



الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي - دراسة في الأهمية والأدوار -
Sports media across social media platforms - study in importance and roles-

قراد عبدالمالك.

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة (الجزائر)، abdelmalek.guerrad@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2023 / 03 / 31

تاريخ القبول: 2023 / 03 / 02

تاريخ الاستلام: 2023 / 01 / 15

.....

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى إبراز أهمية وأدوار الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومعرفة مواكبة الإعلام الرياضي للتطورات التكنولوجية الحاصلة خاصة مع الانتشار الواسع لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والحقائق والمعلومات الرياضية، وكذلك دورها في نشر الثقافة والتوعية الرياضية لدى الجمهور المتلقي. بالإضافة الى دورها في نشر خطاب الكراهية ونبذ التسامح ونشرها لإعلام رياضي يشجع على العنف الرياضي والتميز العنصري وجعل هذه المنصات منبرا للتراشق اللفظي والكلام الذي يمس بالآداب والذوق العام سوف نقوم بإبراز أهمية وأدوار الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي؛ الدور؛ منصات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This study aims the importance and roles of sports media through social media platforms, and to know how sports media keep abreast of technological developments, especially with the widespread use of social media platforms to obtain sports news, facts and information, as well as their role in the dissemination of sports culture and awareness among the recipient audience.

In addition to its role in disseminating hate speech, renouncing tolerance and disseminating it in order to inform athletes that promote sports violence and racial discrimination and make these platforms a platform for verbal urbanization and speech that affects morals and public taste, we will the importance and roles of sports media across social media platforms.

Keywords: Sports Media; Role; Social Media Platforms.

1. مقدمة

للإعلام الرياضي أهمية كبيرة في عصرنا الحالي نظرا لاهتمام شرائح عريضة من المجتمع بالأحداث والأخبار والقضايا الرياضية وهذا ما جعل المؤسسات الإعلامية تولي اهتماما بالغاً بهذا النوع من الإعلام على شكل برامج وحصص رياضية مختلفة قصد التأثير في المتلقي حيث أكد علماء الإعلام والرياضة أن الإعلام الرياضي يسعى الى تعديل السلوكيات والممارسات للجمهور الرياضي والمشاركين فيها وفق ما يتمشى والتقاليد والعادات التي تشتمل عليها الرياضة بصفة عامة، ويختلف الإعلام الرياضي باختلاف الوسيلة الإعلامية المستخدمة بين إعلام رياضي مكتوب، مسموع، سمعي بصري ولكل نوع جمهور الذي يتأثر ويتعرض له، لهذا تعددت وظائفه خاصة مع التطور التكنولوجي الحاصل وسعي الحكومات والدول على تنظيم تظاهرات رياضية يتم عرضها عبر وسائل الإعلام الجديد خاصة منصات التواصل الاجتماعي لسهولة استخدامها وانتشارها وذلك قصد نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور المتلقي بالقواعد والقوانين الخاصة بالأنشطة والألعاب الرياضية المختلفة العلمية والوطنية والإقليمية، بالإضافة الى الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي في المجال الرياضي لنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية الحالية لشرحها وتفسيرها للرأي العام وإمكانية التفاعل معها والتعليق عليها، فأصبح من أهم أهداف وادوار الإعلام الرياضي الإلكتروني توعية الجمهور وثقيفهم رياضياً أو الترفيه عنهم وتسليتهم باستخدام منصات التواصل الاجتماعي بأشكالها المختلفة

وبما أن منصات التواصل الاجتماعي لا تشترط فئة معينة للاشتراك فيها نظراً لأنها مجانية ومتوفرة في العديد من الأجهزة الاتصالية الحديثة جعلها عاملاً مؤثراً وفعالاً في عملية التثقيف والتوعية والتسلية في المجال الرياضي، كما أن وجودها سهل للجمهور الرياضي الحصول على المعلومات والأخبار والحقائق المتعلقة بالرياضات المختلفة، إضافة الى وجود المدربين واللاعبين والمؤثرين الرياضيين عبرها والتي تعد وسيطاً أساسياً في عصرنا الحالي لإيصال المعلومات الرياضية ونشر الثقافات الرياضية وتوعية الجمهور بأهميتها وهذا ما يتعلق بالأدوار الإيجابية والتأثيرات الإيجابية لمنصات التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام الرياضي كما أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة لنشر خطاب الكراهية والتعصب والتمييز العنصري في المجال الرياضي وهذا ما أثر سلباً على دورها وأهميتها في هذا السياق فكثيراً ما نتصفح في الردود على منشورات الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ردوداً خارجة عن نطاق الآداب والأخلاق العامة، ورغم كل السلبيات المنتشرة إلا أن منصات التواصل الاجتماعي كانت ولا تزال أداة رئيسة ومهمة في الإعلام الرياضي وهذا ما دفعنا لطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

فيما تكمن أهمية الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي وما هي أهم وظائفه وأدواره؟
هذا التساؤل الرئيسي انجرت عنه الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما هو الإعلام الرياضي وما هي أهم أنواعه
- ما هي منصات التواصل الاجتماعي وما هي أهم أشكالها واستخداماتها؟
- ما هي أدوار الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

الهدف منها هو معرفة أهمية وأدوار الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال:

1. معرفة أهمية الإعلام الرياضي وأهم وسائله
2. معرفة منصات التواصل الاجتماعي وأهم أشكالها
3. معرفة الأدوار الإيجابية والسلبية للإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي

أولاً: الإعلام الرياضي

1. مفهوم الإعلام الرياضي

هناك عدة مفاهيم للإعلام الرياضي فهناك من يعتبر الإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور قصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع (نورالدين، 2022، صفحة 450) وهو جزء خاص من الإعلام العام لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين

كذلك الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي بغرض تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية المختلفة نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الاتصال أو الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية والحركية وتوجيههم نحو أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية (رجب، 2006، صفحة 98)

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات يستطيع أن يحدث تغييراً في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع ذلك وهذا بتوظيف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي وتوجيهها على إيقاع واحد متناعم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو مناهض أو داعم له (عبدالرحيم، 1998، صفحة 22)

تعريف اجرائي:

الإعلام الرياضي هو الإعلام الذي يهتم بالجوانب الرياضية وهو نقل المعلومات الدقيقة ونشر الحقائق المتعلقة بالأحداث الرياضية والقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية للجمهور قصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد

2. أهمية الإعلام الرياضي

للإعلام الرياضي أهمية كبيرة نذكر منها مايلي:

1. الحاجة الملحة لمتابعة الأحداث والأخبار الرياضية في كل مكان في العالم ، وهذا بفضل انتشار وسائل الإعلام و التطور الصناعي المعاصر مثل استخدام الراديو و التلفزيون و المحطات الفضائية و الانترنت و الصحف و المقالات باختلاف أنواعها و اتجاهاتها مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات
2. استخدمته الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية بتخصيص الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجيهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية
3. تبرز أهمية الإعلام الرياضي في تأثيره على كل من الجماهير والعاملين في الحقل الرياضي حيث أن وسائل الإعلام الرياضية أصبحت تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث
4. رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم و تعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة
5. استخدمته بعض الدول للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية و الذي يعكس بدوره ازدهارها و تقدمها
6. إحاطة أفراد بالمجتمع عما يدور من أحداث و تطورات في المجال الرياضي

7. التغلب على الصعوبات وهذا لزيادة تدفق المعلومات الرياضية و زيادة مصادرها و هذا لتشابكها بالمجالات الأخرى و عدم قدرة الفرد في ملاحقة هذا الكم الهائل من المعلومات و الذي يعد أمرا صعبا

8. يساعد الجماهير الرياضية على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي و التجاوب معه

9. السيطرة على الجمهور الرياضي و توجيه آرائه ومشاعره

10. تأثيره كبيرا في التفكير والنمو السلوكي للأفراد داخل المجتمع (ياسين، 2011، الصفحات 48-49)

3. خصائص الإعلام الرياضي

هناك الكثير من الخصائص بالنسبة للإعلام الرياضي نذكر منها مايلي:

1. يتضمن جانبا كبيرا من الاخبار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول اليه مثلا

برنامج اذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القدم أو مجلة موجهة لجمهور كرة السلة

2. يتميز بأنه له القدرة على تغطية واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير

3. يسعى لجذب اكبر عدد ممكن من المتابعين وهذا بتوجيه نقطة معينة يجتمع فيها أكبر عدد من الناس

4. عبارة عن مؤسسة اجتماعية يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها بسب التفاعل القائم بينه وبين

المجتمع وهذا بدراسة المجتمع حتى لا يتعارض من ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في المجتمع (عبدالرحيم، 1998، صفحة 25)

4. وظائف الإعلام الرياضي

للإعلام الرياضي عدة وظائف شأنه شأن الاعلام بصفة عامة يمكن اختصارها فيمايلي:

1. تسهيل التماسك الاجتماعي داخل المجتمع

2. دعم المعرفة المشتركة لبناء رأي عام و ربط أجزاء المجتمع

3. تفسير المجتمع لنفسه بمعنى أن وسائل الإعلام هي عبارة عن مرآة عاكسة لقيم المجتمع و ثقافته وهذا مثلما ذكرناه سابقا بالنسبة للخصائص

4. خدمة النظام الاقتصادي و المتمثلة في ترسيخ الأوضاع الاقتصادية و الترويج لها

5. دمج السكان الجدد في المجتمع ذلك أن وسائل الإعلام الرياضي وسائط لإحداث الاندماج و التكامل بين أجزاء المجتمع (فهيم، 1997، صفحة 95)

6. إحاطة الجمهور بالأخبار الصحيحة و المعلومات الصادقة الواضحة و الحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب، في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع يتعلق بالمجال الرياضي (عبدالرحيم، 1998، صفحة 25)

7. الاعلام والإخبار وهذا من خلال نقل الأخبار الرياضية وشرحها والتعليق عليها من خلال عملية رصدته وتتبعه ونشره وبثه وإذاعته للمستجدات والأحداث الرياضية الوطنية أو القارية أو الدولية

8. الشرح والتفسير والتوضيح والتحليل وهذا بتقديم مزيد من التفاصيل والتوضيح للأحداث الرياضية المثارة في المجتمع، مما يعطي لهذه الأحداث والموضوعات دلالاتها المختلفة وهذا باستخدام وسائل اعلامية مختلفة وهذا على أساس التخلييل السببي أو الغوص في أعماق الحقائق وتقديم الحلقات

التاريخية والوثائقية لها وهذا لتقديم الجمهور تفسير للأحداث الرياضية وتوضيح أسبابها

9. النقد والتعليق وطرح الرأي وهذا لتمتع الاعلام الرياضي بالحرية في التعبير عن الآراء المختلفة وهذا بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات في المجتمع وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في هذا المجتمع

10. الإرشاد والتوجيه وهذا عن طريق الشرح والتفسير والتحليل والنقد والتعليق وهذا حتى تكون مهمته ايجابية وفي نقل الكم الهائل من المعلومات الى الجمهور
 11. التثقيف حيث ان الاعلام الرياضي يقدم للجمهور الرياضي الثقافة الرياضية والتراث الرياضي من جيل لآخر، وتعرف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي للمجتمع والمشكلات التي واجهته
 12. التوثيق والتأريخ وهذا من خلال الوقائع التاريخية ومتابعتها (المدني، 2006، الصفحات 29-31)
 13. الترويج للتظاهرات الرياضية من خلال تقديم اعلانات إخبارية تعرف بمكان وزمان ونوعية الحدث الرياضي وعدد المشاركين فيه والجهات الساهرة على تنظيمه هذا في إطار المتابعة القبلية
 14. التسويق الرياضي فالإعلام الرياضي يسوق للاعبين الموهوبين وللمؤسسات الرياضية وللتظاهرات الرياضية على تنوع مستوياتها وذلك بواسطة انجاز تقارير حول اللاعبين الممارسين مثلا في كرة القدم والذين يبصمون على أداء جيد رفقة فرقهم (حمادشي، 2022)
5. أهداف الإعلام الرياضي

1. نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب.
 2. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي
 3. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
 4. الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية
- كما أن رسالة الإعلام عامة غايتها التوجيه والتثقيف والنصح في جل الميادين كافة، من خلال أقسامه الديني التعليمي والصحي والاجتماعي والرياضي وغيرها وله الوسائل المختلفة المرئي منها والمقروء والمسموع ويعتبر الإعلام الرياضي نوعا منها وجزءا مهما في الرياضة وحياة الأمم وسجلا حافلا بالإنجازات الرياضية للشعوب من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية محليا وخارجيا، وهو طريق لتواصل الرياضيين عامة من خلال المنافسات الرياضية محليا وخارجيا وفي ظل تقدم المجتمعات البشرية وتحضرها في الميدان الرياضي واندمجت وسائل الإعلام فيها حتى أصبحت جزءا لا يتجزأ من المجتمع، وصارت المعلومات الرياضية وتحليلاتها ذات أهمية لدى الوسط الرياضي الذي يتابع الأحداث الرياضية ويعد الإعلام الرياضي الذي اتسع مع تقدم الرياضة اليوم مدرسة تربية له رسالة سامية في توجيه المجتمع وتثقيفهم فهو وسيلة ناجحة ومؤثرة يحقق كثيرا من الغايات متى استخدم استخداما سليما جميع فروع المرئية والمقروءة والمسموعة (كنعان، 2014، صفحة 07)

6. أنواع الإعلام الرياضي

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي يمكن تصنيفها كالآتي:

- 1.6 الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.
- 2.6 الإعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.
- 3.6 الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والفيديو والشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وأحيانا يطلق عليه اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر

4.6 الإعلام الرياضي الثابت: وهو الذي يتوجه إليه الناس للإطلاع عليه مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.

7. عناصر الاعلام الرياضي

للإعلام الرياضي أربعة عناصر أساسية هي :

1.7 المرسل : (القائم بعملية الاتصال) هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة ، كما يكون القائم بالاتصال هو شخص اعلامي أو فريق عمل او احدي المؤسسات أو الهيئات أو النظم الاعلامية سواء كانت هذه الجهة الإتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب ... الخ . ويتأثر المرسل بغدة عوامل والتي تؤثر في تحديد نجاحه ومن أهم هذه العوامل في الاعداد المهني، التخصص المهني، المكانة الاجتماعية، مضمون الرسالة، نظام الإنتاج والتمويل، مناخ العمل، الاهتمام بالتغذية المرتدة

2.7 الرسالة الاعلامية (المضمون): هي ما تحمله وسيلة الاعلام الرياضية لتبليغه او توصيله الى المستقبل ويعتمد الاعلام الرياضي في بلوغ اهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام وتعد من العناصر الرئيسية في عملية الاتصال والإعلام لأن مضمونها يعبر عن المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات التي من شأنها التأثير في المستقبل أو المتلقي وذلك بغرض تحقيق الهدف من العملية الإعلامية فهي بمثابة المضمون المعبر عن هدفها، ولكي تحقق الرسالة الاعلامية الأثر المراد إحداثه في المتلقين لها فيجب مراعاة بعض المعايير منها:

- التوافق مع الهدف من عملية الإعلام حتى يمكن لها إحداث التأثير والاستجابة والسلوك المطلوب
- مراعاة المستوى المعرفي والخصائص النفسية والانفعالية للمتلقين لمضمونها
- تناول الرسالة لموضوعات تعد ذات أهمية النسبة للحدث الرياضي حتى تستطيع جذب انتباه الجمهور وتثير دافعيته وتوضح له وسائل اشباع حاجاته وهذا لتحقيق الاثارة والتشويق والاهتمام
- الترابط التسلسلي المنطقي بين الأفكار التي تشتمل عليها الرسالة حتى يتمكن المتلقي لمحتواها من متابعتها وإدراك المعاني ومن تركيز انتباهه وعدم تشتيت فكره
- توافر الدقة العلمية للمعرفة التي تتضمنها الرسالة ومن ثم مراعاة صدق المعاني والدلالات والتناغم والتطابق بين الألفاظ والرموز المستخدمة في الرسالة والحقائق أو الأحداث الرياضية التي تشير اليها
- أن تكون الألفاظ أو الكلمات أو الرموز التي تتضمنها الرسالة ذات معنى واحد

3.7 المستقبل : هو من توجه اليه الرسالة الاعلامية سواء اكانت فرد او جماعة، والذي يعكسه فهمه وتفسيره لمحتوى المادة الاعلامية المقدمة له (الرسالة الاعلامية) على أنماط سلوكه وهذا بالتفاعل مع الموقف الاتصالي ومن ثم أحداث الرسالة الإعلامية لمحاولة إدراك المضمون والمعنى المقصود (رجب، 2006، الصفحات 65-59)

4.7 الوسيلة الاتصالية (الأداة): هي ما تؤدي به الرسالة الاعلامية سواء كانت صحيفة او اذاعة او تليفزيون، وتسمى كذلك بالوسيط وذلك باعتبارها القناة التي من خلالها مرور الرسالة بين المرسل والمستقبل، ولاختيار الوسيلة لابد من مراعاة عدة اعتبارات منها:

- طبيعة المادة الإعلامية المراد تقديمها والهدف المطلوب من إنجازها من خلال الرسالة
- نوع الرموز التي يمكن للوسيلة أن تنقلها بكفاءة وكذلك طريقة العرض أو الأسلوب المراد اتباعه
- مدى إتاحة الوسيلة لفرص الاتصال المباشر أو غير المباشر بين المرسل والمستقبل
- خصائص الجمهور المستهدف وتأثره بشكل فعال بوسيلة إعلامية أكثر من تأثره بغيرها
- الحالة الجيدة للوسيلة إذ أن وجود عيوب فنية أو سوء استخدامها يؤدي الى حدوث تشويش يؤثر على عملية الاتصال (رجب، 2006، الصفحات 66-68)

8. وسائل الإعلام الرياضي

يمكن تقسيمها إلى صنفين:

1.8 وسائل الإعلام المطبوعة

وهي الوسائل التي يعد الورق الأداة الأساسية فيها، بالإضافة إلى الحبر والآلة الطابعة والتي لا بد منها كي تكتمل عملية نقل المعلومات ومن أهمها:

1.1.8 الصحف و الجرائد: تقوم الجرائد والصحف في أساسها على نشر الأخبار والمعلومات على المستوى المحلي أو الوطني أو العالمي، وتتميز بعرض المحتوى الإعلامي الرياضي بطريقة تشتمل على عرض الأخبار وتحليلها وعرض آراء العديد من الخبراء، كما تحتوي الصحف والجرائد على زوايا أخرى تختص بالإعلانات، فمنها ما يصدر يوميا وهناك ما يصدر أسبوعيا

2.1.8 المجلات: المجلات تختلف في محتواها عن الجرائد من حيث الشكل والمضمون، وعادة ما تحتوي على صفحة يكتب فيها فهرس المحتويات مع رقم الصفحة

2.8 وسائل الإعلام الغير المطبوعة

وتشتمل على الوسائل المرئية، والمسموعة والإلكترونية نكر منها مايلي:

1.2.8 المذياع أو الراديو: وهو إحدى الوسائل الإعلامية المسموعة، حيث يتحقق التواصل بين الجمهور والمذيع بالرغم من عدم رؤيته، ويعد المذياع من الوسائل التي تنقل الأخبار والحوارات والنقاشات، ويتميز بقلّة تكلفته، كما يمكن للجميع أن يقتنيه، ومن الجدير بالذكر أن مختلف أجهزة المذياع المتطورة تكون صغيرة الحجم وخفيفة الوزن، ولا يحتاج المذياع إلى براعة لتشغيله واستعماله، كما أنه يغطي مساحات واسعة في نقل الأخبار وبثها على مدار الساعة

2.2.8 التلفاز: وهو من أهم وسائل الإعلام وأحدثها، ولا يمكن للجمهور الاستغناء عنه مهما تطورت وسائل الإعلام لما له من قوة كبيرة وتأثير في الرأي العام، ويعتبر أداة تعليمية ومن خلاله يستطيع الأفراد توسيع مدى معرفتهم، كما تساعد بعض البرامج الرياضية على حل الأزمات الإنسانية والمشكلات الاجتماعية

3.2.8 الإنترنت: والذي يعتبر شبكة عالمية تربط أجهزة الحاسوب مع بعضها وتقوم على الاتصال ونقل المعلومات فيما بينها عند سماح المستقبل بذلك، ويقوم مبدأ عمل هذه الشبكة على استخدام مجموعة من البروتوكولات (Internet Protocol) أو ما يعرف ب (IP) وهو بروتوكول الاتصال الأساسي في حزمة بروتوكولات الإنترنت ويشكل الأساس الذي تعتمد عليه عملية توجيه الرزم ضمن الشبكة. ويسمح ذلك بالاتصال بين الشبكات المختلفة، وهذا هو جوهر شبكة الإنترنت، ومن الشائع استخدام هذا المصطلح للإشارة إلى الطرفية ككل وليس إلى بطاقة شبكة فقط يمكن للمضيف أن يمتلك أكثر من عنوان بروتوكول إنترنت في نفس الوقت، ويوصف حينها بأنه متعدد الاستضافة، وتتميز الإنترنت بأنها عبارة عن وسيلة إعلام واتصال حديثة وفعالة الاستخدام وتستعمل في أمور الحياة المختلفة بالإضافة إلى انخفاض تكلفتها الاقتصادية، حيث أن الجمهور في حالة ما أراد البحث عن معلومة ما تتعلق بأي مجال من مجالات الحياة يلج عبها وتصفحها وفي وقتنا الحالي أصبحت من الضروريات في الحياة اليومية وهذا ما ألج عليه التقدم والتطور التكنولوجي عبر العالم (حجاب، 2022)

ثانياً: منصات التواصل الاجتماعي

1. مفهوم منصات التواصل الاجتماعي

هي عبارة عن مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من منصة الى منصة أخرى (عبدالغفار، 2015، صفحة 09)

كما تعرف منصات التواصل الاجتماعي على أنها كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمياً، وتستخدم هذه المنصات في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المنصات (Hugh Brooks، 2017، صفحة 56)

2. أهمية منصات التواصل الاجتماعي

تكمن أهميتها فيما يلي:

- أ- التسويق أو الترويج: تراهن الشركات بمختلف أحجامها على أهمية منصات التواصل الاجتماعي في التسويق أو الترويج لمنتجات أو خدمات هذه الشركات، حيث ان التواصل مع الجمهور ومعرفة ردود أفعالهم وآرائهم حول المنتجات والخدمات المقدمة، كما تقدم هذه المواقع ميزة تحديد اهتمامات كل شخص، وتوجيهه إلى الأماكن المناسبة له، وذلك بحسب تفاعله، فتزوده دوماً بعناوين الصفحات المناسبة لاهتماماته والمرصودة من خلال نشاطاته على مواقع التواصل.
- ب- إكساب المعرفة والخبرات: تعد منصات التواصل الاجتماعي واحدة من أبرز الوسائل التي يمكن من خلالها الاطلاع على المعلومات الحديثة والمختلفة وإكساب المهارات والخبرات للمستخدمين إما عن طريق البحث أو ظهورها أمامهم بمحض الصدفة أثناء تصفح نوافذها المختلفة، كما تقدم منصات التواصل مستخدميها إمكانية الاطلاع على اهتمامات المستخدمين الآخرين النشطين على هذه المنصات أو المواقع
- ت- تطوير الذات للمستخدمين: تتيح لمستخدميها إمكانية تطوير الذات وتوسيع المفاهيم وتنمية الإدراك، بالإضافة إلى اكتساب مهارات التواصل والحديث عبر تلك المواقع، وفهم طرق التعبير والكتابة الصحيحة، والتعرف إلى الآخرين، وتوسيع الإدراك المعرفي والثقافي.
- ث- التفاعل والتواصل المباشر: تعتبر من الوسائل الفاعلة التي يمكن استخدامها في التواصل المباشر، إذ يمكن لكل صاحب مشروع تجاري أو علامة تجارية التواصل مع المستهلكين، ومعرفة مدى نجاح المشروع وقياس أداء وجودة المنتجات أو الخدمات المقدمة، ومعرفة صداها على أرض الواقع من خلال تفاعل المستهلكين أو العملاء.
- ج- توفير الوقت: توفر على المستخدمين الوقت والجهد إذ يمكننا القول منصات التواصل الاجتماعي المختلفة أصبحت من الضروريات الملحة في ظل العالم الرقمي المسيطر (النجار، 2022)

