سيكولوجية الاعلام الرياضي و محتوى الرسالة الاعلامية في المجال الرياضي

د.عمارة نور الدين جامعة المسيلة

أ.حبارة محمد جامعة المسيلة

د.صغيري رابح جامعة الميسلة

الملخص :

يستطيع الاعلام الرياضي ان يحقق تأثيرات هامة على مستوى الافراد و المؤسسات الرياضية مما تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية، و يرى الكثير من الباحثين ان الاثر الاكبر للإعلام الرياضي هو تعديل المواقف اكثر من تفسيرها، كما يعمل على تعزيز و اعادة تثبيت القيم و المفاهيم و الأنماط السلوكية، تميز الاعلام الرياضي بانتشار و اتساع نطاق البث الفضائي الذي شمل قنوات متنوعة تتكاثر و تتنافس، حيث يقوم الاعلام بدور الموجه في اسلوب تكوين و تطوير الثقافة في اوجه انشطة المجتمع، و في الرياضة الاعلام جزء مهم من عملية خلق الوعي و رفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير لإيجاد العلاقات الايجابية بين الافراد و المجتمع مع النشاط الرياضي بصفته ظاهرة اجتماعية و حضارية مرتبطة بالمجتمع، ويدلل أسلوب التحرير الإعلامي على المساعدة التي يقدمها المحرر إلى الجمهور مباشرة في القراءة و الاستماع و المشاهدة في نقل المعلومات و الآراء و الحقائق و الوقائع الرياضية، وليس في مقدور الصحفي أن يخترع المعجزات عند استخدام أسلوب الاتصال، ولكن عليه أن يفهم الأسلوب جيدا و صحيحا..و ينبغي أن يكون(الصحفي) كالمعلم أو المدرس لجهة مساعدته للجمهور على فهمه أيضا(أي الأسلوب).

و تعتبر رسالة المحرر الإعلامي الرياضي، هي صلب العملية التحريرية التي تعبر عن غرض و أهداف المصدر و المرسل حيث يترجم آراءه و أغراضه و رغباته في صورة رمزية.

المداخلة:

الاعلام الرياضي فرع من منظومة الاعلام ككل حيث يتناول الاحداث الرياضية و السياسية المتبعة في البلدان، ة قد تستطيع من خلال هذا الاعلام التوجه نحو الاراء التي تريد توجيهها الى الجمهور و لا يمكن لأي قطاع من قطاعات الدولة او المجتمع المدني او غيرهما ان يتقدم دون ان يتواكب معه النفس الإعلامي ان الاعلام الرياضي عبر وسائله المختلفة يؤدي دورا كبيرا في رسم الصورة الجديدة للحركة الرياضية في البلد سواء كان على الصعيد الداخلي ام على الصعيد الخارجي، و يسهم بشكل كبير في ابراز اهمية الحركة الرياضية للناس و دفعهم الى ان يتحولوا من مشاهدين الى ممارسين للألعاب طلبا للياقة بدنية و الصحة الجسمية و الاستجمام و ما تحققه من راحة نفسية.

و لوسائل الاعلام الرياضي دفع كبير في دفع الرياضيين لتطوير قابليتهم و تحقيق الانجاز الرياضي و بث الروح الحماسية الشريفة و ربط الاداء بسمعة البلد و ما يترتب على ذلك الانجاز من زهو و فخر للرياضي، و للإعلام الرياضي دور كبير في التأثير على الكثير من السلوك الانساني في المجال الرياضي، و يلعب دورا كبيرا في التأثير على العديد من المجالات كالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي، و كذلك التعصب و العنف و الشغب الذي يحدث في الملاعب الرياضية و خاصة جيل النشئ و الشباب.

و يستطيع الاعلام الرياضي ان يحقق تأثيرات هامة على مستوى الافراد و المؤسسات الرياضية مما تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية، و يرى الكثير من الباحثين ان الاثر الاكبر للإعلام الرياضي هو تعديل المواقف اكثر من تفسيرها، كما يعمل على تعزيز و اعادة تثبيت القيم و المفاهيم و الأنماط السلوكية.

مشكلة البحث:

ان الاعلام يعني اساسا الاخبار و تقديم المعلومات، و يتضح في هذه العملية وجود رسالة اعلامية و بذلك فان الاعلام هو تقديم الافكار و الاراء و التوجهات المختلفة الى جانب المعلومات و البيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة و المخطط لها مسبقا ان تعلم الجماهير كافة الحقائق و من كل جوانبها، بحيث يمكن لهم تكوين آراء و افكار يفترض انها صائبة حيث يتحركون و يتصرفون على اساسها من اجل تحقيق التقدم و النمو لأنفسهم و لمجتمعاتهم.

فالإعلام هو كل نقل للمعلومات و المعارف و الثقافات الفكرية و السلوكية، بطريقة معينة من خلال ادوات و وسائل الاعلام و النشر الظاهرة و المعنوية ذات الشخصية الحقيقية او الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبر موضوعيا او لم يعبرو سواء كان التعبير لعقلية الجماهير او لغرائزها.

تميز الاعلام الرياضي بانتشار و اتساع نطاق البث الفضائي الذي شمل قنوات متنوعة تتكاثر و تتنافس، حيث يقوم الاعلام بدور الموجه في اسلوب تكوين و تطوير الثقافة في اوجه انشطة المجتمع، و في الرياضة الاعلام جزء مهم من عملية خلق الوعي و رفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير لإيجاد العلاقات الايجابية بين الافراد و المجتمع مع النشاط الرياضي بصفته ظاهرة اجتماعية و حضارية مرتبطة بالمجتمع، و لهذا ارتأينا ان نطرح التساؤل التالي: ماهية الاعلام الرياضي، و ما هو تأثيره السيكولوجي على الجمهور المتلقي للرسالة الاعلامية الخاصة بالمجال الرياضي؟.

تعريف الاعلام الرياضي:

الاعلام الرياضي هو عملية نشر الاخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية، و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الانشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي.

عناصر الاعلام الرياضي: للإعلام الرياضي اربعة عناصر هي:

1- المرسل: هو صاحب الرسالة الاعلامية او الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد او النادي او اللاعب او المدرب.

2- المستقبل: هو من توجه اليه الرسالة الاعلامية سواء كان فردا او جماعة.

3- الاداة او الوسيلة: هي ما تؤدى به الرسالة الاعلامية سواء كانت صحيفة او اذاعة او تلفزيون.

4- الرسالة او المضمون: هي ما تحمله وسيلة الاعلام الرياضية لتبليغه او توصيله الى المستقبل، و يعتمد الاعلام الرياضي في بلوغ اهدافه على الرسالة و المضمون الذي تقدمه هذه الرسائل و مدى اعتماده على الحقائق و الارقام و مسايرته لروح العصر و الشكل الفني الملائم و مناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور.

أهمية الاعلام الرياضي:

تبرز اهمية الاعلام الرياضي في تأثيرها على كل من الجمهور و العاملين في الحقل الرياضي، حيث ان وسائل الاعلام و خصوصا الرياضية اصبحت تتمتع باهمية بالغة في العصر الحديث، ان للاعلام الرياضي دورا كبيرا في المجتمع مما جعل الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص له الصحف و القنوات الاذاعية و التلفزيونية و توجهها نحو تحقيق اهدافها من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للمجتمع و زيادة الوعي الرياضي لهم و تعريفهم باهمية دور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة.

و استخدامها للوصول الى اهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية و الذي يعكس بدوره رقي هذه الدول و تقدمها في شتى المجالات و في ظل التقدم العلمي و التكنولوجي الكبير و السريع في المجال الرياضي تبرز اهمية الاعلام الرياضي و ضرورة احاطة الافراد بالمجتمع علما بكل ما يدور من احداث و تطورات في هذا المجال و ذلك في ظل الزيادة الكبيرة لافراد المجتمع و بالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات و الاخبار.

من هنا تتضح اهمية الاعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالإضافة الى زيادة تدفق المعلومات الرياضية و زيادة مصادرها و تشابك المجال الرياضي بالمجالات الاخرى سواء اقتصادية او سياسية، فاقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر و الاقمار الصناعية و ظهور شبكة المعلومات الانترنت.

و من هنا تبرز الحاجة الضرورية و الملحة في قيام الاعلام الرياضي في التغلب على الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي و التجاوب معه، م من خلال هذا يمكن القول بان الاعلام الرياضي بانواعه المختلفة من صهافة رياضية و برامج رياضية اذاعية و تلفزيونية يؤثر تاثيرا كبيرا في الوقت الراهن و يشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي و القيمي لافراد المجتمع في المجال الرياضي.

اهداف الاعلام الرياضي: هناك عدة اهداف للاعلام الرياضي منها:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الانشطة الرياضية المختلفة و التعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها حيث ان لكل مجتمع نسق قيمي يشكل و يحدد انماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم و المبادئ فيكون التوافق سمه من سمات المجتمع.
- تشر الاخبار و المعلومات و الحقائق المتعلقة بالقضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها لكي تكون امام الرأي العام في المجال الرياضي و اعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا او تلك المشكلات.

وظيفة الاعلام الرياضي:

تكمن وظيفة الاعلام الرياضي الرئيسية في احاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة و المعلومات الصادقة الواضحة و الحقائق الثابتة و الموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة او حادثة او مشكلة او موضوع مهم يتعلق بالمجال الرياضي.

خصائص الاعلام الرياضي: للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص و لكن الابرز هي:

- الاعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه و يرغب الوصول اليه.
- الاعلام الرياضي يتميز بانه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة و مخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

- الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب للبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه و بين المجتمع و حتى يمكن فهمه لابد اولا من دراسة او فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية مع القيم و العادات السائدة في هذا المجتمع، فالاعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة و فلسفة هذا المجتمع.

انواع التأثير للإعلام الرياضي: يحدث الاعلام الرياضي عدة انواع من التاثيرات في الجمهور منها:

- تغيير الموقف او الاتجاه الرياضي.
- تغيير المعرفة الرياضية.
- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.
- الاثارة الجماعية في المجال الرياضي.
- الاستثارة العاطفية في المجال العاطفي.
- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي.
- صياغة الواقع في المجال الرياضي.

شروط تاثير الاعلام الرياضي: تعتبر هذه المتغيرات هي الشروط التي يجب ان تتوافر لحدوث التاثير، و تنقسم الى عدة انواع:

1- شروط لها علاقة بالمصدر أي نوع الوسيلة الاعلامية التي يتعرض لها الفرد في المجال الرياضي.
2- شروط لها علاقة بالبيئة المحيطة التي تبث فيه الرسالة الاعلامية.
3- شروط لها علاقة بمضمون الرسالة الرسالة الاعلامية الرياضية.
4- شروط لها علاقة بالجمهور.

الشروط التي لها علاقة بمصدر الرسالة الاعلامية:

أ- خبرة المصدر.
ب- المصداقية.
ج- وسيلة الاعلام الرياضي.
د- احتكار وسيلة الاعلام الرياضي.

الشروط التي لها علاقة بالبيئة المحيطة: تمثل البيئة التي يعيش فيها الانسان عاملا مساعدا للاعلام الرياضي لكي يحدث التاثير المتوقع فيه و ذلك عن طريق:

أ- قادة الراي و اصحاب المكانة الاجتماعية في المجال الرياضي.
ب- حالة المجتمع.

الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الاعلامية الرياضية: يؤثر مضمون الرسالة الاعلامية في الجمهور الرياضي بنسب متفاوتة اذا ما توافرت فيها العوامل التالية:

أ- ان يكون مضمون الرسالة الاعلامية الرياضية متعلقا بقضية رياضية تشغل الراي العام الرياضي.
ب- تكرار عرض الرسالة الاعلامية الرياضية حيث ان الانسان يتاثر بالرسالة الاعلامية من خلال اربع مراحل و هي: التعرف، التفسير، الحفظ، الاسترجاع.
ج- طريقة عرض الرسالة الاعلامية الرياضية حسب كل نوع الوسيلة الاعلامية.
د- طريقة صياغة الرسالة الاعلامية.

الشروط التي لها علاقة بالجمهور:

الجمهور خليط متباين من الافراد يختلف فيه كل فرد عن الاخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الاعلامية الرياضية، و هناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يحقق التاثير المتوقع من الاعلام الرياضي، و من هذه العوامل هي:

أ- نوع الجمهور.
ب- الموقع الاجتماعي للفرد.
ج- معتقدات الجمهور.
د- ادراك المتلقي للرسالة الاعلامية الرياضية.

لذلك يتوجب على القائمين على الاعلام الرياضي مراعاة الدقة في انتقاء ما يقدموه للجمهور من رسائل اعلامية بما لا يتعارض مع القيم و التقاليد و الاعراف الرياضية السائدة، متبعين الاسلوب العلمي و من خلال الدراسات العلمية التي اجريت و تجرى في مجال الاعلام الرياضي، و من خلال تحليل المضمون بالاضافة الى الدراسات الميدانية لاستطلاع اراء الجمهور، و بالتالي يمكن للاعلام الرياضي ان يحقق رسالته المنشودة في خدمة المجتمع الرياضي.

محتوى الرسالة الاعلامية و استراتيجيات الاقناع:

الرسالة هي محتوى السلوك الاتصالي، و يرتبط محتوى الرسالة عادة بالقدرة على الاقناع و على القائم بالاتصال، و عليه اتخاذ عدة قرارات مثل: تحديد الادلة التي سوف يستخدمها و نوعية الاستمالات التي يستخدمها و مدى قوتها.

الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية:

- **الاستمالات العقلانية:** تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي و تقديم الحجج و الشواهد المنطقية و تفنيد الاراء المضادة بعد مناقشتها و اظهار جوانبها المختلفة و تستخدم في ذلك:

أ- الاستشهاد بالمعلومات و الاحداث الواقعية.

ب- تقديم الارقام و الاحصاءات.

ج- بناء النتائج على مقدمات.

د- تفنيد وجهة النظر الاخرى.

- **استمالات التخويف:** يشير هذا المصطلح الى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال، و تعمل استمالات التخويف على تنشيط الاثارة العاطفية لدى المتلقي مثل: اثارة خوف الناس من الحرب و تحذيرهم من الامراض الخطيرة.

و تؤدي استمالة التخويف الى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

- شدة الاثارة العاطفية تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.

- توقعات الفرد بامكان تجنب الاخطار و بالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة.

- **الاستمالات العاطفية:** التاثير في وجدان المتلقي و انفعالاته و اثارة حاجاته النفسية و الاجتماعية و مخاطبة حواسه و تعتمد على الاتي:

1) استخدام الشعارات و الرموز.

2) استخدام الاساليب اللغوية.

3) دلالات الالفاظ.

4) صيغ افعل التفضيل لترجيح فكرة معينة.

5) الاستشهاد بمصادر.

6) عرض الراي على انه حقيقة

7) معاني التوكيد

8) استخدام غريزة القطيع: استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة.

و تتضمن الاستجابة للرسالة الاعلامية عمليات نفسية كثيرة، فالرسالة الاعلامية كمثير يستجيب لها الجمهور الاستجابة المرجوة لابد و ان تكون شيقة و جذابة و غير مملة تتناسب و طبيعة الجمهور و تتفق مع طابع الشخصية القومية و المجال النفسي الذي يوجد فيه الفرد و الدوافع و الغرائز و الحاجات و الخبرة و حيل الدفاع و التعليم و غير ذلك من محددات الاستجابة.

و لابد ان تتوافر في الرسالة الاعلامية الرياضية مجموعة من العوامل لكي يمكن ان يتفاعل معها الجمهور الرياضي و بالتالي تحقق الاستجابة المرجوة، و من بين هذه العوامل:

1- التناغم أو التشابه و المشاركة في الخبرات و الصور لدى كل من المرسل (الاعلامي) و المستقبل (الجمهور) بما يضمن فهم الرموز و معرفتها و بالتالي الاستجابة لها.

2- استثارة انتباه الجمهور و استعمال رموز واضحة و مفهومة.

3- ربط الرسالة الاعلامية بحاجات الجمهور و محاولة اشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات و التقاليد و القيم الرياضية النبيلة.

4- مراعاة الحالة النفسية للجمهور و مراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب و المكان الملائم و الوسيلة المجدية حسب نوع و قدرة هذا الجمهور.

5- الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم و المستوى الثقافي و التعليمي، و يفضل استخدام اللغة الاعلامية.

و من اجل ان تحظى الرسالة الاعلامية الرياضية بالقبول و الاهتمام لدى الجمهور لابد و ان تسعى الى اشباع الحاجات النفسية لهذا الجمهور و تهدف الى تلبية رغباتهم و تحقيق فائدة ملموسة لديهم في حياتهم اليومية، و اهم هذه الحاجات التي يمكن ان يشبعها الاعلام الرياضي:

1- الحاجة الى المعلومات و المعارف و المفاهيم الرياضية.

2- الحاجة الى الاخبار الآنية في المجال الرياضي.

3- الحاجة الى معرفة القواعد و القوانين و اللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.

4- الحاجة الى الالمام بالقوانين الخاصة بالالعاب الرياضية المختلفة.

6- الحاجة الى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة و تعزيز المعايير و القيم و المفاهيم الرياضية او تعديلها بما يواكب التطور العلمي و التكنولوجي في المجال الرياضي.

التحرير الصحفي الرياضي:

لا شك إن التحرير الصحفي الرياضي هو جزء من عملية الإعلام،و الإعلام بدوره هو جزء من كل أكبرهو"الاتصال الجماهيري"و يسعى التحرير دائما إلى الإجابة على تساؤلين:

1-ماذا نقول؟

2-كيف نقول؟

تعريف مصطلح التحرير الصحفي الرياضي:

يقصد بمصطلح "تحرير"هو إعداد الرسالة الإعلامية الرياضية المكتوبة التي تنقل إلى الجماهير عبر الصحيفة أو المجلة الرياضية بهدف تزويد الجماهير بالأخبار الصحفية والمعلومات الرياضية السليمة من خلال عملية عرض فنية تساعد الناس على تكوين"رأي صائب"في موضوع معين أو مشكلة من المشاكل، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم،و يعني ذلك، أن الغاية الوحيدة من"التحرير الصحفي الرياضي"هو تيسير عملية الإقناع عن طريق عرض المعلومات و الحقائق و الأرقام و الإحصاءات الرياضية و ما شابه ذلك.

إذن يمكن تعريف التحرير الصحفي الرياضي بأنه "فن تحويل الأخبار و القضايا والأحداث الرياضية المحيطة بنا إلى مادة مكتوبة و مطبوعة سهلة الهضم عند جميع المستويات الثقافية المرتفعة الذكاء و المتوسطة و المحدودة الذكاء...".

إن طريقة انتقال الرسالة الإعلامية الرياضية من المصدر(أي المطبوعة /الصحيفة)إلى المستقبل أو المتلقي (أي الجماهير) من خلال المراسل(أي الصحفي)و"رئيس تحرير الصحيفة"،و الصحفي (المراسل) يجب أن يضع رسالته الإعلامية في قالب معين أو صيغة المعينة تتكون من "الرموز"أو"الكلمات"و هنا لا بد من وجود وسائل لنقل هذه الرسائل كالصحيفة، التلفزيون، الإذاعة....الخ.

ويتوقف ذلك على مدى التفاهم بين الصحفي(المراسل) و المستقبل(الجمهور) فإذا كان الصحفي (مثلا) ضعيفا في كتاباته أو غير مؤهل للعمل الصحفي، فإن ذلك سوف يؤثر على عملية الاتصال سلبا.

و إذا كانت الرسالة الإعلامية الرياضية غير محررة(أي مكتوبة) بطريقة فعالة، فإنها(بالتأكيد) ستقف عقبة في سبيل نجاح الاتصال،و يمكن تصوير انتقال الرسالة الإعلامية الرياضية من المصدر(أي الصحيفة الرياضية) إلى المتلقي(أي الجمهور) من خلال المرسل ووسيلة الاتصال التي تقع تحت سيطرة رئيس التحرير...و لكي تتلقاها بعض الجماهير مباشرة أو يتلقاها حاملي المعلومات(أي المصادر) لنقلها إلى أصدقائهم.

ويدلل أسلوب التحرير الإعلامي، على المساعدة التي يقدمها المحرر إلى الجمهور مباشرة في القراءة و الاستماع و المشاهدة في نقل المعلومات و الآراء و الحقائق و الوقائع الرياضية..وليس في مقدور الصحفي أن يخترع المعجزات عند استخدام أسلوب الاتصال، ولكن عليه أن يفهم الأسلوب جيدا و صحيحا..و ينبغي أن يكون(الصحفي) كالمعلم أو المدرس لجهة مساعدته للجمهور على فهمه أيضا(أي الأسلوب).

و تعتبر رسالة المحرر الإعلامي الرياضي، هي صلب العملية التحريرية التي تعبر عن غرض و أهداف المصدر و المرسل حيث يترجم آراءه و أغراضه و رغباته في صورة رمزية.

أهمية التحرير الصحفي الرياضي:

فن التحرير الصحفي الرياضي هو علم و فن في آن واحد، و هو الركن الهام الذي ترتكز عليه أي صحيفة رياضية أو مطبوعة رياضية في عملها و إخراجها، و هو كذلك الأساس لنجاح الصحيفة الرياضية و رواجها بين الناس،إذ بقدر ما بالصحيفة الرياضية من فن في إخراجها و دقة في تحريرها يكون رواجها، وتكون قد نجحت في توصيل رسالتها،و هذا بدوره يزيد من إقبال المعلنين عليها و ذلك لأن المعلن يهمه بالدرجة الأولى أن تكون سلعته و بضاعته معروضة على أوسع نطاق بين الناس.

أهداف التحرير الصحفي الرياضي:

يهدف التحرير الصحفي الرياضي كعملية صحفية فنية، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة، إلى تحقيق عدة أشياء من أهمها:

-جعل النص الصحفي الرياضي (الخبر أو الموضوع)يتناسب مع سياسة الصحيفة الرياضية.
-تحري الأخطاء التي ترد في الحقائق و المعلومات الرياضية(قواعد و قوانين اللعبات الرياضية و غير ذلك) ،(الأرقام القياسية و الأسماء و المصطلحات الرياضية) و تصحيحها.
- جعل النص الصحفي الرياضي يتناسب مع المساحة المحددة له.
- تبسيط و توضيح لغة النص الصحفي الرياضي.
- توضيح معاني النص الصحفي الرياضي و إحياؤها.
- مراجعة النص الصحفي الرياضي، من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.
- تعديل لهجة النص الصحفي الرياضي، عند الضرورة.
- جعل النص الصحفي الرياضي يروق لقارئ الصحيفة الرياضة.
- خلق نوع من التوافق و التناغم الأسلوبي،بين النصوص(المواد أو الأخبار و الموضوعات)الصحيفة الرياضية المختلفة، التي تنشرها الصحيفة الرياضية.
- تسهيل عملية الإخراج الصحفي للصحف و المجلات الرياضية.

و لتحقيق الأهداف السابقة، يحتاج المحرر الصحفي الرياضي إلى القيام ببعض العمليات التحريرية،مثل:

* التأكد من دقة بيانات النص الصحفي الرياضي(بالتشاور، مع المحرر، أو أخصائي جهاز المعلومات، بالمؤسسة الصحفية، أو بنك المعلومات،خارج الصحيفة).
* اختصار الكلمات،أو الجمل، أو الفقرات، غير ضرورية.
* إعادة صياغة النص الصحفي الرياضي كاملا، بهدف صقله لغويا.
* إعادة صياغة النص الصحفي الرياضي، بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبي.
* حذف الكلمات، أو الجمل، أو الألفاظ، التي تتسم بالصعوبة.
* حذف الكلمات، أو الجمل، أوالفقرات ،التي تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض، مع الذوق العام، أو التي تسبب الفرقة و تشجع على التعصب الرياضي و تزيد من أعمال العنف داخل الملاعب الرياضية.
* اختصار النص الصحفي الرياضي ليتناسب مع المساحة المحددة.
* استكمال النص الصحفي الرياضي،ببعض المعلومات، و البيانات الرياضية، التي تكمله، من ناحية المضمون، و تجعله يغطي كل جوانب الفكرة (خاصة، في الأخبار الرياضية، و التحقيقات الصحفية الرياضية).
* إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفي الرياضي، الرئيسية منها ، و الثانوية، و كذلك الفرعية، و هي عنصر مهم جدا لإراحة القارئ، بصريا و فكريا، و إضافتها ، إن لم تكن موجودة ، في النص الأصلي.
* دمج نص مع نص آخر(خاصة بالنسبة للأخبار الرياضية)، أو عمل إشارة لنص، في نهاية نص صحفي آخر.

و التحرير الصحفي الرياضي،بمفهومه اللغوي و الأسلوبي، هو أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية، التي تتضمن تحويل الوقائع، و الأحداث و الآراء و الأفكار و الخبرات الرياضية، من إطار التصور الذهني، و الفكرة، إلى لغة مكتوبة، مفهومة للقارئ العادي.

خطوات التحرير الصحفي الرياضي:

يمر التحرير الصحفي الرياضي بأكثر من مرحلة، تبدأ بمرحلة التفكير و التخطيط ، ثم مرحلة جمع المعلومات ، أو المادة الصحفية ، فمرحلة إعادة التفكير و المراجعة و الصقل ، و على المحرر ، وهو يقوم بعملية تحرير المادة الصحفية الرياضية ، أن يسأل نفسه عدة أسئلة مهمة ، منها على سبيل المثال :

- هل القصة الصحفية الرياضية تستحق الكتابة أو الصياغة ؟
- هل هي دقيقة ؟
- هل هي منطقية ؟
- هل لها معنى ؟
- هل المقدمة مناسبة و محددة ؟
- هل تحتوي على كل المعلومات الضرورية ؟
- هل تطور القصة الصحفية سليم ؟
- هل فقرات الانتقال منطقية ؟
- هل استخدام المحرر الأقوال المقتبسة المباشرة، بشكل جيد ؟

- هل أضاف المحرر الحقائق و الأقوال المقتبسة الضرورية؟
- هل تحتوي القصة على جمل، أو عبارات زائدة، غير ضرورية؟
- هل القصة خالية، من القوالب اللفظية، و المعاني المزدوجة؟
- هل هناك أخطاء نحوية؟ أو هجائية؟
- هل هناك احتمال لعواقب قانونية؟

أما المراجعة، فهي العملية، التي تلقي نظرة على أسلوب كتابة الموضوع الصحفي الرياضي، و يقوم بها المراجع (قارئ النص)، و قد تقود إلى عملية إعادة الكتابة، أي إعادة كتابة الموضوع كله، أو بعض فقراته.

أما التصحيح (قراءة التجارب)، فهي تصحيح لتجارب (بروفات) الموضوعات ، ثم الصفحات ، قبل الإخراج، و بعده، قبل الطبع، ثم التأكد من إجراء هذه التصحيحات ، و عمليات المراجعة ،وإعادة الكتابة و التصحيح، يقوم بها ، في الأنظمة التقليدية لإنتاج الصحيفة الرياضية، المراجع (سكرتير التحرير المركزي) و المصحح، أما في الأنظمة الحديثة، خاصة أجهزة الجمع التصويري ، فيقوم بهذه العملية ، المحرر الصحفي المكلف بعملية تحرير النص، و تتم، عقب عملية كتابة النص على الشاشة ، بالضغط بأصبعه ،على لوحة مفاتيح نهاية العرض الضوئي، التي يجلس إليها،و هناك برامج متخصصة، الآن ، في التدقيق في صحة النصوص العربية.

العوامل المؤثرة في التحرير الرياضي:

تتضح العوامل المؤثرة في التحرير الصحفي الرياضي من طريقة إخراج الصحيفة الرياضية و تحريرها، ومن أهم العوامل المؤثرة في فن التحرير الصحفي مايلي:

1- دورية الصحيفة الرياضية:هناك أنواع من الصحف الرياضية منها، الصحف اليومية ، و الصحف نصف الأسبوعية و الأسبوعية، والنصف شهرية و الشهرية ،و هذه الصحف يكون التحرير فيها غير مكتمل.

2- اختلاف الموضوعات الرياضية.

3- سياسة الصحيفة الرياضية.

4- ثقافة المحرر.

5- الظروف العامة المحيطة بالصحيفة الرياضية.

7- العنصر اللغوي(أي أسلوب التخاطب).

8- العنصر الفني (الإخراج).

9- العنصر الاقتصادي (دخلها و موقفها المالي).

<u>قواعد تحرير المادة الصحفية الرياضية :</u>

1- الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف و ظروف المكان و الزمان و أحرف الإضافة و حروف الربط التي لا ضرورة لها و كذلك الاستغناء عن الجمل الطويلة و تجنب التكرار .

2- استخدام الألفاظ البسيطة التي تتميز بالصحة و الوضوح ويفضل استخدام الكلمات القصيرة المألوفة لدى الجمهور.

3- تجنب استخدام صفة افعل في التفصيل لأنها تقلل من دقة الخبر.

4- العناية في استخدام الفعل المضارع خاصة في العناوين و تجنب استخدام الألفاظ و العبارات التي تحمل معنيين أو التي تحتوي على تنافر لفظي و يفضل استخدام المبني للمعلوم عن المبني للمجهول مع استخدام الأخير أحيانا يضيف قوة على أسلوب .

5- تجنب استخدام الجمع المركب مثل كلمة طريق جمعها طرق و ليس طرقات كذلك تجنب جمع أجناس الجنس لأن مفردها يؤدي معنى الجمع مثل المطر بدلا من الأمطار.

6- يجب استخدام التثنية في مواضعها الصحيحة فمن الخطأ كتابة سار اللاعب على أقدامه بل يكتب سار اللاعب على قدميه.

7- على المحرر احترام قدسية الخبر الرياضي و أن يكون خاليا من الرأي خلال الالتزام بالموضوعية عند التحرير و استخدامه للعبارات و الألفاظ بدقة .

8- الا يزيد عدد الكلمات في الفقرة الواحدة عن75 كلمة و ألا تزيد الفقرة عن أربعة جمل ،و قد ينقص العدد إلى جملة واحدة في الفقرة، فالجمل الطويلة تسوق القارئ إلى الملل فيترك قراءة الخبر مكتفيا بالعناوين .

9- أن يشتمل السطر من 20-30حرفا، و يقسم الموضوع إلى فقرات من غير أن يطغى على وحدة الخبر و لا يؤثر على ما فيه من تجانس و تأكيد ، و تفضيل الجمل البسيطة القصيرة لا يعني تهلهل الأسلوب و تداعيه.

