان هذه الروابط قد انتهت وانها لا تزال موجودة وتعمل.

العلاقة بين السفر للخارج وتوجهات عينة الدراسة نحو تفضيل القنوات الرياضية وعضوية الانترنت  
جدول رقم (2) يوضح العلاقة بين السفر للخارج وتوجهات عينة الدراسة نحو تفضيل القنوات الرياضية وعضوية الانترنت

| المتغير التابع                                  |                         | هل سافرت للخارج من قبل |     | Pearson Chi-Square/Fisher's Exact Test) |       | Phi correlation |       | Eta Squared |
|---|-------------------------|------------------------|-----|---|-------|-----------------|-------|-------------|
|   |                         | نعم                    | لا  | Value                                   | P     | R               | P     |             |
| القنوات الفضائية الرياضية التي تفضل مشاهدتها هي | النيل للرياضة           | 8                      | 24  | 1.006a                                  | 0.605 | 0.071           | 0.605 | 0.000       |
|   | قنوات مصرية رياضية خاصة | 13                     | 61  |   |       |                 |       |             |
|   | قنوات عربية رياضية      | 21                     | 71  |   |       |                 |       |             |
| سمعت عن روابط التشجيع الرياضي الانترنت من قبل   | نعم                     | 30                     | 103 | 0.438a                                  | 0.508 | 0.047           | 0.508 | 0.002       |
|   | لا                      | 12                     | 53  |   |       |                 |       |             |
| انت عضو في رابطة تشجيع فريق رياضي التراس        | نعم                     | 2                      | 10  | 1.000                                   |       | -               | 0.691 | 0.001       |
|   | لا                      | 40                     | 146 |   |       |                 |       |             |
| انت عضو سابق في رابطة التراس                    | نعم                     | 2                      | 11  | 0.739                                   |       | -               | 0.595 | 0.001       |
|   | لا                      | 40                     | 145 |   |       |                 |       |             |

يتضح من بيانات الجدول السابق ان غالبية مفردات عينة الدراسة ممن سافروا للخارج يفضلون متابعة القنوات العربية الرياضية ثم يليها في التفضيل القنوات المصرية الخاصة ثم يليها قناة النيل للرياضة كذلك يتضح ان غالبية مفردات عينة الدراسة من الذين سافروا للخارج و كذلك



ممن لم يسافروا سمعوا من قبل عن روابط التشجيع الرياضي الانتراس و يفضلون مقدمي البرامج من الذكور و لم يلعبوا لعبة رياضية محددة و لم يشتركوا في روابط الانتراس من قبل و لم يكونوا اعضاء سابقين بها. ولا توجد علاقة دالة احصائياً بين المتغير المستقل (السفر للخارج) وبين أي من المتغيرات التابعة حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر أكبر من 0.05.

**العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية والقنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها**

**جدول رقم (3) العلاقة بين متغير النوع وبين القنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها**

| المتغير التابع                                  | النوع                   | Pearson Chi-Square/Fisher's Exact Test) |      | Phi correlation |       | Eta Squared |       |       |
|---|-------------------------|---|------|-----------------|-------|-------------|-------|-------|
|   |                         | ذكر                                     | أنثى | Value           | P     |             | R     | P     |
| القنوات الفضائية الرياضية التي تفضل مشاهدتها هي | النيل للرياضة           | 4                                       | 28   | 9.009a          | 0.011 | 0.213       | 0.011 | 0.045 |
|   | قنوات مصرية رياضية خاصة | 19                                      | 55   |                 |       |             |       |       |
|   | قنوات عربية رياضية      | 36                                      | 56   |                 |       |             |       |       |

بيانات الجدول السابق توضح تفضيلات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقنوات الفضائية التي يفضلون مشاهدتها و يتضح من نتائج الجدول السابق ان غالبية مفردات العينة من الاناث يفضلن مشاهدة القنوات العربية الرياضية مثل بي ان سبورت و دبي الرياضية و وفقاً للجدول السابق و هو ايضا نفس الاختيار بالنسبة للذكور بينما تأتي في المرتبة الثانية من حيث التفضيل لكل من النوعين القنوات المصرية الرياضية الخاصة و في المرتبة الاخيرة قناة النيل للرياضة التابعة لقنوات التليفزيون المصري. وتوجد علاقة دالة احصائياً بين المتغير المستقل (النوع) وبين القنوات التي يفضلون مشاهدتها.

**جدول رقم (4) العلاقة بين متغير التخصص وبين القنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها**

| المتغير التابع                                  | الكلية                  | Pearson Chi-Square/Fisher's Exact Test) |       | Phi correlation |       | Eta Squared |       |       |
|---|-------------------------|---|-------|-----------------|-------|-------------|-------|-------|
|   |                         | عملية                                   | نظرية | Value           | P     |             | R     | P     |
| القنوات الفضائية الرياضية التي تفضل مشاهدتها هي | النيل للرياضة           | 7                                       | 25    | 2.240a          | 0.326 | 0.106       | 0.326 | 0.000 |
|   | قنوات مصرية رياضية خاصة | 25                                      | 49    |                 |       |             |       |       |
|   | قنوات عربية رياضية      | 23                                      | 69    |                 |       |             |       |       |

اتضح من بيانات الجدول السابق ان غالبية مفردات العينة من الكليات النظرية تفضل القنوات العربية الرياضية بينما غالبية مفردات العينة من الكليات العلمية تفضل القنوات المصرية الرياضية الخاصة بينما تأتي قناة النيل للرياضية في المرتبة الثالثة بالنسبة لتفضيل جميع مفردات العينة سواء كانت الكليات نظرية أو الكليات عملية كما لا توجد علاقة دالة احصائياً بين المتغير المستقل التخصص وبين القنوات التي يفضلون مشاهدتها.

