

دور الإعلام الرياضي في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا

أ. مبروك براهيم

جامعة الجزائر 3.

مقدمة:

تم تسليط الضوء في هذا البحث على الدور الذي يلعبه العلام الرياضي في عملية صنع القرار داخل أهم هيئة رياضية في المجال الرياضي بصفة خاصة من خلال الاتحادية الرياضة لكرة القدم لما لها من اعتبار وأهمية داخل المجتمع، حيث تعتبر كرة القدم الرياضة الأولى على المستوى العالمي والتي يهتم بأخبارها مختلف طوائف المجتمع وتأخذ مساحات كبرى من اهتمام الإعلام الرياضي.

وكما نعلم أن كل هيئة رياضية لها قوانينها وتنظيمات إدارية خاصة بها تجعل منها هيئة مستقلة لها كامل الصلاحيات في عملية إصدار وصنع القرار، فهي تؤثر بشتى الجوانب المحيطة بها.

ولهذا ارتأينا طرح التساؤل التالي:

ما هي أهم الوسائل الإعلامية الرياضية التي تؤثر في عملية صنع القرار داخل الهيئة الرياضية؟

والهدف من هذا السؤال هو معرفة إن كان هناك سيطرة إعلامية لأحد هذه الوسائل على الساحة الرياضية ومدى تتبعها لما يجري داخل الاتحادية.

- تعريف الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام فهو اعلام يهتم بمجال واحد وهو المجال الرياضي حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين ويعتبرون الموضوع الأساسي له، فالاعلام الرياضي يهدف أولاً وقبل كل شيء إلى إيصال كل المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام. وفي هذا المجال يمكن لنا عرض بعض التعاريف الخاصة بالاعلام 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 عنصر جذب واستقطاب للنشء والمساهمة في تثقيفهم وإكسابهم المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو المتكامل".1

كما يعرفه فيصل غامض على أنه " ذلك النشاط الإعلام الذي يختص بتقديم الاخبار المتعلقة أساسا بالرياضة والمرتبطة بما تصنعه الرياضة من أحداث رياضية والتي يدعمها نوع من التفسير والتحليل وايضا التوجيه لفئات وشرائح المجتمع المهتمة بالرياضة".2

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 افراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي". 3

- خصائص الإعلام الرياضي:

يتميز الإعلام الرياضي بامتلاكه للعديد من الخصائص التي تميزه على غيره من أنواع الإعلام المتخصص زمن أبرز هذه الخصائص نذكر:

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا.

- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبير من الجماهير.

- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين - الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل بينها وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لأبد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل اعلامية و القيم والعادات السائدة في المجتمع، فالاعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.

- أهداف الإعلام الرياضي:

أي نشاط يقوم به الانسان يكون وراءه هدف منشود يسعى لبلوغه باستعمال تلك الوسيلة وكذلك في الإعلام فهو ذو أهداف يسعى إلى تحقيقها وبلوغها ويمكننا أن نبين بعضا من تلك الأهداف في ما يلي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية والمختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

- نشر المعلومات والأخبار والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أما الرأي العام في المجال الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع ذلك القيم و المبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

- أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي توصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا وصغارا بما يتلائم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة، وللاعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره علا نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية وتوجيهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجميع وزيادة الوعي الرياضي لديهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، واستخدامها أيضا له للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والتي تعكس بدوره في هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الاعلا وضرورة إحاطة أفراد المجتمع علما بكل ما يدور حولهم من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.

ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية، اجتماعية، أو سياسية وعدم قدرة الفرد على ملاحقة ومتابعة هذا التدفق للمعلومات والذي يعد من الأمور الصعبة، فأقل ما يوصف به هذا العصر أنه عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة الانترنت، وهنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جدي والتجاوب معه.

والإنسان في نظر رجال الإعلام عبارة عن نفس إعلامية تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر، ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريد

الموجه، فإذا وجهت نحو الخير كانت وسيلة لا تضاهي في البناء و إذا وجهت إلى العكس صارت شرا مستتيرا، فالإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.

