

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية المستقبل الجامعة

قسم التربية البدنية وعلوم الرياضة

علم الاجتماع

م/الرياضة والاعلام

المرحلة الثالثة

م.د حارث عبد الاله الشكري

الرياضة والاعلام

الإعلام

هو مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهاما متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع). تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.

الإعلام الرياضي

يقصد بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي الرياضي بينهم.

لقد تزامن تطور مختلف وسائل الأعلام مع زيادة انتشار الرياضة، كان انتشار الرياضة بالأساس بسبب دور الأعلام الذي ساهم بكافة أجهزته المقروءة والمسموعة والمرئية في التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية بين الناس.

أدى تطور الرياضة وبروزها كظاهرة اجتماعية الى مجموعه من النقاط الاتية

1- ظهور إعلام رياضي متخصص الصحفي الرياضي والإذاعي والتلفزيوني إلى جانب مهن إعلامية أخرى.

2- أصبحت الأخبار الرياضية جزءا من نشرات الأخبار الإذاعية والتلفازية .

3- أصبح هناك ملاحق رياضية في مختلف الصحف، وحتى صحف رياضية متخصصة إلى جانب المجالات والدوريات وأخبار الرياضة على شبكة المعلومات.

أهمية الإعلام في المجال الرياضي:

يمكن للإعلام بأنواعه أن يقوم بدور التوعية والتعريف بمزايا الرياضة والنشاط البدني ونشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وذلك بالعمل على:

- 1- تبسيط المفاهيم ونشر القيم الرياضية السامية ومكافحة الظواهر السلبية.
- 2- تعبئة الجماهير وتنمية الحس الوطني والاعتزاز بالانتماء.
- 3- نشر الوعي بين الناس للعناية بالصحة وذلك بإبراز فوائد ممارسة النشاط الرياضي بشتى أنواعه.
- 4- الإسهام في تطوير المهارات الحركية عن طريق نشر الأشرطة الوثائقية التعليمية وحصص الرياضة ومكافحة قلة الحركة للجميع التي يمكن أن يمارسها الفرد حتى داخل المنزل.
- 5- الإسهام في غرس القيم الرياضية السامية وهو ما يعزز من سلوك الفرد بوصفه ممارس او مشجع لفريقه.
- 6- الدعوة إلى تثبيت المبادئ والقيم التي تتماشى مع التقاليد والأعراف السائدة.
- 7- المساعدة على تقويم أو تعديل السلوك وضبط الانفعالات ونبذ العنف والتعصب.

خصائص الاعلام الرياضي:

- 1-الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيراً من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول عليه.
- 2-الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- 3-الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس.
- 4-الإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفسفة المجتمع
- 5-الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها.

اهداف الاعلام الرياضي:

- 1-نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب.
- 2-تنشيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
- 3-نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
- 4-الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية.

أنواع الاعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع وذلك كالتالي :

1-الإعلام الرياضي المقروء: وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

2-الإعلام الرياضي المسموع: وهي التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.

3-الإعلام الرياضي المرئي: وهي التي تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الإنترنت) وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

4-الإعلام الرياضي الثابت: وهي التي يتوجه إليها الناس للاطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.

الاعلام الرياضي والتخطيط:

نتيجة لما يتمتع به الإعلام الرياضي من أهمية كبيرة في أي مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير في نفوس أفراد هذا المجتمع فبالتالي لابد وأن يقوم هذا النوع من الإعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تتناول الموقف الإعلامي ككل والذي يشتمل على مجموعة من العناصر المتداخلة كالإعلامي والجمهور والرسالة الإعلامية الرياضية ووسيلة الإعلام والعملية الإعلامية وذلك وفق مجموعة من القواعد والمبادئ التي تتضمنها عملية التخطيط والتي منها :-

- 1- أن يكون التخطيط للإعلام الرياضي متكاملًا مع التخطيط القومي الشامل للإعلام العام بصفة خاصة وفي المجالات الأخرى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتربوية بصفة خاصة فالخطة الناجحة هي التي تتصف بالشمول والتكامل والمرونة والتطور بالقدر الذي يكفي تحقيق أهداف المصلحة القومية العليا للدولة.
- 2- أن يوجه تخطيط الإعلام الرياضي نحو الفكر والعقيدة والعادات والقيم والرأي العام واتجاهات الجمهور لأنه يهدف إلى أحداث تغيير في سلوك هذا الجمهور أي أحداث تغيير في سلوك هذا الجمهور أي أحداث تغيير وبالتالي يجب دراسة هذه النواحي دراسة علمية حتى يتمكن البدء في عملية التخطيط في الإعلام الرياضي.
- 3- أن تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تنفيذية استراتيجيات وتكتيكات عملية للاتصال بال جماهير وأن تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور في تحقيق الأهداف.
- 4- لا بد من توخي الحذر والدقة في تحديد الأهداف سواء قريبة المدى أو بعيدة المدى والتي ترسم الخطة الإعلامية حتى يمكن تحقيقها فمن البداية لا بد وأن تكون الأهداف ممكنة التحقيق وفي ضوء الوسائل المتاحة أو الممكنة.