

نقش رسانه‌های اجتماعی بر توسعه رفتارهای اوباش‌گرایانه تماشاگران فوتبال

اسکندر حسین پور*^۱، مرادعلی نیازی پور^۲، سید محمد کاشف^۳، قدرت اله باقری^۴، یوسف منگشتی جونی^۵

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تهران
۲. کارشناسی ارشد تربیت بدنی دانشگاه ارومیه
۳. دانشیار دانشگاه ارومیه
۴. استادیار دانشگاه تهران (پدیس فارابی)
۵. کارشناسی ارشد تربیت بدنی دانشگاه ارومیه
(تاریخ دریافت: ۹۳/۰۴/۰۱ - تاریخ تصویب: ۹۳/۰۶/۲۵)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر توسعه خشونت و رفتارهای اوباش‌گرایانه تماشاگران فوتبال می‌باشد. جامعه آماری شامل تماشاگران آشوبگر فوتبال لیگ برتر و جام حذفی در سال ۹۰ و ۹۱ بود. نمونه آماری با توجه به شرایط خاص و محدودیت‌های موجود، در دسترسی به اطلاعات، از بین افرادی که چندین بار در خشونت‌های مرتبط با ورزش در ورزشگاه‌ها از طرف پلیس دستگیر شده بودند، ۱۰۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده گردید که روایی آن توسط استادان مجرب رشته‌های علوم انتظامی، تربیت بدنی و کارشناسان خبره در حیطه‌ی رسانه بررسی و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ $r = 0.91$ محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون KMO جهت مناسب بودن عناصر برای عامل فرایند اجتماعی شدن و از آزمون گاما و ضریب توافق جهت تعیین رابطه استفاده گردید. با توجه به معنی‌دار شدن آزمون گاما و ضریب توافق، ارتباط بین تحریک رسانه‌های جمعی بر بروز رفتارهای اوباش‌گرایانه تماشاگران آشوبگر فوتبال مورد تأیید قرار گرفت ($p < 0.05$). بنابراین هرچه تحریک تماشاگران از طریق رسانه‌ها افزایش یابد، رفتارهای اوباش‌گرانه نیز افزایش خواهد یافت؛ لذا تجدید نظر در محتوای برنامه‌های ورزشی رسانه‌ها برای پیشگیری از اوباشگری و خشونت ضروری به نظر می‌رسد.

واژه‌های کلیدی: فوتبال، تماشاگران، رفتارهای اوباش‌گرایانه، رسانه‌ها، تحریک.

مقدمه

است؛ کارکرد آشکار و مثبت ورزش، همان سلامت جسم و روان، طول عمر، عقل سالم و بدن سالم است (کاظمی، ۱۳۸۸). از این منظر ورزش وسیله‌ای برای رسیدن به اهداف مطلوب‌تر و والاتر است (رحمتی، ۱۳۸۸). ورزش تمرین همکاری، تعاون اجتماعی و سازش با هم‌نوعان است (فلاحی، ۲۰۱۱). رقابت در ورزش نوعی سبقت جویی سالم و آموزنده اخلاق بقاء، رشد و پیشرفت انسان‌ها در زندگی اجتماعی است (استرلاز، ۲۰۰۵). بدون تردید اقدام به ورزش یا تماشای مسابقات ورزشی، نوعی تفریح سالم، پرنشاط و طرب‌انگیز اجتماعی است که خود به فراگیری بسیاری از رفتارهای اجتماعی و الگوهای اخلاقی در جامعه کمک می‌کند و به یک معنا مانع از اتلاف وقت افراد در امور غیرهنجار و انحراف می‌شود (انورالخولی، ۱۳۸۱).

گاهی اوقات این جریان سالم تفریحی و سازنده که بسان عاملی پنهان در امر کنترل اجتماعی و بهسازی فردی عمل می‌کند، خود، در مسیر انحرافی قرار می‌گیرد و به عامل تخریب وحدت و وفاق اجتماعی تبدیل می‌شود (رامون، ۲۰۰۷). در میان انواع ورزش‌های پرطرفدار و جاذب، فوتبال جایگاه ویژه‌ای دارد (مارش، ۲۰۰۸). تماشاگری به عنوان یک بخش مهم از پدیده فوتبال در جامعه امروزی نیز به عنوان سگه‌ای دورویه با واقعیتی زشت و زیبا تعبیر می‌شود و جنبه‌های مثبت آن با کارکردهای فوق‌العاده ارزشمند در کنار رویکرد منفی و عوارض زیانبار آن آمیخته است و طبیعی است که یکی از عوارض منفی پدیده اوباشگری و وندالیسم در میان تماشاگران است (رحمتی، ۱۳۸۶). تاریخ ورزش آینده از وقایع فراوان و حتی رخدادهای بزرگی است که به خشونت و آشوب در ورزش مربوط می‌شوند و در این زمینه، فوتبال صدرنشین همه است.

