

الإعلام الجديد والتظاهرات الرياضية الكبرى

New media and sport events

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة- (الجزائر)
وحدة البحث علوم الإنسان للدراسات الفلسفية
الاجتماعية والإنسانية بجامعة وهران 2

إعلام
اتصال

Mehdi Ferhat *
فرحات مهدي
mehdiferhat@hotmail.com

تاريخ النشر: 2024/08/04

تاريخ القبول: 2024/08/02

تاريخ الإرسال: 2024/02/13

الملخص:

يتناول هذا المقال، التفاعل المتزايد بين التظاهرات الرياضية الكبرى ووسائل الإعلام الجديدة في عالم متسارع التغيير، حيث أصبحت وسائل الإعلام الجديدة، ولا سيما، شبكات التواصل الاجتماعي، أداة رئيسة لتشكيل ونقل التجارب الرياضية. ويعكس هذا التفاعل تأثيراً إيجابياً في تعزيز التواصل والتفاعل مع الجماهير، وزيادة الوعي الإعلامي حول التظاهرات الرياضية. كما يساهم في تحفيز استراتيجيات التسويق وجذب الرعاية من خلال توظيف وسائل الإعلام الجديدة لتعزيز المشاركة وبناء علاقات أقوى. يُظهر هذا التفاعل التطور الديناميكي للرياضة كظاهرة عالمية تتفاعل مع مفهوم التواصل الحديث والتكنولوجيا. عرضنا في هذا المقال تجربة ألعاب بحر الأبيض المتوسط وهران 2022 في طبعها 19، من خلال عرض لعلاقة هذه التظاهرة والإعلام الجديد.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد؛ تظاهرات رياضية؛ اتصال؛ تسويق؛ شبكات تواصل اجتماعي؛ سياحة؛ رياضة

Abstract:

This article addresses the growing interaction between major sporting events and new media outlets. In a rapidly changing world, new media, especially social media networks, have become a key tool for shaping and transmitting sports experiences. This interaction reflects a positive impact on enhancing communication and interaction with audiences, and raising media awareness about sports events. It also contributes to stimulating marketing strategies and attracting sponsors by employing new media to promote participation and build stronger relationships. This interaction shows the dynamic evolution of sport as a global

* المؤلف المراسل: mehdiferhat@hotmail.com

phenomenon that interacts with the concept of modern communication and technology. In this article we presented the experience of Mediterranean and Horan Games 2022 in its 19th edition, through a presentation of the relationship of this event and the new media.

Keywords: New Media; Sports Events; Communication; Marketing; Social Networking; Tourism; Sport

1. مقدمة:

في عالمنا المعاصر، تتزايد أهمية التظاهرات الرياضية الكبرى وتأثيرها، خاصة مع تطور وسائل الإعلام الجديدة، حيث يعد الإعلام الجديد، ومنه شبكات التواصل الاجتماعي، أداة حيوية تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل وتوجيه الرؤى والتفاعلات حول هذه الفعاليات الرياضية. وسائل الإعلام الجديدة تقدم منصة ديناميكية لنقل الأحداث الرياضية على نطاق واسع، حيث يمكن للجماهير متابعة البطولات والمنافسات بسهولة من أي مكان في العالم. ويتيح لهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل المباشر مع الفعاليات الرياضية. إنّ تكامل التظاهرات الرياضية الكبرى مع وسائل الإعلام الجديدة يعزز من التفاعلية وقوة التأثير.

إنّ الاستراتيجيات التسويقية تتيح الوصول الشامل عبر وسائل الإعلام الجديدة من خلال توجيه الحملات الترويجية بشكل دقيق نحو الجماهير المستهدفة. بالإضافة إلى ذلك، تعزيز التفاعل المستمر مع الجماهير الولاء للعلامة التجارية ويسهم في تحفيز المشاركة في الفعاليات الرياضية.

2. التظاهرات الرياضية الكبرى ووسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي:

وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا حيويًا في توجيه الانتباه إلى التظاهرات الرياضية الكبرى. ويتم استخدام وسائل الإعلام لتغطية الأحداث الرياضية ونقل التفاصيل الهامة للجمهور. شبكات التواصل الاجتماعي، مثل تويتر وفيسبوك وإنستجرام، تسهم في تكامل هذه التغطية وتوفير منصة للجماهير للتفاعل والمشاركة في الحدث.

