

دور العلاقات العامة والإعلام والاتصال في الرياضة دراسة حالة جريدة الهدف د اوشن بوزيد / أ. قليل محمد جامعة المسيلة

مقدمة :

أصبحت الرياضة واقعا اجتماعيا مؤثرا في جل المجتمعات المعاصرة، ووجهها ممثلا لثقافة البلدان في المحافل الدولية و مقياسا لدرجة التفوق و التطور في كافة الميادين ، و دخلت الرياضة مجالات لم تقدر لا القوة الاقتصادية و لا العسكرية و لا السياسية الولوج إليها و هي التقريب بين الخصوم و الأعداء و تهدئة الأوضاع في بعض المناطق المتوترة ، كما حدث بين الكوريتين و دخولهما تحت لواء و علم واحد في الألعاب الاولمبية ، و لي قيمتها تتمتع الرياضة حاليا بمؤسسات دولية و اتحادات وطنية و مدارس تكوين و جامعات أما على مستوى التنافس فقد بلغت درجة من الاحترافية عالية سواء في الميدان أو التسيير أو الإشهار أو لغة التجارة و تنظيم البطولات و من ناحية الأموال التي تصرف على اللاعبين و تطوير طرق التدريب ، و لاقت الرياضة رواجا اعلاميا كبيرا سواء الإعلام المرئي أو المسموع أو المقروء ، لتغطية مختلف المنافسات و خاصة كرة القدم و في بلادنا تلاقي الرياضة نفس الاهتمامات أما عن علاقتها بالإعلام عندنا فقد مرت بمرحلتين الأولى قبل الانتقال إلى اقتصاد السوق أين كان الإعلام موجه ، ثم مرحلة المرور إلى الاحترافية حيث حاول الإعلام الرياضي المواكبة خاصة الإعلام المقروء و ذلك بظهور جرائد جديدة رياضية أسبوعية و يومية ، لكن مرور الرياضة في بلادنا إلى الاحترافية لم يمر دون مشاكل و لازال في مرحلته الانتقالية و نفس الشيء يمكن القول بالنسبة للإعلام الرياضي ، و نحن هنا لانتهمه لكنه و لظروف معينة ساهم بشكل سلبي بطريق أو بأخر في الرياضة الجزائرية متأثرا ببغض الظروف و الحاجة للانتشار و ملاء الفراغ بأي طريقة و عدم توفر آنذاك إمكانات بشرية مؤهلة في هذه الميدان أو تدخل السياسة رجال الأعمال و المنافسة التجارية و غيرها من الظروف ، فلغة الإعلام الملاحظة في إعلامنا الرياضي لغة غير مساعدة لتطوير الرياضة و المنافسة الشريفة فأصبحت الجرائد وعاء للخصومات و مشاكل الرياضة و المزايدات ز المشاحنات بألفاظ تساهم فقط في الرداءة و الفرقة و هذا ما نحاول تبيانه في بحثنا هذه المعنون تحت مساهمة الإعلام و العلاقات العامة في الرياضة الجزائرية .

الاشكالية:

مما لاشك فيه أن التداخل بين الإعلام والاتصال والميدان الرياضي أضحى عاملا بارزا في ساحة العلاقات العامة في أي مجتمع معاصر . فالرياضة ترسمت و باتت هيكلًا منظما و متكاملًا بمؤسساته وقوانينه تتم فيه عملية تاطير الشباب قي جمعيات و نوادي رياضية في تخصصات

مختلفة تجمع بينهم منافسة مسيرة من قبل الاتحادات . في مباريات رياضية يتلاقى فيها الجمهور الرياضي للتشجيع في أقطار جمعيات الأنصار وارتبطت بالرياضة أيضا جوانب اقتصادية وتجارية تساهم في الرياضة عن طريق الدعم المادي مقابل ضمان الإشهار بالمنتوج وكان حتميا أن ترتبط الرياضة بالإعلام بمختلف الصيغ في صورة تغطية إعلامية وحوارات وربوتاج خدمة للرياضة وتوجهها نحو الاتجاه الايجابي والممارسة الشريفة والاستمرارية دون تحيز أو مغالاة وهذا هو المنوط بالإعلام أو المنتظر منه لزيادة الثقة وتقوية العلاقات العامة لان أي عبارة غير منتقاة تؤدي إلى اتصال سيء وبالتالي اتصال جماهيري تسوده الفرقة وثقافة العنف فهل خدم الإعلام فعلا الرياضة ؟ فالملاحظ أو القارئ للإعلام الرياضي خصوصا الصحافة المكتوبة قد لا يؤكد ذلك فمنذ انتقال الرياضة إلى الاحترافية في بلادنا مع بعض الحرية في التسيير سادت بعض الفوضى و الأنانية في الوسط الرياضي كانت الصحافة الرياضية مسرحا لها بدل أن تكون رادعا لها فغلبت السياسة والمزايدة والتراشق بين الفرق ورؤساء الفرق و الاتهامات و التحيز في غياب التحليلات العلمية و الاحترافية في تناول ونشر المواضيع فكانت النتيجة الحتمية لذلك تراجع الرياضة الجزائرية ولم يبقى من الاحترافية إلا الاسم وللوقوف على حقيقة وواقع الإعلام الرياضي ومدى خدمته للرياضة عمدنا إلى جمع بعض الصحف الرياضية الواسعة الانتشار واستقراء مواضعها وعناوينها بالتحليل لمعرفة الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي المكتوب اتجاه الرياضة واتجاه المجمع وعمدنا إلى مساءلة أيضا أهل الاختصاص في ذلك. إذن كيف خدم الإعلام والعلاقات العامة الرياضة ؟

تحديد المفاهيم :

