

لغة الصحافة الرياضية المكتوبة المتخصصة وتشجيع الرياضة في الجزائر

د.العيداني فؤاد، أستاذ محاضر، staps جامعة سوق أهراس.

د.صالح موفق، أستاذ محاضر، staps جامعة سوق أهراس.

1- مقدمة وإشكالية الدراسة:

لقد أصبحت الرياضة واقعا اجتماعيا مؤثرا في جل المجتمعات المعاصرة، ووجها ممثلا لثقافة البلدان في المحافل الدولية ومقياسا لدرجة التفوق والتطور في كافة الميادين، إذ دخلت الرياضة مجالات لم تقدر لا القوة الاقتصادية ولا العسكرية ولا السياسية الولوج إليها وهي التقريب بين الخصوم والأعداء وتهدة الأوضاع في بعض المناطق المتوترة، كما حدث بين الكوريتين ودخولهما تحت لواء وعلم واحد في الألعاب الاولمبية، بحيث أصبحت الرياضة حاليا تتمتع بمؤسسات دولية واتحادات وطنية ومدارس تكوين وجامعات أما على مستوى التنافس فقد بلغت درجة من الاحترافية العالية سواء في الميدان أو التسيير أو الإشهار أو لغة التجارة وتنظيم البطولات ومن ناحية الأموال التي تصرف على اللاعبين وتطوير طرق التدريب، فلاقت الرياضة رواجًا إعلاميًا كبيرًا سواء الإعلام المرئي أو المسموع أو المقروء، لتغطية مختلف المنافسات وخاصة كرة القدم الرياضية الأكثر شعبية، وفي بلادنا تلاقى 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 وذلك بظهور جرائد جديدة رياضية أسبوعية و يومية، لكن مرور الرياضة في بلادنا إلى الاحترافية لم يمر دون مشاكل ولزال في مرحلته الانتقالية، نفس الشيء ينطبق على الإعلام الرياضي، فلا ننتهمه لكنه ولظروف معينة ساهم بشكل سلبي بطريق أو بأخرى في الرياضة الجزائرية متأثرًا بيبغض الظروف والحاجة للانتشار وملاً الفراغ بأي طريقة وعدم توفر آنذاك إمكانات بشرية مؤهلة في هذه الميدان أو تدخل السياسة ورجال الأعمال وحتى المنافسة التجارية وغيرها من الظروف، فلغة الإعلام الملاحظة في إعلامنا الرياضي لغة لا تساعد في تطوير الرياضة والمنافسة الشريفة، إذ أصبحت الجرائد وعاء للخصومات ومشاكل الرياضة والمزايدات والمشاحنات بألفاظ تساهم فقط في الرداءة والتفرقة.

مما لاشك فيه أن التداخل بين الإعلام والاتصال والميدان الرياضي أضحى عاملا بارزا في ساحة العلاقات العامة في أي مجتمع معاصر، فالرياضة ترسمت وياتت هيكلًا منظما ومتكاملا بمؤسساته وقوانينه تتم فيه عملية تأطير الشباب في جمعيات ونواد رياضية في تخصصات مختلفة تجمع بينهم منافسة مسيرة من قبل الاتحادات في مباريات رياضية يتلاقى فيها الجمهور الرياضي للتشجيع

في إطار جمعيات الأنصار، وارتبطت بالرياضة أيضا بجوانب اقتصادية وتجارية تساهم فيها عن طريق الدعم المادي مقابل ضمان الإشهار بالمنتوج وكان حتميا أن ترتبط الرياضة بالإعلام بمختلف الصيغ في صورة تغطية إعلامية وحوارات وريبورتاجات 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 لأن أي عبارة غير منتقاة تؤدي إلى اتصال سيء وبالتالي اتصال جماهيري جيد يخدم الرياضة بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة، وذلك عن طريق التحليل الجيد للمقابلات الرياضية في البطولة وغيرها وشرح خطط اللعب التي اتخذها كل منافس ومدرب وذلك تماشيا مع عالم الاحتراف وزيادة المعلومات حول اللاعبين، لكن القارئ للإعلام الرياضي خصوصا الصحافة المكتوبة قد لا يؤكد ذلك فمذ انتقال الرياضة إلى الاحترافية في بلادنا مع بعض الحرية في التسيير سادت بعض الفوضى والأنانية في الوسط الرياضي وكانت الصحافة الرياضية مسرحا لها بدل أن تكون رادعا لها فغلبت السياسة والمزايدة والتراشق بين الفرق ورؤساء الفرق والتهامات والتحيز في غياب التحليلات العلمية والاحترافية في تناول ونشر المواضيع فكانت النتيجة الحتمية لذلك تراجع الرياضة الجزائرية ولم يبق من الاحترافية إلا الاسم، وللوقوف على حقيقة وواقع الإعلام الرياضي ومدى خدمته للرياضة والاحتراف عمدنا إلى جمع بعض الصحف الرياضية الواسعة الانتشار واستقراء مواضعها وعناوينها بالتحليل لمعرفة الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي المكتوب اتجاه الرياضة وهل لدينا إعلام رياضي محترف حقا من حيث الإمكانيات المسخرة له ومحتواه خصوصا تحليل الخبر الرياضي من حيث التكتيك والتكتيك واللغة المستعملة وهل كل من يعمل في الجريدة محلل أو مراسلين لا غير؟ أي هل الجريدة الرياضية استجابة لشروط الاحتراف ومقاييسه؟

2- تحديد المفاهيم وعلاقتها بالموضوع المدروس:

2-1- مفهوم الاحتراف في الرياضة: هو منظومة كاملة مبنية على أسس وإستراتيجية وفكر واحد، وسياسة عمل تطبق على اللاعب والمدرب والإداري بلوائح وقوانين لتحقيق الأهداف وتطوير اللعبة فالاحتراف في الرياضة أصبح هدفة انتقاء وإعداد المواهب ومن ثم تدعيم الفريق بالعناصر المتميزة ثم عملية تسويق وبيع اللاعبين لتحقيق الموارد المالية.

