



دراسات

التعصب الرياضي في المجتمع السعودي..

تحليل هاشتاغ «#شخبار_الضغط»



مركز القرار

للدراستات الإعلامية



أغسطس
2020

الرسالة:

رصد المجال الإعلامي بالبحوث
والدراسات المنهجية التأصيلية،
وتقويم أداء وسائل الإعلام
التفاعلي، ورصد وتحليل
مضامينها.



من نحن:

مركز سعودي (مستقلّ)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

أهدافنا:

استشراف
المستقبل..
وفق قواعد
البحث العلمي.

تقديم
التوصيات
المنهجية

رصد تحوُّلات
ثورة الاتصالات
والمعلومات

تقويم الخطاب
الإعلامي،
والارتقاء به

قياس اتجاهات
الرأي العام
وتأثيراتها

المحتويات

مقدمة	04
موضوع الدراسة	05
نتائج الدراسة	06
اتجاهات التعصب الرياضي	10
مجالات التعصب الرياضي	07
أساليب التفاعل بين المغردين	07
مسارات التعصب الرياضي	08
- نشأة الهاشتاق	08
- السخرية من الأندية	09
- رفض الحياد الإعلامي	09
- انتقاد لجنة المسابقات	09
توصيات الدراسة	10



مقدمة..

يسيطر التعصب على الوسط الرياضي السعودي، سواء في مواقع التواصل الاجتماعي والصحف والمواقع والقنوات الرياضية، أو في الملاعب والمدن الرياضية.

ويُعرف التعصب الرياضي بأنه قَيْلٌ مبالغ فيه لكيان رياضي معيّن، وكراهية كيان رياضي منافس، وتميّن الضّر له ولجماهيره، يدفع المتعصب للدخول في جدل مع جماهير الكيانات الرياضية المنافسة لفريقه، وينتج عن ذلك تنازل عن الأخلاق والقيم والمبادئ الاجتماعية في الوسط الرياضي.

وقد ظهرت في الفضاء السعودي عبر تويتر هاشتاقات عديدة في السنوات الأخيرة، تتحدّث عن الوضع الراهن للرياضة السعودية، ولوحظ أن مُسمّى هذه الهاشتاقات يُنسب لأشخاص أو كيانات رياضية أو لاعبين أو جمهور كيان رياضي معيّن، أو إعلاميين في الوسط الرياضي، أو بعض العاملين في الاتحاد السعودي لكرة القدم، وبعض اللجان في وزارة الرياضة، مثل لجنة التحكيم ولجنة المسابقات.

ويأتي محتوى هذه الهاشتاقات بشكل نقاش وتقديم معلومات، أو جدال وعرض وجهات نظر، أو سباب وشتائم، سواء في صورة تغريدات نصية، أو صور، أو مقاطع فيديو.

ومعظم ما يتم تداوله في هذه الهاشتاقات يحمل الكثير من المحتوى السلبي المسيء إلى الأندية الرياضية واللاعبين والجماهير ولجان التحكيم، أو لبعض الموظفين في وزارة الرياضة، وغالبًا ما تظهر هذه الهاشتاقات عند خسارة فريق من آخر، أو صدور قرار من أحد حُكّام المباريات تعتقد الجماهير أن فيه ظلمًا لفريق آخر في مباراة معيّنة، أو في حالة وجود نية عند أحد اللاعبين للانتقال إلى فريق منافس، وكذلك عندما ينتقد أحد الإعلاميين في إحدى القنوات الرياضية ناديًا أو لاعبًا معيّنًا، وكذلك في حالة تغيير موعد إحدى المباريات، وغيرها من الأسباب.

موضوع الدراسة:

تُعتبر الرياضة واحدةً من أهمّ وسائل الترفيه في المجتمع، وعنصرًا ضروريًا للبناء الجسدي والعقلي للإنسان، وقد استطاعت الرياضة بمختلف فنونها، أن تحقق التقريب بين المجتمعات، وتُذيب الفوارق بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، إلا أن خروج الرياضة في بعض الأحيان عن قيمها وأهدافها الإنسانية السامية، خلّق ظواهر وسلوكيات تتنافى مع الوجه الجميل لها.