محتوى شبكات التواصل الاجتماعي:

نمت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وأصبحت وسيلة مميزة للاتصال والتفاعل لملايين الأشخاص حول العالم. ومع ذلك، خلف الواجهة السهلة الاستخدام والتي تبدو بريئة لهذه المنصات توجد استراتيجيات اتصال متطورة تهدف إلى التأثير بمهارة على المستخدمين. في الواقع، تعد شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من مجتمعنا وهي أرض خصبة لدراسة الرسائل اللاشعورية والتي يمكن دراستها من الجانب السيميائي للشبكات الاجتماعية واستخدامها للرسائل اللاشعورية⁽¹⁾.

الرسائل اللاشعورية هي محفزات يتم تقديمها للفرد دون وعيه. يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لنقل الرسائل اللاشعورية بطرق مختلفة. إحدى الاستراتيجيات الأكثر شيوعاً هي استخدام ألوان ورموز محددة لنقل المشاعر أو الأفكار. يمكن استخدام الألوان الزاهية والجذابة لتشجيع المستخدمين على التفاعل مع محتوى معين، بينما يمكن استخدام الألوان الداكنة والمحبطة للتأثير على مزاج المستخدمين. غالباً ما يتم الاستعانة بأطباء نفس ومختصين في الرسائل اللاشعورية لتحديد طبيعة المحتويات والأهداف المرجوة منها في هذا المجال أصبحت التطورات التقنية تتماشى مع هذه المعطيات لتصبح مجال فني قائم بذاته كـ "الواقع الفائق".

ويمكن أيضاً الاعتماد على الرموز المستخدمة على شبكات التواصل الاجتماعي لنقل الرسائل اللاشعورية والرموز التعبيرية، لتستخدم على نطاق واسع عبر هذه الشبكات، للتعبير عن المشاعر ومع ذلك، يمكن استخدامها أيضاً لنقل أفكار أو مفاهيم محددة، كاستخدام بعض الرموز التعبيرية في الإعلان لإثارة رد فعل عاطفي من المستخدمين⁽²⁾. استعمال "الايموجي" وهي عبارة على إيقونات تعبر على مختلف المشاعر الإنسانية الممكنة كالغضب أو الفرح أو الحزن.. الخ لتصبح كمرجعيات في تقييم المحتويات من حيث القبول من عدمه وكذلك خاصية المشاطرة والتي توحى بدرجة الاهتمام بالمحتوى المقدم على مختلف مستوياته ومجالاته.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أيضاً استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لنقل الرسائل اللاشعورية باستخدام تقنيات محددة للاستهداف. يمكن استخدام خوارزميات التي تستخدمها شبكات التواصل الاجتماعي لاستهداف جماهير معينة بناءً على أعمارهم وجنسهم وموقعهم الجغرافي وتركيزهم. يمكن بعد ذلك أن تتعرض هذه الجماهير

المستهدفة لرسائل لا شعورية محددة، بناءً على خصائصها الديموغرافية واهتماماتها(3). في هذه المرحلة يمكن الحديث عن التسويق والترويج الإلكتروني والذي سوف نخصص له حيزاً في دراستنا.

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أداة اتصال وتسويق أساسية، لكن استخدامها للرسائل اللاشعورية يثير أسئلة أخلاقية. يمكن أن يتعرض المستخدمون لرسائل لا شعورية دون أن يكونوا على دراية بها، مما قد يؤثر على سلوكهم وقراراتهم. هذا هو السبب في أنه من المهم مواصلة البحث في استراتيجيات الاتصال التي تستخدمها شبكات التواصل الاجتماعي، لفهم أفضل لكيفية التأثير على المستخدمين وإنشاء النهج شبه البيولوجي للشبكات الاجتماعية، وبالتالي فهي منهجية بحثية مهمة بالرسائل اللاشعورية والعلامات الموجودة على هذه المنصات. هذه الطريقة ذات أهمية كبيرة لفهم كيفية تفاعل المستخدمين مع شبكات التواصل الاجتماعي وكيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام⁽⁴⁾.

يجعل التحليل شبه البيولوجي للشبكات الاجتماعية من الممكن فهم الرسائل اللاشعورية المنقولة على هذه المنصات بشكل أفضل. يستخدم الباحثون هذا النهج لتحديد العلامات والرموز المستخدمة في رسائل وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن استخدام هذا التحليل لفهم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام، وكذلك لمساعدة العلامات التجارية على استهداف جمهورها بشكل أفضل والتواصل معهم بشكل فعال⁽⁵⁾.

