

جامعة محمد خيضر بسكرة.

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

محاضرات في اعلام واتصال رياضي

السنة الأولى : جذع مشترك

من إعداد الدكتور : زموري بلقاسم

-محاضرة رقم.01.

-مدخل الى اعلام واتصال:

تمهيد:

لقد أصبح الاعلام ظاهرة دولية و عالمية ، إذ أصبح النشاط الاتصالي جزءا رئيسيا من الحياة اليومية للأفراد و الجماعات المختلفة في كافة المجالات . و بالنظر إلى التطورات العديدة التي طرأت على الرياضة، فان الإعلام الرياضي يتحمل الثقل المركزي في تقديمه للحياة الرياضية بصفة أكثر موضوعية ، و شمولية في ظل حتمية المصير بين الإعلام الرياضي و الحياة الرياضية . فالواقع فرض توسيع دائرة المهام، فإذا كانت الإذاعة هي الأسرع في تقديم الحدث فان للصحافة المكتوبة الرياضية القدرة على تقديم مختلف المعلومات في مختلف الرياضات..

1-الاتصال :

1-1- مفهوم الاتصال :

"يعتبر الاتصال من العمليات الاجتماعية الهامة التي لا يمكن أن يعيش بدونها أي فرد، و أي جماعة أو منظمة ، حيث يعد الاتصال الوسيلة الأساسية التي يستخدمها الفرد في نقل آرائه و خبراته إلى الآخرين ، و في الوقت نفسه يعتبر الاتصال وسيلة لنقل الأفكار و الآراء و الخبرات بين الأفراد ، فلولا الاتصال بين الشعوب لما أمكن نقل هذه الأفكار و المبتكرات، و لولا الاتصال الإنساني من جيل إلى جيل آخر لما تمكن الجيل الماضي من نقل تقاليده، و معتقداته و ثقافته إلى الجيل الآخر أو الحاضر ، فالاتصال إذا على هذا النحو يعتبر حجر الزاوية في بنية المجتمع الإنساني ، حيث لا يمكن أن تنمو الأعمال اليومية للأفراد في جميع المجالات .

1-1-1 تعريف الاتصال لغة و اصطلاحا : LA COMUNICACION

أ - تعريفه لغة :يرجع هذا اللفظ إلى الكلمة اللاتينية COMMUIS و معناها أن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء ، و كلمة COMMON و معناها فكرة أو اتجاه أو أسلوب أو معنى ما"

"وقد جاء في لسان العرب لابن منظور أن الاتصال و الوصلة ما اتصل بشيء ، و قال الليث :كل شيء اتصل بشيء : فيما بينهما وصلة أي اتصال و ذريعة ، ووصلت الشيء وصلا وصلة ، و الوصل ضد الهجران و الوصل خلاف الفصل ، و جاء في القرآن الكريم : "ولقد وصلنا لهم القول "أي وصلنا ذكر الأنبياء و أقاصيص من معنى بعضها ببعض ، لعلمهم يعتبرون ، و اتصل الشيء بالشيء :لم ينقطع ، ووصل الشيء الى الشيء و صولا ، و توصل إليه : انتهى إليه و بلغه : ووصل إليه و أوصله أنجاه إليه وأبلغه إياه وفي التنزيل : "إن الذين يصلون إلى قوم بينكم و بينهم ميثاق "أي يتصلون و توصلوا إليه :أي تلتطف في الوصول إليه :فالاتصال في اللغة العربية يدور حول معان أربعة:

- التوصل و الذريعة إلى الشيء

- الوصل ضد الهجران و الانقطاع

- توصل إليه : انتهى إليه و بلغه ، أي تلتطف في الوصول إليه"

"- بمعنى عام و شائع كما ذكرنا فان الاتصال في اللغات الأجنبية اشتق من الكلمة communication في المفرد و جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية فان :كلمة اتصال تستخدم للإشارة إلى عملية الاتصال التي يتم عن طريق نقل معنى ، أما الاتصال في صيغ الجمع فتشير الى الوسائل نفسها أو مؤسسات الاتصال"