جدول رقم (5) العلاقة بين متغير الحالة التعليمية وبين القنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها

| المتغير التابع                                  | الحالة التعليمية        | Pearson Chi-Square/Fisher's Exact Test) |      | Phi correlation |       | Eta Squared |       |      |
|---|-------------------------|---|------|-----------------|-------|-------------|-------|------|
|   |                         | خريج                                    | طالب | Value           | P     |             | R     | P    |
| القنوات الفضائية الرياضية التي تفضل مشاهدتها هي | النيل للرياضة           | 17                                      | 15   | 4.431a          | 0.109 | 0.15        | 0.109 | 0.01 |
|   | قنوات مصرية رياضية خاصة | 24                                      | 50   |                 |       |             |       |      |
|   | قنوات عربية رياضية      | 32                                      | 60   |                 |       |             |       |      |

يتضح من بيانات الجدول السابق ان غالبية مفردات العينة من الطلاب يفضلون القنوات العربية مثلهم في ذلك مثل الخريجين وانه لا توجد علاقة دالة احصائياً بين المتغير المستقل (الحالة التعليمية) وبين القنوات التي يفضلون مشاهدتها.

العلاقة بين القنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها و توجهاتهم نحو معالجه البرامج الرياضية فيها للموضوعات المختلفة

جدول رقم (6) يوضح العلاقة بين القنوات الفضائية الرياضية التي يفضل الشباب الجامعي في عينة الدراسة مشاهدتها و توجهاتهم نحو معالجه البرامج الرياضية فيها للموضوعات المختلفة

| المتغير التابع   | القنوات الفضائية الرياضية التي تفضل مشاهدتها هي | القنوات الفضائية الرياضية التي تفضل مشاهدتها هي |                         |                    | Pearson Chi-Square/Fisher's Exact Test) |       | Phi correlation |       | Eta Squared |
|--|---|---|-------------------------|--------------------|---|-------|-----------------|-------|-------------|
|  |   | النيل للرياضة                                   | قنوات مصرية رياضية خاصة | قنوات عربية رياضية | Value                                   | P     | R               | P     |             |
| تراعي البرامج الرياضية موضوعية المادة المطروحة في البرنامج | نعم   | 19  | 40                      | 41                 | 2.679a                                  | 0.262 | 0.116           | 0.262 | 0.014       |
|  | لا  | 13  | 34                      | 51                 |   |       |                 |       |             |
| تهتم البرامج الرياضية بدقة اختيار القضايا المطروحة         | نعم   | 22  | 39                      | 53                 | 2.355a                                  | 0.308 | 0.109           | 0.308 | 0.012       |
|  | لا  | 10  | 35                      | 39                 |   |       |                 |       |             |
|  | نعم   | 22  | 46                      | 60                 | .449a                                   | 0.799 | 0.048           | 0.799 | 0.002       |

توجهات طلاب جامعة الإسكندرية نحو البرامج التليفزيونية الرياضية وموقفهم من ظاهرة الاتراس: دراسة ميدانية

| بتناسب الزمن المخصص للمعلومات المقدمة للبرامج الرياضية للمراحل العمرية المختلفة التي تقدم لها البرنامج           | لا  | 10 | 28 | 32 |        |       |       |       |       |
|--|-----|----|----|----|--------|-------|-------|-------|-------|
| تتلاءم مساحة البرامج الرياضية مع هدف كل برنامج وكلم المعلومات المقدم منها  | نعم | 25 | 52 | 65 | .776a  | 0.679 | 0.063 | 0.679 | 0.004 |
|  | لا  | 7  | 22 | 27 |        |       |       |       |       |
| يتلاءم توقيت عرض البرامج الرياضية للهدف من البرنامج  | نعم | 24 | 54 | 77 | 3.016a | 0.221 | 0.123 | 0.221 | 0.015 |
|  | لا  | 8  | 20 | 15 |        |       |       |       |       |
| تناسب المساحة المخصصة لتوعية للشباب رياضيا   | نعم | 20 | 37 | 43 | 2.371a | 0.306 | 0.109 | 0.306 | 0.012 |
|  | لا  | 12 | 37 | 49 |        |       |       |       |       |
| تلتزم الكوادر البشرية المتوفرة بالبرامج الرياضية بالحيداد والموضوعية اتجاه القضايا التي يقومون بتغطيتها          | نعم | 18 | 39 | 32 | 7.292a | 0.026 | 0.192 | 0.026 | 0.037 |
|  | لا  | 14 | 35 | 60 |        |       |       |       |       |
| تنوع القضايا الرياضية التي تعرض من خلال تلك القنوات المتخصصة   | نعم | 25 | 55 | 61 | 2.176a | 0.337 | 0.105 | 0.337 | 0.011 |
|  | لا  | 7  | 19 | 31 |        |       |       |       |       |
| تولي البرامج الرياضية اهتمام بقضايا الرأي العام الرياضية   | نعم | 27 | 58 | 74 | .510a  | 0.775 | 0.051 | 0.775 | 0.003 |
|  | لا  | 5  | 16 | 18 |        |       |       |       |       |
| تعمل البرامج الرياضية على توافق الهدف العام للبرامج ومتطلبات وقيم المجتمع ودرجة وعيه                             | نعم | 20 | 41 | 57 | .865a  | 0.649 | 0.066 | 0.649 | 0.004 |
|  | لا  | 12 | 33 | 35 |        |       |       |       |       |
| تعمل البرامج الرياضية على توافق هدف البرنامج مع درجة وثقافة المتلقين وتخصصاتهم                                   | نعم | 23 | 48 | 60 | .559a  | 0.756 | 0.053 | 0.756 | 0.003 |
|  | لا  | 9  | 26 | 32 |        |       |       |       |       |
| تراعي البرامج الرياضية التوازن في تناول والاهتمام بالأنشطة الرياضية المختلفة (جماعية - فردية)                    | نعم | 21 | 40 | 44 | 3.069a | 0.216 | 0.125 | 0.216 | 0.016 |
|  | لا  | 11 | 34 | 48 |        |       |       |       |       |
| تساعد البرامج الرياضية التنشئة النفسية السليمة للمشاهدين بما ينعكس على سلوكهم أثناء المباريات                    | نعم | 17 | 41 | 45 | .711a  | 0.701 | 0.06  | 0.701 | 0.004 |
|  | لا  | 15 | 33 | 47 |        |       |       |       |       |
| تعمل البرامج الرياضية على توجيه الأجهزة الفنية والإدارية على الالتزام بالقيم التربوية والأخلاقية أثناء المباريات | نعم | 21 | 48 | 56 | .383a  | 0.826 | 0.044 | 0.826 | 0.002 |
|  | لا  | 11 | 26 | 36 |        |       |       |       |       |
| تساعد البرامج الرياضية إبراز المواقف الإيجابية كمحاولة منها لعرض النموذج والقُدوة الحسنة للمشاهدين لكل من        | نعم | 21 | 49 | 66 | .748a  | 0.688 | 0.061 | 0.688 | 0.004 |
|  | لا  | 11 | 25 | 26 |        |       |       |       |       |