وتُعتبر ظاهرة التعصّب الرياضي واحدةً من السلوكيات التي شوّهت مفهوم الرياضة، القائم على روح المنافسة الشريفة بين المتنافسين. ولا يخرج التعصّب الرياضي عن كونه اتجاهًا نفسيًا جامدًا وانفعاليًا ضد جماعةٍ أو شيءٍ أو موضوع، ولا يقوم على سند منطقي أو معرفة حقيقية أو حقيقة علمية، بل يجعل الإنسان يرى ما يريد إدراكه فقط، ممّا يشوّه إدراكه.

وقد قام مركز القرار للدراسات الإعلامية بتتبع وتحليل هاشتاق #شخبازالضغط، لكونه من أهمّ الهاشتاقات الرياضية التي تم تداولها ولأنه يحمل الكثير من ألوان التعصّب الرياضي، سواء في لفظه أو في ما يرافقه من تغريدات.

وقد تمّ تحليل عيّنة استطلاعية من التغريدات التي اندرجت تحت هذا الهاشتاق، خلال شهري ديسمبر 2019 - يناير 2020م، وبلغ عددها (2000) تغريدة، دوّنتها ثلاثُ شرائح من المغرّدين، هم:

- خبراء الرياضة.
- نخبة المجتمع.
- جماهير الأندية.

نتائج الدراسة:

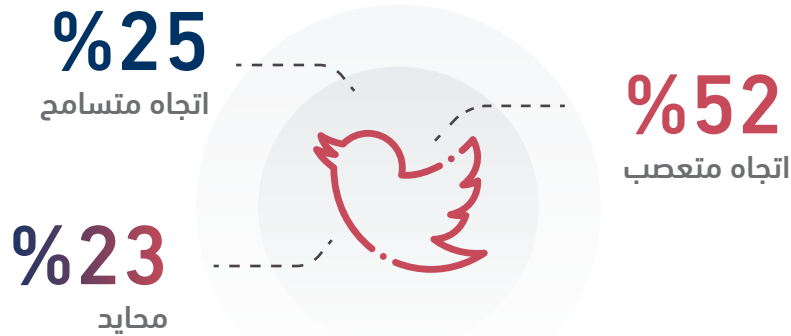
كشفت الدراسة التحليلية لمركز القرار للدراسات الإعلامية، مستوى التعصب الكامن في محتوى تغريدات هاشتاغ #شخبار_الضغط، وتوصلت إلى العديد من النتائج المهمة.

أولاً: اتجاهات التعصب الرياضي

بتحليل اتجاهات التعصب مقابل اتجاهات التسامح، اتضح أن غلبة اتجاهات التعصب بنسبة 52% من التغريدات التي وضعت للتحليل، مقابل 25% لاتجاهات التسامح، في حين بلغت نسبة التغريدات التي اكتفت بعرض المحتوى فقط دون اتجاهات تعصب أو تسامح 23%.

ويتضح من هذه النتيجة أن اتجاهات التعصب هي الغالبة على التغريدات الرياضية من جانب الجماهير الرياضية، حيث تكشف النتائج أن مساحة التعصب تمثل ضعف مساحة التسامح في شبكة تويتر، وهي نتيجة تؤشر للكثير من التداعيات السلبية، كالهجوم المتبادل والكلمات غير اللائقة والصراع المحتمل بين الجماهير، وغياب الروح الرياضية التي من المفترض أن تسود الوسط الرياضي والمشجعين.

ويكشف التحليل الكيفي للتغريدات الرياضية، أن التعصب الرياضي لدى المغردين وصل إلى قيامهم بإعادة تحرير المواد الإعلامية التي تتم مشاركتها في الهاشتاق، من صور ومقاطع فيديو، من خلال برامج كالفوتوشوب وغيره، لإضافة تأثيرات عليها، مثل تسجيل أصوات، وتركيب فلاتر وغيرها، بهدف السخرية من الأندية الرياضية والجماهير واللاعبين والإعلاميين، حيث يتم تشارك الصور ومقاطع الفيديو المعدلة داخل الهاشتاق، وتلقى تأييدًا أو معارضة كبيرة، بحسب انتماءات المغردين الرياضية.

