

المحاضرة الثانية
مدخل في الإعلام الرياضي

الفرقة الثالثة
شعبة الإدارة الرياضية

أد/ كريم محمد الحكيم



تعريف 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 و تنمية الوعي الرياضي بينهم. ويشير إسلام غلاب ان الاعلام الرياضي يقصد به تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات الموضوعية الصحيحة المتعلقة بالمجال الرياضي

انواع وسائل الإعلام الرياضي

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

الإعلام الرياضي المقروء:

وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.



الإعلام الرياضي المسموع :

وهي التي تعتمد على سمع الانسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الانباء.

الإعلام الرياضي المرئي:

وهي التي تعتمد على بصر الانسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الانترنت) ، وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

الإعلام الرياضي الثابت :

وهي التي يتوجه اليها الناس للاطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح .



خصائص الاعلام الرياضى :

- الإعلام الرياضى يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذى يخاطبه ويرغب فى الوصول عليه.
- الإعلام الرياضى يتميز بأنه جماهيرى له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- الإعلام الرياضى فى سعيه لإجتذاب أكبر عدد م الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة إقتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس.
- الإعلام الرياضى بمثابة المرآة التى تعكس صورة وفلسفة المجتمع
- الإعلام الرياضى بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التى يعمل فيها .



أهداف وأهمية الاعلام الرياضى :

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



المبادئ الأساسية للإعلام الرياضي:

- الاعتماد على العنصر البشرى.
- أن تكون وسائل الإعلام مناسبة للجمهور.
- التأثير المتبادل بين المؤسسة والجمهور.
- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية.
- أن تتصف الرسالة الإعلامية بالوضوح والصدق.
- أن تعتمد الرسالة الإعلامية على المصادر الصادقة.
- ضرورة الاعتماد على التقويم المستمر للرسالة الإعلامية



الإعلام 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 فبالإضافة إلى أن يقوم هذا النوع من الإعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تتناول الموقف الإعلامي ككل والذي يشمل 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:-

- 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.
- 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.



• أن تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تنفيذية استراتيجيات وتكتيكات عملية للاتصال بالجمهور وأن تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور في تحقيق الأهداف.

• 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.



الإعلام الرياضي والاتصال

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال. والاتصال هو العملية التي يمارسها الإنسان مع الآخرين لتشير إلى تفاعله معهم بواسطة العلاقات والرموز وقد تكون هذه الرموز حركات أو صوراً أو أي شيء آخر وتعمل كمنبه للسلوك من أجل أحداث تأثير معين فيه.



والاتصال بصفته المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر فإن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون شكلا من أشكال الاتصال لأنه فرع من فروع التفاعل الذي يتم عن طريق استخدام الرموز وهذه الرموز تكون على شكل حركات أو رسوم أو نقوش أو كلمات أو أي شيء آخر.

ومما سبق يمكن إيجاز العلاقة بين الإعلام الرياضي والاتصال في أن الإعلام الرياضي فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التي يتحقق بها الاتصال مع الناس.



عوامل نجاح الرسالة الاعلامية :

- ربط الرسالة بحاجة الفرد والمجتمع.
- العمل على تغيير المواد الإعلامية.
- الإستعانة بالخبرات المرتبطة بعملية الإعلام.
- مرونة الرسالة الإعلامية وقابليتها للتعديل.
- إختيار وسائل الإعلام المناسبة للرسالة الإعلامية.



الإعلام الرياضي والدعاية في المجال الرياضي

يقدم الإعلام للجمهور الحقائق أو الأخبار سلبية أو إيجابية بهدف الإعلام والنشر واحاطة هذا الجمهور علما بما يدور من أحداث ووقائع في المجال الرياضي بكل موضوعية وصدق.

أما الدعاية فنجد أن الدعاية يستخدم حقيقة معينة ويستغلها بطريقة مباشرة في تأييد وجهة نظره التي يقوم بمعالجتها.

وتهدف الدعاية في المجال الرياضي إلى الترويج لفكرة رياضية أو برنامج رياضي معين أو محاولة الاستحواذ على كفر الأفراد أو الجماعة أو دفعهم إلى القيام بسلوك رياضي معين عقدت النية على تنفيذه.



وذلك كالدعاية التي قوم بها المرشحين لأعضاء مجالس الإدارات في الأندية والاتحادات الرياضية مثلا بهدف كسب تأييد أعضاء الجمعية لهم ودفع الأعضاء لاختيارهم كأعضاء في هذه المجالس:

وعلم النفس الاجتماعي يرى أن الدعاية هي:

"محاولة تأثير في اتجاهات الناس وأرائهم ومن ثم في سلوكهم بحيث تأخذ الوجهة التي يرغب فيها الداعية ويحدث هذا عن طريق الإيحاء أكثر مما يحدث بواسطة الحقائق والمنطق."

وحتى تصبح الدعاية نوع من الإعلام في المجال الرياضي يجب أن يقوم بها قادة التربية الرياضية المتخصصين أصحاب الدعوة والفكر باستخدام وسائل الإعلام الرياضية لاجتذاب الجماهير إلى المبادئ والقيم الرياضية معتمدة في ذلك على الحقيقة المجردة وليس غير.



