

رؤية نحو تفعيل دور وسائل الإعلام الجماهيري في التثقيف بالرياضة للجميع

أ.د. محمد محمد الحماحي

مقدمة

يوضح كل من محمد الحماحي وأحمد سعيد (٢٠٠٦) أن الإعلام يمثل العملية التي تتم من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية لبث إشكال المعرفة والمعلومات والإخبار والحقائق والآراء المرتبطة بالعديد من الموضوعات والقضايا المحلية والدولية التي يستحق دراستها ، وذلك لتكوين اتجاهات ايجابية ورأي عام نحوها عن طريق إقناع الجمهور بما ورد في الرسالة الإعلامية ، مما يحقق له مزيد من التفاعل والتكيف مع الأحداث التي تحيط به والتي لا يمكن له الانفصال عن مجرياتها (٢٩ : ٢٥) . كما يشير إلى أهمية دور الإعلام في التنمية باعتباره قد احتل موضوعة الصدارة في خطط وأهداف منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (UNESCO) التابعة لهيئة الأمم المتحدة ، وذلك باعتبار أن وسائل الاتصال الجماهيرية تعد احدى أدوات التغيير في أي مجتمع من المجتمعات ولدورها الفعال في تنظيم المعلومات اللازمة للتخطيط للتنمية . (٢٩ : ٥٦)

ويرى كل من خير الدين عويس وعطا عبد الرحيم (١٩٩٨) أن الإعلام الرياضي يتمثل في عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين المرتبطة بالألعاب وأوجه النشاط الرياضية ، وذلك للجمهور بغرض نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية المجتمع الرياضي نحوه ، كما أنهما قد حددا أهداف الإعلام الرياضي في الأهداف التالية : (١٠ : ٢٢)

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين المرتبطة بالألعاب وأوجه النشاط الرياضية المختلفة و التعديلات التي تطرأ عليها .
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات المرتبطة بالرياضة و المحافظة عليها ، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يُشكل و يُحدد أنماط السلوك الرياضي التي تتفق مع تلك القيم و المبادئ.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا و المشكلات المرتبطة بالرياضة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها ، وذلك بغرض إتاحة الفرص لاتخاذ ما يراه الرأي العام مناسباً نحو هذه القضايا المعاصرة أو تلك المشكلات القائمة .
- الترويج عن الجمهور في أوقات فراغهم بالطرق التي تحد من توتر الحياة اليومية لديهم.

* أستاذ بقسم الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية للبنين - بجامعة حلوان

ويرى كل من كمال درويش ومحمد الحماحي (٢٠٠٤) أن الاتصال أو الإعلام الجماهيري يسعى إلى تحقيق الوظائف التالية لتحقيق أهدافه التربوية ، وذلك فيما يرتبط بالمستقبل receiver للرسائل الإعلامية أو فيما يرتبط بالمجتمع ، وهي (٢١ : ١٧٦ ، ١٧٧).

- التوجيه : ويُقصد به العمل على تكوين اتجاهات إيجابية لدى المواطنين تتفق وفلسفته مع المجتمع بغرض تحقيق أهدافها.

- التنقيف : ويكون الغرض منه تزويد المواطنين بالمعارف والمعلومات الجديدة لتنمية ثقافتهم في العديد من مجالات المعرفة والعلم .

- الترويج : وذلك حتى يمكن استثمار المواطنين لأوقات فراغهم والاستمتاع بها من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري من رسائل واقعية أو خيالية.

وبوجه عام يؤكد كل من كمال درويش وأمين الخولي (١٩٩٧) على أن تزايد الوعي بفوائد وقيم النشاط البدني أو الحركي المنظم يرجع إلى نتائج وجهود الحملات الإعلامية المخصصة للرياضة للجميع والتي تهتم بتوضيح أهم ما يلي : (٢٠ : ٧)

- مخاطر نقص الحركة على الإنسان المعاصر .
- الحاجة إلى ضرورة التنقيف المرتبط بأهمية التدريب البدني حتى يتم ممارسة أوجه نشاط الرياضة للجميع بانتظام.
- عمل التدريب البدني المنتظم كعنصر وقائي في مواجهة العديد من الأمراض ومقاومة تدهور الحالة البدنية للإنسان .
- دور الرياضة للجميع في استخدام وقت الفراغ بطريقة أفضل وفي خفض التوترات الناجمة عن ضغوط الحياة العصرية.

ويؤكدان انه بفضل الحملات الإعلامية المخططة للرياضة للجميع قد تزايد الوعي بفوائد وقيم النشاط البدني لدي المواطنين على المستوي العالمي . كما يشكل الإطار الثقافي أحد أهم العوامل المؤثرة في توجيه الحملة الإعلامية ، بينما تؤدي وسائل الإعلام الجماهيرية دور هام في التنقيف ، إذ توسع القدرة على الاختلاق والتقليد والتخزين ، ولذا فأنها توسع نطاق البنية المعلوماتية للمواطن في أطار مجتمعه ، ومن ثم فان وسائل الإعلام الجماهيرية تمثل مرآة المجتمع التي تعكس الصورة المعلوماتية الواقعية . (٢٠ : ٧ ، ٨)

كما أشارا إلى أن دور الإعلام في حملات الرياضة للجميع يمكن أن يتمثل في اتجاهين رئيسيين هما : (٢٠ : ٤٩)

الأول : العمل على تصحيح المفاهيم والمعارف والمدرجات والاتجاهات الخاطئة المتصلة بالرياضة والنشاط البدني (تمهيد أساسي) .

الثاني : تزويد الجماعات المستهدفة بأكبر قدر ممكن من المعرفة والمهارات والاتجاهات التي تعمل على تحقيق الحملة الإعلامية لأهدافها .

ويرى محمد الحماحي (١٩٩٧) أن الرياضة للجميع Sport for All تُعد إحدى الظواهر الاجتماعية المعاصرة التي تهتم بالصحة والحالة البدنية وبطريقة حياة

الإنسان

المعاصر وبالذفاق عن ذاته ضد متغيرات المجتمع التقني ، كما تهتم بإتاحة الفرص للجميع لممارسة المناشط الحركية بأشكالها البدنية المختلفة بحرية كاملة وفقاً لميولهم ودوافعهم واهتماماتهم واستعداداتهم وقدراتهم، وذلك دون وضع أية اعتبارات للسن أو

نوع

الجنس أو العنصر البشري أو الديانة أو المستوى المهاري أو المستوى التعليمي

والثقافي

أو المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وذلك بهدف تحقيق حياة أفضل للفرد (٢٧

:١٦).

ولأهمية الرياضة للجميع في حياة الإنسان المعاصر و المجتمعات ، فقد صدر

الميثاق

الدولي للتربية البدنية والرياضة بغرض تحقيق النمو الشامل و توسيع نطاق التربية البدنية والرياضة ، ولقد تم أقرار الميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضة

بمواده

العشرة في المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم و الثقافة (

UNESCO)

والذي عقد في اليوم الحادي والعشرين من نوفمبر ١٩٧٨م ، وتنص مادته الأولى

على

تعد ممارسة التربية البدنية و الرياضة حق أساسي للجميع ، وتنص مادته الثالثة على أنه ينبغي أن تلبى برامج التربية البدنية و الرياضة احتياجات الأفراد و المجتمع ،

كما

تنص مادته الخامسة على : ضرورة توفير المنشآت و التجهيزات المناسبة للتربية

البدنية

والرياضة. (٢٤ : ٢٢٥ ، ٢٢٦) (٣٥ : ١١-١٣)

ويري كل من محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (٢٠٠٦) انه يجب على المجتمع

الاهتمام بالرياضة للجميع وذلك من خلال العمل على تحقيق أهم ما يلي :

(٣٠ : ٩٨ ، ٩٩)

- بناء إستراتيجية لنشر الترويج الرياضي - الرياضة للجميع - لتوفير الظروف

المناسبة لكل من الأطفال في مرحلة ما قبل المدرسة والنشء والشباب والمتقدمين في

السن والمرأة ، والمرضى والمعاقين ، وذلك بغرض تحقيق هدف ممارستهم لأوجه

نشاط الترويج الرياضي في أوقات الفراغ .

- الاهتمام بتحفيز واستثارة دافعية المواطنين للمشاركة في برامج اللياقة البدنية ومناشط

الرياضة للجميع ، وذلك بالاهتمام بيبث الدعاية والإعلان عنها عبر وسائل الاتصال

الجماهيرية.