3. التظاهرات الرياضية الكبرى:

التظاهرات الرياضية الكبرى، مثل دوريات كرة القدم الكبرى أو الألعاب الأولمبية، تجذب انتباه واهتمام الجماهير العالمية. يتم نقل هذه الفعاليات عبر وسائل الإعلام وتحظى بتغطية واسعة من خلال التلفزيون، ووسائل الإعلام الرقمية، وشبكات التواصل الاجتماعي. يمكن للرعاة والإعلانات الاستفادة من هذه الفعاليات للتواصل مع جماهير كبيرة وهي فرصة للترويج على نطاق واسع وعالمي بالنسبة لكبرى الشركات وفي مختلف التخصصات.

4. تجليات التأثيرات على التظاهرات الرياضية الكبرى من خلال وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي:

التسويق والإعلانات: تعتبر التظاهرات الرياضية الكبرى منصة مثالية للشركات للترويج لمنتجاتها وخدماتها. الإعلانات التلفزيونية، والشراكات مع الفعاليات، والحملات على وسائل التواصل الاجتماعي تلقى انتباهاً كبيراً. يساهم توجيه الأضواء نحو التظاهرات الرياضية عبر وسائل الإعلام في توسيع الجمهور وزيادة متابعة الرياضات بشكل عام. يمكن للناس من مختلف الثقافات والبلدان مشاركة تجربة الحدث.

التغطية الشاملة: توفير التغطية الشاملة عبر وسائل الإعلام يمكن الجماهير من متابعة كل تفاصيل الفعاليات والمنافسات، حتى تصبح التجربة أكثر إثارة ومتعة. التفاعل عبر شبكات التواصل: يمكن للجماهير التفاعل مع التظاهرات الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمكنهم التعليق ومشاركة وجهات نظرهم. هذا يعزز التفاعل الاجتماعي ويبني مجتمعاً حول الفعاليات الرياضية.

التأثيرات الإيجابية:

التوعية الرياضية: يساعد التركيز الإعلامي على التظاهرات الرياضية في تعزيز التوعية الرياضية. يمكن للجماهير أن تتعرف على رياضات جديدة وتكتسب معرفة أعمق بالألعاب والرياضين وفي نفس الوقت الانخراط في ممارسة الرياضة عبر النوادي والجمعيات حسب مختلف التخصصات، فمثلاً الألعاب الأولمبية في طوكيو اليابانية سمحت بانخراط جيل جديد في عديد الرياضات الأقل شعبية في عديد الدول كالجيدو والدراجات الهوائية وبعض الرياضات الجماعية⁽⁶⁾.

تعزيز الروح الرياضية: يمكن أن يلعب الإعلام وشبكات التواصل دوراً في تعزيز الروح الرياضية والتفاعل الإيجابي بين الجماهير، حيث يشهد الناس على أفضل المهارات والإنجازات الرياضية.

الرهانات الاقتصادية:

تؤدي التظاهرات الرياضية دوراً كبيراً في الاقتصاد، وتوفير فرص العمل وزيادة الاستثمارات في المدن المستضيفة وهذا ما حدث مع الألعاب المتوسطية وهران 2022 أين عرفت تكوين لجنة تنظيم خاصة تكونت من أكثر من 12 لجنة مختصة وفي كل لجنة عديد من الفرق.

- تأثير التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي على التظاهرات الرياضية:

التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يسهم في زيادة التواصل بين المنظمين والجمهور. يمكن للمنظمين التفاعل مباشرة مع الجماهير، نشر أخبار وتحديثات حية، وجذب انتباه الجماهير بشكل فعال⁽⁷⁾. تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في تحفيز التفاعل الاجتماعي حول التظاهرات الرياضية. حملات التسويق تشجع على استخدام وسم مخصص، مما يجعل الحدث جزءًا من الحوار الاجتماعي الواسع⁽⁸⁾. يعمل التسويق الإلكتروني على زيادة الوعي الإعلامي حول التظاهرات الرياضية، حيث يتم نشر محتوى مبتكر وجذاب لجذب انتباه الجماهير وزيادة التفاعل⁽⁹⁾.

