

---

جامعة محمد خيضر بسكرة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الجذع المشترك

# محاضرات في مقياس مدخل للإعلام والإتصال الرياضي

المستوى: السنة الأولى ليسانس جذع مشترك

إعداد:

الأستاذ لزنك أحمد

السادسي الثاني: 2023/2022

تمهيد:

لقد مرت وسائل الإعلام و الاتصال بعدة مراحل عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي هي عليها في الوقت الحالي، وهذه المراحل تأتي كلها متزامنة مع التغيرات ، وقد أصبح ظاهرة دولية و عالمية ، إذ أصبح النشاط الاتصالي جزءا رئيسيا من الحياة اليومية للأفراد و الجماعات المختلفة في كافة المجالات . و باعتبار الإعلام مكون من مكونات البيئة الفوقية للمجتمع ، 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 لارتباطهما العضوي توجب علينا التخلي عن الأساليب الكلاسيكية و المتمثلة أساسا في التغطية الاختيارية السطحية الموجزة ، فالواقع فرض توسيع دائرة المهام ، فإذا كانت الإذاعة هي الأسرع في تقديم الحدث فان للصحافة المكتوبة (الرياضية) القدرة على تقديم مختلف المعلومات مما يفيدنا في تقديم مادة إعلامية متنوعة و مفيدة .

و في هذا الفصل سنتطرق إلى مفهوم الاتصال ثم الإعلام ثم يأتي مفهوم الإعلام الرياضي الذي له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة ، و كذا بعض مراحل تطوره ، ثم نتقل إلى إبراز أهميته و أنواعه و أهدافه و نظرياته و تأثيره على الجمهور ، و أخيرا سنشير إلى جملة من السلبيات الناجمة عن الإعلام الرياضي .

## 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 والآراء والخبرات بين الأفراد، فلولا الاتصال بين الشعوب لما أمكن نقل هذه الأفكار والمبتكرات .....، ولولا الاتصال الإنساني من جيل إلى جيل آخر لما تمكن الجيل الماضي من نقل تقاليده، ومعتقداته وثقافته إلى الجيل الآخر أو الحاضر، فالإتصال 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 واصطلاحاً : LA COMUNICACION

أ - تعريفه لغة :يرجع هذا اللفظ إلى الكلمة اللاتينية COMMUIS ومعناها أن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء ، وكلمة COMMON ومعناها فكرة أو اتجاه أو أسلوب أو معنى ما<sup>1</sup> ..... "وقد جاء في لسان العرب لابن منظور أن الاتصال والوصلة ما اتصل بشيء ، وقال الليث :كل شيء اتصل بشيء : فيما بينهما وصلة أي اتصال وذريعة ، ووصلت الشيء وصلا وصلة ، والوصل ضد الهجران والوصل خلاف الفصل ، و جاء في القرآن الكريم : "ولقد وصلنا لهم القول " أي وصلنا ذكر الأنبياء و أقاصيص من معنى بعضها ببعض ، لعلمهم يعتبرون ، واتصل الشيء بالشيء : لم ينقطع ، ووصل الشيء إلى الشيء وصولاً ، 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 : فالإتصال في اللغة العربية يدور حول معان أربعة:

- التوصل و الذريعة إلى الشيء

- الوصل ضد الهجران والانقطاع

<sup>1</sup> زهير أحدا دن: مدخل علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007، ص 14.

- توصل إليه :انتهى إليه و بلغه ، أي تلتطف في الوصول إليه"<sup>1</sup>

- "بمعنى عام وشائع 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"<sup>2</sup>

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 والمكانص"<sup>3</sup>

"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 القارئ بالاتصال منها وعادة ما تكون الرموز القوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين ، أي مستقبل للرسالة"<sup>4</sup>

- "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 ".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، دار الكتاب والحكمة للنشر، الجزائر، 2007، ص ص 43.

<sup>2</sup> حسن أحمد شافعي : الاتصال في التربية البدنية والرياضية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2004، ص11

<sup>3</sup> زهير إحدادن : مرجع سابق ، ص 16.

<sup>4</sup> عاطف العدلي : الاتصال و الرأي العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1993 ، ص14.

