**الموضوع: أنواع الإعلام الرياضي:**

**أ- الإعلام المرئي:**

ظهرت الصحافة المرئية (التلفزيونية) رر للأخبارفس الوقت كوسيلة اتصال إنسانية وأداة مثالية لنقل المعلومات، وللتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العليا للجميع على الصعيد العالمي كله وذلك من خلال جيل واحد، أي خلال عقدين أو ثلاثة عقود، عندما ظهر التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري، فأخذ عن السينما الصورة والحركة وعن الإذاعة الصوت وعن الصحافة النص المكتوب، فأطلق عليه في بداية عهده (إذاعة مرئية وسينما منزلية).

ثم تطور هذا الجهاز بفضل الممارسة والتطور التكنولوجي الهام الذي عرفته البشرية في كيفية تحويل الإشارات الضوئية إلى نبضات كهربائية يتم تحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية تبث في الفضاء عبر جهاز خاص، وهو جهاز الاستقبال التلفزيوني ثم تحول إلى صورة وصوت.

ثم انتشر التلفزيون كوسيلة إعلامية منذ الخمسينات وزاد رواجه وتطور في السبعينات وقد أصبح موجودا في معظم المنازل وفي كثيرا من البلدان، وترجع أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية إلى اعتماده السمع والصورة، وكذا الصورة الملونة مما جعله أقوى وسائل الإعلام تأثيرا في التلفزيون.

"إن سيطرة التلفزيون على عقول الناس وتأثير الصورة الذي يشمل العالم جعلها روحا متجولة لنشر رمزية ذات طابع ومعنى وهو في غاية القوة".

ولكي يستطيع التلفزيون أن يؤدي وظيفته بنجاح تجاه الفئات المختلفة في المجتمع فلا بد أن يكون هناك تنسيق بين البرامج والمواد الإعلامية تقدمها وسائل ومؤسسات المجتمع.

**ب- الإعلام السمعي:**

تعتبر الإذاعة من أهم وسائط التربية إذا تتضمن برامجها موضوعات متنوعة في جميع الميادين التربوية والعلمية والثقافية والرياضية والترويحية، وتعمل الإذاعة على ربط الفرد بمجتمعه والعالم من حوله، ونشر الثقافة والمعرفة وكل ما يخص الجانب التربوي، وأصبح المذياع أهم سمات الحضارة.

ومما يزيد من أثر البرامج الإذاعية على الأفراد ثقة الجمهور الكبير في الأنباء التي يحصل منها من خلال تقوية الشعور القومي والنهوض بالمجتمع ومعالجة المشكلات الاجتماعية وتوعية وتوجيه الرأي العام وتنمية المواهب من خلال البرامج المتخصصة.

**ج- الإعلام المكتوب (الصحافة):**

الصحافة إحدى أهم المهن، التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم، والعالم أجمع. كما تساعد الناس في تكوين الآراء، حول الشؤون الجارية، من خلال الصحف والمجلات. ويشار إلى وسائل الاتصال المذكورة بالصحافة أو الوسائل الإخبارية. وفي كل يوم يجتمع الصحفيون في مختلف أنحاء العالم،يحررون المقالات عن آلاف الوقائع الإخبارية. ويتولى المراسلون الصحفيون، تغطية الوقائع المحلية، بينما يغطي غيرهم، ومنهم المراسلون بالخارج، الأخبار القومية والدولية.

**\* مفهوم الصحيفة أو الجريدة:**

هي كل سطح رقيق يكتب عليه، والصحيفة أو الجريدة أيضا هي إضمامة من الصفحات أو مجموعة منها تصدر في مواعيد منتظمة وتحمل في طياتها مادة خبرية وثقافية في السياسة والاجتماع والاقتصاد والعلم والثقافة والفنون والرياضة، والذي يعمل بهذه المهنة يُسمى صحفيًا وصحافيًا.

**\* تعريف الصحافة في اللغة:**

الصحافة هي فن إنشاء الجرائد والمجلات وكتابتها، على حين الصحافي هو من يعمل في الصحف بمعنى الورّاق ،"والجور نال" هي نقلاً عن التسمية الغربية للدلالة على الصحف اليومية ثم ارتأى "رشيد الدحداح" إطلاق تسمية "صحيفة" إلا أن نظير الدحداح اللغوي اعتمد لفظة "جريدة" بمعنى الصحف المكتوبة.

**\* تعريف الصحافة في الاصطلاح:**

- على حد قول بورك الإنكليزي "الصحافة هي السّلطة الرابعة"

- في معجم الرائد " الصحافة هي فن إنشاء الجرائد والمجلات وكتابتها" يعنى بالمطبوعة الصحافية نوعان: سياسية وغير سياسية.

**- عوامل تفوق الإعلام المرئي (المتلفز) عن غيره من وسائل الإعلام:**

**1- مفهوم الإعلام الرياضي المتلفز:**

إن الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام، ويتميز عنه كونه إعلاما خاصا بقضايا الرياضة والرياضيين، ويعتبر الرياضيون هم هدفه وأدواته، فهو يهدف قبل كل شيء إلى إيصال كل المعلومات والخبرات إلى الرياضيين والعاملين في حقل الرياضة بشكل عام، ومن ثم نستطيع أن نحصر فيه ما يلي: (الصحف، الراديو، التلفزيون، السينما، المسرح، وكالات الأنباء الصحفية، الكتاب، النشرة، الخطبة، المناظرة، الندوة، المؤتمر الصحفي، الرحلات وأماكن السياحة، وشرائط الكاسيت).

**- قضاياه:**

من خلال مفهوم الإعلام الرياضي نستخلص أن قضاياه هي:

* الرياضة بكل ألوانها.
* الرياضيون (وهم الشخصيات الرياضية).
* وظائفه (يبين دور الإعلام الرياضي).

إن أول ما يلقاه الباحث الإعلامي في موضوع أثر الإعلام الرياضي في المجتمع والدور الذي تؤديه مختلف وسائل الإعلام في تغيير سلوكاته، هو أن الخلاف الإيديولوجي بين الباحثين حول: هل بناء الإنسان بالتأثير في العقل، الوعي وفي الضمير، ثم ينعكس ذلك على الأوضاع الرياضية في المجتمع؟

**- عوامل تفوق الإعلام المرئي (المتلفز) عن غيره من وسائل الإعلام:**

من العوامل التي جعلت الإعلام الرياضي يتفوق على الوسائل الإعلامية الأخرى في نقل الأحداث ومختلف التظاهرات الرياضية قدرته على نقل تلك الأحداث والموضوعات مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة، وأن البرامج الرياضية فيه متنوعة وتقدم في أشكال وقوالب مختلفة مما يجذب إليها الأفراد أكثر مما تجلبهم الوسائل الإعلامية الرياضية الأخرى.

ويضاف إلى ذلك أن الصور الرياضية المتحركة تستطيع أن تروي الأخبار الرياضية بطريقة يعيشها المشاهد، وتستطيع تحريك الاهتمام وحب الاستطلاع لدى المشاهد، كما أنها تستطيع أن تبرهم كيف تم هذا الحدث الرياضي، وتروي لماذا تم ذلك، وتستطيع أن تقارن وأن تظهر التناقض وهذه المميزات التي يحوز عليها الإعلام الرياضي المتلفز هي التي أدت إلى تلك العناية الفائقة بالقسم الرياضي داخل التلفزيون الجزائري وتزودها بالأجهزة الحديثة ومنح الرجال الذين يشغلون فيها مكانة عالية.

**- الإعلام الرياضي والمجتمع:**

إذا شبهنا النشاط والأحداث الرياضية في أي مجتمع من المجتمعات بالدورة الدموية في جسم الإنسان فإننا نشبه الإعلام الرياضي بالجهاز العصبي في جسم المجتمع.

وما ينبغي على الإعلام الرياضي أن يقوم به تفجير الطاقة الخلاقة داخل الإنسان وشحذها للبناء، وذلك في إطار تغيير المتعفن وإجلال الجديد القويم وعادات وسلوكات ديننا الحنيف وأيضا في إطار بعث القديم الأصيل ودفعه في اتجاه التقدم، هذه هي الوظيفة الإعلامية الرياضية في المجتمع وهذا يعنيه البناء المعنوي للإنسان والرياضة خاصة.

إن الإجابة التقليدية عن وظائف الإعلام الرياضي في المجتمع هي الإخبار والترويح والإعلام، لكن هذه الإجابة التقليدية وإن عبرت عن المظهر إلا أن الجوهر أكثر عمقا وفاعلية.

ولقد أولي عملا لإعلام الرياضي أهمية كبرى للدور الوظيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع، فاعتبر بعضهم الاتصال نسيجا يجمع المجتمع الإنساني برمته، ولقد رأى كثير من علماء الاتصال أيضا أن وسائل الاتصال بمثابة أبا ثالثا ومدرسة ثانية، ولعلنا نلقى أنفسنا مستجيبين أكثر من استجابتنا للوالدين ومتعلمين فيها أكثر مم نتعلمه في المدرسة، ويمكن تحديد وظائف الإعلام في الآتي:

* وظيفة تقديم الأخبار الرياضية.
* وظيفة الحديث عن المجتمع الرياضي.
* وظيفة النشر والشرح الرياضي.
* وظيفة الترفيه الرياضية.
* وظيفة التنمية الرياضية.
* وظيفة التسويق والإعلانات الرياضية.

**- دور الإعلام الرياضي في تثقيف الفئة الرياضية:**

يلعب الإعلام الرياضي دور كبيرا في تثقيف المشاهدين خاصة الفئة الصغرى من هذا الأخير، فإذا كانت الأسرى تنقل إلى الطفل كافة المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم التي تسود المجتمع بعد ترجمتها إلى أساليب عملية للتنشئة الاجتماعية وهي درب من دروب الثقافة.

**- البرامج التلفزيونية الرياضية:**

تلعب دورا بالغا في تنمية الفئة الصغرى المشاهدة، إما عقليا، عاطفيا أو اجتماعيا وذلك لأنها أداة توجيه وإعلام وإقناع وتنمية للذوق الفني وتكوين علاقات ونقل قيم ومعلومات وأفكار وإجابته على كثير من أسئلة هؤلاء المشاهدين الصغار، وإشباع مخيلاتهم وتنمية ميولاتهم الفكرية، وهي بهذا تؤلف واحدة من أبرز أدوات تشكيل ثقافة هذه الفئة من المشاهدين في وقت أصبحت فيه الثقافة أبرز الخصائص التي يتميز بها الفرد عن الآخر وهذا الشعب عن ذاك.

بما أن التلفزيون وخصائص قسمه الرياضي يعتبر من أهم وسائل الإعلام بالنسبة لهذه الفئة، لما يتميز به من خصائص في مقدمتها أنه وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة الملونة المتحركة، ولا تتطلب مشاهدته استعدادات سابقة، فمن أهدافه التي يسعى دائما إلى تحقيقها، هي توجيه الأطفال إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا، ونضرب مثلا لذلك وهو أنه في كثير من الأحيان يعطي القسم الرياضي بعض السلوكات الرياضية، التي يتقبلها المجتمع، وخاصة المجتمع الجزائري، كالعنف في الملاعب، وتراه يحث دائما عن الابتعاد عن هذه السلوكات المشينة، وأيضا من أهداف تنمية السلوكات العقلية لدى المشاهد الصغير، وتنشيط مدركاته وتنمية معلوماته، إضافة إلى ذلك فهو يلعب دورا كبيرا في تدريب ذاكرتهم وقوة إشباعهم وخير مثال على ذلك هو المسابقات التي يطرحها القسم الرياضي في مختلف حصصه الرياضية، من خلال طرح أسئلة مباشرة على هذه الفئة المشاهدة.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للبرامج الرياضية بالنسبة للفئة المراهقة الأولى، ودورها الكبير في تثقيفهم وإمدادهم بالمعلومات والقيم، فلا تزال تعاني من العديد من العوائق والمشاكل حيث تفتقر المكاتب الجزائرية إلى دراسة متكاملة حول هذا الموضوع.

**- الدور التربوي لوسائل الإعلام الرياضي المرئية:**

إن وسائل الإعلام ما هي إلا نظم للاتصال الجماهيري، وبذلك فهي تتناول جوانب الحياة في المجتمع، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، التعليمية والرياضية، وتلعب وسائل الإعلام دورا حيويا هاما في التأثير على الأفراد ونوعيتهم وتوحيدهم والربط بمجتمعهم وتشكيل الرأي العام، ومنها يكون لوسائل الإعلام دور هام في استقرار المجتمع وتطوره وتقدمه.[[1]](#footnote-2)

ويمكن تحديد الدور التربوي لوسائل الإعلام ليتضمن:

1. تبصير الفرد بما يدور حوله داخل مجتمعه وخارجه.
2. التعليم يكون في معظم صوره بشكل غير مباشر.
3. تعلم واكتساب مهارات واتجاهات وقيم واستعدادات جديدة.
4. العمل على تنمية المجتمع النهوض به.
5. القضاء على الشائعات التي قد تهدد المجتمع عن طريق توضيح معلومات من خلال التصريحات للمسؤولين والمتخصصين للقضاء عليها وتوضيح الموقف وتشكيل الرأي.
6. الترفيه: من خلال عرض التمثيليات والمسرحيات، وغير ذلك من برامج الترفيه بالاعتماد على الصورة والكتابة والأصوات والرموز وترمي هذه البرامج إلى جانب الترفيه إلى:
   * جذب اهتمام القارئ أو المستمع (المشاهد) إلى برامج تربوية واجتماعية قد تسبق أو تعقب هذا.
   * العبرة والموضوعية من خلال الترفيه الموجه.
   * تساعد الفرد على اكتساب مهارات فكرية من خلال متابعة الأحداث والربط بينهما.
7. إبراز الشخصيات القومية: إن الشخصية الإنسانية ما هي إلا حصيلة تفاعل الفرد بتكوينه الوراثي المعقد مع بيئته الطبيعية والاجتماعية والرياضية والثقافية، وبذلك هي ترجمة لواقع الجماعة التي ينتمي إليها، والإعلام بدوره يقوم بالإسهام في بناء شخصية المواطن الصالح المتكيف مع مجتمعه، ويعمل على إبراز الشخصية القومية فيصور هذه الشخصية ويعبر عنها ما تتضمنه من قيم ومعايير للأنماط السلوكية المحددة لها وربط هذه الشخصية بالمجتمع الذي ينتمي إليه.

**- الإعلام الرياضي وتأثيره على الفرد والجماعة:**

**- معنى التأثير:**

التأثير هو التعبير في شيء من الأشياء من ناحية السلب أو الايجابي،بواسطة عدة عوامل كانت منها مادية أو معنوية،فالمادية تتمثل في الوسائل الملموسة التي تراها العين المجردة، وتستعمل في عدة ميادين كالميدان الاقتصادي والسياسي أو العسكري، أما المعنوية فتتمثل في استعمال الأساليب المشجعة والمحفزة لانجاز مهام ووظائف متنوعة أو استعمال أساليب مثبطة تحط من قيمة الشيء وتستعمل في المجال التربوي والمجال الإعلامي.

ولما كان تأثير وفعالية هذه الوسائل كما توضحه النظريات المختلفة الدارسة لها ولتطورها وقدرتها على احتكار توصيل وتوزيع المعلومات والأخبار جعلها تكتسب قوة وجبروتا منقطعي النظير وسحر لا يقاوم مما يزيد من فعالية وتأثير ما تبثه من أفكار ومعلومات، ويقول "هربت" و"أوكيس" المفتش السابق للشرطة في ديترويت: "لا توجد أي جريمة قتل جنسية في تاريخ إدارتنا إلا وكان القاتل فيها قارئا للمجلات والكتب الماجنة".

فوسائل الإعلام تمكن الجمهور من استنفاذ دوافعهم العدوانية وبذلك تهدئ القوة التي تمزق المجتمع وهذا يبقى دائما متوقف على نوعية وطبيعة الرسالة الإعلامية التي تقدمها.

**- تأثير الرسالة الإعلامية:**

يرى الباحث الأمريكي "ولبر شرام" والباحث "ديفيد برلو"، أن بعض أهداف الاتصال تتحقق لمجرد استهلاك الرسالة أي بانتهاء التعرض لها، بمعنى أننا حينما نعرض أنفسنا لبعض أنواع المضمون الإعلامي قد يكون هدفنا أساسيا قتل الوقت ونسيان متاعبنا والتخلص من التوتر، وهذا هدف عاجل "استهلاكي" في حين أننا نستغل في أحوال أخرى بعض أحوال المضمون في تحقيق أهداف مؤجلة، بمعنى قد نقرأ المقالات والأخبار ونتابع الحصص الرياضية لكي نتحدث عنها مع أصدقائنا لكي نفهم الظروف التي تحيط بنا بشكل أفضل، في هذه الحالة يكون هدفنا بعيد المدى والجزاء يعود علينا من المساهمة في عملية الاتصال كي يتأخر لأننا سوف نستخدم ما نقرؤه أو نسمعه أو نراه في تحقيق أهداف مؤجلة.

وترى الدكتورة "جيهان أحمد رشتي" في كتابها (الأسس العلمية لنظرية الإعلام) في أن هذا الأسلوب في تحديد الهدف من التعرض لأنواع المضمون المختلفة أسلوبا غير علمي، لأن تأثير الرسالة سواء كان استهلاكيا (عاجلا)، أو آليا (مؤجلا) إنما يتوقف على المتلقي.

ويرجع نقص هذا الأسلوب في أنه يركز على الرسالة نفسها وعلى خصائصها وبها يركز على تأثيرها على الأنواع المختلفة من المتلقين، فالباحث "شرام"مثلا يرى أن المواد الترفيهية في الحقيقة تستغل في تحقيق أهداف عاجلة، في حين أن الأخبار والمقالات تحقق أهداف آجلة، وهناك الكثير من الأدلة التي تثبت أن أهداف المصدر المتلقي تبقى تختلف، بالرغم من ذلك ينجح كل منها في تحقيق ما كان يهدف إليه.

**- تأثير وسائل الإعلام الرياضي على المشاهد المراهق:**

يعتبر التلفزيون من المصادر الرئيسية التي تتعرض لها فئة المراهقين،ى والتي تؤثر في تكوينهم وبلورة أفكارهم، ذلك إذا كانت المنازل التي ينامون فيها تملك أجهزة تلفازيه، فان التلفزيون هو الذي يعرض على المراهق مختلف المواد والبرامج، ويعرفهم بحياة البالغين ويعطيهم صورة عامة وانطباعا كاملا عن المجتمع كله، ويكون ذلك في أشد فترات تكوينهم، حيث يدخل التلفزيون حياة المراهقين عند بداية حسهم.

واستعمال هذه الفئة للتلفزيون ودرجة تأثرهم واستجابتهم لما يشاهدونه من برامج تحدده درجة إدراكهم واستيعابهم إضافة إلى تجاربهم السابقة. ولهذا فان هناك فوارق مميزة بين المراهقين عندما يشاهدون برامج التلفزيون، ولا يمكن الخلاف بينهم في القيم والمستويات الاجتماعية فحسب، وإنما أيضا في مدى الخبرات التي مروا بها والأسس النفسية لحاجاتهم وقدراتهم، وإنما ما يختارون من برامج، وما يترتب عليه من سلوك، هو بلا شك انعكاس لهذه الفروق، وهذا يعني أن الآثار التي يحدثها التلفزيون على سلوك المراق هي تفاعل بين خواصهم وخواص البرامج التلفزيونية المشاهدة.

إن الآثار التي يحدثها التلفزيون على المراهقين ليست وليدة الصدفة أو الأمنية، وإنما يمكن إرجاعها إلى التنشئة التربوية لهذا المراهق داخل الأسرة ونشاطاته الاجتماعية الأخرى.

وهذا ما يدعو إلى القول بأن أثر التلفزيون على المراهقين هو محصلة القوى التي أثرت عليهم قبل المشاهدة للبرامج التلفزيونية، وما تزال تؤثر عليهم عند المشاهدة وبعدها. أما تحديد تأثير التلفزيون على المشاهد فقد أظهرت الدراسات التي قام بها العديد من العلماء أن المشاهدين خاصة الفئة الصغرى يكررون السلوك الذي يشاهدونه على الشاة في منازلهم وفي الشارع ومعنى ذلك إسهام التلفزيون في إعداد الطفل لحياة الرشد بل حتى أنهم يطلبون شراء كثيرا مما يشاهدونه على التلفزيون.

ويشير علماء النفس في هذا الشأن إلى أن المراهق لا يولد بطبيعة واحدة، أي أن خصائص سلوكه واتجاهات وقيمه لا توجد جاهزة كاملة محددة معه، وإنما يكتسبها من البيئة الاجتماعية والمادية والتي يصبح جزء منها بمجرد مولده.

ومع التسليم بان دور المدرسة في التنشئة الاجتماعية يتعدى حدود تأثير البيت والعائلة، نظرا لأنها تنقل المراهق إلى آفاق أوسع من المعرفة، كما تنقل إليه ثقافة المجتمع ككل، فإنها تأثيرها في هذا المجال لا يمكن أن يقارن بتأثير التلفزيون على المراهقين بالذات لان تأثير هذا الأخير أقوى وأعمق من تأثيرات وسيلة أخرى، نظرا لارتباط الصورة بالصوت وعدم الحاجة إلى إتقان القراءة والكتابة، وهناك من التعاريف ما يشير إلى أن بعض المراهقين يقضون في المدرسة أوقاتا أكثر من التحدث إلى والديهم وعائلاتهم.

**- تأثير الإعلام الرياضي على اللاعبين:**

لقد ساهم الإعلام الرياضي بقدر كبير في التأثير على رياضة كرة القدم وساعدها على تألقها من بين مختلف الرياضات الأخرى فجعلها الرياضة الأولى عبر شاشاتها وأثيرها واهتمت بجميع المشكلين لها من لاعبين وجمهور وحتى المسيرين لكونهم الركيزة الأساسية لأي فريق طموح كما أن فوزه أو انهزامه يرجع إلى طبيعة التأثير الحاصل بينهما، قد يؤثر عليهم بعدة جوانب أهمها:

**-1- الجانب الأخلاقي:**

يتفق رجال الإعلام على أن للتلفزيون دور هام في ترسيخ المبادئ العامة وحمايتها من أي تيارات جارفة ولها الفضل في التوعية والإرشاد فهذا الجهاز يعتبر بمثابة القائد الذي يقود المجتمع إلى معركة الحياة منه تتضح الرؤية في أن سلوك وحضارة أي مجتمع مرهون بالدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التوجيه.

**-2- الجانب التثقيفي:**

هي ثقافة الحياة، ويجري فيها من شؤون وما يطرأ عليها من تغيرات، تصورات فالصحافة تقدم للجماهير ثقافة الحياة، إذ تحسن استعمالها واستخدامها وتعمل بذلك على رفع مستوى ثقافة المجتمع.

**- الإعلام وأثره على سلوك الفرد والجماعة:**

تكمن وظيفة الإعلام الرئيسية في إحاطة الأفراد والجماعـات علمـا بالأخبـار الصحيحة وتكوين الرأي الصائب في واقعة أو حادثة، وهكذا يؤثر الإعلام تأثيرا واضحا في سلوك الفرد والجماعة، ومن ثم يجب على الإعلامي توخي الصدق والأمانة، والصراحة والموضوعية والبعد من الذاتية في تقديم الأخبار أو المعلومات. ويساهم الإعلام في مجال الصحة النفسية للفرد والجماعة، ولقد أكد هذا المؤتمر العربي الأول للصحة النفسية وأوصى بإشراك رجال الإعلام ومختلف وسائله في كل ما يتعلق بالصحة النفسية.

ويلخص إبراهيم إمام (1969) بعض الملاحظات على المضمون الإعلامي، وأثره في الجماهير مسترشدا بالبحوث التي أجريت حول مضمون الرسالة الإعلامية ومحتوى الاتصال ويمكن إجمال نتائج هذه البحوث فيما يلي:

أ- في حالة عرض قضية على جمهور مثقف ثقافة عالية يجب تقديم وجهة النظر المختلفتين أما في حالة الجمهور الأمي أو قليل الحظ من الثقافة والذي يميل إلى القضية أصلا فيكفي عرض وجهة النظر المستهدفة فقط.

ب- تزداد قوة تأثير المضمون الإعلامي في تحويل الرأي عند الشرح والتصريح بالاستنتاجات أكثر منها عند العرض والتلميح.

ج- يؤثر التكرار تأثيرا قويا في إقناع الجماهير في بالرسالة الإعلامية، بشرط أن يكون متغيرا متنوعا، وألا يصل إلى حد الإلحاح، والمضايقة وحتى لا يحدث أثر عكسيا، ولا شك أن من أهم مقاييس الحكم على نجاح الإعلام ووسائل الاتصال الإعلامي هو "تجاوب الجماهير" واستجابتها للرسالة الإعلامية التي بعث بها الإعلامي عن طريق وسيلة الاتصال أن على الأميين التوصل إلى أفضل الطرق لتلمس معرفة استجابات تجاوب أو إرجاع أو ما يسمى التغذية الرجعية .

1. وتدل الدراسات التي قام بها "كانتريل " و"ألبورت " 1919 قوة تجاوب الجماهير لوسائل الإعلام ووجد أنها تترتب من حيث الأهمية و النجاح، قوة التأثير والتجاوب كما يلي:

المحادثة الشخصية ثم المنافسة الاجتماعية ثم الاجتماعات غير الرسمية ثم التلفون ثم الاجتماعات الرسمية ثم الأفلام الناطقة، ثم التلفزيون ثم الإذاعة ثم التلغراف، ثم الرسالة الشخصية، ثم الخطابات ثم الصحافة ثم الملصقات ثم المجلات ثم الكتب.

**- المشاكل الناتجة عن الإعلام الرياضي المتلفز:**

إن المتتبع لما ينشره الإعلام المتلفز، يجد صعوبة في معرفة ما إذا كان الإعلام يسهم في إيجاد الحلول السليمة للمشاكل التي تواجه الرياضة ،أو يقتصر على مجرد التعريف بها لكن المؤكد بأن هناك مشاكل جد هامة ذات طابع إعلامي بحت ويمكن أن نبرز أهمها فيما يلي:

**\* الافتقار للإرشاد التربوي:**

كثيرا ما يذعن الإعلام الرياضي المتلفز، لواجبه الأساسي فيما يتعلق بالترشيد والتوجيه و التركيز على القيم التربوية ،فما تنشره عن الرياضة عموما وخصوصا الرياضات الجماعية ، والذي يعاني نقصا هائلا ذلك أن دور الإعلام الرياضي المتلفز، لا يقتصر على نقل الأخبار ووصف الأحداث الرياضية بل يشتمل أيضا على إسداء التوجيهات الرامية لتنمية السمات الاجتماعية والخلقية المرغوب فيها، وحرص الجماهير على ممارسة الرياضات الجماعية بالخصوص ،وهذا الافتقار في وسائل الإعلام قد يفرع الرياضة من مضمونها ويجعلها كأنها نشاط حركي ،يهدف إلى تقوية البدن ،وليس التربية عن طريق النشاط البدني.

**\* التجاهل و الإذعان:**

كثيرا ما يذعن الإعلام الرياضي المتلفز إلى كثير من الانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب، فتعمد على عدم التصدي لها ،فتشير إليها إشارة عابرة وربما تتجاهلها في بعض الأحيان لأسباب تتعلق بالسمعة والكرامة أو الوطنية (وما يشبه ذلك اعتقاد بأن إبراز هذه الانحرافات والأخطاء يؤدي إلى غضب البعض ،كما يؤدي للتشكيك في قيمه الرياضة) بصفة عامة وخلاصة القول أن النقطة السوداء التي تبقى عالقة بالإعلام الرياضي هو جهد غير كاف حتى يجعل الكثيرين يرون وكأن الانحرافات السلوكية هي ظواهر مرتبطة بالرياضة بصفة طبيعية.

يمكننا القول أن هذه المشاكل مجتمعة، ستعود بشكل سلبي على القسم الرياضي محولة هذه الوضعية المزرية دون تحسن كبير، في كمية ونوعية الإنتاج المقدم للجمهور ومنها من الممكن جدا أن يفقد القسم الرياضي، أو الحصص الرياضية هيبتها ومصداقيتها فإن عدم وجود قانون واضح يحدد مهام القسم الرياضي في المواثيق الرسمية، قد تجعله يعيش على الانحراف والتقاليد المستعملة والمتعامل بها ومن هذا يفقد هيبته وأهميته كقسم له نفس الحقوق والواجبات كبقية الأقسام الأخرى.

**- الوظائف والمهام التي يقوم بها الإعلام في المجتمع:**

لا يمكن أن يكون الإعلام محايدا في أي مجتمع من المجتمعات إن الإعلام نشاط فكري وإبداعي هادف وغائي وبالتالي فإن وسائل الإعلام وجدت من أجل تحقيق الوظائف والمهام التي حددها لها مالكها – ناشرها. وكما أن هذه الوسائل تسعى لتلبية الحاجات الإعلامية للجمهور، فإنها تسعى لتحقيق المتطلبات والحاجات الإعلامية للقوى الاجتماعية أو السياسية أو الرياضية...، التي تنشر وتملك، وتمول هذه الوسائل، بمعنى أن الإعلام عموما معني بوضع الفرد والمجتمع ومعني بالظروف العامة السائدة في المجتمع، ويسعى لخدمة قوى ومصالح محددة، الإعلام ليس مجرد استجابة أو رد فعل، بل هو فعل.

**1- التنوع الكمي والنوعي:**

أدى مجمل التطور الحاصل في حياة المجتمع إلى تزايد أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام في هذه الحياة، وبذلك زادت وتعقدت مهام الوظائف التي يسعى لها الإعلام لتحقيقها في المجتمع، الأمر الذي أدى من جهة أخرى لكثرة وتزايد مطالب أفراد المجتمع لهذا الإعلام، الذي أصبحت تعتمد عليه القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية عبر وسائل الإعلام، كما أن التطور الحاصل في المجتمع والذي يمس جميع ميادين الحياة اليومية للأفراد قد وسع دائرة المعنيين بالإعلام وزادت الحاجة للاتصال عموديا وأفقيا باستمرار، وبتنوع يتوافق والشرائح الاجتماعية (مستواها، تخصصاتها مهنتها، سنها جنسها......) هذه العوامل مجتمعة أدت إلى هذا التنوع الكمي والنوعي الهائل في مفردات المنظومة الإعلامية في المجتمع المعاصر.

**2- التغطية الشاملة:**

تحقق المنظومة الإعلامية تغطية شاملة لجميع الحاجات الفردية وللمجتمع بأبعاده الجغرافية والثقافية والمهنية..، كما تحقق التغطية الشاملة لكل المواضيع منطلقة من مبدأ عدم ترك الفراغ، فقد تسعى للتغطية على الصعيد الاجتماعي لتلمس الطبقات الاجتماعية المختلفة الفئات والشرائح والمهن والمستويات، وذلك لتحقيق المتطلبات الإعلامية لهذا المجتمع الواسع.

1. [↑](#footnote-ref-2)