حوادث آشوبگرانه در مسابقه فوتبال ۱۹۶۴ بین آرژانتین و پرو ۳۱۸ کشته برجای گذاشت و در سال ۱۹۶۹ جنگ بین هندوراس و السالوادور به علت برگزاری مسابقه فوتبالی شعله‌ور شد که در چهارچوب مسابقات مقدماتی جام جهانی در مکزیک برگزار شده بود. مرگ و زخمی شدن تعداد زیادی در مسابقه بین دو تیم سلتیگ و گلاسکوردنجرز اسکاتلند و دو تیم رقیب در ترکیه و تحریم بازی فوتبال در دادگاه منچستر ۱۹۰۸ و صدها مورد دیگر، شاهدهی بر این مدعاست (انورالخولی، ۱۳۸۱). پژوهشگران و نظریه‌پردازان علوم اجتماعی دلایلی را مطرح و تفسیرهای متفاوتی در مورد رفتار اوباشگرانه و خشونت تماشاگران مسابقات ارائه داده‌اند که گستره آن، از دگرگونی‌های کلان اجتماعی تا عامل‌های خرد را دربر می‌گیرد. با گسترش تدریجی فرهنگ طرفداری و تماشاگری در ورزش، همچنین مسائل پرخاصگرانه آن نظر محققان و پژوهشگران را در سال‌های اخیر به خود معطوف داشته است (قاسمی، ۱۳۸۸).

امروزه رسانه‌ها قوی‌ترین ابزار برای طرح و رواج اندیشه‌ها و کارآمدترین وسایل نفوذ فرهنگ‌ها و نگرش‌ها به جوامع محسوب می‌شوند (قاسمی، ۱۳۸۶). رسانه‌های اجتماعی به عنوان عامل انتقال ارزش‌ها دامنه وسیعی دارند و همه افراد جامعه بدون در نظر گرفتن طبقه اجتماعی تحت تأثیر رسانه‌ها قرار می‌گیرند (معمدندزاد، ۱۳۸۵). نظریه گلوله (تزریق سوزنی) نامی است که پژوهشگران به یکی از مفاهیم اثرهای ارتباطی داده‌اند، این دیدگاه پیش‌بینی می‌کند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آنها قرار می‌گیرند، تأثیر قوی و کم و بیش یکسان دارند (هنری، ۱۳۹۱). فرهنگ حاکم بر مردم متأثر از عوامل مختلف اجتماعی است (مارش، ۲۰۰۸). این عوامل می‌توانند باورها، نگرش‌ها و عملکردها را تحت تأثیر خود قرار دهند. در این میان رسانه‌های گروهی یکی از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی، اطلاع‌رسانی، آموزشی و عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌آیند (مرادی، ۱۳۹۰). رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین زیربناهای ساختار ارتباطی و اطلاعاتی و وسیله‌ای مفید برای کسب آگاهی بیشتر انسان از پدیده‌های علمی و فرهنگی در دنیا هستند (کردی، ۱۳۸۶). اما مانند هر ابزار پیشرفته دیگری، این فناوری معضلاتی را پدید آورده و باعث ایجاد تناقض‌ها و تضادهایی در بین جوامع شده است (صلاحی، ۱۳۸۷). قدرت رسانه فقط به ابزاری بودن یا نبودن آن محدود نمی‌شود بلکه به عواملی چون سرعت انتقال اطلاعات، شدت انتشار پیام و شرایط انتشار آن بستگی دارد؛ لکن از همه مهم‌تر به ارتباطی بستگی دارد که بین رسانه و جامعه وجود دارد و ارتباطات رسانه‌ای در سایه چنین رابطه‌ای تفسیر می‌شود (معمدندزاد، ۱۳۸۵). از جمله وظایف رسانه‌ها عبارت است از یاددهی و یادگیری، اندیشه پروری، هدایت و راهنمایی، افزایش آگاهی‌های اجتماعی و رشد اجتماعی در ابعاد مختلف؛ زیرا این رسانه‌ها در اموری نظیر رشد شخصیت افراد در ابعاد مختلف، ایجاد ارتباط بین افراد و جامعه، کمک به افراد در فرایند سازگاری با جهان متغیر پیرامون و ... دخالت دارند (کردی، ۱۳۸۶). تأثیر رسانه‌ها بر چگونگی شکل‌گیری افکار عمومی و نقش آن در جهت‌دهی به دیدگاه‌ها، خواسته‌ها و چالش‌های اجتماعی مردم یک کشور و در بازه‌ای وسیع‌تر، مردم سراسر جهان از مباحث مورد توجه اندیشمندان و محققین عرصه رسانه و علوم اجتماعی بوده است (گربر، ۱۹۸۰).

یکی از پدیده‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و آحاد مردم را تقریباً تحت تأثیر قرار داده است، تربیت بدنی و ورزش است (عنبری، ۱۳۸۱). ورزش یک نهاد اجتماعی است که دارای کارکردهای آشکار و پنهان، مثبت و منفی

تاکنون چندین نظریه مختلف مطرح بوده است. از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین نظریه‌های تبیین‌گر نقش اجتماعی رسانه، نظریه کاشت است که توسط جرج گربرنر^۲ در دهه ۷۰ میلادی انجام شده است. تئوری کاشت جرج گربرنر بیان می‌کند که تلویزیون در دنیای کنونی دارای قدرت تأثیرگذاری و القاء واقعیت مورد نظر خود بر هستی اجتماعی و فکری مردم است. او معتقد است که استفاده زیاد از تلویزیون باعث ایجاد توده‌ای همگن و بیمناک خواهد شد (هنری، ۱۳۹۱).

