

الإعلام الرياضي المرئي ونشر القيم لدى الشباب الجزائري  
"مقاربة لنظرية الحتمية القيمية للاتصال"

Visual sports media and spreading values among Algerian youth

بن سفغول هجيرة

جامعة البليدة.2. علي لونسى. [bensefghoulhadjira@gmail.com](mailto:bensefghoulhadjira@gmail.com)

ملخص:

معلومات عن البحث:

تاريخ الاستلام: 2021/07/12

تاريخ القبول: 2021/10/25

تاريخ النشر: 2021/12/01

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي

المرئي، القيم، الشباب الجزائري، نظرية

الحتمية القيمية لـ عزى عبد الرحمان في

الاتصال.

الباحث المرسل: بن سفغول هجيرة

الايمل:

[bensefghoulhadjira@gmail.com](mailto:bensefghoulhadjira@gmail.com)

Keywords :

Visual sports media, Value, Algerian youth, The value determinism theory of Azi Abd al-Rahman in communication.

Abstract

The present research aims at studying issues related to the ability of visual sports media to embrace the concepts of values and morals of the Algerian theorist AbdelRahman Azzi. In point of fact, Azzi based his ideas on related themes of human values, adherence to religion, as well as the nobility of media globally; misinformation and the falsification of facts on the other hand, neglecting human principles, in turn, is more likely to spread negative behaviors among the various classes of a society. Owing to the crucial role played by the visual media nowadays, notably its impact on the audience through its persuasion mechanism, this study endeavors to understand this sports phenomenon through socio-media lens of the deterministic theory.

## I-مقدمة:

يتميز النقاش النظري والتطبيقي حول مختلف وسائل الإعلام (The media) بأنها إشكالية بنيوية معقدة، وقد تمومت هذه الإشكالية داخل مختلف بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية، والتي استخدمت مختلف الشروط وآليات التفكير من أجل فهم وسائل الإعلام والاتصال وتقاطعاتها مع مختلف القيم الإنسانية والدينية والأخلاقية في ظل القوانين والتشريعات المنظمة لها في سياقات (Contexts) متداخلة ومعقدة من أجل معرفة رهاناتها داخل المجتمعات.

برز الإعلام المتخصص (Specialized media) وتطور استجابة لمجموعة من التغيرات والتعقيدات والتشابكات المتنوعة والمختلفة التي شهدتها العالم في الوقت الحالي، خاصة مع ظهور الإعلام الجديد (the new media)، والتي أدت بدورها إلى تلاشي الحدود (Fading Borders) الجغرافية والزمنية وبرز مفهوم القرية الكونية (The cosmic village) في نظر ماركسهايم (1911-1980). ولعل تشابك وترابط القضايا والأحداث الراهنة وظهور جمهور نوعي (A kind of republic) مع زيادة الوعي وارتفاع المستوى التعليمي والثقافي للجمهور، ومحاولة مختلف وسائل الإعلام التأثير على المتلقي للمحتويات وفق أجندات وثقافات مختلفة في محاولة لصناعة وتشكيل الرأي العام (general opinion) بغية التأثير على الجمهور، مما عجل في ظهور الإعلام المتخصص والذي أصبح من أهم مصادر المعلومات المتخصصة على غرار الإعلام الصحي والديني، السياسي والاقتصادي.

وسائل الإعلام المتخصصة في الجانب الرياضي أصبحت مرتبطة بشكل كبير بكل الأنواع الرياضية وخاصة العالمية منها والتي تشد أكبر قدر من الجمهور (The audience)، حتى أنه أصبح لا يمكن الفصل بين الوسيلة الإعلامية التي تنقل الحدث الرياضي والجمهور المشاهد لها من جهة، وكذا التفاني والاحترافية في نقل الأحداث

الرياضة سواء محلية إقليمية وعالمية (Globalism) من جهة أخرى، بغية الوصول إلى مختلف شرائح وفئات المجتمع.

