**المقياس:** تقنيات الإعلام والاتصال الرياضي **معهد:** علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

**الأستاذ:** إبراهيم جوادي  **جامعة:** الشهيد مصطفى بن بولعيد-باتنة2

**المحاضرة:** 05

**الموضوع:** الإعلام الرياضي.. التاريخ والمفهوم.

**تقديم:**

تقوم وسائل الإعلام "المقروءة والمسموعة والمرئية" بدور تربوي كبير في المجتمع وذلك لتأثيرها على عقول الناس وتفكيرهم، ويمكنها القيام بهذا الدور لأنها متعددة ومتنوعة وشاملة وميسورة الاقتناء، وتهتم بقطاعات كبيرة من الناس، وأنها بالتقدم العلمي والاعتماد على الميكنة والآلة قد عبرت المسافات ووثّقت الاتصال بين الأماكن والجماعات، ونقلت الأفكار والأخبار عن وعي الأفراد والجماعات والمجتمعات المختلفة، علاوة على تأثيرها في الرأي العام. كل هذا جعلها من القوى التربوية المؤثرة في المجتمع.

**1/ تعريف الإعلام:**

 الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات الآتية :

- الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها، وأحيانا يطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها.

- الإعلام بمعنى الدعوة، أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة و التبشير بها، وكسب المؤمنين بها. بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبية أو العمل السياسي الخارجي (إمام، 1977م).

 أما الإعلام اصطلاحا فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها:

- و عرفه عبد اللطيف حمزة (1972م) بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب، في واقعة أو مشكلة، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم وميولهم.

- وعرفه إبراهيم إمام (1977م) بأنه :عملية نشر الحقائق و المعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنميتهم.

 ويفهم من هذه التعريفات ان الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات، ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس، من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، المسرح، وغيرها.

**2/ تعريف وسائل الإعلام:**

 هي عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية، المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر، ضمن إطار العملية التثقيفية والإرشادية للمجتمع.

 وسواء كانت الوسائل الإعلامية مقروءة أو مسموعة أو مرئية، فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل، ومدى مسايرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية، و الأبعاد التثقيفية والشكل الفني الجميل والملائم فيه، ويتم نقد الجهاز الإعلامي وتقويمه عموما إيجابا وسلبا في الأساس، على ضوء هذا المفهوم (الزيادي، 1989م).

 وعرف صالح دياب (1994م) **وسائل الإعلام** بأنها: مجموعة المواد الأدبية والفنية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر وغير مباشر، من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبر عنها، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات، والزيارات الرسمية وغير الرسمية.

**عناصر الإعلام الرياضي:** للإعلام الرياضي عناصر أربعة هي:

**- المرسل هو:** صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة، سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب... الخ.

**- المستقبل هو:** من توجه إليه الرسالة الإعلامية، سواء كان فردا أو جماعة.

**- الأداء أو الوسيلة هي:** ما تؤدى به الرسالة الإعلامية، سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون... الخ.

**- الرسالة أو المضمون هو:** ما تحمله وسائل الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل، ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل، ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام، ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم، ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم، ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابا أو سلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي ان تحققت، تجعل تأثيرها في الناس اكبر وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها، وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنيت نظريات الاتصال وتفسيراتها لسيكولوجية الإعلام الرياضي.

**3/ تعريف الإعلام الرياضي :**

 يعرّف الإعلام الرياضي إجرائيا بأنه:عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

**4/ أهمية الإعلام الرياضي:**

 يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية ومراكز الشباب، بل و التعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها، فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم، كبارا وصغارا بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

 وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية، تخصص لها الصحف و القنوات الإذاعية والتلفزيونية، وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي الرياضي لهم، وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية، والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، وضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات في هذا المجال، وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع، و بالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار. والإنسان في نظر رجال الإعلام "نفس إعلامية"، تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر، وتتعافى باللحن، ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة، وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدها الموجه (منير جادو، 1989م).

 ومن خلال هذا الوضع الموجز، يمكن القول بأن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية، وبرامج رياضية إذاعية وتلفزيونية، يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن، ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.

**5/ أهداف الإعلام الرياضي :**

1- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة، والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

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

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

4- الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

**6/ وظيفة الإعلام الرياضي :**

 تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الأساسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة، والمعلومات الصادقة الواضحة، والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب، في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي.

**7/ خصائص الإعلام الرياضي:**

 للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص، ولكن أبرز هذه الخصائص ما يلي:

1- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه، ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا...

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 باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس، كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

4- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة، مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها، بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لا بد من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه، حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع.

**8/ تأثير الإعلام الرياضي وأنواع التأثير:**

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفة عامة، والإعلام الرياضي بصفة خاصة، على الجمهور أو على نوعية ذلك التأثير، بالرغم من أن هناك إجماعا على تأثير تلك الوسائل على جمهورها، خاصة الإعلام الرياضي، نظرا لمخاطبته لقطاع كبير من الجمهور، مثلا بلغ عدد المشاهدين لدورة أطلنطا الأولمبية 1996م عبر شاشات التلفزيون وحدها دون وسائل الإعلام الأخرى مليار مشاهد، هذا بالإضافة إلى المستمعين الذين تابعوا أحداث هذه الدورة من خلال الإذاعات والبرامج الرياضية، أو من خلال المتابعة العميقة للصحافة الرياضية، وهم أيضا يشكلون نسبة كبيرة من الجمهور، ولهذا أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور مجالا ضخما قائما بذاته، له نظرياته وأبحاثه الخاصة.

**9/ أنواع الإعلام 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 (الإنترنيت)، 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.

**أ/ الصحافة الرياضية:**

الصحيفة في عالم اليوم لم تعد ناقلة للأخبار والمعلومات فقط، بل إنها إحدى المتع المذهلة التي يتعامل معها الإنسان مع إشراقة كل يوم.

 والصحف في عصرنا الحديث هي الصلة بين الفرد والعالم الخارجي، ولولاها لعاش الناس في عزلة عما يجري من حوله، إذ لا توجد دائرة من دوائر حياتنا الاجتماعية لا تغذيها الصحافة أو تمسها من قريب أو بعيد، وتعتبر الصحافة الرياضية أول وسيلة من وسائل الإعلام المعاصر، فلقد بدأت الكتابة مع الإنسان في عصوره القديمة، ثم حققت تطورا كبيرا في القرن الخامس عشر حينما اخترعت المطبعة حتى تبلورت الصحافة في شكل من أشكال الدوريات التي تتناقل الأخبار بين الناس (ساعاتي، 1993م)، ثم اتجهت الصحافة إلى التخصص، فهناك الصحافة الرياضية وهناك الصحافة الاقتصادية والتجارية، وهناك الصحافة العلمية والصحافة الفنية وغيرها من الصحافة المتخصصة.

 وتعتبر الصحافة الرياضية من أكثر الصحف المتخصصة جماهيريا، فلا تخلو صحيفة عامة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة، وتكرّس معظم الصحف اليومية في العالم ما بين 5 إلى 20 بالمائة من مساحتها للرياضة، وأصبح القسم الرياضي بهذه الصحف يحتل مكانا هاما، وأخذت الأنباء الرياضية تحتل مساحة تزيد في بعض الأحيان عن عُشر مساحة المادة الإخبارية المنشورة يوميا في هذه الصحف.

 بل أصبح للأنباء الرياضية مكانها في عناوين الصفحة الأولى، وتلجأ كثير من المؤسسات الصحفية إلى إصدار ملاحق رياضية أسبوعية توزع مع الصحيفة لزيادة توزيعها.

 ولقد تطورت هذه الملاحق لتصبح صحفا مستقلة تهتم بنشر الأخبار الرياضية والمنافسات الرياضية، وتجري الأحاديث مع المشاهير من اللاعبين في مختلف الرياضات الذين يثيرون إقبال الجمهور.

 وقد أدى ظهور الإذاعة والتلفزيون إلى إيجاد منافسة مع الصحف حول جذب الجمهور إلى الرياضة وطرقها المتعددة، فلجأت بعض المؤسسات الصحفية والاتحادات والأندية إلى إصدار صحف ومجلات متخصصة في كافة ما يتعلق بالشؤون الرياضية (عبد اللطيف، عوض الله، 1991).

 ولقد ارتبط انتشار الصحافة في كثير من الدول العربية بانتشار الصحف الرياضية التي تعددت وأشرف عليها مسئولون وصحفيون تولوا بعد ذلك رئاسة تحرير الصحف الكبيرة والعامة، فكأن الرياضة ساهمت في إعداد جيل رائد من الصحفيين في الوطن العربي، كذلك انتشرت الصحافة الرياضية في العالم العربي وأقبل عليها القراء والجمهور (ساعاتي، 1993).

**المعنى الاصطلاحي لكلمة الصحافة PRESS JOURNALISM:**

 يعتبر البعض أن المعنى الواسع للصحافة يشمل جميع وسائل الإعلام الحديث: الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والندوة والكتاب والنشرة والمعرض أما المعنى الضيق لها فيقتصر على الصحف والمجلات.

ولقد عرفت المادة الأولى من قانون سلطة الصحافة رقم 147 لسنة 1980 الصحافة أنها:

 "سلطة شعبية تمارس رسالتها بحرية في خدمة المجتمع تعبيرا عن اتجاهات الرأي العام، وإسهاما في تكوينه وتوجيهه بمختلف وسائل التعبير، وذلك في إطار المقومات الأساسية للمجتمع والحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة، واحترام حرمة الحياة الخاصة للمواطنين".

**\* أهداف الصحافة الرياضية :**

 الإنسان كائن حي له حاجاته، وعن طريق إشباع هاته الحاجات يمكن توجيهه إلى حياة سليمة ومن هذا المنطلق وضعت الصحافة الرياضية مجموعة من الأهداف وهي كالتالي (رفقي، 1979م) :

1- الأخبار والإعلام، حيث تقوم بتزويد الجماهير بالأخبار اللازمة لهل لتكون حكما على الموضوعات العامة.

2- التعليق على الأنباء الرياضية.

3- تعكس آراء الآخرين في الموضوعات والأحداث الرياضية والتعليق عليها من خلال عرض آراء القراء ووجهات نظرهم.

4- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية وخاصة التي يشارك فيها المنتخبات والأندية الوطنية.

 5- التعريف بالأبطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين.

6- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية.

7- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية.

8- التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية.

9- توعية وتثقيف الجماهير رياضيا.

10- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية.

**ولكي تحقق الصحافة الرياضية أغراضها يجب أن تتميز ببعض الصفات منها:**

1- حسن اختيار أفراد القسم الرياضي ممن تتوافر فيهم صفات الصحفي الرياضي الناجح.

2- أن يكون الصحافي أو الناقد أو المحرر الرياضي ذا ماض رياضي، ويفضل أن يكون من خريجي كليات التربية البدنية والرياضية بما له من دراية بالملاعب والشؤون الرياضية وقوانين الألعاب والروح الرياضية وتقاليدها. فالصحفي الرياضي يحس بإحساس الرياضيين بصفة خاصة والجمهور الرياضي بصفة عامة.

3- تحري الصدق وعدم التسرع في كتابة ونشر الأخبار الرياضية.

4- ان يكون الصحفي الرياضي موضوعيا فيما يكتب وان يصب كلامه عن الموضوع نفسه لغرض الوقاية والعلاج والإصلاح وتحقيق التقدم في مختلف الميادين الرياضية، وعليه ألا يتأثر بآرائه وميوله واتجاهاته الشخصية.

5- أن يقدر أهمية وخطورة رسالة الصحافة والمهمة التي يقوم بها.

6- مساعدة القارئ على فهم دلالة الأخبار الرياضية وإدراك ما وراء هذه الأخبار.

7- مساعدة الصحيفة نفسها على الاقتناع بالأخبار الرياضية بحيث تتماشى هذه الأخبار مع سياسة الصحيفة.

8- العمل على نشر وعي صحفي رياضي في المجتمع وخاصة عن طريق نشر التعليقات التي تقيد القارئ والصحيفة في وقت واحد.

9- التعليق المستفيض للعمل على حماية القارئ في بعض الأغراض الخبيثة لبعض وكالات الأنباء.

 **\* وظائف الصحافة الرياضية :**

 تختلف وظائف الصحافة الرياضية باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع، كما تختلف وظائف الصحافة الرياضية من فترة زمنية لفترة زمنية أخرى في نفس المجتمع، ولكن يمكن تحديد أهم وظائف الصحافة الرياضية وذلك كالتالي :

1- الإخبار والإعلام. 2- الشرح والتفسير والتحليل. 3- النقد والتعليق وطرح الرأي.

4- تحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي. 5- نقل التراث الرياضي من جيل لآخر .

 6- التوثيق والتاريخ. 7- التسلية والترويح والترفيه. 8- تقديم الخدمات .

9- التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات.

**\* أنواع الصحافة الرياضية :**

 يمكن تقسيم الصحافة الرياضية إلى عدة أنواع وذلك حسب بعض المعايير، والتي منها:

**أولا: من حيث دورية الصدور:**

1- صحف رياضية يومية.

2- صحف رياضية أسبوعية.

3- صحف رياضية نصف شهرية.

4- صحف رياضية شهرية.

5- صحف رياضية ربع شهرية (كل ثلاثة أشهر).

**ثانيا: من حيث التغطية الجغرافية:**

 ويقصد بها مدى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها، أو على مدى أوسع يشمل عدة دول وتنقسم إلى:

 1- صحف رياضية محلية: حيث يغطي توزيعها محافظة مثلا أو إقليما معينا، وتهتم بالأخبار الرياضية في هذه المحافظة أو الإقليم وتبنيها للقضايا والمشكلات الرياضية في هذا الإقليم للتوصل إلى الحلول المناسبة لها.

 2- صحف رياضية قومية: وهي التي توزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم ببعض الأخبار الرياضية العالمية والدولية.

 3- صحف رياضية دولية: وهي صحف رياضية قومية تصدر طبعات خاصة لتوزع خارج الدولة نفسها.

**رابعا: من حيث حجم التوزيع :**

1- الصحف الرياضية الجماهيرية أو الشعبية: وهي ذات التوزيع الضخم، وتكون رخيصة الثمن، وتركز على

 الموضوعات الرياضية التي تهم القارئ العادي وتخاطب عواطفه معتمدة في ذلك على الأسلوب السهل في الكتابة، وتهتم في إخراجها بعوامل الجذب والإثارة الملفتة للنظر.

 2- صحافة النخبة أو المحافظة: وهي صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية في تناولها للأخبار والأحداث الرياضية، وتميل إلى الاتزان في معالجة ذلك وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الرياضية الجادة، ويكون توزيعها أقل لكن مستوى مادتها الرياضية أعمق، وتهتم بالأحداث الرياضية الدولية وغالبا ما تكون مرتفعة الثمن مقارنة بالصحف الأخرى.

 **خامسا: من حيث الصدور:**

 1- صحف الأندية الرياضية أو مراكز الشباب: وهي التي تصدر عن بعض الأندية أو مراكز الشباب والتي تقوم بتغطية مختلف الأنشطة الرياضية التي يشترك فيها المركز أو النادي، وتكون لسان حال هذا النادي أو المركز، وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا الرياضية ويغلب عليها طابع صحافة الرأي.

 2- صحف الاتحادات الرياضية: وهي التي تصدر عن بعض الاتحادات الرياضية، حيث تقوم بتغطية نشاط الاتحاد في اللعبة التي يقوم بالإشراف عليها وتكون لسان حال هذا الاتحاد، والتي من خلالها يقوم بعرض أفكاره واتجاهاته وسياساته، وكذلك طرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا الرياضية الهامة.

**خلاصة:**

 ما من شك أنه لا أحد أصبح ينكر الأهمية البالغة والأدوار الجبارة والثقيلة التي أضحت مناطة بالإعلام في زماننا هذا، سواء الإعلام العام أو بدرجة خاصة ذلك الذي يُعنى بالشؤون الرياضية، فإلى جانب رسالته الإعلامية الإخبارية تعددت أدواره وواجباته، إلى تنمية العديد من الجوانب والعلاقات الإجتماعية ذات الصلة المباشرة بالفرد في مجتمعه ووطنه، كجانب تنمية وترقية قيم الروح الوطنية لدى المواطنين الذين يهتمون بالشأن الرياضي، أو كما يسمَّون الجمهور الرياضي، وهذا من خلال ما تبثّه، تنشره، وتطرحه وسائل الإعلام المكتوبة عبر صفحات الرياضة بالجرائد العامة، صحف متخصصة، مجلات رياضية، وصولا إلى المواقع الرياضية بالشبكة العنكبوتية، من برامج وموضوعات وتقارير وحوارات وأخبار أشركت فيها القارئ الرياضي وجعلته متفاعلا معها أخذا وعطاء.