بینندگان پرمصرف با خشونت تلویزیونی ارتباط بیشتری داشته و بنابراین همچون یک بیمار به «سندرم دنیای پست» دچار می‌شوند. سندرمی که شالوده فکری آن دنیا را بسیار بدتر از آن چیزی می‌داند که در واقعیت وجود دارد. در پژوهشی مشخص شد که برنامه‌های تلویزیونی خشونت‌آمیز منجر به شکل‌گیری باوری در ذهن بینندگان می‌شود که طبق آن وقوع جرم را از آنچه که در واقعیت جامعه وجود دارد، بسیار بدتر و وحشتناک‌تر تصور می‌کنند. گربرنر این پدیده را سندرم دنیای پست می‌نامد. سندرم دنیای پست هنگامی روی می‌دهد که فرد به تماشای بیش از حد برنامه‌های خشونت‌آمیز تلویزیونی می‌پردازد. در نتیجه در ذهن او دنیا به صورت یک محل خبیث دیده می‌شود که جایی برای خشونت و اوباشگری است (گربرنر، ۱۹۸۰).

نتیجه تحقیقات نشان می‌دهند که عوامل رسانه‌ای نیز از عوامل مهمی است که در رفتارهای پرخاشگرایانه و اوباشگری جامعه مؤثرند. این عوامل شامل رفتارهایی از جمله نمایش خشونت از تلویزیون، استفاده از الفاظ تحریک‌آمیز از سوی گزارشگر مسابقه، گزارش پراشتهاب و هیجانی، طرفداری گزارشگر از تیمی خاص، پرداختن به حواشی بازی و تأکید بر مسائل کم‌اهمیت در بازی می‌باشند (کشتگر، ۱۳۹۱). دانینگ، مورفی و ویلیامز^۳ (۱۹۸۸) ظهور روزنامه‌های مشهور و نمایش مسابقات نهایی قهرمانی جهان در انگلستان، منجر به بروز شکلی از گزارشگری احساساتی در مراحل قبل و بعد از مسابقات شد که کمک کرد تا بازی‌ها در نگاه برخی از گروه‌های جدید نظیر کله‌پوستی‌ها به مثابه زمینه‌ای نمود کند که در آن وقوع زد و خورد و انجام کارهای هیجان‌آور، امری عادی است. در یک کلام، احساساتی بودن رسانه‌ها به ظهور الگویی از اوباش‌گری در فوتبال کمک کرد که در اواسط دهه ۱۹۶۰ تجلی یافته و تا دهه ۱۹۸۰ ادامه داشت؛ الگویی که به واسطه آن مسابقات فوتبال، توسط گروه‌های کم و بیش سازمان یافته جوانان، بخصوص ذکور طبقه کارگر، به کانون زد و خورد تبدیل شد (پیرسون، ۲۰۰۶).

کاکلی^۱ (۱۹۷۶) در تعریفی نسبتاً جامع از پرخاشگری آن را چنین تعریف می‌کند: پرخاشگری ناظر به رفتاری است که با نیت تخریب اموال یا صدمه زدن به شخص دیگر انجام می‌شود و متضمن بی‌توجهی محض به سلامت دیگران و احتمالاً خود است. پیامدهای پرخاشگری ممکن است فیزیکی یا روان‌شناختی باشد. وی آن‌گاه در تعریف خشونت و تمایز آن از پرخاشگری به کنش فیزیکی اشاره می‌کند: «خشونت، کنشی فیزیکی است که با بی‌توجهی کامل به سلامت خود و دیگران یا به منظور آسیب رساندن به شخص دیگر یا تخریب دارایی‌ها انجام می‌شود. بنابراین، خشونت با رفتار، کنش و کاربرد نیروی فیزیکی آسیب‌زا مشخص می‌گردد. همچنین، خشونت را می‌توان به مثابه تجلی افراطی و شدید خشم و عصبانیت به شکل احساسی یا کلامی در نظر گرفت (پیرسون، ۲۰۰۶). خشونت ورزشی نوعی بیماری اجتماعی است که در روند حرکت نامتعادل یک جامعه، به اعضای آن جامعه عارض می‌گردد (مک دونل، ۲۰۰۶). قدمت پدیده خشونت در فوتبال با عمر این ورزش پرتطرفدار برابری می‌کند. استفاده از قدرت بدنی، آمیختگی بازی با نوعی احساس تنش و هیجان زیاد میان بازیکنان به منظور غلبه بر حریف و کسب پیروزی و برخی دیگر از عوامل، ورزش فوتبال را با نوعی خشونت درونی و ذاتی همراه کرده است. گسترش روز افزون این ورزش در جامعه به دلایل متغیر و تأثیر آن بر گستره اجتماع خود به تشدید حساسیت و سپس خشونت در آن دامن زده است. این امر به ویژه با فرآیند حرفه‌ای شدن فوتبال و کسب جایگاه و اهمیت اقتصادی و سیاسی آن رشد بیشتری داشته است؛ به گونه‌ای که می‌توان در بسیاری از کشورها پدیده خشونت در فوتبال را یکی از مسائل اساسی و بحث‌انگیز آنها دانست (عنبری، ۱۳۸۱). جامعه‌شناسی از تماشاگری ورزش به عنوان یک پدیده اجتماعی و جزئی از نهاد اجتماعی ورزش در جامعه و علل و کارکردها و پیامدهای مثبت و منفی آن که به صورت جریانی یا هیجانی (تدریجی یا سریع) در زندگی جمعی صورت می‌گیرد بحث می‌کند تماشاگران ورزش اعم از بینندگان و خوانندگان و یا کسانی که در میدانی ورزشی برای دیدن مسابقات حاضر می‌شوند، بی‌شک بخش عمده‌ای از مردم به ویژه نوجوانان و جوانان را در جهان ورزشی امروز تشکیل می‌دهند که در حال حاضر پاره‌ای از جوامع فوتبال بالاخص تماشاگری عرصه رفتارهای ناپه‌نجا و آسیب‌زای اجتماعی گردیده است (رحمتی، ۱۳۸۶). این پدیده جدید اجتماعی با توجه به حجم عظیم و هفتگی و یا حتی در برخی مواقع میزان شبانه روزی آن شاید پرتطرفدارترین برنامه فراغتی و رسانه‌ای را به خود اختصاص می‌دهد (قاسمی، ۱۳۸۷). برای تبیین عملکرد اجتماعی رسانه‌ها