- صنع القرار:

القرار هو فعل ارادي لاختيار بديل من بين عدة بدائل، وذلك بعد دراسة المشكلة المطروحة، فإدارة المؤسسة تتطلب دوما اتخاذ القرار و القيام باختيارات محددة وهذا بطبيعة الحال في ضوء تحديد المشكلة، تحليل الحلول أو البدائل الممكنة، تقويم هذه البدائل ومقارنتها، واختيار الحل الأفضل.

ولقد صنفت القرارات تبعا للمحركات الثلاث التي استخدمت (عدم التأكد، الهدف من القرار، أهمية المشكلة المدروسة) على القرارات إلى 3 أنواع: ANSOFF نطاق واسع في الدراسات التنظيمية، وفي هذا الإطار قسم أسلوب

القرارات الإدارية، الإستراتيجية والعلمية.

أما مارتيني فنصف القرارات كما يلي: إستراتيجية، تكتيكية، مبرمجة، غير مبرمجة، وهناك باحثون آخرون يتحدثون عن القرارات الفردية والجماعية...

السؤال رقم 1: هل القرارات داخل هيئتك الرياضية تتم بدراسة؟

الغرض من السؤال 1: هو معرفة الكيفية التي تتم بها دراسة القرارات

الجدول 01 يمثل الكيفية التي تتم بها دراسة القرارات.

الاجابات	التكرارات	النسبة	كا ² المحسوبة	كا ² المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
موضوعة للمصلحة العامة	09	60%	8,4	5,99	02	0,05	دال
لتهدئة الرأي العام	06	40%					
أخرى	-	-					
المجموع	15	100%					

تحليل ومناقشة النتائج:

من أفراد العينة يرون أن دراسة القرارات تكون موضوعية لمصلحة عامة. % من خلال النتائج المحصل عليها نجد أن 60

لتهدئة الرأي العام كما أنه لا توجد آراء أخرى. % وبنسبة 40

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب χ^2 والمبين في الجدول أعلاه نجد أن القيمة المحسوبة = 8,4 وهي أكبر من القيمة المجدولة 5,99 عند رجة حرية 02 ومستوى دلالة 0,05 إذن هنالك دلالة إحصائية.

ومن هذا نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون أن القرارات تتم بدراسة موضوعية للمصلحة العامة والتي تخدم المصالح الداخلية بحيث تساهم في مصداقية القرارات أما باقي أفراد العينة فيرون أن هذه القرارات تتم بدراسة لتهدئة الرأي العام.

السؤال رقم 2: هل أنت متابع لوسائل الإعلام الرياضي؟

الغرض من السؤال 1: هو معرفة متابعة الأعضاء لوسائل الاعلام الرياضي.

الجدول 02 يمثل مدى متابعة الأعضاء للإعلام الرياضي.

الاجابات	التكرارات	النسبة	χ^2 المحسوبة	χ^2 المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
دائما	12	80%	15,6	5,99	02	0,05	دال
أحيانا	03	20%					
أبدا	00	-					
المجموع	15	100%					

تحليل ومناقشة النتائج:

من أفراد العينة هي متابعة لوسائل الإعلام الرياضي. % من خلال النتائج المحصل عليها نجد أن 80

وبنسبة معدومة غير متابعة لوسائل الإعلام الرياضي.

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب χ^2 والمبين في الجدول أعلاه نجد أن القيمة المحسوبة = 15,6 وهي أكبر من القيمة المجدولة 5,99 عند رجة حرية 02 ومستوى دلالة 0,05 إذن هنالك دلالة إحصائية.

ومن هذا نستنتج أن أغلب أفراد العينة هم متابعون لوسائل الإعلام الرياضي وذلك لما لها من أهمية في نقل ونشر الأخبار المتعلقة بالرياضة أما باقي النسبة فهم متابعون لوسائل الإعلام في بعض الأحيان فقط ذلك لأنهم يرون أن هذه الوسائل لا تقوم بتحليل الأخبار الرياضية بالشكل المطلوب.