- 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".<sup>2</sup>

- 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، لأن 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 والتأثير 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

<sup>1</sup> حسين عبد الحميد ، أحمد رشوان : العلاقات العامة و الإعلام ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1997 ، 24 .  
<sup>2</sup> خليل صابات ، جمال عبد العظيم : وسائل الاتصال ، ط1، مكتبة الانجلو مصرية ، مصر ، 2001.ص18.

الحقائق و الأرقام و الإحصاءات يستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة و التي منها: الصحافة ،الإذاعة ،التلفزيون ،المسرح .....<sup>1</sup>

"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"<sup>2</sup>

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 الآفاق و تعمل 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 و تكتب في الصحف .وتستطيع وسائل الإعلام خلق المعايير الاجتماعية الجديدة و فرضها و متابعة كل انحراف و كشفه ،وكذلك تستطيع المساعدة في تكوين العام ،فضلاً عن تعديل المواقف و

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد : نظرية الإعلام و اتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997 ،ص 18

<sup>2</sup> فاروق أبو زيد: مدخل إلى عالم الصحافة ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997،ص11.

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 .

## 2-2- فوائد و أهداف الإعلام :

تتجلى فيما يلي :

- نقل و توصيل المعلومات و المعارف 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 <sup>1</sup> .

## 3-2- 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 ، و نشر 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 .

<sup>1</sup> محمد حسن: بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتاب للنشر و التوزيع، القاهرة، 1999، ص 18.

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 و حدها .

ج- الوسائل السمعية البصرية: و تشمل التلفزيون ، المسرح و السينما .

د - الصحف و المجلات

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

4-2- تأثيرات وسائل الإعلام:<sup>1</sup>

1-4-2- تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع: تجدر بنا الملاحظة غالى أن الحديث عن وسائل الإعلام في المجتمع سيتوجب بعض التوضيحات المنهجية ، حتى يتسنى لنا الفهم الموضوع فهما ملائما و تتعلق 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 الموقف و العادات ، و الأفكار الآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات وسائل الإعلام ، لا بد 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 الاديولوجي .

- 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 ،

<sup>1</sup>فاروق أبو زيد : مرجع سابق ، ص20.



أذا 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 المربين على حد سواء .<sup>1</sup>

2-4-2- تأثير وسائل الإعلام في المدرسة : أصبحت وسائل الإعلام و خاصة التلفزيون تنافس 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 و تزيد 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 .

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سابق، ص 59.

- 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<sup>1</sup>.

2-4-3- 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 .

## 2-5. الفرق بين الاتصال و الإعلام :

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

. أن الاتصال أشمل من الإعلام .

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد : مرجع سابق ، ص 61.

. 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 وتفاعله مع المرسل" <sup>1</sup>.

## 6-2. 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 <sup>2</sup>.

## 3- الإعلام الرياضي :

<sup>1</sup> زهير احدادن، مرجع سابق، ص 14.

<sup>2</sup> زهير احدادن : مرجع سابق ، ص 15

3-1. مفهوم الإعلام الرياضي : يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة عملية نشر الأخبار والمعلومات و الحقائق و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي.<sup>1</sup>

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 المثبرات الحسية و المنبهات الذهنية مثل المشاعر و العواطف أو المنطق و القول ، فالإعلام الرياضي يتعامل مع عواطف الإنسان عندما يستعمل أسلوب العرض التي يخاطب الفكر و الوجدان.<sup>2</sup>

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<sup>3</sup>. أما الحماحي يرى أن "الإعلام

<sup>1</sup> حسن أحمد الشافعي: الإعلام في التربية البدنية والرياضية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية، 2003، ص 37.

<sup>2</sup> خير الدين علي عويس: الإعلام الرياضي، ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص 49.

<sup>3</sup> محمد الحماحي- أحمد سعيد: الإعلام التربوي في مجال الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط1، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 98.

في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات 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 .<sup>1</sup>

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 .<sup>2</sup>

### 2-3. مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي :

لقد مرت وسائل الإعلام الرياضية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام العامة بعدة مراحل يمكن أن نوجزها في ثلاثة منها:<sup>3</sup>

- 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

<sup>1</sup> محمد الحماحمي- أحمد سعيد، مرجع سابق، ص 98 .

<sup>2</sup> محمد الحماحمي- أحمد سعيد، مرجع سابق، ص 98 .

<sup>3</sup> شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط2، الدار المصرية ، القاهرة ، 1986 ،ص(27-28)

---

المعروفة حاليا كالسمعية و البصرية و المقروءة ، و بذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات المياه 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 ، ونتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالانترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلام و الاتصال.

### 3-3. 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

### 4-3. 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<sup>1</sup>:

- تكوين بنية معرفية لمتتبعي 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 .

<sup>1</sup> محمد الحماصي ، أحمد سعيد ، مرجع سابق ، ص101.

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 رشاقته.<sup>1</sup>

#### 4- 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 باستعاب 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 .

<sup>1</sup> إبراهيمي مبروك : دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية ، مذكرة ماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية ، جامعة الجزائر ، 2007-2008 ، ص33.



## 5- عوامل الاستجابة للرسالة الإعلامية الرياضية :

هناك بعض العوامل التي يجب أن تتوفر في الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يتفاعل معها الجمهور الرياضي وتحقق بذلك الاستجابة المرجوة ومن بين هذه العوامل نسجل ما يلي<sup>1</sup> :

\_ 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 و هذا حسب قدرة و نوع الجمهور .

- استخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور و ما يتناسب و درجة فهمهم لها و مستواهم الثقافي و التعليمي ، و يفضل استخدام اللغة الإعلامية التي تجمع بين الفحصي و العامية .

## 6- الإعلام الرياضي و علاقته بنظريات الإعلام :

6-1. نظرية التأثير المباشر أو القصير المدى : هي نظرية ترى أن علاقة الفرد بمضمون المادة الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر و تلقائي ، و يعني هذا أن المستقبل عندما يتعرض لأي مادة إعلامية رياضية سواء كانت صحفية أو تلفزيونية أو إذاعية فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة و في فترة قصيرة ، فمثلا مشاهدة لبعض مظاهر العنف في إحدى وسائل الإعلام فإنه يحاول تطبيقها في واقع حياته و هذا ما يسمى بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة في دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضي .

6-2. نظرية التأثير على المدى الطويل أو تراكمية<sup>1</sup> : هذه النظرية ترى أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على ما يعرض على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره و هذا من خلال عملية

<sup>1</sup> إبراهيمي مبروك : مرجع سابق ، ص34.

تراكمية تمتد زمنيا حيث تقوم على تغيير المواقف و المعتقدات و القناعات الرياضية ، فهي لا تغير مباشرة و آنية لسلوك الأفراد ، باستمرار تعرض سلوك الفرد إلى وسائل الإعلام الرياضية و ما تقدمه من أفكار و قيم رياضية ، تجعله يغير في أسلوب حياته غير الذي اعتاد عليها مما يؤدي به إلى تبني تلك الأفكار ، و هذا التأثير يختلف من فرد إلى آخر و ذلك حسب تركيبة شخصيته و حالته النفسية و البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها ، و كذا الوسيلة الإعلامية التي يعرض لها و الأهداف و سياسة كل منها .

3-6. نظرية التطعيم و التلقيح: هذه النظرية ترى أن الجرعات المتتالية من المفاهيم و القيم الرياضية التي ننقلها من الإعلام الرياضي و التي تشيد المصل الذي تحقن به حتى نقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على أجسامنا ، فاستمرار تعرض الجمهور إلى مشاهد العنف التي تحدث في الملاعب يخلق لدى الفرد حالة من اللامبالاة اتجاهها و بالتالي عدم النفور منها و بهذا يكون الفرد في حالة من السلبية اتجاه الأشياء السلبية التي تعرض في الإعلام الرياضي الناتجة عن الحقن المنتظم لعقول الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية<sup>2</sup>.