2. Gerbner, G
3. Willimas and eal

1. Coakley

نارسای‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و هیجان گروهی. تأثیر رسانه‌ها بر خشونت تماشاگران، محدود به تماشای تلویزیون نمی‌شود؛ چرا که سایر رسانه‌های اجتماعی نیز به سهم خود نقش قابل توجهی در بروز اوباشگری فوتبال دارند. مطبوعات، مجلات، اینترنت، صفحات شخصی افراد در شبکه‌های اجتماعی، ماهواره، خبرگزاری‌ها و رادیو ادراک عمومی و منظره این پدیده را شکل می‌دهند و به نمایش می‌گذارند. در ایران پدیده اوباشگری در فوتبال به نسبت بسیاری از کشورهای دیگر کم رنگ تر است؛ اما در چند سال اخیر با روزمرگی و همه‌گیر شدن فوتبال در جامعه حوادثی از نوع خشونت و اوباشگری در فوتبال به ویژه دو تیم مطرح استقلال و پیروزی مشاهده می‌شود. به منظور جلوگیری از گسترش این پدیده، ابتدا باید عوامل بروز آن شناسایی شود.

ما در این تحقیق سعی کرده‌ایم نقش رسانه‌ها و تأثیر آنها را در بروز چنین رفتارهایی بررسی کنیم و بدانیم آیا ارتباطی بین تحریک رسانه‌ها و تأثیر آن بر رفتارهای آشوبگرانه تماشاگران فوتبال وجود دارد؟

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری تحقیق شامل تماشاگران آشوبگر فوتبال لیگ برتر و جام حذفی در سال ۹۰ و ۹۱ بود. نمونه آماری تحقیق با توجه به شرایط خاص و محدودیت‌های موجود در دسترسی به اطلاعات و افراد ۱۰۰ نفر از تماشاگران آشوبگر فوتبال که چندین بار در خشونت‌های مرتبط با ورزش در ورزشگاه‌ها از طرف پلیس دستگیر شده بودند، بصورت تصادفی انتخاب شدند.

ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که شامل متغیرهای دموگرافیکی و ۴۵ سوال در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بود که نقش رسانه‌ها در توسعه اوباشگری را مورد بررسی قرار می‌داد. سؤالات با توجه به تحقیقات متعدد که به بررسی علل خشونت‌گرایی در میان تماشاگران فوتبال و توصیف جامعه شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش انجام شده بود، انتخاب شدند (عنبری، ۱۳۸۱، کاظمی، ۱۳۸۶ قاسمی، ۱۳۸۸، کشتگر، ۱۳۹۱).

روایی پرسشنامه توسط استادان مجرب رشته‌های علوم انسانی، تربیت‌بدنی و کارشناسان خبره در حیطه رسانه بررسی و پایایی آن در یک آزمون آزمایشی با استفاده از آلفای کرونباخ $r = 0.91$ محاسبه شد. در این تحقیق برای توصیف

پاستر^۱، یکی از نظریه پردازان پست مدرنیسم کوشیده است اثرات فناوری‌های جدید و رسانه‌ها را در پرتو آخرین نظریه‌های معتبر، نسبت به اجتماع و فرهنگ، موشکافانه بررسی کند. وی در اثر خود با عنوان «عصر دوم رسانه‌ها» در این زمینه می‌گوید: آن چه در نوآوری‌های فنی مربوط به عصر دوم رسانه‌ها؛ یعنی عصر اینترنت، پست الکترونیکی و ماهواره مهم است، دگرگونی گسترده‌ی فرهنگ، هویت فرهنگی و روش جدید ساخته شدن هویت هاست. نقش رسانه‌ها در پذیرش ورزش به عنوان پدیده‌ای مفید یا مضر نقشی متضاد و متناقض است. آن گونه که لئوناردو (۱۹۸۸) می‌گوید رسانه‌ها از یک سو اشاعه دهنده رفتارهای پرخاشگرانه از طریق انعکاس این رفتارها در تلویزیون، مطبوعات، رادیو و ... هستند و از طرفی از طریق رسانه نشان می‌دهند که رفتارهای پرخاشگرانه در ورزش به عنوان ارزش، مورد قبول نیستند و باید آنها را کنترل کرد (عبدالحق، ۱۹۸۹).

