

الثقافة الرياضية وعلاقتها بالقنوات الفضائية الرياضية

براهيم بن صالح

طالب دكتوراه، جامعة وهران 2

مقدمة :

تعد الثقافة الرياضية مظهر من مظاهر المجتمع كونها جزءا لا يتجزأ من الثقافة العامة حيث يعتبر الاهتمام بها من المؤشرات الدالة على ارتفاع المستوى الثقافي والتقدم الاجتماعي ولهذا فانتشار هذه الثقافة مقرون بتواجد قنوات فضائيات ساهمت بدورها و بشكل كبير في إبراز و تبيين بان للثقافة الرياضية تأثير واضح على الجانب الصحي والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وكذلك توجيه وتوحيد عواطف المواطنين ومشاعرهم من خلال المحافل الدولية العالمية وزرع محبة الوطن. لذا تكمن أهمية البحث في دراسة الثقافة الرياضية وعلاقتها بالقنوات الفضائية وما مدى تأثير هذا الأخير في نشر وترسيخ مبادئ الروح الرياضية بين اللاعبين والمشاهدين من جهة وكذلك نشر تلك القيم الاجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية التي تنصب في خلق الأفضل والأحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية التي يستند إليها نشاط الفرد في المجالات المختلفة أو في المجتمعات المختلفة (علاوي ، م . 1998 : 120)

هناك علاقة وطيدة بين المنظومة الرياضية والمنظومة الإعلامية حيث تضم هذه الأخيرة مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات وكذلك المواد التي تذيعها قنوات الإذاعة و التلفزيون على شكل برامج دورية متخصصة وتتوقف درجة تطور و تنوع وسائل الإعلام المتخصصة في الرياضة على درجة تطور البلد عموما وعلى درجة تطور الاهتمام بالرياضة و كذا مدى التطور في الإمكانيات المادية والبشرية و المتخصصة في الاستثمار والعمل في مجال الرياضة كما تتوقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع (علاوي ، م . 1998 : 120). وتتمتع المنظومة الإعلامية الرياضية بنفس خصائص المنظومة الإعلامية العامة كما تضم المنظومة الإعلامية الرياضية وسائل إعلام متعددة وفقا لمعايير ومقاييس متعددة منها الوسيلة الإعلامية و التي يؤكد بشأنها علم الإعلام أنها تمارس تأثيرا قويا على مجمل جوانب النشاط و الإبداع الإعلامي.

1- تعريف الثقافة:

إن الثقافة " هي المجموع الكلي للطرق التي يفكر بها مجموعة من الناس ويشعرون ويتصرفون لحل مشاكل الحياة في بيئتهم" (عس ، ع . 1999: 103) . وبالتالي فهي في نظر البعض مجموعة السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية الخاصة التي تميز مجتمعا بعينه وأنها تشمل الفنون والآداب وطرق

الحياة والإنتاج الاقتصادي كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان والنظم والقيم والتقاليد والمعتقدات لهذا فهي تعني "ذلك الكل المركب المعقد الذي يشمل المعلومات والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والتقاليد والعرف والعادات وكل ما يكتسبه الإنسان" (صالح ، م . 1998: 133) ويتفق **لينتون ولوي وكروبر** بأن الثقافة "تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أي كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان عن الحياة الاجتماعية عند بقية الحيوانات أي كل ما يكتسبه الفرد من الأفراد الآخرين خلال حياتهم الراهنة ومن سيرهم وإعمالهم التي تهبط إليه عبر الزمن وكل ما يضيفه الفرد إلى هذا التراث الاجتماعي" (صالح ، م . 1998: 134)

وفي هذا السياق بإمكاننا القول أنه لا وجود للثقافة بدون مجتمع إنساني ولا وجود لهذا المجتمع بدون ثقافة ما، و بالتالي فالثقافة ليست ثقافة معلومات أو بنك معرفي وإنما هي ثقافة تنظيمية ترسم وتشخص وتؤسس لسلوك رياضي متحضر يتسم به كافة المنسويين للحقل الرياضي.

2- مفهوم الثقافة الرياضية:

يتعين على الفرد الرياضي ممارساً ومشاهداً أن يفهم ويستوعب قدرًا ملائمًا من الثقافة الرياضية فهناك أمور وموضوعات للثقافة الرياضية متعلقة بالإنجازات الأولمبية والدولية الرياضية والتي هي على صلة بالمورفولوجيا البدنية والتغذية الصحية وبعض قواعد اللعبة، وهناك أيضا تلك المتصلة بقواعد المنافسات التي تنظمها وتديرها الخطط والاستراتيجيات الخاصة (الخولي ، أ . عدنان ، م . 1996: 85).

