



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



عنوان الأطروحة:

واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري

- دراسة ميدانية على عينة من ممارسي الإعلام الرياضي -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة الدكتورة:

خالدة هناء سيدهم

إعداد:

نور العابدين قوجيل

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
سمير رحمانى	أستاذ محاضر - أ-	جامعة باتنة 1	رئيسا
خالدة هناء سيدهم	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	مشرفا ومقررا
محمد فدل	أستاذ محاضر - أ-	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشاً
سليمان لاوسين	أستاذ التعليم العالي	جامعة البويرة	عضوا مناقشاً
زهير بوعزيز	أستاذ محاضر - أ-	جامعة أم البواقي	عضوا مناقشاً
عبد الوهاب زاوي	أستاذ محاضر - أ-	جامعة المسيلة	عضوا مناقشاً

السنة الجامعية: 2019-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله عز وجل الذي وفقني لإنجاز هذه الدراسة والذي ألهمني

الصحة والعافية لإتمامها.....

وأسأله عز وجل أن يكون جهدي فيها خالصا لوجهه الكريم...

أسمى عبارات الشكر والتقدير للأستاذة المشرفة أ/د خالدة هذاء سيدهم

التي كانت سندنا كبيرا لي وأمدتني بالقوة لإنجاز هذه الأطروحة وساعدتني

بتوجيهاتها ونصائحها، بارك الله في علمك ودام عطاؤك...

أشكر أعضاء إدارة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بجامعة باتنة 1

على رأسهم الدكتور تومي عبد الرزاق على مساعداتهم لي...

الشكر موصول لأعضاء لجنة المناقشة على تكريمهم بقبول قراءة

ومناقشة هذه الأطروحة...

والشكر أخيرا وليس آخرا لكل من مد لي يد العون

ولو بدعاء خالص بالتوفيق والسداد

نور العابدين قوجيل

فهرس المحتويات

أولا: فهرس المواضيع

شكر وتقدبر

فهرس المواضيع

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة.....أ

الإطار المنهجي للدراسة

- I- إشكالية الدراسة.....ص26
- II- أهداف الدراسة.....ص29
- III- أهمية الدراسة.....ص30
- IV- أسباب ومبررات اختيار الموضوع.....ص30
- V- الدراسات السابقة.....ص31
- VI- الخلفية النظرية للدراسة.....ص69
- VII- تحديد المفاهيم والمصطلحات.....ص84
- VIII- مجتمع البحث وعين الدراسة.....ص85
- IX- نوع الدراسة ومنهجها.....ص86
- X- أدوات جمع البيانات.....ص89

الإطار النظري للممارسة

الفصل الأول: الممارسة المهنية وأخلاقيات الإعلام

المبحث الأول: الممارسة المهنية في الإعلام

1. تعريف الممارسة.....ص96
2. تعريف المهنة.....ص96
3. أهمية الممارسة المهنية في العمل الإعلامي.....ص98
4. محددات الممارسة المهنية في الإعلام.....ص98
5. معايير الممارسة المهنية في الإعلام.....ص102

المبحث الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية

1. تعريف أخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص107
2. نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص108
3. أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص111
4. دوافع الاهتمام بأخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص112
5. أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص114
6. مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص117
7. أطر تنظيم أخلاقيات المهنة الإعلامية.....ص118
8. أهداف موائيق أخلاقيات العمل الإعلامي.....ص127
9. العلاقات التي تنظمها قواعد السلوك وأخلاقيات المهنة.....ص127
10. أخلاقيات المهنة الإعلامية في ضوء فوائين الإعلام الجزائرية.....ص132
11. أطر تنظيم أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر.....ص145

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

المبحث الأول: الإعلام الرياضي

1. تعريف الإعلام الرياضي.....ص154
2. أهمية الإعلام الرياضي.....ص155
3. عناصر الإعلام الرياضي.....ص155
4. عوامل الإعلام الرياضي.....ص156
5. وظائف الإعلام الرياضي.....ص157
6. خصائص الإعلام الرياضي.....ص160
7. أهداف الإعلام الرياضي.....ص162
8. ركائز الإعلام الرياضي.....ص164
9. التأثيرات السلبية للإعلام الرياضي.....ص165
10. أنواع الإعلام الرياضي.....ص165

