دور الإعلام والاتصال الرياضي في انتقاء الموهبة وتطويرها في المجال الرياضي -مقاربة نقدية -

تاريخ الاستلام:2019/07/14 تاريخ النشر: 2020/06/01

الدكتور : علي عبد اللّه علي آل زهير القحطاني
جامعة الملك خالد السعودية
aalzhair@kku.edu.sa
الدكتور : اسعيداني سلامي
جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر
salami.saidani@univ-msila.dz

الملخص:

الأطفال المتفوقون والموهوبين هم كنز من كنوز الوطن والاهت مام ب هم ور عايتهم هو اهت مام بمنابع الإبداع والتقدم والرقي، فكم من الدول اشتهرت وعلا شأنها ب سبب ظ هور مو هوبين فيـ ها، فهؤلاء الم شاهير كانوا أط فال متفو قون مو هوبين عم لوا ع لى تنم ية وت طوير مواهبهم ح تى ا ستفادت من هذه الموا هب الب شرية جم عاء، و باتوا يترب عون ع لى كر سي ال شهرة والإ بداع. فالموهبة لا تنحصر أبدا بمجال دون غ يره، بل تت عدى ذ لك لت شمل كا فة الم جالات والتخص صات العلمية والأدبية والرياضية والفنية...الخ

لذا تأتي هذه الورقة العلمية من ا جل ال سعي إ لى شرح ك يف يم كن أن ي كون للإ علام والات صال الرياضي دور في اكتشاف هذه المواهب والاهتمام بهم وتطويرهم من منطق أن هذه الموا هب تعتبر من الثروات البشرية التي تفوق في أهميتها الثروات الأخرى،

- الكلمات المفتاحية: الإعلام، الاتصال، الرياضة، الانتقاء، الموهبة، التطوير.

- Abstract:

Many talented and talented children are the leaders of the nation and their care and care is the concern of the sources of creativity, progress and progress. Many countries were famous for their talent. These celebrities were talented children who worked on developing their talents so that they benefited from all these human talents.Talent is not limited to a field without any other, but beyond to include all areas and disciplines of science, literary, sports and artistic ... etc

So the intervention seeks to explain how the media and communication can play a role in the discovery of these talents and attention and development, because the talent is a human wealth that exceeds the importance of other resources,

Keywords: *media, communication, sports, selection, talent, development.*

مقدمة:

الفروق الفردية بين بني البشر في خصائصهم وقدراتهم حقيقة لا جدال فيها منذ وجد الإنسان على هذا الكوكب. ومن الطبيعي أن يظهر الناس اهتماماً خاصاً بالإفراد الذين تميزوا بقدراتهم أو مواهبهم بصورة استثنائية في أحد ميادين النشاط الإنساني التي يقدرها المجتمع. وفي حالات كثيرة كان ذ لك الاهتمام وبالاً على أولئك الأفراد لـ خروجهم ع لى كل ما هو مألوف أو م عروف. و مع ذ لك ف قد ظ لت الفروق الفردية مسألة تسترعي الانتباه والاهتمام منذ أقدم العصور وحتى الان سواء أ كان ذ لك ع لى المستوى الرسمي أم الشعبي.

كث يرة هي الأ سباب ال تي ساهمت ب شكل أو بأخر في تزا يد الاهت مام بتربـ ية المو هوبين والمتفوقين وتعليمهم منذ بداية القرن العشرين. وسنحاول في هذه المداخلة أن نعرض أهمية ع لوم

الاعلام والاتصال الر ايضي في الاهت مام بانت قاء وت طوير م هارات المو هوبين في الم جالات المت عدد ومنها الرياضية.

1. الإعلام والاتصال الرياضي: مدخل تعريفي

1.1. تعريف الإعلام والاتصال الرياضي

هو عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعدوالقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع، وتنمية وعيه الرياضي.[1]

2.1. الإعلام الرياضية وإشكالية التخطيط[2]

نتيجة لما يتمتع به الإعلام الرياضي من أهمية كبيرة في أي مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير في نفوس أفراد هذا المجتمع فبالتالي لابد وأن يقوم هذا النوع من الإعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تتناول الموقف الإعلامي ككل والذي يشتمل على مجموعة من العناصر المتداخلة كالإعلامي والجمهور والرسالة الإعلامية الرياضية ووسيلة الإعلام والعملية الإعلامية وذلك وفق مجموعة من القواعد والمبادئ التي تتضمنها عملية التخطيط والتي منها:

أولا. أن يكون التخطيط للإعلام الرياضي متكاملا مع التخطيط القومي الشامل للإعلام العام بصفة خاصة وفي المجالات الأخرى الاجتماعية والاقتصادية والسياسة والتربوية بصفة خاصة فالخطة الناجحة هي التي تتصف بالشمول والتكامل والمرونة والتطور بالقدر الذي يكفي تحقيق أهداف المصلحة القومية العليا للدولة[3].