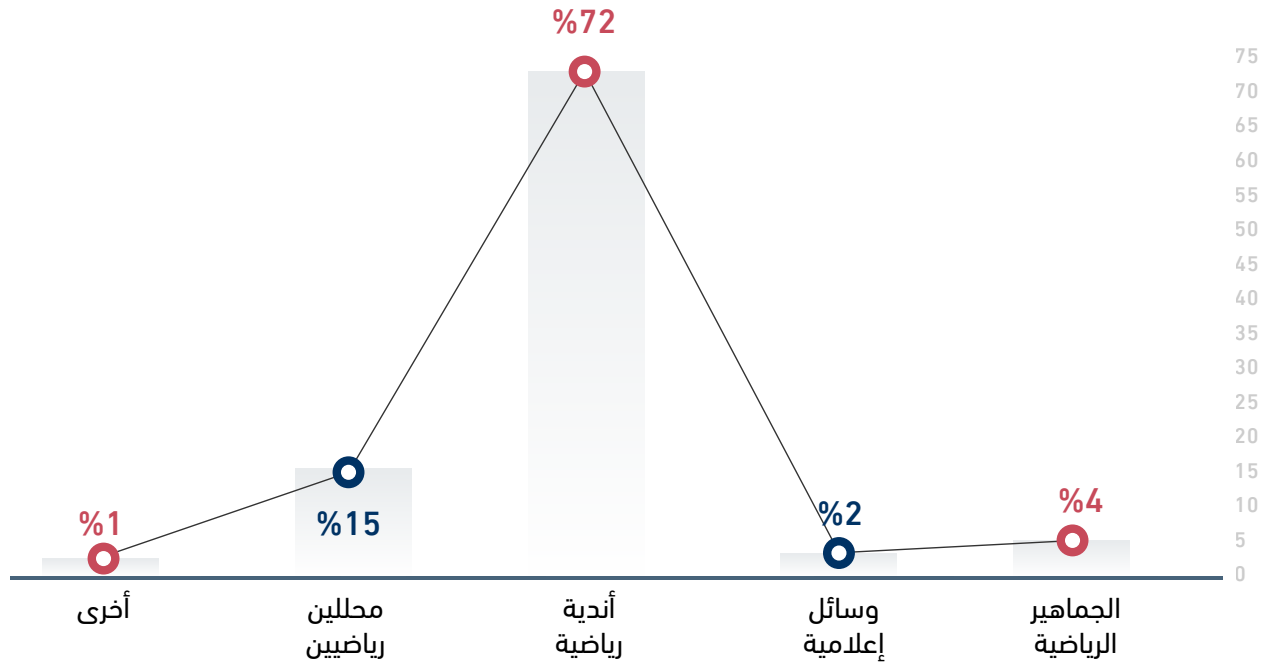


ثانيًا: مجالات التعصّب الرياضي

وبالكشف عن مجالات التعصّب الرياضي، تُظهر النتائج تصدّر اتجاهات التعصّب للأندية الرياضية بنسبة 72%، يليه التعصّب للمحليين الرياضيين بنسبة 15%، ثم التعصّب للاعبين بنسبة 11%، وبعده التعصّب للجماهير بنسبة 4%، وأخيرًا التعصّب لوسائل الإعلام الرياضية بنسبة 2%.

ويُلاحظ من هذه النتائج أن المجال الأكثر انتشارًا للتعصّب تمثّل في التعصّب للأندية الرياضية، والهجوم على الأندية المنافسة، وقد مثّل هذا المجال العامل الأقوى كَمًا ونوعًا وتأثيرًا داخل هاشتاغ #شخباز_الضغط.

