

وسائل الإعلام والرياضة في دولة الإمارات

د. صالح خليل أبو أصبع

من الأمور الملفتة للنظر، العناية بالرياضة في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة. وهذه ظاهرة لا تميز المجتمعات العربية عن غيرها، ولا تميز دول العالم الثالث فقط، بل أنها ظاهرة عالمية.

ذلك أن الرياضة نشاط إنساني ضروري يبني الجسم كما يسهم في بناء العقل بالإضافة على الفوائد الاجتماعية والسلوكية الأخرى التي تترتب على الأنشطة الرياضية مثل خلق روح التعاون والنظام والاعتماد على النفس وإثارة روح المنافسة وغيرها. وعلاوة على ما تقدمه الرياضة من خدمة ترفيهية لمن يمارسها، فإنها تقدم الخدمة نفسها لمن يشاهدها ومن يشجعها. ومن هذه الزاوية انطلقت وسائل الإعلام لتجعل الرياضة واحدة من أهم خدماتها للقراء والمشاهدين والمستمعين. أحيانا بدوافع كسب الجمهور، وأحيانا بدوافع المنافسة بينها وبين المؤسسات الإعلامية الأخرى، وأحيانا أخرى بدوافع تقديم خدمة تراها ضرورية للجمهور وفي أحيانا أخرى بدوافع الهاء الجمهور.

في الحديث عن الإعلام الرياضي يستدعينا تحديد ما نقصد به، وهو تلك الرسائل الرياضية التي نستقبلها عبر وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة وإذاعة وتلفزيون وغيرها. والإعلام الرياضي بهذا المعنى هو من أوجه الاتصال الذي يحمل رسائل ذات مضمون رياضي.

ولكي يكون الإعلام الرياضي ناجحا فيجب أن تكون عملية الاتصال فيها متكاملة. فأركان العملية الاتصال التي تتمثل بالمرسل، والرسالة، والوسيلة، والمتلقي، والتأثير، تجعل للرسالة معنى من خلال مضمون الرسالة. وللرسالة أهمية من خلال تحديد المتصل والثقة به. وتجعل للرسالة قوة من خلال الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

وللرسالة تأثيرها من خلال الثقة بالمتصل ونوع الوسيلة الإعلامية (جريدة أو إذاعة، أو تلفزيون إلخ) ومن خلال نوعية الجمهور ودرجة استعداده لتلقي الرسالة والسياق الذي قبلت فيه.

أن أهمية وسائل الإعلام تكمن في قدرتها على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات وقت واحد وبسرعة مذهشة مع مقدرة على خلق، رأي عام، ومقدرة أيضا على تنمية الاتجاهات والأنماط السلوكية سواء أكان ذلك بتعزيز ما هو موجود أو بخلق أنماط واتجاهات سلوكية جديدة.

من هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام تلعب دورا فعالا في المجال الرياضي. وهذا الدور يمكن تقسيمه إلى أربعة مجالات رئيسية:

- 1- دور يرتبط بالألعاب الرياضية.
- 2- دور يرتبط بالرياضيين.
- 3- دور يرتبط بالجمهور.

ومن مراجعة سريعة لما تقدمه وسائل الإعلام حول الرياضة من برامج أو كتابات فإننا نرى أنها تركز على الجانبين الأول والثاني وتهمل إهمالا بينا الجانبين الآخرين.

تهتم الصحافة المحلية اهتماما بينا بالرياضة، ولا تخلو صحيفة واحدة من تخصص صفحتين كاملتين للرياضة، وتصدر مؤسسة "البيان" بدبي بالإضافة إلى صفحتي الرياضة في جريدة "البيان" مجلة تختص بشؤون الرياضة وهي مجلة "الرياضة والشباب" هذا بالإضافة إلى الملاحق التي تصدرها الصحف في المناسبات الرياضية الهامة. وكذلك تهتم محطات الإذاعة والتلفزيون بالبرامج الرياضية، وخصوصا النقل المباشر للأنشطة الرياضية المحلية والإقليمية والدولية. وتحظى كرة القدم دوما بتشجيع لا مثيل له من قبل المؤسسات الإذاعية التي تقوم بنقل المباريات نقلا فوريا عن طريق الأقمار الصناعية، ليشمل النقل معظم الدورات الرياضية الإقليمية والدولية مثل بطولة كأس أفريقيا، والدورة الآسيوية وبطولة أوروبا وبطولة كأس العالم، بالإضافة إلى نقل العديد من المباريات المحلية في دول عربية وأجنبية مثل مباريات الأهلي والزمالك بمصر ومباريات كرة القدم في بريطانيا وغيرها. أن هذه العناية بالرياضة تكاد تقتصر - في أحيان كثيرة على تقديم صورة وصفية لما يجري، أو عرض أو نقل لما يجري في الملاعب الرياضية. وهذا الواقع يجعلنا ننظر إلى دور الإعلام الرياضي نظرة فاحصة لتأثيراتها الإيجابية والسلبية.