رسانه‌ها عملاً فرایند کسب هویت مستقل را برای جوانان تسریع می‌کنند و فرصت‌هایی را برای تأمل و بازاندیشی در خود، اطرافیان و اجتماع فراهم می‌کنند و میل جوان را به استقلال (به عنوان یکی از نشانه‌های بزرگسالی) تشدید می‌کنند. این موضوع ممکن است به لحاظ هنجاری متعارف و پسندیده و مقبول جلوه کند یا در شرایطی به عرصه‌های ممنوع و غیرمجاز هم کشیده شود (معمدنژاد، ۱۳۸۵).

اسواهولا و براد هتفیلد (۱۹۸۶) از اجتماعی شدن، احساس تعلق، کسب هویت به همراه تخلیه قوای اضافی، بروز روحیه خشونت و پرخاشگری و فراقکنی از جمله علل، انگیزه‌ها و پیامدهای تماشاگری ورزش یاد شده است. رادیو و تلویزیون از جمله رسانه‌های جمعی هستند که ضمن داشتن محاسن و مزایای فراوان آموزشی، هنری تفریحی، القاء عقیده، سازمان یابی، کسب مهارت، سرگرمی، آگاهی و ...، بدآموزی‌های اجتماعی را نیز به همراه دارند. پیروسون (۲۰۰۶) وندالیسم و اوباشگری را اغتشاشی می‌داند که طرفداران فوتبال به راه می‌اندازند. اصطلاح دیگری که برای رفتارهای خشونت آمیز بکار می‌رود، هولیگانیسم است که رفتاری جامعه ستیز تلقی می‌شود. هولیگانیسم فوتبال معمولاً به صورت گروهی رخ می‌دهد و ممکن است در میان آشوبگران افرادی که هوادار تیم نیستند، همراهی داشته باشند (کشتگر، ۱۳۹۱). افسرکشمیری (۱۳۸۱) در تحقیقی نشان داد که عوامل بسیاری در بروز خشونت و اوباشگری دخیل هستند که نقش رسانه‌ها یکی از این عوامل است. جهانفر (۱۳۸۱) در مطالعه خود بر علل خشونت در فوتبال به این نتیجه رسید که عمده‌ترین عوامل عبارتند از: نقش روزنامه‌ها و مطبوعات،

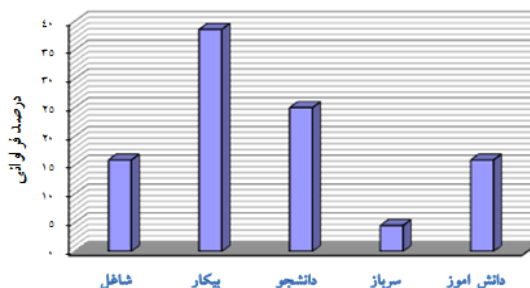
یافته های تحقیق

نتایج آمار توصیفی مربوط به فراوانی و درصد پاسخ دهندگان

جدول ۱. متغیرهای دموگرافیکی پاسخ دهندگان

سن	فراوانی	تحصیلات	فراوانی
۲۰-۱۵	۳۴	زیر دیپلم	۴۷
۳۰-۲۱	۲۸	دیپلم	۳۱
۴۰-۳۱	۱۴	فوق دیپلم	۱۷
۵۰-۴۱	۱۷	لیسانس	۵
۵۰ و بالاتر	۷	فوق لیسانس و بالاتر	۰

ویژگی‌ها با استفاده از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد و درصد فراوانی) و تحلیل و بررسی نتایج از آمار استنباطی (KMO، گاما و ضریب توافق) استفاده گردید. همچنین برای رسم و نشان دادن نمودارها و جداول از نرم افزار Excel و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده گردید.



نمودار ۱. درصد فراوانی اشتغال نمونه آماری

شدن به یک عامل مناسب می باشند.

با توجه به معنی دار شدن آزمون KMO در سطح پنج درصد می‌توان نتیجه گرفت که عناصر موجود در جدول برای تبدیل

جدول ۲. آزمون KMO جهت مناسب بودن عناصر برای عامل فرایند اجتماعی شدن

عامل	عنصر	بار عاملی (چرخش)	نتیجه آزمون KMO
رسانه‌های اجتماعی	تلویزیون	۰/۶۰۰	مقدار آزمون: ۰/۶۷۹ سطح معنی داری: ۰/۰۰۵
	نوع فیلم	۰/۶۷۷	
	تأثیر صدا و سیما (مجریان)	۰/۶۱۸	
	ماهواره	۰/۵۷۲	
	ساعات تماشای ماهواره	۰/۸۴۰	
	روزنامه های ورزشی	۰/۵۸۷	
	نشریات و مجلات	۰/۷۴۳	
	اینترنت	۰/۸۰۳	
	رادیو	۰/۲۴۳	
	خبرگزاری ها	۰/۶۴۳	

جدول ۳. آزمون گاما جهت رابطه کلی تحریک رسانه های جمعی با شکل گیری و بروز رفتارهای اوباشگران

سطح معنی داری	مقدار آزمون	نوع آزمون و تعداد
۰/۰۲۹	۰/۳۶	آزمون گاما
	۱۰۰	تعداد

معناداری بین همه عوامل به جزء رادیو با رفتارهای خشونت آمیز و اوباشگراییانه ارتباط وجود دارد.

همچنین از ضریب توافق جهت تعیین رابطه بین تحریک تماشاگران توسط تلویزیون، ماهواره، تماشای نوع فیلم، مطبوعات و رادیو با رفتارهای اوباشگراییانه استفاده شد که با توجه به سطح

جدول ۴. آزمون ضریب توافق جهت ارتباط بین چند عامل با رفتارهای اوباشگرانه

سطح معنی داری	مقدار آزمون	تعداد	عامل
۰/۰۰۱	۰/۸۷۴	۱۰۰	تحریک تماشاگران توسط تلویزیون
۰/۰۰۱	۰/۷۶۲	۱۰۰	تماشای برنامه های ماهواره
۰/۰۴	۰/۹۲۰	۱۰۰	تماشای نوع فیلم
۰/۰۳۱	۰/۷۰۲	۱۰۰	تحریک تماشاگران توسط مطبوعات
۰/۱۵۱	۰/۰۶۲	۱۰۰	تحریک تماشاگران توسط رادیو

بحث و نتیجه گیری

رفتارهای اوباشگرانه و خشونت آمیز نیز افزایش می‌یابد. همچنین دروغ پردازی مصاحبه‌های حاشیه‌ای و جنجالی، نوشته‌های صفحات شخصی، تفسیر به رأی گفته‌های مدیران ورزشی نیز عامل دیگری است. لذا رعایت اصل صداقت در نوشتن و ارائه خبر می‌تواند تا حدودی از بروز چنین رفتارهایی جلوگیری کند.

رسانه‌های جمعی نیز مانند بسیاری از یافته‌ها و ساخته‌های انسانی می‌توانند مفید یا مضر باشند. این انسان‌ها هستند که نیک و بد روزگار را در آن منعکس می‌سازند و باز انسان‌ها هستند که مفاهیم نیکی و بدی را به محتوای برنامه‌های منتشر شده نسبت می‌دهند. بنابراین رادیو، تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و مطبوعات خود وسیله تعیین‌کننده و تأثیرگذار بر روی انحرافات اجتماعی نیستند بلکه ابزاری در دست انسان‌ها می‌باشند؛ لذا تعیین‌کننده قاطعیت مثبت یا منفی آن مربوط به محتوای برنامه‌هایی است که به وسیله انسان‌ها از این وسایل انتشار می‌یابد. تأثیرات رسانه‌های جمعی بر روی انحرافات اجتماعی، مربوط به تغییراتی است که انسان‌های سازنده، اداره‌کننده و پخش‌کننده برنامه‌های آگاهانه یا ناآگاهانه به جامعه عرضه می‌دارند که ممکن است موجب ریدل یا واگیری رفتاری شوند که به معنای گرفتن ناخودآگاه رفتار دیگران است. این نکته را همواره به خاطر داشته باشیم که رسانه‌های جمعی، در مبارزات داخلی ملت‌ها و پیکارهای خارجی بین المللی برای تهییج و بسیج عقاید عمومی، و نیز گاهی برای سرکوبی آن، یکی از قاطع‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین حربه‌ها هستند. نکته دیگر که ذکر آن مهم می‌نماید، این است که اگر بنا باشد تمام داستان‌ها و حوادث خشونت‌آمیز از صفحه‌های تلویزیون، از بلندگوی رادیو و ستون‌های مجلات و صفحات اجتماعی و اینترنت حذف شوند، باز هم احتمالاً در جوامع به همان اندازه اوباش‌گری و خشونت پیدا خواهد شد که امروزه وجود دارد. اما نباید فراموش کرد که رسانه‌های جمعی می‌توانند با پرداختن به برنامه‌های اصولی و کارشناسی شده از بروز برخی انحرافات اجتماعی بکاهند

یافته‌های تحقیق نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در توسعه و بروز خشونت و اوباشگری در تماشاگران فوتبال مؤثر است. یافته‌های این تحقیق با نتیجه تحقیقات لئوناردو (۱۹۸۸)، آرمسترانگ و هریس (۱۹۹۱)، تنن‌بام و سینگر (۱۹۹۷)، کوراکیس (۱۹۹۸)، دانیسنگ و همکاران (۲۰۰۳)، عنبری (۱۳۸۱)، نورعلی‌وند (۱۳۸۶) و کشتگر (۱۳۹۱)، همخوانی دارد و از طرفی نتایج تحقیق مؤید نظریه یادگیری مشاهده‌ای بندورا که معتقد است افراد از طریق دیدن و مشاهده افعال آن‌ها را یاد می‌گیرند. این امر در ورزش نمود بیشتری می‌یابد زیرا تماشاگران در هنگام تماشای فوتبال در اوج هیجانات دست به اعمالی می‌زنند که قبلاً بطرق مختلف آموخته‌اند. دکتر شکرکن در کتاب روان‌شناسی اجتماعی خود (۱۳۶۷) بر این امر تأکید می‌نماید و معتقد است که رسانه‌های اجتماعی (گروهی) می‌توانند فقط با تعیین رویدادهایی که در معرض تماشا قرار می‌گیرند، تأثیر ژرفی بر ما بگذارند.

رویدادهای پرتحرک و هیجانی مانند فوتبال بیش از سایر رشته‌ها با سرگرمی برای تماشاچیان همراه است (کشتگر، ۱۳۹۱). بنابراین صحنه‌های خشونت‌آمیز و پخش آنها در رسانه‌های مختلف و پرداختن تلویزیون و سایر رسانه‌ها جهت آسیب‌شناسی این صحنه‌ها می‌توانند در توسعه و یادگیری این رفتارها تأثیرگذار باشند. بزرگنمایی، تمرکز و پرداختن بیش از حد و نمایش رفتارها خشونت‌آمیز و اوباشگرانه بر بروز احساسات تماشاگران مؤثر است (قاسمی، ۱۳۸۷).

بنابراین هرچه تماشای فیلم‌های خشن، مطالعه مطبوعات، نشریات و مجلاتی که برای جذب مخاطب غیر واقعی و حاشیه‌ای را منتشر می‌نمایند، تحریک تماشاگران آشوبگر از سوی تلویزیون و سوگیری گزارشگران ورزشی، خبرگزاری‌ها، اینترنت، ماهواره، رادیو که یا به انتشار موارد خشونت‌آمیز می‌پردازند و یا به مصلحت در عدم پخش بعضی صحنه‌ها نمی‌کوشند، بیشتر باشد،

تماشاگری یک جریان قوی اجتماعی را تشکیل می‌دهد که برای جهت‌گیری صحیح آن در درجه نخست باید به تصحیح نگرش‌های موجود درباره ورزش و مبانی و اهداف آن در جریان عملی اقدام نمود در مجموع این نگرش بر جنبه‌های منفی ورزش مانند پرخشگری، استثمار افراد محروم پوچی و بی‌هدفی یا از خودبیگانگی ورزشکاران و تماشاگران ورزش، بروز تنش‌ها و بحران‌ها و انحراف ارزش‌ها و سجایای ورزشکاری، اشاعه بی‌فرهنگی در بین تماشاگران و انحراف افکار عمومی از مسائل حیاتی و افراط در پرداختن به ورزش و مسائلی از این قبیل در جریان ورزش در جامعه تأکید کرد. با توجه به نتایج فوق پیشنهادات و راه کارهای زیر جهت جلوگیری از بروز چنین رفتارهایی ارائه می‌شود:

۱. ارتقا کیفی برنامه‌های صدا و سیما و عدم توجه بیش از اندازه به فوتبال دو قطبی به دلیل ایجاد هیجانانگیز و نقش غیرقابل انکار آن در ایجاد یک ذهنیت تعصب آمیز نسبت به تیم‌های پرطرفدار و به طبع آن افزایش میزان رفتارهای خشونت آمیز.
۲. اصلاح ساختار رسانه‌های اجتماعی که به ورزش می‌پردازند و توجه ویژه نهادهای نظارتی بر عملکرد آن‌ها در کنار آموزش اصحاب رسانه در خصوص ارائه اخبار و اطلاعات درست، تحلیل و تفسیر منطقی و به دور از تعصب همراه با ارائه مطالب آموزشی و فرهنگی در کنار اخبار و اطلاعات هیجانی.

و جامعه ایده‌آل و عاری از خشونت را تداعی نمایند. پدیده‌های اجتماعی چنان چه به معضل تبدیل شده باشند، اغلب با راهکارهای اجتماعی قابل رفع است. تدابیر پیشگیرانه که معمولاً پس از بررسی موضوعات و معضلات اجتماعی مورد توجه و توجیه قرار می‌گیرد، از جنس راه کارهای اجتماعی است. داشتن نگاه جامعه شناسانه و روان شناسانه در مواجهه با مشکلات کمک شایانی در حل و رفع این‌گونه مشکلات و کاهش خشونت و اوباشگری و سایر جرائم خواهد داشت. با توجه به این که هم اکنون انحصار «کاشت» از دست دستگاه تلویزیون خارج شده و فرهنگ سازان جهانی ابزارهای بسیار متنوع‌تری همچون اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای و شبکه‌های ماهواره‌ای دیجیتال را نیز در اختیار دارند؛ بدیهی است ارتباط تأثیر و تلقی ذهنی القاء شده از سوی این رسانه‌ها با حرکت جامعه از واقعیت دنیای خود به سوی واقعیتی که تلویزیون‌ها، رسانه‌ها، سایت‌ها طبق امیال برنامه‌ریزان پشت پرده آنها نشان می‌دهند، باید مورد توجه برنامه‌ریزان اجتماعی و مدیران و دست‌اندرکاران ورزش کشور قرار گیرد. بنا به نتایج برخی پژوهش‌ها افزونی بیش از حد توجه به اوباشگری و خشونت در رسانه‌ها و تلویزیون می‌تواند به طور غیرعادی ترس عمومی از وقوع چنین مواردی را شدت بخشیده و نتایج ناگوار اجتماعی را موجب شود. در جامعه ما نیز با توجه به حضور گسترده رسانه‌های جمعی، جوان بودن جمعیت کشور و علاقمندی مردم به زیبایی‌ها و کارکردهای سودمند ورزش، پدیده

منابع

- اسوآهولا و برادتهفیلد (۱۳۷۲). *روانشناسی ورزش با رویکرد روانی، اجتماعی*. ترجمه رضا فلاحی، محسن حاجیلو، سازمان تربیت بدنی.
- انورالخولی، امین (۱۳۸۱). *ورزش و جامعه*. ترجمه حمیدرضا شیخی. انتشارات آستان قدس رضوی و سمت.
- بولتن حوادث خیابانی پس از فوتبال. معاونت اجتماعی ناجا (۱۳۸۸).
- جهانفر، محمد (۱۳۸۱). *"خشونت در فوتبال قابل پیشگیری است"*. نامه علوم اجتماعی. شماره ۱۹. انتشارات دانشگاه تهران.
- رحمتی، محمد مهدی (۱۳۸۶). *بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش فوتبال*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان.
- ستوده، هدایت الله (۱۳۷۳). *مقدمه ای بر آسیب شناسی اجتماعی*. نشر نور.
- صلاحی، جاوید (۱۳۸۷). *نقش رسانه‌ها در بزهکاری اطفال و نوجوانان*. نشر میزان.
- عنبری، موسی (۱۳۸۱). *بررسی علل خشونت گرایانه در میان تماشاگران فوتبال*. طرح پژوهشی جهاد دانشگاهی تهران. کارفرما: معاونت اجتماعی ناجا.
- کازمی، محمدرضا و همکاران (۱۳۸۶). *"علل آشوب تماشاگران فوتبال پس از شهرآورد بزرگ ایران"*. فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی معاونت اجتماعی ناجا.
- قاسمی، حمید و همکاران (۱۳۸۷). *فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش*. انتشارات بامداد کتاب. تهران.

قاسمی، حمید(۱۳۸۶). بررسی نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش کشور. رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

قاسمی، وحید؛ ذوالاکتاف، وحید؛ نورعلی‌وند، علی(۱۳۸۸). "توصیف جامعه شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش". نشریه المپیک، سال ۱۷ شماره ۱ (پیاپی ۴۵)

کردی، محمدرضا(۱۳۸۶). بررسی نقش مطبوعات و رسانه‌های گروهی در ورزش ایران. طرح پژوهشی. پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.

کشتگر، سارا(۱۳۹۱). "نقش نمایش رفتارهای خشونت آمیز فوتبال از تلویزیون بر رفتار نوجوانان عضو باشگاه‌های فوتبال شهر تهران". پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال هفدهم .

معمدنژاد، کاظم(۱۳۸۵). وسایل ارتباط جمعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی. چاپ پنجم، جلد اول : ۵.

هنری، حبیب، احمدی، عبدالحمید، مرادی، مهدی(۱۳۹۱). "بررسی عوامل مؤثر نقش‌های اطلاع رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزش و فرهنگ سازی در توسعه ورزش قهرمانی". نشریه مدیریت ورزشی. شماره دوازدهم.

نقد اجتماعی در خصوص چگونگی ابراز احساسات مردم پس از فوتبال . معاونت اجتماعی ناجا (۱۳۸۹).

Coakley Jay .J , sport in society, (1976)

Strelize, B (2005). "Relationships in sport sponsorship : a marketing perspective", unpublished doctoral degree dissertation, Faculty of management, university of Johannesburg

Tenenbaum, G.stewart, E.singer, R. (1997). *Aggression and violence in sport: An ISSP Position stand*. ISSP newsletter1.

Pearson, Geoff (2006). *Hooliganism, football industry croup*, university of Liverpool.

Spaij, Ramon(2007). *Aspect of Hooliganism violence*. Amsterdam school for social science research

Marsh, P.et al(2008). *football violence in Europe*, Amsterdam school for issues research center.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication* 30(3).

Fallahi,A.Asdi H,khabiri.M,(2011).Matches in Iranian Profesional League Withen Age Groups word journal of sport seiences,4(2)

Hudson& Boewadtj (2003). "Sport and adventure tourism, Binghamton, NY": the nowrth press, New York.

Monokin,S (2004) HOW.j. Locan you Go ? News week, 143(1).Mcdonnel, Jocelyn. "George Gerbner's Cultivation Theory Application Paper." University of Colorado. 2006. 28 Sept. 2010.discourses/Papers/App_Papers/McDonnell.htm