ثانيا.أن يوجه تخطيط الإعلام الرياضي نحو الفكر والعقيدة والعادات والقيم والرأي العام واتجاهات الجمهور لأنه يهدف إلى أحداث تغيير في سلوك هذا الجمهور أي أحداث تغيير في سلوك هذا الجمهور أي أحداث تغيير وبالتالي يجب دراسة هذه النواحي دارسة علمية حتى يتمكن البدء في عملية التخطيط في الإعلام الرياضي.

ثالثا. أن تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تنفيذية استراتيجيات وتكتيكات عملية للاتصال بالجماهير وأن تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور في تحقيق الأهداف.

رابعا. لابد من توخي الحذر والدقة في تحديد الأهداف سواء قريبة المدى أو بعيدة المدى والتي ترسم الخطة الإعلامية حتى يمكن تحقيقها فمن البداية لابد وأن تكون الأهداف ممكنة التحقيق وفي ضوء الوسائل المتاحة أو الممكنة.

3.1.خصائص وأهداف الاعلام الرياضي:

أولا. خصائص الإعلام الرياضي:[4]

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيراً من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول عليه.

-الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

- الإعلام الرياضي في سعيه لجذب أكبر عدد م الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس.

-الإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة المجتمع

- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها.

ثانيا. أهداف الإعلام الرياضي:

-نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب.

-تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.

- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.

-الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية[5]

2. الموهبة بين الصقل والاهتمام

1.2.تعريف الموهبة Giftedness:

أ-لغة: ورد في المعاجم العربية اخذ من الفعل "وهب" أي أعطي شيئا مجانا. فالموهبة إذن هي العطية للشيء بلا مقابل. أما كلمة موهوب في اللغة فقد أتت أيضا من الأصل وهب فهو إذن الإنسان الذي يعطي أو يمنح شيئا بلا عوض.[6]

ب-اصطلاحا: لهذا المفهوم فكان أول من استخدمه وتحدث عن الموهبة والعبقرية والتفوق العقلي فهو تيرمان عام 1925 حيث قام بدراسته المشهورة عن الموهوبين ثم تلته الباحثة ليتا هولنجورت 1931 والتي عرفت الطفل الموهوب بأنه ذلك الطفل الذي يتعلم بقدرة وسرعة تفوق بقية الأطفال في كافة المجالات.[7]

ونعني بها في مداخلتنا هذه الموهبة الدالة على مستوى عال من القدرة على التفكير والأداء وقد ظهرت اختلافات بين الباحثين حول الحد الفاصل بين الموهوب والعادي من الأطفال، من حيث الذكاء فقد بلغ هذا الحد عند تيرمان 140 فأكثر وعند هولنجورت 130 فأكثر في حين نجده عند تراكسلر تدنى إلى 120 فأكثر. وحتى على مستوى الموهوبين أنفسهم

2.2. تصنيفات المواهب عالميا

أولا. يقسم دنلوب(Dunlop) المتفوقين عقليا إلى ثلاث مستويات هي:[8]

1. **فئة الممتازين:** وهم الذين تتراوح نسبة ذكائهم بين (120او 125) إلى (135 أو 140) إذا طبق عليهم اختبار ستانفورد بينيه.
2. **فئة المتفوقين:** وهم من تتراوح نسبة ذكائهم بين (135 أو 140) -170 على نفس المقياس السابق.
3. **فئة المتفوقين جدا (العباقرة):** وهم الذين تبلغ نسبة ذكائهم 170 فما فوق.