ب – اصطلاحا :

عند العلماء الغربيين: "عرفه العالم الاجتماعي تشارلز كولي 1909 الاتصال على انه :ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية و تنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمن وهي تتضمن تعبيرات الوجه و الإيماءات و الإشارات و نغمات الصوت والكلمات والطباعة والخطوط الحديدية وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان"

"فالاتصال حسب كولي هو الآلية التي توجد فيها العلاقات الإنسانية وتنمو عن طريق استعمال الرموز ووسائل نقلها وحفظها"

أما كارل هوفلاند : فيعرف الاتصال بأنه :العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد أو القوائم بالاتصال منها وعادة ما تكون الرموز القوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين ، أي مستقبل للرسالة"

"- وتعرفه الجمعية القومية لدراسة الاتصال بأنه : تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الآراء مما يتطلب

عرضا و استقبالا يؤدي إلى التفاهم بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أو عدم وجود انسجام ضمني"

- عند علماء العرب: " فيعرف إبراهيم إمام الاتصال بأنه :حاصل العملية الاجتماعية والوسيلة التي

يستخدمها الأفراد لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ، ونقل أشكالها ومعناها عن طريق التسجيل والتعبير والتعليم .

- أما سمير حسين: فيعرف الاتصال على أنه : النشاط الذي يستهدف أو الانتشار والمألوفة لفكره أو موضوع أو قضيته عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى ، باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.
كما يرى عاطف عدلي العبد أن الاتصال هو تنقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف لآخر ، من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية."

- من كل هذا نتوصل إلى أن الاتصال هو ترجمة للأفكار والمشاعر وتعبير عنها برموز ذات معنى ، وكذا تبادلها مع الآخرين لأنه عبارة عن عملية اجتماعية مستمرة، لان الاتصال هو أساس النظم الاجتماعية ، فعندما تجتمع مجموعة من الأفراد لتحقيق هدف معين فإنهم يحتاجون إلى قدر معين من المعلومات والبيانات التي تمكنهم من أداء الأعمال اللازمة لتحقيق هذا الهدف، فالاتصالات هي الوسيلة التي يمكن بواسطتها توفير وتبادل هذه البيانات والمعلومات بصورة يستطيع معها أفراد الجماعة التفاهم مع بعضهم البعض والتأثر و التأثير فيما بينهم .

2- الإعلام :

مفهومه :

"يرى حامد زهران بأن الإعلام هو: عملية نشر و تقويم معلومات صحيحة و حقائق واضحة و أضرار صادقة موضوعات دقيقة و ووقائع محددة و أفكار منطقية وأداء راجع للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام ، فمن التعريف المبسط نفهم أن الإعلام عبارة عن عملية تعبير موضوعي ،يقوم على الحقائق و الأرقام و الإحصاءات يستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة و التي منها: الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون ، المسرح"

"فالإعلام هو تزويد الأفراد بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين ذاتي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم.

كما أن هناك تعريفاً آخر للعالم الألماني أتربرون فإنه يرى أن الإعلام هو: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت "

2-1- عناصر الإعلام : " للإعلام عناصر ثلاث نذكر منها :

أ:عنصر المرسل

ب:عنصر المستقبل

ج:عنصر الوسيلة أو الأداة

أ:عنصر المرسل :هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة ، سواء كانت هذه الجهة هي الحكومة أو الشركة أو الهيئة أو النادي أو الفرد أو الجماعة .

ب:عنصر المستقبل :هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان جزءاً أو جماعة .

ج:عنصر الأداة أو الوسيلة: أن وسائل الإعلام تستطيع أن توسع الأفاق وتعمل على خلق الشخصية القادرة على التقمص الوجداني، أساس عملية التنمية للمشاركة و التبادل .

