

دور الإعلام الرياضي في نشر ثقافة الممارسة الرياضية وقيم المواطنة.

lamia.tl@gmail.com

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3

لامية طالة

sellamkahina1@gmail.com

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3

كهينة سلام

الملخص.

تحولت الرياضة إلى مجال ثقافي متميز مرتبط بكثير من العلوم الإنسانية والاجتماعية منها علوم الإعلام، فكانت نتيجة هذا الارتباط هو ميلاد إعلام رياضي يعكف على معالجة الجوانب المختلفة من الحياة الرياضية في المجتمع، وعلى تغطية الحدث الرياضي ضمن سياقه الزمكاني، وضمن المجرى التفاعلي للجمهور، من أجل إشباع حاجاته الإعلامية الرياضية، والتي تزداد يوماً بعد يوم، في ظل تزايد المنافسات والتظاهرات الرياضية.

واليوم ونظراً لكون الرياضة أصبحت تشكل معلماً أساسياً في حياة المجتمعات، أصبحت تعتبرها أجهزة الإعلام المختلفة أداة مثلى في تقريب دائرة متباعدة لم يغفل عن استغلالها حتى السياسيون وذلك نظراً إلى تأثيرها المباشر على حياة الأفراد والمجتمعات، وانطلاقاً من هذا أصبح الإعلام الرياضي العامل الأساسي في التأثير على المجتمعات أين أصبحت الأنشطة الرياضية تحتل الصدارة في مختلف وسائل الإعلام المسموعة، المرئية والمكتوبة، مع الازدياد المتواصل للمتابعين والمهتمين بالمجال. وهنا تكمن أهمية مداخلتنا في توضيح دور الإعلام - في شقه الرياضي - في ترقية نشر الثقافة الرياضية بين الجمهور، والتحسيس بأهمية ممارسة الرياضة بمختلف أنواعها من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة التي قد تطرأ عليها، بالإضافة إلى تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، ثقافة الممارسة الرياضية، قيم المواطنة.

Rôle des médias sportifs dans la diffusion de la culture de la pratique sportive et les Valeurs de la citoyenneté.

RESUME:

Le sport est devenu un domaine culturel distinct lié à de nombreuses sciences humaines et sociales, y compris les sciences des médias, donnant naissance à un média sportif qui traite des différents aspects de la vie sportive dans la société et de la couverture de la manifestation sportive dans le parcours interactif du public. Répondre aux besoins des médias sportifs, qui ne cessent d'augmenter, au vu de la compétition et des événements sportifs.

Aujourd'hui, alors que le sport est devenu une étape majeure dans la vie des sociétés, les différents médias sont devenus un outil idéal pour réunir un cercle que les politiciens n'ont pas négligé, en raison de son impact direct sur la vie des individus et des communautés. Des communautés où les activités sportives occupent une place prépondérante dans les différents médias audio, visuels et écrits, avec un nombre croissant de suiveurs et intéressés par le domaine.

C'est l'importance de notre intervention pour clarifier le rôle des médias au sein de sa division sportive - dans la promotion de la diffusion de la culture sportive auprès du public et pour sensibiliser l'opinion à l'importance de la pratique du sport de toutes sortes en présentant au public les règles et lois des jeux et diverses activités sportives.

Mots-clés: médias sportifs, culture de la pratique sportive, valeurs de citoyenneté.

مقدمة:

إن الرياضة اليوم، لم تعد مجرد نشاط بدني يقوم به الفرد للمحافظة على لياقته أو صحته، وليست فقط مجالاً للمنافسة بين مختلف الرياضيين، بل أصبحت ثقافة، سياسة واقتصاد، وما زاد من أهمية الرياضة اليوم التحولات التي يشهدها العالم في مجالات شتى، كالسياسة، الاقتصاد، الثقافة والتكنولوجيا. لقد تطورت الرياضة، فظهرت أنواعاً متعددة منها، فهناك الرياضات الفردية والجماعية، ويمكننا اليوم الحديث عن الرياضة النسوية، الرياضة المدرسية ورياضة ذوي الاحتياجات الخاصة، وقد انتشرت بفعل ذلك صناعات متعلقة بالرياضة، كصناعة الألبسة والأحذية الرياضية، الوسائل الرياضية المختلفة، وطورت تكنولوجيا حديثة في المجال الرياضي، فظهرت المنافسة في المجال الاقتصادي الرياضي، فأصبحت الرياضة نشاطاً بدنياً، تروياً، ثقافياً ترفيهياً، وعملية اقتصادية تجنى من خلالها أموالاً طائلة، وأصبحت الرياضة موضوعاً أساسياً من المواضيع التي تتناولها وسائل الإعلام باختلاف أنواعها، بل كرست لها وسائل متخصصة تقوم بالإعلام الرياضي المحض.