- اهتمام وسائل الاتصال الجماهيرية بإعداد برامج تعليمية لأوجه نشاط الرياضة للجميع ، واستعارة العديد من تلك البرامج من الدول المتقدمة في هذا المجال ، وكذلك اهتمام تلك الوسائل الاتصالية بتعليم الألعاب البدنية المتأصلة في التراث الثقافي والتراث الشعبي للمجتمع .

وبذلك يتضح دور الإعلام بالتوعية بمفهوم الرياضة للجميع وأهميتها في تطوير الحالة البدنية والصحية وفي كونها أسلوباً ضرورياً للحياة المعاصرة ، وكذلك دوره في التعريف

بأوجه نشاطها المتعددة وفقاً لمناسبتها لخصائص نمو كل مرحلة عمرية ، وفي الإثراء المعرفي بتأثيرها على تحقيق حياة أفضل للإنسان وفي تشكيل اتجاهاته نحو الإقبال على المشاركة في برامج وأوجه نشاط الرياضة للجميع ، وذلك بشكل منظم ، ليكون في حالة صحية جيدة.

ولكي يحقق الإعلام أهدافه في إثراء فكر المواطنين بمفهوم وأهمية الرياضة للجميع ، فإنه يحتاج إلى أتباع استراتيجيات إعلامية وفقاً لمعايير وأسس علمية.

يعرف إسماعيل السيد (١٩٩٠) نقلاً عن توماس Thomas الاستراتيجيه Strategy بأنها خطط وأوجه نشاط يتم إعدادها للمنظمة بطريقة تكفل توفير درجة من التناوب بين رسالتها و أهدافها من جانب ، والبيئة التي تعمل بها من جانب آخر ، وذلك بشكل فعال وكفاءة عالية (٢ : ٢).

وترى عابدة خطاب (١٩٩٩) بأن الاستراتيجيه تمثل المسار أو المسلك الرئيسي الذي تختاره المنظمة من بين عدد من المسارات البديلة المتوافرة لديها بغرض تحقيق أهدافها في ضوء توقعات إدارة المنظمة ومسارات من تتعامل معهم أو تؤثر على مصالحهم (١٢ : ٤).

بينما يشير روبنسون Robson (١٩٩٧) إلى أن الإستراتيجية باعتبارها نمط من القرارات المرتبطة بمستقبل المنظمة تتضمن كل من الأهداف والانتجازات المراد تحقيقها من خلال كافة الوسائل والإمكانات المتاحة (٥ : ٤٥).

ويؤكد أحمد ماهر (١٩٩٦) على أن التخطيط يمثل التصميم والتبصير برسالة المنظمة وأهدافها ومسارها الرئيسي ، وكذلك يُعبر عن تجديد العمليات وأوجه النشاط والمهام المطلوب أدائها لتحقيق ذلك ، فالتخطيط الاستراتيجي يتضمن تصور مستقبلي للمنظمة ، مع التأكيد على تحقيق هذا التصور من خلال التحليل والبحث عن الأفكار والابتكار والتعمق في ثقافة المنظمة بغرض بناء المستقبل وفقاً لهذا النوع من التصور. (١ : ٢٣ - ٢٥).

وكذلك يوضح دافيز Davis (١٩٩٤) بأن التخطيط الاستراتيجي يتيح الفرص لتحقيق الأهداف المقررة للمنظمة لبلوغها ، ولذا يجب أن يتوافر للتخطيط الاستراتيجي مواصفات الجودة

Quality ، كما انه يجب مراجعة هذا التخطيط كل خمس سنوات حتى يمكن ان يتواءم مع المتغيرات التي تستجد على كل من البيئة الداخلية أو الخارجية للمنظمة بغرض ارتباط التخطيط بالواقع الفعلي للمنظمة حتى يمكن تحقيق الأهداف المرجوة (٤١ : ٤٨).

ولذا فإن روبنسون Robson (١٩٩٧) يرى أن الإدارة الإستراتيجية تؤكد على اتخاذ القرار Decision Taking الذي يراعي الربط بين إمكانات المنظمة و قدرات العاملين بها وذلك من جانب ، والفرص والتحديات التي تواجهها بيئتها Environment من جانب آخر. (٤٥ : ٦).

يوضح كل من سرتو Certo وبيتر Peter (١٩٩٠) أن الإدارة الإستراتيجية Strategic Management يجب أن تمر بخمس مراحل رئيسية، وهي: تحليل البيئة المرتبطة بالمنظمة ، تحديد الاتجاه التنظيمي، بناء الاستراتيجيه، تطبيق الاستراتيجيه، الرقابة الاستراتيجيه التي تحقق المتابعة والتقويم للأعمال أو المهام المنفذة وفقاً لمواصفات الجودة المحددة (٤٠ : ١٠) كما يرى كل من تومبسون Thompson وستريكلياند Strickland (١٩٩٦) أن عملية الإدارة الإستراتيجية وتطبيقها تتكون من خمسة مهام رئيسية ترتبط فيما بينها ، وهي : (٤٨ : ٣ ، ٤)

- تحديد المهام أو الواجبات التي سوف تؤديها المنظمة وتحديد الأهداف طويلة المدى المطلوب بلوغها ، وكذلك أعداد رؤية مستقبلية ليتم تحقيقها من خلال رسالة العمل في المنظمة.

- تحويل الرؤية الإستراتيجية إلى أهداف إجرائية يمكن انجازها وقياس نتائجها.

- إعداد إستراتيجية لتحقيق الأهداف المطلوب بلوغها وفقاً للرؤية الإستراتيجية.

- تطبيق الإستراتيجية بكفاءة وفعالية وفقاً لمواصفات الجودة.

- تقويم الأداء ومراجعة التطورات الجديدة وبدء التطبيق في ضوء الخبرة الفعلية والظروف المتغيرة والأفكار والفرص الجديدة والمتاحة.

بينما يرى كل من رفاعي رفاعي وعبد الحميد المغربي (١٩٩١) أن الإدارة الإستراتيجية تتكون من العناصر أو المراحل الثلاثة التالية ، وهي مرحلة صياغة الإستراتيجية، مرحلة التطبيق، مرحلة التقويم لعناصر الإستراتيجية (١١ : ٣٩)

في حين يُشير عبد الحميد المغربي (١٩٩٩) إلى أن أكثر المراجع العلمية للإدارة قد أشارت إلى أن التخطيط الاستراتيجي تكون بدايته الرؤية Vision التي تنبثق منها رسالة المنظمة وكذلك الغايات والأهداف ، ثم الاختيار الاستراتيجي في ضوء تحليل كل من البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمنظمة حتى يمكن تنفيذ الإستراتيجية . وفي النهاية يتم مراجعة الإستراتيجية الموسوعة.(١٣ : ٦٣)

مشكلة الدراسة وأهميتها :

أشارت العديد من المراجع العلمية والدراسات التي أجريت في مجال الرياضة للجميع إلى إن الرياضة للجميع تواجه العديد من التراكمات أو التحديات المرتبطة بمفهوم الرياضة للجميع وأهميتها للحياة العصرية ، وان ذلك قد يرجع غالى الأمية التي تواجهها الرياضة للجميع والمفاهيم الخاطئة Misconceptions المرتبطة بذلك وعدم اهتمام وسائل الإعلام بالرياضة للجميع والدعاية والإعلان عنها ، عدم إدراك المواطنين لقيمة الرياضة للجميع والفوائد التي تعود على ممارسي أوجه نشاطها البدنية ، انتشار العادات والتقاليد التي تحد أو تحرم على المرأة ممارسة أوجه النشاط البدنية في العديد من المجتمعات ، عدم اهتمام الدولة بتنظيم حملات إعلامية للرياضة للجميع على المستوى المحلي ، عدم توافر الرغبة أو الطموح لدي نسبة مرتفعة من المواطنين لتطوير حالتهم البدنية ومستواهم الصحي واستثمار أوقات فراغهم ، كما أكدت العديد من المراجع العلمية ونتائج الدراسات العلمية في مجال الرياضة للجميع على ضرورة بناء استراتيجيات إعلامية للرياضة للجميع أو تنظيم حملات إعلامية لتوعية المواطنين بمفهوم الرياضة للجميع وأهميتها للإنسان المعاصر ولسدحض المفاهيم الخاطئة المرتبطة بمفهومها ، وكذلك لبيان دور الرياضة للجميع في حل العديد من المشكلات الحياتية للمواطنين والمشكلات التي تواجه المجتمعات المعاصرة.