ضمن هذا السياق تحاول دراستنا هذه إيجاد قاعدة صلبة من أجل الاقتراب من إشكالية مدى قدرة الإعلام الرياضي المرئي المتخصص في نشر القيم في أوساط الجمهور الجزائري خاصة الشباب منه، ومعرفة ما إذا كان الإعلام المرئي سينتهي بالضرورة إلى نشر القيم الإنسانية وكذا الأخلاق الدينية والكونية من خلال الخلفية النظرية لعزي عبد الرحمان، أو أنه يشكل خطر على قيم وسلوك جمهور الشباب الجزائري.

## II - تحديد المفاهيم:

### 1- في مفهوم الإعلام:

الإعلام هو تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم. (الجبار، 2011، صفحة ص10)

ويختلف في مفهومه من مجتمع إلى آخر ومن زمان إلى آخر وذلك يعود إلى الاختلاف الأيديولوجي والعقائدي واختلاف نظم المجتمعات الإنسانية. واختلاف الثقافات والمشار والعواطف من مجتمع لآخر. (المشابعة، 2014، صفحة 57)

### 2- في مفهوم الإعلام المتخصص (Specialized media):

هو نوع من أنواع الإعلام الذي يعنى بأحد مجالات الحياة المختلفة مثل الثقافة أو الرياضة، أو الصحة وغيرها. وهذا يعتبر إعلاما متجددا يعبر عن مواضيع الحياة المتجددة وتخصصاتها المتفرعة والمتزايدة. (حمدان، 2020، صفحة 06)

### 3- في مفهوم الإعلام الرياضي المرئي (Visual Sports Media):

الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (الهادي، 2013، صفحة 07)

ويجمع التلفزيون بين استثارة الأذن والعين، فبعض خبراء الاتصال الجمعي يرى أن التلفزيون شئنا أم لم نشأ، سيبليغ مدى أوسع في التأثير على حياتنا، فهو مجالا من مجالات الاتصال بالجماهير. وأداة من أدوات الاتصال الجمعي، أداة عظيمة النفع في التوعية والتثقيف والتسلية. (عطية ع.، 2011، صفحة 75) والقناة المتخصصة تقابل القناة الجامعة أو الشمولية وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو لتتوجه إلى جمهور محدد. (المعياري، 2006، صفحة 11)

**في مفهوم القيم (Value):**

**لغة:** (قيم) أي من (قَوَم) وهو يعني الاعتدال والاستقامة، وجاء في لسان العرب أن القيمة واحد القيم، وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء. (منظور وآخرون، بدون سنة، صفحة 498)

وهي مجموعة من المبادئ والأسس الأخلاقية التي يعتنقها الإنسان كسبيل حياة، وهدف وغاية ومقصد يسعى الإنسان إلى تحديده. (آخرون م.، 2011، صفحة 44)

**تعريف عزي عبد الرحمن: القيمة هي "الارتقاء" أي ما قد يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى.**

(عوالمية، جوان 2014، صفحة 198)

### 5- في مفهوم الشباب الجزائري:

الشباب يعني النشاط والقوة والسرعة ويشير قاموس "وبستر" إلى مصطلح الشباب على أنه فترة من مراحل العمر المبكرة وفترة العمر التي تكون بين مرحلتي الطفولة والحدأة والمراهقة، فترة النمو المبكرة. (مرواني، 2018)

### III - أهمية الإعلام الرياضي في البيئة الاتصالية:

تعريف جيروود: "الرياضة أنها الفن الذي بواسطته الإنسان يحرر نفسه من نفسه".  
(akrifed, 1997-1998, p. 20)

والاتصال باعتباره عملية لنقل المعلومات والأفكار. وكما عرفه سميث ووليام على أنه سلوك وخبرة خاصة بالكلمات التي تتضمن معاني الاتصال الجمعي، يعني عملية نقل المعلومات، والاتصال الفردي فمعناه رسم عمليات خلق المعاني بين الكلمات.  
(Williamson, 1985, p. 23)