ويعد الإعلام الرياضي أحد فروع الإعلام ككل، يتناول الأحداث الرياضية والسياسيات المتبعة في المجال الرياضي في البلدان، فيقوم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، ونشر عديد من القيم، كنبذ العنف، التعايش مع الغير، الروح الرياضية وقيم المواطنة، ومن هنا يمكن طرح السؤال التالي: ما هو دور الإعلام الرياضي في نشر ثقافة الممارسة الرياضية وقيم المواطنة؟.

مفهوم الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام فهو إعلام يهتم بمجال واحد وهو المجال الرياضي حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين ويعتبرون الموضوع الأساسي له، فالإعلام الرياضي يهدف أولاً وقبل كل شيء إلى إيصال كل المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام، والجمهور المهتم بالشأن الرياضي.

وفي هذا المجال يمكن لنا عرض بعض التعاريف الخاصة بالإعلام الرياضي ومن أبرزها التعريف الذي قدمه الدكتور أديب خضور الذي يعرفه على أنه: " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، والصحافة من أبرز الوسائل الإعلامية فهي تمثل عنصر جذب واستقطاب للنشء والمساهمة في تثقيفهم وإكسابهم المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو المتكامل " (أديب خضور، 1994، ص 97).

كما يعرفه فيصل غامص على أنه: " ذلك النشاط الإعلامي الذي يختص بتقديم الأخبار المتعلقة أساساً بالرياضة والمرتبطة بما تصنعه الرياضة من أحداث رياضية، والتي يدعها نوع من التفسير والتحليل وأيضاً توجيه فئات وشرائح المجتمع المهتمة بالرياضة" (لونس عبد الله، 2015-2016، ص 06).

ويعرفه كذلك كل من خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم على أنه: " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي " (خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص 97).

وتؤكد اللجنة الأولمبية الدولية على التواجد الإعلامي في مهرجانات والألعاب الأولمبية التي تنظمها، حيث ينص الميثاق الأولمبي في مادته (48) على أهم ما يلي:

- ضمان التغطية الإعلامية الكاملة لأبناء وأحداث الألعاب الأولمبية وإتاحة الفرصة لمتابعتها، فإنه يجب اتخاذ كافة الإجراءات الضرورية التي تمكن وسائل الإعلام المختلفة من أداء مهامها على أكمل وجه ممكن لتغطية كل أخبارها وأحداثها.
- ينبغي تسجيل كل مهرجان للألعاب الأولمبية على أفلام أولمبية بطريقة التحليل الحركي وذلك حتى يتم التوثيق لأحداث هذه المهرجانات ومن ثم الرجوع إلى هذه الأفلام في الوقت المناسب.
- يكون المكتب التنفيذي للجنة الأولمبية الدولية مسئولاً عن القضايا الإعلامية المرتبطة بالألعاب الأولمبية بما في ذلك إصدار أو سحب بطاقات الهوية الأولمبية أو بطاقات الإعلام للإعلاميين (لونس عبد الله، 2015-2016، ص 06-07).

خصائص الإعلام الرياضي:

- للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص، ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلي:
- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخطبه، في الوصول إليه، فمثلا هذه جريدة رياضية خاصة بكرة القدم، وهذا برنامج تلفزيون موجه إلى جمهور كرة اليد.
 - الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ومخاطبة قطاعات كبيرة من (فئات) من الجمهور.
 - الإعلام الرياضي في سعيه اجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يجتمع حولها أكبر عدد من الجمهور، باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الجمهور كالبرامج الرياضية المخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة " المعوقين".
 - الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إل البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لابد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه، حق لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة و فلسفة هذا المجتمع(خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص25).

أهداف الإعلام الرياضي: أهداف الإعلام الرياضي عديدة، لعل من أبرزها ما يلي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث إن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ، كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها، لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي، وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسباً من قرارات تجاه تلك القضايا أو المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً، من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تتجسد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.
- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية (حسن أحمد الشافعين، 2003، ص213).

يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي توصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية و مراكز الشباب و المراكز التعليمية بمراحلها المختلفة، فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلائم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة. وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تخصص له الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية، وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية، من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم و تعريفهم بأهمية الرياضة في حياتهم العامة والخاصة(خير الدين علي عويس، 1998، ص22).

