

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

یارب از ابر محبت برسان بارانی

پیش تر ، زانکه چو گردی زمیان برخیزم . . .



پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه

بررسی تاثیر برنامه تلویزیونی نود بر جامعه فوتبال کشور

از دیدگاه کارشناسان فوتبال و تماشاگران حرفه ای

رعنا چگینی

استاد راهنما :

دکتر محمدقلی میناوند

اساتید مشاور :

دکتر محمد علی هرمزی زاده

دکتر حمید قاسمی

تابستان ۱۳۸۸

تقدیم به

بیکرانگی عشق ، محبت و خلوص

خانواده عزیزم

و تقدیم به همه عزیزانی که با کمک های

بی دریغ ، مرا در انجام این مهم یاری نمودند

و تقدیم به جامعه ورزش کشور

● نگارنده مرا تب سپاس و قدردانی صمیمانه و بی شائبه خود را از اساتید بزرگوار جناب آقای دکتر محمدقلی میناوند ، جناب آقای دکتر محمدعلی هرمزی زاده و جناب آقای دکتر حمید قاسمی که به ترتیب زحمت راهنمایی و ارائه مشاوره را در این پایان نامه بر عهده داشتند ، به عمل می آورد.

● از جناب آقای دکتر محمدعلی حکیم آرا و جناب آقای دکتر امیدعلی مسعودی که زحمت داوری این پژوهش را تقبل فرمودند نیز بسیار ممنونم.

● همچنین از همسر گرامیم مهندس عبدالرضا بریری که در تمام مدت انجام این پژوهش به عنوان یک کارشناس خبره فوتبال در کنارم بود سپاسگزارم.

● علاوه بر آن وظیفه خود می دانم تا از کمک های علمی و نظرات ارشادی سایر اساتید و کارشناسان حوزه ورزش و رسانه از جمله همکاران گرامی صدا و سیما ، سازمان تربیت بدنی و فدراسیون فوتبال که نهایت لطف و همکاری را نمودند قدردانی کنم.

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر برنامه تلویزیونی نود بر جامعه فوتبال کشور است. در این تحقیق تلاش کرده ایم تاثیرات این برنامه بر مخاطب را در چهار بعد علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی بررسی نماییم. پنج گروه مرجع از جامعه فوتبال کشور در این پژوهش شرکت نمودند. مربیان، داوران، بازیکنان و کارشناسان رسانه های تخصصی فوتبال که به نوعی کارشناس فوتبال محسوب می شوند چهار گروهی بودند که به عنوان گروههای خاص با آنها مصاحبه عمیق انجام دادیم. گروه عام یا تماشاگران حرفه ای نیز پنجمین گروه مرجع در این پژوهش بودند که اطلاعات آنان به روش پیمایشی گرد آوری شد. بنابراین با تلفیقی از دو روش کمی و کیفی این پژوهش انجام گردید و نوع و میزان تاثیرات برنامه نود بر همین پنج گروه که در واقع اعضای جامعه فوتبال کشور هستند بررسی شد. در چارچوب نظری پژوهش، تئوری هایی چون نظریات تاثیر رسانه ها، نظریه برجسته سازی، فرضیه شکاف آگاهی و نظریه جلب و عطف توجه و... و ارتباط آنها را با موضوع تحقیق و همچنین مقالات ارزشمندی در مورد پدیده فوتبال در جامعه امروز را مورد بررسی و مطالعه قرار دادیم.

نتایج تحقیق در بخش های کیفی و کمی، نشان داد برنامه نود در ابعاد علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی تاثیرات گوناگونی بر جامعه فوتبال کشور داشته است. بررسی شاخص های مختلفی چون ارتقای دانش فوتبال، پایبندی به قانون و مقررات، ترویج ارزشهای فرهنگی، ایجاد همدلی و انسجام اجتماعی، بهبود رفتار و کردار اعضای جامعه فوتبال، ایجاد فضای مناسب برای تعامل و مناظره، رونق اقتصادی جامعه فوتبال، بهبود امکانات ورزشی و... نشان داد در بین ابعاد چهار گانه مذکور، تاثیرات فرهنگی برنامه نود بر جامعه فوتبال کشور بسیار قابل توجه بوده است. در بین گروههای مرجع پنجگانه (مربیان، داوران، بازیکنان، کارشناسان رسانه های تخصصی فوتبال و تماشاگران حرفه ای) نیز بیشترین تاثیر بر گروه داوران بوده است.

یکی دیگر از اهداف این تحقیق بررسی تفاوت های نظرات گروه خاص (مربیان، داوران، بازیکنان و کارشناسان رسانه های تخصصی فوتبال) با نظرات گروه عام (تماشاگران حرفه ای) بود. نتایج نشان داد در بسیاری موارد اطلاعات تماشاگران حرفه ای بسیار قابل توجه و در حد نظرات کارشناسان بود ضمن اینکه در مجموع می توان گفت تماشاگران حرفه ای در مقایسه با گروه خاص، نسبت به برنامه نود خوشبین تر هستند و تاثیرات مثبت بیشتری برای برنامه نود قائل هستند.