لوسائل الإعلام دور هام في اتخاذ القرارات، ولكن بصورة غير مباشرة تكملها الاتصالات لشخصية، كما تساهم هذه الوسائل في إعطاء صبغة من الأهمية و الاعتبار للزعامات المحلية، حيث تتحدث في الإذاعة و التلفزيون وتكتب في الصحف. وتستطيع وسائل الإعلام خلق المعايير الاجتماعية الجديدة و فرضها و متابعة كل انحراف وكشفه، وكذلك تستطيع المساعدة في تكوين العام، فضلا عن تعديل المواقف و الاتجاهات الضعيفة و من المحقق كذلك أن وسائل الإعلام لا يمكن ان تحل محل المعلم، فلا بد من اتصال ذو اتجاهين لمرحلة ما من مراحل العملية التعليمية تتوافر فيها المناقشة و الحوار، فالجمع بين وسائل الإعلام و التعليم الشخصي له قوة فائقة .

- فوائد وأهداف الإعلام :

تتجلى فيما يلي :

- نقل وتوصيل المعلومات والمعارف حول موضوع معين، أي هدف معرفي معين، و عرض الحقائق الجارية في المجتمع.

- توصيل فكرة معينة و انتفاع الآخرين بها، أي التأثير في الرأي العام الذي يسعى إلى تغيير الأفكار و تشكيل أفراد ايجابيين .

- الترفيه و التسلية بهدف الترويح ."

جامعة محمد خيضر بسكرة.

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

محاضرات في اعلام واتصال رياضي

السنة الأولى : جذع مشترك

من إعداد الدكتور : زموري بلقاسم

-محاضرة رقم.02.

- تقسيم وسائل الإعلام :

أ - الوسائل السمعية : "وتشمل الإذاعة ، التسجيلات الصوتية و غيرها من الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت.

فالإذاعة تعد من أهم الوسائط حيث نجدها تتضمن برامجها موضوعات متنوعة ، و في المجتمع الميادين التربوية ، الثقافة العلمية و الرياضية و الترويحية ، و تعمل الإذاعة على ربط الفرد في مجتمعه و العالم من حوله ، ونشر الثقافة و المعرفة و كل ما يخص الجانب التربوي ، و أصبح المذياع بذلك أهم سمات الحضارة ب - الوسائل البصرية: ظهرت الصحافة المرئية كوسيلة اتصال إنسانية و أداة مثالية لنقل المعلومات و للتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العليا للجميع على الصعيد العالمي كله ، وذلك من خلال جيل واحد .

وعندما ظهر التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري ، فأخذ عن السينما الصورة و الحركة لإذاعة الصوت و من إذاعة الصوت المكتوب ، فأطلق عليه في بداية عهده "إذاعة مرئية و سينما منزلية و يشمل الإعلام اللافتات ، المعارض و غيرها من الوسائل التي تعتمد على حاسة النظر وحدها .
ج- الوسائل السمعية البصرية : و تشمل التلفزيون ، المسرح و السينما .

د - الصحف و المجلات

هـ - الاتصال الموجه : يتم بين شخص وآخر أو بين شخص و مجموعة من الأشخاص مباشرة .

- تأثيرات وسائل الإعلام :

- تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع :

تجدد بنا الملاحظة الى أن الحديث عن وسائل الإعلام في المجتمع سيتوجب بعض التوضيحات المنهجية ، حتى يتسنى لنا الفهم الموضوع فهما ملائما وتتعلق هذه التوضيحات بمصطلح التأثير الذي ينبغي أن يفهم هنا ليس من جانبه السلبي فقط و إنما من جانبه الايجابي أيضا ، التغيير الذي يفهم على العموم كتغيير يحدث على مستوى السلوكات و المواقف و العادات ، و الأفكار الآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات وسائل الإعلام ، لابد أن يأخذ بنوع من الحذر و التحفظ لأن طريقة و أدوات قياس هذا التعبير مازالت موضوع خلاف بين الذين يركزون على التغيير الذي يحدث في المدى القصير لأسباب عملية مثل الحملات السياسية و حملات الاتصال الجماعي ، و شراء منتج معين ، قياس شعبية برنامج معين ، و بين الذين يعطون أهمية

التغيير الذي يحدث على المدى البعيد لأسباب تنحصر به متطلبات السياسة الإعلامية و الوطنية أو الهاجس الأكاديمي أو الأيديولوجي .