واستخدامهما أيضاً للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، تبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة إحاطة الأفراد بكل ما يدور في المجتمع من أحداث وتطورات في هذا المجال، وذلك في إطار الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال بالمصادر والمعلومات والأخبار، بالزيادة إلى التدفق الكبير للمعلومات الرياضية وزيادة مصادرهما وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء كانت اقتصادية، اجتماعية أم سياسية، وعدم قدرة الفرد في ملاحظة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمراً صعباً، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات، نتيجة التقدم الذي لحق بالمبيوتر والأقمار الصناعية و ظهور شبكة الانترنت(خير الدين علي عويس، 1998، ص23).

أثر الإعلام الرياضي على الجمهور المتلقي: يمكن للإعلام الرياضي وعبر مختلف وسائله سواء كانت صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون أو حتى الانترنت، ومن خلال وسائله المتنوعة والمتعددة أن يحدث أثرا في جمهور المتلقين لهذه الرسائل، وتتلخص هذه الآثار في:

تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي: للإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يقدمه من معلومات وأخبار رياضية على تغيير النظرة الضيقة من طرف بعض الأفراد للرياضة، حيث يعتبرها مضيعة للوقت، وقدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الرياضيين والقضايا الرياضية، فمثلا حينما يزودنا الإعلام الرياضي بمختلف الأحداث والمواقف عن أحد الفرق الرياضية والتي يظهرها أعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملاعب أو الاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم وغيرها من مظاهر العنف، وبالتالي تكون النتيجة أن الجمهور القاري قد يغير موقفه من هذا الفريق، ويصبح هذا الأخير له سمعة غير طيبة، ويقترن اسمه بكل أحداث العنف أو الشعب داخل الملاعب، ومثل ذلك بالنسبة للمناصرين أيضا. ومن خلال ما سبق، يتضح لنا ضرورة أن لا يستقي جمهور وسائل الإعلام جل معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة والتي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب الطرف الآخر.

تغيير المعرفة الرياضية: المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي يملكها الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات، والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي. والإعلام الرياضي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للجمهور من خلال عملية التعرض طويلة المدى لرسائله ومضامينه باعتباره مصدر أساسي من مصادر المعلومات الرياضية، فيقوم باجتثاث المعارف الرياضية القديمة التي يمتلكها الأفراد وإحلال معارف رياضية جديدة بدلا منها. فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع، كأن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الرياضية وتشكيله الثقافي ويوجهها من أجل تغيير المعارف الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم أو مع ما هو قائم ودائم له.

التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي: هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم في المجال الرياضي، وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا، مع تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية، ومن بين هذه المؤسسات نجد الأندية ومراكز الشباب وغيرها، إضافة إلى هذه المؤسسات، جاء عصر الإعلام الرياضي الذي أصبح عامل هام ومؤثر في عملية التنشئة، حيث دخل كل بيت وخاطب الجمهور على اختلاف شرائحهم، واقتحم كل ميادين الرياضة مروراً بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي، حيث تعاضد دور الإعلام الرياضي مع تزايد رسائله التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال، استهدفت بأسلوب جذب عقول ووجدان الجمهور المتلقي الذي استسلم لها.

ومع هذا فكثير من الناس يعتقد على أن الإعلام الرياضي مجرد وسيلة ترفيه ومصدر للأخبار الرياضية ليست أكثر، فهي تعد نظرة ضيقة، إذ لا يوجد ترفيه بريء ولا أخبار محايدة، حيث كل ما نتلقاه من الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزلة قيمة سلبية في المجال الرياضي وتثبيت أخرى إيجابية مقلها، أو ترسيخ معلومات قائمة، وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.

الإثارة الجماعية: يتميز الإعلام الرياضي بقدرته على الوصول إلى أعداد كبيرة من الجمهور، وهذا يعتبر من المميزات الإيجابية التي يتمتع بها، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضي بعملية الحشد الجماهيري لموازية ومناصرة فرقها الوطنية، حيث يعمل على استثناه الحس الوطني لدى الجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول فريقها لتحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

وعملية الإثارة الجماعية التي يعتمدها الإعلام الرياضي يمكن أن تحدث في أي وقت، ولكنها تكون أنجح في وقت الأزمات كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق (وخاصة الوطنية منها) وخروجها من المنافسات الدولية كالتصفيات لكأس العالم لكرة القدم الذي يعد بمثابة حلم جماهيري نتيجة لتقصير اللاعبين أو المدربين، خاصة إذا كانت المقابلة على أرضه ووسط جمهوره. ولتجنب مثل هذه الأزمات، لا بد أن يتميز الإعلام الرياضي بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية دون المبالغة فيها، والعمل على تهيئة الجمهور لمثل هذه الأزمات، على أساس أن الرياضة فوز وهزيمة، لأن الرياضة هي مسرح للتنافس الشريف ولا بد أن يكون فيها منتصر ومهزوم، مع الدعوة لضرورة التحلي بالروح الرياضية.