السؤال رقم 3: ما هي الوسيلة الإعلامية المفضلة لديك؟

الغرض من السؤال 3: هو معرفة الوسيلة الإعلامية المفضلة لدى أعضاء الاتحادية.

الجدول 02 يمثل أفضل وسيلة إعلامية لديهم.

الإجابات	التكرارات	النسبة	كا ² المحسوبة	كا ² المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
الصحافة المكتوبة	05	33,33%	1,6	5,99	02	0,05	دال
الإذاعة	03	20%					
التلفزيون	07	46,66%					
المجموع	15	100%					

تحليل ومناقشة النتائج:

من أفراد العينة يرون أن أفضل وسيلة إعلامية هي التلفزيون. % من خلال النتائج المحصل عليها نجد أن نسبة 46,66

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب كا² والمبينة في الجدول أعلاه نجد أن القيمة المحسوبة = 1,6 وهي أكبر من القيمة المجدولة 5,99 عند رجة حرية 02 ومستوى دلالة 0,05 إذن هنالك دلالة إحصائية.

ومن هذا نستنتج أن أغلب أفراد العينة يفضلون وسيلة التلفزيون باعتبارها أفضل وسيلة يشاهد غيرها الجمهور مختلف الأحداث الرياضية مباشرة،

يفضلون الصحافة المكتوبة و ذلك باعتبارها وسيلة إعلامية تقوم بنشر أخبار النوادي الرياضية باستمرار و بنسبة أقل يفضلون الإذاعة كونها تقدم عدة نشرات إخبارية خاصة بالرياضة. % ونسبة 33,33

السؤال رقم 4: حسب رأيك ما هي وسائل الإعلام الأكثر تناولا بالجانب الرياضي؟

الغرض من السؤال 4: هو معرفة الجوانب التي تتناولها وسائل الإعلام الرياضي.

الجدول 04 يمثل أكثر وسائل تناولا بالجانب الرياضي.

الإجابات	التكرارات	النسبة	كا ² المحسوبة	كا ² المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
الصحافة المكتوبة	07	46,66%	1,6	5,99	02	0,05	غير دال
الإذاعة	03	20%					
التلفزيون	05	33,33%					
المجموع	15	100%					

تحليل ومناقشة النتائج:

من أفراد العينة يرون أن الصحافة المكتوبة من أكثر وسائل الإعلام تناولا للرياضة. % من خلال النتائج نجد أن نسبة 46,66

يرون التلفزيون والباقي الإذاعة. % ونسبة 33,33

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب كا² والمبينة في الجدول أعلاه نجد أن القيمة المحسوبة = 1,6 وهي أكبر من القيمة المجدولة 5,99 عند رجة حرية 02 ومستوى دلالة 0,05 إذن هنالك دلالة إحصائية.

ومن هذه النتائج نستنتج أن أغلب أفراد العينة يعتبرون الصحافة المكتوبة هي أكثر وسائل الإعلام تناولا بالجانب الرياضي وهذا لوجود عدة صحف ومجلات رياضية أسبوعية ونصف أسبوعية وشهرية. تقوم بنقد وتحليل مختلف النتائج الرياضية ونتائج الأندية خاصة، وكذلك لتوفرها في كل مكان كما يمكن قراءتها في أي وقت، و بنسبة أقل يرون وسيلة التلفزيون والتي تأتي بعدها في المرتبة الثانية بعد الصحافة المكتوبة وذلك لنقص البرامج الرياضية كما أن أغلب البرامج أسبوعية تتناول خاصة البطولة الوطنية لكرة القدم القسم المحترف، و الباقي يرون وسيلة الإذاعة وذلك لنقص التغطية الإعلامية، أو ذكرها بإيجاز والاكتفاء بذكر النتائج والنقد دون التحليل.