- كما أن تأثير وسائل الإعلام في المجتمع ينبغي أن ينظر إليه من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام و العمليات الاجتماعية الأخرى لأن وسائل الإعلام لا تعمل في فراغ و إنما ضمن و من خلال بنيات سياسية و اقتصادية و اجتماعية و ثقافية سائدة في المجتمع ، و على سبيل المثال الحصر ، إذا كان النظام السياسي يؤثر في وسائل الإعلام ، فان هذه الأخيرة تؤثر فيه أيضا و نركز في موضوعنا هذا على تأثير وسائل الإعلام في بعض الأنظمة الاجتماعية مثل : النظام التربوي و الأسري إما نتعرض إلى العلاقة بين وسائل الإعلام و العنف الذي يعتبر مصدر قلق و انشغال السياسيين و المربيين على حد سواء .

-تأثير وسائل الإعلام في المدرسة :أصبحت وسائل الإعلام و خاصة التلفزيون تتنافس مع المدرسة لجلب اهتمام الأطفال و المراهقين .

- بما أن الحديث عن تأثير وسائل الإعلام باعتباره يحتل مكانة رئيسية عند الأسرة سنتقدم بعرض تأثير وسائل الإعلام في المدرسة و التي كشفت عنها بعض الأبحاث في هذا الميدان و هي كالآتي :

- قلق الأولياء على أطفالهم بسبب الساعات الطويلة التي يقضونها أمام شاشات التلفزيون حسب نشاطاتهم الفكرية و الرياضية الأخرى .

- أن التلفزيون يعيق عملية التعليم من حيث تكشف الأبحاث عن ارتباط دال إحصائيا بين نسبة الذكاء و مشاهدة التلفاز ، انتقل متوسطات الذكاء زيادة مشاهدة التلفزيون وتزيد كلما قلت المشاهدات .

أن الأطفال المراهقين يتأثرون في تنشئتهم بالصور و الآراء التي تحملها وسائل الإعلام من الواقع كما يستعملون مواقف و سلوكيات تتمثل في الألبسة و تسريحات الشعر و اللغة المنحطة .

- إن الأطفال و المراهقين لا يقبلون بنسبة مرتفعة على المواد التربوية و التعليمية و إنما ينحاز إلى البرامج الترفيهية .

- تزيل وسائل الإعلام في غيابات الرقابة الحدود القائمة في ثقافة الأطفال و ثقافة الكبار و بالتالي يدخل الأطفال عالم الكبار قبل الأوان، و أن تتوفر لديهم أسباب الحصانة و الحماية .

- يعتقد معلم اللغة أن وسائل الإعلام لا تساعد الأطفال على اكتساب بعض المهارات لأن لغة وسائل الإعلام و لغة المدرسة مختلفان لحد ما ، فهي تشكل عاملا في ارتفاع نسبة الأخطاء في الأسلوب و الكتابة و الإلقاء ، بينما يعتقد البعض أن وسائل الإعلام و خاصة التلفزيون تساعد على اكتساب بعض المهارات و تفتح آفاقا جديدة في مجال العلوم و التكنولوجيا .

- تأثير وسائل الإعلام في النظام الأسري :تجدر الملاحظة في هذا السياق أن تأثير وسائل الإعلام في الأسرة يتوقف على عدة متغيرات أساسية مثل : الدخل ، التعليم ، السن ، الجنس على سبيل المثال الأسر التي لها دخل ضعيف و مستوى تعليمي محدود تقضي وقتا طويلا أمام التلفاز على خلاف الأسرة التي لها دخل مرتفع و مستوى تعليمي عالي لا تشاهد التلفاز لمدة طويلة ، بل تقضي وقتا طويلا في المطالعة و قراءة الجرائد و