وإذا أخذنا في الاعتبار أن المؤسسات الإعلامية ركزت على جانب الألعاب الرياضية وإلى حد ما على الرياضيين، فإن هذا التركيز أدى بالتالي إلى خلق جمهور رياضي وبدون أن يخلق وعيا رياضيا.

أن التعصب الذي نشاهده في المنازل الملاعب، وظواهر الشغب في الملاعب كلها دلائل على عدم الوعي الرياضي.

أن وسائل الإعلام جميعها تركز وتنافس بعضها البعض في تغطية نشاط متميز وهو كرة القدم. وهذا أدى إلى إهمال أشكال النشاطات الرياضية الأخرى فنحن لا نرى اهتماما بكرة السلة أو كرة الطائرة، مع أنهما لعبتان يمكن أن تكونا شعبيتين تمارسان في الحارات وفي أماكن الترفيه كالحدايق العامة والمنزهات.

وأدى الاهتمام بكرة القدم كذلك إلى ظاهرة غير مطمئنة وهي أن الاهتمام يتم تركيزه على فرق الدرجة الأولى وأندية الدرجة الأولى ونلاحظ إهمال للناشئة والأشبال وأنشطتهم الرياضية. وكذلك نلاحظ إهمالا لمتابعة أنشطة الأندية الصغيرة والمناطق النائية وعدم العناية بالنشاطات المدرسية والتي من المفترض أن تكون المنابع التي تمد الأندية بالطاقات الرياضية المتفوقة.

وعلى الرغم من تغطية الدورات الرياضية، في التلفزيون، ومن وجود الصفحات الرياضية المتميزة في الصحافة، إلا أننا نلاحظ أن البرامج التلفزيون والإذاعية التي يمكنها أن تزيد من وعي الجمهور وهي التي تناقش قضايا الرياضة محدودة والتي تناقش دور المؤسسات الرياضية وتعمل على ربط الجمهور بالرياضة والرياضيين والمؤسسات الرياضية. وتكاد تقتصر - معظم البرامج المعدة خصيصا للرياضة على مقابلات مرتجلة للرياضيين

والمدرين والحكام ولبعض المسئولين عن المؤسسات الرياضية ونكاد لا نجد أي برنامج رياضي تثقيفي يخدم الجمهور أو كتابات تهدف إلى مناقشة قضايا المؤسسات الرياضية.

ولا يخفى على المتتبعين للإعلام الرياضي وخاصة في مجال الصحافة أن المهارات الصحافية تسود أحيانا مما يؤثر على ثقة الجمهور بالصحافيين وكتاباتهم ... ولا يخفى أحيانا أن تعاطف بعض الصحافيين أو انتماءهم إلى ناد معين يمكن أن يؤثر على نزاهتهم في الكثير من أحكامهم. وكذلك لا يغيب عن البال أن بعض من يتولون أو يقومون بتغطية شئون الرياضة تعوزهم الخبرة اللازمة لذلك.

ويكاد الإعلام الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون يكرس مبدأ القطيعة بين الرياضة والثقافة، وهذا مما يجعل الرياضة هدفا ترفيهيا بحثا ومما يلغي الصلة بين الرياضة وبناء العقل والجسم (العقل السليم في الجسم السليم) وعلى الرغم من المحاولات التي تبناها المجلس الأعلى للشباب والرياضة في الربط بين الثقافة والرياضة، إلا أن هذا الجانب لم يلق عناية من الإعلاميين الرياضيين وتصبح صفحات الرياضة صفحات متخصصة بقضايا الرياضة وهذا التركيز على جانب الرياضة في صفحات خاصة جعل بعض القراء يبحثون عن صفحات الرياضة فقط ولا يقرأون غيرها، أن البحث عن أسلوب بزواج بين ربط الرياضة بالثقافة هو مسئولية الإعلاميين.

أن الواقع الذي نعيشه يفرض على الإعلام الرياضي مسئوليات رئيسية تتم من خلال توجيه الرسائل الإعلامية بالتزام وتحمل المسئولية ومن خلال الالتزام بالحيدة في عرض جوانب الموضوع الرياضي.

وهذه المسئوليات تتحدد بزيادة الوعي لدى الجمهور لتجسيد الروح الرياضية عندهم ومكافحة قضايا الشغب في الملاعب. وزيادة اهتمام الناس بمختلف أنواع الرياضة وممارستها وخاصة جعل بعض أنواع الرياضة ذات شعبية ممارسة وتشجيعا، مثل كرة السلة، وكرة الطائرة والسباحة. ومن المسئوليات التي يجب الالتزام بها الاهتمام بالرياضات الأخرى التي أهملت بينما نالت كرة القدم القسط الأوفى على حساب تلك الرياضات. ومن المسئوليات التي يجب أن تأخذ دورها الاهتمام بالرياضة الأشبال والناشئة والمدارس وذلك مما يؤدي على الكشف عن المواهب الجديدة وتقديمها بحيث تأخذ دورها المناسب. وأن تكريم الأبطال لصنع القدوة والمثال أمام الأجيال الجديدة مسئولية إعلامية بالدرجة الأولى، وخاصة أن وسائل الإعلام بإمكانها أن تصنع النجوم الذين يمكن أن يصبحوا قدوة بالأجيال الجديدة ومن الواجبات التي يغفلها الإعلاميون مد الجسور بين الإعلام الرياضي والرياضيين بهدف خلق كوادر مؤهلة يمكن أن تشق طريقها في مجال الإعلام الرياضي.

إننا نتوقع علاقة إيجابية وتكاملية بين الإعلام والمؤسسات الرياضية. هذه العلاقة ذات أركان ثلاثة:

(أ) الثقة المتبادلة.

(ب) الخدمة المشتركة.

(ج) المسئوليات المشتركة تجاه المجتمع.

ولتحقيق هذه الأركان فإن الإعلاميين مطالبون بإيراد الحقائق الإخبارية بدون تلوين، وكذلك عدم التحيز للعبة ما أو فريق أو ناد وعلى الإعلاميين أن لا يلجأوا إلى المبالغات والتضخم في تقاريرهم وتحقيقاتهم وتعليقاتهم على الأحداث الرياضية.

وأما المؤسسات الرياضية والرياضيون فعليهم واجب عدم إخفاء الحقيقة عن الإعلاميين، لأن الحقيقة ستجد طريقها للنور عبر منفذ أو آخر عاجلا أو أجلا وعلى المؤسسات إلا تتعامل بحساسية مع النقد الموضوعي لما فيه من خير لصالح الحركة الرياضية والمؤسسات الرياضية ويصبح إدراك المؤسسات الرياضية للدور الفعال للإعلام أساسيا في أنه يتعدى كونه أمرا دعائيا إلى اعتباره كجزء مكمل للنشاط الرياضي ومساهما في تنميته. ولا بد للمؤسسات الرياضية إذ أ، دور الصحافة هو غير دور التلفزيون وهو يختلف عن دور الراديو ولا بد من إدراك مشترك بين الإعلاميين والرياضيين للدور الثقافي الذي يمكن أن تلعبه المؤسسات الرياضية، بالتركيز على هذا الجانب. ولكي لا يصبح الجمهور هو الهامش في الإعلام الرياضي، فإن نظرة جديدة يجب أن تأخذ في الاعتبار اهتمامات الجمهور. وتطوير اهتماماتهم وزيادة وعيهم الثقافي والرياضي.

في الختام أننا لا ننتظر أن يتقلص دور الإعلام الرياضي، ولا نتوقع أن يغيب اهتمام وسائل الإعلام بالرياضة كوسيلة ترفيهية، ولكن المطلوب كما أشرنا هو ترشيد الإعلام الرياضي وبحيث لا يصبح النشاط الرياضي هامشيا وسطحيا متمثلا بتعاطف الناس وتشجيعهم كيدل لمشاركتهم وممارستهم له. أن تشجيع الرياضة ماديا وإعلاميا في كثير من الدول يأخذ خطأ يسير مع محاولة رسم صورة مشرقة تتماشى مع هيبة الدولة ومكانتها، وهذا أمر جيد، ولكننا نتوقع أن ينتقل الاهتمام الإعلامي بالرياضة من مجرد العناية بفريق واحد إلى اهتمام بالرياضة على مستوى الجمهور في الحارة والمدرسة والقرية والمدينة، أننا جميعا نستمتع بنوع أو آخر بالرياضة ممارسة أو تشجيعا

أو مشاهدة، ولا نتصور أن نرى الرياضة ركنا منسيا في وسائل الإعلام ولكننا نطالب بأن يتم الاهتمام بثقافة الناس بقدر الاهتمام بالرياضة أو أكثر ليتم التوازن وتحقيق القول بأن العقل السليم في الجسم السليم عملا لا قولا فحسب.