4-6. نظرية التأثير على مرحلتين: هذه النظرية ترى أن المعلومات تنقل على مرحلتين أي أن وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر و في مرحلتين<sup>3</sup>:

- المرحلة الأولى : عند بث وسائل الإعلام الرياضية لمعلومات فان الجمهور يتلقاها مباشرة و قد لا يؤثر فيهم كثيرا بل قد ليغيره أدنى اهتمام عند تلقيه لتلك الرسالة الإعلامية أي المعلومات .
- المرحلة الثانية: في هذه المرحلة يتدخل قادة الرأي في المجتمع ، و نقصد بهم الأشخاص البارزين داخل المجتمعات الصغيرة كالأصدقاء أو الزملاء في النادي أو الفريق وغيرهم ، و الذي يحدث هو أن الجمهور يتلقى رسالة إعلامية و لا يعيرها اهتماما بالغا في حين قادة الرأي يتلقاها بطريقة تجعله ينتبه و يتفطن إلى أشياء و بأسلوب أكثر إقناعا من الوسيلة الإعلامية يجعل من المحيطين به

<sup>1</sup>سخري عقيلة : دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة البدنية و الرياضية عند المراهقين ، مذكرة ماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية ، جامعة الجزائر ، 2007-2008 ، ص74.

<sup>2</sup>سخري عقيلة، المرجع السابق، ص(75-76)

<sup>3</sup>خير الدين علي عويس : الإعلام الرياضي ، مرجع سابق ، ص33.

---

يتقبلون تفسيره ورؤيته الخاصة لتلك الرسالة الإعلامية وهنا يكون التأثير بكل ما جاء في مضمون تلك الرسالة .

5-6. نظرية تحديد الأولويات: يقوم الإعلام الرياضي بوظيفة وهذه الوظيفة يحددها جدول أعمال خاص مثل ترتيب الموضوعات وفقا لدرجة أهميتها ، ويمثل جدول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يبثه من برامج رياضية وما يعرض من موضوعات رياضية حتى يبدو لجمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج والموضوعات أولى وأهم من غيرها .

لقد أصبح من الضروري الاهتمام بإعداد الكوادر الإعلامية القادرة على تحقيق هذه البرامج لأهدافها و في نفس الوقت يجب على القائمين على الإعلام الرياضي ووفقا على هذه النظرية أي نظرية تحديد الأولويات أن يضعوا القضايا الرياضية الهامة والملمحة في جدول أعمالهم بحيث يتم تناولها بالأسلوب و الشكل الذي يتناسب ودرجة أهمية هذه القضايا حتى يمكن المساهمة في وضع الحلول المناسبة ، حيث يكون لرجال الإعلام الرياضي من أساتذة كليات التربية البدنية و الرياضية دورا كبيرا و بارزا في جدول أعمال الإعلام الرياضي حتى يمكن الاستفادة من نتائج أبحاثهم و دراستهم التي تقدم الحلول العلمية للكثير من القضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة حتى تسير التقدم العلمي و التكنولوجي في الدول المتقدمة .

كذلك تقديم النماذج المشرفة من الأبطال الرياضيين في كل الرياضات من ذوي القيم والأخلاق ، الذين حققوا الكثير من الانجازات و البطولات سواء على الصعيد المحلي أو الدولي و إلقاء الضوء عليهم حتى يكونوا بمثابة القدوة الحقيقية لأفراد المجتمع الذي يحق الانتماء الحقيقي للوطن و يعكس بذلك أهمية الرياضة وأهدافها.

6-6. نظرية حارس البوابة : ونقصد بهذه النظرية أن تأثير الإعلام الرياضي تنطلق من الأشخاص العاملين في الإعلام الرياضي، يتحكمون فيما يصل ويتلقاه الناس من مواد إعلامية ، حيث هذا التحكم

في تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير و يسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم.<sup>1</sup>

إن رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب أن يقرأ أو يشاهد أو يسمع ، فدور حارس البوابة الإعلامي يؤثر في الجمهور من ناحيتين :

الأولى :من خلال ما يعرض عليهم بناءا على اعتبارات شخصية بحثه فقد يكون سياسة إعلامية مقصودة يراد من خلالها إحداث تغيير ثقافي و اجتماعي بالجمهور المستهدف و تكون الاعتبارات وجهة نظرأت من تنشئة هذا الحارس الاجتماعية و الثقافية .