النشاطات الفكرية ، إلا أن هذه الملاحظة يمكن أن لا تتطابق مع واقع كل أسرة و في جميع البلدان على العموم ، و يمكن تلخيص تأثير وسائل الإعلام خاصة التلفزيون على النحو الآتي :

- يقلل التلفزيون من التفاعل بين أفراد الأسرة ، لانشغالهم في مشاهدة برامجه .
- يقلل التلفزيون من الزيادات الاجتماعية وقضاء أوقات الفراغ خارج البيت .
- قلق التطلع المتزايد لامتلاك الحاميات الاستهلاكية والنجاح الفردي الذي يؤثر على القيم الاجتماعية .
- تهديد القيم الاجتماعية والروحية بسبب طغيان المواد التي تحمل تفويضات جنسية إباحية أو إجرامية .
- نشر قيم النزعة الاستهلاكية على حساب النزعة الإنتاجية ، فيما يخص البلدان النامية .

جامعة محمد خيضر بسكرة.

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

محاضرات في اعلام واتصال رياضي

السنة الأولى : جذع مشترك

من إعداد الدكتور : زموري بلقاسم

-محاضرة رقم.03.

- الفرق بين الاتصال والإعلام :

- ترى الدكتورة رحيمة عيساني أن الفروق الجوهرية بين الاتصال و الإعلام تكمن في :

. أن الاتصال أشمل من الإعلام .

. أن الاتصال نشاط أقدم من الإعلام .

. أن الاتصال قد يكون عشوائيا ، بينما الأعلام مخطط له دائما .

. أن الاتصال وسائله كثيرة بينما الإعلام وسائله محددة .

. أن الاتصال نشاط تمارسه كل الكائنات ، بينما الإعلام يمارسه الإنسان .

. تتضمن العملية الإعلامية عنصرين أساسيين هما : المرسل والرسالة بينما يكون دور المستقبل سلبيا بخلاف

العملية الاتصالية التي تشترط قيام المستقبل بدور ايجابي و تفاعله مع المرسل " .

-علاقة الاتصال بالإعلام :

. الإعلام مفهوم عصري ينطبق على عملية الاتصال التي تستعمل وسائل عصرية من الصحافة والإذاعة و

التلفاز، من خلال مفهومي الإعلام و الاتصال نستخلص أن الاتصال ف مجال الإعلام، رسائل واقعية محددة

على أعداد كبيرة من الناس ، بحيث يختلفون فيما بينهم الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و يتوزعون

في مناطق متنوعة و لهذا يعتبر الاتصال أساسا لكل تنظيم ناجح .

ورغم اتفاق الإعلام و الاتصال في شرطين أساسيين، لوقوع العملية و هي الصيغة ونقل الخبر ، فهما

يختلفان، لأن الإعلام مرتبط بالوسائل الحديثة ، الخبر ليس شرطا أساسيا في وقوع عملية الاتصال، إضافة

إلى أن عملية الاتصال لها مدلول اجتماعي في حين أن الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محصن .

غير أن عملية الاتصال بالجمهور و عملية الإعلام، تحتوي على عناصر مشتركة ذكرها علماء الإعلام و في

مقدمتهم لاسويل ، وهذه العناصر هي : المرسل ، المستقبل ، الرسالة ، الوسيلة و التأثير.

-الإعلام الرياضي :

-مفهوم الإعلام الرياضي : يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق و شرح

القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد

المجتمع و تنمية وعيه الرياضي .

و الإعلام الرياضي هو جزء من المنظومة التربوية التي تسعى إلى أحداث تغيير في الرأي العام ، فالإعلام الرياضي وما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية و ذلك بتوظيف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان و خبرته في بيئته الاجتماعية ، فكثير من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي على أنه مجرد أداة ترفيه و مصدر للأخبار الرياضية غير أن هذه النظرة الضيقة لا تخدم الإعلام الرياضي الذي يسعى أن يحدث في كل ما نسمعه أو نقرأه و نراه عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي و تثبيت أخرى ايجابية تخدم المتلقي لهذه الرسالة .