الاستثارة العاطفية: يتمتع الإعلام الرياضي بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الجمهور المتلقي لمضمون رسائله وذلك من خلال استخدامه لأساليب العرض الجذابة التي تخاطب الفكر والوجدان، فقد يستطيع الإعلام الرياضي أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية، حينما يعرض لنا مشاهد المعاناة التي تعاني منها، كاعتداء المنصرين على حكم إحدى المباريات، وأحيانا أخرى نشعر بالأسى حينما نقرأ عن لاعب تعرض

لإصابة خطيرة تمنعه من العودة إلى ممارسة الرياضة مدى الحياة، وبالتالي فالإعلام الرياضي مما يقدمه لنا من معلومات وأخبار يجعلنا نتضامن، ندين، نؤيد ونعارض بعض السلوكيات.

الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي: تعتبر عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصراً أساسياً في المحافظة على النظام داخل الملاعب الرياضية مما يخلق جواً مريحاً للاعبين.

ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي هي السلطة غير المرئية التي بحسب الفرد حسابها سواء كان لاعباً، مدرباً أو مناصراً أثناء إجراء المنافسة الرياضية، فتجده يتصرف بطريقة متفككة مع النظام بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك، في ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب أو في ظل غياب رجال الأمن بالنسبة للجمهور "المناصرين".

فأحياناً يحدث في مباريات كرة القدم بالاعتداء على الحكام سواء من طرف اللاعبين أو المناصرين، ولهذا فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يمكنه التأثير الإيجابي والفعال في الجمهور واللاعبين فيحقق بذلك الضبط الاجتماعي المطلوب في المجال الرياضي -خاصة في ملاعب كرة القدم-، بما يضمن الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع والجمهور بالمشاهدة والاستمتاع، حيث أصبح الإعلام الرياضي من أهم وسائل الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي هذا لكونه ربما ذو طبيعة جماهيرية، ولإعتماد الكثير من الجمهور عليه كمصدر للكثير من المعلومات الرياضية.

صناعة الواقع الرياضي: يقصد بالواقع الرياضي ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية، داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو وكأنه واقعي ومعتبر عن الحقيقة.

ومن تم يقوم الإعلام الرياضي بصياغة هذا الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو، وهذا ما يجب أن يلتزم به الإعلام الرياضي، ولكن في بعض الأوقات يتجاهل ذلك الواقع، ولهذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضي القيام بصياغة الواقع الرياضي كما هو بليجيات وسلبياته، حتى لا يفقد الجمهور المتلقي الثقة فيه وفي المجتمع الرياضي كذلك (أديب خضور، 1994، ص 43-52).

أهمية الإعلام الرياضي: يؤدي الإعلام بشكل عام دوراً كبيراً في المجتمع، وذلك من خلال مساهمته الفعالة التي حددتها المادة 05 من القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433، الموافق لـ 13 جانفي سنة 2012 والمتعلق بالإعلام والذي نصه: "تساهم ممارسة أنشطة الإعلام على الخصوص فيما يلي:

- الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية.
- ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية.
- ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار.
- ترقية الثقافة الوطنية وإشاعتها في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري.
- المساهمة في الحوار بين الثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلام (قانون الإعلام، 2012، ص 03).

واليوم ونظراً لكون الرياضة أصبحت تشكل معلماً أساسياً في حياة المجتمعات، أصبحت تعتبرها أجهزة الإعلام المختلفة أداة مثلى في تقريب دائرة متابعة لم يغفل عن استغلالها حتى السياسيون وذلك نظراً إلى تأثيرها المباشر على حياة الأفراد والمجتمعات، وانطلاقاً من هذا أصبح الإعلام الرياضي العامل الأساسي في التأثير على المجتمعات أين أصبحت الأنشطة الرياضية تحتل الصدارة في مختلف وسائل الإعلام المسموعة، المرئية والمكتوبة، مع الازدياد المتواصل للمتبعين والمهتمين بالمجال.