(٣)(٤)(٥)(٦)(٨)(٩)(١٤)(١٥)(١٦)(١٧)(١٨)(١٩)(٢٠)(٢٣)(٢٥)(٢٧)(٢٨)(٢٩)(٣٠)
(٣١)(٣٢)(٣٣)(٣٤)(٣٥)(٣٦)(٣٧)(٣٨)(٣٩)(٤٣)(٤٤)(٤٦)(٤٧)

كما يري محمد الحماحي (١٩٩٧) أن حركة الرياضة للجميع قد مرت بالعديد من المراحل في العديد من الدول ، وان وسائل الاتصال الجماهيري والدراسات والبحوث العلمية والمواثيق الصادرة عن المنظمات والهيئات الدولية تؤكد على ضرورة توفير النشاط البدني أو الحركي لكل مواطن كحق أساسي له . (٢٧ : ٨٣)

ولذا فقد قام الباحث بأجراء دراسته هذه بهدف مواجهة التحديات التي تواجه الرياضة للجميع والمرتبطة بالوعي أو الثقافة أو المعرفة أو الفلسفة المنتمية لتلك الرياضة ، وذلك من اجل زيادة الطلب من قبل المواطنين على المشاركة في برامج الرياضة للجميع نتيجة لإدراكهم الواعي لمفهومها وأهميتها في التغلب على العديد من المشكلات الناتجة عن بعض المتغيرات التي طرأت على المجتمع المعاصر نتيجة لنقص الحركة والبدانة ، ولمواجهة العديد من المشكلات الناتجة عن عدم استثمار أوقات الفراغ .

وتعد تلك الدراسة من الأهمية لأنها تتناول ارتباط الإعلام الجماهيري بظاهرة معاصرة تربط بحياة المواطنين وتقدم المجتمعات .

الهدف من الدراسة :

يتحدد الهدف من الدراسة في تقديم رؤية نحو تفعيل دور وسائل الإعلام الجماهيري في تثقيف المواطنين وزيادة الوعي لديهم بأهمية المشاركة في برامج الرياضة للجميع وممارسة أوجه نشاطها ، ومن ثم زيادة الطلب عليها من قبل المواطنين .

الإطار المرجعي للدراسة:

يري محمد الحماحي وآخرون (٢٠٠١) في دراسة علمية عن " تحديات ممارسة الرياضة للجميع " أن الإدراك الواعي بأهمية الرياضة للجميع ، إنما يرجع إلى :

- اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية بتوضيح العلاقة بين ممارسة المناشط البدنية والوقاية من الأمراض المرتبطة بالقلب والأوعية الدموية ، وأهمية تلك الممارسة في تطوير الحالة الصحية وتعويض ظاهرة نقص الحركة ومواجهة الاعتداءات التي أحدثها العالم الصناعي على البيئة و حياة الأفراد والمتمثلة في : الضوضاء وتلوث الهواء والاضطرابات والتوترات النفسية والعصبية ، وكذلك أهميتها في الوقاية من بعض الأمراض المرتبطة بتلك الاعتداءات .

- تأكيد وسائل الإعلام الجماهيرية على إن ممارسة أوجه النشاط البدنية تحدث العديد من المتغيرات البيولوجية والنفسية لدى الممارسين ، مما يجعلهم أكثر ابتهاجا وتفاؤلا واحتمالا للضغوط النفسية .

- توضيح وسائل الإعلام الجماهيرية بان ممارسة الرياضة للجميع تؤدي إلى تطوير الحالة الصحية للممارسين ، والتي بدورها تؤثر على الاقتصاد في الصرف على الأمراض ، وذلك يكون ناتجا عن أن تلك الممارسة تؤدي إلى زيادة المناعة الطبيعية للجسم مما يؤدي إلى مقاومته للعديد من الأمراض .

- مناقشة وسائل الإعلام الجماهيرية لدور ممارسة الرياضة للجميع في الحفاظ على الوزن المثالي للجسم ، ومن ثم الوقاية أو التخلص من البدانة .

كما اهتمت العديد من الهيئات الأكاديمية والمنظمات العربية والدولية بعقد المؤتمرات والندوات العلمية ، وذلك بغرض بحث العديد من موضوعات وإشكاليات الرياضة للجميع وتطوير حركتها ، وفيما يلي تقديم أهم التوصيات الصادرة عن هذه المؤتمرات والندوات :

لقد أكد المؤتمر الحادي عشر الذي نظمه المجلس الدولي للرياضة للجميع World Sport For All Congress في الفترة من ٣١ أكتوبر إلى ٣ نوفمبر ٢٠٠٦ في مدينة هافانا Havana بكوبا ، على أهم التوصيات التالية : (٤٩)

- ضرورة مواجهة التحديات Challenges التي تعترض مسيرة حركة الرياضة للجميع ، حتى يمكن أن تتطرق لتحقيق الأهداف المرجوة منها .

- العمل على الترويج والدعاية للعائد والمزايا Merits التي توفرها برامج الرياضة للجميع للممارسين لأوجه نشاطها ، وذلك يرتبط بالأفراد في جميع مراحل العمر ، وذلك في كل من الدول المتقدمة والدول النامية .

- العمل على إقناع صانعي القرار Decision Makers بدعم مسيرة حركة الرياضة للجميع فيما يرتبط بترسيخ المفاهيم الأمثل ودعم البرامج المقدمة للمواطنين في مجال الرياضة للجميع .
- العمل على محاربة تزايد الأمراض المزمنة Chronic Diseases الناتجة عن متغيرات الحياة العصرية كأمراض القلب والأوعية الدموية وأمراض الجهاز التنفسي ومرض السرطان Cancer التي تمثل وفياتها (٥٩%) من إجمالي (٥٧) مليون حالة وفاة سنويا ، وذلك على مستوى العالم .
- ضرورة رسم إستراتيجية للرياضة للجميع وتحديد توجهاتها .
- العمل على توفير برامج الرياضة للجميع لفئات الكبار ، المعاقين ، الفقراء .
- تقديم الدعم المالي للدول النامية لتطوير حركة الرياضة للجميع بها ، وتوفير احتياجاتها

ومن أهم التوصيات الصادرة عن مؤتمر رياضة المرأة وعلوم المستقبل بين التأثير والتأثر الذي نظّمته كلية التربية الرياضية للبنات بجامعة الإسكندرية في الفترة من ١٩-٢٢ أكتوبر ١٩٩٩ ، أهم ما يلي : (١٨: ١١٢٣-١١٢٦)

- اعتبار عام ٢٠٠٠ عام الرياضة والمرأة العربية والتطبيق الواقعي الفعلي لكل ما يمكن أن يرفع شأن المرأة في مجال الرياضة ، والتأكيد على الإعلام بجميع صورته بمساندة هذه القضية.
- إقامة شبكة للمعلومات الرياضية العربية بين الجهات المعنية بالتربية البدنية والرياضة لتبادل الخبرات والتنسيق والترابط والتكامل بين هذه الهيئات .
- ضرورة توجيه قوافل رياضية لمختلف التجمعات السكانية مع تركيز الاهتمام على المناطق الفقيرة والمحرومة والمناطق الريفية ، على أن تعتنى هذه القوافل بمحو الأمية الرياضية والحركة لدى المرأة .
- العمل على أن تكون الوحدات ذات الطابع الخاص بكليات التربية الرياضية مركزا دائما للإشعاع الثقافي والتطبيقي الصحي لممارسة المرأة للرياضة وفقا للإشراف العلمي وبعيدا عن الأغراض التجارية.
- بينما صدر عن مؤتمر " الرياضة وتحديات القرن الحادي والعشرين " الذي نظّمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة من ٢٦-٢٨ مارس ١٩٩٧ ، العديد من التوصيات ، أهمها : (٢٩ : ٩٥ ، ٩٦)
- ضرورة اهتمام الإعلام الرياضي بنشر القيم التربوية وتنمية الوعي الرياضي ، وألا يقتصر اهتمامه على نشر الخبر الرياضي .
- حتمية اهتمام الإعلام الرياضي بممارسة المواطنين للرياضة من أجل الصحة واللياقة البدنية ، وكذلك تأكيد وسائله الجماهيرية على ترسيخ القيم التربوية عملا بما جاء بالميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضة.