ومن جهة أخرى يتعامل الإعلام الرياضي مع جمهور كبير خاصة الفئة الشبانية، فيحدث فيهم نوع من الإثارة الجماعية، فحسن استغلال توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجمهور يجعل الإثارة الجماعية إما تأثير ايجابي أو سلبي. فالإعلام الرياضي يحدث الاستشارة العاطفية خاصة عند فئة الشباب في فترة المراهقة، حيث أن تتولد لديه المثيرات الحسية و المنهات الذهنية مثل المشاعر و العواطف أو المنطق و القول، فالإعلام الرياضي يتعامل مع عواطف الإنسان عندما يستعمل أسلوب العرض التي يخاطب الفكر و الوجدان .

و يشير كل من خير الدين عويس و عطا عبد الحليم أن الإعلام الرياضي هو العملية التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب و أوجد النشاط الرياضي للجمهور قصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع و تنمية الوعي الرياضي، فمن خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في السلوك القيم لجمهوره.

أما الحماحي يرى أن "الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي بغرض تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة، فتحكم المنافسات الرياضية، والإعلام في المجال الرياضي يهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضية و ذلك من خلال وسائل الاتصال أو الإعلام الجماهيري بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، و تنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات البدنية و الحركية و توجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية .

و يرى "زاك" وآخرون أن للإعلام الرياضي تأثير كبير في مجال الرياضة في الوقت الحاضر لزيادة عدد الممارسين للأنشطة الرياضية المختلفة نتيجة لإدخال نظام الأقمار الصناعية و التلفزيون و انتشار البرامج الرياضية.

جامعة محمد خيضر بسكرة.

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

محاضرات اعلام واتصال رياضي

السنة الأولى : جذع مشترك

من إعداد الدكتور : زموري بلقاسم

-محاضرة رقم.04.

-مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي :

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

- **المرحلة الأولى (البداية):** كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا و الدخان في الهند و النيران في الصحراء عند البلاد العربية و النقش على الأحجار و الأشجار و المعابد كآثار لأرشفة الأحداث الرياضية و انتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة ، و ذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة و بدائية .
- **المرحلة الثانية (العصر الحديث):** و بدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية و الإقليمية و المحلية و التي تتعدد في الكثير من الدول و خاصة الدول الكبرى ، و استخدمت في ذلك وسائل الاتصال و الإعلام المعروفة حاليا كالسمعية و البصرية و المقروءة ، و بذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في المجالات الرياضية لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم .
- **المرحلة الثالثة (الأقمار الصناعية ، الانترنت):** حيث تعد مصر أول الدول العربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد و العشرين تأكيدا على أنها ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي و الإفريقي ، و نتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالانترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلام و الاتصال.

أهداف الإعلام الرياضي :

- 1- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب .
 - 2- تثبيت القيم و المبادئ والاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نيق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
 - 3- نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المتعلقة بالقضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها .
 - 4- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال و الطرق التي تخفف عنهم أعباء و صعوبات الحياة اليومية .
- أهمية الإعلام في مجال التربية البدنية و الرياضية :

إن للإعلام عبر وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في مجال التربية البدنية و الرياضية فهو يساهم في تحقيق الأهداف الإعلامية التالية :

- تكوين بنية معرفية لمتلقي الرسالة ، سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية أو صحفية و ذلك فيما يخص مفاهيم و أهداف ووسائل التربية البدنية و الرياضية بوجه عام .

- تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بمجال التربية البدنية و الرياضية لدى الجمهور بغرض محو الأمية المرتبطة بالمفاهيم و القضايا التي يكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض الأفراد و فئات المجتمع .

- تدعيم المبادئ و القيم التربوية و ترسيخها في الأفراد و ذلك من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في المجال الرياضي .

- تكوين الاتجاهات الايجابية نحو التربية البدنية و الرياضية التنافسية، و الرياضة للجميع بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة لأوجه نشاطاتها، و ذلك من خلال توضيح أهميتها في حياة الإنسان و المجتمع و الحاجة إلى ممارستها للوقاية من الأضرار البدنية الحديثة.