کلید واژه ها: برنامه نود، جامعه فوتبال، تماشاگران حرفه ای، رسانه های تخصصی فوتبال.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	۱- فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- طرح مساله
۶	۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق
۸	۱-۳- اهداف تحقیق
۹	۱-۴- سوالات تحقیق
۹	۱-۵- فرضیه های تحقیق
۱۰	۱-۶- تعریف مفاهیم
۱۶	۲- فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق
۱۷	۲-۱- پیشینه موضوع
۱۷	۲-۱-۱- پدیده ای به نام فوتبال
۱۹	۲-۱-۲- برنامه نود
۲۴	۲-۱-۳- تاریخچه فوتبال باشگاهی ایران
	۲-۱-۴- نگاهی به رسانه ای شدن فوتبال
۲۷	۲-۱-۴-۱- رابطه فوتبال و رسانه ها
۲۸	۲-۱-۴-۲- چالش تقاضای اجتماعی
۲۹	۲-۱-۴-۳- تاثیر رسانه بر انسجام اجتماعی
۳۰	۲-۱-۴-۴- فوتبال و ارزشهای اجتماعی
۳۰	۲-۱-۴-۵- نقد فوتبال
۳۰	۲-۱-۴-۶- حاشیه ها و حوادث فوتبال
۳۱	۲-۱-۴-۷- رسانه ها و ورزشکاران
۳۱	۲-۱-۴-۸- تبلیغات تجاری در فوتبال
۳۲	۲-۱-۵- نقش رسانه ها در ورزش
۳۳	۲-۲- تحقیقات پیشین
۳۷	۲-۳- نظریه های مربوط به موضوع تحقیق
۳۹	۲-۳-۱- نظریات مربوط به اثرات نامحدود رسانه ها

۳۹	۲-۳-۱-۱- نظریه گلوله
۳۹	۲-۳-۱-۲- نظریه های کاشت ، جبر گرایي رسانه ای و ماریپیچ سکوت
۴۶	۲-۳-۱-۳- نظریه اثرات محدود رسانه ها
۴۷	۲-۳-۲- روش ها و فنون رسانه ای در دستکاری اذهان
۴۷	۲-۳-۲-۱- نظریه برجسته سازی
۵۲	۲-۳-۲-۲- فرضیه شکاف آگاهی
۵۴	۲-۳-۳- نظریه جلب و عطف توجه
۵۶	۲-۳-۴- نظریه تغییر ارزش های فردی
۵۹	۲-۳-۵- نظریه سطوح مختلف تاثیر
۶۲	۲-۳-۶- رسانه چگونه تاثیر گذار می شود
۶۶		
۳- فصل سوم: روش تحقیق		
۶۸	۳-۱- بخش کیفی پژوهش
۶۹	۳-۱-۱- گروه های کانونی یا متمرکز
۷۰	۳-۱-۲- روش مصاحبه عمیق
۷۱	۳-۱-۳- انتخاب نهایی روش
۷۱	۳-۱-۴- نحوه بکار بستن روش
۷۲	۳-۱-۵- تعریف مساله و ضابطه مند کردن پرسش های تحقیق
۷۳	۳-۱-۶- انتخاب مصاحبه شوندگان
۷۵	۳-۱-۷- مصاحبه کننده و برنامه زمان بندی مصاحبه ها
۷۵	۳-۱-۸- محدودیت ها و مشکلات
۷۷	۳-۱-۹- زمان و مکان مصاحبه ها
۷۷	۳-۱-۱۰- ثبت و ضبط اطلاعات
۷۸	۳-۱-۱۱- نحوه انجام مصاحبه های عمیق
۷۹	۳-۲- بخش کمی پژوهش
۸۰	۳-۲-۱- مطالعه مقدماتی
۸۱	۳-۲-۲- جامعه آماری
۸۱	۳-۲-۳- روش نمونه گیری
۸۲	۳-۲-۴- حجم نمونه
۸۳	۳-۲-۵- متغیر های تحقیق