ويعرف الشافعي الثقافة الرياضية بأنها "هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءا منها" (الشافعي ، ح . 2001:76-77).

فمن خلال التعريفين السابقين نستشف بأن الثقافة الرياضية هي ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي ولا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى، فالثقافة الصحية والسياسية والفنية والاجتماعية وغيرها...تشكل معا الثقافة العامة الضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية.

فالثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعدت المفهوم البدني للبحث لتشمل المفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترفيهية والثقافية وهي وسيلة مهمة من وسائل تعميق صلة المواطن بوطنه وواقعه، إن ما سبق ذكره لا يجري بشكل عفوي وإنما بشكل مبرمج سواء في المدارس أو الكليات أو عن طريق التلفزيون والصحف والراديو والسينما أو المهرجانات والهدف منها كلها هو تربية المواطن ثقافيا

يلعب الإعلام دورًا هامًا في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد و المجتمع بصفة عامة، كما يسعى إلى تثقيف المشاهدين خاصة الفئة الصغرى ليلعب دور الأسرة في نقل المعلومات و المهارات و المعارف و القيم التي تسود المجتمع بعد ترجمتها إلى أساليب علمية للتنشئة الاجتماعية لتكون دربا من

دروب الثقافة (غسان ، م . 1990: 20-21)

فبفضل وسائل الاتصال الحديثة أصبح أي جزء من العالم يتأثر بأي جزء آخر ويستجيب له ليصبح الإعلام في وقتنا الحاضر لما ينشره من مضمون سلاح فعال في تكوين الرأي العام وتوجيهه، وبالتالي فالثقافة الرياضية هي مجموع المعلومات الرياضية المكتسبة لدى الفرد، وتشمل القيم و المعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه فالإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد المنظمة لأوجه النشاط الرياضي للجمهور قصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع و تنمية الوعي الرياضي(نادية،س . عاطف، ع . 1989 : 55)

فلإعلام الرياضي دور هام ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تخصيص القنوات الإذاعية والصحف و الفضائيات لرفع مستوى الثقافة الرياضية و زيادة الوعي الرياضي بين الأفراد و تعريفهم بأهمية و دور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة. لذا فقد وجب علينا أن نتساءل عن الدور المفترض للقنوات الفضائية في نشر الثقافة الرياضية لدى اللاعبين والجمهور؟ وهل برامج القنوات الفضائية تسعى إلى تعميق رؤية و تفهم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية؟.

إن الرياضة هي مظهر من مظاهر الثقافة البدنية في المجتمع و بدورها هي جزء من الثقافة العامة التي يتضمن مفهومها كل ما يمكن أن يعلم عن طريق العلاقات الإنسانية المتداخلة من اللغة، العادات وتقاليد والنظم الاجتماعية (الحامحي ، م . 2003 : 131). وفي عصرنا الحديث أصبحت الثقافة الرياضية من متطلبات التقدم العلمي و التكنولوجي الدال على رقي الأمم و تحضرها خاصة لما لها من دور فعال في إعداد الفرد كمواطن صالح، و لذلك كان من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الإعلام و خاصة الفضائيات التي تنقل الأحداث الرياضية، إذ أن مشاهدة الرياضة و الإحساس بها موجود في كل مكان و المتابعة للقنوات الفضائية يبرز دورها الكبير و الفعال في متابعة هذه الأحداث سواء كانت محلية، إقليمية، دولية و تغطيتها المباشرة تقدم خدمة للمشاهدين من خلال نشر الوعي والثقافة الرياضية، ومن ضمن المهام المخولة لهذه الفضائيات على جميع الأصعدة هي صنع الأحداث الرياضية لدعم إستراتيجية تساهم في تعزيز الثقافة الرياضية لدى اللاعبين خصوصا و الجماهير عموما والمجتمع شموليا. فتعرض الفرد مثلا إلى المادة الإعلامية التي تنبذ العنف الذي يحدث في الملاعب الرياضية بكل صوره و أشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين وإظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من قبل الإعلام الرياضي يؤدي إلى قلة ظهور حوادث العنف هذه و بالتالي يمكن القضاء عليها على المدى الطويل (سيد عويس ، م . 1998 : 49) ، إن الفضائيات الرياضية تعد من أحدث وسائل الإعلام في نشر و تنمية الثقافة الرياضية لما لها من مزايا ، إذ تعد من أكثر وسائل الاتصال انتشارا وأسهلها و أقواها تأثيرا، و بذلك فهي تستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير الرياضية أكثر من الوسائل

الأخرى فهي تتفكك وبنفس الوقت من دولة إلى أخرى و من حدث لآخر، لذلك نجد فئة كبيرة من الجماهير تتابع باهتمام البرامج الرياضية المعروضة من خلال الفضائيات.