اتضح من بيانات الجدول السابق ان غالبية مفردات العينة من المتابعين للقنوات العربية الرياضية سمعوا عن روابط الانترنت من قبل كذلك الحال بالنسبة لمتابعي القنوات المصرية الرياضية و قنوات النيل للرياضية كذلك يتضح من بيانات الجدول السابق ان غالبية مفردات العينة من الفئات الثلاث المشاهدين للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية لم يكونوا اعضاء في روابط الانترنت من قبل و لم يكونوا اعضاء سابقين فيها و انهم ايضا تختلف مواقفهم من حيث رأيهم في مراعاة البرامج الرياضية الموضوعية في المادة المطروحة حيث يري غالبية مفردات العينة ممن يتابعون القنوات العربية الرياضية انها لا تراعي الموضوعية في المادة المطروحة في البرنامج بينما يري غالبية مفردات العينة ممن يفضلون مشاهدة القنوات المصرية الرياضية الخاصة و قناة النيل للرياضة انها تراعي الموضوعية في المادة المطروحة و تتفق الفئات الثلاثة علي اهتمام البرامج الرياضية بدقة اختيار القضايا المطروحة و تناسبها للزمن المخصص للمعلومات و تناسبها ايضا للمراحل العمرية المختلفة و ملائمة مساحة البرامج الرياضية مع هدف كل برنامج و كم المعلومات المقدمة علاوة علي ملائمة توقيت عرض البرامج من الهدف منها.

في نفس الوقت فان متابعين القنوات العربية الرياضية يري اغلبهم بعدم تناسب المساحة المخصصة بتوعية الشباب رياضيا و يري المتابعين للقنوات المصرية الرياضية بان البرامج المعروضة لتوعية الشباب للرياضة عدم التزام الكوادر البشرية فيها بالحياد و الموضوعية اتجاه القضايا التي يقومون بتغطيتها كذلك الحال حيث يري اغلبية المتابعين للقنوات العربية الرياضية عدم التزام الكوادر البشرية فيها بالحياد و الموضوعية اتجاه القضايا التي يقومون بتغطيتها و يري اغلبية مفردات العينة من المتابعين للقنوات المصرية الخاصة و قناة النيل للرياضة التزام الكوادر البشرية فيها بالحياد و الموضوعية اتجاه القضايا التي يقوم بطرحها.

العلاقة بين ممارسة رياضة معينة وتوجهات عينة الدراسة نحو روابط الانترنت

الجدول رقم (7) يوضح العلاقة بين ممارسه رياضة معينة وتوجهات عينه الدراسة نحو روابط الانترنت

| المتغير التابع  | انت لاعب رياضي لرياضة محدد |    | Pearson Chi-Square/Fisher's Exact Test) | Phi correlation |       |        | Eta Squared |       |
|---|----------------------------|----|---|-----------------|-------|--------|-------------|-------|
|   | نعم                        | لا |   | Value           | P     | R      |             | P     |
|   |                            |    |   |                 |       |        |             |       |
| تساهم الانترنت كثقافة جديدة في نشر أساليب تشجيع جديدة                       | نعم                        | 47 | 98                                      | .305a           | 0.581 | 0.039  | 0.581       | 0.002 |
|   | لا                         | 15 | 38                                      |                 |       |        |             |       |
| الانتقال من التشجيع الكلاسيكي الي التشجيع المنظم عبر الانترنت له دور ايجابي | نعم                        | 47 | 90                                      | 1.853a          | 0.173 | 0.097  | 0.173       | 0.009 |
|   | لا                         | 15 | 46                                      |                 |       |        |             |       |
| فكره الانترنت تمثل ايجابيه تساهم في دعم الفريق الرياضي                      | نعم                        | 50 | 104                                     | .429a           | 0.512 | 0.047  | 0.512       | 0.002 |
|   | لا                         | 12 | 32                                      |                 |       |        |             |       |
|   | نعم                        | 31 | 85                                      | 2.742a          | 0.098 | -0.118 | 0.098       | 0.014 |