الإعلام الرياضي والتربية على المواطنة:

لقد أصبحت الرياضة اليوم تستقطب اهتمام جميع شرائح المجتمع، مما أدى إلى اتساع الاستهلاك الإعلامي للنشاط الرياضي، وأفرز انتشار عدد هائل من الوسائل الإعلامية المتخصصة في المجال الرياضي، تحاول هذه الوسائل إرضاء جماهيرها وتزويدهم بالمعلومات والأخبار التي تجيب عن فضولهم، لكنها في نفس الوقت تقدم رسائل مختلفة تحاول تمريرها لمختلف فئات جماهيرها، فالتقنيات الإعلامية أو الصحف الرياضية ليست فقط وسائل للإعلام، بل لديها وظيفة مهمة ونبيلة تتمثل في التربية والتنشئة الاجتماعية، فهي تحت على الروح الرياضية وعلى سلامة الجسم، على نبذ العنف وقبول الآخر، فهي من أهم الوسائل التي تنتشر قيم المواطنة.

إن التربية على المواطنة ليست معرفة فقط ولكن ممارسة يجب أن تعلم بواسطة مختلف المؤسسات الاجتماعية، بما فيها وسائل الإعلام، من خلال مختلف البرامج الرياضية التي تحت على

السلوكيات الإيجابية و تنبذ السلوكيات السلبية، و تحارب الآفات السلبية المنتشرة في المجتمع، فتدفع بالجماهير إلى المشاركة الفعالة في بناء الوطن، و تنمي الإحساس بالانتماء إلى الوطن و ضرورة التحلي بقيم المواطنة.

فالبرامج الإعلامية والأركان الرياضية ومن خلال التظاهرات التي تغطيها والتعليقات التي تقدمها، تربي على المواطنة وتعرف الجمهور على حقوقه وواجباته في وطنه، وللرياضة ارتباط وثيق بالمواطنة نظرا قدرتها على تنمية الإحساس بالانتماء والهوية، ونظرا للضرورة الاجتماعية لتنمية المعارف والقدرات والقيم والاتجاهات، والمشاركة في خدمة المجتمع، ومعرفة الحقوق والواجبات، ونظرا أيضا للضرورة الدولية لإعداد المواطن وفقاً للظروف والمتغيرات الدولية. (نعمان عبد الغني، 2018)

خاتمة:

يعد الإعلام الرياضي أحد فروع الإعلام ككل، يتناول الأحداث الرياضية و السياسات المتبعة في المجال الرياضي في البلدان، فيقوم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية و شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي، وهو يقوم على أربعة عناصر تتمثل في المرسل، وهو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الإتحاد، النادي أو المدرب،...، المستقبل، وهو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أم جماعة، الأداة، وهي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة، إذاعة أم تلفزيون،... (الوسيلة) والرسالة (المضمون)، وهي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضي لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل، ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام ومسارته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبه لمستوى المستقبلين من الجمهور، من حيث أعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقييمه إيجابا وسلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي.

إن الأثر الأكبر للإعلام الرياضي هو تعديل المواقف أكثر من تفسيرها، كما يعمل على تعزيز وإعادة تثبيت القيم والمفاهيم والأنماط السلوكية، تميز الإعلام الرياضي بانتشار واتساع نطاق البث الفضائي الذي شمل قنوات متنوعة تتكاثر وتتنافس، حيث يقوم الإعلام بدور الموجه في أسلوب تكوين وتطوير الثقافة في أوجه أنشطة المجتمع، وفي الرياضة الإعلام جزء مهم من عملية خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير لإيجاد العلاقات الإيجابية بين الأفراد والمجتمع مع النشاط الرياضي بصفته ظاهرة اجتماعية و حضارية مرتبطة بالمجتمع.

في الأخير يمكن القول أن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج رياضية إذاعية وتلفزيونية يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن، ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي والمواطني لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.

قائمة المراجع:

خضور، أ. (1994). الإعلام الرياضي: دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون (الطبعة الأولى). دمشق: المكتبة الإعلامية.
الشافعي أحمد، ح. (2003). الإعلام في التربية البدنية والرياضة. الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.
عويس علي، خ. ا.، ع. & عبد الرحيم حسن، ع. (1998). الإعلام الرياضي (الطبعة الأولى). مصر: مركز الكتاب للنشر.

نعمان ر. ع. ا. دور الرياضة في التربية على المواطنة. استرجع في 6 نوفمبر، 2018، من

<https://www.djazairress.com/elhiwar/23925>

النيابة العامة، ا. ا. (2012). قانون الإعلام. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: رئاسة الجمهورية.