فالتابع للقنوات الرياضية الفضائية يرى دوما دورها الفعال في متابعة الأحداث و نشر الوعي و الثقافة بين المشاهدين عموما و الرياضيين بشكل خاص. ذلك أن الفضائيات الرياضية هي إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس لما لها من مزايا كسهولة الانتشار و قوة التأثير وهي تقوم بعرض برامج رياضية متنوعة من شتى دول العالم بنفس زمن الحدث حيث تستقطب الفضائيات الرياضية عدد من الجمهور المتذوق للأحداث الرياضية وأضحت تؤثر بطريقة تفكيره وأسلوب تقييمه للأشياء من خلال ما يتلقاه من معلومات رياضية التي تشكل معارفه وثقافته في هذا المجال، ومن هنا يتم التأكيد على أن الإعلام الرياضي تختلف وظائفه باختلاف الظروف الاجتماعية و السياسية والرياضية ومن فترة زمنية لأخرى، فالإعلام بمختلف وسائله لا يقتصر على التعليم بل يتعدى ذلك إلى نشر الثقافة الرياضية للمجتمع.

وعليه فإن للقنوات الفضائية الرياضية وظائف مختلفة منها الإخبارية و التي هي المهمة الأساسية التي تقوم عليها بشكل متكرر ومستمر وتثقيفية من خلال تزويد الجمهور بالمعلومات والقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية، الترفيهية الترويحية من خلال ملئ ساعات الفراغ ، أما التجارية الخدماتية فهي عن طريق بثها لمواعيد رياضية وإعلانية إخبارية.

الثقافة الرياضية لها أيضا دور مؤثر وفعال في نشر وترسيخ مبادئ الروح الرياضية بين اللاعبين والمشاهدين من جهة وكذلك نشر الوعي وحب السلوك الغير مرغوب فيه والتأكيد على التوافق النفسي والاجتماعي لديهم من جهة أخرى حيث أصبحت الرياضة جزء من الثقافة وأصبحت الحياة الرياضية محط اهتمام الإعلام الذي يرتكز على ضرورة الإعداد التربوي الفني و الثقافي و كل تعريف للثقافة لا يشير إلى الجانب الجسماني من الكيان الإنساني (الحصيف، م. 1994: 16 - 19). ويؤثر الإعلام الرياضي بصورة واضحة في تكوين المعرفة الرياضية فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي أو مجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها.

إن تأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منه من معلومات رياضية يؤدي إلى تحول في قناعتنا ومعتقداتنا الرياضية، فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي اكتسبناها (الدوسقي، ع. 1994: 58).

فالمميزات التي يحوز عليها الإعلام المتلفز أو ما يعرف بالفضائيات هي التي أدت إلى تلك العناية الفائقة بالقسم الرياضي داخل التلفزيون و تزويدها بالأجهزة الجديدة و منح العمال الذين يشتغلون فيها مكانة عالية(العبادي ، ج. العدد 12: 23). ولقد ثبت أن نسبة الإقبال على الأخبار الرياضية في تصاعد وتحسن مستمر بحكم ما تصنعه الرياضة من أحداث ونشاطات رياضية وقد تمكنت كل الوسائل

الإعلامية المتخصصة في الرياضة من أن تجد لنفسها مكانا في الوسط المزدهم الذي تعرفه الساحة الإعلامية حيث تعتمد على المناقشة والسبق الصحفي حيث أثبتت بعض الدراسات الأكاديمية مدى تأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي للجماهير كدراسة حسام الدين رقي عبد الخالق (1983) بعنوان "وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير" حيث قام الباحث بعمل ميداني يهدف إلى التعرف على آراء الجماهير واتجاهها نحو الأبواب الرياضية في الصحف اليومية و الأسبوعية و صحف الأندية والبرامج الرياضية المسموعة والمرئية واستخدام مقياس للسلوك الرياضي من خلال استمارة استبيان كوسيلة من وسائل جمع البيانات كان فيها منهج الدراسة المنهج الوصفي التحليلي فكانت نتائج الدراسة كالاتي:

-الأجهزة الإعلامية الثلاثة(الصحافة، الإذاعة والتلفزيون) تؤثر على المدرب لإتباع الأسلوب التربوي في التدريب.

