

تطبيع وسائل الاعلام لتسويق مدارس السباحة لنوى الاحتياجات الخاصة

جامعة الزقازيق - مصر -

أ. د / نادية محمد طاهر شوشة

يعتبر الاعلام ضرورة هامة فى اى مجتمع حديث يعد تقدم العلم والمعرفة وتطبيق النظريات العلمية فى سائر نواحي الحياة الإنسانية وكلما زاد المجتمع تعقيدا بفضل التقدم التكنولوجى أصبح الإعلام اشد أهمية وأكثر ضرورة فلا يوجد للمجتمع نفسه اى نصيب من الخير مالم تتوافق عناصره وتنكيف جماهيره مع منظماته الاهلية والحكومية والاعلام ليس الا احدى هذه الوسائل الهامة التى يتم بها هذا التفاهم والانسجام عن طريق المشاركة فى الخبرة والاتجاه والعاطفة، فوسائل الاعلام هى فى حقيقتها وسائل وعى ونشر مهمات تعددت اشكالها وظروفها فهى تدخل فى اطار واحد يمكن ان نطلق عليها الوسيلة الاعلامية الثقافية للافكار والتجارب وهذه الوسيلة سواء كانت بدائية او متحضرة فهى صاحبة الفضل الاول فى النشر والذيع وبدونها تغلق المجتمعات ابوابها لتعيش كل مجموعة فى عزلة عن الاخرى كما انها تلعب دورا اساسيا فى تكوين المجتمعات وفى نشر وتطور انتاج هذه المجتمعات ونقل العلم والمعرفة للغير والرياضة باعتبارها سمة المجتمع الصغير الذى يرتبط بممارسة نشاطات بدنية وفكرية معينة بين افرادة تعتمد الى حد كبير على هذه الوسائل فى سرعة نقلها وتطويرها وتحسين مستوى ادائها من نطاق المجتمع الصغير الى نطاق المجتمع الكبير .

وسائل الإعلام فى أي مجتمع هي المسؤولة عن صياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات و الأفكار و الآراء، و بالتالي تصبح من أهم الوسائل الفاعلة فى أي مجتمع لتغيير القيم و الاتجاهات و لتعزيز أي سلوك إيجابي و تكريسه، و تهميش أي سلوك سلبي فى نفس المجتمع. ولذا تعتمد الحكومات والمؤسسات الحكومية والخاصة ومؤسسات المجتمع المدني والجمعيات والهيئات ذات الصلة بالمجتمع وشرائحه وتعتمد على وسائل الإعلام الجماهيرية (إذاعة، تلفزيون، سينما، صحافة، جرائد ، مجلات) فى الوصول للجمهور المستهدف وتحقيق الأهداف المرجوة

وتظهر أهمية الاعلام الرياضى فى قدرته على توصيل المعلومات والبيانات فى شكل رسائل الى قاعدة جماهيرية كبيرة ومتباينة الاتجاهات ومختلفة فى الراى العام نحو قضية معينة او مشكلة حيث يؤثر على الجماهير بقوة كما ان له القدرة على تغيير الانماط السلوكية سواء بتشجيع السلوكيات الطيبة او بطرد السلوكيات السيئة ، كما ان الاعلام الرياضى يعتبر من الاسس الرئيسية فى اى جهاز اعلامى حيث اصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية وحضارية هامة فى المجتمعات الحديثة ، وبالتالى فقد حظى الاعلام الرياضى فى العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة لدى جميع وسائل الاعلام. وللإعلام عدة مفاهيم وتعريف نذكر منها :

هو " بمثابة الاتصال بين المرسل (إعلامي) والمستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية من طرف لآخر ويعرفه : زيدان عبد الباقي بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة او الحقائق الثابت والواضحة " وهو "نشر المعلومات بعد جمعها وانتقاءها" وهو "الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام وهو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولورحما وميولها واتجاهاتها فنفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام "

اهداف الاعلام الرياضى

ثبتت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضى نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليه الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التى تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب

العلاقة بين الاعلام وتربية الفئات الخاصة:

هناك علاقة كبيرة بين الاعلام وتربية الفئات الخاصة ، حيث توجد صلات وعلاقات قوية بين كل من الاعلام والتربية ، فكل منهما فى عملية اتصال ، فالتربية فى بعض جوانبها عملية اعلامية كما ان الاعلام فى بعض جوانبه عملية تربوية.