وهناك أربعة أضلاع تشترك في عملية الاحتراف الرياضي وهي: (اللاعب، النادي، الاتحادية، لجان الاحتراف)، وثقافة الاحتراف تشمل جميع العاملين في مجال الاحتراف وهي:

2-2- الفكر الاحترافي للاعب: عن طريق تثقيف اللاعب بالثقافة الاحترافية وتطبيق الانضباطية الاحترافية كالالتزام بالمواعيد (التمارين - النوم - التغذية - الالتزام بتطبيق اللوائح والقوانين)،

بحيث يكون اللاعب قادر على تطوير مستواه ومن ثم تسويق نفسه للحصول على أفضل العروض في الأندية الكبرى .

2-3- **البيئة وظروف المجتمع:** يمكن أن تكون عائقاً إذا لم تكن مواكبة للتطوير.

2-4- **اللغة:** تساعد في اندماج اللاعب مع المجتمع الجديد الذي يلعب له.

2-5- **التسويق:** هو دور الشركات الراعية وكلاء اللاعبين في عملية نقل اللاعبين إلى أندية وبطولات عالية المستوى أو من نفس ذلك المستوى.

2-6- **الأنظمة الاحترافية ومدى تطبيقها:** أي تطبيق نصوص ولوائح الاحتراف بطريقة واقعية بحيث ترقى بالمستوى إلى الشكل الأمثل.

2-7- **إيجاد البنية التحتية للاعتراف:** وذلك بتوفير المنشآت الرياضية والملاعب ذات المواصفات العالية ووضع القوانين واللوائح المتطورة وفتح المجال لعملية الاستثمار والتسويق والدعاية والإعلان ونقل المباريات وإيجاد الكفاءات القادرة على التخطيط والتطوير لذلك.

2-8- **الاهتمام بالفئات العمرية والقواعد:** على أسس احترافية صحيحة بضوابطها الاحترافية عن طريق المدارس الكروية والأكاديميات لإنشاء أجيال مثقفة بثقافة الاحتراف.

2-9- **خصخصة الأندية الرياضية:** أي تحويلها إلى قطاع خاص عن طريق رعاية الشركات المختصة للأندية وانتقاء الكفاءات التدريبية والإدارية واستثمار الأندية وتوفير الموارد المالية لها (رواتب-مصارف-تعاقبات).

2-10- **الواقعية في تطبيق نصوص ولوائح الاحتراف:** وهو الابتعاد عن المصالح الشخصية والعاطفة والمحسوبية.

2-11- **الجمهور:** تفعيل الدورة في العملية الاحترافية عن طريق تثقيفه وإشراكه في مجالات الاستثمار بالنادي وعن طريق الاشتراكات وإيجاد الآلية لعملية الاستقطاب الجماهير للمدركات بحيث يكون الجمهور عاملاً مساعداً مادياً ومعنوياً.

2-12- **مواكبة التطور الذي يحدث في الدول المتقدمة:** هو الاستفادة منه وتطبيقه لتطوير اللعبة.

TSI IPSSD-CONFERENCE

2-13- **اختيار الأجهزة الإدارية المختصة:** أي التخصص في المهام لاختيار الإداريين أصحاب الكفاءات والخبرات وأن يكون لكل عضو مهام ويتم تقييم عمله بما يخدم مصلحة النادي وتطويره، فلا يجوز أن يكون اللاعب محترفاً والإداري هاوياً.

2-14- **الإعلام الرياضي:** ودوره في تثقيف وتوعية المجتمع الرياضي وإطلاعه على النظم الاحترافية العالمية الحديثة ودراسة الواقع الرياضي وتقييم العمل وإظهار سلبياته وإيجابياته وإتباع سياسة النقد الهادف والبناء لما فيه مصلحة وتطوير للمجتمع الرياضي.

2-15- مفهوم الاتصال لغة واصطلاحاً:

التواصل لغة: يفيد التواصل من ناحية اللغة العربية الاقتران والاتصال والصلة والترابط والالتئام والجمع والإبلاغ والانتها، أما في اللغة الأجنبية فكلمة communication فتعني إقامة علاقة وتراسل وترابط وإرسال وتبادل وإخبار، وهذا يعني أن هناك تشابهاً في الدلالة والمعنى بين مفهوم التواصل العربي والتواصل الغربي.

التواصل اصطلاحاً: يدل التواصل في الاصطلاح على عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعارف والمشاعر بين الذات والأفراد والجماعات، وقد يكون هذا التواصل ذاتياً شخصياً أو مع الغير، وقد يبنى على الموافقة أو على المعارضة والاختلاف، ويفترض في التواصل -باعتباره نقلاً وإعلاماً- مرسلًا ورسالةً ومتقبلاً وشيفرةً، يتفق في تسنينها المتكلم والمستقبل أو المستمع، وسياقاً مرجعياً ومقصدياً للرسالة ويعرف شارل كولي Charles Cooley: الاتصال هو الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور، إذ أنه يشتمل كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر الزمان والمكان وتعزيزها في الزمان، ويشتمل أيضاً تعابير الوجه والكلمات والكتابات والمطبوعات والقطارات والتلغراف والتلفون وكل ما يشمل آخر ما تم اكتشافه في الزمان والمكان، ويعرفه طلعت منصور: أنه العملية التي يتفاعل بها المرسلون والمستقبلون للرسائل في سياقات اجتماعية معينة. **الإعلام:** كلمة الإعلام اصطلاحاً في اللغة العربية مشتقة من علم، فيقال: أعلم بالأمر اطلع عليه والإعلام في القاموس الفرنسي هو عملية إعطاء شكل معين، والشكل يعني البنية، وبالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية (المنظمة).

الاتصال: الاتصال هو النشاط ومعظم ما نقوم به في حياتنا اليومية من مظاهر مختلفة ويحدد الاتصال المعالم الشخصية والإنسانية 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، ومن الأكد أن هذه الصيغة تبدو غير كافية من وجهة نظر أخرى فإذا كانت سيرورات التواصل مجرد أدوات اجتماعية كما يظن البعض فإن ما من يمثل الأدوار الاجتماعية، لا يتصرفون كما لو كانوا علب سوداء مستقبلة، دائماً ما يتصرفون بصفتهم أشخاص يتبادلون دلالات، إن الأشخاص الذين يتصلون ببعضهم يبذلون مجهوداً 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.

