

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

استراتيجيات الإعلام الرياضي في النهوض بقطاع الرياضة في الجزائر - الواقع والمأمول -

د/ لبنى رحموني / نور العابدين قوجيل
جامعة العربي بن مهيدي/ أم البواقي

الملخص: إن تطور القطاع الرياضي خطوة هامة تدرج ضمن الهدف الأسمى وهو تطور المجتمع ككل، وقد شددت الأنشطة البدنية والرياضية المختلفة انتباه الناس و الحكومات، كما أثرت في الحياة الاجتماعية للأفراد، و هو ما جعل وسائل الإعلام المختلفة تلعب دورها الرئيسي في عملية تطوير قطاع الرياضة، وذلك من خلال التركيز على تحقيق أهداف الإعلام الرياضي و سياساته المختلفة

الكلمات الأساسية: الإعلام، الرياضة، الاستراتيجيات

Astract: Sport development is a step toward national development. Due to affecting personal and social life, sport has attracted the attention of people and government. Mass media is an important means of sport development, which influence realizing most of sport development objectives.

Key words: mass media, sport, strategies .

مقدمة: يعتبر النشاط الرياضي و البدني من أهم الأنشطة داخل المجتمعات الإنسانية، خاصة وأنه يساهم في بناء و تجسيد الخصائص الفكرية والنفسية والثقافية للمجتمع، ولهذا تتجه الدول للاهتمام بالقطاع الرياضي على اختلاف مؤسساته، من أجل تحقيق أهداف التنمية والارتقاء بالإنسان، وهي تتفق في سبيل تحقيق ذلك أموالا كثيرة وتكرس لها مختلف الوسائل و الآليات.

وتعد وسائل الإعلام الرياضية واحدة من الآليات التي تعتمد عليها الدول المتحضرة في سبيل نشر الثقافة والوعي الرياضي نظرا لما تتمتع به من قدرات فائقة على التأثير، وهو ما جعلها مرافقة للدولة في تنظيم وتسيير القطاع الرياضي، وذلك من خلال مشاركته في مختلف الأنشطة الرياضية محليا ودوليا، كما أنها في كثير من الأحيان مساهم رئيسي في عمليات صنع القرار داخل المؤسسات والهيئات الرياضية.

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

المشكلة: تشهد الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد عدد من القنوات الفضائية المتخصصة والإذاعات التي اتخذت من الرياضة موضوعها الرئيسي، ناهيك عن الجرائد المطبوعة والإلكترونية والمواقع وصفحات الفيسبوك وغيرها من الوسائط الإعلامية الرياضية التي تتبنى مواضيع الرياضة، وتعالج مختلف القضايا التي لها علاقة بالنشاط البدني والرياضي، سواء على الصعيد المحلي أو العربي أو الدولي، وقد وجدت وسائل الإعلام الرياضي في القاعدة الجماهيرية العريضة من المتابعين على اختلاف أعمارهم وأجناسهم واهتماماتهم، وهو ما يؤهلها على الصعيد المجتمعي للعب أدوار مهمة في السيطرة على جمهور الرياضة، وتوجيه سلوكه، كما أنها تساهم في عملية الضبط الاجتماعي.

وعلى صعيد آخر، يعمل الإعلام الرياضي جنبا إلى جنبا مع السلطات القائمة على الشأن الرياضي في البلاد من أجل النهوض بقطاع الرياضة وترقيته على كافة الأصعدة، وتأتي هذه الورقة البحثية للبحث في الاستراتيجيات التي يمارسها الإعلام الرياضي من أجل النهوض بقطاع الرياضة في الجزائر من خلال طرح التساؤل الرئيسي: كيف يساهم الإعلام الرياضي في النهوض بالقطاع الرياضي في الجزائر؟

- **الأسئلة:** تحاول هذه الورقة البحثية الإجابة على التساؤلات التالية؟

- ما مفهوم الإعلام الرياضي؟
- فيما تتمثل أهمية و أهداف الإعلام الرياضي؟
- ما واقع الإعلام الرياضي في الجزائر؟
- كيف يمكن للإعلام الرياضي الجزائري المساهمة في تطوير قطاع الرياضة في البلاد؟
- **المصطلحات الواردة في البحث:** اعتمدت هذه الورقة أساسا على مصطلحي الإعلام الرياضي والاستراتيجية:

- **الإعلام الرياضي:** يرى **محمد الحماحي** أن الإعلام في المجال الرياضي هو تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، ويعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضية المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية 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 استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية (الحماحي، م، سعيد، أ، 2006، 98).