3. خصائص منصات التواصل الاجتماعي

- تعتبر أحسن الطرق لوسائل العالم للوصول إلى الجماهير المتنوعة والجديدة
- أكثر المنصات شيوعاً تجمع ملايين المشتركين في كل بلد
- تعتبر مكان لإنتاج المواقف والوثائق والبيانات التي قد تكون ذات فائدة للصحفيين الذين يبحثون عن مصادر متجددة، ومعلومات سريعة

- تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة

- تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم، وتحقق قدرا لبأس به من الترفيه والتسلية

- تساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين (قرناني، 2019، صفحة 13)

4. أهم منصات التواصل الاجتماعي

لقد تعددت منصات التواصل الاجتماعي نذكر منها أهمها:

1.4 فايسبوك Facebook

أنشئ عام 2004 على يد Mark Zuckerberg بالاشتراك مع زملائه في جامعة هارفارد، وكانت عضوية الموقع مقتصرة في البداية فقط على طلبة جامعة هارفارد ثم اتسعت دائرة المستخدمين، والهدف من تصميم هذا الموقع هو أن يكون ملتقى يجمع كافة الزملاء بالجامعة، بحيث يستطيعون من خلاله تبادل الآراء والأفكار والصور ويحتل الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال مركزا مرموقا (عبدالهادي، 2018، صفحة 129)

2.4 تويتر Twitter

من أهم منصات التواصل الاجتماعي اخذ من مصطلح تويت أي تغريدة يستخدمه ملايين الأفراد في جميع أنحاء العالم وذلك للاتصال مع الأصدقاء كالأقارب والزملاء في العمل من خلال الهواتف النقالة أو أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم ويمكن للمستخدم متابعة أحد الشخصيات أو المشاهير أو الصفحات وفي هاده الحالة يتم تبليغ هذا الشخص في حالة وضعت هذه الشخصية مشاركة جديدة (Bellin, 2012, p. 334)

3.4 انستغرام Instagram

تأسس انستغرام عام 2010، يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتيح لمستخدميه التقاط صور، ويستطيع مستخدمي الموقع من مشاركة تلك الصور على مجموعات متنوعة من مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر. عام 2012 تم شراءه من قبل شركة فيسبوك، وبعدها تم تطويره الى ما وصل اليه الآن مما جعله يستحوذ على مئات الملايين من المستخدمين (التميمي، 2017، صفحة 85)

4.4 الواتس أب WhatsApp

يعد الواتس أب من بين أهم منصات التواصل الاجتماعي وهو ذات فلسفة في خاصة في التواصل من خلال التراسل الفوري عبر الهواتف الذكية بالنص والصوت والصورة والفيديو مع المدرجين في دليل أرقام الهاتف ويعد هذا التطبيق من أشهر وأكثر التطبيقات الموجودة على الهواتف المحمولة وذلك لأنه يتيح ارسال واستقبال الرسائل للمستخدمين والدردشة وإرسال صور ومقاطع فيديو (الرحيمي، 2019، صفحة 05)

5.4 اليوتيوب YouTube

تأسس موقع يوتيوب عام 2005 من قبل موظفون سابقون في شركة PayPal يحتوي الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وأصبح في عام 2006 من أهم منصات التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية، وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا و مهم لمختلف الفئات من الفنانين وأصحاب المدونات والجامعات وغيرهم الكثير، وذلك لبث وتحميل مقاطع من الفيديوهات والأفلام الخاصة بهم سواء كان ترويجا لأفلامهم أو منتجاتهم أو أغانيهم أو مقاطع تعليمية لكافة الناس مجانا، لقد حقق الموقع نجاحا فوريا حيث قدم الملايين من مقاطع الفيديو القصيرة للمشاهدين حول العالم وقد استخدمت أكثر من 45 لغة في اليوتيوب (العيسى، 2020، صفحة 17)

6.4 لينكدإن LinkedIn

لينكدإن من أشهر منصات التواصل في العالم، تأسس في 2002، وأطلق رسمياً عام 2003، وهو متوافر بعشرين لغة.

7.4 ماي سبيس my space

يعتبر من أقدم المواقع التي تخصصت في هذا المجال وهو قريب الشبه إلى حد ما بموقع فايسبوك، فهو موقع للمحادثة ومشاركة الروابط والصور والموضوعات (البشاشة، 2012، صفحة 37)

إن جميع منصات التواصل الاجتماعي المذكورة سابقاً هي عبارة عن تطبيقات مجانية ومتاحة في كافة الأجهزة الذكية، حيث شهدت إقبالا كبيرا ومتزايدا عليها من فئة الشباب من كلا الجنسين لما لها من خصائص وميزات تجذب هذه الفئة باستخدامها مما يجعلها وسيلة سهلة ومقنعة في إثراء المحتوى الرياضي من خلالها

5. إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

1.5 إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي

إن لمنصات التواصل الاجتماعي آثاراً إيجابية على الشباب، تلخص على النحو الآتي:

- تحفز التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين
- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتساعد على قبول القضايا الخلافية
- تساعد على التعلم وذلك بتبادل المعلومات مع الآخرين. وتوفر فرصة التعلم
- تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم
- تفتح منصات التواصل الاجتماعي أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع والأهداف
- تعد أداة لتبادل الآراء و الأفكار والمعلومات ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها

2.5 سلبيات منصات التواصل الاجتماعي

بالرغم من الإيجابيات العديدة لمنصات التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك العديد من السلبيات التي تواجه مستخدمي هذه المنصات، ومنها:

- انتهاك الخصوصية فعملية نشر كل شيء يخص المستخدم على هذه المنصات قد تؤدي إلى تهديد خصوصيته، أو قد تسبب له العديد من المشاكل في الحياة أو العمل
- التنمر ومقارنة النفس مع الآخرين إذ يعاني العديد من الأشخاص من حالة من الضغط النفسي، والتوتر، والقلق وحتى الاكتئاب، نتيجة ما يتم نشره على هذه المنصات ومقارنة واقعهم مع ما يرونه، أو قد يصبحون هدفاً لأشخاص قد يتسلطون عليهم من خلال هذه المنصات ويستغلونهم
- فقدان التفاعل الحقيقي بين الناس، واستبداله بالتفاعل عبر الإنترنت ربما يجد الكثير من الناس أن التفاعل عبر الإنترنت بديل سهل ومرح للتفاعل وجهاً لوجه مما يؤدي إلى انعزال الأفراد عن المجتمع
- تشتت الانتباه فاستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي على الهواتف قد يتشتت انتباه المستخدمين، خاصة عند قيامهم بأعمال ونشاطات أخرى مثل قيادة السيارة، الأمر الذي يسبب الحوادث
- عدم انتظام النوم فالضوء الصادر من الأجهزة الإلكترونية قد يسبب اضطرابات لهم خلال النوم، مما قد يؤثر على إنتاجيتهم ونشاطهم خلال اليوم اللاحق (لعبيدي، 2021)
- إدمان الجلوس عليها مما يعطل كثير من الأعمال
- نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه

- التعرض للخداع فيخدعونك ويخدعون عن أصدقائك وأهلك
- ظهور لغة جديدة بين الشباب كاستخدام حروف اللغة العربية على شكل رموز وأرقام
- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية، وكثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث
- انعدام الخصوصية وهذا بدوره يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية
- هدر الوقت. وغيرها من الآثار السلبية (الدخيل، 2009)

6. السمات العامة لمنصات التواصل الاجتماعي

لها عدة خصائص مشتركة وصفات أساسية تسهل المحادثات والتفاعلات بين مجموعات من الناس من حيث المحتوى وتبادل الأفكار والخبرات ووجهات النظر عبر الانترنت، ومن هذه الصفات: وسائل الإعلام الاجتماعية تؤمن منصات تفاعلية على شبكة الانترنت من خلال مشاركة المستخدمين خاصية التعليق على المحتوى

- تمتاز بسرعة تبادل المعلومات واتساع نطاق نشر المعلومات
- يمكن أن تتم الاتصالات عن طريق الحاسوب أو الحاسوب المحمول، أو الهواتف الذكية
- وسائل الإعلام هي أداة تسويقية جديدة للمنتجات والبضائع والأفكار.
- يتحول المتسوقون بشكل عام إلى وسائل الإعلام الاجتماعية كوسيلة منخفضة التكلفة
- وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمستخدمين بالعثور على أشخاص لهم مصالح مشتركة ويجمع الناس والذين يمكن أن يكونوا صداقات أو أن يكونوا زبائن وعملاء
- تمتلك وسائل الاعلام الاجتماعية خصائص متنوعة تشمل على مجموعة واسعة من المحتوى كالنص والفيديو والصوت والصورة (العيسى، 2020، صفحة 19)

7. تطبيقات منصات التواصل الاجتماعي

انتشرت منصات التواصل الاجتماعي في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي، وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة، ونقلها مباشرة من مكان حدوثها ليستفيد منها المتصفح لصفحاتها الإخبارية من أجل التشارك بأرائهم وأفكارهم، كما مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا، وقد نشط جزء كبير من شبكات التبادل في نقل فيديوهات قصيرة التي ينتجها أناس عاديون من حول العالم، أو هواة إخراج سينمائي بالحد الأدنى من الموارد وهو ما يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات التخاطب والتعبير (المبارك، 2011، صفحة 05)

إن معظم منصات التواصل الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك المنصات الاجتماعية قد أحدثت تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. حيث تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي، ومن خلال السنوات الماضية بات شائعاً إرسال الصور عبر الانترنت، ثم إرسال الأفلام القصيرة عن طريق البريد الإلكتروني، هذا التفاعل مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير انفسهم أفضل واكتساب صفات قيادية أقوى تساعد على تحديد مكانته في المجتمع من خلال الأدوار التي بإمكانه

تقمصها، ومن الممكن أن تكون هذه المواقع الشهيرة أداة للتطوير الاجتماعي ضرورية للشباب للإسهام بجديّة في شتى المجالات خاضه الرياضية(خليفة، 2009، صفحة 13)

ثالثاً: أدوار الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي

1. العلاقة بين الإعلام الرياضي ومنصات التواصل الاجتماعي

ان استخدام الإعلام الرياضي لمنصات التواصل الاجتماعي أصبح ضرورة حتمية وهذا لما له من دور فعال في إيصال الاخبار الرياضية الى الجمهور الرياضي بطريقة سلسة وسهلة حيث أنه توجد علاقة وطيدة بينها تكمن فيمايلي:

- استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتطوير العلاقات المهنية مع المعجبين من خلال تبادل المعلومات والترويج للتظاهرات الرياضية الدولية والوطنية ومن بين أنواع أدوات الاتصال التغريدّة مثلاً في تويتر والرسائل العامة والهاشتاغ والتي يتم استخدامها بشكل متكرر لأن استخدام هذه الأدوات بفعالية يعزز العلاقة المهنية والشخصية والمجتمعية مع جمهورها
- تعمل على نشر ورفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب، كذلك أن القنوات الرياضية استحدثت صفحات رسمية بها على مواقع التواصل وهذا لما لها من أهمية في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع وتؤثر في الذكور بدرجة عالية من الإناث ثقافياً واجتماعياً، وتعد قوة جذب للشباب بغض النظر عن تخصصاتهم الأكاديمية
- يستخدم الجمهور لمضامين وسائل الإعلام الرياضي بشكل يومي خاصة اذا كان مشترك بصفحاتها الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق اشباعاته من حيث معرفة آخر الأخبار الرياضية، التسلية والترفيه وتنمية الثقافة الرياضية كذلك يؤثر بنسبة كبيرة على الجانب السلوكي لهم
- أن هناك اقبال كبير على مواضيع الرياضية من طرف الشباب عبر منصات التواصل، وأن الإعلام الرياضي يؤثر على سلوكياتهم وعاداتهم، وهذا لما له من دور فعال في نشر الثقافة الرياضية، هذا وتعتبر منصات التواصل الاجتماعي ذات دور فعال في نشر الثقافة الرياضية
- لمنصات التواصل الاجتماعي دور فعال في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر الإعلاميين الرياضيين
- تعد منصات التواصل الاجتماعي أفضل وسيلة في نشر الثقافة الرياضية وهذا لسهولة استعمال فيعتمد عليها المختصين في الاعلام الرياضي لإيصال محتوى الرسالة الإعلامية
- يعتبر الفيسبوك والانستغرام واليوتيوب والتويتير الأكثر استخداماً من قبل الإعلاميين الرياضيين
- يحصل الجمهور الرياضي من خلال منصات التواصل الاجتماعي على ثقافة رياضية تجنيه من الممارسات الرياضية الخاطئة بدرجة مرتفعة (العيسى، 2020، الصفحات 37-90)

2. استخدامات منصات التواصل الاجتماعي في الإعلام الرياضي

هناك العديد من الاستخدامات نذكر منها مايلي:

- تحليل المنشورات الرياضية على منصات التواصل الاجتماعي وهذا باستخدام البث المباشر على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية والتثقيف الرياضي

- زيادة تسليط الضوء بأهمية الرياضة في حياتنا جسديا وصحيا ونفسيا على مواقع التواصل الاجتماعي
 - دعوة وسائل الإعلام المختلفة بعمل برامج رياضية حوارية تثقيفية حول مختلف المواضيع الرياضية عبر منصات التواصل لزيادة التوعية بين فئة الشباب ببيان أهمية الرياضة في حياتنا وأنها ليست مجرد تمارين يجب القيام بها وإنما يجب اتخاذها كأسلوب حياة صحي لما لها من فوائد عديدة على أجسامنا
 - توعية المدربين للحد من انتشار المعلومات الخاطئة ومحاربة الأمور السلبية من قبل الأشخاص غير المؤهلين على منصات التواصل الاجتماعي (العيسى، 2020، صفحة 91)
 - الإعلام الرياضي عبر صفحات منصات التواصل الاجتماعي جعلته يرتقي إلى أن يكون إعلاما رياضيا بامتياز، منها التفاعلية وتنوع الوسائط المتعددة للإعلام المستخدمة في الصفحة لنشر الأخبار الرياضية.
 - تنوع المضامين الإعلامية عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وتوفرها على كل عناصر العملية الإعلامية من مرسل، رسالة، وسيلة ومستقبل ما جعل الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي واضح المعالم
 - غنى صفحات التواصل الاجتماعي بالتعليق أصبحت مجال واسعاً لإنشاء فضاء رياضي تفاعلي عبرها
 - تنوع المضامين الإعلامية التي حملتها الصور والتعليق والفيديوهات ما جعل من صفحات منصات التواصل فضاء إعلاميا رياضيا (العيداني، 2019، صفحة 175)
3. الأدوار الإيجابية للإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي
- توجد عدة أدوار إيجابية للإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي يمكن ان نستنتجها من الدور الإيجابي لهذه المنصات في حد ذاتها والمتمثلة في:
- تزويد الجمهور الرياضي بالأخبار والحقائق والمعلومات في المجالات الرياضية المتنوعة
 - شرح وتفسير القواعد والقوانين للأنشطة الرياضية والألعاب المتنوعة المحلية الإقليمية والدولية بالصور والصوت والفيديو ، وبهذا يصبح الإعلام الرياضي نافذة مطة على العالم يلبي رغبات العديد من الجمهور المتلقي ويمكنه من الإطلاع على أفكار وثقافات شعوب أخرى
 - ان الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي يشجع على التسامح وينبذ خطاب الكراهية ويحفز على التواصل مع الغير رغم الاختلافات في الدين والعقيدة والثقافة واللون والمظهر... الخ، فتتكون صداقات جديدة عبر هذا الواقع الافتراضي
 - الاعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي أصبح منبرا للتعبير عن الرأي العام من خلال الحرية في التعبير عن الرغبات والاتجاهات اتجاه القضايا الرياضية المختلفة عن طريق التعليقات والتفاعل ومشاركة وتبادل الآراء حول المواضيع الرياضية المختلفة
 - تعد منصات التواصل الاجتماعي أداة اعلامية لنشر الثقافة والتوعية الرياضية والتقليل من صراع الحضارات للرقى بالآداب والذوق العام للجماهير الرياضية
 - الاعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي يحدد علاقات الصداقة القديمة بين الجمهور كما يحفز على تكوين علاقات صداقة جديدة من خلال التظاهرات الرياضية التي تنظمها الحكومات والدول على الصعيد الوطني او الإقليمي أو العالمي

4. الأدوار السلبية للإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي

توجد ادوار سلبية للإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي نذكر منها مايلي:

- تحول بعض صفحات منصات التواصل الاجتماعي إلى منصات لتفريغ مكبوتات وكوامن تكون مسيئة للبعض خصوصا جماهير الفريق المنافس بسبب نقص الاحترافية والموضوعية عند بعض المتابعين الذين يجدون في فضاء العالم الرقمي وسيلة لإيصال أصواتهم بطريق غير لائقة في معظم الأحيان
- أصبحت بعض وسائل الإعلام الرياضي حلبات مصارعة كلامية تتبادل عليها الشتائم والكلمات البذيئة
- مبدأ العداوة يمارسه بعض متابعي منصات التواصل الاجتماعي، فنجدهم يشجعون ويتابعون أي فريق يلعب ضد خصم فريقهم المفضل كرها به، ويحتفلون بخسارته في أي مباراة فالمهم هو خسارة المنافس
- بعض المشجعين المتعصبين الذين قد يصل بهم الغلو في التشجيع الى ما يحمدهم عقباة
- كثيرا ما نقرأ في الردود على منشورات صفحات التواصل العربية ردودا وتعليقات خارجة عن نطاق الأدب تصل إلى حد التجريح وإهانة الآخرين
- هناك بعض الصفحات على منصات التواصل الاجتماعي تساهم في نشر خطاب الكراهية ونبذ التسامح والتشجيع على العنف (السعدي، 2016)

ا. خاتمة:

أصبح العالم قرية صغيرة مع التطور التكنولوجي الحاصل والثورة المعلوماتية التي كسرت الحدود والجغرافيا وقربت المسافات ووفرت الوقت من خلال منصات التواصل الاجتماعي التي تمثل أحد أبرز أوجه التقدم العلمي والتكنولوجي الذي مس مجال الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة، حيث يمكننا القول في الأخير أن الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي سهل على الجمهور المتصفح الحصول على المعلومات والحقائق والأخبار الرياضية، وساهم في شرح وتفسير المعلومات لمختلف الأنشطة والألعاب الرياضية وقلل من الغموض والأفكار الخاطئة التي تكون منتشرة، كما أتاحت منصات التواصل الاجتماعي فرصة النقاش والتفاعل والتعليق على مختلف المواضيع الرياضية التي تهدف الى الرقي بالذوق العام الرياضي خاصة عن طريق آراء المختصين واللاعبين والمؤثرين في المجال الرياضي

على الرغم من أهمية وأدوار منصات التواصل الاجتماعي الفعالة في الإعلام الرياضي إلا أنها يمكن أن تكون لها وظائف وأدوار سلبية في هذا المجال من خلال نشر خطاب الكراهية ونبذ التسامح والتشجيع على العنف الرياضي والتمييز العنصري والإخلال بالآداب والأخلاق العامة التي تتنافى وأخلاقيات الإعلام الرياضي.

الإحالات والمراجع:

- Jeffrey Bellin (05). janvier, 2012. (Facebook, twitter, and the uncertainty future of present sense impressions. *University of Pennsylvania Law Review*, volume 160, issue 02, pages 375-331
- Ravi Gupta Hugh Brooks (2017). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع. القاهرة: ترجمة عاصم سيد عبدالفتاح، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- ابراهيم لعبيدي. (27 جوان، 2021). سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من: https://mawdoo3.com:https://mawdoo3.com/%D8%B3%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D9%88%D8%A5%D9%8A%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A#cite_note-F4
- اسلام النجار. (25 ماي، 2022). ماهي أهمية مواقع التواصل الاجتماعي؟ تم الاسترداد من رواد الأعمال: <https://www.rowadalaamal.com/%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%9F/>
- امينة عادل سليمان، هبة خليفة. (2009). الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة (دراسة شاملة للتواجد - الاستخدام لموقع الفيس بوك). المؤتمر الثالث عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. حلوان: الجمعية المصرية.
- بطاط نورالدين. (2022). الاعلام الرياضي ودوره في تعزيز الانهنامات السلوكية لصبحية في الوسط الجامعي - دراسة ميدانية على طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة. مجلة المنظومة الرياضية، المجلد 09، العدد 03، الصفحات 448-466.
- حنين حجاب. (27 جوان، 2022). تعريف وسائل الإعلام والاتصال. تم الاسترداد من موضوع: https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85_%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84#cite_note-GyoJCoswDJ-2
- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبدالرحيم. (1998). الاعلام الرياضي. القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
- رنا مروان العيسى. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدرسين الرياضيين. الأردن: مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- سامح زينهم عبد الجواد، محمد فتحي عبدالهادي. (2018). وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- سامية بوقرة، عبد المالك بوفريدة، فواد العيداني. (01 جوان، 2019). الاعلام الرياضي في الفضاء الافتراضي دراسة تحليلية. علوم النداء الرياضي، المجلد 01، العدد 01، الصفحات 158-176.
- عبدالرزاق حمادشي. (04 فيفري، 2022). الاعلام الرياضي .. قراءة في الوظائف والخصوصيات. تم الاسترداد من رأي اليوم: <https://www.raialyoum.com/%D8%B9%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%B2%D8%A7%D9%82%D8%AD%D9%85%D8%A7%D8%AF%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D9%8A-%D9%82%D8%B1%D8%A7/>
- علي عبدالفتاح كنعان. (2014). الاعلام الرياضي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع
- غازي عوض الله المدني. (2006). الصحافة الرياضية النشأة... التطور. القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر.
- فاتن عادل الرحيمي. (2019). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات الاتصال لدى طلبة جامعة اليرموك. الأردن: مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس الارشادي كلية التربية جامعة اليرموك.
- فيصل محمد عبدالغفار. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع.
- محمد السعدي. (19 أوت، 2016). الرياضة في شبكات التواصل... كوارث مستمرة. تم الاسترداد من: SPORT360: <https://arabic.sport360.com/article/%d8%ae%d8%a7%d8%b1%d8%ac%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%84%d8%b9%d8%a8/417958/%d8%a7%d9%84%d8%b1%d9%8a%d8%a7%d8%b6%d8%a9%d9%81%d9%8a%d8%b4%d8%a8%d9%83%d8%a7%d8%aa%d8%a7%d9%84%d8%aa%d9%88%d8%a7%d8%b5%d9%84-%d9%83%d9%88%d8%a7%d>
- محمد السيد فهمي. (1997). تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- محمد محمد الحمادي، أحمد سعيد رجب. (2006). الاعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار أوقات الفراغ. القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
- منى الدخيل. (25 جانفي، 2009). الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت. تم الاسترداد من www.mohammed331e4gd8gmtmih/k/m
- مهند حميد التميمي. (2017). التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل أم صراع؟ عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.

- نوقت بنت مبارك عباء الله المبارك. (16 ءبسمبر، 2011). *الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقالات علمية، مركز التميز لأمن المعلومات*. تم الاسترداء من مركز التميز لأمن المعلومات:
<https://www.slideshare.net/hatem1981/ss-10618309>
- وسام طابل البشابشة. (2012). *ءوافع اسءءءام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاءها (فيس بوك وءوئئر)*. الأردن: كلية الآءاب والعلوم، جامعة البئرا.
- ياسين فضل ياسين. (2011). *الإعلام الرياضي*. الأردن: ءار اسامة للنشر وءءوزيع.
- ياسين قرنائى. (2019). *مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب*. عمان: ءار الأيام للنشر وءءوزيع.