10- أن يتضمن الخبر بيانا سافرا أو مضمرا للمصدر الذي استقى منه ، فعلى المحرر أن يذكر مصدر المعلومات صراحة أو أن يدع المصدر مضمرا في الخبر ، لحماية فردا معينا أو لتكون له مزية إخبارية،و لكن عند ذكر مصدره في جميع فقرات الخبر ، عليه أن ينقل كلام المصدر بنصه بين قوسين أو ينقل فحوى هذا الكلام دون حاجة إلى إيراده بين قوسين ،و يستحسن إجراء تغيير في الأسلوب عند نقل بعض الآراء باستعمال الكلمات (قال، صرح، أعلن، أذاع، أشار، أصر...الخ).

11- ترتيب الخبر بشكل حسن منطقيا كان أو زمنيا، و على المحرر الرياضي أن يحلل الأحداث الرياضية و أن يربط بين تلك الأحداث ليجعل منها قصة إخبارية تدور حول محور رئيسي.

12- استخدام الألفاظ العربية بدلا من المصطلحات المعربة كاستخدام مصطلح "ضربة حرة" في كرة القدم بدلا من "فاول" و "خارج الملعب" بدلا من "آوت سايد" وغير ذلك من المصطلحات .

13- استخدام علامات الترقيم ضرورة لتوضيح الأسلوب و لسهولة فهم القارئ كالنقطة(.)، الفاصلة(،)، الفاصلة المنقوطة (؛)، أقواس الاقتباس المزدوجة""،و غيرها من العلامات و لكل منها وظيفة و أسلوب في الاستخدام.

14- الحرص على إيراد الاسم الكامل للشخص في أول الخبر، و لا مانع من ذكر جزء من اسمه بعد ذلك ، كما يجب الاهتمام بالألقاب العلمية و الرياضية و المعرفية و غيرها ، لأن هذه الألقاب تصبح مع الوقت جزءا من شخصية حاملها فإذا كان الشخص لا يحمل لقبا فيمكن وصفه بالسيد إذا عربيا و ما يقابلها إذا كان أجنبيا و إذا كان على الصحفي أن يتحرى الدقة في الخبر فعلية أن يقوم بذلك بالنسبة للأسماء و الألقاب و المناصب ، لأن الخطأ في ذلك قد يسبب خلطا بين شخصيتين.

15- مراعاة النصائح الخاصة بكتابة الأرقام لتسهيل القراءة، و يفضل كتابة الأرقام من واحد إلى تسعة بالحروف و فيما ذلك يكتب بالأرقام ، و يكتب كل رقم تبدأ به الجملة و كذلك أرقام القرون و بعض الجمل مثل واحد في المائة أو خمسة في كل عشرين بالحروف ، أما الأرقام فتكتب للدلالة على مبالغ المال و نتائج المباريات الرياضية و للتعبير عن الوقت وفي الإحصائيات الرياضية ، و عند استخدام الكسور الصحيحة و كذلك في ذكر التواريخ أو التعبير عن 20مليونا أو 10ألفا، إلا أنه يستحسن هجاء الكسور إذا لم بعدها عدد.

دور اللغة في العملية الإعلامية :

لا شك أن اللغة هي وسيلة الإعلام – كما يقول الخبير الإعلامي "ماكلوهان" فهي عبارة عن صورة موجات صوتية يحملها الأثير إلى أذان الناس (أي المستمعين)و هي اللغة التي تحملها الطباعة إلى عيون القراء..

إن الرسالة الإعلامية هي مجموعة من الأفكار و الاتجاهات و المعلومات و الإحساسات التي يرغب المرسل في إرسالها إلى جمهوره، أما وسيلة الإعلام فهي اللغة الفنية (أي الأسلوب) وهي "الأداة" التي تنقل الرسالة الإعلامية من المرسل (الصحفي) إلى المستقبل (الناس) فاللغة اللفظية ،و الإشارات و الحركات و الصور و التماثيل و السينما كلها وسائل لتقل الرسالة الإعلامية .

و تعتبر العلاقة بيت التحرير و الكتابة هي علاقة "الكل"بالجزء ، و هي تشبه علاقة "التفكير"بالكلمات، و الإعلام لا يتم بدون تحرير للرسالة الإعلامية ، والمقصود نقلها و تلقينها ،مثل التفكير لا يتم من غير استخدام الرموز، فالتحرير عملية تشمل التفكير و التعبير سواء كانت الرسالة الإعلامية مسموعة أو مطبوعة فإنها تنقل المعلومات و الحقائق و الأخبار من خلال الرموز ليتلقاها الآخرون بالأذن و العين أو بهما معا.

و يأتي التحرير الإعلامي أو الصحفي للشرح و التفسير و التكامل ، فهو إذن فن حضاري يرتبط بالتقدم العلمي ، ويتطلب انتشار التعليم لكي يجعل كل المجالات البعيدة و المعقدة و الصعبة الفهم أو الاستيعاب في متناول الجمهور.

إن الصحفي أو الإعلامي الرياضي الناجح هو الذي يستطيع إتقان مهارة الاتصال من خلال نشرات الأخبار الرياضية والتعليق عليها و تفسيرها ،و تبسيط المعلومات الرياضية و تجسيدها و تقديم صور العالم و أحداثه بشكل واضح و مجسد ، و تكون خالية أو بعيدة عن التعقيد و التركيب.

و لا بد أن يراعى أنه عند تحرير الرسالة الإعلامية الرياضية من قبل الصحفي يجب القيام بالتحليل الثلاثي لأي مادة تحريرية مثل:

1- الاهتمام بمعاني الكلمات أو المفردات الواردة في الرسالة الإعلامية .

2- البحث عن الحجة أو المبرر فيما يقرأ أو يسمع .

3- التساؤل عما إذا ما سمع أو قرأ صحيحا أو خطأ.

إن الكلمة الخالية من المعنى أو المضمون (أي التي لا معنى لها)ليست كلمة ،بل هي صوت أجوف ، و لذلك فإن المعنى هو "المعيار الأساسي الضروري للكلمة ذاتها "فالمعنى :هو الكلمة المنظور إليها من الداخل ، واستنادا إلى هذا الفهم ،فإن المعنى الكلي للفظ هو ما يستحضر من أنباء و أحداث وتصورات و مشاعر و اتجاهات .

و الموضوعات الرياضية التي يتم تحريرها من خلال الأشكال الصحفية المختلفة هي نوع من الموضوعات الخفيفة التي تهدف إلى تسلية و تثقيف القارئ ،و لهذا نجد أن كتاب و محرري الصحافة الرياضية يملكون حرية أكثر عند تحرير موضوعاتهم الصحفية مقارنة بغيرهم من الكتاب و المحررين في الأقسام الصحفية الأخرى.

وبذلك يمكن للصحافة الرياضية أن تقدم نماذج جيدة للتحرير الصحفي الرياضي بما يتناسب مع الهدف منها ، و لهذا يجب على الكاتب أو المحرر الرياضي أن يكون على درجة كبيرة من الإبداع في استخدام اللغة حتى يتمكن من تقديم مادة صحفية يفهمها الجمهور الذي يتطلع دائما إلى أسلوب إبداعي و خلاق.

كما يجب على المحرر الرياضي أن يحرص على تتسم لغة كتابته للمادة الصحفية الرياضية بالبساطة و الوضوح لأن النسبة الغالبية من قراء الصحافة الرياضية هم محدودي الثقافة و أن لم يمنع هذا وجود قراء للصحافة الرياضية ينتمون إلى المستويات الثقافية و التعليمية العالية و لكن العبرة هنا بالأغلبية التي يكتب لها المحرر الرياضي ، لهذا السبب لا بد من مراعاة قدراتها الثقافية.

و بالمقابل نجد أن هناك بعض المحررين الرياضيين الذين يلجئون إلى استخدام أسلوب الإثارة في الكتابة الرياضية و خاصة في اللعبة الشعبية الأولى في معظم بلاد العالم و هي لعبة كرة القدم التي تستحوذ على اهتمام غالبية الجمهور الرياضي ، حيث يستخدم هؤلاء المحررين العناوين التي تعمل على إيقاع الفرقة و التناحر بين جماهير الأندية الرياضية و هذا الأسلوب خاطئ جدا لأنه يتسبب في غرس التعصب في نفوس هذه الجماهير و يعمقه مما يؤدي إلى عواقب وخيمة على الرياضة و الرياضيين تتمثل أحيانا في إحداث أعمال الشغب أو العنف في الملاعب و التي ينتج عنها في أحيان كثيرة إزهاق أرواح الكثير من الأبرياء إضافة إلى تدمير المنشآت الرياضية من ملاعب و صالات للعب و تتحول الرياضة إلى وبالا خطيرا على المجتمع.

و هذا لا يعني أنه ليس من حق الصحافة أن تثير المنافسة بين الأندية و بعضها و اللاعبين و بعضهم و لكن المنافسة الشريفة شيء و إثارة التعصب الرياضي و الفتنة شيء آخر.

الشروط التي يجب مراعاتها عند تحرير الموضوعات الرياضية:

1- تجنب استخدام الألفاظ و الكلمات الغامضة أو غير المفهومة و ذلك بما يتناسب مع فهم القارئ العادي فالبساطة و الوضوح و الدقة هي السمات الرئيسية لتحرير الأشكال الصحفية.

2- تجنب استخدام ألفاظ أو كلمات يستخدمها كاتب أو محرر رياضي آخر لكي تكون للمحرر الرياضي ذاتيته التحريرية التي تميزه عن غيره من المحررين.

3- تجنب استخدام الألفاظ و الكلمات غير المعبرة و الألفاظ التي تصور المنافسة بين اللاعبين و بعضهم أو بين الفرق و بعضها على أنها حرب لا بد من تحقيق الانتصار فيها.

4- تجنب استخدام الألفاظ و الكلمات التي توحي بالتعصب أو التحيز و تشجع الجمهور على ذلك سواء كان هذا التعصب لفريق أو للاعب معين.

5- تجنب الإفراط في إطلاق بعض الصفات أو الألقاب على بعض اللاعبين كوصفه بأنه أحسن لاعب أو أنه البطل أو الهداف أو غير ذلك من الألقاب و الصفات التي توحي بمهارة اللاعب و بطولته ما لم يكن قد وصف أو حاز هذا اللاعب على اللقب بشكل رسمي ، لأن ذلك يدل على التحيز للاعب أو فريق معين و قد يصيب بعض اللاعبين بالغرور بمثابة بداية النهاية لهم.

6- تجنب التضحية بالمعلومات الرياضية في سبيل أسلوب كتابة أفضل فتطغى الأهمية الأولى للمعلومات و الأسلوب الجيد سوف يأتي بطبيعته.

الأنماط اللغوية التي يجب استخدامها عند تحرير الموضوعات الرياضية:

1- استخدام اللغة الفنية أو التصويرية:

يستطيع الكاتب أو المحرر من خلالها التعبير باللغة المحسوسة عن المعنى و الخواطر و الأحاسيس ،فاللغة الفنية أو التصويرية ليست سردا للحقائق أو بثا مباشرا للانكسار و لكنها تجسيد و تمثيل لتلك الأفكار و الحقائق يعايشها القارئ و يدركها إدراكا حسيا ، فيكون لها صدى في نفسه و أثرا عميقا في وجدانه .

2- استخدام المصطلحات الرياضية:

يجب على الكاتب أو المحرر الرياضي الالتزام باستخدام المصطلحات الرياضية في كتابته للموضوعات الرياضية لأن تلك الموضوعات ما هي إلا أحداثا درامية و استخدام المصطلحات تكمل البناء الدرامي لتلك الأحداث كما أنها توفر قدرا كبيرا من الحيوية لهذه الموضوعات فهي تمكن الكاتب أو المحرر الرياضي من العرض الموجز و المعبر عن أحداث المنافسات.

و المصطلح الرياضي هو كل كلمة أو مجموعة من الكلمات تعبر أو تصف حركة أو أداء أو مهارة فنية معينة في المباراة بشكل مناسب و دقيق و بعيد عن التداخل ، و لكل رياضة من الرياضات المصطلحات الخاصة بها و التي تميزها عن غيرها فالضربة الركنية في كرة القدم و الإرسال في الكرة الطائرة و الرمية الثلاثية في كرة السلة و الاستبعاد و الطرد في كرة اليد و غير ذلك من المصطلحات.

و تشترط الصحافة الرياضية في العاملين بها أن تكون لديهم معرفة تامة و إلمام كامل بقواعد اللعبة أو الرياضية التي سيقومون بالكتابة عنها و ذلك لأهمية استخدام المصطلحات الرياضية في هذا المجال ، مع ضرورة قيام المحرر الصحفي الرياضي بشرح المصطلحات الرياضية إذا تطلب ذلك حتى لا يصاب القارئ بالملل نتيجة غموض هذه المصطلحات أو جهله بمعناها،ولضمان توافر ذلك يجب أن يكون هناك محررا رياضيا أو أكثر لكل لعبة و يكون ممارسا لهذه اللعبة أو دارسا لها.

3- أهمية الالتزام بالمصطلحات الرياضية :

ذكرنا سابقا أن لكل لعبة من الألعاب الرياضية مصطلحات خاصة بها و التي يجب على الإعلامي الرياضي أن يكون ملما بها ، هذا الإلمام هو المعيار للحكم على الكاتب أو المحرر أو الناقد الرياضي بأنه يفهم اللعبة التي يكتب عنها أو لا يفهمها، إذ كيف يمكن للناقد الرياضي أن ينتقد لاعبا و هو لا يعرف مصطلحات و مسميات الرياضة التي يمارسها اللاعب؟

أو كيف ينتقد مدربا و هو لا يعرف مصطلحات و مسميات الطرق و التخطيط التي طبقها المدرب و الفروق التي بينها و مدى مناسبة كل منها لظروف و طبيعة المنافسة التي يشترك فيها المدرب؟

من هنا تظهر أهمية أن يكون الكاتب أو المحرر الرياضي ملما بالمصطلحات الفنية الخاصة بكل لعبة و هذا بدوره يعمل على إثراء ثقافة القراء الرياضية ، إضافة إلى ضرورة الالتزام بكتابة هذه المصطلحات باللغة العربية بما يساهم في زيادة الحس الوطني لدى الجمهور و الابتعاد عن كتابة المصطلحات الأجنبية باللغة العربية و إذا كان لابد من ذلك فيجب كتابة هذا المصطلح بلغته الأجنبية إلى جانب ترجمته العربية.

4- استخدام اللهجة العامية:

اللهجة تسمى العامية أو المنطوقة أو المحكية أو المحلية أو الدارجة ، و هي" اللسان الذي يستعمله عامة الناس مشافهة في حياتهم اليومية لقضاء حاجاتهم و التفاهم فيما بينهم "، فهي اللهجة اليومية العفوية المكتسبة في السنوات الأولى للإنسان و التي يستعملها في تعاملاته العامة ، و هي لغة الحديث في الحياة العادية في المنزل و الشارع و السوق و كل ما يتصل بالسلوك الإنساني بالمنطقية المحلية ، و هي تختلف من منطقة إلى أخرى في سائر البلدان.

و استخدام بعض الألفاظ و الكلمات العامية في تحرير الموضوعات الرياضية يعد نوعا من التبسيط و التقرب و التودد إلى القراء و يرى البعض أن استخدام بعض الكلمات و الألفاظ العامية تقوي الموضوعات الرياضية أكثر مما تفسدها فهي توضح للقارئ الكثير من المواقف.

و لكن يجب ألا يفرط الكاتب أو المحرر الرياضي في استخدام اللهجة العامية في الموضوعات الرياضية و أن يتجنب الألفاظ و الكلمات المبتذلة و الرخيصة و التي لا معنى لها ، و هو مطالب بأن يخضع أسلوبه للذوق المقبول و عليه أيضا أن لا يجازف باستخدام العامية أكثر من استخدامه للغة الفصحى الراقية المستخدمة في أنواع الكتابات الصحفية الأخرى.

إن اللغة التي تكتب بها الموضوعات الرياضية لا بد أن تتوافر فيها جملة أشياء منها:

1- يفضل استخدام الجمل القصيرة على الجمل الطويلة بحيث لا تزيد الجملة عن قدر معين من الألفاظ و تكتب بلغة سلسة و مفهومة .

2- استعمال الكلمات المباشرة التي تصيب الهدف بدلا من استعمال الكلمات العامة التي قد تعني أشياء كثيرة بعيدة عن المقصود فالألفاظ يجب أن تتميز بالدقة و الوضوح.

3- ضرورة استخدام الفقرات القصيرة بدلا من الفقرات الطويلة حتى تضمن الصحافة الرياضية انتباه القراء لها و متابعتهم للمادة الصحفية الرياضية المطروحة.

4- الحرص على استخدام الألفاظ المألوفة و تجنب استعمال الألفاظ غير المألوفة التي تثير الغموض.

مراحل التغطية الصحفية للأحداث الرياضية :

تمر التغطية الصحفية لأي حدث رياضي بثلاث مراحل ، و هي كما قسمها فاروق أبوزيد(1986)كالتالي :

المرحلة الأولى : تقوم هذه المرحلة على التغطية التمهيدية للأحداث الرياضية عن طريق الحصول على المعلومات الكافية عن أطراف هذه الأحداث كالفرق المنافسة و ظروف كل فريق و استعداداته و إمكانياته و موقفه في المسابقة و نشر مثل هذه المعلومات بأخذ طابع التغطية الإخبارية.

المرحلة الثانية : تقوم هذه المرحلة على التغطية التسجيلية للأحداث الرياضية عن طريق الوصف الدقيق لسير الأحداث و تطورها ووصف وقائعها مع تسجيل النتائج النهاية لهذه الأحداث و نشر هذه المعلومات بأخذ طابع التغطية التحليلية .

المرحلة الثالثة : تقوم هذه المرحلة على التغطية التقييمية للأحداث الرياضية عن طريق تقييم أداء كل طرف من أطراف هذه الأحداث مع الجوانب الإيجابية كارتفاع المستوى المهاري و البدني للاعبين و حسن تنفيذهم لتعليمات و خطط المدرب ،و كذلك الكشف عن الجوانب السلبية كضعف المستوى البدني و المهاري للاعبين و محاولة استخلاص الدروس المستفادة من هذه الأحداث.

الاستنتاج العام: