

# التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي ودورها في تشخيص مشاكل الرياضة بالجزائر

## Contribution Modern Technology For Sports Information In Diagnosing Sports Problems In Algeria

زباني محمد<sup>1</sup>، طهير ياسمين<sup>2</sup>، ديخن نور الدين<sup>3</sup>

zianimoh1982@gmail.com

### ملخص

تعد التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في حقيقتها وسيلة وعي ونشر، فهي تلعب دور هام في تكوين المجتمعات كنقل العلم والمعرفة، والرياضة باعتبارها سمة المجتمع الذي يمارس نشاطات جسدية وفكرية تعتمد إلى حد كبير على هذه الوسائل في سرعة نقلها وتحسين مستوى أداؤها من نطاق المجتمع الصغير إلى المجتمع الكبير، والرياضة في الجزائر تعاني عدة مشاكل على مختلف المستويات والتخصصات، من أهمها عدم التأهيل الإداري في المؤسسات الرياضية، وعدم وجود عمل استراتيجي لتطوير هذا القطاع، الأمر الذي أدى إلى تدهور مستوى الرياضة في الجزائر انعكس سلبا على نتائج تمثيل البلاد في المحافل الرياضية منها الوطنية والدولية، لذا حاول الباحث في دراسته هذه تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في تشخيص مشاكل الرياضة بالجزائر.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في تشخيص مشاكل الرياضة بالجزائر، ومن خلال نتائج الدراسة توصل الباحث إلى أن التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي دورا بالغ الأهمية في نجاح المؤسسة الرياضية على المستويين الوطني والدولي، وان مؤسسات الإعلام الرياضي ستؤدي دورها في تشخيص مشاكل الرياضة من خلال إقحامها لتغطية الأنشطة الرياضية الجوارية والمدرسية باعتبارها بداية الحلقة ورأس الخيط الذي سيؤدي إلى النهوض بمستوى الرياضة.

**الكلمات المفتاحية:** التكنولوجيا الحديثة، الإعلام الرياضي، التشخيص، مشاكل الرياضة، الرياضة في الجزائر.

### Abstract

*Modern technology for sports media is in fact a means of awareness and dissemination, They play an important role in the formation of societies such as the transfer of science and knowledge, Sport depends on these means in the speed of transport and improve the performance level from the community to the small community, Sports in Algeria suffers from several problems at various levels and disciplines, The most important of which is the lack of administrative qualification in sports institutions and the lack of strategic work to develop this sector, This led to the deterioration of the level of sport in Algeria and reflected negatively on the results of national and international sports forums, So the researcher in this study tried to highlight the role played by modern technology for sports information in diagnosing sports problems in Algeria.*

*This study aims to know the role of modern technology for sports media in diagnosing sports problems in Algeria, The researcher concluded that the modern technology of sports media plays an important role in the success of the sports institution at the national and international levels, And sports media institutions will play their role in diagnosing the problems of sport by covering sports activities neighborhood and school and will lead to the promotion of sports.*

**Key words:** New technology, sports desk, Diagnosis, Sports problems.

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 03 – ابراهيم سلطان شيبوط

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 03 – ابراهيم سلطان شيبوط

<sup>3</sup> جامعة محمد خيضر - بسكرة

## مقدمة وأهمية البحث

الظروف لما لها من قدرة على تشخيص مشاكل الرياضة في الجزائر، وعلى استقطاب الحلول من الهيئات المعنية.

## إشكالية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة محاولة بحث لواقع مشاكل الرياضة بالجزائر وما نأمله من مساهمة التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في تشخيص هذه المشاكل، وتعتبر نتيجة لقلّة استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي لتحقيق أهدافها، إذ لا يمكنها أن تحقق أهدافها وتقوم نتائجها بعيدا عن هذه وسائل، ومن خلال ما سبق سنحاول تسليط الضوء على دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في تشخيص مشاكل الرياضة بالجزائر، وتوضيح بعض الرؤى المستقبلية حول مساهمة المؤسسات الإعلامية التي ستتماشى مع التطورات الحاصلة في إيجاد الحلول، والتي تعمل على تطوير الرياضة الجزائرية من خلال التطرق إلى النقاط التالية:

- التكنولوجيا الحديثة.
- الإعلام.
- الاعلام الرياضي.
- أهداف التكنولوجيا الحديثة في المجال الرياضي.
- أهمية التكنولوجيا الحديثة في المجال الرياضي.
- اهتمام البحوث والدراسات بدور الإعلام في المجال الرياضي:
- واقع الإعلام الرياضي في الجزائر.
- مشاكل الرياضة العامة والخاصة في الجزائر.
- رؤى مستقبلية لتفعيل دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في تشخيص مشاكل الرياضة بالجزائر.
- اعتماد استراتيجية التكنولوجيا الحديثة الإعلامية في المجال الرياضي بالجزائر.

إن الحديث عن دور التكنولوجيا الحديثة في المجال الرياضي يعتبر من أهم المواضيع التي ينبغي أن نقف عليها، فمن خلالها أمكن تفعيل دور الاتحادات والأندية الرياضية في استقطاب البطولات والمسابقات الرياضية المختلفة الذي ينصب في تنمية الرياضة ويرتبط بنتيجة المسابقات والفعاليات الرياضية التي تظهر عبر الإعلانات التلفزيونية، وتعتبر العلاقة بين التكنولوجيا الحديثة والرياضة بمثابة الجسر الذي تمر من خلاله المؤسسات لترويج الإعلانات والسلع لمشاهدين المباريات والأحداث الرياضية بكافة أشكالها، وترجع الأهمية التي تلعبها التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام الرياضي في تطوير الرياضة في المجتمع إلى ما تتمتع به من صفات ومقومات تؤهلها للقيام بهذه المهمة، فهي متنوعة وتصل كل فرد في الكرة الأرضية بالشكل الذي يريحه، والرياضة باعتبارها سمة المجتمعات الصغيرة تعتمد إلى حد كبير على هذه الوسائل في تطوير مستوى أداؤها وسرعة نقلها إلى نطاق المجتمعات الكبيرة.