-كما تؤثر على الرأي العام المتمثل في القراء و المستمعين لتقبل آراء الحكام
-كما تؤثر أيضا على الحكام للالتزام بالعدالة في الملعب و تؤثر الصحف على اتحاد اللعبة لاختيار الحكام الأكفاء لإدارة المباريات.

- أوصى الباحث بضرورة قسم للإعلام أو الصحافة أو العلاقات العامة بكل كليات التربية الرياضية أو يمكن تدريسها ضمن المواد التربوية بكل كليات التربية الرياضية.

وهناك دراسات أخرى عربية و أجنبية تهدف إلى نفس الغرض منها على سبيل المثال لا الحصر، مثل دراسة "او.ويس O. Welles" (عوض ، م . 1986 : 42) التي أشار فيها إلى وصف الأحاديث الكثيرة عن الرياضة في وسائل الإعلام المحلية كأحد المؤثرات التي يمكن أن تؤثر في العديد من القيم الاجتماعية والثقافية للمتلقين وذلك بهدف تحديد اثر تلك القيم و مقاييس نظمها التي تسود بشكل متساوي و منتظم سواء كان ذلك في عالم الرياضة أوفي المجتمع كما تثبت هذه الدراسة إن الرياضة تعتبر انعكاسا للتحول السياسي أو الإيديولوجي الذي يحدث في المجتمع و يضيف أن وسائل الإعلام من العوامل المؤثرة في ذلك كما توصي الدراسة بالتقليل من وصف التعقيدات و القواعد الرياضية حيث الحد من هذه التعقيدات من شأنه جعل الرياضة مصدرا للترويج والرضا الحياتي كما أن ذلك يجعل وسائل الإعلام تعمل كمؤسسة اجتماعية تساعد المتلقي على الاستمتاع بممارسة الرياضة.

ولقد رأى الكثير من العلماء والدارسين في مجال الإعلام الرياضي أن وسائل الإعلام جعلها مدرسة ثانية ومن هنا يمكن تحديد وظائف الفضائيات الرياضية بما يلي:

- تقديم الأخبار الرياضية.
- تثقيب المجتمع الرياضي بالشرح و التفصيل.
- التربية و السلوك الحسن.
- التسويق و الترقية الرياضية والإعلانات الرياضية.

- الخدمة العامة في كامل الشؤون الرياضية.

- الحداثة و التنمية الرياضية (حرز الله، ع. 1993: 24).

وبصفة عامة للإعلام الرياضي مسموعا كان أو مقروءا أو مرئيا دورا مهما على نشر الوعي الثقافي و الرياضي على حد سواء و يعد أفضل وسيلة نقل للنشاط التي تأتي بعد الحضور في الملاعب و الأندية الرياضية ، فالإعلام ينقل الصورة و يساهم في النقد الثقافي البناء للرياضة في المجتمع و كذا في عملية تطوير النشاطات الرياضية من أجل تفعيل دور الأنشطة الشاملة بكل ما في ذلك من الأنشطة الثقافية الرياضية ، حيث للجانب الثقافي أهمية كبيرة في توعية الشباب و كذا الجانب الاجتماعي حتى تؤكد الأندية رسالتها الحقيقية من أنها أنشئت لخدمة المجتمع و لكي ينهض الإعلام الرياضي و يكون ناجحا ينبغي أن يقوم على الموضوعية و التوازن في تغطية الأحداث الرياضية، وأن يتبنى النقد الهادف و العمل على نشر روح المحبة و التواصل الاجتماعي.

إذن مما سبق فإنه يتضح لنا جليا أن للقنوات الفضائية الرياضية دورا كبيرا في نشر الثقافة الرياضية الصحيحة متى ماتبنت الأسلوب العلمي والاحترافي في الطرح، فالمسؤولية الملقاة على عاتقها كبيرة و يجب عليها عدم الانصياع فقط لرغبات الجمهور، وعليه و جب الاهتمام بنوعية برامج القنوات الفضائية الرياضية المقدمة و التركيز على استضافة المحللين و الخبراء واللاعبين المميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات الصحة و اللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة في رقي الشعوب بأداة توجيه تكون قيما مختلفة لدى الفرد و المجتمع على حد سواء لتكون أداة تثقيف بامتياز لما ينعكس على مشاهديها من سلوك ايجابي أو سلبيو لكي ينجح الإعلام الرياضي و تحظى الرسالة الإعلامية بالقبول و الاهتمام لدى الجماهير لا بد أن يسعى إلى إشباع الحاجات النفسية لهذا الجمهور وأن يهدف لتلبية رغباتهم وتحقيق فائدة ملموسة لديهم في حياتهم اليومية (عويس ، خ . عطا الله ، ع. 1989: 15)

3- أنواع تأثير الفضائيات الرياضية على الجمهور:

هناك عدة أنواع من التأثيرات التي يمكن أن تحدثها الفضائيات الرياضية في الجمهور و ذلك

كالتالي:

3-1 تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:

تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادي الآخر مستغلا في ذلك على سبيل المثال انتقال احد اللاعبين و يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما و شعوره تجاهه و بناءا على هذا الموقف يبني الإنسان حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم و القضايا التي يتعرض لها هذا الموقف قد يتغير سلبا أو إيجابا، رفضا أو قبولا، حبا أو كرها، و ذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان والفضائيات الرياضية لديها القدرة من خلال ما تبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال قدرتها على تغيير مواقفهم تجاه بعض

الأشخاص الرياضيين و القضايا الرياضية المعاصرة فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص و تلك القضايا(عويس ، خ . عطا الله، ع . 1989 :15).

فمثلا حين تمدنا الفضائيات الرياضية بعشرات الأحداث و المواقف عن إحدى الفرق الرياضية وما يظهره أعضاؤها من عنف داخل الملعب كالاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف تكون النتيجة أن المتلقي قد يغير موقفه من هذا الفريق و يصبح هذا الفريق له سمعة طيبة ويقترب اسمه بكل أحداث العنف أو الشغب داخل الملاعب.

ومن الأمثلة على تغيير الموقف الانتقال من حال العداء إلى حال المودة والعكس بين جماهير بعض الأندية حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية و المتمثل في جريدة النادي بدور كبير في الفريق إزاء انتقال اللاعب من هذا النادي إلى النادي الآخر(عويس ، خ . عطا الله، ع . 1989 :91).

كما أن تغيير المواقف و الاتجاهات لا يقتصر على الأفراد والقضايا الرياضية فقط بل يشمل بعض القيم و أنماط السلوك الرياضية فكثيرا ما قيل الناس سلوكا كانوا يرفضونه ويشتمنون منه و كثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة و استبدلوها بقيم دخيلة.

3-2 تغيير المعرفة الرياضية:

المعرفة هي مجموع كل المعلومات الرياضية لدى الفرد و تشمل القيم و المعتقدات و المواقف و الآراء التي تخص المجال الرياضي و كذلك السلوك الرياضي فهي بذلك اعم و اشمل من الموقف أو الاتجاه.

إن التغيير في المواقف طارئ و عارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا فالإعلام الرياضي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية لدى الأفراد من خلال عملية العرض طويلة المدى له باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية (عكاشة، أ . 1976 :32) ، فتأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه من معلومات رياضية يؤدي إلى تحول في معتقداتنا وقناعاتنا الرياضية فالعقائد الرياضية التي اكتسبناها تجعل عقيدتنا في شيء هي نتاج ما علمناه من ذلك الشيء فالإعلام الرياضي ما يملكه من إمكانات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية و الرياضية و تشكيله الثقافي ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع و يوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم و داعم له (عويس ، خ . عطا الله، ع . 1989 :46).

3-3 التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:

يوجد مؤسسات معينة في كل مجتمع تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضيا و تعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا و رياضيا إضافة إلى تلقينهم المعارف و العقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية و الحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات: المنزل، المدرسة، المراكز الدينية، هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في التنشئة الاجتماعية بل أصبح عاملا هاما ومؤثرا فلقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت وخاطب كل فئات المجتمع واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة من الترويج الرياضي إلى غرس الثقافة.