العلاقات العامة: ظهر مصطلح العلاقات العامة Public Relation قرابة نهاية القرن التاسع عشر، وشاع استخدامه في منتصف القرن العشرين، وتعددت تعريفاته، وبالرغم من شيوعه في أوساط الأعمال إلا أنه كان يستخدم لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من النشاطات مما ألبسه غموضاً وإبهاماً، فهي هو قاموس (وبستر Webster's New Collegiate Dictionary) يعرف العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه

البناء اللفظي فان كلمة(علاقات) تعني عملية الصلة والاتصالات والارتباطات التي تتوفر بين هيئة أو مؤسسة والجماهير المتعاملة معها. أما كلمة(عامة) فتعني كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها، وكل جمهور العاملين أو العملاء، أو الموردين، أو حملة الأسهم أو الممولين، أو الهيئات الحكومية...
العلاقات الاجتماعية :

هي العلاقات تجري بين انسان واخر بحيث يوجد تفاعل واستجابة وهذه العلاقات هي الاساس الاول لجميع العلاقات الاجتماعية ويتضمن هذا المصطلح جميع العلاقات الكائنة بين الافراد او التفاعلات الاجتماعية سواء تتطوي على التعاون او الصراع من مترادفات هذا المصطلح هو زجه التقريب بين السلوم الاجتماعي في عملية اجتماعية والعلاقات الانسانية.

مفهوم الاتصال لغة واصطلاحاً :

- التواصل لغة : يفيدالتواصل من ناحية اللغة العربية الاقتران والاتصال و الصلة والترابط والالتئام والجمع والابلاغ والانتهاء والاعلام . اما في اللغة الاجنبية فكلمة communication فتعني اقامة علاقة وتراسل وترابط وارسال وتبادل واخبار واعلام . وهذا يعني ان هناك تشابها في الدلالة والمعنى بين مفهوم التواصل العربي والتواصل الغربي

- التواصل اصطلاحاً: "يدل التواصل في الاصطلاح على عملية نقل الافكار والتجارب وتبادل المعارف والمشاعر بين الذوات والافراد والجماعات ، وقد يكون هذا التواصل ذاتيا شخصيا او غيريا ، وقد ينبني على الموافقة او على المعارضة والاختلاف . ويفترض في التواصل _ باعتباره نقلا واعلاما _ مرسلا ورسالة ومتقبلا وشفرة ، يتفق في تسنينها المتكلم والمستقبل او المستمع ،

وسياقا مرجعيا ومقصديا للرسالة ويعرف شارل كولي Charles Cooley : الاتصال هو الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الانسانية وتتطور.

انه يتضهن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر الزمان والمكان وتعزيزها في الزمان . ويتضهن ايضا تعابير الوجه والكلمات والكتابات والمطبوعات والقطارات والتلغراف والتلفون ومل ما يشمل اخر ماتم اكتشافه في الزمان والمكان..

" ويعرفه طلعت منصور: " هو العملية التي يتفاعل بها المرسلون والمستقبلون للرسائل في سياقات اجتماعية معينة" ..

الاعلام : كلمة الاعلام اصطلاحا في اللغة العربية هشتقة من علم ، فيقال : اعلم بالامر اطلع عليه والاعلام في القاموس الفرنسي هو عملية اعطاء شكل معين ، والشكل يعني البنية ، وبالتالي يصبح الاعلام بمثابة ارسال المعارف المبنية (المنظمة)

الاتصال:

تمهيد:

الاتصال هو النشاط ومعظم ما نقوم به في حياتنا اليومية من مظاهر مختلفة ويحدد الاتصال المعالم الشخصية و الإنسانية من خلال الممارسة الاتصالية : ماذا يعرف الإنسان ؟ كيف يشعر ؟ ماذا يعمل ؟ ذلك أن الاتصال من حيث المفهوم هو: نقل محتوى فكرة ما بين شخص أو جماعة إلى شخص آخر أو جماعة أخرى.1. ومن الأكد أن الصيغة هته تبدو غير كافية من وجهة نظر أخرى فإذا كانت سيرورات التواصل مجرد أدوات اجتماعية كما يظن . فلان ما من يمثل الأدوار الاجتماعية ، لا يتصرفن كما لو كانوا علب سوداء مستقبلية ، دائما ما يتصرفون بصفتهم أشخاص يتبادلون دلالات ، إن الأشخاص الذين يتصلون ببغضهم يبذلون مجهودا لتأويل ما يتلقونه من غيرهم لإعادة تأويله مما يعدل في كل لحظة الشروط التي يتم فيها التبادل ، يتصرفون بطريقة تجعل التواصل خاضعة إلى قوانين علم النفس الاجتماعي، أكثر ما تخضع للسبرنيطقيا....

انواع الاتصال : يمكن الحديث هنا عن مجموعة او عدة انواع من التواصل الانساني والالي، والسيميائي، ، فهناك التواصل البيولوجي والتواصل الإعلامي والسيكولوجي و الفلسفي والبداعوجي، ويقول طلعت منصور في هذا الصدد " ان وظيفة الاتصال تتسع لتشمل افاقا بعد . فكثير من الباحثين يتناولون الاتصال كوظيفة للثقافة والتعليم وكوظيفة للجماعات الاجتماعية وكوظيفة للعلاقة بين المجتمعات، بل ويعتبرون الاتصال كوظيفة لنضج شخصية الفرد وغير ذلك من جوانب توظيف الاتصال"1..