توجهات طلاب جامعة الإسكندرية نحو البرامج التليفزيونية الرياضية وموقفهم من ظاهرة الانتراس: دراسة ميدانية

|  |     |    |     |        |       |        |       |       |
|--|-----|----|-----|--------|-------|--------|-------|-------|
| تساهم روابط الانتراس في زيادة العنف في المجتمع   | لا  | 31 | 51  |        |       |        |       |       |
| السلوكيات السلبية لجماعات الانتراس لا ترتبط بموقف الفريق في حالة الفوز او الخسارة                      | نعم | 31 | 79  | 1.128a | 0.288 | -0.075 | 0.288 | 0.006 |
|  | لا  | 31 | 57  |        |       |        |       |       |
| تزيد السلوكيات السلبية لجماعات الانتراس عند الهزيمة  | نعم | 36 | 99  | 4.259a | 0.039 | -0.147 | 0.039 | 0.022 |
|  | لا  | 26 | 37  |        |       |        |       |       |
| تساهم جماعات الانتراس في خلق علاقة ايجابية بين الأندية المختلفة  | نعم | 39 | 65  | 3.899a | 0.048 | 0.14   | 0.048 | 0.02  |
|  | لا  | 23 | 71  |        |       |        |       |       |
| ساهمت روابط الانتراس بشكل ايجابي في احداث يناير ٢٠١١   | نعم | 39 | 76  | .862a  | 0.353 | 0.066  | 0.353 | 0.004 |
|  | لا  | 23 | 60  |        |       |        |       |       |
| تخلق روابط الانتراس حالة من الفوضى في المجتمع  | نعم | 35 | 73  | .132a  | 0.716 | 0.026  | 0.716 | 0.001 |
|  | لا  | 27 | 63  |        |       |        |       |       |
| الانتراس لها دور في تفعيل ثقافته التشجيع اللوحات الفنية، الجرافيتي كانت موجودة قبل ظهور روابط الانتراس | نعم | 49 | 103 | .260a  | 0.61  | 0.036  | 0.61  | 0.001 |
|  | لا  | 13 | 33  |        |       |        |       |       |
| تساهم الانتراس في رفع الوعي الرياضي  | نعم | 40 | 87  | .006a  | 0.941 | 0.005  | 0.941 | 0.000 |
|  | لا  | 22 | 49  |        |       |        |       |       |
| تفقد الانتراس الجماهير بعيدا عن الفوضى   | نعم | 29 | 68  | .177a  | 0.674 | -0.03  | 0.674 | 0.001 |
|  | لا  | 33 | 68  |        |       |        |       |       |
| تساعد الانتراس في تنظيم المباريات  | نعم | 41 | 86  | .155a  | 0.694 | 0.028  | 0.694 | 0.001 |
|  | لا  | 21 | 50  |        |       |        |       |       |
| تم استغلال الانتراس سياسيا خلال الثورات  | نعم | 51 | 101 | 1.526a | 0.217 | 0.088  | 0.217 | 0.008 |
|  | لا  | 11 | 35  |        |       |        |       |       |
| انتهت ظاهره الانتراس ولم يعد لها وجود  | نعم | 21 | 55  | .777a  | 0.378 | -0.063 | 0.378 | 0.004 |
|  | لا  | 41 | 81  |        |       |        |       |       |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن غالبية مفردات العينة ممن يمارسون لعبة محددة أو لا يمارسون أن روابط الانتراس ساهمت في الانتقال من التشجيع الكلاسيكي للتشجيع المنظم و هو دور ايجابي يساعد في دعم الفريق الرياضي رغم اقتناعهم أن هذه الروابط ساعدت في زيادة العنف في المجتمع و أن سلوكيات الانتراس السلبية لا ترتبط بسلوكيات الفريق في حالة الفوز أو خسارة في حين يعتقدون أن هذه السلوكيات السلبية تزيد عند الهزيمة كما يرون أن جماعات الانتراس ساهمت بشكل ايجابي في احداث يناير (2011) لكنها بعد ذلك اسهمت في خلق حالة من الفوضى في المجتمع و يتفقون علي أن جماعات الانتراس تم استغلالها سياسيا خلال تلك الفترة كمان يري غالبية مفردات العينة ممن يمارسون الرياضة أو لا يمارسون الرياضة أن ظاهرة الانتراس لم تختفي و أنها مازالت موجودة.

### خاتمة الدراسة:

يتضح لنا من تحليل نتائج الدراسة أن الاهتمام بمشاهدة القنوات العربية الرياضية و المصرية الحكومية و الخاصة لا يزال يأتي في مقدمة اهتمامات طلاب الجامعات المصرية و يمثلهم في هذه الدراسة طلاب جامعة الاسكندرية ، حيث اتضح تفضيل غالبية مفردات عينة الدراسة لمتابعه القنوات الفضائية العربية في المرتبة الاولى تليها القنوات الفضائية المصرية الخاصة وأخيرا قناة النيل الرياضية، كذلك فان نصف افراد العينة تقريبا (٤٩.٥٥ %) لا يرون ان البرامج الرياضية لا تراعي الموضوعية في المواد التي تطرحها ، رغم ان (٤٢ %) تري اهتمام البرامج الرياضية بدقه اختيار القضايا المطروحة، واكثر من (٧١ %) من مفردات العينة يرون تلاعب مساحه البرنامج مع هدفه وكم المعلومات المقدمة، كما يرون تنوع القضايا التي يتم عرضها كما يري (٨٠ %) ان تلك البرامج الرياضية تراعي الاهتمام بقضايا الرأي العام الرياضية .

كما اتضح أن (٥٥ %) من مفردات العينة تفضل ان يكون مقدم البرنامج من الذكور، وان (٦٥ %) يرون ان ما يقدمه مقدم البرامج الرياضي من محتوى يعطي صورة واضحة وكاملة ، وان (٨١ %) يستخدم طريقة شيقة وسهله يمكن استيعابها، ويرى (٧١ %) أن مقدمي البرامج يتميزون برجه عاليه من الثقافه الرياضية، والقدرة علي توصيل المعلومات الرياضييه بسهولة، ويرى (٦٢ %) أنهم لديهم القدرة علي الاقناع .

اما فيما يتعلق بدور البرامج الرياضية في ابراز المواقف الإيجابية وعرض القدوة الحسنة فيرى (٦٨ %) ان البرامج الرياضييه تقوم بذلك ويرى (٦٣ %) ان تلك البرامج تعمل علي الالتزام بالقيم التربوية والأخلاقية اثناء المباريات، ويرى (٥٢ %) ان البرامج اتعمل علي تحقيق التنشئة الرياضية السليمة للمشاهدين، وأن (٥٩ %) يرون أن الهدف العام لتلك البرامج يتوافق مع قيم المجتمع ودرجة وعيه .