الثانية : يكون تأثير حارس البوابة الإعلامي في الجمهور من خلال ما يحجب عنهم فإذا سمح بمرور رسالة إعلامية معينة فانه بالتأكيد قد منع عنهم أخرى قد يكونوا بحاجة إليها أكثر من التي عرضت عليهم وهناك مقولة إعلامية تقول :الأكثر أهمية ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل ذلك لم يتم عرضه" فعلى الفرد أن لا يعطي في استفتاء معلوماته و أخباره على وسيلة إعلامية واحدة بل عليه أن يتابع و يطلب في كل ما يصدر من خلال الوسائل الإعلامية الأخرى، هذا من جهة و من جهة أخرى يجب على رجال الإعلام الرياضي أن يتحلوا بالأمانة و الموضوعية في تناولهم للأحداث و الموضوعات الرياضية حتى يضمن تقديم خدمة إعلامية متميزة تحظى بالثقة و تأييد الجمهور .

6-7. نظرية الاستخدامات و الإشباع : هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي و جمهوره بخلاف النظريات السابقة فهذه النظرية ترى أن الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور فرع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها ، فالجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه على سبيل المثال : شخص ميال للعنف و المغامرة تستهويه أحداث العنف التي يشاهدها في الملاعب الرياضية من خلال التلفزيون أو قراءة تفاصيلها من خلال الصحف و المجالات فيسعى جاهدا لاستخدامها لإشباع هذا الميل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>خير الدين علي عويس : الإعلام الرياضي ، مرجع سابق ، ص(35-36).

<sup>2</sup>خير الدين علي عويس : الإعلام الرياضي ، مرجع سابق ، ص39.

إن نظرية الاستخدام والإشباع تنطلق من مفهوم في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري وهذا يعني أن الإنسان يعرض نفسه اختياراً لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضي) الذي يلبي رغباته و يتفق و طريقة تفكيره ، غير أن هذه النظرية لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي طالما ما يقدمه الإعلامي حال من العنف و العدوان ، و يعمل على كبح الخيالات المريضة أي عدم مساهمة السلوكيات المريضة و المنحرفة .

#### 7- أنواع الإعلام الرياضي :

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي و تعددت أشكاله فلكل وسيلة إعلامية خصوصية التكنولوجية و الإبداعية من بين هذه الأنواع نجد :

#### 7-1. الإعلام الرياضي المرئي :

ظهرن الصحافة الرياضية المرئية كوسيلة اتصال إنسانية و أداة مثالية لنقل المعلومات و التعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم الجانب الرياضي<sup>1</sup>.

- إن الصحافة التلفزيونية اهتمت بالرياضة بشكل كبير نظراً لاتساع الجمهور المهتم بها ، وذلك ما لاحظناه من خلال تعاملها مع الحدث الرياضي بقدر كبير من الحرية ، و يتميز الخبر الرياضي عن غيره أنه خبر حركي مصور ذو إيقاع سريع ، و يقدم النص والصورة في آن واحد، و تواكب الصحافة التلفزيونية النشاط الرياضي وذلك بتقديمها نشرات إخبارية رياضية ، و برامج وحصص تختص بهذا الجانب .

<sup>1</sup>أديب خضور : الإعلام الرياضي - دراسات علمية للتحليل الرياضي في الصحافة و الإذاعة و التلفزيون ، ط1، المكتبة الإعلامية للنشر و التوزيع ، دمشق ، 1994 ، ص77.

---

و يقوم بتغطية الحدث الرياضي فريق مؤلف من معلقين و منشطين رياضيين و تقنيين و فنيين يعملون وراء الكاميرات تحت إشراف مخرج الحصة أو النشرة . كما نجد أن للإعلام الرياضي المرئي وسائل توصل بها معنى الرياضة كالتلفزيون و الانترنت و الفيديو.....

- الإعلام الرياضي المسموع :و هو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو و أشرطة التسجيل ، وكالات الأنباء ، فنجد الإذاعة التي تعتمد على حاسة السمع و الفهم بالسمع لا بالقراءة ، كما يتم في ظروف و أوقات ممكنة و محدودة لا يتحكم فيها المستمع (الإعادة ، التحليل ، التفكير) كما أن للإذاعة سرعة في تقديم الأحداث ، و سرعة في الوصول للجماهير في كل مكان في آن واحد .

و تتميز الإذاعة بخصوصية تكنولوجية معينة ، فهي تعتبر أسرع وسيلة اتصال جماهيري في تقديم الحدث الرياضي ، حيث لم يعد الأمر يدور حول السرعة في تقديم الحدث ، بل أصبحت الإذاعة قادرة على تقديم الحدث الرياضي لحظة وقوعه ، هذه الحقيقة فرضت على الصحفي الرياضي الإذاعي أن يحصل على أهم و أبرز المعلومات ، و يركز على ما هو عام و مركز و نموذجي في الحدث الرياضي ، و على آخر المعطيات و المستجدات في الحدث .

## 2-7. الإعلام الرياضي المقروء:

و هو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل :الصحف ، الكتب ، المجلات ، النشرات و الملصقات ، فالصحافة المكتوبة تعتمد على الطباعة ( النص المكتوب )، يقرؤه الفرد في أي مكان أو زمان ، بالطريقة التي يريد ، هذه الميزات سمحت للصحافة المكتوبة أن تكون لها القدرة على معالجة الموضوعات الرياضية بطريقة أكثر شمولاً و عمقا و تفصيلا من وسائل أخرى .

- ونظرا للتغطية الإخبارية السريعة للحدث الرياضي ، من خلال الوسائل الإعلامية المسموعة و المرئية و التي تكون أحيانا عاجزة عن تقديم توضيحات كاملة و شاملة و دقيقة للأحداث و الظواهر و التطورات على الساحة الرياضية ، فظهرت الصحافة في المجال الرياضي لكي تقدم نظرة متعددة الأبعاد للحدث ،

و على أساس منهج متماسك ، فتنوع الحياة الرياضية و استفادة الرياضة من معطيات و مناهج البحث في مختلف العلوم أدى إلى فتح آفاق فكرية غنية و متنوعة في المجال الرياضي .<sup>1</sup>

فالصحافة الرياضية تسعى إلى تحقيق توازن بين تقديم خدمة إخبارية سريعة و آنية و متنوعة ، و بين نشر ثقافة رياضية جادة و متنوعة و متخصصة ، فالقارئ لا يريد فقط أن يعرف ماذا حدث بل أن يفهم ماذا حدث ، فالجمهور الرياضي و بالخصوص شريحة واسعة من الجمهور الرياضي يريد أن يمتلك الثقافة و المعرفة تمكنه من أن يفهم بشكل أشمل و أعمق أي امتلاك الوعي الرياضي و تكوين بذلك شخصية رياضية متميزة .

#### 8- أنواع التأثير الإعلام الرياضي في الجمهور :

هناك أنواع من التأثيرات التي يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور و من بينها :

1-8. تغيير موقف أو الاتجاه الرياضي :الموقف هنا هو رؤية الإنسان لقضية ما و شعور اتجاهه، بحيث يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص ، هذا الموقف قد يتغير سلبا أو ايجابيا ، وذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان .

- و الإعلام الرياضي لديه القدرة في تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة و التي يعتبرونها مضيعة للوقت ، فمن خلال ما يثبته من معلومات رياضية ينتج عنه تغيير موقف الجمهور اتجاه بعض الأشخاص الرياضيين و القضايا الرياضية المعاصرة ، ويتغير بذلك حكمهم على الأشخاص ، و تلك القضايا مثلا : عندما يمدنا الإعلام الرياضي بالأحداث و المواقف عن أحد الفرق الرياضية ، و التي يظهر فيها أعضاء الفريق سلوكا عدوانيا مثل العنف داخل الملعب ، نسب اعتراضهم على قرارات الحكام أو حتى الاعتداء عليهم أو الاعتداء على لاعب الفريق الآخر تكون النتيجة أن الجمهور يغير موقفه من هذا الفريق الذي كان يفضله .

<sup>1</sup>أديب خضور: مرجع سابق ، ص78.

وحتى نتأكد من مواقفنا و اتجاهاتنا يجب أن لا نستقي المعلومات من مصدر واحد و التي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب الآخر.<sup>1</sup>

2-8. تغيير المعرفة الرياضية : المعرفة الرياضية هي مجموع المعلومات الرياضية لدى الفرد و التي تشمل القيم و المعتقدات و المواقف و الآراء التي تخص المجال الرياضي ، و نجد كذلك السلوك الرياضي ، فالإعلام الرياضي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد ، و ذلك من خلال عملية التعرض الطويل له ، أي الإعلام الرياضي باعتباره مصدر من مصادر المعلومات ، فيقوم بسرد الأصول المعرفية لموضوع رياضي أو قصة رياضية أو قضايا أو موضوعات رياضية .