- ومن خلال الفقرات و البرامج الإعلامية في وسائل الاتصال يمكن التعرف بكل ما هو جديد و مستحدث في مجال التربية البدنية و الرياضية و كيفية استثمار أوقات الفراغ ، أو التعريف ببعض الحقائق العلمية تربط بين التفوق الرياضي و الدراسي أو بين ممارسة النشاط الحركي و الصحة أو حتى بين نقص الحركة و الإصابة بالأمراض .

- تكوين رأي عام مبني على دقائق و معلومات سابقة ، و مناقشات عامة جادة للمشكلات و قضايا معاصرة للتربية البدنية و الرياضية حتى يكون هذا الرأي سندا في معالجة تلك المشكلات و القضايا مثل :

1/ نقص اهتمام المسؤولين بتعليم التربية البدنية المدرسية .

2/ مشكل عزوف النشء و الشباب عن ممارسة أشكال التربية البدنية و الرياضية .

3/ عدم الاهتمام بالجانب البدني و الصحي للتربية البدنية و الرياضية .

4/ عدم اهتمام وسائل الإعلام بمختلف أشكال الرياضة و العمل على الدعاية لها ، في حين تولي اهتماما كبيرا بالرياضة التنافسية .

5/ مشكل الدعايات و الإعلانات التي تبث عبر وسائل الاتصال الجماهيرية لمنتجات بإمكانها المحافظة على الرشاقة دون بذل مجهود وهذا يؤدي إلى تقليص النشاط البدني الذي يمارسه الفرد للحفاظ على صحته و رشاقتة.

-سيكولوجية الإعلام الرياضي:

إن عملية الإعلام في حد ذاتها هي عملية اتصال بين المرسل (الإعلامي) و المستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية (مقروءة أو مسموعة أو مرئية) ، التي تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية و ذلك في شكل رموز لغوية وهذا حسب طبيعة كل وسيلة ، حيث يقوم الجهاز العصبي للإنسان باستيعاب الرسالة الإعلامية باعتبارها مثير يستجيب لها الجمهور .

الاستجابة للرسالة الإعلامية تتضمن عمليات نفسية فالرسالة الإعلامية كمثير لكي يستجيب له الجمهور ، الاستجابة الموجودة يجب أن تكون شيقة و جذابة و غير مملة تتناسب مع طبيعة الجمهور من مختلف الفئات العمرية و المستويات الثقافية . كما يجب أن تتفق مع طابع الشخصية و الحالة النفسية للفرد و الجماعة ، و كذلك الدوافع و الغرائز و الخبرة و الحاجات و حيل الدفاع و التعلم و غيرها من محددات الاستجابة ، كما تتوقف الاستجابة للرسالة الإعلامية على نوعية الرسالة إذا كانت بسيطة أو مركبة ، مباشرة أو غير مباشرة ، كافية أو غير كافية .

- عوامل الاستجابة للرسالة الإعلامية الرياضية :

هناك بعض العوامل التي يجب أن تتوفر في الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يتفاعل معها الجمهور الرياضي و تحقق بذلك الاستجابة المرجوة ومن بين هذه العوامل نسجل ما يلي :

_ التشابه و المشاركة في الخبرات و الصور بين المرسل (الإعلامي) و المستقبل(الجمهور) في فهم الرموز و معرفتها و بالتالي يضمن الاستجابة لها .

- استشارة الجمهور و هذا باستعمال رموز واضحة و مفهومة.

- ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور و محاولة إشباعها بما يتناسب و العادات و التقاليد و القيم الرياضية النبيلة .

- مراعاة الحالة النفسية للجمهور ويكون ذلك باختيار الوقت المناسب و الوسيلة المحددة وهذا حسب قدرة و نوع الجمهور.

- استخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور وما يتناسب و درجة فهمهم لها ومستواهم الثقافي و التعليمي ، و يفضل استخدام اللغة الإعلامية التي تجمع بين الفصحي و العامية .