يرى (٧٣ %) من مفردات العينة ان الانتراس ساهم في نشر أساليب جديده للتنشجيع الرياضي ، كما يري (٦٩ %) ان الانتراس ساهم في الانتقال من التشجيع التقليدي الي التشجيع المنظم بما له من إيجابيات ، بينما يري (٧٧ %) ان فكره الانتراس في ذاتها فكرة ايجابية تساهم في دعم الفرق الرياضية.

رغم ذلك فان (٥٨ %) تري ان هذه الروابط تسهم في زيادة العنف في المجتمع ويرى (٥٥ %) ان هذه السلوكيات السلبية لا ترتبط بحال الهزيمة الرياضية فقط، وان كان (٦٨ %) تري انها تزيد في حال الهزيمة .

أما فيما يتعلق بالمواقف السياسية للانتراس فيرى (٥٨ %) ان روابط الانتراس ساهمت إيجابيا في احداث يناير ٢٠١١ ويرى (٥٤ %) ان هذه الروابط تسهم في خلق حالة من الفوضى في المجتمع، و (٧٦ %) يري انهم تم استغلالهم سياسياً في تلك الاحداث.

أما فيما يتعلق بمستقبل هذه الظاهره فان (٦١ %) من مفردات العينة لا تري ان هذه الروابط قد انتهت وانها لا تزال موجودة وتعمل. كما يتضح لنا أن غالبيتهم علي دراية بروابط التشجيع الرياضية و الانتراس و علي تفضيلهم لمشاهدة البرامج الرياضية سواء كانوا أعضاء في

روابط الانترنت أم لم يكونوا أعضاء كما أن المتغيرات الديموغرافية المتعلقة بجنس المبحوث لا تؤثر علي اختياراته حيث يفضل الذكور و الإناث مقدمي البرامج الرياضية من الذكور كذلك لا تؤثر طبيعة التخصص في الكليات النظرية و الكليات العملية علي تفضيلهم لقنوات النيل الرياضية حيث أنها تأتي في المرتبة الثالثة في التفضيل سواء كانت كليات نظرية أو كليات عملية أما من حيث السفر للخارج فإنه لا يؤثر علي تفضيلهم للقنوات الرياضية.

كما اتفقت النتائج على كون روابط الانترنت تساهم في زيادة العنف في المجتمع و تسهم في تغيير ثقافة التشجيع الكلاسيكي و أن هذه الظاهرة لم تنته بعد.

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية الرياضية الى يفضل المبحوثين مشاهدتها والجامعة التي ينتمي اليها المبحوث (دمنهور – الإسكندرية) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 0.218 وهي أكبر من 0.05. كذلك لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المام المبحوث عن وجود روابط التشجيع الرياضي الانترنت من قبل والجامعة التي ينتمي اليها (دمنهور – الإسكندرية) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 0.503 وهي أكبر من 0.05 .

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة المبحوث لرياضه محده والجامعة التي ينتمي اليها (دمنهور – الإسكندرية) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 0.508 وهي أكبر من 0.05 . كذلك لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عضوية رابطة تشجيع فريق رياضي التراس والجامعة (دمنهور – الإسكندرية) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 0.473 وهي أكبر من 0.05.

بينما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة المبحوث لرياضه محده " والحالة التعليمية (طالب – خريج) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 0.013 وهي أقل من 0.05 .

كما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عضوية في رابطة تشجيع فريق رياضي التراس " والحالة التعليمية للمبحوث (طالب – خريج) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 1 وهي أكبر من 0.05 .

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية الرياضية الى يفضل المبحوثين مشاهدتها والكلية التي ينتمي اليها المبحوث (نظرية – عملية) حيث كانت قيمة معنوية اختبار فيشر 0.326 وهي أكبر من 0.05 .

بينما توجد علاقة لها دلالة إحصائية بين العضوية في مجموعة التراس وبين استجابة المبحوث لعبارتي (انتهت ظاهره الانترنت ولم يعد لها وجود، تساهم روابط الانترنت في زيادة العنف في المجتمع) حيث كانت قيم المعنوية أقل من 0.05 مما يعني وجود علاقة بين المتغيرات. كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كون المبحوث لاعب رياضي لرياضة محددة وبين موقف المبحوث من عبارات (تساهم جماعات الانترنت في خلق علاقه ايجابية بين الأندية المختلفة، تزيد السلوكيات السلبية لجامعات الانترنت عند الهزيمة، تراعي البرامج الرياضية التوازن في تناول والاهتمام بالأنشطة الرياضية المختلفة ( جماعية – فردية)، تتناسب المساحة المخصصة لتوعية للشباب رياضيا) حيث كانت قيم المعنوية أقل من 0.05 مما يعكس وجود علاقة بين المتغيرات.

ان النظر الي هذه النتائج المهمة يدفع الي التأمل في أهمية البرامج الرياضية التليفزيونية حيث كشفت الدراسة عن درجة عالية من الوعي الثقافي بقضايا الرياضة المصرية وعلني وعلني أيضا بقضايا المعالجات الإعلامية في الاعلام الرياضي وواجبات البرامج الرياضييه في الاهتمام بمختلف الألعاب والالتزام بالحياد والدقة والموضوعية وتجنب الشحن العاطفي والخروج عن النص. كذلك كشفت النتائج عن استمرار وجود روابط الالتراس، وعلني أهمية دورهم في الحياة الرياضية بالتالي فانه الواجب تقويم تجربتهم واحتواءهم وليس اقصاؤهم او محاولة تجاهلهم.