ويؤثر الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا و أسلوب تقييمنا للأشياء ، و هذا من خلال ما نتلقى من معلومات رياضية ، الذي يؤدي في تحويل في قناعتنا و معتقداتنا الرياضية ، كما يمكن أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية عندما يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان و خبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي .

3-8. الإثارة الاجتماعية : من بين خصائص الإعلام الرياضي قدرته إلى الوصول إلى شريحة كبيرة من الجمهور ، ففي المنافسات الرياضية يقوم بمهمة الحشد الجماهيري ، و هذا لضمان مآزرة فرقههم ، فهو يعمل على استشارة الحس الوطني ، أو الشعور القومي للجمهور من أجل تحقيق الفوز ، فالإثارة الاجتماعية تكون أنجح في وقت الأزمات ، لأن القدرة على التعامل مع المعطيات و الظروف تسمى في إدارة الأزمات ، و هنا يدخل فن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجمهور الرياضي ظن و دفعه في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه ، و هذا يعني إثارة الجماهير و تحريكها لتتكيف مع الظروف الراهنة.<sup>2</sup>

#### 9- خصائص الصحف :

- تعد الصحف و المجالات و بصفة خاصة في النظم التعددية .

- يوفر للفرد حرية الاختيار من بينها .

<sup>1</sup>خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص44.

<sup>2</sup>خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص(44-45)



- تمكن القارئ من الرجوع إلى الصفحات السابقة أو متابعة القراءة .

- توفر للقارئ السيطرة على ظروف القراءة ، فالفرد الجريدة أو المجلة أو المطبوعة بصفة عامة في الوقت الذي يريده .

- تصلح الوسائل المطبوعة بشكل عام لنشر المواد الطويلة التي تحتاج إلى تفرغ للقارئ .<sup>1</sup>

#### 10- السلبيات الناجمة عن الإعلام الرياضي :

إن المتتبع لما نشره الإعلام الرياضي يجد صعوبة في معرفة إذا كان الإعلام يساهم في إيجاد الحلول السليمة للمشاكل التي تواجه الرياضة ، وأنه يعمل على تقييمها ، أو يقتصر على مجرد التعريف لها ، لكن المؤكد بان هناك مشاكل جد هامة ذات طابع إعلامي بحت و يمكن أن نشير إلى جملة من هذه المشاكل والمحيدة فيما يلي :<sup>2</sup>

#### ● الافتقار للإرشاد التربوي :

و يكمن في تجاهل الإعلام الرياضي لواجبه الأساسي المتعلق بالإرشاد و التوجيه والتركيز على القيم التربوية ، فيما تنشره عن الرياضة خاصة الجماعية و التي تعاني من نقص هائل ذلك أن الإعلام الرياضي لا يقتصر على نقل الأخبار ، ووصف الأحداث الرياضية ، بل يشمل أيضا على اسداد التوجيهات الرامية لتنمية السمات الاجتماعية و الخلقية ، و حرص الجماهير على ممارسة الرياضات الجماعية ، و هذا الافتقار في وسائل الإعلام يفرغ الرياضة من مضمونها و يجعلها وكأنها نشاط حركي يهدف إلى تقوية البدن و ليس التربية عن طريق النشاط البدني .

#### ● التجاهل والإذعان :

<sup>1</sup> خليل الصابيات ، جمال عبد العظيم : وسائل الاتصال ، ط1 ، المكتبة الانجلو مصرية ، 2001 ، ص362 .  
<sup>2</sup> فتح الباب عبد الحليم ، السيد إبراهيم ميخائيل : الناس و التلفزيون ، د ط ، المكتبة الانجلو مصرية القاهرة ، 1996 ، ص48 .