لقد تضاعف دور مصادر و فرق التلقي الأخرى أمام طوفان الرسائل الرياضية للإعلام الرياضي التي استخدمت أعظم ما وصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجال الاتصال استهدفت بأسلوب جذاب العقل و الوجدان وفي المقابل استسلم الإنسان و سلم أطفاله لهذا المربي الذي صار يقوم بدور الأب والأم في بعض الأحيان، وبهذا نجد كثيرا من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي على انه مجرد أداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر، إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة، إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقراه في الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي و تثبيت أخرى محلها ايجابية أو ترسيخ شيء قائم و التصدي لآخر قادم و هذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي و يمكن تطبيق ذلك على المثال التالي:

إن مشاهدة الفرد مثلا لتمثيلية تلفزيونية تعرض مواقف مضحكة لشخص متعصب وهو يشجع فريق ما و الفرد المشاهد قد يفرط في الضحك لأن فعلا ما يشاهده مثير للضحك لطرفته، لكن القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص و هو يتفرج على ما يعتقد انه تسلية أو ترويح بل يرى تلك القيمة التي تتسلل إلى اللاشعور لتشكل موقفا أو اتجاها من التعصب، وبالتالي فالفرد سيكون اقل تجاوبا مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة ما مثلا: إن التعصب أمر غير حضاري و مزعج و مثير للسخرية في حين تقبل هذا الرأي حين تم عرضه في قالب التمثيلية التلفزيونية، انه من الضروري التنسيق بين مختلف أجهزة الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة في معالجة القضايا التي تهم الرأي العام و تمس الأمن القومي و وحدة الشعب حتى لا يحدث تناقض بين ما يقدم في هذه الأجهزة و ما يسمعه الفرد فيحدث نوع من البلبلة في فكر و سلوك هذا الفرد قد يصل به إلى حد الاغتراب و فقدان الهوية و الانتماء و بالتالي لجوئه إلى وسائل العنف و الإرهاب واستغلال الحشود الجماهيرية التي تتواجد لمشاهدة المنافسات الرياضية لإثارة العنف و القيام بأعمال شغب(عويس ، خ . عطا الله، ع . 1989 :47).

4-3 الإثارة الجماعية:

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور هذا يمثل وجها من الأوجه الرياضية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في استخدام ذلك، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها الوطنية حيث يعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور الوطني للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز هذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

فعملية الإثارة الجماعية التي تقوم بها الفضائيات الرياضية يمكن أن تحدث في أي وقت كما إنها قد تكون في وقت الأزمات كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق الرياضية خاصة الفرق القومية وخروجها من إحدى البطولات الدولية كتصفيات نهائيات كأس العالم لكرة القدم التي تعد بمثابة الحلم لكل الجماهير نتيجة للتقصير الواضح في أداء اللاعبين و الأخطاء الفادحة في التشكيلة في وقت هم كانوا فيه اقرب للفوز من الفرق الأخرى وخاصة إن كانت هذه البطولة مقامة على أرضه ووسط جمهوره إن أحسن التصرف في أوقات الأزمات والقدرة على التعامل مع معطيات و ظروف تلك الأزمة وهو ما يسمى فن إدارة الأزمات و يدخل في هذا الفن توظيف الإعلام الرياضي في التأثير على الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للآزمة أن تسير فيه إثارة الجماهير و تحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة (عويس ، خ . عطا الله ، ع . 1989 : 48).

ولتجنب مثل هذه الأزمات لا بد أن تتميز الفضائيات الرياضية بالموضوعية في تقديمها للمادة الإعلامية وأن تضع الأمور في نصابها دون المغالاة و المبالغة فيها وان تعمل على تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات على أساس أن الرياضة فوز و هزيمة وحتى يكون هناك غالب لا بد أن يكون هناك مغلوب فالرياضة مجال للتنافس الشريف.

5-3 الاستثارة العاطفية:

وهي عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات حيث يخضع السلوك الإنساني استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الريح و الخسارة و العواطف الكامنة وراء الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها و كثيرا ما يحدث ذلك و الإنسان مهما بلغ من جهد لا يستطيع دائما السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب لا يستطيع أن يتحكم في مشاعر الحزن أو الكراهية أو الحب على سبيل المثال و بالتالي فالإعلام الرياضي يملك قدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما يملكه من إمكانات تخاطب الفكر و الوجدان فمثلا يستطيع هذا الأخير أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية بل و نبكي معها حينما يعرض لنا مشاهد المعاناة والألم التي تعرضت لها كاعتداء الجمهور على حكم إحدى المباريات مما أودى بحياته، فمثلا قد تقدم لنا فضائية رياضية مبررات الهزيمة لفريقنا الوطني وخروجه من بطولة

الأمم الإفريقية نتيجة لظلم الحكام على الرغم من أن هذه المبررات لا تقوم على سند صحيح فنجد أنفسنا بناءً على تلك المعلومات والمبررات الخاطئة نكره حكام هذه المباراة ولا نحزن للأذى الذي يتعرضون له من الجماهير و نتجاهل هذا السلوك غير الرياضي بحجة أنهم السبب في هزيمة الفريق و خروجه من البطولة .