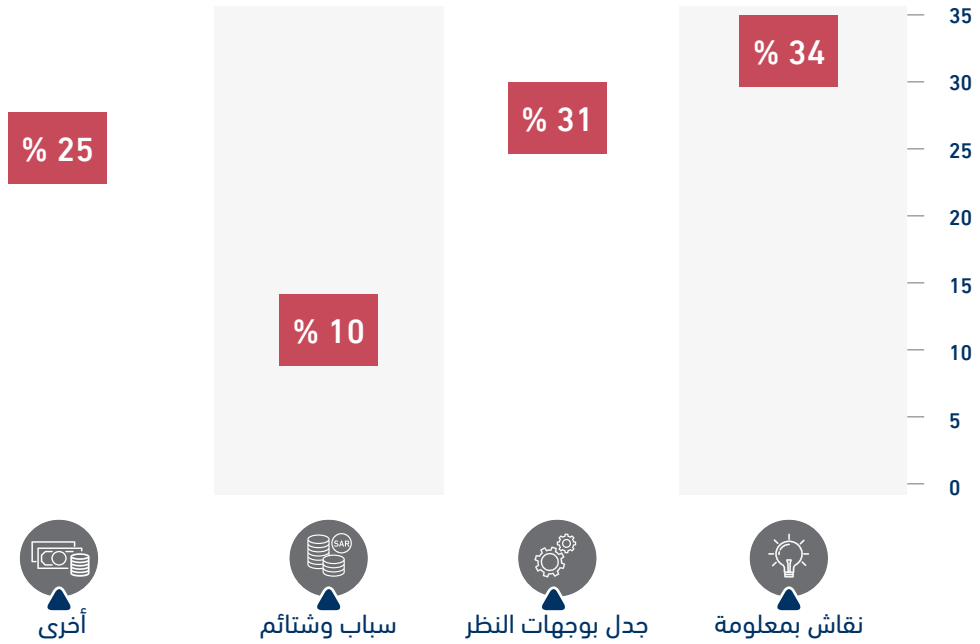
ومما يؤكد سيادة اتجاهات التعصّب داخل الوسط الرياضي في المملكة، أن التعصّب لم يقتصر على أن يكون لصالح الأندية أو اللاعبين فقط، وإنما كان هناك تعصّب لصالح الإعلاميين الرياضيين المشهورين، ولا شك أن هذا يؤكد دور هؤلاء الإعلاميين المشاهير في تأجيج اتجاهات التعصّب لدى الجماهير بكتابتهم.



ثالثًا: أساليب التفاعل بين المفردين

وبتحليل أساليب وطرق التفاعل التي تتم بين المفردين في هذا الهاشتاق، تمثلت أساليب التفاعل في أربعة أشكال: حيث كان الشكل الأكثر انتشارًا للتفاعل بين المفردين هو النقاش من خلال المعلومات بنسبة 34%، تلاه الجدل بين وجهات النظر المختلفة بنسبة 31%، ثم المزج بين المعلومات ووجهات النظر بنسبة 25%، وأخيرًا تبادل السباب والشتم فقط دون تقديم معلومات أو وجهات نظر بنسبة 10%.

وتوضّح هذه النتائج أن المعلومات هي الغالبة على التفاعلات بين المغرّدين الرياضيين، والتي تفوّقت على وجهات النظر بفارقٍ نسبي ضئيل، إلا أن النتيجة السلبية هي وجود تغريدات تخلو من أية معلومات أو وجهات نظر، وتقوم فقط بتقديم الشتائم والسباب للجماهير والأندية المنافسة.



رابعًا: مسارات التعصّب الرياضي

يُكشف التحليل الكيفي للتغريدات الرياضية خلال فترة التحليل، وجود العديد من المسارات التي يتخذها التعصّب الرياضي على شبكة تويتر، تفضّلها الدراسة كما يلي:

أ) نشأة الهاشتاق:

بتحليل محتوى التغريدات الرياضية على شبكة تويتر للكشف عن أسباب التعصّب الرياضي، اتضح أن التعصّب للأندية الرياضية بين الجماهير والإعلاميين، واحتماد الجدل واختلافات وجهات النظر، يبدأ بتدشين هاشتاقات تحتفي بالبطولات التي يُحقّقها ناديّ معيّن، ممّا يستفزّ جماهير النادي المنافس، فتبدأ بتدشين هاشتاقات مضادّة، وخاصة عندما يُحقّق أحد الأندية بطولاتٍ محلية ودولية لا تحقّقها الأندية الأخرى. ولهذا تكثر الهاشتاقات التي يحمل محتواها اللفظي أو الدلالي الكثير من ألوان التعصّب، من خلال التأييد المفرط والمبالغ فيه للأندية، وتناسي الروح الرياضية التي ينبغي أن تسود المجال الرياضي بكل طوائفه، وليس أدلّ على ذلك من تغريدات هاشتاق #شخّار_الضغط، التي اتسمت بالتعصّب.

ب) السخرية من الأندية:

يكشف التحليل الدلالي لبعض المصطلحات المستخدمة في التغريدات موضع التحليل، الكثير من المبالغة في تشجيع بعض الأندية، والهجوم الشديد على الأندية المنافسة وجماهيرها بكلمات غير لائقة، ويتواصل الهجوم والهجوم المضاد بين جماهير الأندية حول البطولات الرياضية المحلية أو الإقليمية أو الدولية.