۸۴	۳-۲-۶- تعریف عملیاتی متغیرها
۸۹	۳-۲-۷- پایایی و اعتبار تحقیق
۹۰	۳-۲-۸- جمع آوری اطلاعات
۹۱	۳-۲-۹- نگارش گزارش و ارائه نتایج
۹۳	۴- فصل چهارم : یافته های تحقیق
۹۴	۴-۱- یافته های بخش کیفی تحقیق
۹۴	۴-۱-۱- تأثیرات علمی برنامه نود بر جامعه فوتبال کشور
۷۰۳	۴-۱-۲- تأثیرات فرهنگی برنامه نود بر جامعه فوتبال کشور
۱۱۲	۴-۱-۳- تأثیرات اقتصادی برنامه نود بر جامعه فوتبال کشور
۱۱۲	۴-۱-۴- تأثیرات اجرایی برنامه نود بر جامعه فوتبال کشور
۱۱۳	۴-۲- یافته های بخش کمی تحقیق
۱۱۳	۴-۲-۱- جداول توصیفی
۱۷۳	۴-۲-۲- جداول تحلیلی
۱۷۷	۵- فصل پنجم : بحث، نتیجه گیری و پیشنهاد ها
۱۷۸	۵-۱- جمع بندی کلی پاسخها و نتیجه گیری
۱۷۸	۵-۱-۱- نتیجه گیری کلی بخش کیفی پژوهش در مورد تاثیرات علمی برنامه نود
۱۸۰	۵-۱-۲- نتیجه گیری کلی بخش کیفی پژوهش در مورد تاثیرات فرهنگی برنامه نود
۱۸۷	۵-۱-۳- نتیجه گیری کلی بخش کیفی پژوهش در مورد تاثیرات اقتصادی برنامه نود
۱۸۸	۵-۱-۴- نتیجه گیری کلی بخش کیفی پژوهش در مورد تاثیرات اجرایی برنامه نود
۱۸۹	۵-۱-۵- مقایسه نظرات گروه خاص (مصاحبه شوندگان) با گروه عام (تماشاگران حرفه ای)
۱۸۹	۵-۱-۵-۱- مقایسه نظرات گروه عام و گروه خاص در مورد تاثیرات علمی برنامه نود
۱۹۰	۵-۱-۵-۲- مقایسه نظرات گروه عام و گروه خاص در مورد تاثیرات فرهنگی برنامه نود
۱۹۵	۵-۱-۵-۳- مقایسه نظرات گروه عام و گروه خاص در مورد تاثیرات اقتصادی برنامه نود
۱۹۶	۵-۱-۵-۴- مقایسه نظرات گروه عام و گروه خاص در مورد تاثیرات اجرایی برنامه نود
۱۹۹	۵-۱-۶- پیشنهادهای مبتنی بر نتایج تحقیق
۲۰۰	۵-۱-۷- پیشنهادهایی برای محققین آتی
۲۰۱	فهرست منابع و مآخذ
۲۰۵	پیوست (پرسشنامه)

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان
۱۱۳	جدول ۱-۱-۲-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تماشای برنامه نود
۱۱۴	جدول ۲- ۱-۲-۴- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان به تفکیک رده های سنی
۱۱۵	جدول ۳-۱-۲-۴- توزیع فراوانی و درصد پاسخ گویان به تفکیک میزان تحصیلات
۱۱۷	جدول ۴-۱-۲-۴- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان به تفکیک وضعیت تاهل
۱۱۸	جدول ۵-۱-۲-۴- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان به تفکیک شغل
۱۱۹	جدول ۱- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر علمی برنامه نود بر مریبان
۱۲۰	جدول ۲- ۴-توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر علمی برنامه نود بر داوران
۱۲۱	جدول ۳- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر علمی برنامه نود بر بازیکنان
۱۲۲	جدول ۴-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر علمی برنامه نود بر کارشناسان رسانه
۱۲۳	جدول ۵- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر علمی برنامه نود بر بینندگان
۱۲۶	جدول ۶- ۴- توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر بر پایبندتر شدن مریبان به قانون
۱۲۷	جدول ۷- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر بر پایبندتر شدن داوران به قانون
۱۲۸	جدول ۸- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر بر پایبندتر شدن بازیکنان به قانون
۱۲۹	جدول ۹-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر بر پایبندتر شدن تماشاگران به قانون
۱۳۱	جدول ۱۰-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برنامه نود بر جلب توجه جامعه به ارزشها
۱۳۳	جدول ۱۱- ۴- توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر برنامه نود بر بهبود رفتار و کردار مریبان
۱۳۴	جدول ۱۲- ۴- توزیع پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برنامه نود بر بهبود رفتار و کردار داوران
۱۳۵	جدول ۱۳- ۴- توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر برنامه نود بر بهبود رفتار و کردار بازیکنان
۱۳۶	جدول ۱۴- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برنامه بر بهبود رفتار تماشاگران
۱۳۸	جدول ۱۵- ۴- توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر برنامه بر کم رنگ کردن قبح تخلفات ورزشی
۱۴۰	جدول ۱۶- ۴- توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر بر بهبود فرهنگ ادبیات و مکالمات مهمانان
۱۴۱	جدول ۱۷-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برنامه برایجاد فضای مناسب برای مناظره
۱۴۲	جدول ۱۸- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برایجاد فضای ناآرام ورزشی
۱۴۳	جدول ۱۹- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برنامه بر حاشیه سازی منفی
۱۴۵	جدول ۲۰- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر برنامه بر قهرمان سازی و ستاره پروری
۱۴۶	جدول ۲۱- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مناسب بودن نحوه انتقادات توسط برنامه نود
۱۴۷	جدول ۲۲- ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تاثیر دوربین نود بر روحیه داوران

