

6- الرياضة والإعلام

لقد ولت الأيام التي لم يكن من الممكن فيها مشاهدة الرياضة إلا على القنوات التلفزيونية. أصبح الإنترنت الآن وسيلة هامة لتغطية الأحداث الرياضية، مما يسمح للجماهير بالوصول إلى آخر الأخبار حول فريقهم أو رياضتهم أو حدثهم المفضل. ولا تزال التكنولوجيا والوسائل المتاحة لتوصيل الرياضة إلى مختلف شرائح المجتمع تنمو بسرعة. ساهمت التغيرات في التقنيات المعاصرة واقتصاديات وسائل الإعلام الإذاعية والمطبوعة بشكل كبير في التوسع في حجم النصوص الرياضية وظهور أنماط جديدة من الكتابة الرياضية. تشكل وسائل الإعلام إطارًا وتؤثر على العديد من أفكارنا ومحادثاتنا وقراراتنا وتجاربنا.

6-1- خصائص الاعلام

في حين أن عصر وسائل الإعلام المدعومة والمبرمجة للاستهلاك الجماهيري يتغير إلى عصر محتوى الوسائط متعدد الأوجه وحسب الطلب والتفاعلي والشخصي، فمن المهم أن يكون لديك فهم أساسي لأنواع الوسائط المختلفة وارتباطها بالرياضة. غالبًا ما يتم تصنيف الوسائط على أنها وسائط مطبوعة أو إلكترونية. تتكون وسائل الإعلام المطبوعة من الصحف والمجلات والكتالوجات والكتب - الكلمات والصور على الورق. تتكون الوسائط الإلكترونية من الراديو والتلفزيون والسينما. لقد أدت الوسائط الجديدة (الإنترنت وألعاب الفيديو والهواتف المحمولة وما إلى ذلك) إلى التقريب بين هذين النوعين من الوسائط. يبدو أن قائمة المنافذ المحتملة للرياضة لا نهاية لها: التلفزيون عالي الوضوح وثلاثي الأبعاد، وتلفزيون بروتوكول الإنترنت (IPTV)، والهواتف المحمولة، ويوتيوب، والبث عبر الإنترنت، والراديو الرقمي، وiPlayer، ووحدات التحكم في الألعاب، ومواقع الشبكات الاجتماعية.

6-2- وظائف الاعلام

وتتمثل وظائف وسائل الإعلام في توفير المعلومات والتفسير والترفيه وفرص التفاعل. تهدف هذه الوظائف إلى تحقيق واحد أو أكثر من الأهداف التالية:

• تحقيق ربح مالي.

• التأثير على القيم الثقافية.

• تقديم خدمة عامة.

• تعزيز الحالة الشخصية والسمعة. و

• للتعبير عن الأفكار الفنية أو الفنية أو الشخصية.

في الرياضة، لا يقوم أولئك الذين يسيطرون على وسائل الإعلام باختيار الرياضة والأحداث التي سيتم تغطيتها فحسب، بل يقررون أيضاً أنواع الصور والتعليقات التي سيتم التركيز عليها في التغطية. أولئك منا الذين نشأوا مع التلفزيون نادراً ما يفكرون في وسائل الإعلام بهذه الطريقة. على سبيل المثال، عندما نشاهد الرياضة على شاشة التلفزيون، لا نلاحظ أن الصور والرسائل التي نراها ونسمعها قد تم تصميمها بعناية لإبراز المحتوى الدرامي للحدث والتأكيد على الأيديولوجيات السائدة في المجتمع ككل. زوايا الكاميرا، واللقطات المقربة، ولقطات الحركة البطيئة، والاهتمام الممنوح لرياضيين معينين، وأوصاف المذيع لكل لعبة، والتعليق الملون، واقتباسات اللاعبين، وملخص وتحليل ما بعد المباراة، كلها مقدمة إلى ترفيه الجماهير وإبقاء الرعاة سعداء.

6-3- الرياضة والإعلام: علاقة ثنائية الاتجاه

على الرغم من أن الرياضة ظلت لسنوات عديدة دون تغطية إعلامية، إلا أن هيكل الرياضة المعاصرة استفاد بشكل كبير بسبب علاقتها بوسائل الإعلام. ولعل الجانب الأكثر أهمية في دور وسائل الإعلام في الرياضة يتمحور حول المال. إن قدرًا كبيرًا من النجاح الاقتصادي الذي تتمتع به الرياضة التجارية هو نتيجة لوسائل الإعلام والتزامها ببرامج الترفيه الرياضي. تتمتع وسائل الإعلام بالقدرة على تحويل لعبة رياضية إلى حدث اجتماعي أو مشهد. ومع ذلك، لا تعتمد معظم أشكال الوسائط على الأخبار الرياضية كمصدر رئيسي للدخل. وينطبق هذا بشكل خاص على المجالات والكتب والراديو والإنترنت. لا تعتمد الإنترنت على الرياضة، لكن بعض الخدمات عبر الإنترنت تركز فقط على إعداد التقارير عن الأحداث الرياضية والأخبار المتعلقة بالرياضة. في حين أن عددًا قليلاً جداً من الكتب أو الأفلام ركزت على الرياضة في السنوات الأخيرة، فإن بعض الأمثلة هي روكي (1976) وسلاسله الخمسة.

6-4- التمثيلات الإعلامية للرياضة

إن القول بأن الرياضة "تتوسط" يعني أنها ممثلة للقراء والمستمعين والمشاهدين من خلال صور و/أو روايات مختارة. يقوم عدد متزايد من الأشخاص الذين يدرسون الرياضة في المجتمع بإجراء أبحاث تتضمن

تقسيم هذه الصور والروايات المختارة لتحديد الأفكار أو المواضيع المقدمة من خلال الرجال في مناصب صنع القرار الذين يحق لهم استبعاد الرياضة النسائية وتقليل مشاركة المرأة في الرياضة.

تعكس الأحداث الرياضية التي تغطيها وسائل الإعلام الأيديولوجيات والأفكار الثقافية السائدة حول النوع الاجتماعي والعلاقات بين الجنسين. وفي الواقع، يبدو أن الرياضة التي تتم بوساطة تعكس توازن القوى بين الجنسين في الرياضة والمجتمع على نطاق أوسع. الصور الراسخة للرجولة في وسائل الإعلام المطبوعة، مثل الصحف، تميل إلى تأطير تمثيل الرياضة في وسائل الإعلام. يتم الاحتفال بالمثل الذكورية مثل القوة والصلابة والعدوان وتعزيزها في وسائل الإعلام.

غالبًا ما يكون العنف والعدوان في الملعب محور الصور والسرديات الإعلامية. هذا النوع من العدوان الشعائري له روابط قوية بقيم وسلوكيات الذكورة والذكورة. غالبًا ما تنظر وسائل الإعلام إلى السمات الجسدية للرياضيين كأسلحة قوية للتدمير والسيطرة، وترمز إلى الصلابة العقلية والجسدية التي تحدد صور الرجولة. في الأدب، لوحظ أن وسائل الإعلام الرياضية تركز على قصص نجاح الرجال، وبشكل أكثر تحديدًا، على موضوع مقاومة الشدائد، مثل الإصابة أو إدمان المخدرات. والواقع أن وسائل الإعلام لا تركز عادة على الرجال الذين يفشلون في تحقيق الارتقاء في الرياضة أو الحياة. تنعكس المثل التقليدية للأنوثة في التغطية الإعلامية للرياضيات. تهيمن على التغطية إشارات إلى النعمة والجمال والبراعة. عادة ما تركز تغطية الرياضيات على مظهرهن وجاذبيتهن بدلاً من مهارتهن الرياضية. تميل وسائل الإعلام إلى التركيز على الرياضيات ككائنات جنسية بدلاً من كونها فنانات جديات.