### توصيات الدراسة

#### توصي الدراسة بالتالي:

- ضرورة إعادة النظر في خلق قنوات اتصال بين مجموعات الالتراس و الأندية الرياضية بحيث تتمكن الأندية الرياضية بالاستفادة من قدرة روابط الالتراس في التنظيم و التشجيع و طاقتهم الإيجابية في اللافتات و الغناء و إضافة الحماس و مساعدتهم في التخلص من ميلهم نحو العنف سواء كان فيزيقي أو عنف لفظي معنوي. من خلال هذا الهيكل المنظم داخل الأندية للتعامل مع روابط الالتراس يتم إحكام التنسيق مع الجهات الأمنية لتجنب حدوث أي صدامات في المباريات.
- أهمية تخصيص مناطق تشجيع للالتراس ذات مداخل ومخارج مختلفة تتناسب مع أهداف الالتراس وطريقتهم في التشجيع و في نفس الوقت تحقق لهم الوقاية و الحماية المطلوبة.
- وضع ضوابط اتصالية تهدف للقضاء على الشائعات الرياضية المختلفة وعدم استخدام لغة تحريضية في البرامج التليفزيونية الرياضية.
- تفعيل الميثاق الأخلاقي للبرامج التليفزيونية بشكل عام بما فيه التأكيد على تجنب الانحياز والالتزام بالموضوعية.
- ضرورة الاهتمام بقناة النيل الرياضية باعتبارها القناة الرياضية الحكومية المصرية والتي يقع عليها العبء الأكبر في تنشئة الشباب رياضياً في وعلني الرياضي السليم. ضرورة الاهتمام بتطوير المحتوى الرياضي العربي بحيث يكون متوازناً في تغطية الألعاب المختلفة الجماعية والفردية.
- ضرورة النظر إلى أن ظهور مجموعات التشجيع الرياضي الالتراس ترتبط بجوانب نفسية مختلفة و بسن المراهقة لدي الشباب و بالتالي لابد من النظر إلى تضايف القوي من المؤسسات الحكومية و منظمات المجتمع المدني المهتمة بالجوانب النفسية لدي الشباب على نحو يحقق تنشئة رياضية سليمة.
- لا ينبغي القاء عبء هذه الظاهرة على الجهات الامنية فقط أو وزارة الداخلية، بل ينبغي أن يكون هناك إدراك لأهمية دور الأسرة و المؤسسات التعليمية مثل المدارس و الجامعات في احتواء الشباب رياضياً و نفسياً و اجتماعياً.



### قائمة المراجع :

1. إبراهيم، احمد محمد محمود (2013) تأثير التعرض للقنوات الفضائية على تغيير الثوابت الثقافية والاجتماعية، دراسة حالة على قرية بصعيد مصر، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.  
<http://erepository.cu.edu.eg/index.php/cutheses/article/view/2245>
2. إبراهيم، خضرة عيد محمد (1993) أثر استخدام جهاز التليفزيون على نشر الثقافة الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنات، جامعة الزقازيق.
3. إبراهيم، سهير صالح (2013)، دور البرامج الرياضية في القنوات المصرية الفضائية في مواجهة التعصب الرياضي، كلية التربية النوعية جامعة القاهرة.  
[https://joa.journals.ekb.eg/article\\_79781.html](https://joa.journals.ekb.eg/article_79781.html)
4. إبراهيم، نشوى إمام (2003) تأثير الاعلام المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنات، القاهرة.  
<http://search.mandumah.com/Record/534732>
5. احمد، سامية (2000) الإعلام الرياضي، ندوة علمية، البحرين.
6. احمد، محمد سيد – ياسر، إيمان بالله (2012)، الإعلام وتزيف الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع تداعيات ثورة 25 يناير، دار الكتاب للنشر.  
<https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=egb178936-5191498&search=books>
7. بدوي، محمد عيده محمد (2010) دور برامج الرأي في القنوات الفضائية العربية في دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربي، رسالة ماجستير غير مشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
8. بشير، محمد جمل (2011)، التراس. عندما تتعدى الجماهير الطبيعي، دار دون للنشر والتوزيع، القاهرة جمهورية مصر العربية.
9. البكري، ايداد شكري (2000) المسلمون في مواجهة البث المباشر، دار تطويق للنشر، الرياض.
10. بن سماتي و أخرون (2019)، التراس، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
11. جابر، امل محمد (2006) دور الصحف والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية فجوة المعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
12. الحديدي، مني سعد – علي، سلوى إمام (2004) الاعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
13. حسن، اكرام محمد (2000) دوافع العمل في الإعلام الرياضي رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية بنين جامعة حلوان.
14. حسين، الشيماء عبد المنعم احمد (2009) الاعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الصحية للرياضيين رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، مصر.
15. حسين، ليلي مصطفى (1998) دور وسائل الاعلام في ادماج طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الاحداث السنوي الرابع، الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، بحث منشور بالمؤتمر العلمي، كلية الاعلام.
16. الحسيني، امانى عمر (2004) استخدامات الشباب المصري للتليفزيون الفضائي المجلة المصرية لبحوث الاعلام العدد ٢٢ كلية الاعلام جامعة القاهرة يناير – يونيو ٢٠٠٤ ص-ص ٧١-١١٨
17. حفصاوي، بن يوسف (2001) "السلوكيات العدوانية واعمال العنف عند المتفرجين في ملاعب كرة القدم، رسالة ماجستير في علم النشاط البدني الرياضي، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر.
18. الخشاب، احمد محمد (1998) الضبط الاجتماعي اسسه النظرية وتطبيقاته العملية، مطبعة المعرفة، ط١، القاهرة.
19. خضور، اديب (1994) الاعلام الرياضي ط١ دمشق سوريا.
20. خضور، اديب (2005) الاعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية.

21. الخطيب، احمد ماهر فتحي (2006) تقويم البرامج الرياضية بالقناة السادسة رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية جامعة طنطا ص 19-ص 20
22. رمزي، ماهينور يحيى (2003) التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب الجامعي علي القنوات الفضائية الاخبارية كمصدر للمعلومات، بحث منشور مجلة العلوم الانسانية، جامعة المنيا، العدد 47
23. الزمزي، سماح محمد (2009) دور البرامج الثقافية للقنوات الفضائية العربية في تكوين الوعي الثقافي والاجتماعي لدي طلاب الجامعة رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التربية جامعة المنصورة ص 219
24. زهران، حامد عبد السلام (1984) علم النفس الاجتماعي عالم الكتب القاهرة طه ص 340
25. السكري، احمد شفيق (2000) قاموس الخدمة الاجتماعية وتنمية الموارد البشرية للمشروعات القومية، بحث منشور إلى المؤتمر العلمي، القاهرة.
26. سليم، حنان احمد - سلامة، حسام علي (2002) علاقة طلاب جامعات صعيد مصر بالقنوات الفضائية، مجلة كلية الآداب العدد التاسع جامعة أسيوط ص-ص 91-92
27. سليمان، عصام علي عبد السلام (2014) اتجاهات النخبة والجمهور العام نحو الضوابط المهنية في برامج التليفزيونية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
28. الشافعي، حسن احمد (2003) الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء للطباعة والنشر الاسكندرية، مصر
29. شاهين، هبه امين (2006) اعتماد الشباب الجامعي علي المواقع الاذاعية والتليفزيونية والالكترونية للحصول علي المعلومات السياسية، بحث منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع العدد الأول.
30. شحاته، حسن (2010) التعليم الجامعي والتقويم الجامعي، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة.
31. الشريف، سامي (2004) الفضائيات العربية، رؤية نقدية، دار النهضة العربية، القاهرة.
32. شنودة، ايمان نصري الانترنت بين الحركة الاجتماعية والتنظيم الارهابي، دراسة استطلاعية على عينة من الانترنت والامن والجمهور بمحافظة القاهرة الكبرى، محلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 39 (الجزء الثاني)
33. صابر، اميرة (2013) معالجة البرامج التليفزيونية الرياضية لظاهرة شعب جماهير الانترنت في مصر بعد ثورة 25 يناير، جامعة عين شمس، المجلد 16، العدد 58 (31 مارس 2013)، ص ص. 21-29، 9ص
34. صبري، احمد مصطفى (2010) الوعي النقدي في عصر المعلومات، جريدة المدينة، الخميس 28 يناير، جدة.
35. صبري، أشرف منير (1999) بناء إستراتيجية البرامج الرياضية في التليفزيون المصري رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة حلوان كلية التربية الرياضية بنين.
36. عادل، دينا محمد (2017)، اليات مواجهة الاتحاد المصري لكرة القدم المظاهر السلبية للانترنت من منظور التشريعات الرياضية، قسم الادارة الرياضية - كلية التربية الرياضية للبنات - جامعة الإسكندرية - جمهورية مصر العربية.
37. العبادي، جلال نافع (1996) أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية في نشر الرياضية بين أوساط الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية، جامعة بغداد.
38. عبد الحليم، محي الدين (1999) الاعلام والانتاج، بحث منشور بمجلة الدراسات الاعلامية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، عدد 53، القاهرة.
39. عبد الحميد، بلال بداع (2014) دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في نشر الثقافة الرياضية الشباب العربي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
40. عبد الحميد، محمد (1992) دراسة الجمهور في وسائل الاعلام عالم الكتب القاهرة ط 1 ص 121
41. عبد الحميد، محمد (2012) التربية الاعلامية والوعي بالأداء الاعلامي، ط 1، عالم الكتب، القاهرة.

42. عبد الرحيم، عطا حسن (1989) معالجة الصحافة لظاهرة العنف بملاعب كرة القدم. رسالة دكتوراة غير منشورة القاهرة كلية التربية الرياضية بنات.
43. عبد الله، مجدي (2000) السلوك الاجتماعي وديناميكية محأولة تفسيريه، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية.
44. عبد المعطي، عبدالباسط (2000) دراسات وقضايا في التنمية البديلة، ط1 ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
45. عبد المقصود، ابراهيم محمود – الشافعي، حسن (2003) القيادة الإدارية، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر.
46. العبد، عاطف عدلي (2006) الاذاعة والتلفزيون في مصر، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة.
47. العدل، انجي حلمي محمود (2011) دور القنوات الفضائية المصرية والعربية في ترتيب أولويات القضايا الرياضية لدي الشباب الجامعي (دراسة مسحية)، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية النوعية الاعلام التربوي، كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية.
48. على، سمير عبد الحميد (2006) الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، لطبعة الأولى، الإسكندرية.
49. عودة، محمود (1996) مؤتمر القرية المصرية، الواقع والمستقبل، الجزء الثاني، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، قسم بحوث المجتمعات الريفية والصحراوية، القاهرة.
50. عوض، محسن – سالم، ممدوح (2012) ثورة جيل الانتراس، ط1، المنظمة العربية لحقوق الانسان، مصر.
51. عوض، محسن -سالم، ممدوح (2012)، الانتراس.. ثورة جيل جديد تحتضنه المنظمة العربية لحقوق الانسان بالتعاون مع جريدة المشهد، القاهرة.
52. فاضل، وفاء احمد دراسة تحليلية للبرامج الرياضية في تلفزيون جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية بنات جامعة حلوان القاهرة
53. فهمي، محمد سيد (2000) الخدمة الاجتماعية وتنمية الموارد البشرية للمشروعات القومية، بحث منشور بالمؤتمر العلمي الثالث، كلية الخدمة الاجتماعية، القاهرة.
54. فوزي، احمد امين (2003) مبادئ علم النفس الرياضي، المفاهيم والتطبيقات، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى.
55. فيصل، عبير عبد المنعم ( 2009) علم الاجتماع وتنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية والعالمية، ط1 ، المؤسسة العربية للاستثمارات العملية وتنمية الموارد البشرية ، القاهرة.
56. كسبر، محمود محمد (1995) المثقفون والوعي، دراسة في علم اجتماع المعرفة، القاهرة.
57. كنعان، علي عبد الفتاح (2014) الاعلام الرياضي، ط1، دار البازوري للنشر، الأردن.
58. مبارك، حسام الدين السيد (2003) دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدي طلاب بعض الجامعات المصرية رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية جامعة طنطا ص ٢٩
59. مبارك، علي طاهر إسحاق (2004) العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة كلية الاعلام جامعة القاهرة، مصر.
60. محمد، صفاء عثمان (2002) دور قنوات النيل الاخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدي عينة من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
61. محمد، محمد هلال (2003) استخدامات الشباب الجامعي للقنوات وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد رسالة ماجستير غير منشورة كلية الآداب جامعة أسيوط.
62. محمد، مصطفى حمدي احمد (2010) أثر التعرض للقنوات الفضائية العربية والأجنبية على السلوك الاجتماعي المصري للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا.