كما صدر عن مؤتمر " الرياضة والمبادئ الأولمبية : التراكمات والتحديات " الذي نظمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة من ٢٨-٣٠ ديسمبر ١٩٩٤ ، العديد من التوصيات ، أهمها : (١٩ : ٣٢١-٣٢٥)

- ضرورة رسم خريطة إعلامية لتنمية الثقافة في مجال الرياضة للجميع ومحو أمية المواطنين في هذا المجال .
- الاهتمام ببرامج ممارسة المرأة للرياضة للجميع والتخطيط لها في ضوء المعايير والأسس العلمية والاجتماعية ، وبما يتفق وقيم وتقاليده المجتمع المصري .
- دعوة المسؤولين في كافة وسائل الإعلام لتبني الفكر الاولمبي السامي الذي يدعو إلى القيم الإنسانية الحضارية من خلال التنمية المتوازنة للإنسان في كافة جوانب نموه البدنية والعقلية والثقافية في إطار الصداقة والسلام بين الشعوب .
- تخطيط مشروع قومي لبرامج للرياضة للجميع يتناسب مع كل قطاع من قطاعات الشعب المصري في مختلف المجالات .
- مناشدة الدولة لمراعاة توفير طرق لممارسة المشي والدراجات عند التخطيط للمدن الجديدة لممارسة الرياضة للجميع .
- زيادة الموازنات المالية من قبل المجلس الأعلى للشباب والرياضة لتمويل برامج الرياضة للجميع للمحافظة على صحة الشعب المصري ، وتطويرها وذلك في كل قطاعاته وفئاته المختلفة .

وعن مؤتمر " رؤية مستقبلية للتربية البدنية والرياضة في الوطن العربي " الذي نظمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان بالتعاون مع الاتحاد العربي للتربية البدنية والرياضة وذلك خلال الفترة من ٢٢-٢٤ ديسمبر ١٩٩٣ ، صدرت أهم التوصيات التالية في مجال الرياضة للجميع بالوطن العربي (٢٧ : ١٥٤ - ١٥٦) :

- إجراء المزيد من البحوث العلمية التي تتناول موضوعات الرياضة للجميع بالدراسة في الوطن العربي .
- اهتمام كليات ومعاهد التربية البدنية والرياضة في الوطن العربي بإعداد قيادات مؤهلة في مجال الرياضة للجميع .
- الاهتمام ببناء البرامج في مجال الرياضة للجميع في الوطن العربي لكل من فئات المعاقين ، المسنين ، المرضى .
- التأكيد على إحياء الألعاب الشعبية والبيئية في مختلف البلدان العربية واستثارة دافعية أبناء الوطن العربي لممارستها .
- الاهتمام ببناء برامج اللياقة البدنية لمختلف المراحل السنية وفقا للمعايير العلمية ، وكذلك الاهتمام بالرياضة الخلاء في الوطن العربي .
- بناء إستراتيجية إعلامية لمحاربة الأمية الرياضية ودحض المفاهيم الخاطئة المرتبطة بالممارسة الرياضية لدى الأفراد في الوطن العربي .

وفي دراسة عن الإستراتيجيات الجديدة للرياضة للجميع New strategies in Sport For All (1991) (43) مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني عشر الذي عقد بمدينة بورديو Bordeaux بدولة فرنسا وشارك فيها (62) دولة ، أشارت النتائج إلي أهم ما يلي:

- فيما يرتبط بإستراتيجية الإعلام : أشار (80%) أن أكثر الوسائل الإعلامية المستخدمة في التوعية بالرياضة للجميع هي أوجه النشاط والمهرجانات الجماهيرية ، (60%) أكدوا علي الصحف والمجلات ، (44%) أشاروا إلي الكتيبات ، (23%) أكدوا علي التليفزيون والأفلام ، (24%) أشاروا إلي الملصقات Posters ، (18%) أكدوا علي الندوات الصحفية، (8%) أشاروا إلي الإعلانات بالراديو ، في حين أكد (6%) علي المؤتمرات.

- فيما يرتبط بتطوير الرياضة للجميع : أشار (73%) أن ذلك يعتمد علي الوعي العام للمواطنين، (56%) أوضحوا أن اهتمام وسائل الإعلام بالرياضة للجميع يُعد من متطلبات التطوير ، بينما أشار (44%) إلي ضرورة تأهيل القيادات العاملة في المجال.

- فيما يرتبط بأهم أوجه النشاط المرتبطة بالرياضة للجميع والتي تحظى باهتمام جماهيري في دول العالم ، فهي وفقاً للترتيب التالي : الجري والهرولة في مجموعات (45%) ، التمرينات البدنية لتنمية اللياقة البدنية (40%) ركوب الدراجات في الغابات (38%) ، كرة القدم (32%) ، المشي (28%) ، السباحة (26%) ، التنس الأرضي (20%) ، كرة السلة (19%) ، الكرة الطائرة (18%).

- فيما يرتبط بالتعاون الدولي : أشار (97%) إلي ضرورة تبادل الخبرات في مجال الرياضة للجميع بين الدول ، وأن يكون ذلك التعاون والتبادل في الخبرات مرتبطاً بالمجالات التالية : (68%) في مجال المطبوعات ، (56%) في مجال الملصقات وأفلام الفيديو، (52%) في مجال المطويات والدوريات، (48%) في مجال الكتيبات ، (20%) في مجال الخدمات أو المنتج المرتبط بالرياضة للجميع.

- يجب أن تؤكد إستراتيجيات الرياضة للجميع علي الاعتبارات التالية:

- تنمية الوعي لدى المواطنين للتأكيد علي الاتجاهات الإيجابية لممارسة الرياضة للجميع وتبني نمط جديد للحياة ، وقد أكد علي ذلك دول: فنلندا، المغرب ، اليابان ، الصين ، مالي ، الهند ، بلغاريا ، النيجر، سنغافورة ، المكسيك ، الصومال ، الولايات المتحدة الأمريكية ، بيرو ، هولندا ، قبرص ، بولندا ، كندا ، سيريلانكا ، كولومبيا .

- العمل علي توفير فرص ممارسة أوجه نشاط الرياضة للجميع من تمرينات بدنية وألعاب ورياضات، وذلك لجميع المواطنين ، وقد أكد علي ذلك دول : السنغال ، ناميبيا ، تشيكوسلوفاكيا ، الجزائر ، بريطانيا ، استراليا ، يوغسلافيا ، الجابون ، تشيلي .

- التأكيد علي ضرورة اهتمام الإتحادان والأندية بتقديم برامج الرياضة للجميع ودعمها في الهيئات الرياضية ، وقد أشار إلي ذلك دول : النرويج ، ألمانيا ، السويد ، فرنسا ، هولندا .

- العمل علي استثمار دافعية المواطنين وتحفيزهم علي الاهتمام بتحقيق الصحة الجيدة للاستمتاع بها ، وقد أوضح ذلك دول : النمسا ، البرتغال ، هونج كونج ، زامبيا ، كوبا .

- إعداد وتنظيم برامج قومية للرياضة للجميع بالتعاون مع جميع الهيئات المحلية المهمة بهذا المجال ، وقد أشار إلي ذلك دول : سوريا ، اسبانيا ، رواندا ، الإكوادور .

استخلاصات الدراسة :

من دراسة الباحث لأراء المهتمين بمجال الرياضة للجميع كما توضحها المراجع العلمية باللغات العربية والأجنبية ، وكذلك من التحليل العلمي لنتائج الدراسات العلمية المرتبطة بموضوع هذه الدراسة ، فإنه يمكن استخلاص أهم النتائج التالية :

أولا : فيما يرتبط بالتحديات والتراكمات المرتبطة بالرياضة للجميع فيما يختص بالإعلام ، يمكن تحديد أهمها فيما يلي :

- تواجه الرياضة للجميع العديد من المفاهيم الخاطئة عنها مما يؤدي إلى عدم إدراك نسبة مرتفعة من المواطنين في العديد من الدول المتقدمة والنامية لقيمة وأهمية الرياضة للجميع لحياتهم ولتنمية مجتمعاتهم .

- عدم اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية بالدعاية والإعلان عن أهمية الرياضة للجميع باعتبارها من ضروريات الحياة المعاصرة مقابل اهتمامها غير المسبوق بالدعاية والإعلان عن رياضة المنافسات العالية ، ومن ثم عدم تقدير وسائل الإعلام الجماهيرية لرياضة جميع الفئات العمرية والتركيز على رياضة المنافسات التي تهتم بإعداد محدودة من المواطنين من ذوي القدرات والمهارات المتميزة في الأداء الرياضي من فئات عمرية تبدأ من سن الطفولة المتأخرة وحتى سن الشباب .

