

دور الثقافة والاتصال في ترقية النشاطات الرياضية

The role of culture and communication in the promotion of sports

د/الهذبة مناجلية ، جامعة باجي مختار عنابة Mail:menadjlia_djamila@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2018/09/17

تاريخ الاستلام: 2018/7/10

الملخص:

تعد الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام ، و تعبر عن مستوى تطور و تقدم الأمم ومجتمعاتها، و قد تكونت نظرة جديدة في عصرنا الراهن نحو الثقافة الرياضية على اعتبار أنها تعد إحدى الآليات المهمة في عمليات الموامة الثقافية في المجتمع فهي تثمر النضج الاجتماعي لكل من الممارس أو المشاهد، بحيث تقوم على التفاعل بين الأفراد، و على ذلك فإنه من الضروري للممارس للرياضة أن يتعرف على قيم و مستويات جمهوره و مخاطبتهم وفق هذه المستويات، من هذا المنطلق يهدف هذا المقال إلى محاولة إبراز دور الثقافة و الاتصال في ترقية النشاطات الرياضية.

الكلمات المفتاحية: الثقافة؛ الاتصال؛ الثقافة الاتصالية؛ ترقية النشاطات الرياضية.

Abstract:

The sport is a contemporary means of performing many tasks, and reflects the level of development and progress of nations and their societies. A new look in our time towards sports culture has become an important mechanism in the process of cultural adaptation in society. From the practitioner or the viewer, so that it is based on the interaction between the individuals. Therefore, it is necessary for the practitioner of sport to recognize the values and levels of his audience and to address them according to these levels. In this sense the aim of this article is to try to highlight the role of culture and communication in the promotion of Sports Atat.

Keywords: culture; communication; communication culture; promotion of sports activities.

مقدمة

تعد الثقافة بصفة عامة والثقافة الرياضية بصفة خاصة مظهرا من مظاهر الحياة في الحضارات الانسانية، فالثقافة بوجه عام تمثل مجموع الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر، وتقدم القواعد المستقرة التي تحكم السلوك، كما تحدد الوضع الذي يحدث هذا السلوك في إطاره، فكلما تبلورت ثقافة المجتمع بشكل واضح ومقبول إزداد نظامها تحديدا وتمايزا عن غيره من النظم الاجتماعية وتعاضم احساس أفراد المجتمع بوجود هذا النظام وبأنهم أعضاء نشطاء وغير مهمشين، وبذلك فإن تطوير وإرساء مجموعة من المعايير والمعتقدات الواقعية والرموز التعبيرية يجعلها تحدد أنماط السلوك و العلاقات داخل المجتمع.

فالثقافة كما يرى علي محمد في كتابه: "أصول الاجتماع السياسي" - تعكس مستوى الوعي الاجتماعي والسياسي بالواقع المادي الذي يعيشه الناس.

كما أن للثقافة الرياضية وجه اتصالي و اعلامي يهدف الى ترقية النشاطات الرياضية، الجماعية منها و الفردية، بهدف ترقية سلوك الافراد عن طريق التربية البدنية و بالتالي النهوض بالمجتمع و الذهاب به بعيدا عن الانحرافات و الافات الاجتماعية التي قد تعصف بالمجتمعات في حالة غياب السوك السليم و الوعي المجتمعي، كما ان لممارسة الرياضة ايضا وجه اتصالي يؤثر في تدعيم التفاعل بين الافراد، فهي تنطوي على معان عميقة ترتبط في تحليلها النهائي بالعلاقات الاجتماعية حيث الأداء البدني ذاته لا يعدو ان يكون جزء من الكل.

كما تعتبر الرياضة احدى الآليات المهمة في عمليات الموامة الثقافية في المجتمع فهي تنمى النضج الاجتماعي لكل من الممارس أو المتابع (المشاهد) و لو بدرجات متفاوتة.

و للوقوف على هذه الأدوار وحب تحديد بعض المفاهيم كما يلي:

I. مفهوم الثقافة

لكل كلمة أصل وجذر في علم الكلام، ولذلك لا بد لنا أن نتطرق إلى مفهوم كلمة الثقافة وذلك يتطلب منا العودة إلى أصله الاجتماعي، وإلى نسبه *généalogie* بمعنى آخر، نريد النظر في كيفية تشكل الكلمة ثم المفهوم العلمي المرتبط بها. و بالتالي البحث عن أصله و عن تطوره الدلالي. و نحن هنا لسنا بصدد تحليل بل بصدد توضيح الروابط القائمة بين تاريخ كلمة "ثقافة" و بين تاريخ الأفكار.

إن تطور أية كلمة يستند على عدّة عوامل ليست ذات طابع لغوي ، وميراثها اللغوي يخلق نوعا من الارتباط بالماضي في استخداماته المعاصرة.

ويمكننا اعتبار فترة تشكّل المعنى الحديث للكلمة تعود إلى عام 1700م رغم أن كلمة "ثقافة" هي كلمة قديمة في المفردات الفرنسية. وهي كلمة تعود في أصلها إلى اللغة اللاتينية *cultura* التي تعني رعاية الحقول أو قطعان الماشية. ثم ظهرت في القرن الثامن عشر الميلادي لتدل على جزء من الأرض المزروعة (1).

هذا و قد جاء إعلان مكسيكو بتحديد مفهوم الثقافة في إطار عام و واسع كالتالي: " إن الثقافة بمعناها الواسع يمكن أن ينظر إليها اليوم على أنها جميع السمات الروحية و المادية والفكرية و العاطفية التي تميز مجتمعا بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب و طرائق الحياة ، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان و نظم القيم و التقاليد و المعتقدات " ثم يفسر هذا الإعلان تعريف الثقافة تعريفا إجرائيا بالقول: " إن الثقافة هي التي تمنح الإنسان قدرته على التفكير في ذاته ، وهي التي تجعل منه كائنا يتميز بالإنسانية المتمثلة في العقلانية و القدرة على النقد والالتزام الأخلاقي ، و عن طريقها نحتدي إلى القيم، و نمارس الاختيار، وهي وسيلة الانسان للتعبير عن نفسه والتعرف على ذاته ، كمشروع غير مكتمل ، وإعادة النظر في إنجازاته، و البحث دون توان عن مدلولات جديدة و إبداع و أعمال يتفوق فيها على نفسه ". ويكمن مفهو الثقافة عند عالم الاجتماع الأمريكي وأشهر المنظرين الاجتماعيين في عصرنا تالكوت بارسونز في أنظمة رموز تعمل على توجيه الفعل والعناصر الذاتية الشخصية الفاعل الأنماط المؤسسة للأنظمة الاجتماعية ، ويقول جان بول سرتير عن الثقافة : "إن الإنسان يضيف فيها ذاته، وهي وحدها المرأة القوية التي تعكس صورته (2)".

وللبينة أبعادها المتعددة في مفهومها الشامل ، فتكون بيئة اجتماعية إذا دخلت في السياق التاريخي الذي يصفه الإنسان ، بيئة صناعية إذا ما تغلبت الصناعة على غيرها من أنشطة الحياة المختلفة في مجتمع ما، وتكون بيئة ثقافية إذا ما غلب الطابع الثقافي الإبداعي من فنون وآداب وتكنولوجيا، وهي بالتالي تتأثر ببيئات أخرى سواء كانت بيئات جغرافية أو مناخية أو بشرية أو اقتصادية، تمثل البيئة في أشكالها ومكوناتها المختلفة إلهاما للإبداع ، فإنها في مجال الثقافة لها دور مهم، والحقيقة أن هناك عشرات وقد تصل مئات التعريفات حول معنى أو مفهوم الثقافة ، غالبيتها مقصورة على المفاهيم الإبداعية، بينما هناك تعريفات أو مفاهيم شاملة تميل إلى توسيع هذا المفهوم حتى أوسع إطار ممكن بحيث يدخل ضمن هذا المفهوم سلسلة من العادات والتقاليد و القيم والفنون و الموروثات الشعبية، و اللغة و المعتقدات أو الابتكارات الإبداعية و النظم، و غيرها من طرائق المعيشة المختلفة التي يمارسها الانسان في حياته اليومية (3).

ويلاحظ ان مفهوم الثقافة بوجه عام يشتمل على كل النماذج السلوكية و البشرية التي تكتسب اجتماعيا عن طريق الرموز.

ومن ثم يمكن القول ان الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحققه المجتمعات البشرية و يشتمل ذلك اللغة، الدين ، الصناعة، الفن ، العلم ، القانون ، والاخلاق.(4)

و يتضح لنا مما سبق ان مفهوم الثقافة بوجه عام يتضمن في اطاره مختلف مصادر المعرفة الانسانية.

1- تعريف الثقافة :

أ- لغة:

فالثقافة عبارة عن الاستمرار الديناميكي المتميز بالحركة الفاعلية، للخبرات الإنسانية، التي اخترعت أثناء الوجود الإنساني على ظهر البسيطة، ثم ترابطت و استمرت إذ أنها تمثل الواقع الوظيفي لمظاهر الحياة المادية وغير

المادية، التي يبدوا العقل و الفكر بالنسبة لها جزءا متلازما و متقبلا لها و التي تعيد بطريق مباشر أو غير مباشر في امتداد الميول و الحاجات الانسانية و اتباعها و اطمئنانها(5).

ويعرف مجمع اللغة العربية الثقافة بأنها " العلوم و المعارف و الفنون التي يطلب الحذق فيها"

تدل الثقافة، في علم البيولوجيا ، على نمو الخلايا الحية و الانسجة في الظروف المختبرية، و يرتبط هذا التعريف، كما نرى، ارتباطا و ثقيا بالمعنى اللغوي لكلمة culture، الذي يحيل إلى الزراعة أو المزرعة و الزرع و إلى ما تتضمنه معاني هذه الكلمات من إيجاء بالاستقرار والتحضر و بدء الحياة في مجتمعات مستقرة متفاعلة و متعاونة، صارت فيما بعد قرى و بلدات و مدن.

ومن منظور علم الاجتماع، يأخذ التعريف اللغوي السابق في التوسع و التعمق على يد علماء عديدين كجيرارد أودونيل، ماكسفير، ماركس، و غيرهم، ليصبح تعريفا اصطلاحيا يشير إلى طريقة الحياة التي تتمكن جماعة بشرية من تأسيسها لتكون مقبولة من جميع أفراد الجماعة، وملائمة لهم كمجموع، و هي طريقة تتضمن أساليب الإدارة و آلياتها، و نمط التفكير، و آداب السلوك والمعتقدات، أو منظومة الأخلاق و القيم التي تحكم الجماعة، و كذلك اللغة، و نمط العيش بما يتضمنه من مسكن و مآكل و مشرب، ومن علاقات و أنظمة سلوك تؤسس التواصل بين الفرد والفرد، وبين الفرد و الجماعة، و بين الفرد و الطبيعة، و بينه و بين الوجود.

ب- اصطلاحاً:

هناك العديد من التعاريف المختلفة التي قدمت لمفهوم الثقافة بحيث يصعب حصرها جميعاً، حيث نكتفي في هذا المقام بعرض بعضها فقط. فنحن ندين لإدوارد تايلور (1832-1917)، الأنثروبولوجي البريطاني بأول تعريف إنساني للثقافة حيث يقول: "الثقافة أو الحضارة بمعناها الإنساني الأوسع، هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والاخلاق والقانون والاعراف والقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع".⁽⁶⁾

هذا التعريف الواضح والبسيط يستدعي بعض التعليقات. فهو كما نرى، تعريف و صفي و موضوعي و ليس تعريفاً معيارياً . ومن جانب آخر، فهو يختلف عن التعاريف الأخرى الحصرية و الفردانية للثقافة. يرى تايلور أن الثقافة تعبير عن شمولية الحياة الاجتماعية للإنسان، وتتميز ببعدها الاجتماعي و الثقافي، في نهاية الأمر فهي مكتسبة، و بالتالي فهي لا تنشأ عن الوراثة البيولوجية.

أما Malinowski فيعرفها كما يلي: "هي ذلك الكل المتكامل الذي يتكون من الأدوات و السلع و الخصائص البيانية لمختلف المجموعات الاجتماعية من الأفكار الإنسانية و الحرف و المعتقدات و الأعراف"⁽⁷⁾.

ويعرفها Parsons كما يلي " أن الثقافة تتكون من تلك النماذج المتصلة بالسلوك و منتجات الفعل الإنساني التي يمكن أن تورث بمعنى أن تنتقل من جيل إلى جيل"⁽⁸⁾.

وعلى ذلك يرى عثمان ابراهيم في كتابة مقدمة في علم الاجتماع أن الثقافة تدخل في تكوين شخصية الإنسان، و هي تنقسم الى نوعين:

أ- الثقافة الفردية :

يخلق الطفل مزوداً بمخاوف ودوافع وقدرات وإمكانيات يتميز ببعضها عن جميع المخلوقات الأخرى غير البشرية، تدفعه لأنماط من السلوك الفطري الغريزي، وتتيح له ابتداء تلمس حاجاته الجسدية، فيظل الشعور بالأمن فيحضن الأم التي تحوطه بالمحبة وتغمره بالحنان وتشمله بالرعاية، فلايلبث أن يحاول تركيب ومطابقة مايرى وما يسمع، وأن يحاول التعبير عن كل ذلك بالمحاكاة و التقليد.

إن المدركات الذهنية والحسية في السنوات الخمس الأولى النابعة من الحوافز والدوافع والقدرات المخلوقة مع الطفل يصح لنا أن نسميها ثقافة فطرية وللطفل ثقافة مكتسبة وهي ما يترآكم حول الثقافة الفطرية وفوقها بعد سنوات الخمس الأولى ، وتتكون هذه الثقافة المكتسبة لدى الفرد عن طريقين.

التعلم الذاتي واكتساب القدرات والمهارات بالتقليد والمحاكاة وبمعايشة اللعب وبالحوادث (جمع حدوثه) والاستقرارات المتلاحقة عن قصد وعن غير قصد.

وبالتعليم منا لغير، وفق أعلى غير خطة مرسومة ومنهج مدروس.

وبين هاتين الثقافتين الفطرية و المكتسبة جسر موصل أو حاجز غير واضح تماماً ، فالجزء البسيط من المدركات و المكتسبات دون سن التمييز أقرب إلى الثقافة الفطرية أو لنقله و انثاق عنها وختامها .

والجزء المركب و المعقد من هذه المدركات و المكتسبات أقرب إلى الثقافة المكتسبة أولنقل هو ابتداء فيضها أو هو منبعها و أساسها.

ب- الثقافة الاجتماعية :

هناك الثقافة البدائية التلقائية و توجد حيث يوجد المجتمع، وهي تسود كافة المجتمعات الإنسانية و لا يخلو منها مجتمع، و تتجلى في عموم الحالة السائدة في المجتمع. وهناك ثقافة موجهة قد تم التخطيط لها على أسس متينة وقواعد ثابتة. (9)

الثقافة اذن، هي مجموع الانظمة المادية و الروحية التي ابتكرها الانسان لتحكم سلوكه فيما هو ذاهب الى الارتقاء بھويته و ذاته و نمط حياته و الإعلاء من شأن و جوده في الحياة عبر الانخراط في صيرورة الحياة، و عبر الاحتفاظ بأبنية ثقافية تحملها اللغة الى الأجيال الاحقة كي تصقلها وتتولى تعديلها أو إعادة انتاجها و فق حاجاتها و شروط تطورها.

II. مفهوم النشاط البدني الرياضي :

يعتبر النشاط البدني الرياضي احدى اتجاهات ثقافة الرياضي الذي يرجع أساسه الى قدم الزمان، حينما كان الانسان البدائي يمارس كثيراً من ضرورها تلقائياً، ضمانا لإشباع حاجاته الأولية فأقام مسابقات العدو و الجري و السباحة و الرمي و المصارعة و القفز ثم اضاف الى هذه النشاطات الاساسية و بعض الوسائل و الكرات و الشبكات و المضمارات و وضع القوانين و اللوائح، وعمل

جاهدا على تطويرها والارتقاء بها، حتى تصبح إحدى الظواهر الاجتماعية الهامة التي تؤثر على سائر الأمم.

أما في عصرنا هذا، فإن النشاط البدني الرياضي أصبح عنصر من عناصر التضامن بين المجموعات الرياضية و فرصة للشباب ليتعارفوا ببعضهم البعض خدمة للمجتمع بالإضافة الى ذلك فهي تساهم في تحقيق ذات الفرد بإعطائه الفرصة لإثبات صفاته الطبيعية و تحقيق ذاته عن طريق التنافس وبذل المجهود، فهو يعد عاملا من عوامل من عوامل التقدم الاجتماعي و المهني.⁽¹⁰⁾

ويصف مصطلح النشاط البدني الكثير من أشكال الحركة و تشمل النشاطات التي تستخدم عضلات الهيكل العظمي الكبيرة. و اما النشاطات التي تستخدم عضلات الهيكل العظمي الصغيرة مثل الرسم و الكتابة فهي مهمة و لكنها لا توفر الفوائد الصحية الموجودة في النشاطات التي تستخدم عضلات الهيكل العظمي الكبيرة و تتطلب تبديد حقيقي للطاقة.

III. مفهوم الاعلام والاتصال :

إن كلمة إتصال رغم بساطتها إلا أنها تحمل معاني كثيرة وتستخدم استخدامات عدة والاتصال يتحقق عندما تتوافر مشاركة عدد من الأفراد في أمر ما وذلك بالاشتراك في المعلومات والأفكار والاتجاهات فالإتصال هو العملية التي تشيع ماكان قاصرا على فرد واحد بين اثنين أو أكثر.⁽¹¹⁾

التعريف الاصطلاحي:

إن الإتصال هو العملية التي يتصل بها الفرد بالآخرين من أجل تحقيق تبادل المنفعة أو الأفكار بين شخصين أو أكثر أو بين الهيئات أو الأشخاص و بين المؤسسات نفسها. إن الإعلام هو تلك الجهود الموجهة لتوصيل الأخبار و المعلومات الدقيقة التي تتركز على الصدق و الصراحة و استعمال أساليب أخلاقية و هذا بقصد مخاطبة عقول الجماهير والنهوض بها ثقافيا اجتماعيا اقتصاديا⁽¹²⁾

والإتصال هو مجموعة التقنيات التي كونت اتصال مباشر عبر وسائط تقنية تقليدية أو حديثة من تلفزيون راديو... الخ و هو المؤدي إلى التفاعل التواصلي في الوسط المجتمعي على مستوى الأفراد والجماعات و العناصر:

1- المرسل -2 المستقبل، 3- وسيلة الاتصال، 4- فئة الاتصال، -5 رجع الصدى.

على غرار ما سبق يمكن تعريف عملية الإعلام والاتصال على أنها عملية نشر و تقويم عمليات صحيحة و إخبار صادقة و موضوعات دقيقة و وقائع محددة وأفكار منطقية.

1- أهمية عملية الإعلام و الاتصال:

يتميز الاتصال و وسائله الإعلامية المختلفة بأهمية فهي تعمل على زيادة لقدرة على الجاز أهداف وذلك اعتمادا على البراعة الاتصالية بصورة أساسية ومن ثم الاعتماد على المهارات العملية أو المهنية المتخصصة و يستهلك جزءا كبيرا من عمليات الإدارة والتي تقدر ما بين "75% و 95%.

وتسهم في اتخاذ القرارات الإدارية وتحقيق نجاح التنظيمات المختلفة وتعمل على تغيير وتوجيه السلوك الفردي والجماعي ونقل المفاهيم وا لأفكار وا لآراء عبر القنوات الرسمية لخلق التوازن بين مكونات التنظيم الاجتماعي وتعمل أيضا على ضمان التفاعل و التبادل المشترك للأنشطة المختلفة لهذا التنظيم الإداري و علاوة على ذلك فهي وسيلة رقابية و إرشادية للنشاطات التنظيم الإداري في توجيه أنشطة الأفراد و الجماعات المختلفة و أخيرا وسيلة لتحفيز العاملين في التنظيم و القيام بالأدوار المطلوبة منهم بفعالية.

2- الإعلام الرياضي:

أ- مفهوم الاعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات و الحقائق الرياضية ، وشرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية لتنمية وتوعية الرياضي، و هو جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا و أخبار الرياضة و الرياضيين.

ب- أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي قدما و حديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية و مراكز الشباب، بل و التعليمية بمراحلها المختلفة، عن طريق ما تنشره من خبرات تعدل من سلوكهم كبارا أو صغارا، بما يتلاءم مع القيم و التقاليد الرياضية السليمة. (13)

وللإعلام الرياضي دور متشعب، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيون، و توجهها نحو أهدافها الداخلية، من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي الرياضي لهم، و تعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة. يتم استخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية، من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية ، و

الذي يعكس بدوره رقي هذه الدول و تقدمها في شتى المجالات، و في ظل التقدم العلمي و التكنولوجي الكبير و السريع في المجال الرياضي، تبرز أهمية الإعلام الرياضي في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات و أخبار الرياضيين ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه ، هذا بالإضافة إلى زيادة مصادرها و تشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية، وعدم قدرة الفرد على ملاحقة و متابعة هذا التدفق من المعلومات، والذي يعد أمراً صعباً ، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو أنه عصر المعلومات، نتيجة للتقدم التكنولوجي، هذا بالإضافة إلى زيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية أو غيرها ، وعدم قدرة الفرد على ملاحقة و متابعة هذا التدفق من المعلومات، والذي يعد أمراً صعباً، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو أنه عصر المعلومات، نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر و الأقمار الصناعية و ظهور شبكة المعلومات الإنترنت .ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية و الملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي و التجاوب معه.

ج- مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي:

لقد مرت وسائل الإعلام الرياضية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام العامة بعدة مراحل ، يمكن أن نوجزها في ثلاثة منها على الشكل التالي :

-المرحلة الأولى: البدائية:

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة بدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا والدخان في الهند و النيران في الصحراء عند البلاد العربية ، والنقش على الأحجار و الأشجار و المعابد كأثار لأرشفة الأحداث الرياضية و انتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة وذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة و بدائية.

- المرحلة الثانية ، العصرالحديث:

وبدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية و الإقليمية و المحلية و التي تعددت في الكثير من الدول و خاصة الدول الكبرى و استخدمت في ذلك وسائل الاتصال و الإعلام المعروفة حالياً كالسمعية والبصرية و بذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية -المرئية كالتلفزيون، والمقروءة مثل الجرائد لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم.

- المرحلة الثالثة: الأقمار الصناعيةالأنترنت:

ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالإنترنت التي أحدثت تطوراً كبيراً في وسائل الإعلام و الاتصال وفي المجال الرياضي كذلك فأصبحت القواعد والثقافة الرياضية متاحة للجميع وفي كل أنحاء العالم.

IV. نظريات الثقافة

أ- نظريات الثقافة:

1- نظرية لينتون Linton

يرى "لينتون" أن الدعامة التي تقوم عليها دراسة الثقافة و الشخصية هي الفرد فعلى الرغم من وثاقه العلاقة الوظيفية المتبادلة بين الفرد و الثقافة و المجتمع فإنه يرى ضرورة الفصل و التفرقة بينهم الغرض الدراسة و البحث، وعلى الرغم من أن الفرد أي اكان قلما يكون ذا أهمية كبرى لبقاء المجتمع الذي يعيش فيه و الاستمرار و فاعلية الثقافة التي يسهم فيها ويتفاعل معها، فإن الفرد و حاجاته وإمكانياته أساس كل الظواهر الاجتماعية و الثقافية.

حاجات الإنسان:-

يرى "لنشن" أنه يمكننا أن نفترض أن حاجات الفرد هي دوافع السلوك الأساسية و على ذلك تكون هي المسؤولة عن تفاعل المجتمع و الثقافة و حاجات الإنسان تبدأ أكثر تنوعاً من حاجات أي كائن حي، فالإضافة إلى الحاجات التي يمكن إرجاعها مباشرة للتوترات البيولوجية لحاجة إلى الطعام والنوم و الهروب من الألم و الإتياع الجنسي نجد سلسلة أخرى من الحاجات التي تسمى بالحاجات النفسية.

- الحاجات النفسية وأهمها:

الحاجة إلى الاستجابة العاطفية:

وتعتبر أهم الحاجات النفسية و أبرزه أو أقواها و أدومها نشاطاً و سميت استجابة عاطفية حتى يمكن التمييز بينها وبين استجابة سلوكية خالية من العاطفية.

وهذه الحاجات للاستجابة العاطفية من الآخرين، لأنها تزود الفرد بالمتغيرات الأساسية للسلوك الاجتماعي المقبول، ولهذا فإنهم سيخضعون لتقاليد مجتمعهم وعاداتهم ويعملون بما يمليه عليهم العرف لرغبتهم في استجلاء رضاء الغير و الانتماء إليهم.

-الحاجة إلى الأمن:

ويقصد بالأمن، أمن الفرد في الماضي والحاضر والمستقبل ، فالحاجة إلى الأمن تعتمد على إدراك الفرد للزمن على انه متصلب الماضي و يعبر الحاضر في طريقه، والارتباط العميق بالأديان والشرايع السماوية تنعكس في أشكال متعددة لأنماط السلوك الثقافي و القيمي.

-الحاجة للخبرة الجديدة: يرى "لينتن" أن هذه الحاجة أقل تسلطا و إرغاما و إلحاحا على الشخص من الحاجة الأخرى و تعبر هذه الحاجة عن نفسها عندما يميل الشخص فتدفعه إلى التخلص من الملل بمختلف أنواع السلوك التحريبي و ارتياد آفاق جديدة ولهذا الحاجة مستويات ومظاهر مختلفة كالاستطلاع والاستكشاف والاختراع والمجرة.

2-نظرية "سمنر":

يرجع "سمنر" النشأة الأولى للطرق الشعبية أو العادات الاجتماعية التي تقترب في معناها كثيرا من الثقافة لتكون المحتوى الأساسي للثقافة، إلى الحاجات الضرورية الحيوية التي تتطلب الإرضاء و الاتساع، ويمكننا أن نلخص آراءه في هذه الناحية في أهمل كفي يتم إرضاء الحاجات الضرورية، لا بد من قيام الناس أفرادا وجماعات بأفعال أو طرق أو أساليب مختلفة من النشاط يغلب عليها المحاولة العشوائية و غنى عن البيان أن هذه الأساليب التي يمارسها الناس لإرضاء حاجاتهم الضرورية، لا بد أن تتكرر مرة بعد مرة، ويوما بعد يوم و سنة بعد سنة و في أثناء هذا التكرار لا يلبث الناس عن طريق التجربة أو الخطأ أن يكتفوا أن هناك طرقا ناجحة صائبة مفيدة، و طرقا فاشلة و ضارة.

وفي هذا يقول "حسن الساعاتي" أن مايفعله الإنسان مرة و يستحسنه يميل إلى فعله مرة أخرى فمرات، وإذا ما تكرر بفعله و كان لايزال يستحسنه فإنه يود لو أن غيره يفعله أيضا ، و يمكن القول أن العادات و التقاليد كالدرب الذي كلما طرقه المارة تمهد و سهل السير فيه حتى أنهم لا يستطيعون في آخر الأمر العدول عنه إلى درب بآخر مطروق (14) .

ويرى سمنر أن العادات الاجتماعية أو الطرق الشعبية ملزمة و جبرية أي أن لها سلطان على الأفراد يضغط عليهم ويشعر كل واحد منهم أنه مضطر للخضوع لها.

3-نظرية ابن خلدون:

إن دوافع الإنسان الفطرية هي أساس الظواهر الاجتماعية وأبرزها هي تلك الظواهر التي أوضحها "ماليبنسكي" وهي ظاهرة التخصص و ظاهرة تقسيم العمل و ظاهرة التعاون التي بدونها

لا تتحقق مطالب الإنسان، فابن خلدون يرى أن الاجتماع الإنساني ضروري للتعاون من أجل الحصول على الغذاء من جهة و لدفع عدوان الحيوان المفترس من جهة أخرى.

V. نظريات الإعلام الرياضي:

1- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر و تلقائي، فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي، صحيفة كانت أو مادة اعلامية تليفزيونية أو إذاعية، فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة، وخلال فترة قصيرة.

2- نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي:

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ماتعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره، من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا، تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية و ليس على التغيير المباشر في سلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره و أسلوب حياته و طريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به، و استمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضي إلى أفكار وقيم رياضية تختلف و أسلوب حياته التي اعتاد عليها، يؤدي به إلى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم الرياضية، و يغير في أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه، وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية و البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها، و كذلك نوعا الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها، و مضمون وأهداف وسياسة كل منها. (15)

3- نظرية التطعيم و التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسه التطعيم ضد الأمراض، فالجرعات المتتالية من المفاهيم و القيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي، تشبه الأمصال التي نحققها لكي تقلل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير على أجسامنا.

فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهدة العنف و الجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلا، يخلق لديهم نوع من اللامبالاة تجاهها و عدم النفور منها.

فالرياضة أسمى من أن تكون ساحة للقتال أو بإبتدال الكلام بين المتنافسين، وإنما هي تعمل على خلق المواطن اللائق اجتماعيا و نفسيا و بدنيا و عقليا و انفعاليا.

وملخص هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية مهما كان نوعها، تؤثر في المتلقي لها تأثيرا مباشرا، كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة.

4- نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك أن تقال المعلومات على مرحلتين، حيث ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر و يمر بمرحلتين:

المرحلة الأولى: هي ما تبثه أو تنشر هو سائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور، فالذي نتلقاه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر ، بل قد لا نعتبر أدنى اهتمام للرسائل التي تبثها وسائل الإعلام عند تلقينا لها، و بتلقينا هذه المعلومات تنتهي المرحلة الأولى.

المرحلة الثانية: يبدؤها ما يسميهم علماء الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع ، وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع ، كجماعات الأصدقاء والزملاء في النادي ، أو لفريق و الأقراب قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أو أصحابنا أو ذوي الرأي فينا.

فالذي يحدث أن هؤلاء القادة ، قد شاهدوا نفس الذي شاهدناه أو قرعوا نفس الذي قرأناه، فبدعوا بالحديث عنه بطريقة تبثها إلى أشياء لم نتفطن لها، و بأسلوب أكثر إقناعا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام، و قائد الرأي قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية، مما قد يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ومن خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية وفقا لمفهومها ودرجة تأثيرها ، نأخذ الحيطه و الحذر، لا من المادة الإعلامية فقط، أو الرسالة الإعلامية التي يبثها الإعلام الرياضي، بل يجب أن نعمل الحساب لقادة الرأي والأصدقاء، وهنا يبرز دور المؤسسات الرياضية و معايير اجتماعية معينة.

5- نظرية تحديد الأولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات و الاجتماعات، على أهميتها. و جدول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يبثه من برامج و ما يعرضه من مواضيع رياضية، حتى ليبدو لجمهور القراء و المشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج و المواضيع أولى

من غيرها بالاهتمام . فحينما ينشر الإعلام الرياضي وسائل إعلامية معينة، فإنه يوحي للمشاهد أو للقارئ أنه لا شيء يستحق الاهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد، كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي عن جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل أهمية هذا الموضوع ، فتركيز الإعلام الرياضي على رياضة معينة ككرة القدم مثلا ، يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة، و أنه لا شيء يستحق الاهتمام سواها.

6- نظرية حارس البوابة:

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة، فيدخل من يشاء و يمنع من يشاء، وغالبا ما أن هذا التحكم في تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير، ويسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم، و يحدد لهم ما يجب أن يقرؤوه أو يشاهدوه أو يسمعوه.

و لأن وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة، فحارس البوابة في الوقت الذي اختار أن ينشر لهم شيئا معيناً استحسنته هو، فإنه و في نفس الوقت يحرمهم من قراءة أو مشاهدة شيء آخر.

لذا فإن الفرد عليه ألا يعتمد في استقاء معلوماته على وسيلة إعلامية واحدة فقط، بل عليه أن يتابع ويطلع كل ما يصدر في الكثير من الوسائل، فالذي ينشر في صحيفة ما قد لا تنشره صحيفة أخرى.

ومن ناحية أخرى، يجب أن يتحلى رجال الإعلام الرياضي بالأمانة أو الموضوعية في تناولهم للأحداث و الموضوعات الرياضية التي تحدث في المجال الرياضي.

7- نظرية الاستخدامات و الإشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة، فالإعلام الرياضي في هذه النظرية هو الذي يحدد للجمهور نوع الوسائل الإعلامية التي يتلقاها و التي يستخدمها من أجل إشباع رغباته، فهو بذلك يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها.لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه .ونظرية الاستخدامات والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الإخباري، و تفسيره أن الإنسان يعرض نفسه اختياري المصدر المعلومات الذي يلي رغباته و يتفق و طريقته في التفكير .

كما أن نظرية الاستخدامات و الإشباع يكون لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي طالما أن ما يقدمه الإعلام الرياضي في المجتمع خال من العنف و العدوان، ويعمل على كبح الحالات المريضة، بمعنى عدم مسيرتها للسلوكيات المريضة أو المنحرفة.

VI . الثقافة و الاتصال ودورها في ترقية النشاطات الرياضية.

سبق و ان تطرقنا الى مفهوم الثقافة، وكذلك مفهوم الاتصال، كما عرجنا على معنى التربية البدنية والرياضية كمنشآت يقوم به الفرد و كذلك المجموعات، فعندما يشترك الفرد في نشاط رياضي موجه مبني على اساس علمي سليم فإنه تصبح له ثقافة صحية، كما تنمو مهاراته الحركية كما انه خلال اكتسابه لهذه المهارات و الثقافة عن طريق الاتصال سواء مع المدرب او مع اعضاء النادي الرياضي من الاداريين او حتى مع الرياضيين فانه تتكون له ثقافة في الحياة تزيد من كفاءته و تحسین من سلوكه فهو يؤثر و يتأثر و بذلك ينمو من الناحية الاجتماعية، و تمكنه من معرفة ما للرياضة من فائدة، و يمكن ان يساهم هو بدوره في ترقية النشاط الرياضي من خلال المساهمة في الترويج للرياضة ولفوائدها من تحسین للسلوك و ترقية للنشاطات الرياضية في الحي وفي المدرسة او الثانوية، أو حتى في الجامعة، أو حتى في الوسط العملي، فالثقافة الرياضية يكون لها انعكاس ايجابي على سلوك الافراد و الجماعات و المجتمع من خلال اتباع سلوك الرياضي المشهور كنموذج في المجتمع، فيصبح قدوة في سلوكه و تصرفاته اثناء عملية الاتصال التي يقوم بها سواء في حياته العادية، أو حتى في سلوكه اثناء ممارسة الرياضة.

أ- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي⁽¹⁶⁾:

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد و تثقيفهم رياضيا و تعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا و رياضيا، إضافة إلى تلقينهم المعارف و العقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية و الحضارية نحو الرياضة، و من هذه المؤسسات: المنزل، المدرسة، و المراكز الدينية، هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية و مراكز الشباب و الساحات الشعبية وغيرها.

ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة، بل أصبح عاملا هاما و مؤثرا في هذه العملية. لقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت، و خاطب النشء و الشباب و الكبار، و اقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة، مروراً بالثقافة إلى الترويج الرياضي.

لقد تضاءل دور مصادر المعلومات و فرق التلقي الأخرى أمام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجال

الاتال،استهدفت بأسلوب جذاب العقل و الوجدان، في المقابل استسلم الإنسان وسلم أطفاله لهذا المرئي الذي صار يقوم بدورالأب والأم في بعض الأحيان .

كثيرا منا سيتعامل مع الإعلام الرياضي على أنه مجرد أداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر،إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة ، فليس هناك ترفيه برئ و لا أخبار محايدة ، إن كل ما نسمعه أونراه أو نقرأه في الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي وتثبيت أخرى محلها إيجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال

إنه من الضروري التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضي صفة خاصة في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام، و تمس الأمن القومي ووحدة الشعب ، حتى لا يحدث تناقض بين ما يقدم في هذه الأجهزة و ما يسمعه الفرد في المسجد، فيحدث نوع من البلبلة والتشتت في فكر و سلوك هذا الفرد، قد يصل بها إلى حد الاغتراب و فقداننا لهوية والانتماء، و بالتالي لجوئه إلى وسائل العنف و الإرهاب، واستغلاله للحشود الجماهيرية التي تتواجد لمشاهدة المنافسات الرياضية، لإثارة العنف و القيام بأعمال شغب.

ب- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعيةعنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف، وإظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية.

ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي،السلطة غير المرئية التي يحسب الفردحساسها،سواءكان لاعبا أومشاهدا أومدربا أو غيرذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية ،فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم، من أهم بالقواعد والقوانين المنظمة للعبة،بغض النظر عن رضاه أوقناعته بذلك، فيظل بعد مرؤية الحكم له إذا كان لاعبا أو مدربا، أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور .

فأحيانا يحدث في مباريات كرة لقدم،أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهرالحكم فالإعلام الرياضي بمايملكه من إمكانيات وقدرات كبيرة تمكنه من التأثير الإيجابي والفعال في الجمهور واللاعبين،يحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي،مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع، وللجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.⁽¹⁷⁾

*هوامش البحث:

(1)Beneton .Pierre(1975), **Histoire de mots :culture et civilisation** ,
,Paris: Presses de la FNSP, 1975.

(2) حواس محمود (2005)، الثقافة و المثقفون، مجلة الحوار المتمدن- العدد 1384 .

(3) حمص محسن(1998)، المرشد في تدريس التربية الرياضية، مصر: منشأة المعارف، ص53.

(4) عويس مسعد (1979)، الثقافة البدنية للطفل، مصر: دار الفكر المعاصر، ص.64.

(5) عبد العاطي محمد، وعبد الحليم عباس، نموذج فلسفي لمنهج التربية البدنية و الرياضة في سياقات الثقافة العربية الاسلامية، مصر: دار الفكر العربي، ص. 13.

(6)TAYLOR Edward B (1871), **la civilisation primitive**, 1er éd. en
anglais , paris, p1.

(7)MALINOWSKI Bronislaw K., (1968),**Une theroie scientifique de la
culture**, , Paris: trad.francMaspero.

(8) بلعزیز عبد الإله، عولمة الثقافة. العرب و العولمة، ط3، مصر: مركز الدراسات الوحدة العربية،
ص.38.

(9) عثمان إبراهيم.(1999)، مقدمة في علم الاجتماع، الأردن: دار الشروق.

(10) علي يحيى المنصوري (1971)، الثقافة و الرياضة، الجزء الأول، ص. ص.209-210 .

(11) محمود علاء الدين (1999)، تكنولوجيا الاتصال، الكويت: المجلس الوطني للثقافة، ص95.

(12) عبد المنعم الميلادي (2006)، الاعلام، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، ص.12.

(13) جمال مجاهد (2007)، مدخل الى الاتصال الجماهيري، مصر: دار المعرفة الجامعية، ص.32.

(14) حسن الساعاتي، علم الاجتماع القانوني، مصر: دار الفكر العربي، ص.58.

(15) خير الدين عويس. عطا الله عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص.29.

(16) خير الدين عويس، الإعلام الرياضي، بتصرف، مرجع سبق ذكره، ص.ص.69.70.

(17) محمد عبد الرحمان الضيف، مرجع سبق ذكره، ص. ص 45-48.