63. محمود، عوض يس - محمد، عبد الناصر عابدين- احمد، سهير احمد (2020) الالتراس في ملاعب كرة القدم في السودان، مجلة علوم الاداء الرياضي المجلد ٢ العدد ٢ ديسمبر ٢٠٢٠ الصفحات من ١٢٠ ل ١٢٩
64. المرسي، حسام الدين السيد (2003) دور وسائل الاعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية بنين، جامعة الإسكندرية.
65. مصطفى، عادل حسن (1991) الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى طلاب جامعة المنيا، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية بنين، جامعة المنيا.
66. الهنداوي، ايمن محمد إبراهيم (2001) تحليل برامج التليفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير غير منشورة قسم الترويج الرياضي كلية التربية الرياضية جامعة طنطا.
67. وادي النيل، وليد (2007) علاقة التعرض لوسائل الإعلام بمستويات التعصب الاجتماعي لدى الجمهور: دراسة ميدانية على مدينة بورسعيد. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام كلية الإعلام جامعة القاهرة، المجلد الثامن العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر 2007، ص ص 71-155.
68. يوسف، حمريط (2019) دور جماعات الالتراس في تنظيم الجماهير في ملاعب كرة القدم في الجزائر: التراس نادي وفاق اسطيف انموذجا، مذكرة ضمن متطلبات شهادة الماستر قسم الإدارة والتسيير الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة محمد بوضياف.

#### المراجع الاجنبية:

1. Fuller, Andy & Junaedi, Fajar. (2017). Ultras in Indonesia: conflict, diversification, activism. Sport in Society. 1-13. 10.1080/17430437.2017.1300392.
2. B. Zani and E. Kircher (1991): When Violence overshadows the spirit of sporting competition: Italian Football Fans and their clubs. In: journal of community and applied social psychology (Vol.1, issue1, 1991) pp 5-21.
3. Bloom, David E. (2002): Mastering Globalization from ideas to Action on Higher education reform, Harvard university, 19 September 2002.
4. Daniel Beck and Louis Bosshart (2003): Sports and Media, Communication research trends, Center for the Study of Communication and Culture, Vol (22), No. (4).
5. David Westerman and Ron Tamborini (2010): Scriptedness and televised sports: veiled consumption and viewer enjoyment in journal of language and social psychology Pulling 29 number, 2010 pp 321-337.
6. Denis Mc Queen (1992): "Mass communication theory", An introduction, sage: Newbury Park A, 1992.
7. Erik M. Peterson M.A. & Arthur A. Raney (2008) Reconceptualizing and Reexamining Suspense as a Predictor of Mediated Sports Enjoyment, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 52:4, 544-562, DOI: [10.1080/08838150802437263](https://doi.org/10.1080/08838150802437263)
8. Gerber George, gross, Larry, Morgan, Michael and signori Elli, Nancy, (2002) Growing Up with Television: Cultivation Processes, Media Effects 2nd Edition, imprint Routledge Pages 26 <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781410602428->

[7/growing-television-cultivation-processes-george-gerbner-larry-gross-michael-morgan-nancy-signorielli-james-shanahan](#)

9. Morgan & Nancy signori Elli (1990): Cultivation Analysis New Direction and Methodology "In signori Elli and Morgan, cultivation analysis" New Direction in Media Effects Research. California, sage pubs.
10. Paterson, Steven (1990): "political Behavior patterns in Everyday Life" Newbury, CA: sage.
11. Richard Patrick (1995): Public Television and High-Performance Sport in Canada, PHD (Carleton university).
12. Rogers, E.M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Free Press.
13. Rogers, Everett (16 August 2003). Diffusion of Innovations, 5th Edition. Simon and Schuster. ISBN 978-0-7432-5823-4.
14. Sarag D. (1990): "an introduction to sociology" 3ed., Macmillan co., Inc., N.y.
15. Scrammed W. (1992) "Mass Media and National Development" the Role information in the Developing countries, California, Stanford university.
16. Spaaij, Ramón - Viñas, Carles (2005) Passion, Politics and Violence: A Socio-historical Analysis of Spanish Ultras, Soccer and Society, Vol. 6, No. 1, March 2005, pp. 79-96.
17. Testa A. and Armstrong, G (2008). Words and Actions: Italian ultras and neo-fascism. Social identities: journal for the study of race, nation, and culture, 14(4), 473-490.
18. Valente, T.; Rogers, E. (1995). "The Origins and Development of the Diffusion of Innovations Paradigm as an Example of Scientific Growth". ScienceCommunication.16(3):242-273. doi:10.1177/1075547095016003002. PMID 12319357.