أنواع الاتصال: يمكن الحديث هنا عن مجموعة أو عدة أنواع من التواصل الإنساني والآلي، والسينمائي، فهناك التواصل البيولوجي والتواصل الإعلامي والسيكولوجي والفلسفي والبيداغوجي، ويقول طلعت منصور في هذا الصدد أن وظيفة الاتصال تتسع لتشمل آفاقاً أبعد. 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، ومن أنواع التواصل التي نراها وتهمننا في هذا البحث أيضا هو التواصل السينمائي الذي يبحث في القصد من الرسالة وسنوظفه في التحليل الخاص بالجانب التطبيقي فأصحاب هذا الاتجاه يركزون في أعمالهم على الوظيفة التواصلية، ولا تختص هذه الوظيفة التواصلية بالرسالة اللسانية المنطوقة فحسب، بل توجد أنظمة غير لسانية أخرى كالإعلانات والشعارات والمجلات والنصوص المكتوبة وكل البيانات التي أنتجت لهدف التواصل وتشكل كل الأنماط المذكورة علامات، ومضامينها رسائل أو مراسلات وهكذا يقصي أصحابها ذلك النوع من سيميولوجية الدلالة التي تدرس البيانات التي تؤدي وظائف غير وظيفية كما لدى رولان بارت مثلا.

ونستكشف من خلال أبحاث ورؤى مؤسسي هذا الاتجاه أنهم يميلون إلى دراسة انساق العلامات ذات الوظيفة التواصلية وبناء على ذلك فإن أفضل تناول حسب بعض المختصين هو القول: "أن ما يميز الوظيفية التواصلية عن الوظيفة الدلالية حصرياً هو القصدية التي تتجلى في الأولى لا الثانية.

نماذج التواصل: هناك الكثير من نظريات التواصل التي حاولت مقارنة وفهم نظام التراسل والاتصال، 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 تهمننا في البحث عوض النماذج الأخرى منها مثلا النموذج السلوكي، النموذج الرياضي، النموذج اللساني، النموذج التربوي، النموذج الإعلامي.

***النموذج الاجتماعي:** هو نموذج ريلي وريلي Riley et Riley الذي يعتمد على فهم طريقة انتماء الأفراد إلى الجماعات، فالمرسل هو المعتمد، والمستقبل هو الذين يودعون في جماعات أولية اجتماعية مثل العائلات والتجمعات والاجتماعات الصغيرة...وهؤلاء الأفراد يتأثرون ويفكرون ويحكمون ويرون الأشياء بمنظار الجماعات التي ينتمون إليها، والتي بدورها تتطور في حضان السياق الاجتماعي الذي افرزها، ويلاحظ أن هذا النموذج ينتمي إلى علم الاجتماع ولاسيما إلى علم النفس الاجتماعي، حيث يرصد مختلف العلاقات النفسية والاجتماعية بين المتواصلين داخل السياق الاجتماعي، وهذا ما يجعل هذا النظام يساهم في تأسيس علم تواصل الجماعة la communication de groupe .

الإعلام و الاتصال بصفة عامة:

* هو تبادل المعلومات ونقل المعنى لتحقيق هدف معين.

* وهو نتاج التفاعل بين الفرد والمجتمع.

والاتصال في مجال الإعلام هو بث رسائل واقعية محددة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشر في مناطق متفرقة، حول كلمة اتصال يعرف قاموس "أكسفورد العام" كلمة اتصال على أنها: أعلم أو أخبر، نقل أو أرسل، وإذا بحثنا عن معنى كلمة "اتصال" لغويا فإننا نجد أن هذه الكلمة في اللغة العربية تحمل نفس المعنى والمدلول لكلمة "اتصال" في اللغة الأوروبية من "COMMUNICATION" وهي الاسم من الفعل "TO COMMUNICATION" في اللغة الإنجليزية وتقابل في اللغة العربية الفعل يتصل + يبلغ+يعرف أو يعطي أو ينقل للآخرين تلفونيا أو شخصا، 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 توفيق" و"حنفي محمود سليمان" على أن عملية الاتصالات والتي تتلخص في إرسال المعلومات وتفهمها هي أحد الأشياء الأساسية المطلوبة لإحداث التغيير المرغوب في سلوك المرؤوسين وكذلك تحقيق الأهداف.

أ- الاتصال:

* مفهوم الاتصال: يعرف "على الشرفاوي" الاتصال على انه "عملية نقل الأفكار والآراء من شخص لآخر أو داخل نفس الشخص بغرض خلق الفهم لدي الشخص الموجه إليه الاتصال، ويركز هذا التعريف على تأكيد الفهم كعامل ضروري في عملية الاتصال، أما "صلاح الشنواني" فقد عرف الاتصال على أنه "إيصال المعلومات والفهم، وذلك بهدف إحياء التحفيز المطلوب في سلوك الآخرين، ولذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد ومستقبل واحد.

كما يذكر "كمال درويش وآخرون" عن "أليوت جاك ELLIOT JOQUES" الاتصال عبارة عن المشاعر والأحاسيس والاتجاهات والرغبات المنقولة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ولذا فان الاتصال يعد عملية حيوية في مجال العلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين، كما يعد عنصرا هاما من عناصر عملية التوجيه، فالالاتصال هو النشاط الأساسي، ومعظم ما نقوم به في حياتنا اليومية إنما هو مظاهر مختلفة لما نعنيه بالاتصال الذي يحدد بدوره معالم الشخصية الإنسانية، من خلال ممارستها الاتصالية: ماذا يعرف الإنسان؟ كيف يشعر؟ ماذا يعمل؟، ذلك أن الاتصال 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 أفراد يعيشون في عزلة، وإنما هو مجموعة من الأفراد اللذين يعملون أو يتفاعلون مع بعضهم البعض.

ب- الإعلام:

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

فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين ذاتي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم و ميولهم، والمعنى من ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع بنشرها وذلك عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ولكن يشترط أن تقدم هذه الأرقام والإحصاءات كاملة غير منقوصة.

وهنا نلفت النظر إلى التحريف أو التزييف أو العبث الذي يقع في هذه الأرقام والإحصاءات والحقائق والمعلومات وذلك من بعض المفرطين اللذين بهذا الزيف أو العبث لغاية في أنفسهم. والتعريف الأوضح للإعلام للعالم الألماني "اتريورت": "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت".

إذن فالإعلام تعبير موضوعي، ومعنى ذلك أنه ليس تعبيراً ذاتياً من الجانب الصحفي أو المذيع أو رجل السينما أو التلفزيون، دائماً هو تغيير موضوعي خالص، بمعنى أنه يقوم على الحقائق أو الأرقام أو الإحصاءات أو عليهما معا إذ لزم الحال.

ج- الفرق بين الإعلام و الاتصال:

يعد الإعلام فرعاً من فروع الاتصال، أو عملية منتظمة فيه، ذلك أن الاتصال عام، يمكن أنه لا يقتصر على الاتصال الإنساني أي الاتصال بين البشر، بل يشمل الاتصال الإنساني، والاتصال بين مخلوقات الله غير المرئية، وإذا كان الاتصال عام فإن الإعلام خاص، ثم أن الاتصال الإنساني أو الاتصال البشري يمكننا أن نقسمه إلى ما يلي:

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

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

وما يهمنا هو القسم الأول من اتصال الإنسان بأخيه الإنسان، وهو اتصال ووعي وإدراك، وهنا يمكننا أن نبين ثلاثة أنواع رئيسية: أولهما الاتصال 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.

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

الاتصال الحضاري أو الثقافي: هو اتصال الحضارات والثقافات عبر الأمم والأجيال والأحقاب وفي الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري والاتصال الحضاري نجد أن الأول يغلب عليه شكل الإعلام والثاني يغلب عليه شكل الإعلام المعاصر أما الثالث يجمع بين الشكلين.

د- الإعلام الرياضي والصحافة المكتوبة:

لا يخفى على أحد أن الصحافة الرياضية اليوم ليست كالأمس فبعد ما كانت مقتصرة على إيصال الأخبار بصفة مجردة ولا تحمل رسالتها الإعلامية أبعادا حضارية تعود على المجتمع والرياضة كالتطور والازدهار.

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 إلى وضعها أمام ضرورة ملحة إلى التعبير في أنماط أعمالها ونشاطاتها في انتقاء المادة الإعلامية، بحيث تسهم هذه الأخيرة في التأثير على المشاهدين وخاصة الشباب في الانحياز إلى الرياضة بمتابعتها وممارستها.

ط- الإعلام الرياضي:

*** 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 إلى إيصال كل المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام.

عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعي الرياضي.

*** وسائله وقضاياه:** إذا ما نظرنا إلى وسائل الإعلام المختلفة، فإننا نستطيع أن نحصرها في الصحف، الراديو، التلفزيون، السينما، الراديو، وكالات الأعمدة الصحفية، الكتب، النشرة، الخطبة والمناظرة، الندوات، المؤتمرات الصحفية أو الأدب العلمي، السوق أو المعرض، الرحلات وأماكن السياحة، شرائط الكاسيت، التسجيل، الفيديو والأسطوانات والأقراص المضغوطة.

ومن خلال التعريف الرياضي نلخص أن قضاياه هي: الرياضة والرياضيون.

*** أنواع الإعلام الرياضي:** لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي، وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالتالي:

1- الإعلام الرياضي المقروء: وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات.

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

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.

4- الإعلام الرياضي الثابت: هي التي يتوجه إليها الناس للاطلاع عليها مثل المعارض والمسارح والمؤتمرات.

* 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 أجل العينين، نشأت الألعاب الرياضية في المجتمعات المتحضرة كوسيلة لتهديب غرائز الإنسان وتحويلها من ضراوة الوحشية إلى وسيلة إنسانية أخلاقية تقوي في الإنسان الاحتمال والصبر فأصبحت الرياضة مجالاً هاماً، ولكن الابتعاد أو الاستغناء عنها أو عدم تغطية أخبارها وكثيراً ما تتضح العلوم الطبية والنفسية بإتباع الرياضة إلى سيق الألعاب بقوانين وضوابط وقوانين تحكم مختلف الرياضات، حيث أصبحت هذه الأخيرة تحظى برعاية إعلامية كبيرة من طرف مختلف الدول العالمية، وهذا الاهتمام الكبير بالرياضة والألعاب الرياضية كان لابد أن ينعكس على الصحافة.

* دور الإعلام الرياضي في تثقيف الفئة الرياضية: يلعب الإعلام دور كبير في تثقيف الرياضيين (متتبعي الأحداث) خاصة الفئة الصغرى، فإذا كانت الأسرة الرياضية تنقل إلى الطفل المعارف والمهارات و الاتجاهات والقيم التي تسود المجتمع بعد ترجمتها أساليب علمية للتنشئة الاجتماعية، ونظراً للأهمية التي يلعبها الإعلام الرياضي كأداة من أدوات التثقيف للجمهور الرياضي، لاهتمامها بالبرامج التلفزيونية لأنها تسهل عليها عملية الفهم بدقة ووضوح، وخاصة الصغرى منه أكثر الوسائل الإعلامية الأخرى لأن الطفل لا يستطيع مثلاً قراءة الجرائد أو الاستماع إلى الإذاعة لذا فهو يعطي أهمية للبرامج الرياضية التي تكون فيها الصوت والصورة لذا قمنا بتصنيف مظاهر التثقيف لهذه الفئة المشاهدة:

- البرامج التلفزيونية الرياضية تلعب دور بالغ في تنمية الفئة الصغرى المشاهدة إما عقلياً، عاطفياً، أو اجتماعياً، وذلك لأنها أداة توجيه وإقناع وتنمية للذوق الفني ونقل قيم ومعلومات وأفكار وإجابة على كثير من الأسئلة التي تدور في مخيلته ، وبهذا تؤلف واحدة من أبرز الخصائص التي يتميز بها الفرد عن الآخر في المجتمع.

2-16- تعريف الاحتراف وتطبيقاته: الاحتراف هو مضمون الإدارة الحديثة أي بمعنى إدارة يتوفر بها كل مقومات التطوير والتقدم، فالإدارة المحترفة يمكنها تفعيل وترجمة كافة الأعمال بأسلوب علمي مدروس وعندما نصل لكلمة الاحتراف أو الاحترافية في الأداء نكون قد وصلنا لدرجة المثالية في التطبيق، والمعنى بالاحتراف في منظومة كرة القدم لا يتعدى في حساباتنا سوى احتراف من حرفية أي بمعنى حرفة أو مهنة ولو سلمنا بهذا المعنى لوجدنا قصورا في من يمتن المهنة لأنه لا يجيد تطبيق مضمونها وإذ أردنا جزافا اعتبار ما يقال عنه احتراف كروي وجب أن نسأل الأسئلة التالية حتى يتبين لنا قدرتنا ومقومات الاحتراف:

أولاً: هل لدينا القدرة الاقتصادية الحرة "نظام دولة"؟

ثانياً: هل نملك من العلم والثقافة لمنهج الاحتراف والتطبيق؟

ثالثاً: هل تتوفر القدرة المالية للمنظومة الرياضية بمختلف فئاتها؟

رابعاً: هل هناك قوانين وضوابط تحكم التطبيق؟

خامساً: هل لدينا التخطيط طويل المدى بالشكل الاستثماري؟

سادساً: هل لدينا الإطارات الإدارية المختصة؟

سابعاً: هل لدينا صحافة وإعلام يملك الحيادية؟

ثامناً: هل لدينا نظام تحكيمي محترف يرتقى للعدالة؟

تاسعاً: هل لدينا نظام المراهنات؟

عاشراً: هل احترفنا في شيء ليكون مثلاً؟

3- الجانب التطبيقي من الدراسة:

فيما يخص المنهج المتبع في الدراسة فقد تعددت تعاريف البحوث العلمية، إلا أن التعريف الأكثر استخداماً هو ذلك التعريف الذي يشير إلى أن البحوث العلمية هي "التقصي المنظم باتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بقصد التأكد من صحتها أو إضافة الجديد لها".

ولذلك فإنه يتعين على كل باحث أن يختار المنهج أو الأسلوب المعين لتحديد مشكلته التي هو بصدد دراستها وكلما تمكن الباحث من التحكم في المنهج تمكن من التحكم في دراسته.

وعليه تندرج دراستنا ضمن **البحوث الوصفية التحليلية** التي يعرفها هويتني "بأنها التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع".

ويتميز الأسلوب الوصفي بأنه يقرب الباحث من الواقع حيث يدرس الظاهرة كما هي على أرض الواقع و يصفها بشكل دقيق، أما بتعبير كمي حول خصائص وسمات الواقعة أو بأسلوب كيفي، وقد ارتبط هذا الأسلوب بالظواهر الإنسانية كدراسة سلوك الأطفال و السلوك الإداري.

وفي إطار هذا النوع من الدراسات اعتمدنا المنهج المسحي لاعتبارات طبيعة الدراسة ومتطلباتها، حيث يعتبر المنهج المسحي من المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية خاصة الوصفية، "لكونه جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة"، وعليه فهو المنهج الملائم لدراستنا الوصفية الذي سيمكننا من الإجابة على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، وفي إطار نفس السياق يعرف "محمد عبد الحميد" منهج المسح بقوله: "يعتبر منهج المسح SURVEY من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة (...). ذلك أن المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها".

ويذهب الباحث "محمد زيان عمر" إلى حد اعتبار الدراسات الوصفية والمنهج المسحي شيئين متطابقان لا يمكن الفصل بينهما، حيث يقول في هذا الشأن "تعتبر الدراسة الوصفية دراسات مسحية في أساسها بل أن كثيراً من المهتمين بمناهج البحث يعتبر أي دراسة مسحية دراسة وصفية".

أ- الدراسة الاستطلاعية: قبل البدء مباشرة في الجانب التطبيقي، أجرينا خطوات أولية لازمة وذلك بالاعتماد على الاستطلاع الأولي بهدف إزالة اللبس والغموض وتكوين رؤى ونظرة عن الموضوع المعالج وقمنا بمقابلة المسؤولين عن الجريدة محل الدراسة، وتم الاتفاق مسبقاً على توفير كل الشروط الضرورية لتسهيل مهمة البحث، بعد ذلك قمنا بزيارات مستمرة لجريدة الهدف الرياضية كونها العينة المعنية التي وقع عليها اختيارنا وأخذ الموافقة من طرف المسؤولين على هذه الجريدة لتسهيل ولتوفير كل الظروف التي من شأنها أن تساعدنا في عملنا، وتم الاتفاق معهم على توفير كل المعلومات التي تساعدنا على إنجاز دراستنا.

فالغاية من هذه الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها هو التقرب أكثر والتعرف على كل ظروف العمل حتى نأخذ فكرة عن الحدث، وكذلك معرفة مدى ملائمة أداة تحليل المضمون للموضوع المراد دراسته.

ب- تحليل المضمون: من أجل التوصل إلى نتائج صادقة من خلال إتباعنا للمنهج المسحي وجب علينا اعتماد بعض الأدوات البحثية المهمة والتي تتناسب ودراستنا لهذا الموضوع، والأداة البحثية التي يمكن استخدامها هنا هي أداة تحليل المضمون حيث يعتبر تحليل المضمون أسلوب البحث الذي يهدف إلى وصف المضمون الظاهر للدراسة وصفاً موضوعياً ومنظماً وكمياً، وعليه يعرف روجي موكشيلي Roger Mucchielli تحليل المضمون كما يلي: "يتم تحليل مضمون وثيقة أو عملية اتصالية عن طريق مناهج مضمونة بالبحث عن المعلومات الموجودة في هذا المحتوى من

أجل استخراج المعنى أو المعاني المعروفة فيه بصياغة وتصنيف كل ما يضمنه محتوى الوثيقة أو العملية الاتصالية، وكل وثيقة سواء أكانت منطوقة، مكتوبة، أو مسموعة تحتوي كماً على معلومات حول شخصية المرسل أو الجماعة التي ينتمي إليها، ولقد كان بيرنارد بيلسون من الأوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المضمون في بداية النصف الثاني من القرن العشرين بقوله: "هو أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"، أما موريس أنجرز **Maurice Angers** فيرى أن تحليل المحتوى "تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية، صادرة من أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها في شكل مرقم".

ولا يفوتنا هنا التعريف الذي وضعه "سمير محمد حسن" والذي يعد تعريفاً شاملاً حيث يقول: "أن تحليل المضمون هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون على الأخص في الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون لتلبية الاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث".

وعليه فإن بحثنا هذا جاء لدراسة دور الإعلام في الرياضة وللاطلاع على حقيقة هذا الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي على وجه الخصوص في الرياضة بصفته المعني الأول بها، فقد وقع اختيارنا على الإعلام المكتوب (الصحافة الرياضية المتخصصة) في بحثنا هذا متبعين في ذلك على تحليل المضمون عن طريق قراءة الوثائق المتمثلة في عينتنا وهي الجريدة الرياضية اليومية المتخصصة واستنتاج ما يجب وفق الدراسة التي نقوم بها لمحاولة الإجابة عن السؤال الهام المتمثل في الدور الذي يلعبه الإعلام في الرياضة.

ج- عينة البحث: لقد ركزنا في بحثنا هذا على عينة البحث المتمثلة في جريدة الأهداف الرياضية اليومية عن طريق جمع مجموعة من الأعداد وتحليلها.

*جريدة الأهداف: هي يومية رياضية تصدر باللغة العربية، ملحق إعلامي يصدر عن جريدة بانوراما، العنوان صندوق بريد رقم 66 بورسعيد، ساحة الشهداء، الجزائر، مدير تحريرها السيد إسماعيل مرارفة، التي تأسست سنة 1998، بحيث يصل معدل النشر فيها إلى 150 ألف نسخة يومياً.

*أعداد الجريدة قيد التحليل:

التاريخ	العدد	التاريخ	العدد
03 مارس 2008	641	11 فيفري 2008	620
04 مارس 2008	642	13 فيفري 2008	622
05 مارس 2008	643	14 فيفري 2008	623
06 مارس 2008	644	18 فيفري 2008	627
07 مارس 2008	645	21 فيفري 2008	630
09 مارس 2008	647	27 فيفري 2008	636
11 مارس 2008	649	28 فيفري 2008	637
13 مارس 2008	651	01 مارس 2008	639
17 عدد	المجموع	02 مارس 2008	640

ملاحظة: هذه الأعداد من الفترة الممتدة بين يوم الاثنين 11 فيفري 2008 بالنسبة لأول عدد وهو 620 إلى غاية آخر عدد وهو رقم 651 الموافق ليوم الأحد 13 مارس 2008. تتكون الجريدة من مجموعة أخبار رياضية مواكبة لأحداث كرة القدم بالوطن وتهتم الجريدة خاصة بمنافسات الرابطة المحترفة الأولى والثانية والدنيا وكذا أخبار الفرق الوطنية كالفرق الأول والفرق المحلي والفرق الأولمبي.

د- عرض للجانب التحليلي:

إن البحث العلمي يقتضي المصادقية والأمانة العلمية دون زيادة أو نقصان ونقل الوقائع وما هو منشور كما هو موجود ومطالعنا للجرائد ومحاوله منا للتماشي مع موضوعنا اقتضى الأمر منا إيجاد تصنيفات الأولى في الاتجاه الايجابي أي أن الإعلام يخدم الرياضة وهذا وفق ما ينشر والثاني ذو اتجاه سلبي في معانيه وألفاظه أي لا يخدم الرياضة وكل هذا وفق ما هو موجود على صفحات جريدة الهدف.

***بعض العناوين المذكورة في الجريدة محل الدراسة:**

- بن طوبال: الخروب ستكون مقبرة للزوار.
- أولمبي الونزة: ما نهبطوش زكارة في الحسادين.
- مولودية نقاوس: الموس لحق للعظم.
- حوار مع رئيس فريق: اللي ما في كرشو التين ما يخاف من النار.
- رئيس فريق يفتح النار رئيس فريق آخر.
- اللي اريح في سعيدة ما يخف في تلمسان.

منادي يصفي حساباته مع لطرش ويرفض لعب الكأس في العلة.
داخل المقال: ابن القل يحاول الثأر بطريقته الخاصة.
الهوليغانز يستقبلون قرعة الكأس بتفاؤل.
بن فيسة لا أولي النصرية أهمية وأتمنى الانتقام من الخروب.
لا علي موسى لا عليش عنابة حالفة ما تراطيش.
حجوط تريح بلا مزيتها.
المونطان تسعى لقهر أقبو.
تصريح لاعب: في المولودية كايين 70 لجنة أنصار وباش تتجح لازم تكون منافق.
تصريح لاعب عن رئيس: قال اللاعبين ماشي رجال، أنا ما نعلمش الذل، تعلم في جزائر النفاق.
شباب جيجل: اتهامات متبادلة بين الإدارة والأنصار.
أحداث عنف: الشناوة يقتحمون المطار والطائرة محاصرة، اللاعبون هربو والمسافرين تخيلو وجود قنبلة مفخخة.
الحمراوة حسموا معركة 20 أوت وينتظرون أم المعمارك في بوعل.
1000 شلفي قلبوا بولوغين وعادو زاهين.
ريحنا بشار، نزيدو المولودية ونطفو النار.
استهزاء عرائس القراقوس يضعون قدما في القسم الثاني.
النقاط تضيع في الشلف لكن مع باردين القلوب الهبطة تقترب.
الشحنة: العلة طالعين زكارة في الحسادين.
عيب على افتسان قالهم خبو البالون.
هاذاك واش حلبت مع لاعبين باردين قلوب.
أهلي البرج: سينما كحلة، حاقله خردة ومشري رجل الإنقاذ.
مبالغة: ترجي قالمة الكحلة في خطر وتترقب المهدي المنتظر.
نتيجة لقاء كارثة...كارثة...كارثة.
الكاب يستعرض عضلاته ولن يفرط في الصعود.
بدون تعليق: نهار احتجت وجهي ندبلو القطوط.
الفأر بعث بلعباس للدار.
ريبري قال الخمر حرام ولاعبونا خابطين يوميا.
مولودية باتنة: ماناش قادرين مسلمين مكثفين، أسرار ليست للنشر رئيس ناد يسرق بورنابل لمناصر.

شباب جيجل: النمر مهولين وعلى الميلة معولين الرد: جا نهاركم يا النمورة.

لقاء بلوزداد: بلوزداد... النيف والخسارة

حجاري: اللي خاف يقعد في دارو

تصريح لاعب: طاق على من طاق.

عين الدفلة معولة على السوقر.

حقائق خطيرة والداري تباع... تباع... تباع.

التحكيم: المولودية تشكي من عيسى وتطالب بفصله عن التحكيم.

تصريح لاعب: ما بقاش بالون مع هذا التحكيم.

مهداوي يعود: الجراد يتنفس والأسلحة حاضرة في الشلف.

اللاعبون يبررون أداءهم بالضغط وبطالبون: الهوليغانز بالهدوء.

اتهام عضو بارز في كرتنا من عنابة أراد ترتيب لقاء تلمسان.

ملعب النار يستعيد أجواء البطولة والانتصار.

شكوى: يعطوني دراهمي وكل شيء ممكن.

العقلية رايحة تتبدل ولن نرحم أحد.

اتهام: تحالف ضد المولودية من أندية مهددة بالسقوط

المكرة تتحدى الكاب في قلب لوراس.

قلب المولودية لا يموت.

تحصر: كنت أعلم أنه كي يطيح الثور يكثر المواس.

أحداث: الحراش عاشت الجحيم في الذرعان.

جريمة: أربعة أشخاص إعتدو علي بالخناجر... بن مغيث لاعب.

أوكيل ساخط على بالهاني وبوغرارة عسلهم في العاصمة.

التعليق والتحليل:

إن انتقال الرياضة الجزائرية إلى الاحترافية لا زال يواجه الكثير من العوائق والصعوبات، فلم نستطع لحد الآن إيجاد الصورة الحقيقية والنهائية لهاته النقطة النوعية في عالم الرياضة عامة وكرة القدم بصفة خاصة، هذا الانتقال أدى إلى فوضى عارمة وخلط في القوانين والتشريعات وتدخل الكل في تسيير شؤون الرياضة من رؤساء فرق ورجال سياسة ورجال أعمال ولم ينجو حتى الفريق الوطني من هذه المشاكل والتدخلات وكان لا بد من مواكبة الإعلام ومسايرته لهذا التحول خاصة الإعلام الرياضي مما أدى إلى ظهور مجموعة من الجرائد اليومية والأسبوعية الرياضية وحتى القنوات التلفزيونية المتخصصة في المجال الرياضي، لكن هذا التحول أدى أيضًا إلى ظهور مشاكل

عديدة فأصبح لكل رئيس ونادي جريدة تسانده والعكس صحيح، وتحولت صفحات الجرائد منتدى لنشر الغسيل وهنا نؤفد بعض النقاط قبل الدخول إلى التحليل الخاص بموضوعنا الذي يخص مساهمة الإعلام في الرياضة وهي كالآتي:

- الانتقال إلى اقتصاد السوق بالنسبة للإعلام الرياضي خلق نوع من الحرية لم تستغل في الاتجاه 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 أعداد جديدة من الجرائد يستلزم وجود إمكانيات بشرية وكفاءات من مراسلين ومحللين محترفين وذو تكوين جيد هذا الغياب أدى إلى سياسة ملء الفراغ بدون شروط (كالمستوى والتكوين القاعدي... إلخ).

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

- وبالتالي فإن هذا ما أدى إلى استعمال العبارات والتقارير الجذابة والمهمة التي تثير الاهتمام، دون مراعاة لأهداف المهنة والمتمثلة أساساً في التنقيف وتنوير القراء وإعطاء مستوى أحسن للكتابة والتحليل وملء هذا دون تفحص ولا مراقبة لما يكتب.

- غياب المراقبة الفنية (الفنيات والتقنيات) على مستوى ما يكتب والردع أدى أيضاً إلى انتشار لغة تواصل مع المطالعين للجرائد تدور فقط في فلك حرب الاستعداد للمقابلات على أساس معارك وليس رياضة والاتجاه نحو كرة القدم فقط وإهمال الرياضات الأخرى.

أما فيما يخص التحليل الخاص بموضوعنا 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 فإن الباقي يتجه اتجاه سلبي في اغلب الأحيان وقد قسمناه إلى ما يلي:

- من ناحية اللغة: في جرائدنا الرياضية تستعمل غالباً الدارجة مع اللغة العربية في تناغم بينهما، فالدارجة لضمان أكثر إثارة والعربية لتهدئة الأوضاع لأن مثلاً كلمة قهر المنافس تفهم تقريبا الفوز بنتيجة عريضة وشيء من ذلك لكن إذا قلنا بالدارجة اليوم نخلصوا عليهم أو تصرى القيرة فوق الثانية على السمع أقوى من الأولى خاصة إذا كان العنوان في الصفحة الأولى ولقاء دربي مهم فإن الجريدة ستباع حتماً ومفعولها سييمتد إلى إعداد العدة و...، إذن فالإعلام الرياضي هنا يلعب جيداً على وتر المنافسة ظناً منه أن هذا ما يريده القارئ، عمداً أو ربما لا... فالحكم على ذلك لا يزال في المداولة.

- أما فيما يخص استعمال العبارات فهي تدور في العبارات القوية والسوقية مثل عبارات الحرب... المعركة... النار... ما ترطيش... الثأر... الرحلة... النيف... إضافة إلى ثقافة الأمتة الشعبية والأمتة المستعارة مثل اللي خاف ما يجيش، فالكل يدور حول الثقافة الشعبية وتوظيفها توظيفاً للفت الانتباه.

- إضافة إلى هذا فإن المحتوى يرتكز حول التصريحات النارية والخلافات والاتهامات بين الفرق دون أن ننسى مشاكل التحكيم والمغالطات والاتهامات المتبادلة، فالخلاصة أن الجريدة الرياضية هي وعاء تفرغ لمشاكل الرياضة وخاصة كرة القدم.

- إن استعمال العبارات القوية على السمع قد يؤدي في بعض الأحيان إلى حشد الجماهير وشحنهم وبالتالي التهينة للعنف وهو ما يتكرر دائماً وفي كل موسم رياضي.

- ما لا يوجد في الجرائد الرياضية أنه يجب التحول إلى ما يجب أن يكون وهو مثلاً من وجهة نظرنا التحليلات العلمية والتقنية والتكتيكية وإلى ذلك فالمجال واسع جداً وهناك ما يكتب يبقى الصراحة ونية الانتقال إلى ما هو جيد.

- إضافة إلى أن هناك نوع من المشاحنة خصوصاً في الفترات الماضية حيث كان في فترة ماضية تقع عملية المزايمة في أسعار اللاعبين على المباشر من خلال صفحات الجرائد الرياضية والخصومة بين رؤساء الأندية وبين مسيرين ومدربين وحتى شخصيات مرموقة في الاتحادية.

- ويعد الصراع على صفحات الجرائد ليشمل لجان الأنصار ما أدى إلى التسخين القبلي لظروف المباراة خاصة في مباريات الداري أو مباريات السقوط أو الصعود أو الكأس.

الاستنتاج العام والفروض المستقبلية:

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 والاحترافية مع فتح المجال لتحليلات وصيغ اتصالية أخرى أكثر تطوراً وأكثر تركيزاً على الموضوعية والاعتماد على ما هو ايجابي لبعث روح جديدة مغايرة في مجال الإعلام الرياضي، بحيث تتمثل هذه النقاط في:

- الغرض التجاري صحيح يسيطر على تسيير الجرائد الرياضية، لكن لا يتم التعويض في صورة ما يثير وما يلفت الانتباه من عناوين وألفاظ مثيرة لأن الإعلام قادر على توجيه الرأي العام الرياضي خصوصاً إذا كان واسع الانتشار، فنحن لا نطبق الاحتراف صراحة ولم نحفظ بالنظام القديم.

- يحبذ الاعتماد على اللغة العربية كلغة اتصال دون الخلط مع اللهجات الأخرى وهذا ما يساعد على انتشار ثقافة لغوية رياضية، وجب من الإعلام الرياضي الاقتران باختصاصين في التحليل

الرياضي كما هو معمول به في سائر وسائل الإعلام الرياضية العالمية توسيعًا لثقافة القارئ الرياضة الحقيقية.

- استعمال ألفاظ ومعاني علمية وهي موجودة ومتداولة تكون هي الغالبة على الجريدة مثل التكتيك، التكتيك، البيداغوجيا، المنافسة، شرح الخطط الدفاعية والخطط المضادة...إلخ.

- التعويض يمكن أن يكون في شكل نوعية الصورة والتحليل و الورق المستعمل، بوسنير...إلخ.

- إلزام العمال والعاملين والمراسلين بالتكوين والرسكلة في الميدان الرياضي والتحليل والتغطية الإعلامية.

- إن أي لفظ أو تصريح أو أخطاء قد تؤدي إلى تهيئة مناخ العنف وبالتالي مضاعفة مشاكل الرياضة.

- الاستفادة من البحوث العلمية في معاهد التربية البدنية والرياضية وكليات الإعلام والآداب والمختصين في اللغة والاتصال والتحليل وغيرها.

- إيجاد هيئة رقابة لغوية أكثر احترافية تشرف على توجيه الإعلام الرياضي (تكون تابعة لسلطة الضبط) بحيث تحدد أولوياته لخدمة الإعلام في الرياضة.

- التنافس بين الجرائد الرياضية يحبذ أن يكون في صورة ما هو علمي لإعطاء الصورة الحقيقية للاحتراف الرياضي وعدم الاكتفاء برياضة كرة القدم فقط بل توسيع العمل إلى الرياضات الأخرى لضمان شمولية وتعميم الاحتراف.

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

المراجع:

- 1- أديب خضور، أدبيات الصحافة، مطبعة مداوي، دمشق، 1986 .
- 2- أحمد اللهيبي، المتطلبات الأساسية للإعلام الإسلامي ومميزاته، بحث، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 14/06/1996.
- 3- أديب خضور، الإعلام الرياضي، دراسة علمية لتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994.
- 4- أميمة منير جادو، البرامج التربوية للطفل، دار المعارف سلسلة اقرأ، القاهرة، 1989.
- 5- أديب خضور، الصحافة والشبيبة، دار الشبيبة، دمشق، 1979.
- 6- أديب خضور، الإعلام الرياضي، المكتبة الإعلامية، ط1، دمشق، 1994.

- 7- أمين ساعاتي، أزمة الصحافة الرياضية، الأسباب والعلاج، المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة، 1993.
- 8- أحمد حمدان وآخرون، الموسوعة الصحفية العربية، الجزء الرابع، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة، 1990.
- 9- أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر، ط 1، عمان- الأردن، 1998.
- 10- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 11- أديب خضور، الإعلام والأزمات، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، الجزائر، 1999.
- 12- أديب خضور، الخبر الصحفي، مطابع دار البعث، سوريا، د. ت.
- 13- أكرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق، ط 2، جدة، 1988.
- 14- أديب مروة، الصحافة العربية نشأتها وتطورها، منشورات دار مكتبة الحياة، ط1، بيروت، 1961.
- 15- أحمد عصام الصفدي، الدكتور محمد رضا البغدادي، تكنولوجيا التعليم والإعلام، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 1980.
- 16- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1975.
- 17- إبراهيم فتحي، أسئلة علم الاجتماع حول الثقافة والسلطة والعنف الرمزي، دار العالم الثالث، كتاب العالم الثالث، القاهرة، 1995.
- 18- إبراهيم محمود عبد المقصود، دكتور حسن احمد الشافعي، إدارة المنافسات والبطولات والدورات الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط، 2003 .
- 19- إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو، 1998.
- 20- استانلي جونسون، استنقاء الأنباء فن، دار المعارف، مصر، 1960.
- 21- بيار ألبير، الصحافة، ترجمة فاطمة محمود عبد الله، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987.
- 22- تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- 23- توماس بييري، الصحافة اليوم، مؤسسة فرنكلين للطباعة والنشر، بيروت، 1964.
- 24- جلال عبد الوهاب، العلاقات الإنسانية والإعلام، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1984.
- 25- حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2003.
- 26- حسين عبد الحميد أحمد رسوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية، مصر، 1993.
- 27- طلعت منصور، سيكولوجية الاتصال، عالم الفكر، الكويت، المجلد11، 1980.

