

المؤتمر الرياضي الموسع لمناقشة كيفية النهوض بقطاعي الشباب والرياضة

محور الاعلام الرياضي

أ.د. محمد صالح خليل
رئيساً

أ.د. سيف ساجد ياسر
عضواً

أ.د. سرمد أحمد موسى
عضواً

الفهرست

ت	الموضوع	الصفحة
١	المقدمة	٢
٢	المحور الأول : الخطاب الإعلامي للحكومة :	٣
٣	المحور الثاني : التسويق الإعلامي لفلسفة الدولة :	٤
٤	المحور الثالث : مضامين الاعلام الرياضي واتجاهات التوعية عبرها	٤-٥
٥	المحور الرابع : شخصية الرياضي الإعلامية ودورها في تعزيز الرسالة البناءة	٥-٦
٦	المحور الخامس : جمهور الاعلام الرياضي وبناء صورة المجتمع :	٦-٧
٧	المحور السادس : مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها بسلوكيات الجمهور الرياضي	٧-٨

مقدمة

تعد محاولة النهوض بالواقع الرياضي والشبابي في العراق هي من اهم الملفات التي تبنتها الحكومة الحالية بشكل مبكر ولحاجة ملحة فرضها الواقع وضرورة تحتاجها الامة، وذلك لأهمية الموضوع الذي أصبحت بموجبه الرياضة عامة والفئة الشبابية خاصة كوثيقة امنية لمدى رقي وحضارة الأمم خاصة في زمن العولمة والتواصل الذي غدت الميادين الرياضية هي واحدة من اهم المعايير والمقاييس التي تتبارى فيه الأمم وبما تمثله من تأثير إعلامي واقتصادي وصحي وامني وسياسي وقيمي ... وبما يحمله الشباب من مسؤولية كبرى في الرياضة والصحة المجتمعية والملف الفكري والثقافي ..

وقد عانت البيئة العراقية منذ سنوات طويلة من تخلف قطاع الرياضة الذي كان قطاعا استهلاكيا يصب في صالح اشخاص معينين على حساب مصلحة الوطن وقد غدت فيه المؤسسات عبارة عن هياكل فارغة وكانتونات متمكنة ضيقة الأفق وتعمل لصالح فئات معينة تختزل المؤسسة وتستفيد منها وتفرغها من محتواه فضلا عن تبذير اموال الشعب المخصصة لقطاع الشباب والرياضة لأمر هامشية بل تافهة والدليل على ما ذهبنا اليه هو ذلك المستوى المتدني لجميع الألعاب والنتائج الهزيلة الصفرية المتحققة في البطولات العالمية والقارية ومستوى المقارنة مع بقية الدول العالمية وكذا العربية والقارية، اذ هناك خلل واضح في القيادة والإدارة وتوظيف الأموال بما يرفع من شأن الرياضة ويجعلها قوة لصناعة المال وتطوير المنشآت وتحسين البيئة ورفع المستوى الثقافي للرياضي وللجمهور أي بمعنى للمجتمع عامة فضلا عن تحسين الصحة العامة للشباب والمجتمع وكل ذلك لا يتحقق الا من خلال اعلام وطني مستقل يدار ويسير نحو تحقيق فلسفة الدولة لتطوير الشباب والرياضة بعد ان تعرضت الرياضة للاهمال وسيطر الاعلام الفئوي والشخصي بعد انتشار برامج التواصل وتفعيل ثقافة الانترنت التي انحرفت جدا عن فحواها تزامنا مع غياب المركزية ورقابة الدولة وامية التعاطي وانفلاته في اغلب الأحيان او لقصور في الواعز المسؤول اتجاه المؤسسة والمجتمع والوطن.

ولا سبيل لنا للنهوض بالواقع الرياضي الا عبر توظيف الاعلام بشكل صحيح يوازي تلك الثورة الإصلاحية للفكر الاعلامي، ويتم ذلك عبر محاور أساسية وهي :

المحور الأول : الخطاب الإعلامي للحكومة :

وهو ما تصدره السلطة القائمة في دولة ما من إنتاج كلامي مكتوب أو منطوق أو رمزي تعبيرى موجه إلى جمهور مستهدف أو مقصود لإقناعه وتوجيهه إلى مقاصدها.

ويؤدي الخطاب الإعلامي دوراً مهماً في الاتصال الجماهيري ذي المحتوى السياسي في إرشاد وتوجيه وتشكيل الرأي العام على اختلاف ميوله واتجاهاته واهتماماته بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها لتدعيم الاتجاهات المرغوبة.

وبالنظر للدور الذي يؤديه الخطاب الإعلامي الرسمي (الحكومي) في التأثير على الرأي العام وتشكيل الصور الذهنية، فضلاً عن تغيير الاتجاهات والميول والسلوك لدى الجمهور، لابد من استعمال هذا النوع من الخطابات وتوظيف دورها الفعّال في دعم المسيرة الرياضية العراقية، من خلال تسليط الضوء والتركيز على الفعاليات الرياضية المختلفة، وتقديم التسهيلات اللازمة للمنشآت الرياضية، وهذا بدوره سيصنع انطباعاً مترسّخاً لدى المجتمع مفاده ان الحكومة لم تهمل الجانب الرياضي، اعطته من الأهمية اسوة بالقطاعات الأخرى في البلد.

وفي النتيجة سنصنع جيلاً من المهتمين في الجانب الرياضي والسعي نحو تطويره.

ومن هنا تجدر الإشارة الى ضرورة العمل على خطابات إعلامية رياضية مدعومة من الحكومة تخدم المسيرة الرياضية وتدعم الشباب وتنمي عندهم القابلية والدافعية نحو الإنجازات الرياضية المختلفة.

التوصيات :

١- ان يكون الاعلام الرسمي موجه للمؤسسات الرياضية والشبابية وان يسعى لتطبيق فلسفة الدولة بقطاع الرياضة والشباب .

٢- ان يكون الخطاب الإعلامي على مستوى عالٍ من الدقة وان يشخص الأخطاء الموجودة في المؤسسات الرياضية وان يجد الحلول لتلك الأخطاء .

٣- انشاء لجنة إعلامية عليا تراقب وتوجه بما ينسجم مع الخطط ويحسن من عمل الاعلام الرياضي، على ان تتكلف بتقييم أداء العاملين في مجال الاعلام الرياضي بشكل دوري .

المحور الثاني : التسويق الإعلامي لفلسفة الدولة :

يعمل الاعلام على تسويق الانشطة الرياضية المختلفة، عن طريق قيام المكاتب الاعلامية بمهام عديدة تتعلق برسائله الاعلامية كوسيط وهمزة وصل بين المؤسسة الرياضية والجهات الاعلامية، ووسائل الاعلام بمختلف وسائطها، والتي بدورها تنقل فلسفة الدولة الى الدول الأخرى، فضلاً عن دعمها للقطاع الرياضي والشبابي .

التوصيات:

- ١- يجب ان تلتزم المكاتب الاعلامية في المؤسسات الرياضية سيما تلك التي ترعى من قبل الدولة وتصرف لها الأموال من خزانة الدولة بالخطاب الرسمي للدولة .
- ٢- ان يكون مسؤولي اعلام المؤسسات الرياضية من أصحاب الفكر الاعلامي وليس موظفي اعلام .
- ٣- ان يتمتع العاملين بمجال اعلام المؤسسات الرياضية بالخبرة والممارسة .
- ٤- انشاء استوديوهات احترافية وعلى مستوى عالٍ من الجودة في النوع والأداء.
- ٥- اعداد قادة اعلاميين ومتحدثين رسميين، وذلك من خلال اخضاعهم لدورات تدريبية مستمرة بما يصنع من جميع العاملين في قطاع الإعلام قادة اعلاميين يتميزون بالفكر الإعلامي.

المحور الثالث : مضامين الاعلام الرياضي واتجاهات التوعية عبرها

تحمل الرسائل الاعلامية مضاميناً معدة بقصد او بدون قصد، الى جمهور المتلقين؛ بغرض استهلاكها، وذلك لما تحتويه من معلومات او مكونات صحفية تستهوي الجمهور وتستقطب اهتمامه، وبذلك يمكن ان تكون مضامين الاعلام الرياضي على وجه التحديد رسائل تصاغ بهدف معد مسبقاً، وتغذيته بالمضامين التوعوية التي تنسم بتنقيف وتنشئة الجمهور المتلقي وتوعيته بما يراد طرحه من قبل معد الرسالة.

التوصيات:

١. انشاء برامج تطوير إعلامية للاعبين المعتزلين وخاصة منهم الدوليين كونهم مؤثرين في المجتمع ولديهم متابعين رياضيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وان يكون هذا التطوير مختص حسب فئات (المحليين، المتقدمين).
٢. اعداد برامج على مستوى عالي من الناحية الاخبارية والفنية والتقنية وانشاء ستوديوهات احترافية ومتطورة بشكل يلائم التطور الواضح في القنوات العربية.
٣. تغطية مباريات الدوري والمنتخبات العراقية بطريقة مشوقة متمثلة بفقرات تغطية التمرينات وما خلف الكواليس في المعسكرات التدريبية وعمل مسابقات ترفيهية للمشاهدين.

المحور الرابع : شخصية الرياضي الإعلامية ودورها في تعزيز الرسالة البناءة

تؤدي شخصية الرياضي دوراً مهماً وفعالاً في المجتمع، وذلك من خلال عدها انموذجاً يقتدى من قبل الجمهور المتلقي، وبخاصة ان هؤلاء الرياضيين يعدون من المؤثرين في المجتمع، ولديهم السلطة الجماهيرية على المتابعين، فبالتالي ينعكس ذلك على فرصهم داخل المجتمع، واهميتهم في طرح الرسائل البناءة والمؤثرة على الجمهور، اذ يمكن للرياضي ان يقدم مضامين مهمة للتثقيف، وقدرة على ردم الظواهر السلبية في المجتمع، وهذا يجعل من رسالته مضموناً يمكنه احداث التأثير والمنفعة الإيجابية بالمجتمع، وكذلك يساهم في تطور قدراته وتنميته وتثقيفه بصورة اكبر، الامر الذي ينسحب على خلق جمهور واع وافراد صالحين بين أبناء البلد، وبذلك يجب التركيز على شخصية الرياضي وظهرها الإعلامي وما يطرحه من رؤى وأفكار ومضامين قادرة على تنشئة المجتمع بالصورة السلمية.

التوصيات

- ١- تهيئة اللاعبين الذين لديهم جمهور والمؤثرين في الشارع الرياضي من خلال إقامة دورات تأهيلية في كيفية الظهور الإعلامي وفن الخطابة والحوار .
- ٢- إضافة فقرة ضمن البرنامج التدريبي والمعسكرات الداخلية والخارجية للاعبين المنتخبين في كيفية الظهور الإعلامي وكيفية التخلص من فوبيا اللقاءات التلفزيونية
- ٣- ان يكون المتحدث الرسمي باسم المنتخب هو شخص مؤهل او معد في مجال الاعلام الرياضي وفن التعامل مع الجماهير .
- ٤- تأسيس معهد او دورات إعلامية لصناعة القيادة الإعلامية بعيداً عن كليات الاعلام والمعاهد الموجودة او المؤسسات الإعلامية وتقليدية ادارتها، يدار من قبل شخصيات إعلامية معروفة بالخط الوطني النزيه والحيادي والموضوعي والمهني والاحترافي وليس له علاقة اطلاقاً بحملة الشهادات العليا او رؤساء المؤسسات الإعلامية العاملة اوغيرهم .

المحور الخامس : جمهور الاعلام الرياضي وبناء صورة المجتمع :

يسعى الاعلام الرياضي بوسائله ورسائله والعاملين فيه الى ترسيخ القيم السامية وتنشيط الروح الرياضية في الجمهور الرياضي النابعة من قيم ورسالة واهداف الرياضة ذاتها، لذا لابد من التركيز على دور هذه الوسائل والدور الذي تعطيه لهذا الجمهور في بث هذه القيم والعادات السامية بين أوساط الشباب، فضلاً عن دورها في صناعة الجمهور الرياضي والتأثير على ميوله واتجاهاته ، كما ان للجمهور الرياضي دوراً مهماً في صناعة الصورة المثلى للرياضة والمجتمعات التي ينتمون اليها، اذ هدف هذا المحور الى التركيز على الجمهور الرياضي ودوره في صناعة صورة المجتمع وعكسها على العالم عبر وسائل الاعلام المختلفة .

التوصيات:

١- صناعة برامج مخصصة وموجهة الى جمهور دون غيره من الجماهير، مهمتها تثقيف الجمهور وتوعيته وتوجيهه.

٢- انشاء صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكون متخصصة وموجهة وصفحات أخرى تكون مهمة فقط ببناء استمارات الاستبيان للجمهور المعني لغرض دراسته ومعرفة احتياجاته وتلبيتها من خلال بث البرامج الموجهة آنفة الذكر.

٣- فسح المجال للجمهور الرياضي الواعي والمتقف في عكس الصورة المثلى للرياضة والرياضيين والمجتمع بصورة عامة، وذلك من خلال اشراكه في صناعة البرامج واستضافة النخبة فيها.

المحور السادس : مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها بسلوكيات الجمهور الرياضي :

ان التفاعلية التي تميز الاعلام الالكتروني غير مواقع القائمين بالاتصال كما غيرت اتجاه الرسالة الإعلامية ، فقد غيّرت في مواقع المرسل والمستقبل ليأخذ كلّ منهم موقع الآخر.

وهذا ما جعل التعرض لوسائل الاعلام لا يقتصر على الرسائل الإعلامية المرسلّة عبر تلك الوسائل، بل تعدى ذلك ليكون للتعليقات ورجع الصدى دور آخر مشابه او مغاير لتلك الرسائل.

كما ان التوجه الكبير الى مواقع التواصل الاجتماعي الذي اصبح قريب الى الإدمان على تلك المواقع جعل منها أدوات ذات تأثير كبير على سلوكيات الشباب الرياضي من خلال ما ينشر فيها من رسائل موجهة الى فئات معينة وجمهور محدد .

لذا نهدف الى التعرف على تلك الوسائل وتوظيفها بالطريقة المثلى لخدمة المجتمع الرياضي، وصناعة محتوى قادر على التأثير بالجمهور، وتصحيح بعض المسارات المغلوطة بين أوساط الجمهور الرياضي لاسيما فئة الشباب والناشئين منهم والمحاولة في تغيير بعض السلوكيات والتوجهات لهذه الفئة .

التوصيات :

نوصي القائمين والمهتمين بإنجاح المشروع الرياضي مستقبلاً الاخذ بنظر الاعتبار النقاط التالية :

- ١- التركيز والاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي واستغلالها في صناعة الجمهور، وصناعة الرياضيين.
- ٢- انتقاء الرسائل الاعلامية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- انشاء وسائل تواصل اجتماعي بما يتناسب مع اعمار الجمهور الرياضي المستهدف.
- ٤- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في ابراز الصورة الصحيحة للرياضة وجمهورها.
- ٥- استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في التنقيف والترويج والتعليم والتعلم .