

الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون ودوره في تحقيق رضا المتلقي.

الدكتور عطاء الله طريف- جامعة الأغواط

- مقدمة:

أصبحت الرياضة والإعلام أحد القضايا الهامة والمترابطة في المجتمع الحديث والمعاصر نظرا لم يشكلا منه أهمية في التنفيس والترفيه لفائدة الجماهير والمجتمعات، فالرياضة لم تعد ذلك النشاط البدني الممارس سواء من أجل الحصول على اللياقة البدنية المعتدلة أو في إطارها التنافسي البحت، بل أصبحت تعد رافدا اجتماعيا يعمل على زيادة تماسك ووحدة المجتمع في إطار منظم وسليم يهدف إلى إنتاج مواطن سوي يعرف ما له وما عليه.

ولقد أدى التطور التكنولوجي منذ بدايات القرن العشرين (20 م) إلى التدرج في ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تدريجيا بدءا بالصحف والراديو فالسينما إلى التلفزيون واختراع الانترنت وكذلك أقمار البث الفضائي أدى أيضا بدوره إلى إتاحة الفرصة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة منها التلفزيون إلى زيادة التقارب بين أنحاء المعمورة وذلك باطلاع الجماهير على ما يحدث حولها من أحداث وتظاهرات.

وبما أن الرياضة أخذت في الانتشار خاصة في طابعها التنافسي ومن خلال التظاهرات العالمية الكبرى كالبطولات الدولية لكأس العالم بكرة القدم أو البطولات العالمية لألعاب القوى وغيرها أو بطولات والرياضات المحلية المختلفة، لم تكن لتنتشر هذه الأنشطة سوى من خلال تغطية وسائل الإعلام المختلفة لاطلاع الجماهير هذه الأحداث مما جعل الباحثين في المجالين الرياضي والإعلامي إلى إطلاق صفة الإعلام المتخصص أو ما يسمى بالإعلام الرياضي الذي يرى الباحث ضرورة تسليط الضوء عليه من خلال جملة التساؤلات نحاول الإجابة عليها وهي كالتالي: ماذا نقصد بالإعلام الرياضي، وأين تكمن أهميته؟ ماهي أهدافه ووظائفه؟ وما هي أبرز الخصائص والمبادئ التي يعتمد عليها؟

1- تعريف الإعلام الرياضي وأهميته:

أولاً: تعريف الإعلامي الرياضي في الصحافة والتلفزيون:

يشهد الإعلام الرياضي اليوم تطوراً كبيراً في جوانبه المتعددة، حيث أصبح الإعلام عموماً يشكل لغة العصر التي يتم من خلال تبادل الثقافات والحضارات بما يقدمه من مواد إعلامية ورسائل لها أكبر الأثر في تعظيم الأدوار وإبراز دور المجال الرياضي والمساهمة في التنقيف الرياضي لقطاعات كبيرة من المجتمع الجزائري، وقبل الخوض في تعريف موحد للإعلام الرياضي، لابد من الخوض في تعريفات الإعلام عموماً خاصة وأن الجانب الرياضي منه يعد فرعاً أو جانباً أو مجالا من المجالات التي يخوض فيها الإعلام بمختلف توجهاته. ويشير مصطلح الإعلام في اللغة العربية عن المعاني والدلالات الآتية: (خير الدين على العويس وعطا حسن عبد الرحيم: 1998، ص 19-20)

- الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها وأحيانا يطلق عليه الاستعلامات التي تعنى بإبراز الأخبار وتفسيرها.
 - الإعلام بمعنى الدعوة وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ Propaganda أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها.
 - الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبية أو العمل السياسي الخارجي.
- أما الإعلام اصطلاحاً فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها: (خير الدين على العويس وعطا حسن عبد الرحيم: 1998، ص 19-20)

- تعريف زيدان عبد الباقي (1972) بأنه: تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة او الحقائق الواضحة.
- وعرفه عبد اللطيف حمزة (1972) بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