كثيرا ما يدعن الإعلام الرياضي إلى كثير من الانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب ، نعتمد على التصدي لها بقوة كافية ، و تعرف على نقدها و دراستها بغية إيجاد الحلول لها فتشير إليها إشارة عابرة ، وربما تتجاهلها أحيانا لأسباب تتعلق بالسمعة و الكرامة ، أو بالوطنية وما شابه وذلك اعتقاد بأن إبراز هذه الانحرافات و الأخطاء يؤدي إلى غضب البعض ، كما يؤدي في التشكيك في قيمة الرياضة ، بصفة عادية و خلاصة القول أن النقطة السوداء تبقى عالقة بالإعلام الرياضي هو جهد من أجل مكافحة العنف و التصرفات النافية للروح الرياضية ، هو جهد غير كاف حتى يجعل الكثيرين يرون أن الانحرافات السلوكية هي ظواهر مرتبطة بالرياضة بصفة طبيعية.

يمكننا القول عن هذه المشكلات المجتمعية يتعود بشكل سلبي على القسم الرياضي ، محولة هذه الأوضاع المزرية دون تحسين كبير في كمية و نوعية الإنتاج الرياضي .<sup>1</sup>

#### 11- الصحافة في الجزائر:

أبحرت الحملة الفرنسية من ميناء كولون حوالي الخامس و العشرين من مايو (25/05/1830م) قاصدة الشواطئ الجزائرية و على ظهر إحدى سفنها مطبعة الجيش ، فبلغت مياه الجزائر الإقليمية في 23 يونيو ، أما المطبعة و حروفها فإنها لم تنزل إلى البر في 27 يونيو لتكون أول مطبعة عرفها القطر الجزائري .

\_ فأول جريدة ظهرت في الجزائر هي ESTAFLETTE D'ALGERIE ومعناها السامي الجزائري فصدر العدد الأول من هذه الصحيفة في أول يوليو تموز 1830، و لم يصدر من هذه الصحيفة سوى عددان لتقرأها القوات المحتلة الفرنسية .

\_ بعد ثورة 1871 اشتد القمع و الاضطهاد على الشعب الجزائري حتى أن بعض الفرنسيين استأؤو لذلك ، و حاولوا أن يمدوا يد العون للمسلمين و السماح لهم بالكلام و التعبير عن شعورهم ، و أحسن وسيلة لذلك هي الصحافة ، وهكذا أسسوا جريدة المنتخب سنة 1882 و هي أول جريدة إسلامية تهتم بشؤون المسلمين ولكنها لم تعمر طويلا .

<sup>1</sup>فتح الباب عبد الحليم ، السيد إبراهيم ميخائيل : مرجع سابق ، ص 49

---

\_ أما عند الاستقلال كانت السياسة الجزائرية اتجاه الصحافة المكتوبة طور التكوين ، و كانت في الحقيقة رهن الظروف إلا بعد سنة 1962 ، عندما اتخذت قوانين خاصة بتنظيم المؤسسات الصحفية أول جريدة صدرت بالجزائر هي :جريدة الشعب الصادرة باللغتين العربية و الفرنسية و في سنة 1962 التي كانت تصدر في الجزائر العاصمة . حيث تطورت الصحافة المكتوبة في الجزائر وأصبحت ما عليه الآن .<sup>1</sup>

خلاصة :

وكخلاصة لهذا الفصل وجدنا أن وسائل الإعلام الرياضية جاءت لتلبي حاجة الجمهور الماسة إليها ، و هذا قصد التطلع الواسع في المجال الرياضي بصفة خاصة ، كذلك من خلال هذا النوع من الإعلام ، نجد أنه يسعى بجهد كبير إلى ترسيخ السلوك الرياضي المرغوب فيه و كذا معنى الروح الرياضية و العمل على نشرها خاصة في الأوساط الاجتماعية و تدعو هذه الوسيلة إلى الابتعاد عن التعصب و الكراهية ، و توعيته بالقواعد و القوانين المتعلقة بالمجال الرياضي ، و من أجل هذا يجب على الإعلام الرياضي أن لا يكون سلبيًا و ليعمل على غرس أهمية و دور الرياضة في الوسط الاجتماعي و التعمق في فهم الرياضة كفعالية اجتماعية ، كي تساهم في تبديل النظرة إلى الرياضة و بالتالي تكون فاعلة و مؤثرة .

---

<sup>1</sup> بتاريخ 2011/11/01 على الساعة 21.55 [ar.wikipedia.org/wiki/](http://ar.wikipedia.org/wiki/)