يسمح التسويق الإلكتروني فرصًا لتفاعل الرعاية والشركات مع الجماهير بشكل مباشر، مما يعزز الشراكات ويسهم في دعم الفعاليات الرياضية⁽¹⁰⁾. يقدم التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل فرصًا لقياس تأثير الحملات بشكل دقيق وتحليل بيانات التفاعل، مما يساعد في تحسين الاستراتيجيات التسويقية وهذا لما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من معطيات احصائية وتقنية تسمح للمختصين وغير المختصين معرفة جدوى ورجع صدى العملية التسويقية⁽¹¹⁾، إدماج التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التظاهرات الرياضية يسهم في تحسين تفاعل الجماهير، وتعزيز الوعي الإعلامي، وتعزيز التفاعل الاجتماعي، مع توفير أدوات قوية لقياس وتحليل الأثر.

5. نموذج ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022

انطلاقاً من موقعها الجيوستراتيجي، مدينة وهران "أفري سابقاً"، كانت دائماً مفترق طرق لعديد الحضارات الانسانية وعبر أزمنة مختلفة ومتتابعة، من التواجد البزنطي مروراً بالحضارة الإسلامية من خلال الدولة المرينية وصولاً بالتواجد الأسباني ثم العثماني وأخيراً الحقبة الاستعمارية الفرنسية. هذا الزخم التاريخي المتنوع والمتجذر لمدينة وهران جعلها من بين المدن المتوسطية ذات إشعاع ثقافي وحضاري الذي يمكن لنا التماسه بطريقة محسوسة عبر التنوع المعماري والحضاري للمدينة. لاتزال العديد من الشواهد المعمارية صامدة بل وذات مكانة وظيفية في النسيج العمراني الحديث لمدينة وهران. يوجد العديد من المساجد والكنائس والمعابد تربع العديد من الفضاءات المهمة في مدينة وهران وخاصة في الأحياء العتيقة للمدينة كحي "سيد الهواري" أو "المدينة الجديدة" واللذان لا يزالان يمثلان مركز ثقل تجاري واجتماعي في مدينة وهران رغم المنافسة الصريحة للمدينة الحديثة والتي أصبحت تموقعها في الجهة الشرقية للمدينة. لتصبح مدينة وهران على غرار

عديد المدن المتوسطية تتميز بثنائية معمارية تجعل المتجول فيها ينتقل من حقبة تاريخية إلى أخرى ومن نمط معماري إلى نمط آخر بعبوره طريق أو جسر أو أزقة⁽¹²⁾. البحر الأبيض المتوسط أو كما يسميه المؤرخون بمهد الحضارات " « le berceau des civilisations كان ولا يزال مصدر اشعاع ثقافي وحضاري . المتوسط هو مصدر الهام للذكاء الانساني ومولد للعديد من العلوم على اختلافها فبذكر الحضارة الاغريقية نذكر معها "الفلسفة" و"الرياضيات" وعلى ذكر الحضارة المصرية "الفرعونية" نذكر معها الهندسة والطب.. الخ فالحوض المتوسطي له رمزية حضارية عالمية فرضتها الجغرافيا والتاريخ. مدينة وهران بحكم "متوسطيتها" أصبحت جزءا أصيلا من التاريخ الانساني وتفاعلاته الاجتماعية والانتروبولوجية عبر الازمنة⁽¹³⁾. الزائر لمدينة وهران يمكن له أن يلتمس البعد التاريخي للمدينة من خلال طقوس وعادات سكانها والتي هي عبارة على مزيج من التراث اللامادي من خلال العبارات المستعملة والمتداولة لسكان المدينة والتي نجد لها جذورا "ايتيمولوجية" تارة اسبانية وأخرى عثمانية والعديد منها من الحضارة العربية الاسلامية⁽¹⁴⁾.

اختيار ملف وهران لاحتضان الألعاب المتوسطية في طبعتها 19 جاء على خلفية هذا الرصيد الحضاري والثقافي لمدينة وهران. اللجنة الدولية للألعاب البحر الأبيض المتوسط تولي اهتمام كبير للعمق التاريخي للمدن التي تحتضن هذا العرس المتوسطي بخاصة وأن ميثاق الألعاب المتوسطية يحث في دباخته على أهمية الرصيد الثقافي المشترك لدول بحر الأبيض المتوسط وكذا الحث على نبد جميع أنواع العنصرية والطبقية وتكريس مبادئ المحبة وقبول الآخر والعيش معا كلها تحت عنوان "المتوسط يجمعنا".