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

وفي تعريف آخر يشير حسن أحمد الشافعي أن الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي(الشافعي، ح.2003، 37).

ما يلاحظ على هذه المفاهيم التي قدمت هو أنها تصب في معنى واحد وهو توضيح الدور الذي يؤديه الإعلام في مجال التربية البدنية والرياضية وكذلك تقديم كافة الأخبار والحقائق المرتبطة بهذا المجال وشرح وتفسير القواعد والقوانين التي تحكم الأنشطة والمنافسات الرياضية ومع التأكيد على ضرورة تقديم وسائل الإعلام الجماهيرية إعلام يتميز مضمونه بالموضوعية من أجل تنمية الاتجاهات الايجابية لدى المواطنين . يرتكز الإعلام الرياضي حسب (جورج كلاس وميشال سبع) على ثلاثة عناصر أساسية هي(جورج،ك.2009، 95-96):

- وسيلة إعلامية تنشر، تنقل وتغطي الأحداث الرياضية وهي الوساطة بين المرسل والمستقبل؛
 - الحدث الرياضي الذي يتضمن مادة صالحة للنشر والتغطية وهو الموضوع؛
 - الإعلامي الرياضي الذي ينقل ويحلل ويغطي وينتقي الأحداث والأخبار وهو الخبير المتخصص.
- ويتبين من هذه العناصر أنها تتطابق مع عناصر أي فن خيري، لكن الفرق يظهر في التخصصية التي تجعل من الإعلام الرياضي إعلاما متخصصا ينتجه إعلامي متخصص وفق شروط فنية وتعبيرية تناسب النشاط الرياضي وتتلاءم مع ظروف حدوثه وتوقيته ورغبات المتلقين ومتطلباتهم.
- ونظرا لقلة المؤلفات الخاصة بالإعلام الرياضي فقد قاما الباحثان بتقديم تعريف إجرائي للإعلام الرياضي: هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وكذا شرح وتفسير كافة القواعد والقوانين المتعلقة بالأحداث والتنظيمات الكروية من خلال تقديم محتوى إعلامي يتميز بالموضوعية يضمن تحقيق هدف الرسالة الإعلامية وهو نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.
- الاستراتيجية: تعرف الاستراتيجية على أنها العملية التي ترتبط بتحديد أهداف طويلة المدى بتخصيص الموارد لتحقيق هذه الأهداف، وهي تعبر عن الأسلوب العلمي الذي تتبعه الإدارة في الاستفادة من الموارد المتاحة لتحقيق الأهداف وتشمل:
 - تحديد الموارد في الإمكانيات المتاحة.
 - دراسة الموارد في الإمكانيات المتاحة.
 - تحديد المتغيرات والمقومات التي تعترض طريق تحقيق الأهداف.
 - اتخاذ القرار أو القدرة على المفاضلة والاختيار بين البدائل المتاحة.

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

ومن صم فإن الاستراتيجية تهتم بتجديد الأهداف و بناء الخطط ورسم السياسات وتوظيف كافة الموارد و
الإمكانيات لتحقيق الأهداف العليا بالإستراتيجية الشاملة للدولة، فالإستراتيجية في المجال الرياضي ينبغي أن
تساير الإستراتيجية الإعلامية في كافة المجالات التي تكون منظومة المجتمع، وذلك باعتبار الرياضة فرعا
في إطار منظومة عامة وشاملة (كتفي. الأمين 2011، 35).

- عوامل ظهور الإعلام الرياضي:

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى ظهور الإعلام الرياضي المتخصص من أبرزها ما ذكره (أديب
خضور) في كتابه "دراسات في الصحافة الرياضية" والمتمثلة فيما يلي (خضور، أ، 1994، ص.ص 187-189):
- يعكس الإعلام الرياضي عموما الوزن الحقيقي للرياضة في المجتمع، ويحتل الإعلام الرياضي في
المجتمع المكانة التي تحتلها الرياضة كمجال مستقل من بين المجالات الأخرى؛
- التطور العام للمجتمع أدى إلى تبدل نظرة المجتمع للرياضة حيث تحولت هذه الأخيرة إلى مجال
واسع وغني وهام، وهذا التحول كان من بين الأسس الهامة التي قام عليها الإعلام الرياضي؛
- الرياضة المعاصرة لم تعد محصورة في عدد محدود من الرياضات مما أدى إلى توسع الخارطة
الرياضية ونضجها وتعقيدها، وكان ذلك أساسا جديدا لظهور الإعلام الرياضي المتخصص وتطوره؛
- الجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المعدودة من الشبيبة المراهقة الباحثة عن التسلية والترفيه، بل
اتسع وتتنوع وتبدل جذريا نوعا وكما، وكان ذلك منطلقا جديدا لظهور الإعلام الرياضي ودافعا قويا لتطوره؛
- تحول الرياضة إلى صناعة وازدياد طابعها الاقتصادي وبروز سمتها التجارية أضاف أساسا جديدا قام
عليه الإعلام الرياضي؛
- ظهور وسائل إعلامية جديدة تمتلك خصوصية تكنولوجية معينة أوجد فرصة مناسبة لظهور الإعلام
الرياضي المتخصص وتطوره.

- أهمية وأهداف الإعلام الرياضي

الإعلام عبر وسائل الاتصال الجماهيرية متنوع من حيث المزايا والأهمية والأهداف في مجال التربية البدنية
والرياضية، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن
العشرين لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية
والتلفزيونية وتوجهها نحو أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي
الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية الإعلام الرياضي، واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

- تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات وتبرز أهمية الإعلام الرياضي في: (إبراهيم، نشوى إمام، 2003، 11):
- ❖ تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في المواطنين منذ الصغر من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في المجال الرياضي، مع التأكيد على أن كل من التربية البدنية والرياضة إنما ينتمي للمجال التربوي والاجتماعي الزاخر بالقيم والمبادئ.
 - ❖ تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو التربية البدنية والرياضة التنافسية والرياضية للجميع بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة في أوجه نشاطها، وذلك من خلال توضيح أهميتها في حياة الإنسان والمجتمع.
 - ❖ تكوين رأي عام مبني على حقائق ومعلومات صادقة ومناقشات علمية للمشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضة، وذلك حتى يكون هذا الرأي سندا في معالجة تلك المشكلات أو القضايا (الحماحي، م، سعيد، أ، 2006، 102).
 - ❖ تأثيره على كل من الجمهور والعاملين في الحقل الرياضي، حيث أن وسائل الإعلام الرياضية أصبحت تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث، فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والأخبار الرياضية في كل مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار وسائل الإعلام من ناحية والتطور الصناعي المعاصر من ناحية أخرى، حيث انتشر استخدام الراديو والتلفزيون والانترنت والصحف والمجلات باختلاف أنواعها واتجاهاتها مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات.
 - ❖ مع زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة وتنوع مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء الاجتماعية أو اقتصادية أو سياسية وعدم قدرة الفرد على ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمرا صعبا فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات، ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه (ياسين، فضل ياسين، 2011، 48).

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

توجد أيضا للإعلام الرياضي مجموعة من الأهداف ترمي إلى توعية الجمهور وتنقيفهم رياضيا عن طريق نشر المعلومات والحقائق الرياضية وشرح وتفسير القواعد والقوانين التي تحكم الأنشطة الرياضية وتتمثل هذه الأهداف في:

❖ نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

❖ تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ لأن التوافق سمة من سمات المجتمع (كنعان، علي عبد الفتاح، 2014، 60).

❖ استثمار أوقات فراغ المواطنين والترويج عنهم من خلال المواد الإعلامية المقدمة عبر وسائل الاتصال الجماهيرية والتي تتميز بتنوعها، وكذلك إشباع حاجات الجمهور المتخصص وفقا لثقافته وخصائصه.

❖ دعم الانتماء للمنتخبات الوطنية في الألعاب والرياضات المختلفة وذلك من خلال قدرة الإعلام الرياضي على التأثير في المواطنين وحثهم على مؤازرة كل من يمثل دولهم في المحافل والبطولات الرياضية والإقليمية أو القارية أو الدولية أو العالمية أو الأولمبية.

❖ نبذ التعصب لدى الجماهير والتوعية بأهمية تميز الجمهور بالروح الرياضية والبعد عن الشغب واستخدام أعمال العنف والعدوان، وكذلك التأكيد على تطبيق اللاعبين لمبادئ اللعب النظيف، والتنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات والسهر على تطبيق مبدأ العدالة والمساواة في التحكيم من قبل الحكام الذين يديرون المباريات أو المنافسات الرياضية.

❖ مخاطبة الجمهور المراد التأثير فيه سلوكه للمشاركة في تحقيق أهداف وفلسفة المجتمع نحو المجال الرياضي، وذلك من خلال إقناعه بأهمية دوره في تحقيق ذلك المقصد.

❖ تطوير أداء العاملين مجالات التربية البدنية والرياضة، وكذلك توعية الجماهير بمبادئ الروح الرياضية (الحماحي، م، سعيد، أ، 2006، 103-105).

- الإعلام الرياضي الجزائري واستراتيجيات تطوير قطاع الرياضة:

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

بالنظر لأهمية الإعلام الرياضي الكبيرة في أي مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير في نفوس الأفراد، لابد من أن تقوم استراتيجيات هذا الإعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تتناول الموقف الإعلامي ككل وذلك كله وفق مجموعة من القواعد والمبادئ المتمثلة في:

- أن يكون التخطيط للإعلام الرياضي متكاملًا مع التخطيط القومي الشامل للإعلام العام بصفة خاصة والمجالات الأخرى (الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتربوية) بصفة عامة، إذ أن الخطة الناجحة هي التي تتسم بالشمولية والتكامل والمرونة والتطوير بالقدر الذي يكفي لتحقيق أهداف المصلحة العليا للدولة؛
- أن يكون تخطيط الإعلام الرياضي موجهاً نحو الفكر والعقيدة والعادات والقيم والرأي العام واتجاهات الجمهور لكي يحقق ما يهدف إليه؛
- أن تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تنفيذية واستراتيجيات وتكتيكات عملية للاتصال بالجمهور وان تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور في تحقيق الأهداف؛
- توخي الحذر والدقة في تحديد الأهداف التي ترسم الخطة الإعلامية سواء قريبة المدى أو بعيدة المدى حتى يمكن تحقيقها.

ويتم التخطيط لاستراتيجيات الإعلام الرياضي بصفة عامة بحيث تشمل أساساً على أهداف أهمها:

- الإعلام الرياضي وتعزيز السلوكيات الإيجابية لدى الشباب: حيث تقوم وسائل الإعلام الجزائرية على اختلاف وسائلها بتغطية مختلف النشاطات الرياضية من منافسات دولية و عربية ومحلية، وتخصص لها مساحات هامة من حجم التناول الإعلامي نقداً وتوجيهاً وتقويماً، وهو ما يعود بالفائدة على المجتمع، إذ يسهم ذلك في تثبيت القيم و تعزيز الاتجاهات و المبادئ الرياضية، والمحافظة عليها لدى الشباب، خاصة وأن كل مجتمع له نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي، بما يتوافق مع القيم والمبادئ العامة، و يتم ذلك من خلال تعريف وسائل الإعلام الرياضي بالأبطال المثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين، وتوضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية، والعمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية (الدوسري، حمد، 2016، 35).

- الإعلام الرياضي وصنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا: إذ يساهم هذا النوع من الإعلام في عملية صنع القرار داخل الهيئات الرياضية المختلفة، كالاتحادات و هي الهيئات المتكونة من أندية وجمعيات خاضعة لأحكام القوانين العامة، وتتكون الاتحادات من الأندية ومراكز الشباب التي توافق على انضمامها

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

الجهة الإدارية المختصة والهيئات التي لها نشاط في لعبة ما، بهدف تنظيم وتنسيق هذا النشاط، والعمل على نشره ورفع مستواه الفني (الشافعي، ح. 2003، 157).

- الإعلام الرياضي وتطوير منظومة الاحتراف: فنظرا للإقبال المتزايد من الجماهير على وسائل الإعلام الرياضي المختلفة فقد دفعت بالكثير من رجال الأعمال والشركات التجارية الكبرى إلى الاستثمار و الاستفادة من الحقل الرياضي، وهو ما أدى إلى خلق حركية ونشاط واسعين في مجال الدعاية و التسويق والإشهار، وبذلك تنوعت الأساليب و تطورت وسائل الإعلام فكان لها الأثر الكبير في مسار تطور الرياضة في حد ذاتها، فقد دفع المستثمرون أموالهم من أجل شراء أسهم الأندية الرياضية أو بناء البنى التحتية من ملاعب ومدارس تكوينية وبناء مجمعات رياضية، وهو ما من شأنه أن يعزز عملية الاحتراف (زاوي، ع. 2013، 116-118).

- الإعلام الرياضي والقضاء على ظاهرة الشغب و العنف في الملاعب: تؤدي وسائل الإعلام الرياضية المختلفة دورا رئيسيا في توعية الجماهير بخطورة أعمال العنف و الشغب التي تتبع أهم المباريات بسبب ظاهرة الحشد الجماهيري، و تخلي بعض المنابر الإعلامية و من ورائها عدد من الصحفيين لاسيما عبر شاشات التلفاز و ووراء المواقع الإلكترونية عن مبادئ العمل الصحفي وتحريضهم للجماهير على أعمال العنف والشغب ضد الفرق المتنافس معها، و تقوم في هذا المجال بتوعية المشاهدين و تهدئة الثائرين منهم و التنسيق مع الجهات الأمنية والجهات المختصة من أجل تأطير فرق المناصرين المتنقلة للملاعب من أجل المناصرة...

