

ص ص: ۸۱-۹۲

دریافت: ۹۰/۰۲/۲۵

پذیرش: ۹۰/۰۹/۰۷

## بررسی میزان جانبداری گزارشگران ورزشی تهرانی از بازیکنان و مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی

محمد اسماعیلی<sup>۱</sup>

دکتر حمید قاسمی<sup>۲</sup>

دکتر مسعود نادریان جهرمی<sup>۳</sup>

دکتر سلطان حسینی<sup>۴</sup>

فاطمه شاکری<sup>۵</sup>

### چکیده

**هدف:** هدف از این مطالعه تجزیه تحلیل این موضوع بود که آیا زبان مورد استفاده توسط گزارشگران ورزشی در طی گزارش مسابقات فوتبال لیگ برتر در مورد بازیکنان و مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی و سایر تیم‌ها متفاوت است یا خیر؟  
**روش شناسی:** روش انجام این تحقیق تحلیل محتوای کلامی گزارشگران بود. روش جمع آوری داده‌ها به صورت تشخیص و دسته بندی گفته‌های گزارشگران بود. قبل از جمع آوری داده‌ها یک مطالعه آزمایشی برای ارزیابی روایی و پایایی تحقیق انجام شد. سه کدگذار مستقل انتخاب شد و ۱۲۰ دقیقه از کل ۱۶۹۲ دقیقه را کدگذاری کردند. ضریب توافق ۹۲٪ نشان داد که جدول تحلیل محتوا دارای کمترین ایراد است. برای روایی جدول تحلیل محتوا از نظرات کارشناسان تربیت بدنی و ارتباطات نیز استفاده گردید.  
**یافته ها:** نتایج تحقیق نشان می‌دهد در مجموع ۶۰/۱۳٪ کدهای گزارشگران در مورد بازیکنان و مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی است و بیشترین جانبداری در مورد مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی با  $\chi^2 = ۶/۷۶$  اتفاق افتاده است.

**بحث:** گزارش فوتبال یکی از برنامه‌های جذاب تلویزیون است و عده زیادی را برای دیدن فوتبال مقابل تلویزیون قرار می‌دهد بنابراین گزارش آن باید بی طرفانه و بدون جانبداری باشد.

**واژگان کلیدی:** بازیکنان تیم‌های استقلال و پیروزی، بازیکنان سایر تیم‌ها، گزارشگر ورزشی، جانبداری.

## مقدمه

موضوع ورزش و تلویزیون موضوع بسیار گسترده ای است که در سال‌های اخیر نظر بسیاری از محققین را به خود جلب نموده است. در مورد تأثیر رسانه‌های جمعی مخصوصاً تلویزیون که به عنوان در دسترس ترین رسانه معرفی شده است بحث‌های فراوانی انجام گرفته است. تلویزیون بر خلاف منطبق از قدرت کشنده ای برخوردار است که ناشی از ۱- سادگی و خوشایند بودن دستگاه تلویزیون ۲- انتخاب برنامه‌های آسان و دسته بندی شده است تا با سرعت توسط اکثریت افراد هضم شود (پویا ۱۳۷۹). بیکوف خصوصیات تلویزیون را که باعث تمایز آن از سایر رسانه‌ها می‌شود را چنین بر می‌شمرد ۱- تلویزیون هم زمان دو حس بینایی و شنوایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ۲- در تلویزیون می‌توان، اخبار داغ را با سرعت نور ببینیم. ۳- یک برنامه تلویزیونی برای رسیدن به نظر مخاطب خود، نیازی به واسطه ندارد ۴- تلویزیون می‌تواند هم زمان تعداد زیادی از افراد را تحت پوشش قرار دهد. با گسترش رسانه‌ها مخصوصاً تلویزیون، تأثیر این رسانه بسیار بیشتر از قبل شده است. برخی معتقدند که وسایل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند، نسلی که با نسل‌های پیشین متفاوت هستند و به منفعل بودن توده مخاطبان اشاره می‌کنند (کازنو<sup>۱</sup>، ترجمه ساروخانی، ۱۳۶۷). یکی از موضوعات مهم در مورد رسانه، بحث ورزش است که مورد توجه برخی از محققین خارجی قرار گرفته است. رابطه بین ورزش و تلویزیون یک رابطه وابسته به هم دیگریان شده است (لئونارد<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳)، به طوری که ورزش و تلویزیون از این همکاری، سود دو طرفه تجاری می‌برند (ساج<sup>۳</sup> ۱۹۹۰) تلویزیون از ورزش برای افزایش بیننده و ورزش از تلویزیون به عنوان منبع درآمد استفاده می‌کند (مک کارتی<sup>۴</sup>، ۱۹۹۷).

در این رابطه دو طرفه ورزش‌های پخش شده از تلویزیون قدرت خلق و حفظ یک تصویر یا یک گفتار را دارد (مک کارتی، ۱۹۹۷). بنابراین؛ تلویزیون پتانسیل ایجاد یک تصویر در مردم را دارد و می‌تواند با بیان اطلاعات خاص ارزش‌های جدیدی را در جامعه شکل دهد. (مک فرسن<sup>۵</sup>، کوریت<sup>۶</sup> و لوی<sup>۷</sup>، ۱۹۸۹). طبق تحقیقات انجام شده درصد مردم علاقه مند به تماشای ورزش از تلویزیون در سال ۱۹۹۸، در کشور دانمارک ۲۶ درصد بوده است (لارسن<sup>۸</sup>، ۲۰۰۲). در ایران نیز احتمالاً، به دلیل کمبود امکانات تفریحی درصد قابل توجهی از مردم و شاید بیشتر از کشور دانمارک به تماشای مسابقات ورزشی علاقه مند می‌باشند. این موضوع دارای اهمیت فراوانی می‌باشد. بخش مهمی از یک برنامه تلویزیونی گزارشگر و مجری آن برنامه است. یک گزارشگر ورزشی با ایجاد هیجان در تماشاگران می‌تواند تأثیر عمیقی روی آنها بگذارد و با جانبداری می‌تواند تأثیر به سزایی در ایجاد تصویر مثبت یا منفی از بازیکنان یا تیم داشته باشد. براساس گفته‌های «هارگریوز» (۱۹۸۶) ورزش‌های ارائه شده در رسانه به صورتی که انجام می‌شوند ارائه نمی‌شوند و در اغلب موارد اینکده؛

1. Kazno
2. Leonard
3. Sage
4. Mccarty
5. Mcpherson
6. Kurit
7. Loy
8. Larsen

رسانه‌ها جهان را بر اساس تعبیر و نگاه خود و با مشخصات خاص خودشان به جهان نشان می‌دهند. برای مثال؛ زمانی که ورزش در رسانه پخش می‌شود در گزارش آن رویداد قابلیت تأثیر گذاری و ایدئولوژی خود به صورت مختلف را دارد. بنابراین؛ در موارد متعددی برتری حقوق گروهی بر گروهی دیگر به شکل غیر واقعی و اغراق آمیز نشان داده می‌شود (مک کارتی، ۱۹۹۷). برخی صاحب نظران معتقدند که تلویزیون وسیله توانایی در تغییر فرهنگ است که با جمعیت زیاد تماشاگران حوادث ورزشی نه چندان مهم را با هیجانی که به آن می‌دهد به عنوان یک عامل قوی تغییر فرهنگ تبدیل می‌کند. در مرکز این عامل تغییر فرهنگ گزارشگر و تفسیرکننده برای زیبا جلوه دادن آن انتخاب می‌شود (ساج، ۱۹۹۰). تاریخچه تلویزیون در ایران نشان می‌دهد که خیلی زود برنامه‌های ورزشی مخاطبان زیادی را به خود جذب کرده است. نخستین برنامه تلویزیونی از نخستین فرستنده تلویزیونی ایرانی در ساعت پنج بعد از ظهر جمعه یازدهم مهرماه ۱۳۳۷ پخش شد؛ در ابتدای دوره ی پخش تلویزیونی، شنوندگان با شنیدن اخبار وقایع هیجان انگیز ورزشی جذب می‌شدند و در ادامه آن پخش زنده یا با تأخیر تلویزیونی ورزش‌ها، با استقبال بی نظیری مواجه شد. در ابتدا هزینه داشتن یک تلویزیون، برای همه گران و بازدارنده بود و تعداد کمی از خانواده‌ها تلویزیون داشتند. جذابیت رویدادهای ورزشی از جمله برنامه‌هایی بود که بسیاری از خانواده‌ها یا افراد را دور هم در مکانی که تلویزیون وجود داشت، جمع می‌کرد. ورزش تلویزیونی به خاطر ویژگی‌هایی همچون دسترسی آسان، سرعت عمل و اعتبار و اصالت آشکار توانست حضوری جدی در میان مردم پیدا کند و همین امر موجب اقبال بیشتر و گسترش انبوه مخاطبان برای ورزش شد و این رسانه را رقیب عمده نشریات عامه پسند کرد، که نتیجه آن افزایش تدریجی انتقال و انعکاس تصاویر ورزشکاران به بینندگان رو به افزایش بود (قاسمی، ۱۳۷۸). در واقع امروزه قدرت رسانه به دلیل در دسترس بودن آن برای اکثریت مردم است (هارگریوز<sup>۱</sup>، ۱۹۸۶) بنابراین؛ قابلیت ایجاد نگرش را در میلیون‌ها نفر دارد (مک کارتی، ۱۹۹۷). سابو<sup>۲</sup> و جانسون<sup>۳</sup> در سال ۱۹۹۴ و مک کارتی در سال ۱۹۹۷ با تأکید بر این قدرت رسانه‌ها، مطالعات گسترده‌ای را انجام داده‌اند که تحقیق حاضر بر پایه این تحقیقات و بحث‌ها می‌باشد. با نگاهی به تحقیقات انجام شده درباره تلویزیون و روش تحلیل محتوا می‌توان به اهمیت موضوع رسانه در ورزش و گزارشگر ورزشی در برنامه‌های تلویزیونی پی برد. نتیجه‌های این بررسی به دست اندرکاران صدا و سیما و همین‌طور باشگاه‌های ورزشی کمک می‌کند تا با شناخت عملکرد گزارشگران و شاخص‌های مهم و اثرگذار در عملکرد آنها نسبت به ارزیابی عینی و عملی آنها اقدام نمایند. در واقع با بهبود نظارت علمی، شرایط برای توسعه و بهبود عملکرد گزارشگران و به تبع آن بهبود نتایج اثر آنها فراهم آید. از سوی دیگر این بررسی، امکان شناسایی شاخص‌ها و معیارهای سودمندی را برای جذب، آموزش و بهبود کیفیت گزارشگران ورزشی در سطح تلویزیون فراهم می‌کند. نتایج تحقیقاتی که در خارج کشور در مورد برنامه‌های ورزشی در تلویزیون و گزارشگران ورزشی انجام شده است بسیار قابل توجه است. هر یک از این تحقیقات با استفاده از روش تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی به نتایج جالبی در زمینه برنامه‌های ورزشی