السؤال رقم 5: ماهي وسائل الإعلام الأكثر تأثيرا على اتخاذك القرار؟

الغرض من السؤال 5: هو معرفة آراء العينة حول أكثر وسائل الإعلام تأثيرا على اتخاذ القرار.

الجدول 05 يمثل إجابات الأعضاء حول الإعلام الأكثر تأثيرا.

الإجابات	التكرارات	النسبة	كا ² المحسوبة	كا ² المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
الصحافة المكتوبة	07	% 46,66	4,8	5,99	02	0,05	غير دال
الإذاعة	01	6,66 %					
التلفزيون	07	% 46,66					
المجموع	15	100%					

تحليل ومناقشة النتائج:

من أفراد العينة يرون أن الصحافة المكتوبة من أكثر وسائل الإعلام تتاولا للرياضة. % من خلال النتائج نجد أن نسبة 46,66

يرون الإذاعة. % وكذا بنفس النسبة للتلفزيون، ونسبة 6,66

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب كا² والمبينة في الجدول أعلاه نجد أن القيمة المحسوبة = 4,8 وهي أكبر من القيمة المجدولة 5,99 عند رجة حرية 02 ومستوى دلالة 0,05 إذن هنالك دلالة إحصائية.

ومن هذه النتائج نستنتج أن أكثر وسائل الإعلام تأثيرا على اتخاذ القرار هي مزيج بين التلفزيون (الإعلام المرئي) والصحافة المكتوبة، وذلك باعتبار البرامج الرياضية المتلفزة تولى اهتماما كبيرا ومتابعة من طرف أعضاء الاتحادية وأكدوا بأن الإعلام الرياضي المرئي يساهم بدرجة كبيرة في اتخاذ القرارات داخل هذه الاندية.

كما اتضح أن الصحافة المكتوبة هي الأخرى تتابع باهتمام من طرفهم وأنها تلعب دور مهم في التغطية الإعلامية لهذه الرياضة وذلك لما تقوم به من نشر لمختلف الأخبار الرياضية، مع النقد والتحليل لمختلف النتائج.

السؤال رقم 6: هل ترون أن الإعلام الرياضي الجزائري في مستوى؟

الغرض من السؤال 5: هو معرفة مستوى وسائل الإعلام الرياضي.

الجدول رقم 6 يوضح مستوى الإعلام الرياضي الجزائري

الإجابات	التكرارات	النسبة %	كا ² المحسوبة	كا ² المجدولة	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
جيد	3	20	4.8	5.99	2	0.05	غير دال
متوسط	9	60					
ضعيف	3	20					
المجموع	15	100					

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول يتضح أن نسبة 60% من أفراد العينة تعتقد أن مستوى وسائل الإعلام الرياضية متوسط و بنفس النسبة أي نسبة 20% يرون بأنها جيدة و ضعيفة

و من خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب كا² و المبينة في الجدول أعلاه نجد أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 4.8 و هي أقل من قيمة كا² المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 2 و مستوى الدلالة 0.05 إذن لا توجد هناك دلالة إحصائية من هذه النتائج نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون أن مستوى وسائل الإعلام الرياضي متوسط و هذا راجع لقلّة الاهتمام به خاصة في الجانب الأكاديمي و هذا ما ينعكس سلبا على مستوى الرياضة في بلادنا

المراجع:

1. أديب خضور، الإعلام الرياضي، دراسة عملية التحرير الرياضي في الصحافة و الإذاعة و التلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق 1994
2. فيصل غامض، مجلة الإذاعة، العدد 31، الاثنين من 20 إلى 26 سبتمبر 1993 □ 58
3. خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، القاهرة 1998
4. المرجع نفسه
5. خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق □ 22
6. المرجع نفسه

7. خير الدين علي عويس و عطا عبد الرحيم، المرجع السابق □ 23
8. بلقاسم سلاطنية و إسماعيل طيرة، التنظيم الحديث للمؤسسة، دار الفجر للنشر و التوزيع الجزائر
2008