من انواع التواصل التي نراها تهمننا في هذا البحث ايضا هوالتواصل السيميائي الذي يبحث في القصد من الرسالة وسنوظفه في التحليل الخاص بالجانب التطبيقي فاصحاب هذا الاتجاه

يركزون في اعمالهم على الوظيفة التواصلية. ولا تختص هذه الوظيفة التواصلية بالرسالة اللسانية المنطوقة فحسب ، بل توجد أنظمة غير لسانية أخرى مالاعلانات والشعارات والمجلات والنصوص المكتوبة وكل البيانات التي انتجت لهدف التواصل . وتشكل كل الانماط المذكورة علامات ، ومضامينها رسائل او مراسلات Messages وهكذا يقصي اصحابها ذلم النوع من سيميولوجية الدلالة التي تدرس البيانات التي تؤدي وظائف غير وظيفية كما لدى رولان بارت مثلا . ونستشف من خلال ابحاث ورؤى مؤسسي هذا الاتجاه انهم يميلون الى دراسة انساق العلامات ذات الوظيفة التواصلية. وبناء على ذلم فان افضل تناول حسب برييطو هو القول: " ان ما يميز الوظيفية لتواصلية عن الوظيفة الدلالية حصرا هو القصدية التي تتجلى في الاولى لا الثانية.

نماذج التوصل : هناك المثير من نظريات التواصل التي حاولت مقارنة وفهم نظام التراسل و الاتصال ، لذلك من الصعب استقراء كل النظريات التي تحدثت عن التوصل ، بل سنكتفي ببعض النماذج التواصلية المعروفة قصد معرفة التطورات التي هذه النظريات وهنا نحاول التركيز على الجوانب التي تهتمنا في البحث عوض النماذج الاخرى منها مثلا النموذج السلوكي ، النموذج الرياضي، النموذج اللساني النموذج التربوي . النموذج الاعلامي.

2 النموذج الاجتماعي : هو نموذج ريلي وريلي Riley et Riley الذي يعتمد على فهم طريقة انتماء الافراد الى الجماعات . فالمرسل هو العتمد ، والمستقبل هم الذين يودعون في جماعات اولية اجتماعية مثل العائلات و التجمعات والاجمعات الصغيرة ...وهؤلاء الافراد يتاثرون ويفكرون ويحكمون ويرون الاشياء بمنظار الجماعات التي ينتمون اليها ، والتي بدورها تتطور في حزن السياق الاجتماعي الذي افرزها . ويلاحظ ان هذا النموذج ينتمي الى علم الاجتماع ولاسيما الى علم النفس الاجتماعي ، حيث يرصد مختلف العلاقات النفسية والاجتماعية بين المتواصلين داخل السياق الاجتماعي . وهذا يجعل هذا النظام يساهم في تاسيس علم تواصل الجماعة

تعريف الاحتراف وتطبيقاته:

الاحتراف هو مضمون الادارة الحديثة أي بمعنى ادارة يتوافر بها كل مقومات التطوير والتقدم وسبق لى الاشارة بأحد المداخلات وعرفت تعريفا بسيطا لمقومات الادارة الناجحة ، فالادارة المحترفة يمكنها تفعيل وترجمة كافة الاعمال بأسلوب علمي مدروس وعندما نصل لكمة الاحتراف أو الاحترافية فى الاداء نكون قد وصلنا لدرجة المثالية فى التطبيق والمعنى بالاحتراف فى منظومة كرة القدم لا يتعدى فى حساباتى سوى احترام من حرفية أى بمعنى حرفه أو مهنة ولو سلمنا بهذا المعنى لوجدنا قصورا فى من يمتن المهنة لأنه لا يجيد تطبيق مضمونها وإذ أردنا جزافا اعتبار ما يقال عنه احترام كروى وجب أن نسأل الأسئلة التالية وحتى يتبين لنا قدرتنا ومقومات الاحتراف

أولا – هل لدينا القدرة الاقتصادية الحرة "نظام دولة"؟

ثانيا - هل نملك من العلم والثقافة لمنهج الاحتراف والتطبيق؟

ثالثا - هل تتوافر القدرة المالية للمنظومة الرياضية بمختلف فئاتها؟

رابعا - هل هناك قوانين وضوابط تحكم التطبيق؟

خامسا - هل لدينا التخطيط طويل المدى بالشكل الاستثماري؟

سادسا - هل لدينا الكوادر الادارية المختصة؟

سابعا - هل لدينا صحافة وأعلام يملك الحيادية؟

ثامنا - هل لدينا نظام تحكيمي محترف يرتقى للعدالة؟

تاسعا - هل لدينا نظام المراهنات؟

عاشرًا - هل أحترفنا في شئٍ ليكون مثالا؟

الاعلام:

❖ تمهيد:

الفن الصحافي فن حضاري بالضرورة فانه متصل بأسباب التحضر، وينتشر أكثر في المدن. فالبيئة القروية أو القبلية المحدودة تكتسب فيها المعرفة بالتجربة المباشرة أو الشخصية، لأنه إذا كان جميع أفراد مجتمع من المجتمعات معين ليفهموا بالتجربة المباشرة ما يجري من أحداث فان الظروف العادية للاتصال الشخصي تكفي لنشر الأخبار في هذا المجتمع و لا يحتاج الأمر لأي وسيلة من وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة ولكن المجتمع الذي يزداد نموه وتتنوع تخصصاته وتتعدد مشكلاته لا يلبث أن يجد وسيلة الفن الصحفي ضرورة حتمية تبعد كل البعد من الخبرة الفردية المباشرة. ثم لا يلبث هذا المجتمع المتحضر أن تظهر فيه علوم و فنون بالغة التعقيد. فيصبح الفن الصحفي حلا لصياغة المعرفة بطريقة علمية واقعية . وسنتطرق في هذا الفصل إلي تعريف الإعلام والاتصال ثم إلي نظريات الإعلام وعناصر الإعلام وفي الأخير إلي أنواع الإعلام وتعريف الإعلام المكتوب.

1 - الإعلام والاتصال بصفة عامة:

❖ هو تبادل المعلومات ونقل المعنى لتحقيق هدف معين.

❖ وهو نتاج التفاعل بين الفرد و المجتمع.

والاتصال في مجال الإعلام هو بث رسائل واقعية محددة علي أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الإقتصادية و الاجتماعية و الثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة.

حول كلمة اتصال يعرف قاموس "أكسفورد العام" كلمة اتصال على أنها : أعلم أو أخبر، نقل أو أرسل .

وإذا بحثنا عن معني كلمة "اتصال" لغويا فإننا نجد أن هذه الكلمة في اللغة العربية تحمل نفس المعني و المدلول لكلمة "اتصال" في اللغة الأوروبية من "COMMUNICATION" (المورد 1984) وهي الإسم من الفعل "TO COMMUNICATION" في اللغة الإنجليزية وتقابل في اللغة العربية الفعل يتصل + يبلغ+يعرف أو يعطي أو ينقل للآخرين تلفونيا أو شخصيا ، والاسم في اللغة العربية يعني المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو الخطبة أو تبادل الأفكار والأداء ، أو المعلومات عن طريق الكلام أو الإشارة كما أن الكلمة تعني أيضا شبكة طرق أو شبكة تليفونات. ويتفق كل من "جميل توفيق1994" و"حنفي محمود سليمان 1980" على أن عملية الاتصالات والتي تتلخص في إرسال المعلومات وتفهمها هي احد الأشياء الأساسية المطلوبة لإحداث التغيير المرغوب في سلوك المرؤوسين وكذلك تحقيق الأهداف.¹

1- 1 - الإتصال:

❖ مفهوم الإتصال: يعرف "على الشرقاوي 1992" الإتصال على انه " عملية نقل الأفكار و الآراء من شخص لآخر أو داخل نفس الشخص بغرض خلق الفهم لدي الشخص الموجه إليه الإتصال، ويركز هذا التعريف على تأكيد الفهم كعامل ضروري في عملية الإتصال. أما"صلاح الشنواني 1993" فقد عرف الإتصال على انه "إيصال المعلومات والفهم ، وذلك بهدف إحياء التحفيز المطلوب في سلوك الآخرين ، و لذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد ومستقبل واحد.

كما يذكر " كمال درويش وآخرون 1993" عن "اليوت جاك ELLIOT JOQUES" الإتصال عبارة عن المشاعر و الأحاسيس والاتجاهات والرغبات المنقولة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ولذا فان الإتصال يعد عملية حيوية في مجال العلاقات بين الرؤساء و المرؤوسين ، كما يعد عنصرا هاما من عناصر عملية التوجيه.¹

الإتصال هو النشاط الأساسي ، ومعظم ما نقوم به في حياتنا اليومية إنما هو مظاهر مختلفة لما نعنيه بالإتصال الذي يحدد بدوره معالم الشخصية الإنسانية، من خلال ممارستها الإتصالية : ماذا يعرف الإنسان؟ كيف يشعر؟ ماذا يعمل؟.

ذلك أن الإتصال من حيث المفهوم هو" نقل محتوى فكرة من شخص أو جماعة إلى شخص آخر أو جماعة أخرى " فهناك طرفان أساسيان إذ يشتركان في محتوى هذه الفكرة أو الإحساس أو الاتجاه أو الفعل ، فالإذاعة تخاطب جمهور المستمعين ، والتلفزيون يخاطب جمهور المشاهدين ، وليس هناك مجتمع بشري يستطيع العيش دون اتصال ، ذلك أن أي مجتمع ليس مجرد ذرات من الأفراد يعيشون في عزلة ، وإنما هو مجموعة من الأفراد اللذين يعملون أو يتفاعلون مع بعضهم البعض.²

1- 2 - الإعلام:

❖ مفهوم الإعلام: الإعلام يعني عند "حامد زهران" بأنه عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة و أخبار صادقة و موضوعات دقيقة ووقائع محددة و أفكار منطقية وأداء راجع للجماهير مع خدمة الصالح العام.¹

الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين ذاتي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم.

معني ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع بنشرها وذلك عن طريق المعلومات والحقائق و الأرقام و الإحصاءات و لكن يشترط أن تقدم هذه الأرقام و الإحصاءات كاملة غير منقوصة. وهنا نلفت النظر إلى التحريف أو التزييف أو العبث الذي يقع في هذه الأرقام والإحصاءات و الحقائق و المعلومات وذلك من بعض المفرطين اللذين بهذا الزيف أو العبث لغاية في أنفسهم.

والتعريف الأوضح للإعلام للعالم الألماني " اتربورت ": "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت".²

إذا فالإعلام تعبير موضوعي، ومعني ذلك انه ليس تغييراً ذاتياً من الجانب الصحفي أو المذيع أو رجل السينما أو التلفزيون ، دائماً هو تغيير موضوعي خالص ، بمعني انه يقوم على الحقائق أو الأرقام أو الإحصاءات أو عليهما معا إذ لزم الحال.

1- 3 - الفرق بين الإعلام والاتصال:

يعد الإعلام فرعاً من فروع الإتصال ، أو عملية منتظمة فيه ، ذلك أن الإتصال عام ، يمكن انه لا يقتصر على الإتصال الإنساني أي الإتصال بين البشر ، بل يشمل الإتصال الإنساني . والاتصال بين مخلوقات الله غير المرئية ، و الإتصال في العائلة الحيوانية . وإذا كان الإتصال عام فان الإعلام خاص ، ثم إن الإتصال الإنساني أو الإتصال البشري يمكننا أن نقسمه إلى :

الإتصال الذاتي: هو ما يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته.¹

أما اتصال الناس بالآخرين فانه يمكننا أن نقسمه إلى قسمين رئيسيين أولهما اتصال الإنسان بأخيه الإنسان وثانيهما اتصال الإنسان بغيره من مخلوقات الله.

وما يهمنا هو القسم الأول هو اتصال الإنسان بأخيه الإنسان، وهو اتصال ووعي إدراك، وهنا يمكننا أن نبين ثلاثة أنواع رئيسية: أولهما الإتصال الشخصي أو المباشر ، وهو اتصال شخص بصديق أو بعدد محدود من أفراد أسرته أو عدد من زملائه في العمل أو السكن أو ما شابه ذلك.