- الألعاب المتوسطية من أجل ديناميكية اجتماعية اقتصادية:

الأحداث الرياضية الدولية هي بمثابة فرصة حقيقية للدفع بعجلة النمو بالنسبة للدول وعلى مستويات عدة، ودائما ما تقدم مدينة "برشلونة" كنموذج لانتقال نوعي بعد احتضانها للألعاب الاولمبية 1990 والتي كانت سببا في الانتقال الحضاري لمدينة برشلونة لتصبح من بين المدن الأكثر تطورا والأكثر زيارة في العالم. الأحداث الرياضية الدولية تسمح للعديد من القطاعات الاقتصادية بنوع من الحركية والديناميكية التي تجعل من هذه الأحداث الرياضية "فرصة" ترويجية في المجال السياحي من خلال إبراز التراث المادي

وغير المادي وكذا إبراز القدرات التنظيمية واستعراض للقدرات البشرية والتي تمثل الجانب المهم في مثل هذه التظاهرات.

وهران استفادت بالعديد من المشاريع الخاصة بالمنشآت الرياضية ذات المعايير العالمية، والتي تخضع لمقاييس الجودة والأمان المعمول بهما عالميا. هذه القفزة "النوعية" تحتم على ساكنة وهران التعامل مع هذه المنشآت بطريقة احترافية أو بمقاربة "حديثنة" وهذا ما يستدعي الاستعانة بالكفاءة التقنية والعلمية والخروج من التسيير الكلاسيكي المعهود.

مدينة وهران قطب جامعي بامتياز للعديد من التخصصات العلمية والتقنية والأدبية هذه المقومات "الأكاديمية" تجعل من مدينة وهران منبع لإطارات وكوادر وتقنيين في العديد من المجالات وبخاصة المجالات التي لها علاقة بالجوانب التنظيمية للألعاب المتوسطية 2022 والتي تتطلب الاهتمام بكل صغيرة وكبيرة من الصحة إلى البيئة إلى النقل مرورا بالتنظيم الرياضي والأمني. مدينة وهران سوف تصبح عاصمة المتوسط لأكثر من عشر أيام وقبلتنا ل 4000 رياضي من 25 بلدا متوسطيا. ومن أجل التسيير حسن سوف يتم الاستعانة ب أكثر من 4500 متطوع موزعين على 12 لجنة مختصة منضوية تحت اللجنة التحضيرية لألعاب بحر الأبيض المتوسط وهران 2022 ابراز المتطوعين كعامل بشري مهم من ضمن المؤشرات الايجابية لنجاح أي حدث رياضي دولي. فمتطوع الألعاب هو المرأة العاكسة للمجتمع بالنسبة لزوار مدينة وهران. بالإضافة للمرافقة والتوجيه، المتطوع له دور حضاري في ابراز الجانب الانساني النبيل والتي تسعى "الرياضة" والروح "الأولمبية" ترسيخها من خلال الاحداث الرياضية التي تقرب الشعوب على اختلاف ثقافتها. المتطوع في هذه الألعاب كان بمثابة الرأس المال الحقيقي والانساني بما يعكسه من ثقافات وممارسات اجتماعية تعكس الارث الثقافي للجزائر.

6. الألعاب المتوسطية والثورة الرقمية:

طبعة وهران التاسعة عشر كانت اتصالية بامتياز والاكثر تداولاً عبر الحوامل الرقمية بمختلف أنواعها (فايسبوك، انستغرام، تيك توك، سناب...الخ) فالمشهد الإعلامي العالمي أصبح يعج بالتقنيات الرقمية والتطبيقات المتاحة عبر الهواتف الذكية التي أصبحت امتدادا طبيعيا للجماهير وللرياضيين وللمنظمين..الخ حاليا لم تعد التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية الكبرى حكرا على المؤسسات الإعلامية وفقط بل أصبحنا نعيش بروز

الصحافة الرقمية و"صحافة المواطن" وكذلك "صناع المحتوى" الذين أسسوا لأنفسهم مكانة وجمهور متابع لما يقدموه عبر شبكات التواصل الاجتماعي. تعدّ التغطية الإعلامية لألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022 من بين أهم الأولويات لإنجاح هذه الطبعة لهذا تم استحداث لجنة الإعلام والاتصال والعلاقات مع الصحافة من مهامها توفير جميع الوسائل التقنية للصحفيين المعتمدين لتغطية الحدث الرياضي عالميا من خلال الصحافة العالمية ووطنيا عبر وسائل الإعلام الوطنية. إن الجانب الترويجي للألعاب يمر عبر القنوات الإعلامية وعبر إستراتيجية ترويجية هدفها إبراز الجوانب الايجابية لألعاب البحر الأبيض المتوسط كالحملات التحسيسية والمواطنانية التي تسهر عليها لجنة التكوين والتطوع، أو كإبراز الاحداث الرياضية قبل الألعاب "الاحداث التجريبية" وأثناء الألعاب.

7. ألعاب البحر الأبيض المتوسط كإرث حضاري لمدينة وهران:

من بين الأهداف السامية لألعاب البحر الأبيض المتوسط هو الارث المادي واللامادي الذي تتركه الألعاب لمدينة وهران. أما الارث المادي فقد تطرقنا له من خلال المنشآت القاعدية المخصصة للألعاب والذي هو بمثابة مكسب حقيقي لمدينة وهران. أما الارث اللامادي فهي الشحنة الايجابية والديناميكية التي اكتسبتها المدينة على خلفية تعبئة المواطنين والمجتمع المدني والمتطوعين لإنجاح طبعة وهران ومنه اكتساب كفاءات جديدة وشابة يمكن لها النهوض بالعديد من القطاعات الحيوية وعديد المجالات. وكذلك الارث الرمزي وله دلالات قوية من حيث القابلية الحضارية في استقبال الآخر والانفتاح على الآخر بدون عقد أو عصبية وهذا الجانب السيكلوجي له أهمية قصوى مع الافاق المستقبلية لمدينة وهران كحاضنة وعاصمة للمتوسط.

طبعة وهران التاسعة عشر نظمت في ظروف صحية استثنائية على خلفية جائحة كورونا التي أثرت سلبا على العالم بأكمله وفي جميع المجالات وهذا ما فرض على المنظمين تأجيل الألعاب بسنة واحدة وهذا ما جعل من الطبعة التاسعة عشر مرادفة لعودة "الحياة الطبيعية" وعودة الامل لشعوب المتوسط. لتصبح وهران المدينة الحاملة لآمال وتطلعات شباب بحر الأبيض المتوسط.

أضحت التظاهرات الرياضية الكبرى والوسائل الإعلامية وجهان لعملة واحدة، ليصبح الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي ضمن المخططات الاستراتيجية لنجاح أي ظاهرة

رياضية على المستوى الدولي. لننتقل من باراديغم كلاسيكي كان يولي الاهتمام الحصري بالقنوات الناقلة والإعلام الثقيل إلى باراديغم متشعب يجعل من محتوى الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي مركز ثقل مهم ومحدد لنجاح أي استراتيجية اتصالية للأحداث الرياضية الكبرى.

قائمة المراجع والمصادر:

- 1- Barthes, R. (1964). *Eléments de sémiologie*. Paris: Seuil.
- 2- De Saussure, F. (1916). *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot.
- 3- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana University Press.
- 4- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- 5- Fiske, J. (2010). *Introduction to communication studies*. Routledge.
- 6- تقارير عن اللجنة الأولمبية الدولية 6 CIO
- 7- Kaplan: , A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. "Business Horizons," 53(1), 59-68.
- 8- Clavio, G., & Walsh, P. (2014). Social Media and Sports Marketing: Examining the Motivations and Constraints of Consumers' Interaction on Twitter. "International Journal of Sport Communication," 7(4), 537-557.
- 9- Smith, A. N., & Stewart, B. (2012). Olympic media: Inside the biggest show on television. "Routledge".
- 10- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. "Business Horizons," 52(4), 357-365.
- 11- DeLorme, D. E., & Reid, L. N. (1999). Elements of Successful Event Sponsorship: A Case Study. "Journal of Promotion Management," 5(3-4), 123-148.
- 12- Clé d'Oran, Guide touristique, Ed spot, Oran 2010.
- 13- مخرجات وتوصيات وثيقة الألعاب المتوسطية (La charte des JM)
- 14- Houari Chaila, Oran: histoire d'une ville, Ed Edik, 2002.