وقد ساهمت التطورات الحاصلة لوسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي على دعم عولمة الرياضة، فحلت المنافسات القارية والعالمية محل الوطنية والمحلية، كما حلت المؤسسات الرياضية ذات الصبغة الكاملة والشخصية القانونية المعترف بها مكان الجماعات الهاوية والأندية الهشة وصارت بذلك ذوات ذمم مالية مستقلة، وإن هذه التطورات الحاصلة عملت على فرز مستويات الرياضة على الصعيد الدولي مما أضفى تقييم مستوى الرياضة في أي دولة، واتضح ضعف مستوى المؤسسة الرياضية في الجزائر نتيجة تأثيرها بما يحيط بها من ظروف، وتعد المؤسسات الإعلامية من بين أهم هذه

## التكنولوجيا الحديثة

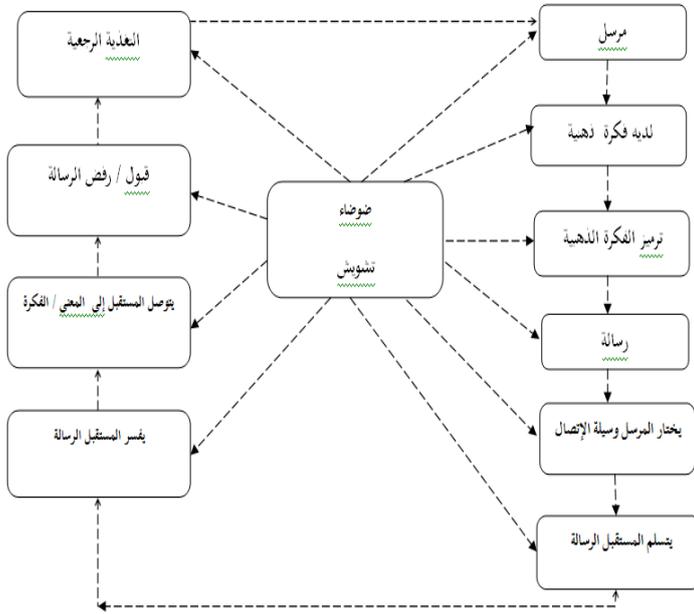
تعريف التكنولوجيا: يرجع أصل التكنولوجيا إلى الكلمة يونانية التي تتكون من مقطعين هما (Techno) تعني التشغيل الصناعي، والثاني (Logos) أي العلم أو المنهج، لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي (غسان قاسم اللامي، 2006، ص:22)، ويمكن تعريفها من جهة التحليل الاقتصادي بأنها "مجموعة المعارف والمهارات والخبرات الجديدة التي يمكن تحويلها إلى طرف إنتاج أو استعمالها في إنتاج سلع وخدمات وتسويقها وتوزيعها، أو استخدامها في توليد هياكل تنظيمية إنتاجية" (نوفيل حديد، 2006، ص:51).

تعريف التكنولوجيا الحديثة: يعرفها محمد عطية خميس بأنها: "العلم الذي يعنى بعملية التطبيق المهني للبحوث والنظريات وتوظيف عناصر بشرية وغير بشرية في مجال معين لمعالجة مشكلاته وتصميم الحلول العلمية المناسبة لها وتطويرها واستخدامها وإدارتها وتقويمها لتحقيق أهداف محددة". وتعريفها كوثر كوجك على أنها: "جهد وفكر إنساني وتطبيق المعلومات والمهارات لحل مشكلات الإنسان، وتوفير احتياجاته وزيادة قدراته.

عملية الاتصال: ليس عملية سهلة وبسيطة بل هي معقدة وصعبة وتتضمن عدد من الخطوات والعناصر التي سنناقشها باختصار والتي يوضحها الشكل رقم (2).

- تبدأ بوجود مرسل يرغب في إبلاغ طرف آخر معلومات معينة من أجل التأثير في سلوكه على نحو ما.
- يقوم المرسل بتطوير فكرة ذهنية (في عقل المرسل) حول موضوع معين يود إبلاغه لشخص.
- بعد إتمام المرسل بلورة الفكرة الذهنية، يقوم بتحويل هذه الفكرة إلى رموز أي لغة يستطيع المستقبل فهمها.

- ينتج عن عملية الترميز "الرسالة" التي يود المرسل إرسالها إلى المستقبل.
- بعد إتمام الترميز يختار المرسل وسيلة لنقل هذه الرسالة إلى المستقبل.
- يقوم المستخدم بتحليل الرموز وتفسير الرسالة ليتوصل إلى معنى، والتالي قبول الرسالة أو رفضها.
- التغذية الرجعية يقوم المستقبل بالرد على الرسالة حيث يقوم ببلورة رده وتحويله إلى رسالة واختيار وسيلة لتوصيلها إلى المرسل (حسين حريم، 2009، ص:42)



المصدر: حسين حريم: مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار حامد عمان، 2009، ص:17.

## الإعلام

## تعريف الإعلام

لغة: كلمة الإعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعلمه الخبر أي أعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر وهو نفس المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الإعلام (زهير إحدادن، 1991، ص:13).

والتفاهم بين المجتمعات والأفراد، كما ارتبطت هذه الرموز والإشارات بالمراحل الأولى للجنس البشري على سطح الأرض والتي تصور لنا صور واقعية عن طريقة الاتصال والتفاهم بين الأفراد خلال المراحل التاريخية الأولى التي ظهر فيها الإنسان، فالتطبع تعلم الإنسان البدائي كيفية استخدام الرموز والإشارات سواء عن طريق الحركة أو الإشارة بالصوت أو ما يعرف باكتسابه السلوك الاتصالي، كما ساعد هذا الاتصال على التطور العقلي للإنسان البدائي.

**عصر الخطابة واللغة:** بدأ هذا العصر عند انتهاء المرحلة السابقة حيث ظهرت اللغة منذ أكثر من 35 ألف سنة وأصبحت أساليب الكلام والخطابة واستخدام الكلمة كمفردة لغوية نوع من التعبير الاتصالي بين الأفراد والجماعات، وجاءت محاولات الإنسان إلى تطوير وسائل الاتصال الخاصة به، وذلك عندما سعى لاستبدال لغة الرموز والإشارات أو ما يعرف بالكتابة المصورة إلى استخدام الكتابة بالكلمات والتي يسعى منذ البداية للتعبير عنها بالصوت (زهير إحدادن، 1991، ص: 31).

**عصر الكتابة:** ترجع جذور هذا العصر إلى مرحلة سابقة عندما بدأ الإنسان في تدوين الرموز والإشارات وبما يعرف مرحلة الكتابة المصورة والرمزية، فقد ظهرت الكتابة قبل ظهور الورق حيث كانت تتم على الجدران أو المعابد أو الكهوف أو المقابر، ولكن سرعان ما تطورت الوسائل التي يستعملها الإنسان في عملية الكتابة أو التدوين حيث ظهرت عند المصريين القدماء نبات البردي الذي يستعمل في التدوين والكتابة (راكبان وآخرون، 1996، ص: 38). ولعب العرب المسلمون دور مهما في تطوير ونشر الأرقام وأصول الحساب، ووضعت اللغة والحروف الهجائية.

وكلمة الإعلام يقابلها في الفرنسية مصطلح Information، الذي يفيد وفق ما ورد في قاموس لاروس فعل الإخبار (أحمد بن مرسل، 2005، ص: 16)

**اصطلاحاً:** يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة: "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة".

يشير إبراهيم إمام إلى الإعلام بأنه هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة (إبراهيم إمام، 1982، ص: 36). بينما يشير فيرناند تيرو Fernand Terrow إلى الإعلام بأنه يتمثل في نشر عناصر المعرفة أو الأحكام بصيغة مناسبة من خلال الكلمة أو الصوت أو الصورة أو بشكل عام من خلال وسائل الاتصال بالجمهور (الحماحي وسعيد، 2006، ص: 25).

ويتفق مع هذا الرأي ريد فيلد Reed Field إذ يرى أن الإعلام يتمثل في عملية التأثير في حاستي البصر والسمع لمعرفة ما يدور في عالمنا من خلال وسائل الاتصال المتاحة بعرض التفاعل والتكيف مع الأحداث التي يتم متابعتها (الحماحي وسعيد، 2006، ص: 26).

### نشأة وتطور الإعلام والاتصال

**عصر الرموز والإشارات:** يحلل كل من صوفي ديفليير "M.Defleir" وساندراروكش "S.Raheuch" أهمية دراسة التطور التاريخي لوسائل الاتصال عبر العصور التاريخية وذلك في إطار ما يعرف بدراسة عمليات التحول التي شهدتها كل من المجتمعات الإنسانية وأيضاً وسائل الاتصال الحديثة عبر العصور التاريخية وكيف ارتبطت كل من وسائل الاتصال والمجتمعات البشرية وتطورات مع بعضها البعض (ديفليير وساندراروكش، 1998، ص: 128).

وتحي مرحلة أو عصر الرموز أولى المراحل التي يمكن الحديث عنها وذلك عن طريق دراسة وسائل الاتصال

عمل على تدعيم أجهزة الإعلام والاتصال التي لا تزال تستخدم إلى يومنا هذا (زهير إحدادن، 1991، ص: 20).

السينما والتلفزيون: يعتبر التلفزيون من وسائل الإعلام المسموعة والمرئية ومشاركة بالطبع السينما، فقد سعى الإنسان للاتصال بالصورة والرموز منذ القدم على الكهوف والمعابد، وتواصلت الاختراعات إلى أن تم اختراع آلة التصوير في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم السينما، وظهر بعد ذلك التلفزيون ليتفوق على السينما كوسيلة اتصال جماهيرية، من قبل "خون بيرد" عام 1924، وفي 1929 ظهرت السينما الناطقة لتستخدم في الدعاية والإعلام ولقد كان للسينما والتلفزيون الدور الكبير في الوصول إلى اختراع الكاميرا، وأجهزة الفيديو (مي العبد الله، 2006، ص: 30).

الأقمار الصناعية: هي أجهزة إرسال واستقبال تسير في مدار الفضاء الخارجي خارج مجال الجاذبية الأرضية ومع دوران الأرض، وهي قادرة على إعادة نقل الإشارات إلى أي نقطة على سطح الأرض، حيث تعود أول فكرة لإمكانية استخدام الأقمار الصناعية إلى 'آرثر كلارك' والذي ذكرها في مقال له سنة 1945 أخبر فيه عن إمكانية وضع أقمار صناعية تدور في مدارات متزامنة مع حركة الأرض (محمد الفاتح وآخرون، 2011، ص: 18).

الحاسوب: هو جهاز إلكتروني يعالج المعلومات بطريقة آلية من خلال استقبالها كبيانات وانتهاء بتخزينها أو إخراجها للمستخدم في أشكال متعددة مثل النص، الصوت، الصور، الفيديو، ويرتبط بالحاسوب مصطلحات أساسية هي: البيانات، المعالجة، المعلومات، التخزين، الإخراج (تعريف جهاز الحاسوب، 2015).

الإنترنت: هو ترجمة للكلمة الإنجليزية 'Internet'، والتي تعبر في الأصل اختصاراً لكلمتين هما Interconnected و Networks التي تعني الشبكة البينية

عصر النهضة: مع تطور الكتابة المطبوعة خلال القرن 14 عشر عندما عرف نوع من الكتابة يسمى "إكسلوجدافين" وتعني يكتب زياجاز وهي كلمة إغريقية، حيث ظهرت الكتابة المطبوعة على الجلود والمعادن والخشب حيث استعمل الصينيون الكتابة المطبوعة عام 868م، ثم انتقلت الطباعة إلى أوروبا خلال القرن 13 عشر عن طريق الكتابة المطبوعة على الألواح الخشبية، وفي عام 1440 تم اختراع المطبعة الآلية بواسطة "جوتبرج" في ألمانيا.

عصر تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة: يؤكد معظم المختصين في الإعلام والاتصال في الوقت الحاضر أننا نعيش مرحلة جديدة من مراحل تطور الإعلام خاصة بعد أن تعددت وسائل هذا الإعلام أو الاتصال واتسمت بالتعقيد التكنولوجي الذي ساهم في تقدم هذه الوسائل وانتشارها في المجتمعات، ومنها: (فرنسيس، 1996، ص: 08)

التلغراف: يعتبر التلغراف أحد الوسائل الاتصالية التي ظهرت في السنوات الأخيرة واختراع التلغراف الجوي "كلود شاب" في فرنسا حيث يستطيع أن يرسل الإرسال الآلي للأصوات الطويلة والقصيرة ويقوم بوسائل الاتصال الأخرى مثل شبكات السكك الحديدية.

التليفون: في عام 1876 أثبت ألكسندر جراهام أن الأسلاك يمكن أن تنقل المحادثات، وعليه تم اختراع سماعة تلفون من طرف "توماس إديسون عام 1877 (caryl R, 1991, p.55).

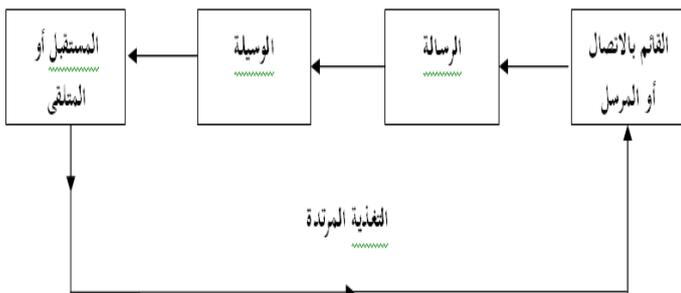
الراديو: في عام 1896 اكتشف "ماركون" التقاط النقط والشروط التي يمكن إرسالها دون استخدام الأسلاك، وأجرى العديد من التجارب على الراديو وأصبح بالإمكان نقل المحادثات البشرية بغير أجهزة، وللراديو وظائف عديدة اهتم بها المتخصصين بالإعلام ومنها الأخبار، الإرشاد، التعليم، التنشئة الاجتماعية، الدولة،

المستقبل للرسالة الإعلامية: والمقصود به الفرد أو جماعة أو جمهور المتلقي للرسالة وبذلك يكون المستقبل للرسالة هو ذلك المستهدف من عملية الاتصال والذي ينعكس فهم وتفسير محتوى الرسالة على أنماط سلوكه إذ أنه يقوم بالتفاعل مع الموقف ومن ثم مع أحداث الرسالة الإعلامية لمحاولة إدراك المضمون والمعنى، إذ ضمن المستقبل أهم عنصر في عملية الاتصال إذ العملية الإعلامية لا تتم بدون جمهور.

الوسيلة الاتصالية: تستخدم في توصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل الذي يطلق عليها بقناة الاتصال، كما تسمى الوسيط أو الوسيلة التي يتم من خلالها مرور رسالة بين الطرفين حيث يوجد ثلاث عناصر أساسية يجب توفرها في الوسيلة لتحقيق الحد الأقصى من الانتشار مرونة الانتقال، الإستراتيجية، المعاصرة (الحماحي وسعيد، 2006، ص:69).

الأثر المراد من الاتصال: إذ أن القائم بعملية الاتصال عندما يعد رسالته في شكل محتوى أو مضمون بواسطة رموز اختارها لتحقيق هدف العملية الاتصالية فإنه يتوقع صدور رد الفعل والاستجابة تدل على تحقيق الهدف أو الأثر المراد إحدائه وذلك من قبل المتلقي للرسالة. وعلى العموم فإن للعملية الاتصالية ثلاث أبعاد للتأثير المعرفي، الوجداني، الإدراكي (راوية هلال احمد شتا، 2006، ص:25).

شكل رقم(01): يوضح مراحل التغذية المرتدة في العملية الاتصالية



المصدر: محمد الجماحي واحمد سعيد، مرجع سابق، ص: 71

وبالتالي فإن مفهوم الإنترنت هي شبكة ضخمة تضم الشبكات الصغيرة الموزعة عبر أنحاء العالم التي تضم بدورها ملايين الحواسيب، حيث تهدف إلى نقل وتبادل المعلومات بينها (جيفر وهيشور، 2001). وقد ارتبطت مجموعة من المصطلحات بالإنترنت بعد أن اكتمل تطورها من أبرزها:

WWW: هي اختصار للعبارة World Wide Web التي تعني الشبكة العنكبوتية العالمية.

HTTP: هي اختصار للعبارة HyperText Transfer Protocol نظام يسمح ببث وإرسال المعلومات على صفحات الإنترنت (عمار خيريك، 2000، ص:71). أما الشركة المسؤولة عن توفير الإنترنت عبر العالم هي (ICANN) واسمها اختصاراً Internet Corporation Assigned Names and Numbers، حيث تعمل على توفير أسماء النطاقات للمواقع الإلكترونية مثل com، net، org، gov، info وتوفر أيضاً عناوين ال IP للحواسيب المرتبطة بالشبكة وفق أنظمة تقنية معينة (قسايسية، 2016).

مكونات الإعلام: (جون ووالف، 1998، ص:85)

القائم بعملية الاتصال: يشار له بالمصدر أو

المرسل وقد يكون لشخص إعلامي أو فريق عمل أو إحدى المؤسسات أو النظم الإعلامية أو آلة، حيث يقوم المرسل بتضمين أفكاره في شكل رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده حيث شكلت هذه الرموز الرسالة التي توجه للجمهور حيث لا بد على المرسل أن يتميز بالمصداقية.

الرسالة الإعلامية: تعد من العناصر الرئيسية

في عملية الإعلام لأن مضمونها يعبر عن المعلومات والمفاهيم والاتجاهات التي تؤثر في المستقبل أو المتلقي، فهي تعد بمثابة المضمون المعبر عن هدفها.

## الإعلام الرياضي

إذا كان الإعلام هو عملية تعبير موضوعية تقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والمسرح، فإن الإعلام الرياضي يعني عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي (حسن أحمد الشافعي، 2003، ص:37).

مفهوم الإعلام الرياضي: يشير كل من خير الدين عويس وعطا الله عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي: "هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي"، "أن الإعلام في المجال الرياضي بعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال، وبغرض تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية" (الحماحي وسعيد، 2006، ص:98). وذلك من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات الرياضية المختلفة وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية (عصام يدوي، 2001، ص:203).

## الفرق بين الإعلام وبعض المصطلحات المشابهة الاتصال

لغة: الاتصال مُشتق من كلمة Communis اللاتينية وتعني بالإنجليزية common أي مُشترك أو اشتراك، أي محاولة تأسيس نوع من الاشتراك، يتضمن شخصين أو أكثر، في المعلومات والأفكار والاتجاهات. كما يُشير إلى المعلومات التي تنتقل بواسطتها تلك الأفكار بين الناس، داخل نسق اجتماعي مُعين مهما اختلف حجمه، ومن الناحية التاريخية، فإن المتبوع لكلمة "اتصال" في اللغات الأجنبية يجد أن عبارة Communique (أي يتصل) وعبارة Communication (أي اتصال) قد ظهرت - في اللغة الفرنسية - في حوالي النصف الثاني من القرن التاسع عشر. أما في لغتنا العربية، فكلمة اتصال مشتقة من الجذر "وصل" والذي يحمل معنيين الأول هو الربط بين كائنين أي شخصين، أي إيجاد علاقة من نوع معين تربط الطرفين أمّا المعنى الثاني فهو يعني البلوغ والانتهاء إلى غاية مُعينة.

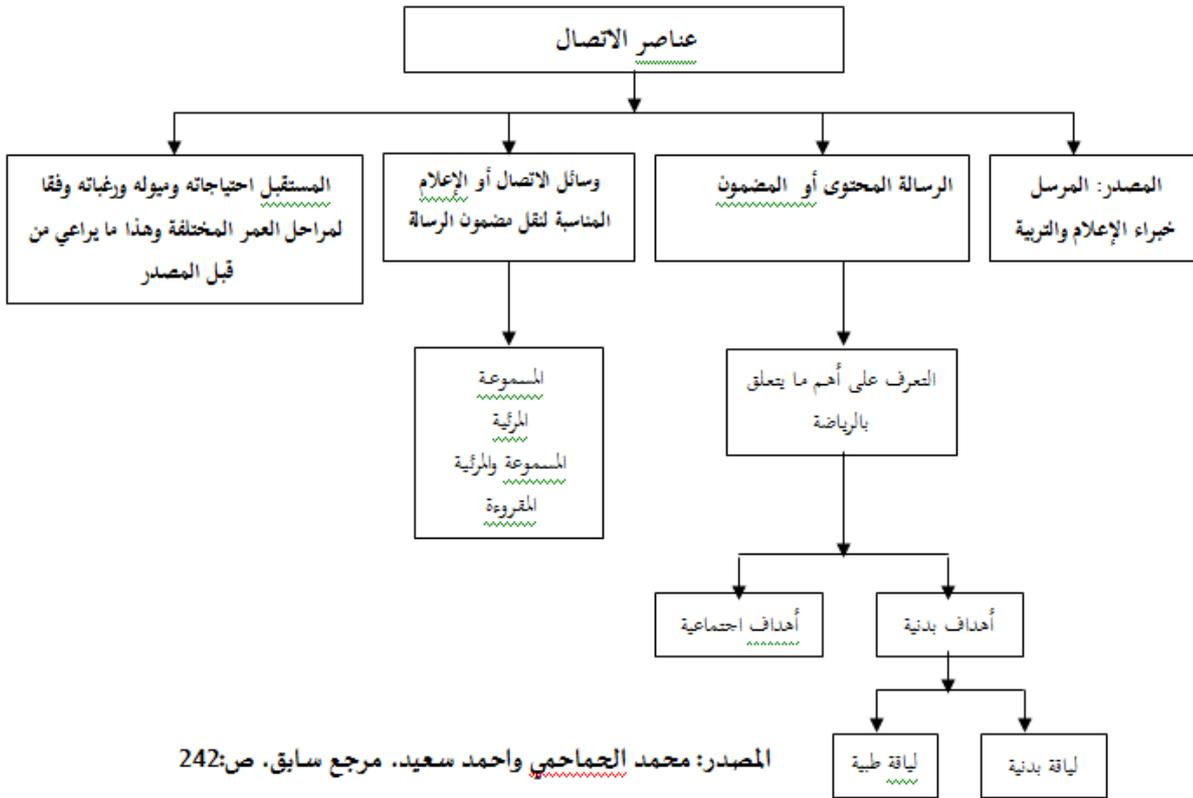
اصطلاحاً: يعبر الاتصال عن عملية نقل الأفكار والأداء من شخص إلى آخر أو داخل نفس الشخص بغرض خلقا لفهم لدى الشخص الموجه إليه الاتصال، ويركز هذا التعريف على تأكيد الفهم كعامل ضروري في عملية الاتصال (حسن أحمد الشافعي، 2003، ص:35).

## الدعاية

بمدلولها اللغوي العصري فيها مزج للحق بالباطل، وهي تعتمد التلفيق ولا تتردد في استعمال الطعن والتزوير.

أما اصطلاحاً فهي محاولة التأثير في الأفراد والجماهير، والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين وزمان معين ولههدف معين (ميلود سفاري، وآخرون، 2003، ص:30).

شكل رقم (02): بوضوح تطبيق عناصر الاتصال في المجال الرياضي



المصدر: محمد الجماحي واحمد سعيد، مرجع سابق، ص: 242

## أهداف التكنولوجيا الحديثة في المجال

### الرياضي

لكي تتحقق أهداف الإعلام في مجال الرياضة والتأثير المعرفي والوجداني والسلوكي في المتلقين لرسائله فإنه يجب توافر ما يلي:

- القيادات المؤهلة في مجال التربية والرياضية للعمل بوسائل الاتصال الجماهيرية وذلك في مرحلة إعداد الرسائل الإعلامية حتى يمكن توافر التخصص والإلمام التام بموضوعات هذا النوع من الإعلام.

- الاهتمام بالبرامج وال فقرات الإعلامية التي يمكنها تغطية كافة مجالات التربية البدنية والرياضية بشقيها التنافسي وغير التنافسي ومراعاة توافر المعايير العلمية في مضمونها وكذلك تنوع مادتها الإعلامية.

- الإعداد الجيد لمحتوى أو مضمون البرامج والفقرات الإعلامية المقدمة في هذا المجال مع التأكد على مراعاة

مبدأ الكم والكيف في إعداد الرسالة أو المادة العلمية المقصودة لتحقيق الهدف من الاتصال الجماهيري.

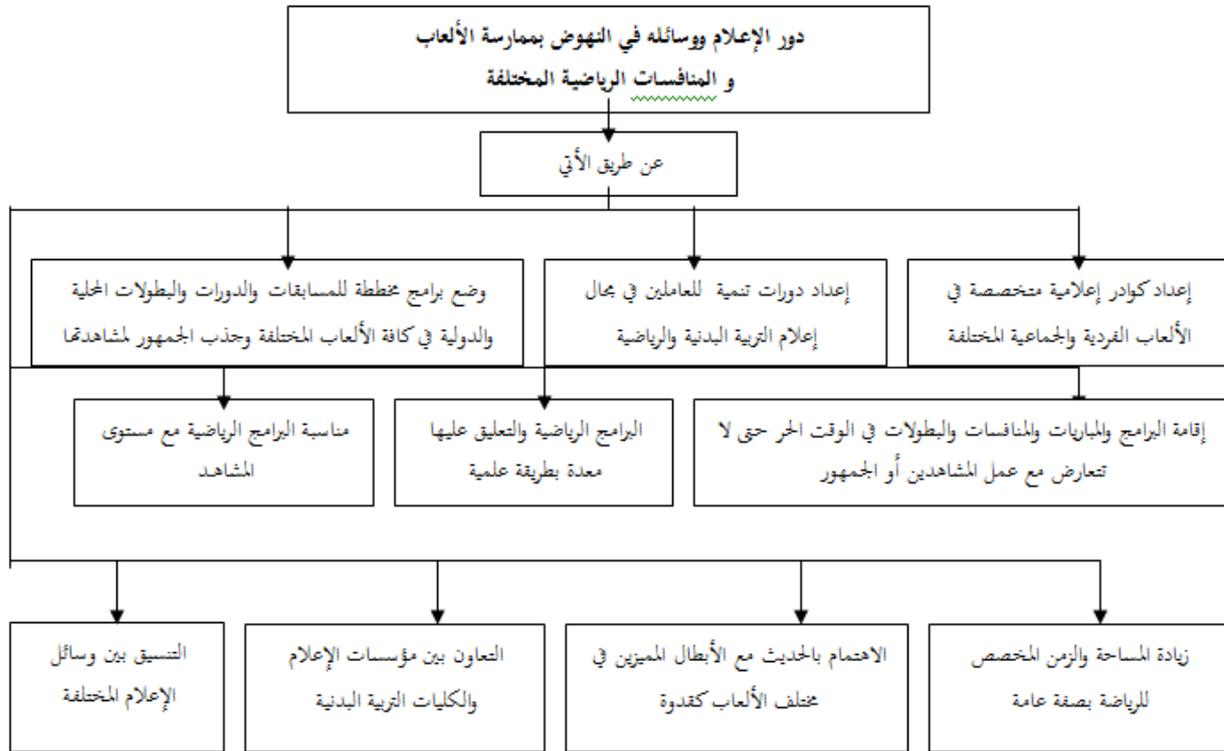
- مراعاة اختيار التوقيت المناسب لتقديم تلك البرامج أو الفقرات الإعلامية بما يتفق مع سن المتلقين لمادتها الإعلامية وبما يتماشى مع ظروف عملهم أو دراستهم أو أوقات فراغهم.

ويشير كل من "كمال درويش" و"محمد الجماحي" إلى أن دور الإعلام في حملات الرياضة يتمثل في:

- العمل على تصحيح المفاهيم والمدرجات الخاطئة المرتبطة بالتربية البدنية والرياضية أو بالنشاط البدني أو الحركي وذلك بوجه عام، كما يهتم هذا الاتجاه بتعديل مسار الاتجاهات نحو التربية البدنية والرياضية أو النشاط البدني وذلك من خلال تعديل السالب منها والمعبر عن الموافقة على ممارسة هذه الأوجه من النشاط (درويش والجماحي، 1998، ص: 117).

- تزويد الفئات المستهدفة من الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية بأكبر قدر ممكن من المعرفة والاتجاهات للمهارات التي تكون موضوع وهدف الحملة الإعلامية للترويج (الحماحي وسعيد، 2006، ص:111).

شكل رقم(03): يوضح دور الإعلام ووسائله في النهوض بممارسة الألعاب والمنافسات الرياضية المختلفة



المصدر: محمد الحماحي وأحمد سعيد، مرجع سابق، ص:252

- أهمية التكنولوجيا الحديثة في المجال الرياضي**
- تكوين بنية معرفية لدى المتابعين لرسائله أو فقراته الإذاعية أو التلفزيونية أو القارئ لموضوعاته الصحفية، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم وأهداف ووسائل الرياضة بوجه عام.
  - تنمية مكونات الثقافة المرتبطة لدى جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية بغرض محو الأمية المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض الأفراد أو الفئات المختلفة في المجتمع.
  - تكوين الاتجاهات الايجابية نحو الرياضة التنافسية والرياضية للجميع لزيادة الطلب على المشاركة في أوجه نشاطها.
  - مساعدة المتابعين للبرامج والفقرات الإعلامية على التعريف على كل ما هو جديد أو مستحدث في المجال الرياضي فيما يرتبط بالحديث عن بعض الرياضات الحديثة.
  - تكوين رأي عام مبني على حقائق ومعلومات ومنافسات علمية جادة للمشكلات والقضايا المعاصرة للرياضة حتى يكون هذا الرأي سندا في معالجة تلك المشكلات أو القضايا.
- اهتمام البحوث والدراسات بدور الإعلام في المجال الرياضي**
- لقد اهتمت العديد من المؤتمرات العلمية والدراسات التي تم تنظيمها في جمهورية مصر العربية في

ترسيخ الروح الرياضية عملاً بما جاء بالميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضية.

### واقع الإعلام الرياضي في الجزائر

بات من المعروف أن صحافة الرياضة في جميع بلدان العالم هي ميزان عادل لتقييم المستوى الفني للمؤسسة الرياضية وتعمل على إعطاء كل مؤسسة حقها في الوضع العام والترتيب الذي تسجلها لنفسها، وبالتالي من حق أي مؤسسة تحقق التفوق في تصدر قائمة فئتها أن تعامل على أساسها تقديراً لجهودها واحتراماً للمسابقة الرسمية التي تشارك فيها غير أن ما يلاحظ هو العكس تماماً، فتلك القناة تنقل لفريقها المفضل وتشيد به كلما أتيج لها ذلك وتنقل بأربع كاميرات أو حتى ستة أحياناً لو كان فريقها المفضل طرفاً في المباراة، وتلك الصحيفة تشيد بناديبها المفضل حتى لو كان يقبع في ذيل الترتيب، ويأتي هذا التجاهل والجحود من الإعلام الرياضي الذي أصبح يعاني من أزمة التعاطي مع ضوء الشمس (قطشة عبد القادر، 2006، ص:79).

### مشاكل الرياضة العامة والخاصة في

#### الجزائر:

المشاكل العامة: (سفيان طلال، 2008).

يعاني القطاع الرياضي في الجزائر من عدة مشاكل، تتراوح بين نقص التمويل وصعوبة تسويق المنتج الرياضي، بالإضافة إلى نقص الكفاءة في الأجهزة الإدارية، وعموماً لا تخرج مشاكل المؤسسات الرياضية والقطاع الرياضي عن ثلاث مستويات وهي المشاكل التمويلية، الإدارية والتسويقية، وهي التي نوجزها فيما يلي:

**مشاكل التمويل:** أصبحت قضية تمويل المؤسسات الرياضية تمثل أصعب المشاكل التي تواجهها هذه الأخيرة، فلقد تغيرت الكثير من معالم فلسفة التمويل والتي فرضت الظروف الاقتصادية الراهنة في العالم على معظم الأندية الرياضية الكبيرة دخول مغامرة سوق الأسهم، الأمر الذي

هذا المجال بدور الإعلام وفيما يلي توضيح لأهم هذه الاهتمامات:

- مؤتمر "الرياضة والمبادئ الأولمبية، التراكمات والتحديات" الذي نظمته كلية التربية البدنية والرياضية للبنين بجامعة حلوان من 28-30 ديسمبر 1994م الذي شارك فيه العديد من الباحثين والمسؤولين من الهيئات المصرية والعربية وجامعات الدول العربية وكان من وصايا هذا المؤتمر مايلي:

- وضع خريطة إعلامية لتنمية الثقافة للجميع ومحو أمية المواطنين في مجال الرياضة.

- اقتناعا بدور الإعلام وتأثيره الفعال في توجيه الرأي العام فإن المؤتمر يدعو المسؤولين في كافة وسائل الإعلام لتنمية الفكر الأولمبي السامي الذي يدعو إلى القيم الإنسانية الحضارية من خلال التنمية المتوازنة للإنسان في كافة جوانب نموه البدنية والعقلية والثقافية في إطار الصداقة والسلام بين الشعوب (الحماحي وسعيد، 2006، ص:95).

- تعاون وسائل الإعلام مع اللجنة الأولمبية في إخراج النشرات والتراجم والمؤلفات للتعريف بأهداف ومبادئ الحركة الأولمبية وذلك دون المغالاة في الإثارة لطبيعة المنافسات الرياضية التي قد تفقد الطريق إلى أهدافها.

- المؤتمر الدولي "الرياضة وتحديات القرن 21" الذي نظمته كلية التربية البدنية والرياضية للبنين بجامعة حلوان في الفترة الممتدة من 26-28 مارس 1997 شارك فيه العديد من الدول العربية إضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا والفلبين وأوكرانيا وبلجيكا والهند ومصر الدولة المنظمة وقد أوصى المشاركون على أهم مايلي:

- ضرورة أن يهتم الإعلام الرياضي بنشر القيم التربوية وتنمية الوعي الرياضي وألا يقصر اهتمامه على الخبر الرياضي.

- حتمية اهتمام الإعلام بممارسة المواطنين للرياضة من أجل الصحة واللياقة وكذا تأكيد وسائله الجماهيرية على

ولعقود طويلة مثلت مراحل تبعية خلفت الكثير من المشاكل المتعلقة بالعمل الإداري في الأندية من ناحية إدارة ممزوجة التخصصات يديرها أبناء وأقارب الزعماء والأمراء والمشايخ وقادة المؤسسات العسكرية والأمنية إلى جانب أعضاء الأحزاب السياسية الحاكمة التي تؤثر معطيات توليها أمور المؤسسات الرياضية، وذلك وفق منهج تسلك فيه نفس طريق الثقافة السلطوية المتفشية في المنطقة التي وقفت فيه هذه الإدارات الفخرية عائناً أمام توظيف المؤسسات الرياضية لدورها الاحترافي.

#### مشاكل تسويقية: إن الحضور الجماهيري

للمباريات الرياضية من خلال الملاعب أو التلفاز أو حتى من خلال وسائل الإعلام من صحف وإذاعة وغيرها من وسائل الإعلام دفع بالكثير من رجال الأعمال والشركات التجارية الكبرى للاستفادة من الرياضة. والحقيقة قفزت الرياضة قفزات واسعة خلال العقود الأخيرة في مجال الدعاية والتسويق فتنوعت الأساليب وتطورت الوسائل الإعلامية مما كان له الأثر الكبير في المسيرة الرياضية، ووجدت الشركات التجارية أن أفضل وسيلة إعلانية هي من خلال الإعلام الرياضي، حيث وجدت أن ارتباط المنتجات التجارية بالرياضيين المشهورين والأندية المشهورة له تأثير أكبر بكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية.

فالإعلام الرياضي الصحيح الذي يعطي مساحة للشركات الداعمة أو المسوقة يعطي مصداقية أكبر لتلك الشركات، وكذلك ترسخ في عقول الجماهير لمدة أطول، وإن الوسائل الإعلامية المحلية المختلفة لا تزال بعيدة عن تشجيع الشركات الراعية، فهي تتحفظ في كثير من الأحيان عن ذكر الشركات الراعية أو الشركات المسوقة، مما أبعد الكثير من الشركات عن السوق الرياضي وأوقفها عن الدعم للاتحادات والأندية واللاعبين (سامر كمال، 2008).

أثر مباشرة على تحول الرياضة إلى صناعة ثقيلة متعددة الجوانب، وذلك ضمن إسهامات الإدارة في نطاق المؤسسات الرياضية، والتي تمثل في دول الشمال الغني المعتمد على إبراز صورة نمطية لملاك الأندية الرياضية كعصاميين ينتمون لطبقات أرستقراطية تدير الكثير من المشاريع الصناعية الناجحة، على عكس ما تظهر بها رياضة الخط الأرضي الجنوبي الفقير، الواقع تحت أسر التمويل المحدود وقبضة التوريث الرسمي وأشياء أخرى. تعتمد أغلب المؤسسات الجزائرية على مصادر تمويل الأندية من ريع أنشطتها ومشاريع الاستثمار الخاصة بها، أو العمل على خروج الأندية من قوقعة الاعتماد على التمويل الحكومي المصاحب ببعض الهبات الممنوحة وهشاشة بنيتها التحتية الفقيرة. والملاحظ للمؤسسات الرياضية الجزائرية سيجد أن أغلبها تعاني من هذه المشكلة في ظل اقتناع الكثير من المسؤولين بكون الرياضة حمل على الميزانية والإنفاق العام في الدولة، وكذا عدم نجاعة هذه المؤسسات في تسويق نشاطها مما يجعل الخواص في منأى من التفكير في تمويلها.

#### مشاكل إدارية: تلعب الإدارة في المؤسسات

الرياضية «أندية واتحادات» دوراً رئيسياً في نجاح الكيانات الرياضية وفق إطار تحديتي يعتمد على توفير عناصر المدخولات المادية وتوظيف المشاريع البنوية في تسيير كياناتها نحو آفاق تنموية مزدهرة، حيث تطرق كتاب «كرة الشعب - كرة ومال ومجتمع» لمؤلفه الكاتب الصحفي الإنجليزي ستيفن مورو، إلى مظاهر الغنى والفقير في الأندية الأوروبية على اعتبار أنها الأبرز والأشهر في العالم كله، كما تحدث الكاتب بشكل كبير عن عمل الإدارة في الأندية الأوروبية وكيف حققت نجاحاً كبيراً في بعضها، كما هو الحال في هولندا وألمانيا، وكيف فشلت فشلاً ذريعاً وبالذات في إيطاليا. ونشأت الأندية العربية والجزائرية خاصة على انتهاج سياسة التعيين والتنصيب في أروقتها الإدارية

## المشاكل الخاصة

- إن لتفعيل دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي من أجل المساهمة في إيجاد حلول مشاكل القطاع الرياضي في الجزائر ينبغي ما يلي:
- فض النزاعات بين المؤسسات الرياضية والإعلامية من خلال المحاكم المتخصصة مثلما لجأت إلى ذلك الكثير من الدول.
- السماح للمؤسسات الرياضية بالخوض في النشاطات الاقتصادية سعياً لتحقيق تمويل ذاتي، ودعمها مادياً وماليا وإدارياً.
- فتح المجال أمام خريجي الجامعات من أجل قيادة المؤسسات الرياضية بطرق علمية والتي من شأنها الرفع من كفاءة وفعالية هذه المؤسسات، بالإضافة إلى جلب الخبرات الأجنبية في كل مجال.
- تحسيس المؤسسات الإعلامية ورجال الإعلام بصفة عامة بأخلاقيات المهنة كعدم التعصب وتحلي الموضوعية في نقل وتحليل المعلومة الرياضية.
- محاولة تقريب مؤسسات الإعلام من الرياضة المجتمعية بشكل عادل، وتغطية أندية ومؤسسات الجنوب والكشف عن مشاكلها وهمومها.
- التنوع في مسائل الإعلام وتمكينها من رصد أخبار الرياضة على كل مستوياتها.
- إظهار المؤسسات الإعلامية لجميع أنشطة المؤسسات الرياضية بمختلف الأعمار والتخصصات.
- العمل على إقحام المؤسسات الإعلامية من أجل تغطية الأنشطة الرياضية والجوارية والمدرسية باعتبارها بداية الحلقة ورأس الخيط المؤدي إلى النهوض بدور الرياضة في المجتمع والتعريف بأهميتها.
- إن لتفعيل دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي من أجل المساهمة في إيجاد حلول مشاكل القطاع الرياضي في الجزائر ينبغي ما يلي:
- فض النزاعات بين المؤسسات الرياضية والإعلامية من خلال المحاكم المتخصصة مثلما لجأت إلى ذلك الكثير من الدول.
- السماح للمؤسسات الرياضية بالخوض في النشاطات الاقتصادية سعياً لتحقيق تمويل ذاتي، ودعمها مادياً وماليا وإدارياً.
- فتح المجال أمام خريجي الجامعات من أجل قيادة المؤسسات الرياضية بطرق علمية والتي من شأنها الرفع من كفاءة وفعالية هذه المؤسسات، بالإضافة إلى جلب الخبرات الأجنبية في كل مجال.
- تحسيس المؤسسات الإعلامية ورجال الإعلام بصفة عامة بأخلاقيات المهنة كعدم التعصب وتحلي الموضوعية في نقل وتحليل المعلومة الرياضية.
- محاولة تقريب مؤسسات الإعلام من الرياضة المجتمعية بشكل عادل، وتغطية أندية ومؤسسات الجنوب والكشف عن مشاكلها وهمومها.
- التنوع في مسائل الإعلام وتمكينها من رصد أخبار الرياضة على كل مستوياتها.
- إظهار المؤسسات الإعلامية لجميع أنشطة المؤسسات الرياضية بمختلف الأعمار والتخصصات.
- العمل على إقحام المؤسسات الإعلامية من أجل تغطية الأنشطة الرياضية والجوارية والمدرسية باعتبارها بداية الحلقة ورأس الخيط المؤدي إلى النهوض بدور الرياضة في المجتمع والتعريف بأهميتها.

## رؤى مستقبلية لتفعيل دور التكنولوجيا

## الإعلامية في المجال الرياضي بالجزائر

## الحديثة للإعلام الرياضي في تشخيص مشاكل

## الرياضة بالجزائر

او خارجه من خلال برامج إعلامية متخصصة، كما ان مؤسسات الإعلام الرياضي ستؤدي دورها في تشخيص مشاكل الرياضة في الجزائر من خلال إقحامها لتغطية الأنشطة الرياضية الجوارية والمدرسية باعتبارها بداية الحلقة ورأس الخيط الذي سيؤدي إلى النهوض بالرياضة في الجزائر مع مراعاة تدعيمها بأهم نتائج الدراسات والبحوث العلمية في هذا المجال.

## المراجع

- أحمد بن مرسلني: *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2005.
- إبراهيم إمام: *الإعلام والاتصال الجماهيري*، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1982.
- اوية هلال احمد شتا: *حاجات المراهقين الثقافية والإعلامية*، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2006.
- جون ميرل، ورفل لوينشتاين: *الإعلام وسيلة رسالة*، ترجمة سعد الحارثي، دار المريخ، الرياض، 1998.
- محمد الحماحمي، وأحمد سعيد: *الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ*، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006.
- محمد الفاتح حمدي وآخرون: *تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة*، ط 1، الجزائر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011.
- مي العبد الله: *التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير*، دار النهضة العربية، بيروت، 2006.
- ميلود سفاري، وآخرون: *الإشاعة والرأي العام*، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، الجزائر، 2003.
- ملفين ديفلير، وساندر روكيش: *نظريات وسائل الإعلام*، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط 2، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- زهير إحدادن: *مدخل لعلوم الإعلام والاتصال*، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1991.
- تعريف جهاز الحاسوب: *البرنامج الوطني لدروس مقياس بنية الآلة لمستوى تقني سامي تخصص الإعلام الألي (السداسي الأول)*، وزارة التكوين والتعليم المهنيين الجزائرية، 2015.
- عمار خيربك: *البحث عن المعلومات في الإنترنت*، ط 1، دمشق، دار الرضا للنشر، 2000.
- عصام يدوي: *موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضية*، ط 1، القاهرة، 2001.
- حسن أحمد الشافعي: *لإعلام والتربية البدنية والرياضية*، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.
- حسين حريم: *مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال*، دار حامد عمان، 2009.
- كمال درويش، ومحمد الحماحمي: *رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ*، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
- راكان عبد الكريم، وآخرون: *وسائل الاتصال*، ط 3، مكتبة دار جدة للنشر، العربية السعودية، 1996.
- غسان قاسم اللامي: *إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات علمية)*، ط 1، دار المناهج، عمان، 2006.
- نوفيل حديد: *تكنولوجيا الإنترنت وتأهيل المؤسسة للإندماج في الاقتصاد العالمي*، أطروحة دكتوراه دولة، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التنسيير، جامعة الجزائر، 2006/2007.
- فرنسيس بال: *مدخل إلى وسائل الإعلام*، ترجمة عادل بوراوي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1996.

- التطور الدائم للإعلام الرياضي لتحقيق أقصى درجة ممكنة من الانتشار بما يحقق السيادة الإعلامية في الداخل والقدرة على المنافسة الخارجية بين وسائل الإعلام الدولية والقارية.

- الارتقاء بشكل ومضمون الرسالة الإعلامية في المجال الرياضي لضمان فاعليتها في التأثير على الجمهور المتلقي لها.

- تحقيق أفضل أداء للإعلام الرياضي بغرض خدمة أهداف التنمية الشاملة للمجتمع.

- المعالجة الموضوعية للقضايا الرياضية المطروحة على الساحة الجزائرية.

- دعم النظام العام لسير الحركة الرياضية.

- تحقيق أقصى استجابة ممكنة للحقوق الإعلامية في المجال الإعلامي (الحماحمي وسعيد، 2006، ص: 113).

## الخاتمة

إن التكنولوجيا الحديثة للإعلام الرياضي في الجزائر عبر وسائل الاتصال الجماهيرية دورا بالغ الأهمية في نجاح المؤسسة الرياضية على المستويين الوطني والدولي، إذ يمكن أن يساهم في تحقيق الأهداف الإعلامية الرياضية مثل تكوين بنية معرفية لدى المتابعين لرسائله أو فقراته الإذاعية أو التلفزيونية، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم وأهداف ووسائل الرياضية بوجه عام، وعلى غرار فشل تلك المؤسسات يبقى المنتج الرياضي غير مكتمل الصورة فيمكن للإعلام الرياضي من تحسين صورته بالكامل لدى الجمهور.

لذا يجب الاهتمام بإشباع حاجات الجمهور وميوله واهتماماته للإسهام في تطوير مستوى أداء اللاعبين والمسؤولين في المجال الرياضي، والأخصائيين العاملين في مجال اللياقة البدنية، والإسهام في تطوير مستوى أداء منظمي البطولات والمنافسات الرياضية سواء داخل الوطن

قطشة عبد القادر: اسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006. كوب جيفر، وهيشور حسين: المشروع التكويني التربوي المدعم بالحاسوب (CATT)، الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، (2001).

<http://www.uwex.edu/disted> (USAID)

علي قسايسية: شبكة الإنترنت، محاضرة في مقياس مقاربات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة لطلبة الدكتوراه، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، السداسي الأول، جامعة الجزائر3، بتاريخ، 2016.

<http://www.najah.edu/arabic/conferences/it/5.htm>

سفيان طلال: الأندية الرياضية تمويل وتوريث، في <http://www.alnedaa.net> بتاريخ 2008/03/10. بتصرف.

سامر كمال: دور الإعلام في التسويق الرياضي، في <http://ar.shvoong.com> تاريخ الاطلاع: 2008/03/10.

caryol R, les medias ,presse écrite, radio, télévision ,PUF ,paris,1991.