الإتصال الجماهيري: وهو اتصال شخص أو هيئة بالجماهير الغفيرة سواء كانت جماهير ذات نوعية خاصة أو عامة.

الإتصال الحضاري أو الثقافى: هو اتصال الحضارات و الثقافات عبر الأمم والأجيال و الأحقاب و فى الإتصال الشخصى و الإتصال الجماهيري و الإتصال الحضاري نجد أن الأول يغلب عليه شكل الإعلام والثاني يغلب عليه شكل الإعلام المعاصر أما الثالث جمع بين الشكلين

الإعلام الرياضي و الصحافة المكتوبة:

لا يخفى علي احد أن الصحافة الرياضية اليوم ليست كالأمس فبعد ما كانت مقتصرة علي إيصال الأخبار بصفة مجردة ولا تحمل رسالتها الإعلامية أبعادا حضارية تعود على المجتمع و الرياضة كالتطور و الإزدهار.

لكن اليوم بفضل المعطيات التي يعرفها العصر تعاظمت مهامها وتشعبت وظائفها وأنواعها ، فأصبحت الصحافة المكتوبة بكافة وسائلها تتحمل الثقل والعبء الكبيرين في الدفع بالحياة الرياضية في الوسط الاجتماعي ، وهذا بموجب ما تملكه من إمكانيات مادية ومعنوية تؤهلها لتحقيق ذلك وقد أدى هذا إلي وضعها أمام ضرورة ملحة إلي التعبير في أنماط أعمالها ونشاطاتها في انتقاء المادة الإعلامية ، بحيث تسهم هذه الأخيرة في التأثير على المشاهدين وخاصة المراهقين في الانحياز إلي الرياضة بمتابعتها وممارستها.

1 - الإعلام الرياضي:

1- 1 - مفهوم الإعلام الرياضي: إن الإعلام الرياضي يعتبر جزء من الإعلام الخاص، وتتميز عنه في كونه إعلاما خاصا، يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين، ويعتبر الرياضيون هم هدفه وأدواته، فهو يهدف قبل كل شيء إلي إيصال كل المعلومات و الأخبار إلي الرياضيين و العاملين في المجال الرياضي بشكل عام.¹

عملية نشر الأخبار و المعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعي الرياضي.²

1- 2 - وسائله وقضاياه: إذا ما نظرنا إلي وسائل الإعلام المختلفة، فإننا نستطيع أن نحصرها فيما يلي:

الصحف، الراديو، التلفزيون، السينما، المسموع، وكالات الأعمدة الصحفية، الكتب، النشرة، الخطبة و المناظرة، الندوة، المؤتمر الصحفي أو الأدب العلمي، السوق أو المعرض ، الرحلات وأماكن السياحة، شرائط الكاسيت، التسجيل، الفيديو و الأسطوانات.³

ومن خلال التعريف الرياضي نلخص أن قضاياه هي: الرياضة و الرياضيون.

1- 3 - أنواع الإعلام الرياضي: لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي ، وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالتالي:

1- 3- 1 - الإعلام الرياضي المقروء: وهي التي تعتمد علي الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب و المجلات.

1- 3- 2 - الإعلام الرياضي المسموع: وهي التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل .

1- 3- 3 - الإعلام الرياضي المرئي: هي التي تعتمد على نظر الإنسان مثل السينما ، التلفزيون ، الفيديو ، شبكة المعلومات(الإنترنت) وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المسموع لأنها تعتمد على حاسة السمع والبصر في آن واحد

1- 4- أهمية وسائل الإعلام:

بعد ما كان الهدف من الرياضة في المجتمعات البدائية هو التدريب الشاق على الممارسة الجسيمة التي تساعد على مواجهة الظروف البدائية ، والتي كانت تتميز بالاعتماد على النفس من اجل العنين ، نشأت الألعاب الرياضية في المجتمعات المتحضرة كوسيلة لتهديب غرائز الإنسان و تحويلها من ضراوة الوحشية إلى وسيلة إنسانية أخلاقية تقوي في الإنسان الاحتمال و الصبر فأصبحت الرياضة مجالاً هاماً ، ولكن الإبتعاد أو الإستغناء عنها أو عدم تغطية أخبارها و كثيرا تتضح العلوم الطبية و النفسية بإتباع الرياضة إلى سبق الألعاب بقوانين وضوابط و قوانين تحكم مختلف الرياضات ، حيث أصبحت هذه الأخيرة تحظى برعاية إعلامية كبيرة من طرف مختلف الدول العالمية.

وهذا الإهتمام الكبير بالرياضة و الألعاب الرياضية كان لابد أن ينعكس على الصحافة.

1- 5- دور الإعلام الرياضي في تثقيف الفئة الرياضية:

يلعب الإعلام دور كبير في تثقيف الرياضيين(متتبعين الأحداث) خاصة الفئة الصغرى ، فإذا كانت الأسرة الرياضية تنقل إلى الطفل المعارف والمهارات و الإتجاهات و القيم التي تسود المجتمع بعد ترجمتها أساليب علمية للتنشئة الاجتماعية.²

ونظرا للأهمية التي يلعبها الإعلام الرياضي كأداة من أدوات التثقيف للجماهير الرياضي ، باهتمامها بالبرامج التلفزيونية لأنها تسهل عليها عملية الفهم بدقة ووضوح. وخاصة الصغرى منه أكثر الوسائل الإعلامية الأخرى لان الطفل لا يستطيع مثلا قراءة الجرائد أو الإستماع إلى الإذاعة لذا فهو يعطي أهمية للبرامج الرياضية التي تكون فيها الصوت و الصورة لذا قمنا بتصنيف مظاهر التثقيف لهذه الفئة المشاهدة:

- البرامج التلفزيونية الرياضية تلعب دور بالغ في تنمية الفئة الصغرى الشاهدة إما عقليا ، عاطفيا ، اجتماعيا ، وذلك لأنها أداة توجيه و إعلام وإقناع و تنمية للذوق الفني ونقل قيم و معلومات و أفكار و إجابة على كثير من الأسئلة التي تدور في مخيلته ، وبهذا تؤلف واحدة من ابرز الخصائص التي يتميز بها الفرد عن الآخر في المجتمع.

الجانب التطبيقي :

ما دام ان بحثنا هذا جاء لدراسة دور الاعلام و العلاقات العامة في الرياضة وللاطلاع على حقيقة هذا الدور الذي يلعبه الاعلام وخاصة الاعلام الرياضي في الرياضة بصفته المعني الاول بها رفقة الاعلام الرياضي المرئي و المسموع . الا اننا اخترنا الاعلام المقرؤ في بحثنا هذا واتبعنا المنهج التحليلي او تحليل مضمون عن طريق قراءة الوثائق المتمثلة في عينتنا وهي الجرائد الرياضية اليومية واستنتاج ما يجب وفق الدراسة التي نفوم بها لمحاولة الاجابة عن السؤال الهام المتمثل في الدور الذي يلعبه الاعلام والعلاقات العامة في الرياضة

عينة البحث : وقد ركزنا في بحثنا هذا على عينة البحث المتمثلة مجموعة من الجرائد الرياضية اليومية " الهداف " عن طريق جمع مجموعة من الاعداد وقراءتها وقراءة العناوين وتحليل المقالات التي تصدر في هته الجرائد عن طريق قراءة نقدية وتصنيف بعض الالفاظ في خانات معدة مسبقا

1 - الهداف : يومية رياضة ، ملحق اعلامي يصدر عن جريدة بانوراما ، العنوان ص ب 66 بورسعيد العاصمة تاسست عام.

البريد الالكتروني : www.elheddaf.com

الاعدادرقم:

_645_644_643_642_641_640_639_637_636_630_627_623_622_620
651_649_647

ملاحظة: هذه الاعداد من الفترة الممتدة بين الاثني 11 فيفري 2008 بالنسبة للعدد الاول 620 حتى العدد 651 يوم الثلاثاء 08 مارس 2008

والجريدة تتكون من مجموعة من الاخبار الرياضية المواكبية للاحداث الوطن وتهتم الجريدة خاصة بكرة القدم من السم الاول الممتاز الى الاسام الولائية الدنيا ولديها القسم الخاص بالاحداث الرياضية الدولية وخاصة الاوروبية منها في اخر الجريدة والصفحة الاولى تحوي عناوين رياضية كبيرة مفصلة في الداخل اضافة الى حوارات مع لاعبين ومدربين متبوعة بصور ولقطات رياضية في بعض الاحيان وطبعا نتائج المباريات في مختلف البطولات والترتيب.

عرض الجانب التطبيقي :

ان البحث العلمي يقتضي المصادقية والامانة العلمية دون زيادة او نقصان ونقل الوقائع وما هو منشور و كما هو موجود و ومطلعنا للجرائد ومحاولة منا للتماشس مع موضوعنا اقتضى الامر منا ايجاد تصنيفات الاولى في الاتجاه الايجابي أي ان الاعلام يخدم الرياضة أي وفق ما ينشر والثاني ذو اتجاه سلبي في معانيه والفاضله أي لا يخدم الرياضة وكل هذا وفق ما هو موجود على صفحات جريدة الهداف.

بعض العناوين في الاتجاه السلبي :

الدرجة الاولى: مثيرة: بن طوبال " الخروب ستكون مقبرة للزوار " العنوان في اول الصفحة

اولمبي الونزة " ما نهبطوش زكارة في الحسادين "

مولودية نقاوس " الموس لحق للعظم "

حوار مع رئيس فريق " اللي ما في كرشو التبن ما يخاف من النار "

رئيس فريق يفتح النار رئيس فريق اخر "

" اللي اربح في سعيدة ما يخف في تلمسان " 11.02.2008

" منادي يصفي حساباته مع لطرش ويرفض لعب الكاس في العلة " داخل المقال " ابن القل

يحاول الثار بطريقته الخاصة "

الهوليغانز يستقبلون قرعة الكاس بتفاؤل.

" بن فيسة لاولي النصرية اهمية واتمنى الانتقام من الخروب " 2008_02_13

" لا علي موسى لاعيش عنابة حالفة ماتراطيش "

" حجوط تريح بلا مزيتها "

" المونطان تسعى لقهر اقبو " 2008_02_14

تصريح لاعب: " في المولودية كاين 70 لجنة انصار وباش تتجح لازم تكون منافق "

تصريح لاعب عن رئيس: " قال اللاعبين ماشي رجالانا ما نحملش الذل " تعلم في جزائر

النفاق. شباب جيغل : اتهامات متبادلة بين الادارة و الانصار 2008_02_19

احداث عنف : الشناوة يقتحمون المطار الطائرة محاصرة " اللا عبون هربو والمسافرين " تخيلو

وجود قبلة مغرضة: " الحمراء حسموا معركة 20 اوت وينتظرون ام المعارك في بوعل " "

1000 شلفي قلبو ا بولوغين وعادو " زاهين "

" ربحنا بشار ، نزيدو المولودية ونطفو النار " 2008_02_23

استهزاء " عرائس القراقوس يضعون قدما في القسم الثاني "

" النقاط تعيط في الشلف لكن مع باردين القلوب الهبطة تقترب "

الشحنة: العلة " طالعين زكارة في الحسادين " 2008_03_01

تواضع " عيب على افتسان : قالهم خبو البالون "

" هاذاك واش احلبت مع لاعبين باردين قلوبط "

اهلي البرج: سينما كحلة ، حافلة خردة ومشري رجل الانقاذ

" مبالغة: ترجي قالمة الكحلة في خطر وتترقب المهدي المنتظرط " 2008_03_02

نتيجة لقاء " كارثة...كارثة...كارثة ... "

الكاب يستعرض عضلاته ملن يفرط في الصعود

بدون تعليق: نهار احتجت وجهي ندبلو القطوط

2008_03_04

الفار بعث بلعباس للدار

كاريكاتور : مثال " ربيري قال الخمر حرام ولاعبونا خابطين يوميا"

مولودية باتنة ماناش قادرين مسلمين مكثفين ___ اسرار ليست للنشر" رئيس ناد يسرق" بورتابل
لمناصر

شباب جيغل " النمر مهولين وعلى الميلة معولين " الرد: جا نهاركم يا النمورة

2008_03_05

لقاء بلوزداد : " بلوزداد...النيف والخسارة " حجاري: اللي خاف يقعد في دارو
تصريح لاعب " طاق على من طاق "

2008- 03- 06

عين الدفلة معولة على السوقر

حقائق خطيرة والداربي تباع..تباع..تباع..

التحكيم: المولودية تشتكي من عيسى وتطالب بفصله عن التحكيم

2008- 03- 08

تصريح لاعب: ما بقاش بالون مع هذا التحكيم

عنوان في الصفحة الاولى مهداوي يعود: الجراد يتنفس والاسلحة حاضرة في الشلف

اللاعبون بيررون اداءم بالضغط ويطالبون " الهوليفانز بالهدوء

اتهم " عضو بارز في كرتنا من عناية اراد ترتيب لقاء تلمسان

2008- 03- 09

تفاخر " الرجال بيانو في وقت الشدة

ملعب النار يستعيد اجواء البطولة والانتصار

شكوى " يعطوني دراهمي وكل شيء ممكن

2008_03- 10

العقلية رايحة تتبدل ولن نرحم احد

اتهم : تحالف ضد المولودية من اندية مهددة بالسقوط

الهدرة راهي غير على الشفة

11_03_2008

تصريح لبت نداء القلب

القبائل يطالبون بتعزيزات امنية مشددة

المكرة تتحدى الكاب في قلب لوراس

2008_03_13

قلب المولودية لا يموت

تحصر: كنت اعلم انه كي يطيح الثور يكثر المواس

تشابك لاعبين

16_03_2008

احداث " الحراش عاشت الجحيم في الذرعان

عنوان عريض العلمة تخسر معركة هامة جريمة : اربعة اشخاص اعتدو علي بالخناجر ...بين مغيث لاعب

اوكيل ساخط على بالهاني وبؤ غرارة عسلهم في العاصمة

18_03_2008

العراشية لم يفقدو الاهل

التعليق والتحليل:

إن انتقال الرياضة الجزائرية إلى الاحترافية لا زال يواجه الكثير من العوائق والصعوبات فلم نستطع لحد الآن إيجاد الصورة الحقيقية والنهائية لهته النقلة النوعية في عالم الرياضة عامة وكرة القدم بصفة وكرة القدم بصفة خاصة . هذا الانتقال أدى إلى فوضى عارمة وخلط في القوانين والتشريعات والقوانين وتدخل الكل في تسيير شؤون الرياضة من رؤساء فرق ورجال سياسة ورجال أعمال ولم ينجو حتى الفريق الوطني من هذه المشاكل والتدخلات وكان لبد من الإعلام إن يواكب ويساير هذا التحول خاصة الإعلام الرياضي مما أدى إلى ظهور مجموعة من الجرائد اليومية والأسبوعية الرياضية ، لكن هذا التحول أيضا أدى إلى ظهور مشاكل عدة فأصبح لكل رئيس ونادي جريدة تسانده وأصبحت صفحات الجرائد منتدى لنشر الغسيل وهنا نؤفد بعض النقاط قبل الدخول إلى التحليل الخاص بموضوعنا الذي يخص مساهمة الإعلام في الرياضة

_ الانتقال إلى اقتصاد السوق بالنسبة للإعلام الرياضي خلق نوع من الحرية لم تستغل في الاتجاه لا الايجابي فبعد أن كان الإعلام الرياضي يتشكل في صورة جريدة واحدة أو اثنتين مثال جريدة المنتخب، كان الإعلام موجه ولا مكان لتخطي بعض الحدود التي كانت من الممنوعات إلا من ناحية نقل الخبر دون الولوج إلى الأسباب أو القراءات الذاتية .

_ الانفتاح في مجال الإعلام وصدور إعداد جديدة من الجرائد يستلزم وجود إمكانيات بشرية وكفاءات من مراسلين ومحللين محترفين أو ذو تكوين جيد هذا الغياب أدى إلى سياسة لملء الفراغ ولا يشترط لا مستوى أو التكوين

- قضية التمويل واقتصاد السوق حتم على الجرائد البحث من الانتشار في السوق دون مراعاة لما يكتب ، المهم هو الكسب والانتشار في السوق.

وبالتالي هذا ما أدى إلى استعمال العبارات والتقارير الجذابة و الملهمة التي تثير الاهتمام ، دون مراعاة لأهداف المهنة وهي التثقيف وتثوير القراء وإعطاء مستوى أحسن للكتابة والتحليل وملء هذا دون تفحص ولا مراقبة لما يكتب

غياب المراقبة الفنية على مستوى ما يكتب والردع أدى أيضا إلى انتشار لغة تواصل مع المطالعين للجرائد تدور فقط في فلك الحرب الاستعداد للمقابلات على أساس معارك وليس رياضة و الاتجاه نحو كرة القدم فقط وإهمال الرياضات الأخرى.

إما فيما يخص التحليل الخاص م موضوعنا هذا وفيما عدا الأخبار ونقل نتائج المباريات وإيصال بعض الحقائق عن ظروف المقابلات وبعض التصريحات التي تصب في خانة الواجب نحو القراء أو من حقوقه في الاطلاع عن المعلومة فان الباقي يتجه اتجاه سلمي في اغلب الأحيان وقد قسمناه إلى ما يلي :

_ من ناحية اللغة : في جرائدنا الرياضية تستعمل غالبا الدارجة مع اللغة العربية في تناغم بينهما الدارجة لضمان أكثر إثارة والعربية لتهدئة الأوضاع لان مثلا كلمة قهر المنافس تفهم تقريبا الفوز بنتيجة عريضة وشيء من ذلك لكن اذا قلت بالدارجة اليوم نخلصوا عليهم أو تصرى القرة فوق الثانية على السمع أقوى من الأولى خاصة إذا كان العنوان في الصفحة الأولى ولقاء دربي فان الجريدة ستباع حتما ومفعولها سيتمدد إلى إعداد العدة و....إذن هنا الأعلام الرياضي يلعب جيدا على وتر المنافسة فلنا منه أن هذا ما يريده القارئ ، عن عمدنا ربما لا....يبقى الحكم .

_ أما فيما يخص استعمال العبارات فهي تدور في العبارات القوية والسوقية مثل عبارات الحرب.. المعركة...النار....ما تراطيش ..الثار...الرجلة...النيف.....إضافة إلى ثقافة الأمثلة الشعبية و الأمثلة المستعارة مثل اللي خاف ما يجيش إذا الكل يدور حول الثقافة الشعبية وتوظيفها توظيفا للفت الانتباه.

إضافة إلى هذا فان المحتوى يرتكز حول التصريحات النارية و الخلافات ت والاتهامات بين الفرق دون إن ننسى مشكل الحكم و المغالطات و الاتهامات المتبادلة فالخلاصة أن الجرائد الرياضة هي وعاء تفريغ لمشاكل الرياضة و خاصة كرة القدم

_ إن استعمال العبارات القوية على السمع قد يؤدي في بعض الأحيان إلى حشد الجماهير وبالتالي التهيئة للعنف وهو ما يتكرر دائما وفي كل موسم رياضي

مالا يوجد في الجرائد الرياضية: انه يجب التحول إلى ما يجب أن يكون وهو مثلا من وجهة نظرنا التحليلات العلمية والتقنية والتكتيكية والى ذلك فالمجال واسع جدا وهناك ما يكتب يبقى الصراحة ونية الانتقال إلى ما هو جيد

إضافة إلى هناك نوع من نشر الغسيل الملاء خصوصا في الفترات الماضية حيث كان في فترة ماضية تقع عملية المزايدة في أسعار اللاعبين على المباشر علي صفحات الجرائد الرياضية و الخصومة بين رؤساء الأندية و بين أشخاص الاتحاد مرموقة .

و تعد الصراع على صفحات الجرائد ليشمل لجان الأنصار ما أدى إلى التسخين القبلي لظروف المباراة و هو ما يحدث في مباريات الدربي خاصة .

الاستنتاج العام

إذا أردنا أن نخرج باستنتاج عام مرفق ببعض النقاط التي نراها مهمة نقول أن خدمة الإعلام للرياضة في بلادنا يمكن أن تكون أكثر فاعلية إذا تم الالتزام ببعض الأمور المهنية و الاحترافية

و فتح المجال لتحليلات و صيغ اتصالية أخرى أكثر تطورا و أكثر تركيزا على الموضوعية و الاعتماد على ما هو ايجابي لبعث روح جديدة مغايرة في مجال الإعلام الرياضي هذه النقاط هي -الغرض التجاري صحيح يسيطر على تسيير الجرائد الرياضية لكن لا يتم التعويض في صورة ما يثير و ما يلفت الانتباه من عناوين و ألفاظ مثيرة لان الإعلام قادر على توجيه الرأي العام الرياضي خصوصا إذا كان واسع الانتشار.

-يحيد الاعتماد على اللغة العربية كلفة اتصال دون الخلط مع اللهجات الأخرى و هذه ما يساعد على انتشار ثقافة لغوية رياضية.

-استعمال ألفاظ و معاني علمية وهي موجودة و متداولة تكون هي الغالبة على الجريدة مثل التكتيك - التكنيك - البيداغوجيا - منافسة - شرح الخطط الدفاعية و الخطط المضادة..... ولو كان هذه لا تطور العمل الإعلامي الرياضي.

-التعويض يمكن أن يكون في شكل نوعية الصورة و التحليل و الورق المستعمل بوسيتير...الخ. -إلزام العمال و العاملين و المرسلين بالتكوين و الرسكلة في الميدان الرياضي و التحليل و التغطية الإعلامية .

-أن أي لفظ أو تصريح أو أخطاء قد تؤدي إلى تهيئة مناخ العنف و بالتالي مضاعفة مشاكل الرياضة .

-الاستفادة من البحوث العلمية في المعاهد الرياضية و المختصين في اللغة و الاتصال و التحليل وغيرها.

-إيجاد هيئة رقابة لغوية أكثر احترافية تشرف على توجيه الإعلام الرياضي و تحديد أولوياته و هي خدمة الرياضة و ليس زراعة الفرقة و زيادة الردع .

و في الأخير يمكن القول إن الوضع الحالي الموجود سببه هو الفترة الانتقالية التي مرت بها الرياضة في بلادنا و المشاكل الموجودة فيها لكن الفترة قد طالت و يجب التغيير و ليس زيادة المشاكل للرياضة عن طريق الإعلام الرياضي. وفي الأخير نختم بالقول: الأداء الحسن + الأخبار الصادقة = علاقات عامة طيبة

المراجع

- 1_ حسن احمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية و الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2003، ص.35- 36
- 2 - محمد سيد محمد، الإعلام و التنمية، ط.4، دار الفكر العربي: مصر، 1998، ص.54
- 3 - عبد العزيز شرف، المدخل إلي وسائل الإعلام، ط.2، دار الكتاب المصري: القاهرة، دار الكتاب اللبنانية: بيروت، 1989، ص.16