- الإعلام الرياضي والتسويق (ياسين، فضل ياسين، 35، 2011): التسويق الرياضي هو "العلم الذي يبحث في العلاقة المتبادلة بين الإدارة الترويجية والرياضة كـ مجال لتنفيذها وإفادة منها"، لذلك فالعملية تبادلية ولا يمكن الاستغناء عن أي طرف فيها، كما أنها علاقة متوازنة ذلك أن فلسفة التسويق الرياضي تقوم على أساس استثمار الرياضة وإفادتها عن طريق السماح بإدخال الأنشطة التسويقية التجارية لدعم أسس بناء وتطوير الرياضة، ولذلك بمقدار ما تستفيد الرياضة والرياضيون من التسويق لا بد أن تكون الفائدة للمسوق أو المستثمر في الرياضة.

- الإعلام الرياضي والسياسة (ياسين، فضل ياسين، 2011، 153-156): يؤثر الإعلام الرياضي في بعض الحالات في العلاقات بين الدول سواء بالسلب أو بالإيجاب، كما يمكن استعماله لتوصيل رسائل سياسية ومواقف إلى الجماهير عبر مختلف المحافل الرياضية والأمثلة في هذا السياق كثيرة (استبعاد العراق عن المشاركة في البطولة العربية الثامنة ببيروت بسبب توتر العلاقات بين البلدين ونفس الشيء بالنسبة لاعتذار الكويت عن المشاركة في الدورتين العربيتين الثامنة والتاسعة)، وما يهمننا هنا هو تأثير مثل هذه المواقف

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

السياسية- الرياضية على العملية التسويقية ودور الإعلام الرياضي كوسيط أو جسر يتصل بين الرياضة والسياسة فيوصل أو يقطع.

- الإعلام الرياضي والثقافة: الرياضة ثقافة وعلم ودراسة تمنح لها شهادات العلا وأصبحت هناك تخصصات أكثر شمولية، ومن هنا تأتي أهمية الرياضة للنشء من أجل تكوين جيل مثقف وواع يتمتع بصحة وعافية ودور الإعلام الرياضي في نشر هذه الثقافة كبير وهام.

- الإعلام الرياضي والسياحة: أصبحت الرياضة السياحية أو السياحة الرياضية فنا يرتبط بالتسويق والترويج للفن والفنانين، مما يدل على أن للرياضة دور فعال في تفعيل السياحة وتطوير المجال السياحي والثقافي والترفيهي، وهنا يأتي دور الإعلام الرياضي الذي يتولى عملية الترويج والتسويق.

الخاتمة:

تمتلك وسائل الإعلام المختلفة أدوارا هامة في حياة الفرد وفي تقدم و تطور المجتمعات الإنسانية وقد أدركت الحكومات و الدول هذه الأهمية مبكرا هذه الأهمية فأخذت تستخدمه لتحقيق أهدافها و سياساتها العامة، لاسيما في المجال الرياضي، إذ يمكن تطويعه لخدمة أهداف سياسة التنمية و التطوير في القطاع الرياضي.

ائمة المصادر والمراجع

- أديب خضور(1994)، "دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفيا وإذاعيا وتلفزيونيا وتحرير الأخبار الرياضية"، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا.
- جورج كلاس، ميشال سبع(2009)، "الإعلام المتخصص فنون وتقنيات"، منشورات الجامعة اللبنانية قسم الدراسات الإعلامية، بيروت، لبنان.

عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: "علوم الأنشطة البدنية و الرياضية وتحديات الألفية الثالثة"
محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي.

- حسن أحمد الشافعي(2003)، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، د/ط.
- الدوسري، حمد(2016)، دور البرامج الرياضية التلفازية في تعزيز سلوكيات الشباب السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية و الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- زواوي، عبد الوهاب(2013)، أهمية الإعلام الرياضي في تطوير منظومة الاحتراف في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، العدد 9، جامعة المسيلة.
- علي عبد الفتاح كنعان(2014)، الإعلام الرياضي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
- كتفي. الأمين (2011)، الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة حصة من الملاعب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر.
- محمد الحماحمي وأحمد سعيد(2006)، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط/1.
- نشوى إمام إمام إبراهيم(2003)، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان، القاهرة.
- ياسين فضل ياسين(2011)، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.