3-6 الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية و الاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام و الاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف وإظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية. ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم ملم بجميع القواعد و القوانين المنظمة للعبة بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك في ظل عدم رؤية الحكم له إذا كان لاعبا أو مدربا أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور، فأحيانا يحدث في مباريات كرة القدم أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس خلف ظهر الحكم (عويس ، خ . عطا الله ، ع . 1989 :49) ، في هذا السياق بإمكاننا القول أن الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي يتيح الفرصة أمام اللاعبين للتنافس و الإبداع و للجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.

خلاصة:

الفضائيات الرياضية بما تملكه من إمكانيات تستطيع أن تحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف من متغيرات كشخصية الإنسان و خبرته في بيئته الاجتماعية و الرياضية و تشكيله الثقافي ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع و توجيهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه التي تريده سواء ضد ما هو قائم و مناهض لها أو مع ما هو قائم و داعم لها و لقد أصبحت هذه الفضائيات من بين الوسائل الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية و التغيير لهذا تسعى كل الدول المتقدمة و السائرة في طريق النمو إلى إعطائها أهمية خاصة مما جعل دورها يتعاظم في حياة الفرد و المجتمع.

فالبرامج الرياضية لها جمهور خاص بها موازاة بالأهمية التي تكتسبها إلى جانب هامش الحرية المتاح لها في طرح الموضوعات بالنظر إلى الإمكانيات و المؤهلات العلمية و الثقافية التي تتمتع بها أصحابها من أجل خلق و غرس ثقافة رياضية متنوعة لدى كل متابعيها بتأكيد أهمية هذا الوعي الرياضي لديهم .

المراجع:

- الخولي أمين ، عدنان محمود .(1996). الثقافة الرياضية. القاهرة : دار الفكر العربي .
- الشافعي حسين احمد . (2001) . التربية الرياضية وقانون البيئة:، ط1. الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- الحضيف محمد عبد الرحمن.(1994) . تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات والأساليب. الرياض :مكتبة العبيكن.
- الحماحمي محمد .(2003) . الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار أوقات الفراغ . القاهرة: دار الفكر العربي .
- الدوسقي علاء الدين .(1994). الثقافة الرياضية. القاهرة : دار الفكر العربي .
- العبادي جلال عبد . (اهمية وسائل الإعلام في نشر ثقافة الرياضة بين أوساط الشباب ،مجلة التربية الرياضية العدد 12 ،كلية التربية الرياضية جامعة بغداد.
- نادية سالم و عاطف العابد .(1980) .التلفزيون و الطفل العربي في الدراسات الإعلامية . 1989 .
- حرز الله علي .(1993). الإعلام الرياضي من خلال التلفزة الوطنية .مذكرة لنيل شهادة ليسانس في التربية البدنية والرياضية ،مذكرة غير منشورة. الجزائر .الجزائر.
- سيد عويس مسعد .(1980) .الإعلام الرياضي ، ج1.القاهرة :مركز الكتاب للنشر .
- علاوي محمد حسن . (1980) . علم النفس الرياضي . القاهرة : دار الفكر العربي.
- عوض محمد ضياء .(1986). التلفزيون و التهيئة الاجتماعية. القاهرة :الدار القومية للطباعة و النشر .
- عدس عبد الرحمن . (1999) .علم النفس التربوي نظرة عامة ، ط1. عمان : دار الفكر .
- عويس خير الدين ، عطا الله عبد الرحمن .(1989).الإعلام الرياضي، الجزء الأول ، ط1. القاهرة : مركز الكتاب للنشر.
- عكاشة أحمد . الطب النفسي المعاصر .(1976).القاهرة: دار المعارف .
- صالح محمد علي .(1998) . سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة .
- غسان محمد صادق .(1990). مبادئ التربية والتربية الرياضية. بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر .