

استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإعلام الرياضي

– جريدة وقناة المحترف الرقمية أنموذجا

مریم بن زادري*

جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدري

meriem.benzadri@univ-constantine3.dz

تاريخ القبول: 2024/07/07

تاريخ الارسال: 2024/06/03

ملخص:

لقد أخذت المؤسسات الإعلامية على غرار باقي المؤسسات منحى جديد في تسيير شؤونها من خلال الاعتماد على تمخض عن الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال، وهذا التغيير غير اعتباطي أو بمحض الصدفة، بل هو قرار استراتيجي يرمي للمحافظة على مكانة واستقرار المؤسسة من جهة، وتطويرها لتتقوى على المنافسة والتميز من جهة أخرى، ولقد طال مجال استخدام التكنولوجيات الاتصالية الإعلام الرياضي بكل أنواعه.

من هنا جاءت فكرة هذه الورقة البحثية التي تسعى للكشف عن أهم تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في الإعلام الرياضي وذلك من خلال القيام بدراسة ميدانية حول جريدة وقناة المحترف الرقمية أنموذجا

توصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرياضي الإلكتروني يعتمد على الشبكات الاجتماعية كونها توفر له قاعدة جماهيرية كبيرة ومتنوعة الفئات والشرائح المجتمعية، وان تكنولوجيا الاتصال باتت موردا مهما من موارد أي مؤسسة إعلامية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الإعلام والاتصال – الإعلام الرياضي – الجرائد الرقمية

*المؤلف المرسل: مریم بن زادري، الايميل: meriem.benzadri@univ-constantine3.dz

مقدمة:

لقد أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تمثل محور اهتمام الباحثين والدارسين في شتى المجالات الحياتية والعلمية، ذلك كون هذه الأخيرة تغلغلت في كل سلوكياتنا المقصودة والهادفة وغير المقصودة والتلقائية، ويمثل استخدام هذه التكنولوجيات معيارا لكثير من الأمور، منها المواكبة، المعرفة، الذكاء، التميز، الاستمرارية... الخ.

كما سلف الذكر، ومن خلال الاطلاع على بعض ما نتج عن الدراسات والبحوث في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فقد تبين أن هذه الأخيرة طالت المجال الرياضي، وهو ما يعجز الفرد عن إدراكه لأول وهلة، غير أنه بعد البحث والتمحيص، نجد أن الرياضة عموما والمؤسسات الرياضية على وجه الخصوص مثلها مثل باقي الجوانب الحياتية قد نالت حصتها في استخدام ما تمخض عن الثورة التكنولوجية، وحاولت الاستفادة منها في تحسين العديد من جوانبها، ونشر الثقافة الرياضية وإرسال واستقبال الأخبار الرياضية عبر المدن والقارات.

من خلال ما تقدم، تأتي هذه الورقة البحثية التي تسعى لتحقيق الأهداف الأساسية الأتي ذكرها:

1. التعرف على الهدف من الاعتماد على أحدث التكنولوجيات الاتصالية في المؤسسة الرياضية الالكترونية.

2. التعرف على أكثر أنواع الوسائل التكنولوجية شيوعا واستخداما في الجرائد والقنوات الرياضية الالكترونية.

3. معرفة ما إذا كان المورد البشري في المجال الرياضي مؤهل للاستخدام الأمثل لمختلف التكنولوجيات. وقد تمت بلورة جملة هذه الأهداف في التساؤل المحوري الذي مفاده:

ما هي أهم تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في الإعلام الرياضي؟ (جريدة وقناة المحترف الرقمية

أموذجا)

للإجابة على التساؤل المحوري لهذا البحث فقد اعتمدت الدراسة على الإجراءات المنهجية المتمثلة في المنهج الوصفي كمنهج أساسي من أجل فهم وتحليل وتفسير الظاهرة محل الدراسة، أما مجتمع الدراسة فقد تمثل في الجرائد والقنوات الرياضية الخاصة الالكترونية المتوفرة عبر شبكة الانترنت، وتم الاعتماد على العينة القصدية المتمثلة في جريدة وقناة المحترف الرقمية على اعتبار أنها مجمع خاص ينشط في المجال الالكتروني من

خلال جريدة وقناة المحترف الالكترونية التي تنشط على اليوتوب وعلى أهم الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك، الانستغرام، التويت... الخ. أما بخصوص أدوات جمع البيانات؛ فقد اعتمدت الدراسة على المعاجم والمراجع المتخصصة والمقالات والدراسات العلمية من اجل جمع المادة العلمية الخاصة بالشق النظري من البحث، وأداة المقابلة الالكترونية لجمع البيانات الميدانية من خلال مقابلة الكترونية تمت مع مدير مجمع المحترف محل الدراسة.

تمت تغطية هذه الدراسة من خلال التطرق إلى مفاهيمها الأساسية نظريا ومن ثم عرض بيانات ونتائج الدراسة الميدانية.

أولا: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال عبارة عن وسيط ناقل للمعلومات والبيانات والمعرفة بين مرسلين ومستقبلين، وذلك بطبيعة الحال من خلال مرورها بمجموعة من البرامج التطبيقات التي تقوم بمعالجة جملة البيانات التي تكون في شكل رسائل نصية أو مكتوبة أو منطوقة أو مصورة... الخ، وقد أصبحت هذه الوسائل جزء لا يتجزأ من حياتنا العلمية والعملية، فما المقصود بتكنولوجيات الإعلام والاتصال؟ بما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال مفهوم مركب فمن الواجب تفكيكه إلى العناصر المكونة له، حتى يكون فهمنا له فهما دقيقا وعميقا وشاملا، لذا سنعرج في البداية إلى مفهوم التكنولوجيا، لتتوصل في الأخير لتحديد مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بوضوح. تعتبر كلمة التكنولوجيا من الكلمات المتداولة والسائدة في جميع الميادين، وهي في الحقيقة مرادف للاكتشاف والاختراع والابتكار لاسيما في مجال الإعلام والاتصال.

1 تعريف التكنولوجيا:

يشير الباحثون إلى أن التكنولوجيا لفظ استخدم لأول مرة في ألمانيا سنة (1770)، وهي كلمة لاتينية الأصل، يقابلها باللغة العربية مرادف اقترحه مجمع اللغة العربية بدمشق، واعتمده الجامعة العربية وهو تقانة التكنولوجيا، غير أن لفظ التكنولوجيا المعرب هو الأكثر شيوعا واستعمالا، وتشتق كلمة (Technology) من اللغة اللاتينية حيث تتكون من مقطعين (techno) وتعني الفن أو الحرفة أو الصناعة و(logia) وتعني الدراسة أو العلم (فضيل دليو، 2010، ص19). كما ورد في نفس السياق عن التكنولوجيا أنها تحمل في

معناها "علم الصناعات والفنون والوسائل المستخدمة لتأخير ما هو ضروري لمعيشة الأفراد ورفاهيتهم" (سهيل إدريس، 2000، ص 1184).

مما يمكن ملاحظته من خلال التعاريف اللغوية المقدمة لهذا المصطلح، فإنه يبدو جلياً أنه يعتمد على شق مادي من وسائل وأدوات وتقنيات، وشق فني مثل طرق استخدام تلك الوسائل والاختيار فيما بينها لتكون الأنسب.

من المؤكد أن التكنولوجيا هي ابتكار يسعى لخدمة الأفراد وتسهيل مهامهم الحياتية والعملية من خلال اختزال الوقت والجهد وتوفير المال وكذا توفير الدقة في الانجاز. وهذا بالضبط ما ورد معناه في تعريف في موسوعة المبتكر مفاده أن التكنولوجيا هي الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها، وتطويرها لخدمة الإنسان ورفاهيته (عامر ابراهيم قنديلجي، 2003، ص 331).

في نفس السياق وعلى أساس أن للتكنولوجيا جانب مادي وتقني متمثل في الآلات والوسائل والتقنيات، فقد ورد تعريف آخر يؤكد على أن التكنولوجيا هي "فن استخلاص مواد أولية صناعية من الموارد الطبيعية من أجل تأمين المواد أو السلع التي من شأنها أن تعطي الحاجات المادية للإنسان، كما أنها تستخدم للإشارة إلى علم التحضر الصناعي للسلع وأساليب التصنيع الحديثة" (منى محمد ابراهيم البطل، 2004، ص 182). بالاستناد إلى ما تقدم، يمكن القول أن التكنولوجيا هي مزيج من العلم والفن لتطويع الطبيعة وتسخير خيراتها من أجل خدمة الإنسان، وذلك بهدف تبسيط أموره العلمية والعملية وتسهيل مهامه في شتى ميادين الحياة من خلال تطوير وابتكار وسائل وأدوات وتقنيات وقنوات تساعد على التكيف مع بيئته واستغلال قدراته في التكيف معها حتى تكون حياته أكثر متعة بأقل جهد وتكاليف.

2 تعريف تكنولوجيا الاتصال:

من الملاحظ أن التعاريف السابقة كانت حول التكنولوجيا بصفة عامة، وما يهمننا في هذه الورقة البحثية هو تكنولوجيا الاتصالات، والتي يعرفها أحدهم على أنها تلك الوسيلة أو الأداة المستخدمة في إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات (منى محمد ابراهيم البطل، 2004، ص 42). ومن الجدير بالذكر في هذا المجال أن المعلومات هي مادة الاتصال، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الحديث عن الإعلام أو الاتصال بدون ذكر المعلومات، وهي فحوى الرسائل التي يُعنى الاتصال والإعلام بنقلها وتبادلها عبر مختلف الوسائل والتقنيات.

في نفس السياق يشير تعريف آخر لتكنولوجيا الاتصالات إلى أنها متمثلة في مختلف الوسائل والتقنيات التي صممها واكتشفها الأفراد من أجل تبادل الأفكار والمعلومات فيما بينهم مهما اختلفت لغاتهم وأماكنهم الجغرافية (منى محمد ابراهيم البطل، 2004، ص42).

إذا تكنولوجيا الاتصال هي الجسر الذي تمر عبره المعلومات في شتى أشكالها وأحجامها وتصنيفاتها بين المرسل والمستقبل، لاغية بذلك الحدود الجغرافية واللغوية والثقافية القائمة بين الأفراد، المؤسسات والمجتمعات. من خلال التعاريف سابقة الذكر يتضح أن تكنولوجيا الاتصال تركز في مجملها على الجانب التقني للتكنولوجيا أو على القنوات التي تمر عبرها الرسائل الاتصالية بين المرسلين والمستقبلين، كما تشير تلك التعاريف إلى جميع الوسائل المستخدمة في عملية تبادل المعلومات عبر الوسائل الاتصالية، بمعنى أنه أية وسيلة تستخدم في العملية الاتصالية فإنها تعتبر أحد تكنولوجيات الاتصال، سواء كانت الكترونية أو تقليدية، جماهيرية أو فردية، سلكية أو لاسلكية... الخ.

ثانياً: الإعلام الرياضي

لا يمكن اعتبار الإعلام الرياضي ظاهرة حديثة، وإنما هو ممارسة قديمة امتدت وتطورت في شكلها ووسائلها وأهدافها إلى ما آلت إليه من انتشار واسع في القرن العشرين، حيث ظهرت مؤسسات قائمة متخصصة في الإعلام الرياضي تهدف لنشر الثقافة الرياضية على مستوى الأفراد والمجتمعات، وتبيان أهمية وضرورة الوعي الرياضي وانعكاساته الايجابية على حياة مختلف الشرائح المجتمعية. ولقد أدى انتشار هذه الأفكار داخليا إلى السعي وراء تصديره خارج الحدود، وذلك من خلال تطور الوسائل الإعلامية والاتصالية التي استثمرت في المجال الرياضي، وكانت نتيجة ذلك تعرف الشعوب على مختلف الرياضات الشعبية والاحترافية للدول والقارات، وتطور وتنظيم هذه الرياضات في حد ذاتها لتصل إلى مراحل إقامة دورات ومسابقات محلية وطنية ودولية في شتى المجالات الرياضية.

1 تعريف الإعلام الرياضي:

إن الإعلام الرياضي هو العملية الإخبارية من خلال الصحافة الرياضية والبرامج الرياضية سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية، وله من الأهمية ما يُمكنه في التأثير بالجمهور الرياضي وتوجيه آراءهم وسلوكاتهم إلى ما يريده وما يُخطط له القائمون على هذا النوع من الإعلام.

فالإعلام الرياضي على حد قول أحدهم هو عملية نقل ونشر المعلومات الرياضية بين الأطراف الفاعلة في الساحة الرياضية وفي مختلف الأقطار الجغرافية بدء بال جماهير الرياضية التي يعتبر الهدف الرئيسي لهذه العملية الإعلامية (لبنى عبيدات، 2016، ص 687).

يضيف أحدهم أن الإعلام الرياضي أو الصحافة الرياضية: هي تلك الأنشطة الإعلامية التي تختص بمعالجة المواضيع الرياضية الموجهة إلى الجماهير المعنية. بمعنى آخر هو إعلام متخصص في المجال الرياضي (عيسى الهادي، 2017، ص 103).

وربما قد يتجلى ذلك بشكل أوضح في أهدافه التي تتمحور حول (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص 24):

- من بين أهم أهداف الإعلام الرياضي تغطية الأخبار الرياضية ونشرها و تفسيرها والتعليق عليها، من خلال السعي وراء المعلومات الرياضية ومعالجتها وتقديمها للجماهير الرياضية بكل دقة وأنية.
 - نشر الثقافة الرياضية من خلال توضيح نشأة وقوانين وقواعد مختلف الرياضات المنتشرة عبر العالم.
 - الحفاظ على القيم والعادات ومختلف السلوكات الرياضية للمجتمعات.
- كما تتمثل أهداف الإعلام الرياضي في:
- إشباع رغبات وفضول الجماهير الرياضية بمستجدات رياضاتهم المفضلة
 - تحليل وتفسير مختلف الأنشطة والألعاب الرياضية وتقديمها بطريقة منظمة ومعالجة للجماهير المهتمة بها وللمتخصصين فيها.
 - نشر الوعي الرياضي بشكل إعلامي مدروس وموجه من خلال إعلاميين متخصصين ومحترفين في مجال الرياضة.

يهدف الإعلام الرياضي إلى كسب عائدات مالية لدعم المؤسسات الرياضية والمحافظة على استمرارها وتطويرها وتوسيعها وقدرتها على التنافس

2 عناصر الإعلام الرياضي:

إن الحديث عن الإعلام الرياضي جرنًا للحديث عن عناصره المشكلة له والتي في الحقيقة لا تختلف عن عناصر العملية الإعلامية بشكل خاص، وذلك كون الإعلام الرياضي جزء من الكل الذي هو الإعلام، لذا نجد أن مكوناته لا تتعدى ما يلي:

- المرسل: هو الجهة القائمة بالعملية الاتصالية والتي قد تكون قناة أو جريدة أو إعلامي، أو نادي أو لاعب أو معلق رياضي أو رابطة أو اتحاد أو الخ.
- المستقبل: هو الجهة التي تستقبل الرسالة من المرسل والتي قد تتمثل في جماهير رياضية، أو أفراد ، أو مؤسسات رياضية أو قنوات ... الخ
- الرسالة: وهي الفحوى أو المضمون الخاص بالعملية الإعلامية، هي عبارة عن معلومات معالجة قد تكون في شكل كلمات، صور، نصوص، فيديو هات...، حيث يتوقف تصميم الرسالة على قدرة المستقبل لاستيعابها وفهمها وذلك من خلال اختيار الشكل المناسب للرسالة والوسيلة المناسبة لبثها وحتى التوقيت المناسب لنشرها أو إرسالها.
- الوسيلة: وهي الأداة أو التقنية أو القناة التي يتم من خلالها تمرير الرسالة الإعلامية الرياضية من المرسل إلى المستقبل، والتي قد تكون في شكل تقليدي أو الكتروني، فردي أو جماهيري، على غرار الجرائد والفيديو هات الالكترونية والتلفزيون والإذاعة ... الخ.

3 خصائص الإعلام الرياضي:

- في الحقيقة يتميز الإعلام الرياضي بمجموعة من المميزات التي تتمثل في (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص25):
- الاختيار: على أساس أن الإعلام الرياضي يحدد ويختار الجماهير المستهدفة التي يريد مخاطبتها، فيصمم مثلا برنامجا رياضيا لمخاطبة جماهير كرة القدم، وبرنامج آخر يخاطب فيه جماهير رياضة السباحة وهكذا.
- الجماهيرية: الإعلام الرياضي لا يخاطب الأفراد بقدر مخاطبته للجماهير، وهذا ما يفسر استخدامه للوسائل والتقنيات الجماهيرية في نشر محتوياته.
- التوجه: فالإعلام الرياضي موجه في العديد من المجالات الرياضية، ذلك كونه متخصص في البرامج، فنجد بعض برامج موجهة لفئة معينة من الأفراد، كالبرامج الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة، والبرامج الخاصة بالرياضات النسوية، وتلك التي تُعنى بالرياضات الخاصة بالأطفال، وهكذا.
- الانعكاس: فالإعلام الرياضي هو انعكاس لميول واهتمام مجتمعاته وجماهيره المستهدفة، فلا يمكن أن يتعارض المحتوى الإعلامي مع القيم والمبادئ السائدة بتلك المجتمعات.

4 وظائف الإعلام الرياضي:

- يقوم الإعلام الرياضي على أربع وظائف متخصصة وهي كالاتي (لبنى عبيدات، 2016، ص 689):
- الوظيفة المعرفية: تعنى بتقديم معلومات عن الأحداث والأنشطة الرياضية.
 - الوظيفة التفسيرية: تعنى بتقديم شروحات وتفسيرات والتعليق على الأحداث والقضايا الرياضية وتبيان إبعادها.
 - الوظيفة الاستمرارية: تعنى بالتعبير عن الثقافات السائدة في المجتمعات والحفاظ على الثقافة الرياضية.
 - الترويج: وهو محاولة تخفيف الضغوطات الاجتماعية وكسر الروتين اليومي من خلال الاهتمام بالمجال الرياضي.

5 أنواع الإعلام الرياضي:

- في الحقيقة، لا يوجد اختلاف بين الباحثين والمهتمين بمحقل الإعلام الرياضي حول أنواعه وتصنيفاته، فهي تصب في ما يلي (لبنى عبيدات، 2016، ص 190-191):
- الإعلام الرياضي المقروء: هو الذي يعتمد على الرسائل المكتوبة مثل (الصحف، الكتب، المجلات، النشرات والملصقات).
 - الإعلام الرياضي المسموع: هو الرسائل اللفظية المنطوقة مثل الراديو وأشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء.
 - الإعلام الرياضي المرئي: هو الرسائل المصممة في شكل صور وفيديوهات مثل التلفزيون واليوتوب... الخ
 - الإعلام الرياضي الثابت: الفعاليات الرياضية، والمؤتمرات والمعارض الرياضية... الخ

ثالثا: الجرائد الرقمية

لقد استفاد المجال الصحافي من التطورات الهائلة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وهو في ذلك شأنه مثل شأن باقي المجالات الحياتية أو العلمية، وقد تم استثمار الانترنت في المجال الصحافي على غرار إدراجها في باقي المجالات الحياتية ليتمخض عن ذلك ما يسمى بالصحافة الرقمية أو الصحافة الإلكترونية، وهي جملة الصفحات الرقمية الخاصة بالجرائد المنشورة عبر الشبكة العالمية من خلال شبكتها الاجتماعية ومختلف تطبيقاتها.

فمن المتفق عليه أن أي عمل إعلامي بصفة عامة والعمل الصحفي على وجه الخصوص يتطلع لنشر إنتاجه المعلوماتي على قدر كبير لشرائح واسعة من المجتمعات المحلية والدولية، مستهدفاً بذلك جماهيره المعتادة، وطامعا في كسب جماهير أخرى أو فئات معينة، ومن البديهي أنه لن يجد بديلا عن الشبكة العنكبوتية بما توفره من خدمات عبر شبكاتها وبرامجها وتطبيقاتها التي تستهدف جميعها تسهيل العمل، والسرعة في الإنجاز والانتشار، مع ضمان الدقة والآنية.

فالانترنت كوسيلة اتصال قد خلقت بيئة إعلامية بخصائص ومميزات جديدة ومختلفة عن تلك الوسائل الجماهيرية التي سبقتها، مما أدى إلى تصميم الرسائل والأخبار الإعلامية بطرق جديدة لتتماشى مع بروتوكولات الانترنت وما توفره من خدمات.

1 تعريف الصحافة الإلكترونية:

لقد ظهرت الصحافة الإلكترونية بمصطلحها الأول (Electronic News paper) كإشارة إلى الصحف الورقية التي تنتشر عبر الإنترنت، وهي عبارة عن نشر ثاني للنسخ الورقية، وهذا لا يمثل مقصدنا من هذه الورقة البحثية، وإنما يركز هذا البحث على الصحافة الرقمية أو الإلكترونية المتوفرة على الشبكة في الوقت الحالي، التي تعنى بتصميم الأخبار ونقلها وبنها عن طريق الوسائط الإلكترونية والشبكات الاجتماعية وكل الوسائط والتطبيقات المرتبطة بالحاسوب والانترنت.

عُرفت الصحافة الإلكترونية في منتصف عام 1970 عبر تقنية الفيديو تيليتكست ولكنها لم تلق رواجاً إلا بظهورها سنة 1980 في شكلها الحديث والحالي.

إن التعريف الخاصة بالصحافة الإلكترونية تصب في مجملها على النشر والتصميم عبر استخدام تكنولوجيات الاتصال المرتبطة بالانترنت، وهي متقاربة وقليلة الاختلاف في مدلولاتها. ومن بين ما طُرح حول مفهوم الصحافة الإلكترونية هو كونها تلك الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت. والتي قد تكون على شكل جرائد أو مجلات أو مختصرات للجرائد الورقية، لها ميزة التفاعل الإلكتروني وخدمات أخرى لا يمكن للنسخ الورقية أن تقدمها، كالفيدوهات والأخبار والمباريات المنقولة مباشرة من مكان وزمان حدوثها. (ماهر عودة الشمالية وآخرون، 2015، ص78).

2 مؤشرات الصحافة الالكترونية:.

هناك عدد من المؤشرات الدالة على هذا النوع الالكتروني من الصحافة، إذ تعتبر هذه المؤشرات عبارة عن نقاط التوافق بين جملة التعريفات المقدمة للصحافة الالكترونية، وقد تلخص في الآتي (عادل عشور المرغني وعبد الكريم سالم عبد الكريم، 2015، ص510):

- _ هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الآنية.
- _ هي مساحة عبر شبكة الانترنت ويتم الإطلاع عليها من خلال الأجهزة المتصلة بالانترنت.
- _ تصدر وتحرر بطريقة الكترونية، حيث تصمم صفحاتها وتركب ثم يتم نشرها عبر الانترنت.
- _ تتيح للقارئ تصفحها والعودة إلى أرشيفها وحفظ ما يهمه فيها وحتى نسخها.
- _ الصحافة الالكترونية يمكن أن تكون نسخا الكترونية لصحف وجرائد ورقية، ويمكن أن لا يكون لديها النسخ الورقية.

_ لها عناوين محددة على الانترنت يمكن أن تكون مواقع أو حسابات على الشبكات والتطبيقات. مما سبق يبدو جليا أن الصحافة الالكترونية تعتمد على أسس ومبادئ الصحافة الورقية، غير أن رقمنة القالع الإعلامي عموما قد أتاح العديد من الخدمات التي تميز هذا النمط الجديد من الإعلام، كما أن استخدام مختلف التكنولوجيات قد أتاح الفرصة لقاعدة جماهيرية كبيرة على الاطلاع على مجالات اهتمامها بشكل سلس وسهل من كل مكان وفي كل زمان.

3 مراحل تطور الصحافة الالكترونية

مرت الصحافة الالكترونية بثلاث محطات مهمة ومختلفة فيما بينها، حيث شبه احد الباحثين تلك المراحل بالموجات الثلاث وهي (ماهر عدوة الشمالية وآخرون، 2015، ص80)

- الموجة الأولى (1982، 1992): عرفت العديد من التجارب للنشر الالكتروني. وأهمها كيبوسيرف.
- الموجة الثانية (1993، 2001): ذاع وانتشر استخدام الانترنت في المؤسسات الإعلامية ومنها الرياضية.
- الموجة الثالثة: وهي مرحلة البث المكثف وترسيخ وجودها واستقطاب جمهورا واسعا. تعتبر الموجة الثالثة هي توظيف واستخدام أهم ما توصلت إليه الثورة التكنولوجية في المجال الإعلامي الرقمي، وفي كل أنواعه بما فيه الإعلام الرياضي موضوع بحثنا.

رابعاً: دراسة ميدانية

بعد عرض الشق النظري من هذه الورقة البحثية، والذي يهدف لتوضيح مؤشرات الدراسة من ناحية ما يجب أن يكون نظرياً وعند المهتمون بمحقل الإعلام الرياضي والصحافة الرقمية، يأتي الشق الميداني ليبين ما هو كائن على أرض الواقع، وما هي أكثر التكنولوجيات الاتصالية والإعلامية استخداماً في المجال الرياضي.

1 أداة جمع المعلومات الميدانية:

تم تصميم أداة المقابلة من خلال رصد مجموعة من الأسئلة (متمثلة في إحدى عشر سؤال) كان من بينها سؤالين باختيارات، حيث تم تطبيقها إلكترونياً (عبر الإيميل المهني للباحثة والمبحوث) مع مدير مجمع المحترف الإعلامي وهو الإعلامي الجزائري الذي يعد من أبرز المواهب الصحفية الشابة، حيث تم الرد على أسئلة المقابلة إلكترونياً، وهي ما سيتم عرضه

2 عرض بيانات الدراسة الميدانية

- مثل أول تجربة بث لجريدة وقناة المحترف على الشبكة العنكبوتية من خلال تطبيق اليوتيوب و تطبيق الفايبروبوك في جانفي 2020
- اعتمد المجمع في نشره الإلكتروني على استخدام تكنولوجيا الإعلام من أجل العمل على تحسين صورة المؤسسة لجماهيرها المحلية والوطنية وحتى خارج حدود الوطن، هذا من جهة، من الجهة الأخرى فإن الاعتماد على تكنولوجيا الحديثة للاتصال يضمن الدقة والإتقان في الأداء مما يسهل المهام والوظائف ويحد من الوقوع في الأخطاء و الهفوات
- تستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في جريدة المحترف الرقمية وقناتها على اليوتيوب في العديد من المجالات، والتي منها: نشرات أخبار، ملخصات مباريات البطولة المحلية ومباريات المنتخب الوطني، حوارات مع لاعبين وشخصيات رياضية، نقل فوري لأهم أخبار كرة القدم المحلية والدولية وكذا مختلف الرياضات عبر فضاءات جريدتنا في مختلف شبكات ووسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية.
- لأجل بلوغ غاية نشر الوعي الرياضي لدى الجماهير المستهدفة من قبل مؤسستنا، فإن جريدتنا متواجدة عبر كل الشبكات الاجتماعية نظراً للأهمية البالغة لكل واحدة منها وذلك منذ شهر سبتمبر 2021، وذلك محاولة من الإدارة العليا للمجمع للوصول إلى مختلف الفئات والشرائح المجتمعية بين جملة

الفضاءات الالكترونية المتوفرة والتي لها باع في الانتشار، وهذا ما جعل القائمين على المجال الاتصالي بجريدة وقناة المحترف بالعمل على التواجد عبر كل الفضاءات الالكترونية من أجل الوصول إلى أكبر عدد من المتابعين و التعريف بمشروعنا الإعلامي داخل وخارج الوطن. أما بالنسبة لأكثر المنصات أو الشبكات استخداما، فحسب إحصائيات مجمع المحترف تبقى شبكة "فايسبوك" هي الأكثر استخداما بالنظر لعدد متابعينا عبر هذه المنصة و الذي يقارب نصف مليون متابع.

- تعتمد المؤسسة على توظيف الشباب الذي يملك خبرات كفاءات تساعده في استقبال واستخدام أحدث تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومواكبة عجلة التطور الحاصل في المجال الإعلامي الالكتروني.
- تعتمد مؤسستنا على سياسيات واستراتيجيات لتدريب مواردها البشرية بما في ذلك الموظفين الجدد في استخدام التكنولوجيا، فذلك من شأنه أن يساهم في تطوير مؤسستنا وبلوغ أهدافنا المنشودة
- في الحقيقة تعاني المؤسسة محل الدراسة من مشاكل خاصة بكفاءة المورد البشري المتوفر والمحدودة فعند القيام بعمليات الاستقطاب لأجل الاختيار والتعيين، تتفاجأ المؤسسة في كل مرة بمحدودية كبيرة لخريجي الجامعات من الناحية التطبيقية، ما عدا حالات خاصة وقليلة.
- تطمح المؤسسة محل الدراسة للتحويل إلى البث الإلكتروني المباشر في أقرب فرصة ممكنة.
- الشبكة العنكبوتية (الانترنت) كافية للعمل بالجمع ، ولا نفكر حاليا بامتلاك الشبكات الخاصة (الانترنت والاكسترنات)

3 استنتاجات الدراسة

- تُستخدم تكنولوجيا الاتصال بهدف تحسين صورة المؤسسة الرياضية لجمهورها الداخلية والخارجية، وكذا بلوغ الدقة والإتقان في العمل الإعلامي الرياضي.
- تُستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لنقل نشرات الأخبار، ملخصات المباريات والبطولات، الحوارات مع اللاعبين والشخصيات الرياضية على العموم، نقل فوري للفعاليات الرياضية المختلفة
- تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي كونها وسائل جماهيرية تضم فئات هجينة، مختلفة ومتباينة من المتابعين، وهذا ما يسهل التعريف بالمشروع الإعلامي محليا ودوليا.
- المورد البشري مؤهل لتقبل التكنولوجيا الاتصالية الحديثة بالتركيز على الدورات التكوينية والتدريبية لمواكبة كل جديد في المجال التكنولوجي.

- يُذكر أن المؤسسة الإعلامية الرياضية محل الدراسة تعاني من مشكل نقص في المورد البشري الشاب الكفاء والمتخصص في الإعلام الرياضي من أجل التوظيف.

- تطمح المؤسسة محل الدراسة لتبني سياسة البث الإلكتروني المباشر لمواكبة المؤسسات الإعلامية الرياضية الرائدة عالميا.

خاتمة بالعربية:

يعتبر الإعلام الرياضي من أهم الوسائل التي يمكنها توجيه الرأي العام وتصويب أفكاره من خلال مختلف أنشطته ووظائفه، ويُعتبر التوجه نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني قفزة نوعية في عالم الرياضة لأنه أدى إلى نشر الثقافة الرياضية على نطاق أوسع مما كانت عليه من خلال الوسائل غير الإلكترونية، كما ساهم استخدام تكنولوجيات الاتصال في رسم معالم جديدة لوظائف الإعلام الرياضي الإلكتروني الذي يستوجب الأخذ بعين الاعتبار اختلاف اللغات والمعتقدات والثقافات بين المجتمعات والشعوب المستقبلية لمضامينه.

الملفت للانتباه أن المؤسسات الرياضية حتى الفتية منها تعي جيدا أهمية امتلاك ما توفره التكنولوجيات الحديثة والشبكات المعلوماتية، وتسعى لاستخدام أحدث الوسائل والوسائط من أجل تمرير محتوياتها والمساهمة في نشر الوعي الرياضي والأخبار الرياضية المحلية والوطنية والدولية.

ممكن أن نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي ومختلف تطبيقات الانترنت على غرار اليوتوب تُستخدم بشكل فعال في تصميم وإيصال المحتوى الإعلامي الرياضي، وأن المؤسسات الرياضية الإلكترونية مواكبة إلى حد ما لمتطلبات الإعلام الرياضي الإلكتروني، لكن هذا لا ينفي وجود بعض المشكلات الفنية والتقنية التي يجب العمل على تفاديها حتى لا تشكل عقبات أمام تطور المؤسسات الإعلامية.

لذا، ومن خلال الدراسة النظرية والميدانية لهذا الموضوع، يمكن تقديم بعض التوصيات المتمثلة في:

- التركيز على التبرعات وتكثيفها لطلبة التخصص الإعلامي بصفة عامة وتخصص الإعلام الرياضي على وجه الخصوص بغرض القضاء على الفجوة بين كل ما هو نظري وما يتطلبه الميدان والممارسة.
- من الجيد العمل على تكثيف الدورات التكوينية والتدريبية للموارد البشرية الإعلامية من أجل تمكينهم من الاستخدام الأمثل لما توفره الانترنت ومختلف تطبيقاتها.
- سعي المؤسسات الرياضية ومختلف نشاطاتها لنشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي كهدف أول في كل أنواع الإعلام الرياضي.

CONCLUSION

Sports media is one of the most important tools for shaping public opinion and correcting its perspectives through its various activities and functions. The shift towards electronic sports media is a significant leap in the sports world as it has led to the spread of sports culture on a much wider scale than through traditional media. The use of communication technologies has also helped to define new roles for electronic sports media, which must take into account the differences in languages, beliefs, and cultures among the societies and people receiving its content. It is noteworthy that even newly established sports institutions are well aware of the importance of utilizing modern technologies and information networks. They strive to use the latest tools and platforms to disseminate their content and contribute to the spread of sports awareness and sports news on local, national, and international levels. It can be said that social media networks and various internet applications, such as YouTube, are effectively used to design and deliver sports media content. Electronic sports institutions are somewhat up-to-date with the demands of electronic sports media, but this does not negate the existence of some technical and technological challenges that need to be addressed to prevent them from hindering the development of media institutions. Therefore, based on theoretical and field studies on this subject, some recommendations can be made as follows:

- Focus on intensifying internships for media students in general and sports media students in particular to bridge the gap between theoretical knowledge and practical field requirements.
- It is beneficial to increase the frequency of training and development courses for media personnel to enable them to make optimal use of the internet and its various applications.
- Sports institutions should aim to promote sports culture and awareness as a primary goal in all types of sports media.

التوثيق:

- 1 خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم (1998)، الإعلام الرياضي (الجزء الأول)، مركز الكتاب للنشر، مصر.
- 2 سهيل إدريس (2000)، قاموس المنهل، قاموس فرنسي-عربي، دار الآداب، بيروت، ط 28.
- 3 عادل عشور المرغني وعبد الكريم سالم عبد الكريم (2015)، نشأة وتطور الصحافة الالكترونية، مجلة العلوم الانسانية والتطبيقية، المجلد 27، ديسمبر 2015.

- 4 عامر اباهيم فنديلجي (2003)، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا الإعلام والانترنت، دار الميسرة، الأردن.
- 5 عيسى الهادي (2017)، دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، المجلد 1، العدد 11.
- 6 فضيل دليو (2010)، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال : المفهوم- الاستعمالات- الآفاق، دار الثقافة، عمان، المملكة الاردنية الهاشمية.
- 7 لبنى عبيدات (2016)، الإعلام الرياضي ودوره في حماية الشباب من الانحرافات الفكرية، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، المجلد 43، العدد 3.
- 8 ماهر عدوة الشمالية وآخرون (2015)، الصحافة الالكترونية(الرقمية)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- 9 منى محمد إبراهيم البطل (2004)، تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة - الشخصية والإدارية ونظم المعلومات-، دار منى محمد ابراهيم، القاهرة.

Bibliography List

1. Khair Al-Din Ali Oweis and Atta Hassan Abdel Rahim (1998), Sports Media (Part One), Center of Books Publishing, Egypt.
2. Soheil Idriss (2000), Al-Munhil Dictionary, French-Arabic Dictionary, Dar Al-Adab, Beirut, 28th edition.
3. Adel Ashour Al-Marghani and Abdul Karim Salem Abdul Karim (2015), "The Emergence and Evolution of Electronic Journalism," Journal of Humanities and Applied Sciences, Volume 27, December 2015.
4. Amer Ibrahim Qandeelji (2003), Encyclopedic Dictionary of Media and Internet Technology, Dar Al-Maysara, Jordan.
5. Issa Al-Hadi (2017), A Theoretical Study of the Role of Sports Media in Society, Al-Khabir Journal, Volume 1, Issue 11.
6. Foudil Deliu (2010), New Technologies of Media and Communication: Concept, Uses, Prospects, Dar Al-Thaqafa, Amman, Hashemite Kingdom of Jordan.
7. Lubna Obaidat (2016), Sports Media and its Role in Protecting Youth from Intellectual Deviations, Assiut Journal of Physical Education Sciences and Arts, Volume 43, Issue 3.
8. Maher Adwa Al-Shamaliya and Others (2015), Electronic (Digital) Journalism, Dar Al-Isaar Al-Ilmi for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
9. Mona Mohamed Ibrahim Al-Batal (2004), Contemporary Communications Technology - Personal, Administrative, and Information Systems, Dar Mona Mohamed Ibrahim, Cairo

**The Use of Communication Technology in Sports Media : Al-Muhtarif
Digital Newspaper and Channel as a model**

Meriem Benzadri

Constantine3 Salah Boubnider University
meriem.benzadri@univ-constantine3.dz

Abstract:

This is the idea behind this research paper, which seeks to uncover the key communication technologies used in sports media through a field study of the digital newspaper and channel "El-Mouhtarif" as a model. The study found that electronic sports media relies heavily on social networks, as they provide a large and diverse audience base. Moreover, communication technology has become an important resource for any media institution.

Keywords: Media and Communication Technology, Sports Media, Digital Newspapers.