- وعرفه إبراهيم إمام (1977) بأنه: عملية نشر الحقائق والمعلومات والاختبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفرده وتنميتهم.
- وعرفته جيهان رشتي (1978) بأنه الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وهو التعبير الموضوعي لعقليات الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام سواء أكان صحافياً أو إذاعياً أو مشغلاً بالسينما أو التلفزيون.
- وعرفه حامد زهران (1984) بأنه: عملية نشر وتقييم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير من مصادر خدمة للصالح العام.
- ويفهم من هذه التعريفات أن الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح وغيرها.
- ومن خلال هذه التعريفات العامة للإعلام عموماً نستطيع أن نعرف الإعلام الرياضي التلفزيوني على أنه يختص: بعملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية ونشر القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي (خالد إبراهيم عبد العاطي: 2009، ص11).

2- أهمية الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون:

للإعلام الرياضي عبر التلفزيون دور هام في المجتمع بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن الحادي والعشرون، حيث ساهم في رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، كما يعمل أيضاً على تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية وكذلك يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي الذي يبرز أهمية الإعلام الرياضي، وهنا

تتضح أهمية الإعلام الرياضي التلفزيوني في القيام بواجبه بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتداخل المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وذلك في ظل عصر المعلومات والثورة والبعث الرقمي نتيجة التقدم التقني الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة الانترنت (خالد إبراهيم عبد العاطي: 2009، ص11).

إن التلفزيون حسب الباحث حسام الدين السيد اكتسب ميزة الصدق لاعتماده على الصوت والصورة معاً، والتي تتميز بأنها وسيلة إقناعية تضيء القفّة في الانباء والندوات والاحبار وكذلك المباريات الرياضية المختلفة وخاصة تلك التي تنقل على الهواء مباشرة ويتابعها المشاهد لحظة حدوثها، وذلك ما نلاحظه عند متابعة حدث رياضي عالمي مثل نهائيات كأس العالم لكرة القدم أو افتتاح دورة الألعاب الأولمبية مثلاً نجد مشاهدي العالم أمام التلفزيون في وقت واحد مع اختلاف التوقيت بين هذه الدول، وهذه المتبعة نجدها ناتجة عن ثقافة معينة جعلت المشاهدون ينتظرون هذا الحدث الرياضي لمتابعته كما أن هذه المتابعة أيضاً سوف ينتج عنها نتائج ثقافي رياضي جديد يضاف على المخزون الثقافي لدى المتلقي (موافي زكرياء موافي إمام: 2013، ص 29).

ويرى محمد الحمامي وأحمد سعيد أن التلفزيون يعد من أهم الوسائل الإعلامية التي تؤدي دوراً مؤثراً وفعالاً في حياة المجتمعات الإنسانية، وتطويرها وتوجيه أفرادها نحو حياة أفضل، وتزويدهم بالمعلومات والخبرات الحياتية، وكذلك الترويج عنهم في أوقات فراغهم من خلال ما يقدمه لهم من فقرات وبرامج ومواد إعلامية. فالتلفزيون-وما يقرمه من برامج رياضية-له القدرة على الحظو باهتمام المشاهدين بفقراته وتأثرهم بالرسالة الإعلامية التي يقدمها في مجالات الثقافة والترويج، وذلك دون تحمل المشاهد لأية تكلفة مادية أو الانتقال إلى موقع الحدث لمشاهدة وقائعه في توقيت حدوثها، إذ يمكنه مشاهدة بعض الأفلام عبر شاشات التلفزيون دون الحاجة للذهاب إلى السينما، أو مشاهدة بعض المسرحيات دون الذهاب على المسرح، أو مشاهدة بعض المباريات

دون الذهاب أو المسابقات دون الانتقال إلى الملعب التي يتم لعب هذه المنافسات عليها (موافى
زكرياء موافى إمام: 2013، ص 29).

ويعد الإعلام الرياضي عبر التلفزيون بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب، بل والتعليمية بمراحلها المختلفة، فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره من خبرات تعدل من سلوكهم كباراً أو صغاراً، بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة (عمرون مفتاح: 2008، ص 64).

ويتضح أهمية استخدام الإعلام الرياضي هي الحاجة الضرورية والملحة في قيامه في التغلب على الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه (خير الدين علي العويس وعطا حسن عبد الرحيم: 1998، ص 23).

ويشير خالد إبراهيم عبد العاطي أن للإعلام الرياضي التلفزيوني له أهمية تكمن في تنمية وبناء الشخصية المتكاملة فيما يأتي: (خالد إبراهيم عبد العاطي: 2009، ص 11)

يعتمد السلوك الحضاري للفرد على مدى التنسيق والتكامل بين المؤسسات المسؤولة عن بناء الإنسان والتي تلقت في النظام الإعلامي للدولة، فالإعلام هو النظام المتكامل الذي يقدم للفرد المعلومات بصورة محددة سمعية، أم بصرية أو سمعية بصرية وكلها تعمل على تنمية الثقافة السلوكية الشاملة لشخصية المواطن، فالإعلام هو المؤسسة التربوية المؤثرة والمستمرة، وتظهر المشكلة في أن المسؤولية تقع على عاتق الإعلام فعندما نحسبه بدقة وموضوعية الفترة الزمنية التي يتعرض فيها الفرد منذ التحاقه بالمدرسة وحتى التخرج من الجامعة نجد أنها تصل بالفعل إلى حوالي ثماني سنوات بالإضافة إلى العوامل الأخرى التي يمكن حساب تأثيرها. وبالتالي نستطيع القول بأن الإعلام الرياضي التلفزيوني والبرامج الرياضية الإذاعية والتلفزيونية يؤثران تأثيراً كبيراً في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.

3- أهداف الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون:

يذكر خير الدين على العويس، وعطا حسن عبد الرحيم، أن هناك عدة أهداف للإعلام الرياضي؛

وهي: (خير الدين على العويس وعطا حسن عبد الرحيم: 1998، ص 13)

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمى يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ كان التوافق سمة من سمات المجتمع.

- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي واعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال امدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.

- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالشكل والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

- إخبار وإعلام الجماهير وتزويدها بالأخبار اللازمة لها لتكون حكما على الموضوعات العامة

- التعليق على الأنباء الرياضية.

- يعكس آراء الآخرين والموضوعات والأحداث الرياضية والتعليق عليها من خلال عرض الآراء ووجهات النظر.

- التغطية الشاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية المختلفة وخاصة التي ترتبط بالدولة.

- التعريف بالأبطال المثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين.
- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية.
- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين أبناء الوطن.
- التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية.
- توعية وتنقيف الجمهور رياضياً.
- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية.

ويضيف خالد إبراهيم عبد العاطي أن هناك ثلاثة أهداف للإعلام الرياضي نذكرها فيما يلي:
(خالد إبراهيم عبد العاطي: 2009، ص14)

- يتضمن الإعلام الرياضي جنباً كبيراً من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلاً برنامج تلفزيوني رياضي موجه على جمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة القدم والألعاب الرياضية الشهيرة الفردية.
- يتميز الإعلام الرياضي بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- يستجيب الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرأة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.

4- وظائف الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون:

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة والواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة

أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي (خير الدين علي العويس وعطا حسن عبد الرحيم: 1998، ص 25).

ويضيف خير الدين علي العويس، وعطا حسن عبد الرحيم عدة وظائف للإعلام الرياضي؛ منها:
(خير الدين علي العويس وعطا حسن عبد الرحيم: 1998، ص 25).

- الشرح والتفسير والتحليل: وذلك حتى يمكن أن يقدم للأحداث أو الموضوعات الرياضية دلالتها المختلفة ويساعد القراء على فهمها وإدراكها وتكوين وجهة نظر ورؤية حولها، وهذا يتم من خلال وضع هذه الأحداث أو تلك الموضوعات الرياضية في البناء العام للأحداث.

- النقد والتعليق وطرح الرأي: وهذا يتوقف على مقدار الحرية التي تتمتع بها الوسيلة الرياضية، حيث تقوم بطرح كل الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات الرياضية في المجتمع الرياضي ويناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في هذا المجتمع. حيث لا يوجد هناك رأيا صحيحا وآخر غير صحيح، ولكن هناك وجهة نظر أو رأي مبنياً على معلومات كاملة وسليمة وصحيحة ومن ثم يكون رايا صائبا والعكس صحيح.

- تحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي: حيث تكون الوسيلة الإعلامية تكون أداة للتكامل والوحدة بين أفراد المجتمع الرياضي بانتماءاتهم ورغبتهم في النهوض بالرياضة على جميع المستويات.

- نقل التراث الرياضي من جيل لآخر: وذلك بتعريف الأجيال المختلفة بالأبطال الرياضيين الذين أثروا المجتمع الرياضي بما حققوه من إنجازات رياضية هذا بالإضافة إلى تعريف هذه الأجيال بالقيم والتقاليد الرياضية السائدة حتى يمكن المساهمة في عملية التنشئة الرياضية للأجيال القادمة.

- التوثيق والتأريخ: باعتبارها وثيقة من خلال تسجيلها للأحداث والوقائع الرياضية المتلاحقة ومتابعتها بما يعين على فهم هذه الأحداث لمحاولة الاستفادة منها في النهوض بالرياضة.

- التسلية والترفيه والترويح: من خلال التخفيف على الجمهور من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأساليب مناسبة تحقق لهم المتعة والثقافة الرياضية، وذلك من خلال نشر القصص الرياضية والكلمات المتقاطعة والمسابقات والالغاز الرياضية ونشر الصور الرياضية الطريفة.

- تقديم الخدمات: وذلك من خلال تقديم بعض المعلومات الرياضية والصحية التي تفيد القارئ بفائدة مباشرة مثل تعريف الجمهور بمواعيد المباريات الرياضية وأماكن إقامتها والإعلان عن مواعيد إذاعتها سواء في الإذاعة أو التلفزيون وأماكن انتظار السيارات في حالة مشاهدة المباريات من الملاعب وتقديم بعض الاستفسارات في مجال الطب الرياضي.

- التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات: حيث يقوم الإعلام الرياضي في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الأندية والاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة ومحاولة الكشف عن الانحرافات التي قد تحدث بها. فهو يسعى للتحري عن بعض القضايا الرياضية أو بعض المواقف قد تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد ويساعده على القيام بهذا الدور ما يتمتع به من حرية وما يوفره له القانون من حماية عند تصديه لقضايا الانحراف في المجال الرياضي ضد بطش بعض المسؤولين أو بطش السلطات.

وتشير الباحثة أمل منير صبري أن الرياضة في حد ذاتها إعلام لأن أداؤها علني ويستهدف فئات مختلفة، ويتضح ذلك عندما يجتمع مجموعة من الشباب لمشاهدة مباراة بكرة القدم أو مباراة بـ "الراكيت" على الشاطئ أو مباراة بكرة السلة في نادي رياضياً أو أي نشاط رياضي تنافسي آخر فالإعلام الرياضي أصبح أحد الأسس التي يعتمد عليها النظام العالمي في كثير من المجالات في ظل عصر الأتمار الصناعية (أمل منير صبري محمد جعفر صبري: 2004، ص 19).

وفي ظل هذا أصبحت الرياضة في ظل هذه المنظومة نشاط أصيل للإعلام العالمي والدولي والمحلي يتأثر بها ويؤثر فيه ويزيدها قوة وانتشار وإثراء بكل ما يجري منه وفيه مستغلاً كل آليات العصر الإعلامية للإبلاغ والتبليغ وسماع وجهات النظر وانقد من المتخصصين والذين يثرون القضايا

للولصول بهذه الأنشطة إلى الأداء الأمثل والذي يحقق المنافع والقواعد المطلوبة (أمل منير صبري، محمد جعفر صبري، 2004، ص 19).

ويلخص خالد إبراهيم عبد العاطي مجموعة من الوظائف للإعلام الرياضي؛ هي: (خالد إبراهيم عبد العاطي: 2009، ص 14-15).

أ. الوظيفة المعرفية: تشمل تقديم المعلومات عن الأحداث الرياضية والشخصيات الرياضية في المجتمع الرياضي الذي يخطط بالأفراد بما يؤدي إلى تيف الأفراد مع هذا المجتمع والاندماج فيه ويساهم في استقراره وتقدمه.

ب. الوظيفة التفسيرية: من خلال دعم روابط المجتمع الرياضي، وذلك بالشرح والتفسير والتعليق على الأحداث الرياضية المثارة وبيان أبعادها ومغزاها. إضافة إلى تقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية القائمة في المجتمع الرياضي، والمساهمة في عمليات التنشئة الرياضية الحادثة للأفراد بالتعاون مع مختلف المؤسسات الأخرى من مدارس وجامعات وأحزاب ووزارات وغيرها.

ج. وظيفة الاستمرارية: والتي تتحقق عبر التعبير عن الثقافات الرياضية السائدة في المجتمع وكذلك الثقافات الفرعية والثقافات الرياضية الجديدة الناشئة والتي تمثل إضافة إلى المجتمع الرياضي. وتتحقق أيضا من خلال صهر عناصر المجتمع الرياضي والحفاظ على المنظومة القيمية السائدة فيه والحفاظ على استمراريته وثقافته الرياضية.

د. وظيفة التعبئة: تتحقق بالقيام بعمليات حشد وتعبئة الجماهير نفسيا ومعنويا عبر حملات إعلامية منظمة من أجل تحقيق أغراض معينة وذلك في إقامة أو تنظيم المباريات والبطولات الرياضية المحلية أو القارية أو العالمية.

5- خصائص الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون:

يذكر خير الدين على العويس، وعطا حسن عبد الرحيم أن للإعلام الرياضي عدة خصائص، لكنهما يذكران أربعة خصائص هي: (خير الدين على العويس وعطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص 25)

أ. يتضمن الإعلام الرياضي جانباً كبيراً من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا مثلاً برنامج رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا...

ب. يتميز الإعلام الرياضي بصفته الجماهيرية وله القدرة على تغطية مساحات واسعة ومحاطة قطاعات كبيرة من الجماهير.

د. يتوجه الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب عدد من الجمهور إلى نقطة متوسطة افتراضية يجتمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

هـ. يعد الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحت يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.

وقد أبرز خالد إبراهيم عبد العاطي مزايا استخدام التلفزيون في المجال الرياضي في المميزات التالية:

(خالد إبراهيم عبد العاطي: 2009، ص 20-21)

أ. تحقيق الكثير من الأهداف الرياضية سواء كانت تتعلق باللياقة البدنية والنواحي الاجتماعية والمعرفية لأنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهي لجمعه بين الرؤية والصوت والحركة واللون والتحكم.

ب. تكوين اتجاهات جديدة أو تدعيم اتجاهات إيجابية نحو ممارسة الأنشطة الرياضية.

ج. تنوع البرامج حيث اشتملت على برامج تعليمية، ثقافية، اجتماعية، ترويحية.

د. تزويد الجمهور الرياضي بالمعلومات الرياضية غير الشائعة والرياضات بأفضل وسيلة

ممكنة وحث للجمهور على الممارسة الرياضية باستضافة خبراء رياضيين واللاعبين (النجوم).

- هـ. توعية الجمهور بأهمية تنمية اللياقة البدنية وممارسة الأنشطة الرياضية للبطولة أو الممارسة لقضاء وقت فراغ ممتع ومفيد مما يساعد على نشر الوعي الرياضي
- و. تحسين الألفة بين الجمهور والأحداث الرياضية لصغر شاشة العرض وانتشارها بما يحقق التغطية الواسعة.
- ز. يساهم التلفزيون في نشر الثقافة العامة الرياضية ونشرها بين الجمهور ودعم أساليبها المختلفة من خلال أثر التلفزيون، حيث توصل المهتمون إلى أن الفرد يستطيع أن يرى ما يجب أن يكون عليه العالم، وهذا يعني أن مشاهدة التلفزيون ينتج عنها حس إيجابي إلى جانب الحس المرئي.
- ح. حفز الجمهور على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم على الاهتمام بالقضايا المصرية التي تشغل الساحة ومناقشتها ومتابعتها وتكوين رأي الرأي الصائب تجاه تلك القضايا.
- ط. تساهم برامج الثقافة والرياضية في تبسيط وتفسير المعرفة بأشكالها وأنواعها لفئات مختلفة من الجمهور.
- ي. يفسح مجالات التخيل والتطوير والتفكير أمام الجمهور بالاعتماد على التبسيط والتفسير والتصوير الواقعية مستعينة في ذلك بفنون الإخراج التلفزيوني من موسيقى ومؤثرات مرئية وأساليب العرض التلفزيوني، خاصة ما نراه عند تغطية المنافسات الرياضية كبطولات ألعاب القوى أو البطولات العالمية لكرة القدم أو كرة السلة أو كرة اليد.

6- مبادئ الإعلام الرياضي في الصحافة والتلفزيون:

- لكي يتمكن الصحفي الرياضي من ممارسة مهنته على قواعد عادلة وسليمة عليه أن يتبع المبادئ التالية: (خير الدين على العويس وعطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص 121-122).
- أ. المسؤولية: لا توجد وسيلة لاجتذاب القراء أو المشاهدين إلى الإعلام الرياضي والمحافظة عليه كقارئ أو مشاهد سواء تفانيه في خدمته والعمل على رفاهيته وكذلك مساهمته في رعاية مصالحه وهذا يحملها مسؤولية كبرى، هذه المسؤولية توزع على كافة العاملين فيها. والصحفي

الرياضي الذي يستخدم إمكاناته لتحقيق منفعة شخصية لا يكون محل ثقة أو تقدير من جانب العاملين معه في الحقل الصحفي أو الإعلامي ومن جانب الجمهور.

ب. الحرية: حيث يجب المحافظة على حرية الصحافة الرياضية وباعتبارها جزء من الصحافة العامة أو- الإعلام العام- وكذلك باعتباره حق من حقوق الإنسان وهذا الحق يقرره القانون للأفراد بدون استثناء وعلى الصحفي الرياضي الذي يتمتع بحرية العمل في المؤسسات الصحفية أن يقرها بمسؤولياته كمواطن أقسم اليمين باحترام الدستور.

ج. الاستقلالية: باعتبارها جزء من الصحافة العامة أو -الإعلام العام- حرة من كل قيد عدا قيد ولائها للجمهور فلا يجوز للصحافة الرياضية أن تتبنى موضوعا خاصا ضد مصالح هذا الجمهور مهما كان السبب لأن هذا العمل يتعارض مع الأمانة الصحفية مع ضرورة الالتزام بإيضاح مصادر الأخبار التي تستقيها منها.

د. الولاء والصدق والذمة: الثقة المتبادلة بين الجمهور والوسيلة هي أساس الصحافة الناجحة وعلى أساس هذا المبدأ يكون من واجب الصحافة الرياضية قول الحق ولا عذر لها في مجابته عدم العلم بالخبر كاملا أو تقصير مراجعتها له، وكذلك يجب أن يكون العنوان الرئيسي لأي موضوع متماشيا مع المضمون.

هـ. عدم التحيز: حيث يجب أن تفرق ما بين الخبر والرأي، فالأخبار عادة ما تكون خالية من وجهات النظر مجردة من الرأي أما التعبير عن الرأي فله مكانة في بعض الفنون الصحفية.

و. الصراحة: حيث لا يجوز الصحافة الرياضية أن تنشر اتهامات غير رسمية تمس سمعة بعض الأفراد في المجال الرياضي دون أن تعطى الفرصة للمتهم من إبداء دفاعه كخبر رشوة بعض الحكام. وقد جرت العادة أن تعطى الصحافة الرياضية فرصة للمتهم في جميع أحوال الاتهام التي لا يتناولها القضاء للدفاع عن نفسه. كما لا يجوز لها أن تهاجم المشاعر الشخصية للأفراد في المجال الرياضي بدون التأكد من أن هذا من حق المجتمع الرياضي أن تصحح أخطاءها فورا مهما كان مصدرها.

ي. قواعد اللياقة: حيث لا يجوز للصحافة الرياضية أن تسرف نشر تفاصيل الجرائم التي قد تحدث في المجال الرياضي لأن رسالتها أسمى من أن تتعرض لنشر كل ما يتعلق بالجرائم وسوء السلوك.

— الخاتمة: —

يحتل بالإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مكانة في المجتمعات الراهنة نظرا لحاجة الجماهير للترويح والترفيه أثناء وقت الفراغ وذلك من أجل تفادي ضغوطات الحياة المتلاحقة، والتي لم يجد الفرد بدا من البحث عن متنفس يستطيع به تجنب تلك الضغوطات والهروب منها وذلك بواسطة مشاهدة البرامج الرياضية.

إلا أن الإعلام الرياضي الراهن وخاصة المذاع عبر شاشة التلفزيون أصبح بدوره صناعة قائمة بذاتها وأصبح يندرج ضمن اقتصاديات وسائل الإعلام يتأثر كغيره بالمؤشرات الاقتصادية الموجودة بالسوق الجماهيري سواء أكان ذلك بالحصول على الأرباح أو تحمل الخسارة وهذا طبعا جهة المستثمرين في هذا القطاع وذلك من خلال احتكار بعض المؤسسات الإعلامية الرائدة شراء الدوريات مقابل تقديم خدمة تلفزيونية رائدة من ناحية الاحترافية في الإخراج والتقديم واستخدام التكنولوجيات الحديثة وفي اختيار مدى دقة الصورة والصوت إلى حد تغطية جميع جوانب المباريات والدوريات الرياضية بالتحليل والنقاش مع المختصين (مدربين، حكماء، رؤساء أندية ...) في الجانب الرياضي.

- المصادر والمراجع:

1. محمد الحماحي (2006): الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط1؛ القاهرة: مركز الكتاب للنشر ، القاهرة.
2. عطاء الله طريف (2016): مسارات الصحافة والتلفزيون في العالم، ط1؛ عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع.
3. خير الدين على العويس وعطا حسن عبد الرحيم (1998): الإعلام الرياضي، الجزء1؛ القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
4. خالد إبراهيم عبد العاطي (2009): نموذج مقترح لصناعة الإعلام الرياضي المرئي في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية البدنية والرياضية (غير منشورة)، جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، قسم الإدارة والرياضة، جامعة حلوان .
5. موافى زكرياء موافى إمام (2013): دور وسائل الإعلام الرياضي في تنمية الوعي بالترويج الرياضي لدى طلاب جامعة حلوان، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة حلوان، قسم الترويج الرياضي.
6. عمرون مفتاح (2008): اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "استديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية: دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، معهد التربية البدنية والرياضية.
7. أمل منير صبري محمد جعفر صبري (2004): بناء استراتيجية لقناة الرياضة الفضائية المصرية، رسالة دكتوراه في فلسفة التربية الرياضية (غير منشورة)، جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة، قسم الترويج الرياضي .