توجيه التهم..

للأندية المنافسة التي تحقق إنجازاً بالرشوة أو المجاملات من جانب التحكيم

وتُظهر هذه التغريدات السخرية من الأندية المنافسة التي تحقق إنجازاً أو بطولة رياضية، وتوجيه التهم لها بالحصول على هذه البطولات بالرشوة أو المجاملات من جانب التحكيم. وتبدأ الجماهير الأخرى بالردّ على هذه الاتهامات بالسخرية من الأندية الأخرى التي

لم تُحقّق إلا عددًا قليلاً من البطولات، أو الأندية التي لم تحقق بطولات قارية، أو الأندية التي لم تشارك في بطولة كأس العالم للأندية على سبيل المثال.

وفي جانب آخر.. تندلع نقاشات وجدال حاد حول ألقاب أحد الأندية مثل (العالمي، كبير جدة، كبير الرياض)، وتختلف الجماهير فيما بينها حول النادي الأحق بهذا اللقب أو ذاك.

ج) رفض الحياد الإعلامي:

حظي الإعلام الرياضي بجانب كبير من المناقشات الحادة والصفات السلبية والانتقادات بالتحيز والتعصب من جانب المغردين على تويتر، حيث قدّم الكثير من المغردين هاشتاغات تنتقد أداء وسائل الإعلام، وتنفي عنها صفات الحياد والمصداقية والموضوعية، ومن أشهر الهاشتاغات التي شارك فيها المغرّدون ضد وسائل الإعلام والإعلاميين والقنوات التلفزيونية: #إعلام_البدرِوم #المدير_المناوب #إعلام_العشة #إعلام_زميرة #إعلام_الصدقة #إعلام_العملة #إعلام_العشش، وبالتبعية انتقد المغرّدون المحتوى الصحفي والإعلامي الرياضي.

د) انتقاد لجنة المسابقات:

نال لجنة المسابقات وحُكّام المباريات انتقاداً وهجوماً من جانب المغردين، فظهرت هاشتاغات تهاجم التحكيم ولجنة المسابقات والعاملين فيها، بحجة أن هناك أندية تتعرّض للظلم من التحكيم، وأن هناك من يتحكم في تقنية الـVAR واللقطات التي تُبثُّ ليحكّم المباراة عندما يرجع إليها لمتابعة خطأ أو مخالفة معينة أثناء المباراة، أو أن هناك موظفًا معيّنًا في لجنة المسابقات يستغلّ نفوذه في تغيير مواعيد المباريات أو تعيين أسماء حُكّام معينين لأندية معينة، أو حُكّام معينين في تقنية الـVAR وغيرها من الأسباب، وكلّها حجج لم يُقدّم عليها المغرّدون أية مُستندات أو مبررات منطقية.

توصيات الدراسة..

في ضوء النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، والخاصة بغلبة التعصب الرياضي داخل شبكة تويتر، يبدو التدخّل من جانب وزارة الإعلام ووزارة الرياضة ضروريًا، لوضع لوائح وأنظمة تحدّ من التعصب الرياضي في الملاعب ووسائل الإعلام، خاصة بعد تفشّي التعصب والسباب والجدال المحتدم بين الجماهير على تويتر، والإعلاميين وضيوفهم على القنوات التلفزيونية، والذي قد يصل في بعض الأحيان إلى الدخول في مشاجرات.

فقد سبق أن تمّ الاعتداء على بعض اللاعبين والحُكّام والإعلاميين وحافلات بعض الأندية، إلى جانب التناؤب بالألقاب غير الملائمة على مواقع التواصل الاجتماعي، كألقاب التصغير والسخرية على سبيل المثال (طحالب، فقر، طواقي)، ممّا يفرض تدخُّلاً حازمًا لتقنين التداول بين المغرّدين، ومنع هذا التعصب في جميع المجالات الرياضية.

ويمكن توظيف تقنيات التنقيب عن البيانات باستخدام أدوات التنقيب الإلكترونية، لرصد أية كلمات أو مصطلحات تحمل تعصّبًا لأحد الأندية أو اللاعبين، وحظر أية حسابات تُسهّم في توجيه السباب والشتائم، وفرض غرامات مالية على المخالفين.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa