



الفصل السادس
الإعلام الرياضي
والقيم الأخلاقية

إن الإعلام يمثل العملية التى تتم من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية لبت أشكال المعرفة والمعلومات والأخبار والحقائق والآراء المرتبطة بالعديد من الموضوعات والقضايا المحلية والدولية التى يستحق دراستها ، وذلك لتكوين اتجاهات إيجابية ورأى عام نحوها عن طريق إقناع الجمهور بما ورد فى الرسالة الإعلامية ، مما يحقق له مزيد من التفاعل والتكيف مع الأحداث التى تحيط به التى لا يمكن له الانفصال عن مجرياتها

ويتمثل دور الإعلام الرياضى فى عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين المرتبطة بالألعاب والأنشطة الرياضية ، وذلك للجمهور بغرض نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية المجتمع الرياضى نحوه ، كما يمكن تحديد أهداف الإعلام الرياضى فى الأهداف التالية:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين المرتبطة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التى تطرأ عليها .
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات المرتبطة بالرياضة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها ، وذلك بغرض إتاحة الفرص لاتخاذ .
- ما يراه الرأى العام مناسباً نحو هذه القضايا المعاصرة أو تلك المشكلات القائمة .
- الترويج عن الجمهور فى أوقات فراغهم بالطرق التى تحد من توتر الحياة اليومية لديهم.

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات المرتبطة بالرياضة و المحافظة عليها ، حيث إن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يُشكل ويُحدد أنماط السلوك الرياضى التى تتفق مع تلك القيم و المبادئ .

(خير الدين عويس وعطا عبد الرحيم : 1998 : 22)

وبالنظر إلى الهدف الرابع من أهداف الإعلام الرياضى ، نجد أنه يمثل حجر الزاوية لورقة العمل الحالية التى يمكن من خلالها توضيح أن ما يحدث حالياً من أحداث رياضية مؤسفة تقلها وسائل الإعلام المتعددة من مقروءة ومسموعة ومرئية ويشاهدها العديد من أبنائنا التى تؤثر بالسلب على القيم التى نشأنا عليها ، ولا يكتفى الإعلام فقط بنشرها ولكن أعطاها المزيد من الاهتمام دون إعادة للمشاهد المؤسفة التى نراها وعلى سبيل المثال (ما قام به إبراهيم حسن فى تونس) ، (ما قام به شيكابالا من رفع حذائه فى وجه الجماهير) وغيرها من الأحداث المؤسفة التى لا بد أن يكون هناك رادع قوى لها حتى لا يتم تكرارها مره أخرى.

لذا فلا بد من الإعلام الرياضى أن يراعى ما يلى :

- الاهتمام بالإعداد الجيد للمادة الإعلامية الرياضية التى يتم توجيهها للجمهور عبر وسائل الاتصال الجماهيرية فالمادة الإعلامية الرديئة يزداد تأثيرها فى الجمهور المتلقى لرسائلها .
- يجب مراعاة الرسالة الإعلامية Message للمستوى المعرفى والخصائص النفسية للمتلقين لمضمونها.
- تأكيد المخطط الإعلامى فى مجال الرياضة على دراسة مدى انطباع الجمهور وتفاعله مع مضمون الرسالة الإعلامية ، وذلك

يرتبط بالعديد من المتغيرات أهمها : خصائص القائم بالاتصال، ما تحويه الرسالة من مضمون، والكيفية التي يتم تقديمها، وكذلك التأكيد على التعرف على مدى تأثير الجمهور المتلقى لهذه الرسالة الإعلامية بمضمونها أو محتواها، وتحديد طبيعة هذا التأثير: هل هو تأثير معرفي؟ أو وجداني؟ أو سلوكي؟ أو أنه قد تحقق أكثر أثر اتصالي للمتلقين للمادة الإعلامية.

الاهتمام بعمليات التقويم والتغذية المرتدة فيما يرتبط بالاستراتيجية الإعلامية الرياضية، وذلك فيما يرتبط بعمليات التخطيط أو البناء والتنفيذ.