ثانيا. تصنيف كرونشانك يقسمه إلى مستويات ثلاثة كما يلي:[9]

- **الأذكياء المتفوقين:** هم الذين تتراوح نسبة ذكائهم بين 120-135 ويشكلون ما نسبته 5٪ - 10٪
- **الموهوبين:** تتراوح نسبة ذكائهم بين 135-145 إلى 170 ويشكلون ما نسبته 1٪ -3٪.
- **العباقرة (الموهوبين جدا):** تتراوح نسبة ذكائهم 170 فأكثر وهم يشكلون 0,00001 ٪ أي ما نسبته واحد في كل مئة ألف. أي نسبة قليلة جدا.

3.2. أهم المؤتمرات التي اهتمت بالموهبة وانتقائها

أن شئت " الجمع ية الوطن ية للأط فال المو هوبين " National Association for GiftedChildren في الولايات المتحدة الأميركية عام 1952، وصدرت أول دورية متخصصة برعاية الموهوبين في الولا يات المتحدة أيضاً وهي مجلة " الطفل المو هوب الربع ية Gifted Child Quarterly الـ تي ت صدر كل ثلا ثة شهور منذ عام 1956، وأنشئت جمع يات وطن ية م شابهة فيلا بريطان يا عام 1966 و في فرن سا عام 1971. وعقد أول مؤتمر عالمي حول الأطفال الموهوبين والمت فوقين في مدي نة ل ندن خلال الن صف الأول من شهر أيلول عام 1975، وشاركت فيه نخبة من العل ماء والـ باحثين المهت مين بـ هذه الف ئة من الأطفال بالإضافة إلى مندوبين يمثلون خمسين دولة من بينها ثلاث دول عرب ية هي الكو يت والـ عراق وسوريا. واشتملت أعمال المؤتمر على بحوث ومناق شات حول مو ضوعات مت عددة، ك ما شرح م ندوبو بعض الدول تجارب بلادهم في مجال رعاية الأطفال الموهوبين والمتفوقين.

ك ما توالى إن شاء الجمع يات المتخص صة في مخت لف الولا يات الأميرك ية، و كان ل هذه الجمع يات والمؤس سات الوطن ية والدول ية والإقليم ية المهن ية المتخص صة دور فا عل في ر فع در جة ا لوعي المجتمعي العام بحاجات الموهوبين والمتفوقين وفي دعم البحوث وإ صدار ا لدوريات والن شرات وع قد

الدورات التدريبية وبرامج الدراسات العليا لتأهيل وإ عدادهم المعلـ مين والمـ شرفين للعـ مل في برامج تعليم الموهوبين والمتفوقين في أنحاء مختلفة من العالم.[10]

وتجدر الإشارة هنا إلى الإسهامات الايجابية التي تقدمها مؤسـ سات عربـ ية وطنـ ية وإقليمـ ية في مـ جال تربية الموهوبين والمتفوقين وتعليمهم عن طريق إجراء البحوث والدراسات ونـ شر المطبو عات وعـ قد المؤتمرات والندوات العلمية المتخصصة. ومن أبرز هذه المؤسسات نذكر ما يلي:

- مكتب التربية العربي لدول الخليج / الرياض.
- المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين / عمان.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم / تونس.
- مؤسسة عبد الحميد شومان / عمان.

3. الأطفال الموهوبين: أرقام وتعاليق

1.3. نسب الأطفال الموهوبين في العالم

تختلف نسبة الأطفال الموهوبين تبعا لعدد المعايير المستخدمة في تعريف الطفل الموهوب، وتزداد نسبة الأطفال الموهوبين كلما قل عدد المعايير المستخدمة في التعريف، والعكس صحيح، وعلى سبيل المثال فلو أخذنا بالاتجاه الحديث في تعريف الطفل الموهوب وأخذنا بعدا واحدا من أبعاد التعريف إلا وهو القدرة العقلية العالية، والتي تحدد غالبا بنسبة الذكاء التي تزيد عن 145 أو ثلاثة انحرافات معيارية فوق المتوسط للذكاء، لوجدنا أن نسبة الأطفال الموهوبين تصل إلى حوالي 1٪ أما إذا أخذنا نسبة الذكاء التي تزيد عن 130 أو انحرافين معياريين فوق المتوسط فان نسبة الأطفال الموهوبين تصل إلى حوالي 3٪. أما إذا أخذنا بأكثر من معيار في تحديد نسبة الأطفال الموهوبين فان النسبة تقل، وعلى سبيل المثال فلو أخذنا بأكثر من معيار في تحديد نسبة الأطفال الموهوبين فان النسبة تقل وعلى سبيل المثال فلو أخذنا نسبة الأطفال الذين تزيد نسبة ذكائهم عن 130، ويتميزون بقدرة إبداعية عالية وتحصيل أكاديمي مرتفع مثلا، لوجدنا أن النسبة تصل إلى حوالي 1٪. ويقدر مارلند أن 3٪-5٪ من أطفال المدارس في الولايات المتحدة الأمريكية من الموهوبين أي ما يقارب 1,8 -3 مليون طفل، يلتحق منهم حوالي 12٪ في المدارس الخاصة للموهوبين.[11]