1. Hargreaves

2. Sabo

3. Jansen

در تلویزیون و تاثیر این برنامه‌ها بر مخاطبان رسیده اند. و مبنای را برای بررسی عملکرد گزارشگران ورزشی ارائه می‌کنند. در ایران روی توانایی و شرایط تشخیص احراز گزارشگران و مطالعه درباره اصل بی طرفی آنها کمتر تأکید شده است. شاید بتوان با چنین تحقیقاتی دلیل انتخاب گزارشگران ورزشی و نیاز به تشخیص جانبداری آنها را توضیح داد و توجه به انتخاب یک گزارشگر خاص برای یک بازی مهم را برجسته کرد. در بسیاری از کشورهای دنیا تربیت و پرورش گزارشگران ورزشی از طریق دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی انجام می‌شود در ایران هنوز این مهم به وقوع نپیوسته است. انجام چنین پژوهشهایی می‌تواند نقش و اهمیت گزارشگران ورزشی در جامعه ورزشی را آشکار ساخته تا رسانه‌های تصویری نسبت به تربیت مطلوب آنها از طریق مراکز آموزش عالی تلاش لازم را انجام دهند. پژوهشگر با استفاده از این تحقیقات انجام شده در زمینه تحلیل محتوا و استفاده از روش‌شناسی و نتایج آنها در نظر دارد به این سوال که آیا گزارشگران ورزشی از بازیکنان و مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی جانبداری می‌کنند یا خیر؟ پاسخ دهد

### تحقیقات و پژوهشهای کاربردی در زمینه تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی

پژوهشگر با مراجعه به مراکز آموزش عالی و تحقیقات داخلی و پایگاههای اینترنتی، تحقیقی که کاملاً مشابه با این پژوهش باشد پیدا نکرد اما تحقیقاتی در زمینه تحلیل محتوای برنامه‌های سیاسی و برنامه‌های کودک در تلویزیون انجام شده است که این تحقیقات نیز درباره تحلیل محتوا زیاد نیست. فقط در مورد تحلیل محتوای مطبوعات ورزشی کردی در سال ۱۳۸۳ تحقیقی را انجام داده است. قاسمی نیز در سال ۱۳۸۵ وضع موجود ورزش در صدا و سیما را با وضع مطلوب مقایسه کرده است.

یکی از تحقیقات انجام شده در کشور انگلیس در سال (۱۹۹۷) توسط «مک کارتی» و «رابین جونز» است. آنها در این تحقیق به نحوه ارائه بازیکنان سیاه پوست و سفید پوست تلویزیون توجه کرده و با تحلیل محتوای کلام گزارشگران ورزشی به این نتیجه رسیده اند که گفته‌های آنها نژادپرستی در این کشور را تشدید می‌کند. و برتری سفیدپوستان بر سیاه پوستان را نشان داده می‌شود. در تحقیق دیگری در سال (۱۹۹۰) که توسط «ساج» و همکاران انجام شد؛ نتیجه گیری شد که گفته‌های گزارشگران هرچند درباره سیاه پوستان مثبت است ولی به طریقی بیان می‌شود که از سوئی دیگر نژاد پرستی را تشدید می‌کند به این معنی که از گفته‌های مثبت گزارشگران برداشتی منفی می‌شود. تحقیقات دیگری در این زمینه توسط «هال»<sup>۱</sup> در (۱۹۹۲)، «وانل»<sup>۲</sup> در سال (۱۹۹۲)، و «بایرل»<sup>۳</sup> در سال (۱۹۷۹) انجام شده است. با کمی تفاوت همه به جانبداری گزارشگران ورزشی از بازیکنان سفیدپوست اشاره کرده اند. کار دیگر انجام شده توسط «لورین اسلیور»<sup>۴</sup> در سال (۲۰۰۴) است که به تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی تلویزیون از سال (۱۹۷۰) تا (۲۰۰۱) پرداخت. وی در انتها نتیجه می‌گیرد که برنامه‌های ورزشی پخش شده به سه دوره تقسیم می‌شود: ۱- دوره

1. Robyn Jones
2. Sage
3. Hall
4. Whannel
5. Birell
6. Sliver

اولیه از سال (۱۹۷۰ تا ۱۹۷۸)، ۲- دوره آمادگی جسمانی از (۱۹۷۸ تا ۱۹۹۲)، ۳- دوره سوم فعالیت‌های بدنی برای سلامتی از سال (۱۹۹۲ تا ۱۹۹۸). ویژگی‌های هر کدام از این دوره‌ها را با کدهای بیان شده مشخص می‌کند. تحقیقات جدید با استفاده از تکنولوژی کامپیوتر به بررسی این جانبداری می‌پردازند.

## روش شناسی

در این پژوهش روش تحقیق، تحلیل محتوا و از نوع تحلیل محتوای کلامی است. جامعه آماری شامل بازی‌های انجام شده در لیگ برتر فوتبال در سالهای ۸۸-۸۷-۸۶ (لیگ‌های ششم، هفتم و هشتم) است که گزارشگران این بازیها گزارشگران فوتبال تهران بوده‌اند. تعداد بازی‌های انجام شده در لیگ‌های ششم، هفتم و هشتم بالغ بر ۹۰۰ بازی و تعداد بازیهای استقلال و پیروزی را که گزارشگران ورزشی تهران گزارش کرده‌اند بالغ بر ۱۸۰ بازی بوده است. این تعداد بازی را پنج گزارشگر تهرانی گزارش کرده‌اند که به علت عدم کیفیت مناسب فیلم بازیها، در نهایت سه گزارشگر از این پنج گزارشگر انتخاب شده‌اند. نمونه گیری از گزارش بازیهای این سه گزارشگر به صورت در هدفمند بوده و تعداد ۱۸ فیلم از بازی‌های لیگ‌های ششم، هفتم و هشتم که گزارشگران این بازیها آقایان X,Y,Z بوده‌اند تحلیل محتوا شده‌اند، زمان تحلیل شده حدوداً برابر با ۱۶۹۲ دقیقه است که ۴ دقیقه وقت اضافی برای هر بازی منظور شده است... برای تشکیل جدول تحلیل محتوا پس از انجام مطالعات تکمیلی درخصوص تحلیل محتوای گزارش فوتبال و همچنین با بهره گیری از منابع زیر اقدام به طراحی و تنظیم جدول تحلیل محتوا شد.

۱- استفاده از تحقیقات و مطالعاتی که در مورد تحلیل محتوای گزارش ورزشی در خارج از کشور انجام شده بود. جدول تحلیل محتوای مک کارتی و رابین جونز و اسلیور به فارسی ترجمه شده و کدهای آنها به زبان محاوره گزارشگران ایرانی برگردانده شده است.

۲- استفاده از تحقیقات و مطالعاتی که در مورد تحلیل محتوای برنامه‌های سیاسی تلویزیون در داخل کشور انجام شده بود. بیشتر پژوهشهای تحلیل محتوا برنامه‌های تلویزیون در ایران درباره برنامه‌های سیاسی بوده که از روش شناسی آنها استفاده شده است.

۳- مصاحبه با متخصصین تربیت بدنی و علوم ورزشی و برخی متخصصین در زمینه ارتباطات. با بهره گیری از منابع مذکور جدول تحلیل محتوا تهیه گردید. این جدول به ۷ نفر از متخصصین ارتباطات و به ۵ نفر از متخصصین رشته تربیت بدنی که دارای دکترای مدیریت و برنامه ریزی بودند تقدیم شد و از آنها خواسته شد تا نظرات خود را پیرامون کدهای جدول تحلیل محتوا بیان کنند. مواردی که از آنها درخواست گردید تا پیشنهادها و نظرات خود ارایه دهند عبارت بودند از:

۱- شکل و محتوای جدول تحلیل محتوا ۲- کامل بودن کدها از نظر کسب اطلاعات در زمینه جانبداری گزارشگران ۳- حذف یا اضافه کردن کدها

در فرایند بررسی این نظرات برخی کدها به واسطه مبهم بودن و ناهمگونی با موضوع تحقیق حذف و برخی دیگر به واسطه تکرار یا همپوشی در هم ادغام گردید. تعدادی کد که به نظر متخصصان و مدیران برای

تدوین جدول تحلیل محتوا ضروری به نظر می‌رسید، به کدها اضافه شد. سرانجام جدول تحلیل محتوا با مجموعه ای از ۱۸ کد آماده شد، که قسمت اول کدها مربوط به بازیکنان بوده و دارای ۱۱ کد است و قسمت دوم کدها مربوط به مربیان و سرپرستها بوده و دارای ۷ کد می‌باشد. برای بررسی و پایایی جدول تحلیل محتواها قبل از جمع آوری آنها یک مطالعه آزمایشی برای ارزیابی فرآیند جمع آوری اطلاعات انجام شد. سه کدگذار مستقل انتخاب شد و هر کدام ۱۲۰ دقیقه مشابه از کل ۱۶۹۲ دقیقه را کدگذاری کردند اولین کدگذار یکی از گزارشگران فوتبال تهران بود که جزء جامعه آمار گزارشگران این تحقیق نبود وی در زمینه گزارشگری دارای تجربه ۱۰ ساله بود. کدگذار دوم یک کارشناس صدا و سیما بود که در زمینه ساختن فیلم، مونتاژ و ... دارای ۲۰ سال تجربه بود و کدگذار سوم یک قهرمان فوتبال بود. به طور کلی چون همه گفته‌های گزارشگران مربوط به جدول تحلیل محتوا نبود به عنوان مثال برخی از گفته‌های گزارشگران در مورد وضعیت آب و هوا، شرایط زمین بازی، تعداد تماشاگران و..... بود بنابراین محقق قسمت هائی را که دارای جانبداری بود توسط نرم افزار یولید از فیلم بازیها جدا کرده و در اختیار سه کدگذار قرار داد. کدگذارها برای این تحقیق، با تعاریف و نحوه کدگذاری آشنا شدند به این صورت که علاوه بر مطالعه دستورالعمل، در جلسه کدگذاری کاملاً به آنها آموزش داده شد که چگونه این کدها را بعد از مشاهده علامتگذاری کنند. در دستورالعمل بیان شده بود که اگر کدگذارها کدی را متوجه نشوند می‌توانند فیلم را متوقف کرده و بعد از فهم کامل جملات گزارشگر دوباره فیلم را تماشا کنند. و اگر نیاز بود مجدداً آن را تکرار کرده و تماشا کنند. ضریب توافق ۹۲ درصد نشان داد که جدول دارای کمترین اشتباه بوده و می‌تواند رفتار جانبدارانه را بسنجد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss ورژن ۱۸ استفاده شد. از آمار توصیفی برای محاسبه درصد و در آمار استنباطی از آزمون کای دو استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

بخش اول: توزیع سوالات اساسی تحقیق

جدول (۱): توزیع کلی کدهای تحقیق: گزارشگران X, Y, Z

مجموع		مربیان و سرپرستان		بازیکن		مجموع کدها
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۶۰/۱۳	۳۶۵	۷۲/۱	۲۱۷	۴۹/۶	۱۴۸	تیم‌های استقلال و پیروزی
۳۹/۸۷	۲۴۲	۲۷/۹	۸۴	۵۰/۴	۱۵۸	سایر تیمها
%۱۰۰	۶۰۷	%۱۰۰	۳۰۱	%۱۰۰	۳۰۶	مجموع

در مجموع از تعداد کل کدهای جمع آوری شده از جدول تحلیل محتوا که تعداد آنها ۶۰۷ عدد بوده است، ۳۶۵ مورد مربوط به تیم‌های استقلال و پیروزی و ۲۴۲ مورد مربوط به سایر تیمها بوده است. یعنی در مجموع

۶۰/۱۳ درصد کل کدها مربوط به تیم‌های استقلال و پیروزی و ۳۹/۸۷ درصد کل کدها مربوط به سایر تیمها بوده است

جدول (۲): توزیع کدهای مربیان و سرپرستان

مجموع		X		Y		Z		کد مربیان و سرپرستان
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۶۲/۰۲	۷۲	۶۲/۲	۲۳	۷۰/۷	۲۹	۵۲/۶	۲۰	تیم‌های استقلال و پیروزی
۳۷/۹۸	۴۴	۳۷/۸	۱۴	۲۹/۳	۱۲	۴۷/۴	۱۸	سایر تیمها

در مجموع درباره مربیان و سرپرستان ۱۱۶ کد بدست آمده است که ۶۰/۰۲ درصد این کدها مربوط به مربیان و سرپرستان تیم‌های سرخابی و ۳۷/۹۸ درصد این کدها مربوط به مربیان و سرپرستان سایر تیمها است.

جدول (۳): توزیع کدهای بازیکنان

مجموع		X		Y		Z		کد بازیکن
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۴۸/۴	۱۴۸	۵۶/۹	۴۵	۴۴/۴	۵۲	۴۶/۴	۵۱	تیم‌های استقلال و پیروزی
۵۱/۶	۱۵۸	۴۳/۱	۳۴	۵۵/۶	۶۵	۵۳/۶	۵۹	سایر تیمها
%۱۰۰	۳۰۶	%۱۰۰	۷۹	%۱۰۰	۱۱۷	%۱۰۰	۱۱۰	مجموع

در مجموع درباره بازیکنان ۳۰۶ کد بدست آمده است که ۴۸/۴ درصد این کدها مربوط به بازیکنان تیم‌های استقلال و پیروزی و ۵۱/۶ درصد این کدها مربوط به بازیکنان سایر تیمها است.

بخش دوم: بررسی سوالات اساسی تحقیق

آیا شیوه گزارش مسابقات فوتبال در ایران توسط گزارشگران جانبدارانه است؟

الف) جمع سه نفر درباره جانبداری از مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی: برای بررسی آن از آزمون کای دو استفاده می‌کنیم

جدول (۴): کای دو مقایسه فراوانیهای مشاهده و مورد انتظار مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی

Y, Z, X	استقلال و پیروزی	سایر تیمها	جمع	$\chi^2 = ۶/۷۶$
مشاهده شده	۷۲	۴۴	۱۱۶	

مورد انتظار	۵۸	۵۸	۱۱۶
جمع	۱۳۰	۱۰۲	۲۳۲

نتایج جدول نشان می‌دهد، با توجه به اینکه  $\chi^2 = ۶/۷۶$  مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح  $۰/۰۵$  بیشتر است، آزمون معنی دار بوده بنابراین این گزارش فوتبال توسط سه گزارشگر درباره مربیان و سرپرستان تیم جانبدارانه است.

ب) جمع سه نفر درباره جانبداری از بازیکنان تیم‌های تهرانی: برای بررسی آن از آزمون کای دو استفاده می‌کنیم

جدول (۵): کای دو مقایسه فراوانیهای مشاهده شده و مورد انتظار بازیکنان تیم‌های استقلال و پیروزی

Y, Z, X	استقلال و پیروزی	سایر تیمها	جمع	$\chi^2 = ۰/۳۲$
مشاهده شده	۱۴۸	۱۵۸	۳۰۶	
مورد انتظار	۱۵۳	۱۵۳	۳۰۶	
جمع	۲۹۳	۲۹۵	۶۱۲	

آزمون نتایج جدول نشان می‌دهد، با توجه به اینکه  $\chi^2 = ۰/۳۲$  مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح  $۰/۰۵$  درصد کمتر است، آزمون معنی دار نبوده بنابراین این گزارش فوتبال توسط سه گزارشگر درباره بازیکنان جانبدارانه نیست.

### بحث

با توجه به نتایج تحقیقات گذشته در خارج از کشور به نظر می‌رسد عواملی مانند بازیکن، مربی، داور، تماشاچی، گزارشگر و تفسیرکننده ورزشی را باید جزئی از بازی فوتبال دانست و همه عوامل را در شکست یا پیروزی یک تیم شریک نمود. گزارشگر ورزشی باید بی طرفی خود را در گزارش‌های ورزشی رعایت کند و در زمینه گزارشگری دارای دانش و توانایی‌هایی باشد. از جمله عواملی که به نظر کارشناسان برای گزارشگر مناسب است تا گزارش بی طرفانه‌ای داشته باشد، داشتن تحصیلات ورزشی، تجربیات ورزشی و مهارت‌های مدیریتی است. در کشور انگلیس معمولاً از قهرمانان ورزشی برای این حرفه مهم انتخاب می‌کنند و بر اصل عدالت در گزارش‌ها تأکید می‌کنند (مک کارتی، ۱۹۹۷).

با سابقه‌ترین گزارشگر در بین گزارشگران (Y با ۲۰ سال) سابقه می‌باشد و X نیز با مدرک کارشناسی ارشد دارای بالاترین مدرک تحصیلی می‌باشد. در سایت «ویکی انسور»<sup>۱</sup> درباره مهارت‌هایی که مورد نیاز گزارشگر است آمده است: گزارشگر برای هر رشته ورزشی که قصد گزارش آن را دارد، باید دانش کافی در



باره آن رشته ورزشی داشته باشد، در ادامه گزارشگران ورزشی فوتبال را به دو دسته تقسیم کرده است:  
 ۱- گزارشگران بازی به بازی<sup>۱</sup> ۲- گزارشگران کالر<sup>۲</sup>

گزارشگران بازی به بازی معمولاً روزنامه نگارند که این رشته را در دانشگاه به پایان رسانیده اند. از این گزارشگران می‌توان به «جو پاک<sup>۳</sup>»، «چیپ کری<sup>۴</sup>» و «تام برنامام<sup>۵</sup>» اشاره کرد.

بر اساس تحقیق مک کارتی نیز گزارشگران در انگلیس از قهرمانان ملی انتخاب می‌شوند ولی در ایران به نظر می‌رسد که انتخاب گزارشگران ارتباطی با ورزشکار بودن، داشتن دانش ورزشی و رشته تحصیلی آن‌ها ندارد. در بین گزارشگران فقط آقای «Y» دارای تجربه فوتبال در باشگاه‌های کرج و دانشگاه‌های کشور می‌باشد. با توجه به اینکه انتخاب گزارشگران ورزشی بر اساس مبانی علمی نبوده است (پرسشنامه ویژگی‌های شخصی آنها این موضوع را نشان می‌دهد) بنابراین به نظر می‌رسد که این موضوع نتایج تحقیق را تحت الشعاع قرار دهد. نتیجه‌های تحقیق نشان می‌دهد که گزارشگران بیشترین جانبداری را در مورد مربیان تیم‌های استقلال و پیروزی داشته اند در حالی که به نظر می‌رسد در مورد بازیکنان تیم‌های استقلال و پیروزی و سایر تیم‌ها جانبداری مشخصی وجود ندارد.

رسانه‌های گروهی و در راس همه تلویزیون سعی می‌کنند توقعات مردم را برآورده کنند و آنها را تا حد امکان راضی نگاه دارند. تیم‌های استقلال و پیروزی طرفدارن بیشتری نسبت به سایر تیم‌های لیگ برتر دارند بنابراین برای خوشایند بودن گزارش ورزشی و برآوردن توقع اکثر مردم تا اندازه جانبداری از مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی قابل توجه است، مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی به صورت میانگین گران‌ترین مربیان تیم‌های لیگ برتر می‌باشند و تا اندازه‌ای صحبت کردن در مورد آنها و جانبداری از آنها قابل توجه است. تقریباً بهترین مربیان داخلی یا خارجی به این تیم‌ها دعوت می‌شوند و چون انتظارات زیادی از نتایج این تیم‌ها وجود دارد بنابراین انتقاد یا پیشنهاد در مورد این تیم‌ها ممکن است بیشتر باشد. با توجه به نتایج آماری از آزمون کای دو، گزارش در مورد مربیان و سرپرستان تیم‌های استقلال و پیروزی جانبدارانه بوده است. در تحقیقی که قاسمی در سال (۱۳۸۵) انجام داد نتیجه گیری کرد که وضعیت موجود ورزش در صدا و سیما با وضعیت مطلوب آن فاصله دارد. این موضوع جانبداری گزارشگران ورزشی از تیم‌های استقلال و پیروزی نیز یکی از مصداق‌های فاصله داشتن وضعیت موجود با وضعیت مطلوب است. در تحقیقی که کردی در مورد تحلیل محتوای نشریات ورزشی کشور انجام داد نتیجه گیری کرد که (۴۵ درصد) مطالب فوتبال نشریات ورزشی به تیم‌های استقلال و پیروزی مربوط بوده است این تحقیق نیز در جهت تحقیق کردی با تحلیل محتوای کلام گزارشگران به این نتیجه می‌رسد که گزارشگران از مربیان تیم‌های استقلال و پیروزی جانبداری می‌کنند. در تحقیقی که توسط «مک کارتی» در سال (۱۹۹۷) انجام شده است از تحلیل محتوای کلام گزارشگران مشخص می‌شود که گزارشگران، سفید پوستان را بیشتر از سیاه پوستان

1 .play.by.play

2 .color commentator

3 .Joe Buck

4 .Chip Caray

5 .Thom brennaman

مورد تمجید قرار داده اند و گفته‌های آنها به گونه ای است که نژاد پرستی را تشدید می‌کند. در تحقیق دیگری «ساج» در سال (۱۹۹۰) نیز به چنین نتیجه ای می‌رسد.

برای مشخص شدن تاثیرات این جانبداری نتایج را با توجه به نظریه‌های موجود در مورد تاثیر وسایل ارتباط جمعی بررسی می‌کنیم.

بر اساس نظریه تزریقی که یکی از نظریه‌های معروف در زمینه تحلیل محتوا است، ارتباط گر برای رسیدن به هدف مورد نظر یک پیام اقناع کننده (گلوله) به طرف توده بی دفاع مخاطبان همگن شلیک می‌شود و سپس به دنبال این قضیه تاثیرات دلخواه ارتباط گر اتفاق می‌افتد. (مک لوهان ۱۳۴۹)

در مورد تیم‌های استقلال و پیروزی با تعریف بیش از حد گزارشگران در مورد این تیم‌ها و کادر اجرایی این گلوله (جانبداری) به طرف میلیون‌ها مخاطب پرتاب می‌شود و باعث ایجاد هواداران بیشتر در مورد این تیم‌ها می‌شود. نمونه ای از این گلوله‌های پرتاب شده بیان کردن بازیکن با اسم کوچک است. قابل توجه است که این کد برای سایر تیم‌ها حتی یکبار هم تکرار نشده است. یعنی گزارشگران در گزارش خود حتی یک بار هم بازیکنان سایر تیم‌ها را با اسم کوچک مورد خطاب قرار نداده اند. بازیکنان مورد توجه گزارشگران که از تیم‌های استقلال و پیروزی با اسم کوچک مورد خطاب قرار گرفته اند عبارتند از:

Z: آرش برهانی (استقلال)، بهشاد یاور زاده (استقلال)، سپهر حیدری (پیروزی)، پیروز قربانی (استقلال).

Y: فراف فاطمی (پیروزی)، سپهر حیدری (پیروزی)، میثم باعو (پیروزی)

X: کریم باقری (پیروزی)، میثم منیعی (استقلال)، مجتبی جباری (استقلال)، آرش برهانی (استقلال) رحمان رضایی (پیروزی). و نکته دیگر اینکه بازیکنی که از همه بیشتر مورد توجه گزارشگران بوده است آرش برهانی می‌باشد.

نحوه بیان گزارشگران در مورد این بازیکنان به طریقی است که به نظر می‌آید با این بازیکنان دارای نسبت خانوادگی می‌باشند. نکته قابل توجه دیگر اینکه بازیکنان این تیم‌ها معمولاً ستاره‌های فوتبال ایران هستند و الگوی بسیاری از نوجوانان می‌باشند. بنابر این جانبداری از این تیم‌ها و کادر اجرایی آنها ممکن است مورد قبول بسیاری از مردم که ستارگان آنها در این تیم‌ها وجود دارند باشد. در مورد میزان جانبداری از بازیکنان تیم‌های استقلال و پیروزی در برابر بازیکنان سایر تیم‌ها سه گزارشگر با هم اتفاق نظر داشته اند، بدین معنی که هیچکدام از گزارشگران از بازیکنان تیم‌های استقلال و پیروزی جانبداری نکرده اند. شایان ذکر است که برای پاسخ دادن به چنین سؤالاتی نیاز به تحقیقات مشابه بیشتری می‌باشد.

## نتیجه گیری

گزارش ورزشی یکی از برنامه‌های جذاب تلویزیون است بنابراین عده زیادی را برای دیدن بازی فوتبال در مقابل تلویزیون قرار می‌دهد. گزارشگر قسمت مهمی از یک گزارش فوتبال است بنابراین باید در گزارش خود اصل بی طرفی را رعایت کند. پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد.

لزوم توجه به تمامی تیم‌های لیگ برتر توسط رسانه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که حدود (۶۰/۱۳ درصد) کدهای به کار برده شده توسط گزارشگران در مورد تیم‌های استقلال و پیروزی بوده است. قدرت رسانه باید برای تمام لیگ‌های برتر استفاده شود، تا موجب تحولی شگرف و عجیب در فوتبال ایران شود. چند دوره است که تیم‌های اصفهانی با وجود حمایت رسانه از تیم‌های استقلال و پیروزی قهرمان لیگ برتر و جام حذفی می‌شود. به نظر می‌رسد که اگر حمایت رسانه ای از تمامی تیم‌های لیگ‌های برتر باشد، استعدادهای بالقوه ی زیادی در فوتبال ایران شکوفا شود و تیم‌ها طرفداران و تماشاچیان و پشتیبان‌های خاص خود را پیدا کند.

## منابع

- ۱- رستمی، علی. (۱۳۶۴). **رابطه تماشای تلویزیون و میزان موفقیت دانش آموزان دوره متوسطه**. تهران: مرکز مطالعات، تحقیقات و سنجش برنامه ای صدا و سیما.
- ۲- قاسمی، حمید. (۱۳۸۷). **فعالیت‌های رسانه ای در ورزش**. تهران: بامداد کتاب.
- ۳- قاسمی، حمید. (۶۱۳۸) نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش. پایان نامه دکترا واحد علوم و تحقیقات
- ۴- کازنو، ژان. (۱۳۶۷). **جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی**. (ترجمه ی باقر ساروخانی و منوچهر محسنی). تهران: اطلاعات.
- ۵- کردی، محمدرضا. (۱۳۸۳). **بررسی وضعیت نشریات ورزشی کشور**. تهران: دانشگاه تهران، تحقیق انجام شده در دانشکده تربیت بدنی.
- ۶- مک لوهان، مارشال. (۱۳۴۹). **شناخت وسایل ارتباط جمعی**. ترجمه: ژیل سازگار. **مجله تحقیقات روزنامه نگاری**، سال پنجم، شماره ۲۰

- 7- Birrell, s. & Loy j. (1979). Media sport: Hot and Cool. International review of sport sociology. 14(1), 5-19.
- 8-Birrell, s.(1989). Racial relation theories and sport: suggestion for more critical analysis. Sociology of sport journal. 6, 212-227.
- 9- Clarke, A. & Clark J.(1982). Highlights and action replays: Ideology, sport and the media. In J. Hargreaves (Ed.), sport, culture and ideology. (pp. 62-87). London: Routledge & kegan paul.
- 10- Hargreaves, J. (1986), Sport power and culture. Oxford: Polity.
- 11-Larsen knud. (2002), Effects of proffesionalisation and commercialization of elite sport on sport for all and sport consumption in Denmark. Paper presented in the 9<sup>th</sup> world sport for all congress.
- 12- Leonard, W.M. (1993). A sociological perspective of sport (4<sup>th</sup> Ed). New York: Maccmillan.
- 13- Lorraine Silver Wallace. (2004). Content analysis of primetime television coverage of physical activity,1970-2001. American journal of preventive medicine.11 ,130-136.

- 14- McCarthy, D. (1997),, Robyn I.jones “speed aggression, strength and tactical naiveté: The portrayal of the black soccer player on television” reprinted from McCarty and jones.
- 15- Mcpherson, B.D., Curtis, J.E., & Loy, J.W. (1989). The social significance of sport. Champaign, IL: human Kinetics.
- 16-Sabo, D, Jansen, SC. (1994). Seen but not heard. Image of black men in sports media. In MA messenger & D.F. Sabo. (EDs), sex, violence and power in sports.
- 17- Sage, G.H (1990). Power and ideology in American sport. Champaign, IL: human kinetics
- 18- Whannel, G.(1992). Fields in vision: television sport and culture transformation. London: Routlege.