- عدم اهتمام المسؤولين عن الإعلام الجماهيري بتنمية وعي المواطنين بقيم وأهداف الرياضة للجميع وبدورها في الوقاية من العديد من الأمراض العصرية المرتبطة بالبدانة وبنقص حركة الإنسان المعاصر .

- عدم اهتمام المسؤولين السياسيين والإعلاميين بتنظيم العديد من الحملات الإعلامية للتوعية بمفهوم وأهمية الرياضة للجميع في الحياة العصرية من أجل زيادة الطلب على المشاركة في البرامج التي تعدها الدولة للمواطنين ، وكذلك لدحض المفاهيم والمعتقدات الخاطئة المرتبطة بالرياضة للجميع فيما يرتبط بالعديد من فئات المجتمع - كبار السن ، المعاقين ، المرأة ، المرضى - مما يؤدي إلى ترسيخ المفهوم الأمثل للرياضة للجميع في فكر هؤلاء المواطنين .

ثانيا : فيما يرتبط بالحملات والاستراتيجيات الإعلامية في مجال الرياضة للجميع يمكن تحديد

أهم النقاط التالية :

- أصبح الاهتمام بتوعية المواطنين بأهمية الرياضة للجميع واعتبارها أسلوبا للحياة Life Style ضرورة عالمية ، وذلك لكون الرياضة للجميع احدي الوسائل التربوية

الأساسية في إحداث التغيير الحضاري والاجتماعي للارتقاء بالمجتمعات وتنمية المواطنين .

- توجد ضرورة حتمية لبناء إستراتيجية للرياضة للجميع كنظام يدعو لممارسة مختلف المواطنين للرياضة للجميع من أجل تطوير الصحة واللياقة البدنية واستثمار أوقات الفراغ ، وذلك لترسيخ مبدأ أن توفير الدولة فرص ممارسة الرياضة للجميع للمواطنين إنما يعد حقا أساسيا من حقوق الإنسان ، يجب أن تعمل الدولة على النص عليه في دستورها ، ومن ثم العمل على أن يتمتع كل مواطن بهذا الحق .

مربيات الباحث نحو تفعيل دور وسائل الإعلام الجماهيري في التثقيف والتوعية بالرياضة للجميع :

في ضوء أدبيات الدراسة والتحليل العلمي والفلسفي للآراء التربوية المتخصصة في مجال الرياضة للجميع ، وفي إطار مشكلة الدراسة والهدف منها والدراسات العلمية التي تناولت التراكمات والتحديات والإعلام المرتبط بالرياضة للجميع ، فان الباحث يحدد مرائياته التالية نحو تفعيل دور وسائل الإعلام الجماهيري في التثقيف والتوعية بالرياضة للجميع :

أولا : يجب تحديد أهداف وسائل الإعلام الجماهيري في التثقيف والتوعية بأهمية

الرياضة للجميع في حياة الإنسان المعاصر، وفقا لما يلي :

- التأكيد على الرياضة للجميع تعد ذات مكانة هامة في المجتمع لكونها عنصرا أساسيا لتنمية الثقافة ، وكذلك مصدرا للتنمية البشرية .
- توعية كل من الأطفال والشباب وكبار السن والمرأة والمعاقين والمرضى بقيم وفوائد وأهمية الرياضة للجميع في :

- تحسين نوعية الحياة. تطوير الصحة واللياقة البدنية ، استثمار أوقات الفراغ بطريقة أفضل ، خفض التوترات الناجمة عن ضغوط الحياة العصرية ، الوقاية من العديد من الأمراض العصرية المرتبطة بالقلب والأوعية الدموية الناتجة عن ظاهرة البدانة ونقص الحركة ، وذلك من خلال المحافظة على الوزن المناسب للمرحلة السنية ، ومن ثم التخلص من الوزن الزائد أو البدانة والتغلب على ظاهرة نقص الحركة من خلال المشاركة في برامج الرياضة للجميع ، تأخر ظهور أعراض الشيخوخة والبعد المبكر عن متاعبها ، استثارة دافعية المواطنين للمشاركة في برامج الرياضة للجميع ، وتكوين اتجاهات ايجابية لديهم بغرض دعمهم لفكر الرياضة للجميع والعمل على زيادة الطلب على تلك المشاركة ، وبوجه خاص في المراحل العمرية المبكرة حتى يتم تشكيل الاتجاهات بالكيفية المرجوة قبل أن يتم تكوينها بطريقة يتطلب تعديلها أو تغييرها .

ثانيا : يجب تحديد نوعية الجمهور المراد توجيه إليه الرسائل الإعلامية المرتبطة بالرياضة

لجميع ، وذلك عبر وسائل اتصاله الجماهيرية ، وفقا للمتغيرات التالية :

- أ- المراحل العمرية : الطفولة ، المراهقة ، الشباب ، متوسطي العمر، كبار السن .
- ب- نوع الجنس : ذكور ، إناث .

ج- المستوي التعليمي أو الثقافي : أمية ، تعليم ما قبل الجامعي ، تعليم جامعي ، دراسات عليا .

د- الميول والهوايات والاتجاهات نحو الرياضة للجميع : والتي تتنوع وفقا للمتغيرات السابقة .

وذلك يتم من خلال نتائج علمية لدراسات لاستطلاع الرأي حول حاجة هذا الجمهور للبرامج المطلوب تقديمها إليه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية لتحديد احتياجاته من البرامج والفقرات الإعلامية وفقا للخصائص المرتبطة بمرحلته العمرية ونوع الجنس ومستواه التعليمي أو الثقافي أو الاجتماعي أو الاقتصادي .

ثالثا : يجب أن تتضمن البرامج والفقرات الإعلامية ما يلي :

- توضيح مفهوم ومضمون الرياضة للجميع ، وذلك بغرض توعية المواطنين بالمفهوم الأمثل للرياضة للجميع بعيدا عن المفاهيم الخاطئة المرتبطة بالرياضة للجميع ولدحض مضمونها و أفكارها .
- التأكيد على إدراك قيمة المردود الايجابي لممارسة المواطنين الرياضة للجميع ، وذلك على كل من الجانب البدني والنفسي والاجتماعي لهم .
- توضيح دور المشاركة في برامج الرياضة للجميع في: تنمية اللياقة البدنية ، تطوير الصحة ، الوقاية من بعض الأمراض العصرية ، العزلة الاجتماعية .
- تعليم العديد من الألعاب والرياضات التي تتميز بطابع استمرارية ممارستها مدني الحياة كالمشي والهرولة والسباحة وركوب الدراجات والمضرب الخشبي (الرأكت) وكرة السرعة والريشة الطائرة والجولف والكروكيه والتدريبات البدنية الهوائية والبولينج والرماية والقوس والسهم وصيد الأسماك والألعاب الشعبية .
- تقديم عرض للمهرجانات والعروض الرياضية والحركات الإيقاعية ومهرجانات الألعاب الشعبية والبيئية والترويجية لتعريف المواطنين بها .
- التعريف بالعديد من التجهيزات والأدوات والمنشآت التي تستخدم في مجال الرياضة للجميع .
- التعريف بكيفية ممارسة أوجه نشاط الرياضة للجميع في العديد من الأماكن ، وذلك كما في المنزل أو الحديقة أو النادي أو بمقر العمل أو الشارع أو الشاطئ .
- تقديم الإرشادات والتوجيهات والنصائح المرتبطة بممارسة الرياضة للجميع ، وذلك بغرض توفير الأمان والسلامة أثناء الممارسة ، والتعريف بطرق ووسائل الإسعافات الأولية في حالة الإصابة وفقا لطبيعتها ودرجتها أو شدتها .
- عرض تجارب وفعاليات ودور الدول المتقدمة واتحادات الرياضة للجميع والمنظمات والهيئات والدول المعنية بدعم الرياضة للجميع .
- توضيح دور المؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني في دعم مشروعات وبرامج الرياضة للجميع .
- التغطية الإعلامية من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية للمهرجانات والمباريات والمؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تدور في مجال الرياضة للجميع .