- جدول ۲۳-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیربرنامه بر علاقمندی عمومی مردم به فوتبال ۱۴۸
- جدول ۲۴-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه بر ایجاد همدلی در جامعه فوتبال ۱۴۹
- جدول ۲۵-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه ایجاد و اشاعه فرهنگ رقابت سالم ۱۵۰
- جدول ۲۶-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیربرنامه برای ایجاد انگیزه برای تلاش و پیشرفت ۱۵۱
- جدول ۲۷-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان علاقه افراد به حضور در برنامه نود ۱۵۲
- جدول ۲۸-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیر برنامه نود بر سایر برنامه های ورزشی ۱۵۳
- جدول ۲۹-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیربرنامه نود بر عملکرد مطبوعات ورزشی ۱۵۴
- جدول ۳۰-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان انجام رسالت و وظیفه اصلی توسط برنامه نود ۱۵۴
- جدول ۳۱-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیر پذیری برنامه نود از مخاطبان ۱۵۵
- جدول ۳۲-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیر نظرسنجی های برنامه بر جلب مشارکت بینندگان ۱۵۷
- جدول ۳۳-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان اعتبار علمی نظرسنجی های برنامه از طریق پیامک ۱۵۸
- جدول ۳۴-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تطابق سوالات نظرسنجی ها با رویدادهای مهم فوتبال ۱۵۹
- جدول ۳۵-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان توجه و علاقه بانوان خا نواده شان به برنامه نود ۱۶۰
- جدول ۳۶-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه نود بر رونق اقتصادی جامعه فوتبال ۱۶۲
- جدول ۳۷-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه برنوسان کاذب دستمزدها ۱۶۳
- جدول ۳۸-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه نود بر بازار نقل و انتقالات فوتبال ۱۶۴
- جدول ۳۹-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه بر افزایش استقبال تماشاگران ۱۶۵
- جدول ۴۰-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیربرنامه بر تصمیم گیری های مسئولان فوتبال ۱۶۷
- جدول ۴۱-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیربرنامه بر نحوه برنامه ریزی و برگزاری مسابقات ۱۶۸
- جدول ۴۲-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه بر انتصاب مدیران و مسئولان ۱۶۹
- جدول ۴۳-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه بر انتخاب داوران برای مسابقات ۱۷۰
- جدول ۴۴-۴- توزیع فراوانی برحسب میزان تاثیربرنامه بر بهبود امکانات و توسعه فضاهای ورزشی ۱۷۱
- جدول ۴۵-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تاثیربرنامه بر روند حرفه ای شدن فوتبال ۱۷۲
- جدول ۴۶-۴- رابطه میزان تحصیلات پاسخگویان و اعتقاد به تاثیر برنامه نود بر حرفه ای شدن فوتبال ۱۷۴
- جدول ۴۷-۴- رابطه بین تحصیلات پاسخگویان و پاسخ آنها به سوال ۱۵ پرسشنامه ۱۷۵

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مساله

بدون تردید رسانه‌ها سهم مهمی در زمینه توسعه و گسترش فوتبال در جهان امروز دارند، اما این امر خود این پرسش را به دنبال دارد که رسانه‌ها چگونه و چرا به فوتبال می‌پردازند؟ و روی دیگر سکه، این پرسش است که توجه رسانه‌ها به فوتبال آیا رابطه‌ای یکسویه است و یا جامعه فوتبال نیز بر رسانه‌ها تأثیری گذارند؟ (فاضلی، ۱۳۸۵).

امروزه میان ورزش و رسانه‌های گروهی رابطه نزدیکی وجود دارد. نقش ورزش در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و بعد تجاری و اقتصادی ورزش برای رسانه‌های گروهی از سوی دیگر موجب بوجود آمدن این ارتباط نزدیک شده است (قاسمی، ۱۳۸۷).

فوتبال برای رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های تصویری، ویژگی‌هایی دارد که باعث افزایش توجه رسانه‌ها به این بازی می‌شود. به تعبیر دیگر بازی فوتبال قابلیت بازنمایی رسانه‌ای بسیار بالایی دارد و به گونه‌ای است که با اغلب کارکردهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی رسانه‌ها سازگار است (فاضلی ۱۳۸۵).

در این تحقیق مساله اصلی، برنامه نود و تأثیرات آن بر جامعه فوتبال کشور است. برنامه نود یکی از برنامه‌های ورزشی سیما با موضوع فوتبال می‌باشد که مدت ده سال است از شبکه سوم سیما پخش می‌شود. این برنامه با هدف نقد و بررسی رویداد های فوتبال کشور، یکی از مهم ترین، پرمخاطب ترین، پرحاشیه ترین و جنجالی ترین برنامه های تلویزیون است و هر هفته میلیونها بیننده را پای

تلویزیون می نشاند . طبعاً چنین برنامه ای با ویژگیهایی خاص خود از جمله زنده بودن، داشتن مجری توانا، مجرب و مسلط، توجه به ریز ترین و حساس ترین صحنه های مورد علاقه بینندگان، چالشی و انتقادی بودن، ایجاد فضای تعاملی و بعضاً جنجالی و پر حاشیه در بحث و جدل های بین افراد مختلف جامعه فوتبال کشور و ... ، به نهادی تاثیرگذار در جامعه فوتبال تبدیل شده است و انواع تاثیرات را(از لحاظ نوع تاثیر و میزان تاثیر) بر طیف بینندگان خود دارد .

ارتباط تنگاتنگ رسانه ها با مقوله فوتبال بطور کلی، و اقبال بسیار زیاد مردم به برنامه نود، از یک سو به جذابیت ذاتی این ورزش یعنی فوتبال مربوط می شود . نویسندگان و بزرگان، تعاریف جالبی از فوتبال ارائه داده اند.

فاضلی (۱۳۸۵) میگوید :

از دید یک انقلابی پر شور مانند چگوارا فوتبال تنها یک بازی ساده نیست، بلکه سلاحی برای انقلاب است و نویسنده ای چون آلبرکامو در این بازی اخلاق و تعهدات اجتماعی را جستجو میکند و می نویسد تمام آنچه من از اخلاق و تعهد می دانم، مدیون فوتبال هستم، اریک کابز بام می گوید : اجتماع تخیلی میلیونی ملت وقتی بر روی نام تیم ملی یازده نفره فوتبال نامیده می شود، به نظر واقعی تر جلوه می کند(ص ۸۸).

همه این تعریف های ادیبانه نشان می دهد که فوتبال در دنیای امروز دیگر به مثابه " یکی از رشته های ورزشی " برای سرگرمی یا بدنسازی نیست، بلکه به یک پدیده بزرگ و مهم اجتماعی و جهانی تبدیل شده و بسیاری از ابعاد زندگی ملت ها را تحت تاثیرات گوناگون خود قرار داده است. از سوی دیگر رسانه ای شدن فوتبال، ماهیت این بازی را دگرگون کرده است. دوربینهای تلویزیونی و چشمهای تیز بین خبرنگاران و گزارش نویسان و عکاسان ورزشی، صحنه ها و تصاویر مسابقات فوتبال را با زیبایی بازنما می کنند و مخاطبان خود را در شوق و شور و هیجان غرق می سازند این وضعیت سرگرمی و لذت بسیاری برای تماشاگران رسانه ای فوتبال به وجود می آورد که کمتر از تماشای بازی در استادیوم نیست (فاضلی، ۱۳۸۵).

امروزه فوتبال برای رسانه‌ها بسیار جالب و جذاب است و بالعکس. رسانه‌ها از طریق فوتبال، مهم‌ترین نیاز خود یعنی "مخاطب" را تامین میکنند. میلیاردها بیننده مسابقات فوتبال، در واقع میلیاردها مخاطب رسانه‌ها هستند که بدلیل علاقه مندی به فوتبال و پیگیری رویداد های مربوط به دنیای فوتبال، مخاطب پیامدهای رسانه ای شده اند .

چگونگی پیوند بین رسانه‌ها و فوتبال، پرسشی است که توجه بسیاری از نظریه پردازان فرهنگ معاصر را به خود معطوف کرده است، زیرا تبیین و شناخت این رابطه، نه تنها به مثابه پاره ای از فرهنگ معاصر جوامع انسانی، نیازمند تأمل و بررسی است، بلکه مهم تر از آن، از راه این مطالعه می توان به برخی از ویژگیهای بنیادین دو نهاد ورزش و رسانه در جامعه معاصر پی برد (فاضلی، ۱۳۸۵).

از طرفی پرداختن به موضوع هواداران و تماشاگران فوتبال که در واقع بدنه جامعه فوتبال کشور هستند و علاقمندی، انگیزه‌ها و تاثیر و تاثر آنها نسبت به برنامه نود از بخش های مهم این تحقیق است . دکتر حمید قاسمی در نشست علمی همشهری می گوید: در جامعه ما، در غیاب تنوع کافی تولیدات سرگرمی برای پرکردن اوقات فراغت توجه فراگیر به تلویزیون (رسانه ای که ارزان و بی درد سر است) به همراه جاذبه های فوتبال، تماشای فوتبال را به یکی از مصارف فرهنگی مهم (بویژه در میان نوجوانان و جوانان) تبدیل کرده است.

مجددا برمی گردیم به طرح مساله این تحقیق . ذکر این مقدمات به این لحاظ بود که ذهن خواننده این مطلب برای پذیرش و درک بهتر مساله آماده تر شود. قطعا هر برنامه ای با هدف خاصی ساخته و پخش می شود و برنامه ساز قصد دارد بر دریافت کننده پیام تاثیر بگذارد. برنامه ای مانند " نود " که مدت ده سال است پخش آن ادامه دارد و میلیونها بیننده را پای تلویزیون می نشاند از این قائده مستثنی نیست و تا بحال تاثیرات فراوان و گوناگونی بر ابعاد مختلف جامعه فوتبال داشته و این تاثیرات را می توان به وضوح در جامعه فوتبال کشور مشاهده کرد. بطور مثال توجه وافر به مسئله حساس داوری در فوتبال، پر رنگ شدن نقش و تاثیر یک رسانه ورزشی در تصمیم گیری های کلان مسئولان، تاثیر مستقیم و واضح بر سطح دانش و بینش مخاطبان، ایجاد اضطراب و احساس نا امنی در مربیان، بازیکنان و داوران به لحاظ مطرح شدن در برنامه در صورت داشتن اشتباهات احتمالی، تاثیر بر فرهنگ تماشاگران، تاثیر بر مشارکت و انسجام اجتماعی در جامعه فوتبال و... از جمله تاثیرات مثبت و منفی این برنامه است. برای اینکه بتوانیم کلیه تاثیرات ممکن و موجود را بطور کامل و منظم بررسی کنیم و به تک تک آنها پردازیم، این تاثیرات را در چهار بعد مختلف از جمله بعد علمی، بعد فرهنگی، بعد اقتصادی و بعد اجرایی تعریف کردیم و اطلاعات بدست آمده از پاسخگویان را در این چهار حوزه تقسیم نمودیم. تقریبا تمامی

انواع تاثیرات عنوان شده از سوی پاسخ گویان در این چهار بعد جای گرفت. از طرف دیگر جامعه هدف در این تحقیق جامعه فوتبال کشور است و می بایست تاثیرات برنامه نود را بر اعضای این جامعه بسنجیم. بنابراین به سراغ اعضای جامعه فوتبال رفتیم و با یک دسته بندی منظم آنان را به دودسته خاص و عام تقسیم کردیم. دسته اول شامل ۴ گروه داوران، مربیان، بازیکنان و کارشناسان رسانه های تخصصی فوتبال و دسته دوم تماشاگران حرفه ای برنامه نود هستند. مساله این تحقیق در واقع این است که برنامه نود بر ابعاد مختلف فوتبال کشور چه تاثیراتی داشته است، نوع تاثیرات (مثبت یا منفی)، اندازه و میزان تاثیرات (کم، زیاد یا بسیار زیاد و...) در وهله اول بررسی می شود. برای هر یک از ابعاد چهارگانه علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی، شاخص هایی تعریف می کنیم. بعنوان مثال آگاهی بیشتر از دانش روز دنیا، سیستم ها و روش های نوین مربی گری و...، آگاهی بیشتر از قوانین و مقررات فوتبال، استفاده از تکنیک های پیشرفته داوری، آشنایی با تکنیک ها و تاکتیکهای بازی، اصول جدید بدنسازی، بالا بردن سطح دانش و معلومات عمومی فوتبال بینندگان، شناخت بهتر جامعه ورزش، آگاهی بیشتر از روشها و اصول برنامه سازی ورزشی و خبرنگاری و... شاخص هایی است که می تواند تاثیرات برنامه نود را بر علم و دانش مخاطبان (اعضای جامعه فوتبال کشور) بسنجد.

برای سنجش تاثیرات فرهنگی برنامه نیز شاخص هایی چون میزان بهبود رفتار و کردار مربیان، بازیکنان و...، ایجاد فضای فرهنگی مناسب برای مناظره های ورزشی (صحبت های رودررو، انتقاد های سالم و گفتگو های اصولی بین افراد جامعه ورزش) و یا ایجاد فضای نا آرام ورزشی در جامعه فوتبال که منجر به پرخاشگری، عصبانیت، جبهه گیری، و قرار دادن افراد در مقابل یکدیگر می شود، میزان پایبند تر شدن داوران، مربیان و... به قانون و مقررات، میزان مشارکت، همدلی و انسجام در جامعه فوتبال، میزان تاثیر بر حاشیه سازی منفی در جامعه فوتبال و... تعریف شد تا بتوانیم نوع و میزان تاثیر گذاری فرهنگی برنامه نود با این شاخص ها بسنجیم. داده های پژوهش را با تلفیقی از دو روش کیفی و کمی جمع آوری می کنیم. این اطلاعات به ما نشان خواهد داد که برنامه نود در هر یک از ابعاد چه نوع تاثیری داشته و این تاثیر به چه اندازه بوده است. از سوی دیگر تفاوت تاثیرات برنامه از دیدگاه دو نوع مخاطب خاص و عام یکی دیگر از مسأله این تحقیق است. گروه خاص شامل چهار گروه اول یعنی مربیان، داوران، بازیکنان و کارشناسان رسانه های تخصصی فوتبال در واقع بنوعی اعضای درونی جامعه فوتبال کشور و کارشناس فوتبال شمرده می شوند و تماشاگران حرفه ای که سرمایه

اصلی و بدنه جامعه فوتبال کشور هستند گروه عام در این تحقیق هستند. گروه خاص مستقیماً از نزدیک در گیر مسایل فوتبال هستند و بسیاری اوقات در برنامه نود حضور دارند و یا موضوعات برنامه در ارتباط مستقیم با آنهاست. اما گروه عام یعنی تماشاگران حرفه ای در سویی دیگر قرار می گیرند در واقع فقط بعنوان مخاطب، بیننده برنامه نود هستند. طبعاً نظرات این دو گروه و دیدگاه های آنان در مورد تاثیرات برنامه نود می تواند تفاوت هایی داشته باشد که بررسی این تفاوت ها یکی دیگر از مسائل این تحقیق است.

۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

فاضلی (۱۳۸۵) می گوید :

فوتبال و رسانه در دنیای جدید کارکردهای بسیار گسترده ای یافته اند. این دو نهاد زوج خوشبختی بوده اند که سالهاست با هم هم زیستی مسالمت آمیز داشته اند و هر کدام به نوعی در خدمت یکدیگر عمل کرده اند. همین پیوندها باعث گسترش حوزه نفوذ ورزش و به خصوص فوتبال از قلمرو محدوده سرگرمی و تمرین جسمانی به عرصه سیاست و اجتماع شده و در حین پخش مسابقات ورزشی و فوتبال باعث جذابیت و افزایش مخاطبان رسانه ها شده است (ص ۹۰).

انبوه میلیونی مخاطبان یک برنامه که بخش عمده ای از آنها جوانان هستند بخودی خود در خور توجه و اهمیت است. برنامه تلویزیونی نود پرمخاطب ترین برنامه زنده ورزشی است که مدت ده سال است از شبکه سوم سیما پخش می شود و در شب های دوشنبه میلیونها بیننده دارد. از آنجا که "نود" یک برنامه چالشی و پر بحث و جدل است و بازتاب گسترده و تاثیرات گوناگون در جامعه فوتبال دارد و همچنین موضوع آن (فوتبال حرفه ای و رویداد های مربوط به آن) نیز مورد توجه طیف وسیعی از مردم یعنی جامعه ورزش کشور است در نتیجه نیازمند تحقیق و بررسی است و ضرورت دارد که مورد پژوهش قرار گیرد. نتایج این تحقیق میتواند پاسخگوی نیاز برنامه سازان در جهت دستیابی به دیدگاههای کارشناسان جامعه فوتبال، تماشاگران و بطور کلی مخاطبان، نسبت به برنامه باشد. بررسی تاثیرات گوناگون مثبت و منفی این برنامه بر ابعاد مختلف فوتبال کشور (اعم از ابعاد فرهنگی، علمی، اقتصادی و اجرایی) و تحلیل نتایج آن، اهمیت زیادی دارد زیرا میتواند راهگشای مناسبی برای برنامه سازان باشد

تا با نظرات گوناگون مخاطبان آشنا شوند، اثرات برنامه را از این طریق بسنجند و نقاط ضعف و قوت برنامه را بشناسند. این نتایج و یافته ها می تواند دانش برنامه سازان را ارتقا دهد و در جهت ارائه برنامه های بهتر و پر محتوی تریاری نماید. یکی از مهمترین فاکتور ها برای داشتن برنامه ای موفق، مخاطب شناسی است. مفهوم مخاطب در حال حاضر کلید درک بسیاری از اسرار مربوط به شیوه کار رسانه های جمعی است و حتی راز ماندگاری ارتباطات اجتماعی یا موفقیت یک برنامه تلویزیونی را در خود دارد (مک کوپیل، ۱۳۸۷).

برنامه سازان در صورتی می توانند برنامه ای ارزشمند، مفید و تاثیر گذار بسازند که مخاطبان خود را بخوبی بشناسند، بنابراین بسیار ضروری است که از شخصیت، ویژگیهای طبقاتی، تفاوت های گروه های مختلف مخاطبان از نظر سنی، تحصیلی و . . نیاز های مخاطبان، علاقمندی های آنان، چگونگی تاثیر پذیری آنان و . . آگاه باشند.

این پژوهش، تحلیل خوبی در مورد مخاطبان ارائه می دهد زیرا اعضای جامعه فوتبال به ۵ دسته مشخص تقسیم شده اند و کلیه سوالها به تفکیک از گروه مربیان، داوران، بازیکنان، کارشناسان رسانه و تماشاگران حرفه ای پرسیده شده و ویژگی ها و نظرات و تفاوت های گروه های ۵ گانه مذکور مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. آگاهی از تاثیرات برنامه های پر مخاطب در حوزه فوتبال مانند نود، تنها مورد نیاز برنامه سازان ورزشی نیست، بلکه کلیه اعضای جامعه ورزش کشور از جمله مربیان، داوران، بازیکنان، مسئولان و مدیران کلیه رشته های ورزشی، کارشناسان رسانه های تخصصی ورزشی و . . می توانند با آگاهی از تاثیرات برنامه نود در ابعاد گوناگون، اطلاعات مفیدی کسب کنند و این دانسته ها، نتایج و تجربیات را در سایر رشته های ورزشی نیز تعمیم دهند. نظر سنجی از مخاطبان و گردآوری مطالبی در مورد تاثیرات برنامه نود تا حدودی از طریق پیامک های برنامه، روابط عمومی شبکه سه و واحد نظر سنجی صدا و سیما انجام شده و اطلاعاتی نیز گرد آوری شده است، اما پژوهش حاضر، اولین تحقیق علمی و دانشگاهی است که بایستوانه علمی و رعایت اصول روش تحقیق، تاثیرات

مختلف برنامه نود را در ابعاد گوناگون بر گروه های مختلف جامعه فوتبال کشور بررسی نموده است. امید که یافته های این تحقیق بتواند مثمرتر و نتیجه بخش باشد.

۳-۱- اهداف تحقیق :

این تحقیق یک هدف اصلی و دو هدف فرعی را برای خود در نظر گرفته است و تلاش دارد به آنها دست یابد. بدیهی است حصول تمام جوانب اهداف زیر تنها با یک پایان نامه کارشناسی ارشد امکان پذیر نیست و امکانات بسیار گسترده تری را می طلبد. لیکن محقق تلاش می کند در حد امکانات موجود و با انتخاب حجم نمونه قابل قبول و با تلفیقی از دو روش کیفی و کمی و همچنین با بهره گیری از تجربیات ۱۸ سال فعالیت رسانه ای در حوزه ورزش، این پژوهش را انجام دهد.

هدف اصلی :

شناخت و ارزیابی تاثیرات برنامه تلویزیونی "نود" بر جامعه فوتبال کشور در ابعاد علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی هدف کلی این طرح است.

اهداف فرعی :

- ۱- شناخت نوع و میزان تاثیر برنامه نود بر ابعاد علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی جامعه فوتبال کشور از دیدگاه کارشناسان فوتبال یا همان گروه خاص در این تحقیق (مربیان، داوران، بازیکنان و کارشناسان رسانه های تخصصی فوتبال) از اهداف این طرح است .
- ۲- شناخت نوع و میزان تاثیر برنامه نود بر ابعاد علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی جامعه فوتبال کشور از دیدگاه تماشاگران حرفه ای (گروه عام در این تحقیق) از اهداف این طرح است .
- ۳- شناخت تفاوت دیدگاه های دو گروه مخاطب خاص و عام در مورد تاثیرات برنامه نود یکی دیگر از اهداف این طرح است.

نکته :

در این طرح، تاثیرات متقابل نیز در جریان پژوهش بدست می آید. یعنی در خلال بررسی تاثیرات برنامه "نود" بر جامعه فوتبال از دیدگاه کارشناسان (موضوع اصلی تحقیق)، که با روشهای مختلف کمی و کیفی صورت می گیرد، به نوعی می توان در حاشیه، به تاثیرات متقابل یعنی تاثیرات مخاطبان بر برنامه "نود" نیز دست یافت.

۴-۱- سوالات تحقیق :

سوال اصلی تحقیق این است که : برنامه نود بر ابعاد مختلف جامعه فوتبال کشور (ابعاد علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجرایی) چه تاثیراتی داشته است ؟
با توجه به این سوال اصلی میتوان سوالات فرعی یا مکمل زیر را مطرح ساخت که :

- ۱- نوع و میزان تاثیر برنامه بر ابعاد علمی جامعه فوتبال (از جمله تغییر سطح علمی و فنی داوری، مربی گری و...، روند حرفه ای شدن فوتبال، تاثیر بر دانش و بینش مخاطبان) چگونه بوده است؟
- ۲- نوع و میزان تاثیر برنامه بر ابعاد فرهنگی جامعه فوتبال (از جمله قانون مداری، عملکرد کمیته های انضباطی، رقابت سالم، وجود حاشیه ها، رفتار و کردار اعضای جامعه فوتبال) چگونه بوده است ؟
- ۳- نوع و میزان تاثیر برنامه بر ابعاد اقتصادی جامعه فوتبال (از جمله جلب اسپانسر های مالی، دستمزد های بازیکنان و مربیان، نقل و انتقالات بازیکن به خارج از کشور و ...) چگونه بوده است ؟
- ۴- نوع و میزان تاثیر برنامه بر ابعاد اجرایی جامعه فوتبال (از جمله انتصاب ها و جابجایی های مدیران، تصمیم گیری های کلان مسئولان فوتبال، تنظیم تقویم های اجرایی، مقررات و برنامه های اجرایی) چگونه بوده است ؟
- ۵- تفاوت این تاثیرات از دیدگاه دو گروه خاص و عام مورد مطالعه در این تحقیق (یعنی گروه کارشناسان و گروه تماشاگران) چیست ؟

۵-۱- فرضیات تحقیق:

این تحقیق به علت توصیفی و اکتشافی بودن نیازی به فرضیه ندارد . در بخش پیمایشی تحقیق نیز اگر چه میشد فرضیاتی متصور شویم اما با مشورت و نظر اساتید تصمیم بر این شد که فرضیه مطرح نکنیم و اجازه دهیم اطلاعات دریافتی از تماشاگران بدون هیچ پیش زمینه ای گرد آوری شود. "فرضیه بیانی رسمی در مورد رابطه بین متغیر هاست که مستقیماً آزموده می شود. این رابطه پیش بینی شده بین متغیر ها یا درست است یا نادرست" (ویمر و دومنیک، ۱۳۸۴، ص ۴۸). نظر شخصی پژوهشگر بر آن است که وجود فرضیه در تحقیقات پیمایشی تا حدودی محقق را دچار سوگیری و متمایل شدن به جهتی خاص می نماید و این امر می تواند نتایج را تحت تاثیر قرار دهد، بعنوان مثال رد شدن تعدادی از فرضیات و ثابت نشدن آنها بر روحیه و روند کار محقق بی تاثیر نیست. اما نبودن فرضیه این مزیت را دارد که اطلاعات مورد نظر بدون پیش فرض قبلی و بصورت کاملاً واقعی و حقیقی بدست می آید و تجزیه و تحلیل بر اساس آنچه به خودی خود بدست آمده، انجام می شود.

۶-۱- تعریف مفاهیم :

فوتبال حرفه ای:

در هر جامعه ای تقسیم بندی های مختلفی از ساختارهای اجتماعی ورزش وجود دارد که بر اساس آنها سازمان های ورزشی شکل می گیرند. طبق سند جامع توسعه ورزش ایران^۱ این تقسیم بندی به شرح زیر می باشد:

- ۱- ورزش تربیتی: سازمان های ورزشی مربوط به ورزش مدارس و دانشگاه ها را در بر می گیرد. اداره های تربیت بدنی دانشگاه ها نمونه ای از این دست هستند.
- ۲- ورزش همگانی: تفریحی: سازمان های ورزشی مربوط به مدیریت ورزش شهری را شامل می شود. سازمان ورزش شهرداری تهران، در این دسته جای دارد.

۱ سند راهبردی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور مصوب سال ۸۲ هیات وزیران