فاذا كانت التربية فى مفهومها الخاص انها عملية توجيه للافراد نحو النمو بشكل يمتشى مع الخط الذى رسمته الامه لنفسها ، فان الاعلام ايضا عملية توجيه للافراد وذلك بتزويدهم بالمعلومات والاخبار والحقائق لمساعدتهم على تكوين ارائهم فى الواقع والمشكلات المعنية لهم.

والاعلام يقوم بتزويد الناس بالمعلومات الصحية والحقائق العلمية التى تمكنهم من الادراك السليم فيما يتعلق بأمور الحياة ومشكلاتها ووقائها، حيث يقوم الاعلام بالمساعدة على تكوين رأي عام وصائب فيما يتعلق بالمعاقين وتربيتهم واكتشاف اعاقهم ومعاملتهم وتأهيلهم ، حيث ان المجتمع فى حاجة الى اتصال اعلامي فعال فى هذا الميدان الانسانى الذى يطرد الاهتمام به وبالعون الواعى الذى يقدم للمعاقين عقليا او بدنيا او حسب خلق مشكلات الفئات الخاصة يكمن فيمن حولهم والجهل بأحوال الفئات الخاصة وقدراتهم وبالاعمال التى يمكن ان يؤديها يضاعف من متاعبهم والصعوبات التى تواجههم .

لقد أدى انتشار وسائل الاعلام المختلفة الى جعل الكثيرين يتساءلون عن الدور الفعلي الذي تلعبه وسائل الاعلام في الحياة الاجتماعية ومدى تأثيرها على الافكار والاتجاهات والسلوك . لذلك أصبح من الضروري دراسة مدى تطبيع وسائل الاعلام للنهوض بمدارس السباحة لذوى الاحتياجات الخاصة حيث يتجسد ذوى الاحتياجات الخاصة نحو ممارسة السباحة كل حسب رغبته وقدراته وأهدافه

وان من دوافع استخدام المفهوم التسويقي داخل المجال الرياضي انخفاض معدل المساهمات المالية بسبب ارتفاع المصروفات بجانب قلة مصادر الأموال ، وأيضاً إدراك القائمين على الإدارة الرياضية بأن عملية التسويق سوف تساعد على تحقيق الأهداف المطلوبة ، ويخدم التسويق الكثير من القطاعات الرياضية باختلاف تنظيماًها حيث يساهم في الدعم المالي والتطوير وتحديث المستوى الرياضي للملاعب دون الإخلال بالأهداف الموضوعة لتنمية الرياضة ومن مجالات التسويق الرياضي تسويق اللاعبين (الاحتراف) تسويق برامج الإعداد والتدريب – التغذية الرياضية – تكنولوجيا المعدات الرياضية – أماكن ممارسة الرياضة – مستلزمات اللياقة البدنية والصحية – صناعة المحركات الرياضية من سيارات ودرجات ومراكب.

ولكي يتحقق النجاح لأساليب التسويق الرياضي يجب أن نضع أسس لذلك وهذا ما حققه كلا من إيتكن Aitken وبيتر ستوتلر Pitts & Stotlor حيث وصفا أساسيات التسويق الرياضي تمثلت في قيام تجارة الرياضة على أساس وجود سوق رئيسي ، ونظريات للتسويق الرياضي ، ومنتج من صناعة الرياضة ، واستراتيجيات تسعير رياضية ، وسياسات توزيع رياضية ، ومناهج تسويق رياضي ، ووسائل إعلام رياضية ، وتصاريح ورخص للصناعة الرياضية .

كما يعتمد التسويق الرياضي على نوع الرياضة ومدى شعبيتها حيث أن الرياضات الشعبية تكون العائدات المتوقعة منها عالية والعكس صحيح ، وتعتبر السباحة من الرياضات الشعبية التي يعتمد على إيراداتها كثير من الأندية لما تحققة من عائد مادي كبير وذلك من خلال الاشتراك في مدارس تعليم السباحة

ورغم أهمية التسويق لمدارس السباحة لزيادة فرص النجاح والدخل المادي إلا أن مفهوم التسويق في الأندية المصرية لمدارس السباحة ، لا يحسن تسويقها في الوقت الحاضر نظراً لعدم الفهم الصحيح لأساليب التسويق وعدم وجود كوادرات بشرية لهذا الغرض حيث أن معظم الأندية تعتمد في التسويق على الإعلانات الخطية والمفاهيم القديمة التي تؤدي إلى نواتج غير مرغوب فيها .

ويرى أسامة رياض (2000م) أن برامج الرياضة بالنسبة للمعاقين تمثل جوانب إيجابية عميقة حيث أنها وسيلة ناجحة للترويج النفسي، والرغبة في اكتساب الخبرة والتمتع الصحيح بالحياة، وتساهم بدور كبير في التغلب على الحياة الروتينية، وتغرس عنصر الاعتماد والثقة بالنفس والانضباط وروح المنافسة وتعيد التوازن النفسي للمعاق. (1: 22، 23)

ويشير " مدحت محمد أبو النصر " (2004 م) إلى أن الإعاقة حافز لمواجهة التحديات ومنطلقاً لاكتشاف القدرة الابتكارية ويؤكد على أن كل شخص معاق تكون لديه القدرة على تحدى الإعاقة وتحويلها إلى مواطن قوة من خلال دور الأسرة والمجتمع في تهيئة البيئة الملائمة لتحقيق ذلك. ويشير " جليل ديع " 1995م أن سر نجاح المعاق في حياته العامة والخاصة وتكيفه بأسرع وقت مع وضعه يكمن فيما يلاقه من مساندة إجتماعية في الوقت الملائم لحاجته لها أي أنه يجد من يهتم بمشاكلته ويدعمه مما يزيد من ثقته بنفسه ومن حوله مما يحقق له المزيد من النجاح .

والمعاقون ثروة بشرية للمجتمع ، وعليه ان يوفر لهم الدعم والتدعيم اللازم حتى يساهموا في تميته ويزداد دورهم الفعال والايجابى في تطوير المجتمع، وأن كل فرد ينظر إلى نفسه بطريقة ما، فالبعض يرون أنفسهم أقل من الآخرين وبالتالي ينعكس ذلك على سلوكهم فنجدهم لا يتصرفون بحماس وإقبال نحو غيرهم من الناس والبعض الآخر يقدررون أنفسهم حق قدرها وبالتالي ينعكس ذلك أيضاً على سلوكهم نحو غيرهم فنجدهم يتصرفون أفضل مع غيرهم . أين يقع ذوى الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام؟ ربما هذا هو السؤال المحوري في العلاقة بين المؤسسات الإعلامية وذوى الاحتياجات الخاصة، ويتلوه سؤال آخر عن: هل يوجد إعلام خاص بهذه الشريحة التي تعيش في المجتمع، والتي تشير الاحصائيات الى تنامي أعدادها، حيث تقدر بعشرة في المائة، أي بأكثر من ستمائة وخمسون مليون نسمة من بين مجموع سكان العالم، كما أشارت لها احصائيات الأمم المتحدة، وتعد هذه أكبر أقلية في العالم. ويوجد ثمانون في المائة منهم في المجتمعات النامية.

وفي دراسة للورين كيسلر Kessler تناولت هذه العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الجماعات والأقليات في المجتمع، وقد وضعت كيسلر ثلاثة أنواع للصحافة، والإعلام البديل الذي يفسر هذه العلاقة (1) نموذج الاستبعاد، أي أن وسائل الإعلام الرئيسة تعمل على استبعاد أي تغطية أو إشارة لموضوع هذه الفئة من فئات المجتمع، (2) النموذج الانتقائي، أي أن تعتمد وسائل الإعلام على انتقاء جوانب معينة من اهتمامات تلك الفئة، وعادة يتم التركيز على أحداث مثل المظاهرات والاحتجاجات لتلك الفئات مع تهميش متعمد للقضايا التي تتبناها تلك الفئات، (3) النموذج النمطي، أي أن التغطية تتم لهذه الفئات، ولكنها تتم في إطار من التغطية النمطية المعتادة، والتي تكون في غالبها سلبية الاتجاه، وباستقراء واقع التغطيات الإعلامية ومراجعة الأدبيات العلمية في هذا الخصوص، يمكن الاستنتاج أن العلاقة بين وسائل الإعلام وبين موضوعات وقضايا ذوى الاحتياجات الخاصة هي علاقة نمطية، أي تجسد النموذج الثالث الذي طرحته لورين كيسلر.