2.3. طرق انتقاء واكتشاف المواهب الرىاضىة المتميزة:

توجد طريقتان تعتبران الأكثر استعمالا في عملية انتقاء المواهب الرياضية اليوم، وهما طريقةالانتقاء الطبيعي (NaturalSelection) وقد تبنتها مجموعة من الدول كالاتحاد السوفياتي سابقا وكوبا، أما الطريقة الثانية فهي اكتشاف المواهب Talent Identification، وقد تبنتها معظم دول أوربا الشرقية والصين.

أولا. طريقة الانتقاء الطبيعي:الفكرة من وراء هذه الطريقة هي، أن الأفضل ستفوق ويظهر من ذاتها، أي أن الأمر متروك للفرص التي قد تتاح للرياضي بدون تخطيط مسبق، أو برامج معدة لاكتشاف المواهب. كما يُعتمد في هذه الطريقة على نتائج المسابقات الرىاضىة لعدد كبىر من المشاركىن في مختلف الفعاليات الرياضية.[12]

إن المُلاحظ لهذه الطريقة، لا يتوقع أي نجاح من ورائها أو يتوقع ضياع الكثير من المواهب الرياضية التي لم تجد الفرصة المواتية أو التي لم توجه إلى الرياضة المناسبة، لكن هناك العديد من العوامل الأخرى التي ساعدت على استمرار ونجاح هذه الطريقة نذكر منها:

- المركزىة في الإعداد.
- الرياضة جزء من العقيدة السىاسىة للدولة.
- تفرغ تام للرىاضىين البارزىن.
- استخدام المنشطات وكل الوسائل الأخرى المتاحة.

ثانيا. طريقة اكتشاف المواهب: لم تختلف هذه الطريقة عن الطريقة الأولى كثيرا، إلا أنهم استخدموا العلوم المتوفرة للاستفادة منها في هذا المجال، خاصة علم القياسات الانتروبومترية الذي استخدم في مختلف القياسات الجسمية، كما عمدت هذه الدول إلى سياسة التوجيه المبكر إلى رياضات بعينها نتيجة معرفة الخصائص والصفات الفسيولوجية والذهنية والمهارية والنفسية للرياضيين، ثم إخضاعهم بعد ذلك إلى برامج تدريبية مكثفة.[13]

4. كيف يفعل الإعلام والاتصال الرياضي تشخيص الموهوبين:

1.4. تفعيل دور الإعلاميين الرياضيين في تشخيص الموهوبين:

" أقام (Gear) في سنوات الـ 80 ورشة تعليمية صمم فيها مساقا من خمسة لقاءات و طرح فيها على المشتركين رزمة إعلامية (برنامج إعلامي تحديد الموهوبين) وقد اشتملت هذه الرزمة على

مواد تدريبية ووسائط مساندة وأوراق علمية عن الموهوب.أما المواضيع التي عالجتها هذه ا لدورة فكانت: [14]

1. مصطلحات خاصة بإعلامية الموهوبين.
2. تعريف الموهوب والنابغة من منظور إعلامي.
3. معايير انتقاء الموهوب من خلال وسائل الإعلام.
4. دور اختبارات الذكاء في عملية انتقاء الموهوب.
5. خصائص الموهوب.

وكانت نتيجة هذه الورشة التعليمية أن ازدادت فعالـ ية الإعلام يين في ت شخيص المو هوبين إ لى الضعف مقارنة بمجموعة ضابطة وقد بلغت نسبة نجاحها في التشخيص 85٪.

2.4. استراتيجية إعلامية رياضية مقترحة للإعلاميين

نضع بين أيديكم ومن أنجاز **الباحثين**(أصحاب المداخ لة) ا ستراتيجية للإعلام يين مبن ية ع لى نتائج البحوث ونتائج التفاعل مع الموهوبين وإعلاميهم لاستخدامهم في م جال الت شخيص و هذه الاستراتيجية ذات شقين: نقاط عامة، وملاحظة خصائص التلاميذ في المدرسة.

النقاط العامة هي:

- على الإعلامي أن يتوقع وجود تلاميذ وافراد لامعين في مدرستهم فمن الناحية الإح صائية البحتة فان المدرسة التي تضم ألف تلميذ يوجد فيها 20 طالبا من النابغين جدا، ومع ذلك فقد وجد أحد الباحثين أن الإعلاميين يرفضون الاعتقاد بان مدارسهم تضم بعض الأ شخاص الـ نابغين جدا ويلجؤون إلى البحث في النوادي والحارات والملاعب الجوارية ...الخ، يعني ضرورة تعاون المؤس سة الإعلامية مع المؤسسة التربوية في انتقاء وايجاد الموهوبين.
- يجب أن يكون الإعلامي على قناعة تامة بان من حق هؤلاء النابغين أن يتل قوا زادا إعلام يا عبر كامل وسائل الإعلام حتى يظهر بالشكل الوافي والكامل، وأن تعالج موهبته وتلقى الاهت مام الإعلامي الشامل الملائم لمواهبه وهذه مسألة تتعلق بضمير الإعلامي.
- على الإعلامي الرياضي، مع اعترافنا بـ شدة ان شغاله و ضخامة عب ئه، أن يقت طع جزءا من وقته يكون فيه صورة شاملة عن كل طفل، ويجب أن يرغب في إجراء أحاديث اعلام ية مع الط فل الوهبة، وتقييمه في البلاتو هات والا ستوديهات، والأ هم من ذ لك عل يه أن ي صغي لإجابا ته وان يكون يقظا تجاه نوعية التفكير الكامنة خلف ابداعات هذا الموهبة.

3.4. الاحتياجات الإعلامية الرياضيةللموهوبين ومشكلاتهم

في هذا المحور نستعرض أهم المعوقات التي يعاني منها الموهوب والتي يجب على وسائل الإعلام والاتصال الرياضي ان يحلها، نوجزها فيما يلي:[15]

أولا. الصعوبات الاجتماعية:إلى أن الموهوب الذين يصل مستوى ذكائهم قدر محدد، فأكثر يعانون من صعوبات اجتماعية في التوافق الاجتماعين ويتعين على وسائل الإعلام والاتصال الرياضية إيجاد الحلو الممكنة في هذا الشأن.

ثانيا. سوء التوافق الاجتماعي:إن سوء التوافق الاجتماعي يبدأ في مرحلة ما قبل المدرسة والتدخل الإرشادي من الكبار قد ينقذ الموهوب من الحياة منعزلة قادمة.

ثالثا. الكفاية العقلية للموهوب:أن الموهوبين متقدمون على أقرانهم في الكفاية العقلية وهذا لا يجعلهم أشخاصا يعوزهم الانسجام والتكيف مع مجتمعهم، لكن المشكلة تبدأ حين يرفضهم الآخرون لأنهم لا يفهمونهم.

رابعا. التفاعلات المتصارعة:بالمشكلات التي يواجهها الموهوب نتيجة التفاعلات المتصارعة مع المجتمع ومع البيئة الثقافية.

أن القوة التي تسيطر على الموهوبين تجعلهم في موقف استقلالي، وغير تبعي في علاقاتهم مع الجماعة التي يواجهها الموهوب، أما أن يتعلموا كيف يقابلون التوترات بطريقة توافقية أو يكتسبوا حاجاتهم الإبداعية، لهذا على الإعلاميين أن يولوا اهتمام بالغ في برامجهم المختلفة بالموهوب من هذا الجانب.

خامسا. التوفيق بين الحياة الشخصية وحياتهم الابداعية: أن الأطفال الموهوبين يجدون صعوبة في التوفيق بين الحياة الشخصية وبين وجودهم الإبداعي، ولذلك تجدهم يميلون إلى الانفصام.

ولا يزال المجتمع قاسيا في تعامله مع المبدعين، خصوصا الأطفال منهم، وهذا يجعلهم يعانون من الإحباط، لذلك يجب أن نوفر للمبدعين والموهوبين مصادر للتشجيع والدعم.

- خاتمة:

من خلال ما سبق نستنج أن الأطفال الموهوبين في الطموح المستقبلي مختلفون، فمنهم من يريد أن يتخذ من هوايته مهنة في المستقبل كأن يصبح شاعرا أو كاتبا أو مؤلفا أو حتى رساما، ومنهم من يفصل المهنة المستقبلية عن الموهبة. أما بالنسبة للتوجيه والإرشاد فيقتصر مرة أخرى على الإعلام والاتصال الرياضي، و هذا بالطبع غير كافي، وذلك لأن الموهبة تحتاج إلى أشخاص مختصين مؤهلين إعلاميا وأكاديميا وأصحاب خبرة في مجال الإرشاد الاعلامي

للموهوبين كل حسب موهبته وتخصصه، وذلك من أجل تحقيق تنمية فعلية ملموسة لهذه المواهب، لتصبح قادرة على الإبداع والمنافسة.

كما نلفت الأهمية إلى نقطة رئيسية و هي دور المدرسة، حيث تعتبر البيت الثاني لهؤلاء الأطفال الذي يقضون فيه أوقات طويلة، فإذا شجعت هذه المدرسة الطفل وأمدته بما يحتاج من دعم ورعاية في كافة المجالات العلمية ولأدبية والرياضية والفنية، تكون قد قامت بدورها على أكمل وجه وساعدت الطفل على تحقيق الفائدة الكبرى من هذه المؤسسة العظيمة التي تبني أجيال المستقبل، وبالتالي تكون قد أسهمت في نشوء مجتمع قوي متكامل، لكن يبدو أن المدارس تختلف بنسبة اهتمامها بموضوع المواهب، باختلاف المعلمين والإداريين.

- قائمة المراجع:

[1]حسن احمد الشافعي، **الإعلام في التربية البدينة و الرياضية**، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003، صص37

[2]http://istaps.yoo7.com/t636-topic.vue le 21/02/2019 a 15.30

[3]هالة حميد عياد، **فاعلية برنامج مقترح لتنمية الوعي ببعض القضايا البيو أخلاقية لدى طالبات العلوم بكلية التربية بالجامعة الإسلامية، دراسة تجريبية**، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة: كلية التربية، 2013، ص96.

[4]فيصل حمود:**أنواع وخصائص وأهداف الاعلام الرياضي** https://www.facebook.com/comkau/posts.vue le 12/02/2019K a12.00

[5]حسن البلاوي وآخرون،**الجودة الشاملة في التعليم بين مؤشرات التميز ومعايير الاعتماد**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2006، ص65.

[6]أحمد جبر، وحمزة حجازي، **سيكولوجية الموهوب وتربيته**، الطبعة الأولى، مطبعة الروضة الحديثة، نابلس، 1994، ص25.

[7]زيدان نجيب حواشين، مفيد نجيب حواشين، **تعليم الأطفال الموهوبين**، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1989، ص112

[8]سمير أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة، **الموهبة والتفوق**، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص96.

[9]فتحي عبد الرحمن جروان، **الموهبة والتفوق والإبداع**، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، العين، 1999، ص88.

[10]محمد عبد الحميد، أمال سعد المتولي، **الإعلام المدرسي، الصحافة والإذاعة المدرسية**، طنطا: دار مكتبة الإسراء، 2003، ص88

[11]*Marland*, S. P., Jr **Education of the Gifted and Talented**,. Volume 1: Report to the Congress of the United States by the U. S. Commissioner of Education.1971. P111.

[12]برقوق عبد القادر، **الموهبة في المجال الرياضي**، جامعة قاصدي مرباح (مطبوعة الانتقاء والتوجيه)، الجزائر، 2013، ص3

[13]**نفس المرجع**، ص05.

[14]راشد بن حسين العبد الكريم،**المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام**، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر التربية الإعلامية، الرياض، 2007، ص102.

15-عبد الرحمان بختيا، **الإعلامي الرياضي الواقع والتحديات**، دار الروسم للنشر والتوزيع، القاهرة،2012، ص[15]112