رابعاً : يجب ضرورة مراعاة أهم الاعتبارات التالية حتى يمكن للفقرات والبرامج الإعلامية المعدة في مجال الرياضة للجميع من تحقيق الأهداف المرجوة منها ،

وهي:

- تحديد المساحة الزمنية للبرامج والفقرات الإعلامية التي تم التخطيط لها وفقاً للوسائل الاتصالية التي سوف يتم العرض من خلالها للجمهور ، وكذلك توقيت تقديمها أو عرضها للجمهور .
- الاهتمام بعمليات التقويم والتغذية المرتدة للتحقق من الأثر المراد إحداثه في المتلقين للرسالة المنقولة إليهم عبر وسائل الاتصال المختلفة ، وذلك للتعرف على تفاعل هؤلاء المتلقين مع مضمون الرسالة ، ومع القائم بعملية الاتصال وفقاً للكيفية التي يتم تقديمها بها.

خامساً : يجب تحديد أهم المتطلبات المهنية التي يجب توافرها في المصادر الإنسانية

المرتبطة بالعنصر البشري العامل في مجال الإعلام عن الرياضة للجميع :

يجب تحديد المصادر الإنسانية Human resources التي تشارك في إعداد وتنفيذ الفقرات والبرامج الإعلامية في مجال الرياضة للجميع ، كما يجب مراعاة أن يتوافر لدى هؤلاء المسؤولين الإلمام بالمعرفة والتخصص في مجال الرياضة للجميع ، وأن يكون لديهم خبرة تخطيطية Experience of planning في المجال ، وكذلك خبرة في تقويم Experience of evaluation تلك الفقرات والبرامج ككل ، ومراجعة عمليات إعدادها وتنفيذها ، وذلك لتقرير سلامة العمل .

كما يجب التأكيد على أن المسؤولين عن التخطيط والتنفيذ إنما يمثلون فريقاً للعمل Team Work ، وأنه يمكن الاستعانة ببعض بيوت الخبرة العالمية المتميزة في مجال الإعلام في بناء إستراتيجية إعلامية للرياضة للجميع .

سادساً : يجب مراعاة أهم النقاط التالية لإثراء العملية الإعلامية فيما تقدمه من فقرات

وبرامج تتناول التثقيف والتوعية بأهمية رياضة للجميع في حياة الإنسان

المعاصر ، بغرض تحقيق النتائج المرجوة من بثها ، وهي :

- الاهتمام بالإعداد والتخصص المهني للعاملين بالإعلام في مجال الرياضة للجميع لتزويدهم بالمعرفة وتطوير قدراتهم وكفاياتهم Competencies المرتبطة بطبيعة عملهم .
- الاهتمام بالإعداد الجيد للمادة الإعلامية التي يتم توجيهها للجمهور عن الرياضة للجميع عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ، وذلك حتى يزداد تأثيرها الإيجابي في الجمهور المتلقي لرسائلها ، كما يجب مراعاة الرسالة الإعلامية Message للمستوى المعرفي والخصائص النفسية للمتلقين لمضمونها ، وكذلك مناسبتها لخبراتهم السابقة حتى يمكنهم

التفاعل مع مادتها الإعلامية في مجال الرياضة للجميع ، ومن ثم الحرص على متابعتها والاهتمام بما تحتوي عليه من أفكار وآراء واتجاهات ، مما يزيد من فاعلية الاتصال وتحقيق الهدف من العملية الإعلامية .

- مراعاة توافر الدقة العلمية للمعرفة التي تتضمنها الرسالة ، ومن ثم مراعاة صدق المعاني والدلالات والتناغم والتطابق بين الألفاظ أو الرموز المستخدمة في الرسالة والحقائق والوقائع أو الأحداث التي تشير إليها ، مما يؤدي إلى المزيد من فهم مضمون الرسالة ، ومن ثم يؤثر في قدرتها الإقناع ، كما يجب مراعاة الترابط التسلسلي بين الأفكار التي تشتمل عليها الرسالة حتى يمكن المتلقي لمحتواها من متابعتها وإدراك المعاني ومن ثم تركيز انتباهه وعدم تشتيت فكره ، وذلك حتى يتحقق الهدف المرجو منها .

- تأكيد المخطط الإعلامي في مجال الرياضة للجميع على دراسة مدى انطباق الجمهور وتفاعله مع مضمون الرسالة الإعلامية ، وذلك يرتبط بالعديد من المتغيرات أهمها : خصائص القائم بالاتصال ، ما تحويه الرسالة من مضمون ، والكيفية التي يتم تقديمها ، وكذلك التأكيد على التعرف على مدى تأثير الجمهور المتلقي لهذه الرسالة الإعلامية بمضمونها أو محتواها ، وتحديد طبيعة هذا التأثير : هل هو تأثير معرفي؟ أو وجداني؟ أو سلوكي ؟ أو أنه قد تحقق أكثر من أثر اتصالي للمتلقين للمادة الإعلامية.

- مراعاة أن تتسم الدعاية Propaganda للرياضة للجميع عبر وسائل الإعلام الجماهيرية بالفن في التأثير في قبول المتلقين للرسالة الإعلامية للآراء والأفكار والمعتقدات والاتجاهات التي تتضمنها ، وكذلك بفن القدرة على إقناع الآخرين بها .

- مراعاة تكرار الدعاية للرياضة للجميع بالتركيز على عدد محدود من الأفكار الهامة في المجال ، والتأكيد على عرضها بأشكال متنوعة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية لتناسب مع نوعية الجمهور الذي يتم مخاطبته ، مع الحرص على إبراز الخطوط العريضة لموضوع الدراسة .

- تأكيد وسائل الإعلام الجماهيرية على أن يكون شعار حملاتها الإعلامية مثيرا لاهتمام المواطنين بغرض تحفيزهم للمشاركة في برامج الرياضة للجميع ، لتحقيق الهدف الأسمى للرياضة للجميع هو : لزيادة الطلب على المشاركة اليومية و بانتظام في برامجها وأوجه نشاطها ، وان يمثل ذلك أسلوبا وجزءا من حياتهم اليومية ، ومن أهم هذه الشعارات : " تحرك من أجل صحة أفضل وسعادة عائلية أكثر وعائد اجتماعي أفضل " ، " الرياضة من أجل حياة أفضل " ، " الحركة من أجل الصحة " ، " اللياقة البدنية لحياتك " ، " المشي والتجوال لحياتك " ، " الجري لحياتك " ، " السباحة لحياتك " ، " الرياضة من أجل قهر متاعب الحياة اليومية " ، " الرياضة من أجل الوقاية من أمراض القلب " ، " الرياضة من أجل الوقاية من الاكتئاب النفسي " ، " الرياضة من أجل الوقاية من مرض السرطان " ، " الرياضة من أجل تحسين نوعية الحياة " ، " الرياضة من أجل الرضا عن الحياة " ...

- الاهتمام باستمرارية الاتصال ، وذلك باعتبار أن عملية الاتصال لا يجب أن تنتهي ، ومن ثم فإن تكرار التعرض للمادة الإعلامية إنما يسهم في تنمية المعرفة وتكوين وتعديل الاتجاهات المرتبطة بالمجال ، وكذلك في التنشئة الاجتماعية نحو الرياضة للجميع ، إذ أن الاستمرارية في تقديم المادة الإعلامية المرتبطة بهذا المجال تزيد من فرص إقناع الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية بمضمونها .

- انتقاء البرامج والفقرات الإعلامية المتميزة في مجال الرياضة للجميع من تلك التي تقدمها وسائل الإعلام في الدول المتقدمة ، وذلك للاستفادة منها في الاستراتيجيات الإعلامية للدول العربية .

- الاستفادة من نتائج الدراسات العلمية التي تم إجرائها في مجال الرياضة للجميع في تدعيم المادة الإعلامية التي يتم تقديمها للجمهور عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ، مما يؤدي إلى تفعيل الاتصال وزيادة قدرتها على أن تكون أكثر قناعة وتأثيرا في الجمهور المتلقي لمعلوماتها .

- إجراء الدراسات العلمية التي تتناول استطلاع آراء المتلقين للرسائل الإعلامية عبر وسائل الاتصال الجماهيرية فيما يرتبط بالدعاية والترويج للرياضة للجميع ، وذلك بغرض تقرير مدى مناسبتها لميولهم واتجاهاتهم وأذواقهم ، وكذلك لمدى إشباعها لحاجاتهم ، ومن ثم مدى تفضيلهم لها .

- الاهتمام بعمليات التقييم والتغذية المرتدة فيما يرتبط بالفقرات والبرامج المقدمة في مجال الرياضة للجميع ، وذلك فيما يرتبط بعمليات التخطيط والتنفيذ ، ويكون ذلك من خلال البحث عن إجابة لأهم التساؤلات التالية :

- هل التخطيط للفقرات والبرامج المقدمة في مجال الرياضة للجميع قد تم في ضوء المعايير العلمية التي يجب مراعاتها في هذا الشأن ؟

- هل تم تحديد نوعية الجمهور المراد توجيه الرسائل الإعلامية له وفق لدراسات إعلامية وديموجرافية أشارت نتائجها إلى ضرورة الاهتمام بهذا الجمهور وفقا لتباين فئاته ، ونظرا لحاجته إلى ذلك ؟

- هل تم مراعاة طبيعة الجمهور الذي تم تحديده لمخاطبته عبر وسائل الاتصال الجماهيرية في موضوعات وقضايا الرياضة للجميع ؟ وهل تم مراعاة ذلك في تحديد المادة العلمية ومضمونها ؟

- هل تم اختيار المسؤولين عن إعداد وتنفيذ الفقرات والبرامج في مجال التثقيف والتوعية بالرياضة للجميع وفقا لمعايير علمية ؟

- هل يحتاج هؤلاء المسؤولون لأحد أنواع التدريب أثناء الخدمة In Serving Training قبل بداية عملهم لتنفيذ المهام الموكولة إليهم وفقا لما تحدده الأهداف ؟

- هل تم تحديد مواصفات الجودة لأداء العاملين القائمين على إعداد الفقرات والبرامج التي يتم تقديمها وتنفيذها في مجال الرياضة للجميع من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية ، وذلك وفقا لمهام كل مسئول ؟

وفى ضوء الإجابة على تلك التساؤلات يتم تقويم دور وسائل الإعلام الجماهيري في تثقيف وتوعية المواطنين بالمفهوم العلمي والفلسفي للرياضة للجميع وبأهميتها في تحسين نوعية حياة الإنسان المعاصر ووقايته من بعض الأمراض الناتجة عن بعض المظاهر الضارة الناتجة عن نقص حركة الإنسان في عصرنا هذا ، ومن ثم اتخاذ القرارات المناسبة لتدعيم دورها وتفعيله ، وذلك بعد دراسة كل من الإيجابيات والسلبيات التي أشارت إليها العملية التقييمية .

قائمة المراجع

١. أحمد ماهر : دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الإستراتيجية ، الإسكندرية ، مركز التنمية الإدارية، ١٩٩٦.
٢. إسماعيل السيد : الإدارة الإستراتيجية ، القاهرة ، المكتبة العربية الجديدة ، ١٩٩٠.
٣. اشرف منير صبري : بناء إستراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ، رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٩.
٤. المجلس الأعلى للشباب والرياضة : سلسلة الندوات العلمية الرياضية : ندوة الرياضة للجميع ، القاهرة، الإدارة المركزية للبحوث الشبابية والرياضية ، ١٩٩٢م.
٥. أمل منير صبري : بناء إستراتيجية لقناة الرياضة الفضائية المصرية ، رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٤.
٦. أمين أنور الخولي : الرياضة والمجتمع . الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، عالم المعرفة ، العدد (٢١٦) ديسمبر ١٩٩٦.
٧. أيمن ربيع الأحمدى: بناء إستراتيجية للسياحة الترويحية الرياضية بالمملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٤.
٨. تامر محمد العناني : منظومة لنشر الرياضة للجميع فى جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٥.
٩. حسام الدين المرسي مبارك : دور وسائل الإعلام الجماهيرية فى نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية ، رسالة ماجستير ، مكتبة كلية التربية الرياضية بجامعة طنطا ، ٢٠٠٣.
١٠. خير الدين عويس، عطا عبد الرحيم : الإعلام الرياضي . الجزء الأول ، القاهرة، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٨.
١١. رفاعي رفاعي ، عبد الحميد المغربي : إدارة الاستراتيجيات . المنصورة ، كلية التجارة بجامعة المنصورة ، ١٩٩١.
١٢. عائدة سيد خطاب : الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية فى ظل إعادة الهيكلة - الاندماج - مشاركة المخاطر . الطبعة الثانية ، القاهرة ، دار كليوباترا للطباعة ، ١٩٩٩ .
١٣. عبد الحميد المغربي : الإدارة الإستراتيجية لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين ، القاهرة، مجموعة النيل العربية ، ١٩٩٩.
١٤. عبد الرحمن سيار : بناء إستراتيجية للرياضة للجميع بدولة البحرين ، المؤسسة العامة للشباب والرياضة ، معهد البحرين الرياضي ، البحرين ، ١٩٩٥.

١٥. عبد الرحمن سيار : وضع إستراتيجية للرياضة للجميع بدولة البحرين . رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، ١٩٩٣ .
١٦. فاطمة هانم على محمد : وضع إستراتيجية لرياضة كبار السن في جمهورية مصر العربية . رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٨ .
١٧. كلية التربية الرياضية للبنات بالإسكندرية : المؤتمر العلمي الدولي الرابع، التعليم مدى الحياة من أجل أنسات وسيدات أكثر نشاطا ، المؤتمر الذي نظّمته كلية التربية الرياضية للبنات بجامعة الإسكندرية في الفترة من ٢٦-٢٩ أكتوبر ٢٠٠١ ، مجلد المؤتمر ٢٠٠١ .
١٨. كلية التربية الرياضية للبنات بالإسكندرية : المؤتمر العلمي الدولي الثالث رياضة المرأة وعلوم المستقبل بين التأثير والتأثر ، المؤتمر الذي نظّمته كلية التربية الرياضية للبنات بجامعة الإسكندرية في الفترة من ١٩-٢٢ أكتوبر ١٩٩٩ ، مجلد المؤتمر، الجزء الثاني ، ١٩٩٩ .
١٩. كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة : المؤتمر العلمي " الرياضة والمبادئ الأولمبية : التراكمات والتحديات " الذي نظّمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة من ٢٨-٣٠ ديسمبر ١٩٩٤ ، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة ، ١٩٩٤ .
٢٠. كمال درويش ، أمين الخولي : تجارب الأمم في تخطيط حملات الرياضة للجميع ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٩٧ .
٢١. كمال درويش ، محمد الحماحمي : رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ٢٠٠٧ .
٢٢. كمال درويش ، محمد الحماحمي : الترويج الرياضي في المجتمع المعاصر ، مكة المكرمة ، مكتبة الطالب الجامعي ، ١٩٨٧ .
٢٣. محمد احمد عبد السلام : وضع إستراتيجية للترويج الرياضي لطلاب جامعة قناة السويس . رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية ببورسعيد، ٢٠٠١ .
٢٤. محمد الحماحمي : تطور الفكر التربوي في مجال التربية البدنية ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٩ .
٢٥. محمد الحماحمي : دراسة تحليلية للرياضة للجميع في ضوء إطارها الفلسفي ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي " الرياضة وتحديات القرن الحادي والعشرين " الذي نظّمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة من ٢٦-٢٨ مارس ١٩٩٧ ، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة ، المجلد الثاني ، ١٩٩٧ .
٢٦. محمد الحماحمي : أصول اللعب والتربية الرياضية والرياضة. الطبعة الثانية ، القاهرة ، المركز العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٦ .

٢٧. محمد الحماحي : الرياضة للجميع : الفلسفة والتطبيق . القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٧ .
٢٨. محمد الحماحي : الرياضة للجميع في ضوء الفكر الاولمبي . دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي " الرياضة والمبادئ الاولمبية : التراكمات والتحديات " الذي نظمتها كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة من ٢٨-٣٠ ديسمبر ١٩٩٤ ، المجلد الثاني لبحوث المؤتمر ، القاهرة ، ١٩٩٤ .
٢٩. محمد الحماحي ، احمد سعيد رجب : الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار اوقات الفراغ ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ٢٠٠٦ .
٣٠. محمد الحماحي ، عايدة عبد العزيز : الترويج بين النظرية والتطبيق ، الطبعة السادسة ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ٢٠٠٩ .
٣١. محمد الحماحي وآخرون : تحديات ممارسة الرياضة للجميع ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي " الرياضة والعولمة " الذي نظمتها كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة من ٥-٦ ابريل ٢٠٠١ ، المجلد الثاني للمؤتمر ، ٢٠٠١ .
٣٢. محمد الحماحي : دور وسائل الاتصال في نشر الثقافة الرياضية - ندوة الرياضة للجميع - القاهرة ، المجلس الأعلى للشباب والرياضة ، الإدارة المركزية للبحوث الشبابية والرياضية ، سلسلة الندوات العلمية الرياضية ، ١٩٩٢ .
٣٣. محمد فضالي : الرياضة للجميع - ندوة الرياضة للجميع - القاهرة ، المجلس الأعلى للشباب والرياضة ، الإدارة المركزية للبحوث الشبابية والرياضية ، سلسلة الندوات العلمية الرياضية ، ١٩٩٢ .
٣٤. مروان محمد صالح : منظومة للصحافة لتنمية المعرفة بالرياضة للجميع لدي القراء . رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٥ .
٣٥. مسعد سيد عويس ، عبد الرحمن سيار : الميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضة ، سلسلة الثقافة الرياضية ، العدد السابع ، يناير ١٩٩٢ ، البحرين ، المنامة ، معهد البحرين .
٣٦. موسي عباس على : بناء إستراتيجية للنهوض بالرياضة في دولة الإمارات العربية المتحدة ، رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .
٣٧. نجم الدين السهروري : واقع القيادات الرياضية بالوطن العربي ، النشرة العربية للاتحاد الدولي للتربية البدنية ، عدد مشترك (١٣ ، ١٤) السنة الرابعة ، بدون تاريخ ، الرياض ، الأمانة العامة للاتحاد الدولي للتربية البدنية .
٣٨. يحي محمد ألبوشني : إستراتيجية مقترحة للرياضة للجميع في جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، مكتبة كلية التربية الرياضية بجامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٨ .

39. Andrews , John : Developement du Sport Pour Tous à Travers le Monde : progrès et problème (FIEP) Bulletin , Volume 61, No4, 1992.
40. Certo, S & Peter , J .: Strategic Management a Focus on Process. Singapore, McGraw – Hill Publishing Co, 1990.
41. Davis, K .: Sport Management Successful Private Sector Business Strategies. U.S.A. , Brown Communications , Inc, 1994
42. Hung, Shu- Chen : Relationships Among goal Orientations , Perceived Abilities and Sport Enjoyment of the University Students in Taiwan, Development strategies of international cooperation of HPERD for the Millennium . Minia University , Egypt , 1999.
43. Joel Raynaud : Summary of the Survey “New Strategies in Sport For All – Trim and Fitness Conference , France , 1991.
44. Mc Donough, Michael : Sport and Sport for All : A Focus on Education. The international bulletin of Physical Education and Sport ., Volume 62 No (1 ,2) , 1993.
45. Robson, W. : Strategic Management and Information Systems: An Integrated Approach ,2nd London, U.K., 1997.
46. Seurin , Pierre : L'Education Physique et le Sport dans les Pays du Tiers- Monde (F.I.E.P) , Bulletin Volume 53, No3, Octobre 1983, France, Imprimerie de la Violette.
47. Standerven , J., Hardman K., Fisher. D.: Sport for All into the 90 Siècle: Comparative Physical Education and Sport , volume 7, Germany , 1991
48. Thompson, A., Strickland, A. : Strategic Management Concepts and Cases. 9th edition , U.S.A. , Irvin Co., 1996.
49. <http://forms.acsm.org/international/index.htm>
50. www.phac-aspc.gc.ca/guide/pdf/kids_family_guide_e.pdf

رؤية نحو تفعيل دور وسائل الإعلام الجماهيري في التنقيف بالرياضة للجميع

*أ.د محمد محمد الحماحمي

يتضح دور الإعلام بالتوعية بمفهوم الرياضة للجميع وأهميتها في تطوير الحالة البدنية والصحية وفي كونها أسلوباً ضرورياً للحياة المعاصرة ، وفي الإثراء المعرفي بتأثيرها على تحقيق حياة أفضل للإنسان ، وفي تشكيل اتجاهاته نحو الإقبال على المشاركة في برامج وأوجه نشاط الرياضة للجميع ، وذلك بشكل منتظم ، ليكون في حالة صحية جيدة.

لذا قام الباحث بأجراء دراسته بهدف مواجهة التحديات التي تواجه الرياضة للجميع والمرتبطة بالوعي أو الثقافة أو المعرفة أو الفلسفة المنتمية لتلك الرياضة ، وذلك من أجل زيادة الطلب من قبل المواطنين على المشاركة في برامج الرياضة للجميع نتيجة لإدراكهم الواعي لمفهومها وأهميتها في التغلب على العديد من المشكلات الناتجة عن بعض المتغيرات التي طرأت على المجتمع المعاصر نتيجة لنقص الحركة والبدانة ، ولمواجهة العديد من المشكلات الناتجة عن عدم استثمار أوقات الفراغ .

ويتحدد الهدف من الدراسة في تقديم رؤية نحو تفعيل دور وسائل الإعلام الجماهيري في تنقيف المواطنين وزيادة الوعي لديهم بأهمية المشاركة في برامج الرياضة للجميع وممارسة أوجه نشاطها ، ومن ثم زيادة الطلب عليها من قبل المواطنين .

وقد توصل الباحث إلى تحديد التحديات والتراكبات المرتبطة بالرياضة للجميع فيما يختص بالإعلام ، والى أهم ما يجب مراعاته في الحملات والاستراتيجيات الإعلامية في مجال الرياضة للجميع ، كما حدد الباحث مرئياته في ضرورة تحديد أهداف وسائل الإعلام الجماهيري التي ترتبط بتنقيف وتوعية المواطنين بأهمية الرياضة للجميع في حياة الإنسان المعاصر ، ودراسة خصائص الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية حتى يتمشي مضمون تلك الرسائل مع مستوي فكر وثقافة واتجاهات وحاجات الجمهور ، وكذلك تحديد أهم المتطلبات المهنية التي يجب توافرها في المصادر الإنسانية المرتبطة بالعنصر البشري العامل في مجال الإعلام بغرض التنقيف بالرياضة للجميع .

* أستاذ بقسم الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية للبنين - بجامعة حلوان

Vision Towards Activating the role of the Mass Media In Sport For All

*Dr. Mohamed Mohamed El-Hamahmy

Illustrated the role of media awareness to the concept of Sport For All and its importance in the development of physical condition and health and in being a method is necessary for modern life , and in the enrichment of knowledge to affect a better life for everyone , and in the formation of attitudes toward demand to participate in the programs and aspects of activity sports for all , on a regular basis , to be in good health.

Therefore , the researcher conducted a study in order to meet the challenges facing the Sport For All associated with consciousness , culture or knowledge or philosophy belonging to the sport , in order to increase demand by the citizens to participate in sports programs for all as a result of their perception conscious of the concept and its importance in overcoming many of the problems arising for some of the variables that have occurred in modern society due to a lack of movement and obesity , and address many of the problems resulting from the lack of investment leisure .

The aim of the study is determined to provide a vision towards activating the role of the mass media in educating citizens and increase their awareness of the importance of participation in sports for all programs and practice aspects of their activities , thereby increasing demand by citizens.

The researcher reached to identify challenges and accumulations associated with the Sport For All with regard to the media , and to the most important thing to be taken into account in the campaigns and media strategies in the field of Sport For All.

researcher recommendate in the need to define the objectives of the mass media , which are linked to educate and raise public awareness of the importance of Sport For All human life contemporary, and study the properties of the public receiving the messages the media even keeping the content of those messages with the level of thought and culture , trends and needs of the public, as well as identify the most important professional requirements that must be met in the sources of humanitarian associated with the human element factor in the media the purpose of education, Sport For All.

* Professor In Department of Recreation Sports, Faculty of Physical Education for Men - Helwan University

ABSTRACT

The research aims to identify the impact of e-learning through the Internet for information on the performance level of punches side in the sport of boxing , and the researcher used the experimental method for the experimental group and one using measuring pre and post the first and second of the sample in question so as to appropriateness of the type and nature of the research, was chosen as the research community the way intentional students from the second year at the Faculty of Physical Education (Boys - Girls) in Port Said , Enrolled records of the college for the academic year (2012 - 2013) totaling (102) student , was chosen as the research sample basic way intentional random students from the Second Division , Faculty of Physical Education in Port Said for the academic year (2012 - 2013) and the sample included a number (20) of the student community to search kidney , The results of the search to the presence of statistically significant differences between the two measurements pre and post first in the level of performance of punches side in the sport of boxing for the students of the Faculty of Physical Education in Port Said and in favor of telemetric first, as there are no statistically significant differences between the telemetric first and telemetric second in the performance level of punches side for students Faculty of Physical Education in Port Said in the sport of boxing .