إن ظهور الصحافة الرياضية المتخصصة ساعدت إلى حد كبير في انتشار رقعة النشاط الرياضي، والأخذ به في مقدمة الاهتمام عند الجمهور، واستطاعت تثقيفه، خاصة في كرة القدم. (غازي، 2006، صفحة 16)

فالجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المحدودة العدد من الشباب المراهق الباحث عن التسلية والترفيه بل اتسع وتنوع وتغير جذريا، نوعا وكما، وكان ذلك منطلقا جذريا جديدا لظهور الإعلام الرياضي ودافعا قويا لتطوره. (خضور، 2005، صفحة 188)

والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يثبته من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة للبعض في جانب الرياضة، حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية. (خير الدين علي و عطا حسن، 1997، صفحة 43) وهناك من يستخدم وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون كمصدر ومحفز لممارسة الألعاب الرياضية في أوقات فراغهم.  
(Famaey & F valan, 1978, p. 07)

والإعلام الرياضي يساهم وبشكل كبير في تحقيق أرباح للمؤسسات التجارية، من خلال عرض الإعلانات الخاصة بعرض منتجاتها واختيار البرامج الرياضية التي يعرضها التلفزيون للإعلان عن هذه المنتجات نظرا لارتفاع عدد المشاهدين، فالدراسات العلمية أكدت أن هناك ما يقارب 100 مليون مشاهد في الدقيقة الواحدة وانفاق أكثر من 300

مليون دولار على بعض البرامج الرياضية، بهدف البث الرياضي مما أدى الى تحقيق التلفزيون نجاحا هائلا في تحديد قيمة الرياضة لدى المتلقي في السنوات الأخيرة (Atheide, 1978, p. 190)، عن طريق ما يسمى بالأوديمات L'audimat، و هي مقياس قياس نسبة الإقبال التي تتمتع بها القنوات التلفزيونية المختلفة، تسمح بقياس الأوديمات كل خمسة عشر دقيقة، وظهرت أيضا ما يسمى "بالعقلية الأوديمائية" أي هوس الوسيلة الإعلامية بقياس نسبة الإقبال في أروقة وصلات التحرير، وفقا لاعتبارات النجاح التجاري كما ذكرناه سابقا. (بيير و ترجمة درويش، 2004، صفحة 62)

## VI - جدلية الإعلام الرياضي المرئي بين القيم والأخلاق:

إن تأثير وسائل الاعلام ينبغي أن ينظر إليه من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام والعمليات الاجتماعية الأخرى، لأن وسائل الإعلام لا تعمل من فراغ، وإنما ضمن ومن خلال بنيات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سائدة في مجتمع ما. (عزي و بومعيزة، الاعلام والمجتمع، 2010، صفحة 362)

وسائل الإعلام بصفة عامة، والتلفزيون بصفة خاصة، مصدر المعلومات والأساس بالنسبة للكثير من الناس، وربما المصدر الوحيد للبعض منهم، فما تقدمه وسائل الإعلام وما تتميز به من تنوع في الأنواع وثراء المحتوى، قد يكون له أثر على أفراد الجمهور على المستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية. (بومعيزة ، 2005، صفحة 76)، خاصة الشباب الذي يعتبر العمود الفقري للمجتمع. فوسائل الإعلام تشكل ايدولوجية حقيقية هدفها تغيير سلوك الإنسان من أجل إخضاعه لمقتضيات النظام الاجتماعي والاقتصادي. (Brune, 1996, p. 02)

ومن التأثيرات الإعلامية الهامة على الرياضة هي الأحداث نفسها، لأن التلفزيون يسعى إلى تحقيق وظيفة من وظائف الإعلام وهي تسلية ملايين من الأشخاص. (Atheide, 1978، صفحة 196)

ولهذا أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور مجالا ضخما قائما بذاته له نظرياته وأبحاثه الخاصة. (خير الدين علي و عطا حسن، 1997، صفحة 29) باعتبار أن الحدث الرياضي أصبح اليوم معتمدا على التلفزيون بالدرجة الأولى، فلا توجد طريقة أخرى لتنظيم التغطية الرياضية إلا عن طريق التلفزيون، فالرياضة تشكل نوعا تلفزيونيا ثريا. (akrifed, 1997-1998, p. 21) ويعتبر التلفزيون في نفس الوقت وسيلة حقيقية لإعادة بناء مشهد مطابق للواقع. (akrifed, 1997-1998, p. 21) عن طريق نشر قيم وسلوكيات تليق بالمجتمع.

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية لدى الجمهور، كشخصية الإنسان وخبرته في البيئة الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم، يجعل بتغيير المعرفة الرياضية، حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له، أو مع ما هو قائم وداعم له. (خير الدين علي و عطا حسن، 1997، صفحة 45) وتنمية ما يسمى ب: (الثقافة الرياضية)، وهي مجموعة من القيم الاجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية التي تنصب في خلق الفضل والحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية يستند إليها نشاط الفرد في المجالات المختلفة أو في المجتمعات المختلفة. (بطاط، 2019، صفحة 172)

فالقيم في الإعلام الرياضي لا تتعلق بالجانب الرياضي فقط بل تتعداه إلى جوانب أخرى وطنية ونفسية واجتماعية وأخلاقية. (عطية، بن قوة، و العربي، 2020، صفحة 448) والتلفزيون حسب ببيير بورديو في كتابه التلاعب بالعقول يمارس نوعا من "العنف الرمزي" المفسد والمؤذي بشكل خاص، فالعنف الرمزي هو عنف يمارس بتواطؤ ضمني من قبل هؤلاء الذين يخضعون له، وأولئك الذين يمارسونه بالقدر الذي يكون فيه أولئك كما هؤلاء، غير واعيين ممارسة هذا العنف أو الخضوع له. (ببيير و ترجمة درويش، 2004، صفحة 46) وبما أن التلفزيون وخاصة قسمه الرياضي من أهم وسائل الإعلام بالنسبة

لفئة الشباب فمن أهدافه التي يجب أن يسعى إليها دائما هي توجيه الشباب إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا، فكثيرا من الأحيان يعطي القسم الرياضي بعض السلوكيات الرياضية، التي يتقبلها المجتمع خاصة المجتمع الجزائري منها فئة الشباب الأكثر تأثيرا في هذا المجتمع، كالعنف في الملاعب. (الهادي، 2013، صفحة 26) والانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب، تعتمد على عدم التصدي لها بقوة، فتشير إليها إشارة عابرة أويتم تجاهلها، لأسباب تتعلق بالسمة والكرامة والوطنية، اعتقادا منها أن إبراز هذه الانحرافات يؤدي إلى غضب البعض، كما يؤدي إلى تشكيك في القيمة الرياضية، وبالتالي نستنتج أن النقطة السوداء تبقى عالقة بالإعلام الرياضي هي جهده من أجل مكافحة العنف والتصرفات المنافية لروح الرياضية والقيم الإنسانية والاجتماعية والحضارية. (الهادي، 2013، صفحة 28) فالسلوك العنيف هو نتيجة لعوامل ثقافية معينة حيث يوجد علاقة بين التنشئة الثقافية والسلوك العنيف، وهذه الثقافة (ثقافة العنف) تنتقل من جيل لآخر، فأسلوب السلوك العنيف من الأساليب المبررة لديهم لتحقيق أهداف يسعون إلى تحقيقها. (حميط، 2020، صفحة 46)

فما نشهده اليوم هو أن نؤمن أنه من ينتج ويتحكم في أدوات انتاج ونشر المعلومات، هو الذي يحكم ويسيطر ويفرض رؤيته على الآخرين. (بيير و ترجمة درويش، 2004، صفحة 26) فقد ساعده عامل اكتساب المعلومة وطرق نشرها وتكنولوجيا الاتصال الى تغيير المواقف والاتجاهات، بحيث لا يقتصر ذلك على الأفراد والقضايا فقط بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية، فكثيرا من الناس قبلوا سلوكا كانوا يرفضونه، وأناس آخرون تخلوا عن قيم كانت راسخة واستبدلوها بقيم دخيلة كانت موضع استهجان فيما سبق. (خير الدين علي و عطا حسن، 1997، صفحة 44)

#### V -جدلية الإعلام الرياضي على ضوء نظرية الحتمية القيمية:

يرى عزي عبد الرحمان، في نظريته الحتمية القيمية للاتصال "أن القيم السائدة في المجتمع هي التي تحدد نوع الوسيلة أو القناة وتعبّر عن أصل المجتمع المستخدمة فيها".

ويرى في نظريته أن التأثير يكون ايجابيا إذا "كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير ايجابيا، وإذا كان الابتعاد أكبر كان التأثير السلبي أكبر. ويستند على أن تكنولوجيا الاتصال هي المتغير الأساسي في تفسير آليات التطور الاجتماعي. (عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز، 2003، الصفحات 5-6)

فالقيمة تؤسس الإنسان ولا يكون هذا الأخير مصدر القيمة بل أداة لها وهذا التأسيس لا يتم خارج المجتمع ولا يتم بمعزل عن الأدوار الكبيرة، التي تقوم بها وسائل الاتصال في مجال التنشئة الاجتماعية، أو ما يمكن التعبير عنه باكتساب الأفراد القيم، ما سماه المفكر عبد الرحمن عزي بالزمن الإعلامي، الذي يعني ما تستغرقه وسائل الاتصال من وقت الفرد، هذا الزمن الذي ينمو بشكل متسارع وكلما ملئ بمحتوى إيجابي صار دالا متحركا في الاتجاه الصحيح اتجاه القيمة، وكلما شحن بمحتوى سلبي صار عبثا مشتتا للزمن القيمي والاجتماعي على السواء وكانت نتيجة ذلك استهلاك الجمهور للمواد المضادة للقيمة كأفلام الرعب، العنف، الجنس... الخ، وإضاعة الوقت في تصفح المواقع بلا هدف وسيادة التعرض للمحتوى الترفيهي على حساب التعليمي .... الخ. (عوالمية، جوان 2014، صفحة 199) وفي المقدمة الإعلام الرياضي الجزائري خاصة المرئي الذي أصبحت مادته الإعلامية تتميز بالسلبيات أكثر من الإيجابيات في نشر القيم. ففي دراسة لعيسى الهادي موسومة بـ: "البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري وأثرها على نشر الوعي الرياضي-دراسة تحليلية وميدانية"، توصل الباحث إلى أن الإعلام الرياضي الجزائري بعيدا كل البعد في الوصول إلى مستواه الحقيقي المنوط به في التغطية الإعلامية، التي تخدم الأبعاد الحقيقية للرياضة العامة. ولم تعد الرياضة ذلك النشاط العبثي الخالي من أي معان أو قيم، بل أصبحت تعنى من طرف الدول المتقدمة وتخصص لها ميزانية كبيرة بالمقارنة مع المجالات الأخرى. (الهادي، 2013، صفحة 89)

فالشخص الميل للعنف والمغامرات، تستهويه مشاهدة أحداث العنف التي يشاهدها في الملاعب الرياضية من خلال التلفزيون، فيسعى جاهدا إلى استخدامها لإشباع هذا الميل، التوجه إليه أكثر فأكثر. (الهادي، 2013، الصفحات 38-39) فالإعلام الرياضي العربي عامة والجزائري خاصة يتميز بعدم التركيز على تقديم القيم للجمهور، وعدم تقديم الشخصيات التي أدت إلى تحقيق نجاحات وانجازات كقدوة للجمهور، بل اعتمد الإعلام الرياضي على ذهنية المبالغة في التركيز على الشخصيات الرياضية والفنية وفق متطلبات عقلية (النجوم) ووفق منهج خلق الأساطير. (خضور، 2005، الصفحات 208-209) هذا يبين تجاهل الإعلام الرياضي لواجبه الأساسي فيما يتعلق بالإرشاد والتوجيه والتركيز على القيم الأخلاقية، فهذا الافتقار في وسائل الإعلام قد يفرغ الرياضة من محتواها كنشاط حركي هدفه تقوية البدن وليس التربية عن طريق النشاط البدني. (الهادي، 2013، صفحة 28) هذا ما أدى إلى انقسام في نظرة الجمهور للإعلام الرياضي الجزائري، فمنهم من ينتقد طريقة تعامله مع القضايا الرياضية الحساسة بسبب نقص الاحترافية والمحابة، وقلة الموضوعية، واختيار عناوين تثير الفتنة والعنف بين الجماهير، وبالمقابل هناك من يشيد الإعلام الرياضي الجزائري ويراها الأفضل والأحسن على مستوى الساحة العربية والإفريقية. (الهادي، 2013، صفحة 33)

فالرسالة في الإعلام الرياضي تكون هادفة نافعة إذا ما تمت في إطار تصور أو فكر أو انتماء، لا أن تتوجه هذه الرسالة إلى استشارة العواطف أو الغرائز أو طلب استجابة مادية ظرفية آنية. (بوعلي، 2005، صفحة 49) فالجانب الأكاديمي يلعب دورا هاما في الاعلام الرياضي، لذا لا بد من ضرورة الإكثار من الدراسات والأبحاث التي تنطرق إلى القيم في الإعلام الرياضي بما يضمن غرس قيم التسامح والروح الرياضية. (عطية، بن قوة، و العربي، 2020، صفحة 449)

#### IV – خاتمة:

استطاع الإعلام الرياضي المرئي في الآونة الأخيرة أن يغير سلوك الشباب وتوجهاتهم وقيمهم، فيقوم بدوره الإيجابي و السلبي، متأثرا بذلك عن طريق تغيير سلوك المجتمع وتنامي العنف مما انعكس على القيم الدينية والثقافية الخاصة بهذا المجتمع، فعلى القائمين على الإعلام الرياضي اليوم أن يعيدوا حساباتهم لشيء أكثر من الجدية وأن يصبح مجال الرياضة ذا اهتمام كبير مثله مثل قطاع الصحة والاقتصاد ، فيجب أن ينهض بتكوين إطارات ذات خبرة وكفاءة، إضافة إلى ضرورة وجود منظومة إعلامية رياضية متنوعة تستجيب لمتطلبات المؤسسات الإعلامية والجمهور .

#### IIV المراجع:

- akrifed, f. (1997-1998). *sport et media*. lyon: Ecole Nationale Superieure des Siences de l'information et des Bibliotheques,Univercite Claude bernard.
- Brune, F. (1996). Les medias pensent comme moi. *fragments du discours anonyme*.
- Davide L Atheide .(1978) .Sports verrus the mass media . *urban life*.2-7 ،
- Lamon Famaey و lamon A F valan .(1978) .Mass media and sports practice.In:international .*sport sociology*.
- Williamson, D. S. (1985). *Interpersonal Communication ROLES Strategies and games web Wm c brown publissers Dubuque*. c brown publissers Dubuque.Lowa third .
- ابن منظور وآخرون. (بدون سنة النشر). معجم لسان العرب (الإصدار ط03). لبنان: دار الصادر.
- ابن منظور وآخرون. (بدون سنة). معجم لسان العرب (الإصدار ط03). لبنان: دار الصادر.
- اخلاص حمدان. (2020). *الاعلام الانا عيوالتلفزيوني*. سوريا: الجامعة الافتراضية.
- أديب خضور . (2005). *الاعلام المتخصص* (الإصدار ط02). سوريا: المكتبة الاعلامية.
- السعيد بومعيزة . (2005). أثر وسائل الاعلام على قيم والسلوكيات لدى الشباب. *أطروحة دكتوراه*.
- الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية: جامعة الجزائر.

- المنصف المعياري. (2006). القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. (العدد 56، المحرر) مجلة سلسلة بحوث ودراسات اذاعية.
- بسام عبد الرحمن المشابقة. (2014). نظريات الاعلام. الأردن: دار النشرأسامة للنشر والتوزيع.
- بن سفغول وبدوش. (فبراير، 2019). الاعلام الجديد وآثاره على قيم الأسرة الجزائرية. مجلة الدراسات الاعلامية (06)، 173-190.
- بورديو بيبير، و الحلوجي ترجمة درويش. (2004). التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول. سوريا: دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الاعلامية.
- جمال الدين عطية، علي بن قوة، و بوعمامة العربي. (2020). القيم في الاعلام الرياضي يومية الهداف نموذجاً، دراسة تحليلية لتصريحات المدرب بالماضي. المجلة العلمية للعلوم والتكنولوجيا للأنشطة البدنية والرياضية، 438-451.
- حسين عبد الجبار. (2011). اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- زين عوض الله المدني غازي. (2006). الصحافة الرياضية النشأة... التطور (الإصدار ط02). مصر: دار الهاني للطباعة والنشر.
- سهام صوكو. (2008). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية. رسالة ماجستير. قسنطينة: جامعة قسنطينة.
- عبد الحميد عطية. (2011). الاتصال اتجاهات نظرية وأسس تطبيقية في الخدمة الاجتماعية. مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- عبد الرحمن عزي. (2003). دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- عبد الرحمن عزي، و السعيد بومعيزة. (2010). الاعلام والمجتمع. الجزائر: دار الورسم للنشر والتوزيع.
- عبد القادر بغداد باي. (2019). تكنولوجيايات الاتصال الحديثة واقتصاد المعرفة: قراءة تحليلية في ميكانيزمات التكامل ومعوقاته. مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، 67.70.
- عويس خير الدين علي، و عبد الرحمن عطا حسن. (1997). الاعلام الرياضي (الإصدار ط1). مصر: مركز الكتاب للنشر.
- عويس وحسن. (1997). الاعلام الرياضي (الإصدار ط01). مصر: مركز الكتاب للنشر.
- عويس وعطا حسن. (1997). الاعلام الرياضي (الإصدار ط01). مصر: مركز الكتاب للنشر.

## عنوان المقال: الإعلام الرياضي المرئي ونشر القيم لدى الشباب الجزائري

- عيسى عبد الهادي. (2013). دراسات في الاعلام الرياضي التربوي (الإصدار ط1). مصر: دار الكتاب الحديث.
- محمد عوالمية. (جوان 2014). نظرية الحتمية القيمية: قراءة تبسيطية للسياق والمبررات والمنهج. مجلة العلوم الانسانية، 195-207.
- محمد كاظم الطائي حبيب. (2020). النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الاعلام . المجلة الجزائرية، 34-52.
- محمد مرواني. (2018). أثر وسائل الاعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة. أطروحة دكتوراه. الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية: جامعة مستغانم.
- محمود وآخرون. (2011). القيم في الظاهرة الاجتماعية. مصر: دار البشير للثقافة والعلوم.
- نادية آخرون محمود. (2011). القيم في الظاهرة الاجتماعية. مصر: دار البشير للثقافة والعلوم.
- نادية محمود وآخرون. (2011). القيم في الظاهرة الاجتماعية (الإصدار ط1). مصر: دار البشير للثقافة والعلوم.
- نادية محمود وآخرون. (2011). القيم في الظاهرة الاجتماعية (الإصدار ط01). مصر: دار البشير للثقافة والعلوم.
- نادية محمود وآخرون. (2011). القيم في الظاهرة الاجتماعية (الإصدار ط01). مصر: دار البشير للثقافة والعلوم.
- نادية وآخرون. (2011). القيم في الظاهرة الاجتماعية. مصر: دار البشير للثقافة والعلوم.
- نصير بوعلي. (2005). الاعلام والقيم. عين مليلة الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- نوردين بطاط. (2019). دور وسائل الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية. مجلة التحدي، 169-180.
- هجيرة بن سفغول، و الهاشمي دبدوش . (2019). الاعلام الجديد وآثاره على قيم الاسرة الجزائرية بين الحتمية القيمية والحتمية التكنولوجية. مجلة الدراسات الاعلامية، 173-190.