المبحث الثاني: المنظومة الإعلامية الرياضية

1. مفهوم المنظومة الإعلامية الرياضية.....ص166
2. عناصر المنظومة الإعلامية الرياضية.....ص166
- 3.1. المنظومة الرياضية الصحفية.....ص167
- 3.2. المنظومة الرياضية الإذاعية.....ص175
- 3.3. المنظومة الرياضية التلفزيونية.....ص177
- 4.3. المنظومة الرياضية الإلكترونية.....ص179

المبحث الثالث: المنظومة الإعلامية الرياضية في الجزائر

1. الصحافة الرياضية في الجزائر.....ص187
2. الإعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر.....ص199
- 1.2 تأسيس القسم الرياضي للإذاعة الجزائرية.....ص199
- 2.2 البرامج والحصص الرياضية في الإذاعة الوطنية.....ص200
3. الإعلام الرياضي التلفزيوني في الجزائر.....ص207
- 1.3 البرامج والحصص الرياضية في التلفزيون العمومي.....ص207
- 2.3 البرامج والحصص الرياضية عبر القنوات الخاصة.....ص215
- 3.3 القنوات الرياضية المتخصصة في الجزائر.....ص219
4. الإعلام الرياضي الإلكتروني في الجزائر.....ص221

الفصل الثالث: القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي

المبحث الأول: عموميات حول القائم بالاتصال

1. مفهوم القائم بالاتصال.....ص232
2. الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال.....ص234
3. خصائص ومميزات القائم بالاتصال.....ص235
4. العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال.....ص236
5. التحديات التي تواجه القائم بالاتصال.....ص243
6. واجبات وحقوق القائم بالاتصال.....ص245
7. المسؤولية الأخلاقية للقائم بالاتصال.....ص250

المبحث الثاني: الإعلامى الرياضى

1. تعريف الإعلامى الرياضى.....ص254
2. خصائص ومواصفات الإعلامى الرياضى.....ص254
3. التزامات الإعلامى الرياضى.....ص258
4. مصادر الإعلامى الرياضى.....ص260
5. أنواع الإعلاميين الرياضيين.....ص261
6. مفاهيم الإعلامى الرياضى.....ص262
7. الأمن المهنى للإعلاميين الرياضيين.....ص263
8. الكفاءة لوسائل الإعلام الرياضى.....ص264
9. الأنواع الصحفية فى الإعلام الرياضى.....ص270

الإطار التكميلى للمراسلة

المعالجة اللمبية والكيفية للبيانات المبرانية وعرض نتائج الدراسة

1. المعالجة اللمبية والكيفية للبيانات المبرانية.....ص305
2. عرض النتائج الجزئية والعامه للدراسة:
 - أ. النتائج الجزئية للدراسة.....ص405
 - ب. النتائج العامه للدراسة.....ص416
3. توصيات الدراسة.....ص420
- خاتمة.....ص423
- فائمة المصادر والمراجع.....ص425

ثانيا فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
199	الصحف الرياضية الصادرة في الجزائر من 1890 إلى 2020	1
218	الخصص والبرامج الرياضية في الفنون الجزائرية الخاصة	2
221	الخصص والبرامج الرياضية في قناة "الهداف TV"	3
226	المواقع الإلكترونية للهيئات الرياضية الرسمية الجزائرية	4
227	المواقع الإلكترونية للصحف الرياضية الجزائرية	5
227	مواقع الصحف الرياضية الجزائرية الإلكترونية البحثية	6
229	المواقع الإلكترونية الرياضية الجزائرية المتخصصة	7
230	الصفحات الرسمية للنادي الرياضية الجزائرية	8
305	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	9
306	توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	10
307	توزيع مفردات العينة حسب متغير المؤهل العلمي	11
309	توزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص العلمي	12
310	توزيع مفردات العينة حسب متغير قطاع العمل	13
311	توزيع مفردات العينة حسب متغير مجال العمل	14
312	توزيع مفردات العينة حسب متغير لغة العمل	15
314	توزيع مفردات العينة حسب متغير الوضعية المهنية	16
315	توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات الخبرة	17

فهرس المحتويات

316	سبب اختيار المبحوثين لمهنة الإعلام الرياضي	18
317	إجابات المبحوثين بخصوص ممارسة الرياضة	19
319	نوع الرياضة التي يغطيها المبحوثون	20
320	مدى امتلاك المبحوثين لعقد عمل مع المؤسسة التي ينتمون إليها	21
322	مدى استفادة المبحوثين من البطاقة المهنية للصحفي	22
324	مدى استفادة المبحوثين من أجر دائم	23
325	مدى انتظام تلقي الأجر	24
327	مدى تناسب الأجر مع العمل المقدم من طرف المبحوثين	25
328	مدى تلقي المبحوثين لتعويضات عن الأعمال الإضافية التي يقدمونها	26
330	مدى تلقي المبحوثين لتعويضات عن المصاريف الإضافية	27
331	مدى استفادة المبحوثين من التأمين مع المؤسسة التي يعملون معها	28
333	مدى استفادة المبحوثين من الراحة الأسبوعية	29
334	مدى استفادة المبحوثين من العطلة السنوية	30
336	العلاقة بين بين قطاع العمل والاستفادة من الحقوق	31
337	العلاقة بين الاستفادة من الحقوق والوضعية المهنية	32
338	العلاقة بين سنوات الخبرة والاستفادة من الحقوق	33
339	طريقة توظيف المبحوثين في المؤسسة الإعلامية	34

340	مدى خضوع المبحوثين لفترة تدريبية بعد التوظيف	35
341	مدى تلقى المبحوثين لحقوفهم خلال الفترة التدريبية	36
343	مدى استفادة المبحوثين من دورة تدريبية بعد التوظيف	37
344	مدى متابعة المبحوثين غير المتخصصين لدورة تدريبية بعد التوظيف	38
345	مدى متابعة المبحوثين لدورات تدريبية خلال مسارهم المهني	39
346	الجهة المبادرة بتنظيم الدورات التدريبية	40
347	عدد المؤسسات الإعلامية التي يعمل معها المبحوثون	41
349	العلاقة بين قطاع العمل والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية	42
350	مدى وجود علاقة بين الوضعية المهنية والعمل مع أكثر من مؤسسة	43
351	سبب العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية	44
352	عدد المرات التي غير فيها المبحوثون المؤسسة التي يعملون معها	45
353	سبب تغيير المبحوثين للمؤسسة التي يعملون معها	46
354	وصف المبحوثين لعلاقتهم بزملائهم في العمل	47
355	وصف المبحوثين لعلاقتهم برؤسائهم في العمل	48
356	وصف المبحوثين لعلاقتهم بمصادر المعلومات	49
358	مدى تأثير العلاقة بالآخرين على أداء المهنة الإعلامية	50
359	طبيعة تأثير العلاقة بالآخرين على أداء المهنة الإعلامية	51

فهرس المحتويات

360	مدى وجود تمبيرز في المعامله بين العاملبن في القسم الرياضى وزملائهم في الأقسام الأخرى	52
362	طبيعة التميز الموجود بين العاملبن في القسم الرياضى وزملائهم في الأقسام الأخرى	53
363	مدى وجود اختلاف في طبيعة العمل بالقسم الرياضى والعمل في الأقسام الأخرى	54
364	طبيعة الاختلاف الموجود بين العمل في القسم الرياضى والعمل في الأقسام الأخرى	55
365	طريقة إمضاء المبحوثبن لمواضيعهم	56
367	سبب عدم الإمضاء بالاسم الحقيقى	57
368	مدى لجوء المبحوثبن لإخفاء هوياتهم من أجل الحصول على المعلومات	58
369	رأى المبحوثبن في سلوك إخفاء الهوية من للحصول على المعلومات	59
371	مدى اضطرار المبحوثبن لاختلاف حوارات أو تصريحات	60
372	مدى لجوء المبحوثبن لإخفاء حقائق تخص الجهات التى يتعاملون معها	61
373	سبب لجوء المبحوثبن لإخفاء حقائق تخص الجهات التى يتعاملون معها	62
374	مدى نظرف المبحوثبن للحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين	63
375	رؤبة المبحوثبن لانتهاك الحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين	64
377	بوضع العلاقة بين قطاع العمل ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة	65

فهرس المحتويات

378	العلاقة بين سنوات الخبرة والالتزام بأخلاقيات المهنة	66
379	بوضع إجابات المبحوثين حول حجم الخبرة الممنوع لهم	67
380	مدى وجود تدخل في عمل المبحوثين من طرف المسؤولين	68
381	العلاقة بين سنوات الخبرة ووجود تدخل في العمل من طرف المسؤولين	69
382	طبيعة التأثير الذي يحدثه تدخل المسؤولين على عمل المبحوثين	70
383	مدى تعرض المبحوثين لاعتداءات أثناء أدائهم لعملهم أو بمناسبة	71
384	طبيعة الاعتداء الذي تعرض له المبحوثون	72
385	مدى وجود تأثير سلبي للاعتداءات على عمل المبحوثين	73
386	مدى تعرض المبحوثين لحوادث أثناء ممارستهم لمهنتهم	74
387	موقف المؤسسة الإعلامية بعد تعرض المبحوثين لحدث	75
388	مدى تعرض المبحوثين لمناوبات فضائية بسبب عملهم	76
389	موقف المؤسسة الإعلامية بعد تعرض المبحوثين لمناوبات فضائية	77
390	مدى وجود تأثير لموقف المؤسسة على أداء العمل	78
391	طبيعة تأثير موقف المؤسسة على أداء العمل	79
392	مدى إيجاد المبحوثين لصعوبات في الحصول على المعلومات	80
393	العلاقة بين قطاع العمل وإيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات	81
394	العلاقة بين سنوات الخبرة وإيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات	82

فهرس المحتويات

395	كيفية نصرّف المبحوثين في حالة عدم الحصول على المعلومات	83
396	مدى استخدام المبحوثين للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال	84
397	مدى متابعة المبحوثين لدورات تدريبية في استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال	85
398	مجالات استخدام المبحوثين للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال	86
400	طبيعة تأثير التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال على عمل المبحوثين	87
401	التأثيرات الإيجابية للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسة الإعلام الرياضي	88
402	التأثيرات السلبية للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسة الإعلام الرياضي	89

ثالثا فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
102	محددات الممارسة المهنية في الإعلام	1
107	معايير الممارسة المهنية في الإعلام	2
116	أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية	3
156	عناصر الإعلام الرياضي	4
160	وظائف الإعلام الرياضي	5

فهرس المحتويات

162	خصائص الإعلام الرياضي	6
168	مبادئ الصحافة الرياضية	7
174	أنواع الصحافة الرياضية	8
187	المنظومة الإعلامية الرياضية	9
243	العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال	10
257	مواصفات الإعلامي الرياضي	11
260	التزامات الإعلامي الرياضي	12
302	الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي	13
306	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	14
307	توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	15
308	توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	16
310	توزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص العلمي	17
311	توزيع مفردات العينة حسب متغير قطاع العمل	18
312	توزيع مفردات العينة حسب متغير مجال العمل	19
313	توزيع مفردات العينة حسب متغير لغة العمل	20
315	توزيع مفردات العينة حسب متغير الوضعية المهنية	21
316	توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات الخبرة	22

فهرس المحتويات

317	سبب اختيار المبحوثين لمهنة الإعلام الرياضي	23
318	إجابات المبحوثين بخصوص ممارسة الرياضة	24
320	نوع الرياضة التي يغطيها المبحوثون	25
322	مدى امتلاك المبحوثين لعقد عمل مع المؤسسة التي ينتمون إليها	26
323	مدى استفادة المبحوثين من البطاقة المهنية للصحفي	27
325	مدى استفادة المبحوثين من أجر دائم	28
326	مدى انتظام تلقي المبحوثين لأجورهم	29
328	مدى تناسب الأجر مع العمل المقدم من طرف المبحوثين	30
329	مدى تلقي المبحوثين لتعويضات عن الأعمال الإضافية التي يقدمونها	31
331	مدى تلقي المبحوثين لتعويضات عن المصاريف الإضافية	32
333	مدى استفادة المبحوثين من التأمين مع المؤسسة التي يعملون معها	33
334	مدى استفادة المبحوثين من الراحة الأسبوعية	34
335	مدى استفادة المبحوثين من العطلة السنوية	35
340	طريقة توظيف المبحوثين في المؤسسة الإعلامية	36
341	مدى خضوع المبحوثين لفترة تدريبية بعد التوظيف	37
343	مدى تلقي المبحوثين لحفوفهم خلال الفترة التدريبية	38
344	مدى استفادة المبحوثين من دورة تدريبية بعد التوظيف	39

فهرس المحتويات

345	مدى متابعت المبحوثين غير المتخصصين لدورة تدريبية بعد التوظيف	40
346	مدى متابعت المبحوثين لدورات تدريبية خلال مسارهم المهني	41
347	الجهة المبادرة بتنظيم الدورات التدريبية	42
348	عدد المؤسسات الإعلامية التي يعمل معها المبحوثون	43
350	العلاقة بين الوضعية المهنية والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية	44
352	سبب العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية	45
353	عدد المرات التي غير فيها المبحوثون المؤسسة التي يعملون معها	46
354	سبب تغيير المبحوثين للمؤسسة التي يعملون معها	47
355	وصف المبحوثين لعلاقتهم بزملائهم في العمل	48
356	وصف المبحوثين لعلاقتهم برؤسائهم في العمل	49
358	وصف المبحوثين لعلاقتهم بمصادر المعلومات	50
359	مدى تأثير العلاقة بالآخرين على أداء المهنة الإعلامية	51
360	طبيعة تأثير العلاقة بالآخرين على أداء المهنة الإعلامية	52
361	مدى وجود تمييز في المعاملة بين العاملين في القسم الرياضي وزملائهم في الأقسام الأخرى	53
363	طبيعة التمييز الموجود بين العاملين في القسم الرياضي وزملائهم في الأقسام الأخرى	54
364	مدى وجود اختلاف في طبيعة العمل بالقسم الرياضي والعمل في الأقسام	55

فهرس المحتويات

	الأخرى	
365	طبيعة الاختلاف الموجود بين العمل في القسم الرياضي والعمل في الأقسام الأخرى	56
366	طريقة إمضاء المبحوثين لمواضيعهم	57
368	سبب عدم الإمضاء بالاسم الحقيقي	58
369	مدى لجوء المبحوثين لإخفاء هوياتهم من أجل الحصول على المعلومات	59
370	رؤيت المبحوثين لسلوك إخفاء الهوية من أجل الحصول على المعلومات	60
372	مدى اضطراب المبحوثين لاختلاف حوارات أو تصريحات	61
373	مدى لجوء المبحوثين لإخفاء حقائق تخص الجهات التي يتعاملون معها	62
374	سبب لجوء المبحوثين لإخفاء حقائق تخص الجهات التي يتعاملون معها	63
375	مدى نظرف المبحوثين للحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين	64
377	رؤيت المبحوثين لانتهاك الحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين	65
379	حجم الحرية الممنوح للمبحوثين	66
381	مدى وجود تدخل في عمل المبحوثين من طرف المسؤولين	67
382	طبيعة التأثير الذي يحدثه تدخل المسؤولين على عمل المبحوثين	68
384	مدى تعرض المبحوثين لاعتداءات أثناء أدائهم لعملهم أو بمناسبة	69
385	طبيعة الاعتداء الذي تعرض له المبحوثون	70

386	مدى وجود تأثير سلبي للاعتمادات على عمل المبحوثين	71
387	مدى تعرض المبحوثين لحوادث أثناء ممارستهم لمهنتهم	72
388	موقف المؤسسة الإعلامية بعد تعرض المبحوثين لحوادث	73
389	مدى تعرض المبحوثين لمنابع فضائية بسبب عملهم	74
390	موقف المؤسسة الإعلامية بعد تعرض المبحوثين لمنابع فضائية	75
391	مدى وجود تأثير لموقف المؤسسة على أداء العمل	76
392	طبيعة تأثير موقف المؤسسة على أداء العمل	77
393	مدى إيجاد المبحوثين لصعوبات في الحصول على المعلومات	78
395	كيفية تصرف المبحوثين في حالة عدم الحصول على المعلومات	79
397	مدى استخدام المبحوثين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال	80
398	مدى متابعة المبحوثين لدورات تدريبية في استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال	81
399	مجالات استخدام المبحوثين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال	82
400	طبيعة تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على عمل المبحوثين	83
402	التأثيرات الإيجابية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسة الإعلام الرياضي	84
403	التأثيرات السلبية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسة الإعلام الرياضي	85

مقدمہ

مقدمة

شهدت الساحة الإعلامية الجزائرية منذ انفتاح القطاع السمعي البصري ميلاد العديد من القنوات الفضائية والجرائد المطبوعة والإلكترونية التي اتخذت من الرياضة موضوعها الرئيسي والتي تعالج مختلف القضايا التي لها علاقة بالنشاط البدني والرياضي، وأدت زيادة الاهتمام بالإعلام الرياضي إلى تحوُّله لقبلة لعدد معتبر من الممارسين والإعلاميين الرياضيين الذين يتولون نقل الحقائق للجماهير على الصعيد المحلي، الوطني والدولي.

وفرض التزايد الكبير للإعلاميين الرياضيين في الساحة الإعلامية الجزائرية ظهور واقع خاص بهم على المستويين المهني والاجتماعي يستدعي دراسته والتعمق فيه والبحث عن سبل تحسينه من أجل توفير الجو المناسب لممارسة المهنة وفق ما تفرضه التشريعات والقوانين.

ونظرا لتركيز أغلب الدراسات الأكاديمية على القائمين بالاتصال بصفة عامة وعدم تخصيص كل فئة منهم بدراسات مستقلة وذلك على الرغم من كثرة التخصصات (سياسية، دينية، ثقافية، اجتماعية، عسكرية، رياضية وغيرها) وخصوصية العمل في كل واحد منها وكذا قلة الدراسات التي اهتمت بالإعلاميين الرياضيين خصوصا، فقد جاءتنا فكرة هذه الدراسة التي تسعى إلى تسليط الضوء على الواقع المهني للإعلاميين الرياضيين في الجزائر من خلال طرح مجموعة من الأسئلة التي تهدف لمعرفة الظروف التي يمارس فيها هؤلاء نشاطهم والكشف عن حقيقة أوضاعهم المهنية والاجتماعية.

وتضمنت الدراسة إطارا منهجيا تم فيه تحديد الإشكالية وضبط الإجراءات المنهجية لها، ثم إطارا

نظريا ضم 03 فصول على النحو التالي:

الفصل الأول بعنوان الممارسة المهنية وأخلاقيات المهنة الإعلامية، تم التطرق فيه لمفهوم

الممارسة المهنية وأهميتها ومعاييرها إلى جانب الحديث عن أخلاقيات المهنة الإعلامية.

الفصل الثاني بعنوان الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية، تناولت فيه كل الجوانب

التي تخص الإعلام الرياضي بالإضافة للتعريف بالمنظومة الإعلامية الرياضية وبمختلف عناصرها (المنظومة

الصحفية، المنظومة الإذاعية، المنظومة التلفزيونية والمنظومة الإلكترونية).

الفصل الثالث بعنوان القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي، تم فيه التعريف بالإعلامي الرياضي

وبخصوصياته المهنية والشخصية، إلى جانب تخصيص قسم للحديث عن الأنواع الصحفية في الإعلام

الرياضي وخصائص الكتابة لوسائل الإعلام الرياضي.

أما الإطار التطبيقي فقد تم تخصيصه للمعالجة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة من خلال قراءة

الجداول والتعليق عليها وتحليلها ثم عرض النتائج النهائية للدراسة والتي تم بناء عليها تقديم مجموعة من

التوصيات والاقتراحات التي يأمل الباحث في أن تتجسد على أرض الواقع من أجل معالجة النقائص

الموجودة وتحسين الأوضاع المهنية والاجتماعية للإعلاميين الرياضيين الجزائريين.

الإطار المنهجي

للدراصة

I. إشكالية الدراسة:

يعتبر الإعلام جزء رئيسيا من حياة الأفراد والجماعات إذ يؤدي دورا حيويا في تكوين الرأي العام وتنمية المجتمعات، كما أنه يمثل ظاهرة دولية وعالمية حيث يساهم في إشباع الحاجات المادية والمعنوية للأفراد، لذلك فقد تركزت جهود الباحثين في شتى المجالات حول سبل تطوير وامتلاك الوسائل والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، التي تحولت إلى ميدان للتنافس بين القوى الدولية الكبرى لما لها من تأثير بالغ على مختلف فئات المجتمع، كما يمكن القول أن وسائل الإعلام الحديثة أصبحت الموجه الأكبر والسلطة المؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات وهي تعمل على تكوين القناعات الفكرية والمواقف السلوكية عن طريق نشر الآراء والأفكار.

ووسائل الإعلام مرت بالعديد من التطورات قبل الوصول إلى ما هي عليه الآن، فقد كان الأفراد في العصور القديمة يتبادلون الرسائل عن طريق وسائل بدائية، لكن مع قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات حدثت ثورة في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية فظهر التلفزيون والإذاعة والسينما... الخ، واستمر هذا التطور بظهور الانترنت والفضائيات والأقمار الصناعية التي فرضت واقعا إعلاميا مغايرا وفتحت آفاقا جديدة للعاملين في هذا المجال.

ولم تقتصر التغييرات التي شهدتها مجال الإعلام والاتصال على الوسائل، بل شملت حتى المضامين التي تعددت بين الاجتماعية، العسكرية، الثقافية، السياسية، الرياضية، الأسرية، التربوية... الخ، مما أدى إلى التخصص في الإعلام وظهور ما يسمى بالإعلام المتخصص الذي يمكن القول أنه بدأ بمعناه الصحيح والحقيقي في القرن 19 وذلك عن طريق الملاحق التي تفرعت عن الصحف الكبيرة في فرنسا وكانت تقدم أخبارا ومعلومات دقيقة ومفصلة حول موضوعات محددة وهم فئة معينة من المتلقين فظهرت تسميات

جديدة على غرار الإعلام العسكري، الإعلام الأسري، الإعلام الثقافي، الإعلام التربوي، والإعلام الرياضي الذي سيكون محور هذه الدراسة، فهو يعتبر أحد فروع الإعلام وهو يتخذ من النشاط البدني والرياضي ميدانه الأساسي ويتتبع أخبار الرياضات والرياضيين ويحرص على توصيلها إلى الجماهير المهتمة وينشر المعلومات والحقائق الرياضية ويشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية، كما يعتبر منبرا إعلاميا مهما مرافقا للإنجازات والمكاسب الرياضية، من خلال تغطيته لمختلف الأنشطة الرياضية داخليا وخارجيا فهو بمثابة الوسيط بين الجماهير وممارسي الرياضة، والملاحظ أن السنوات الأخيرة شهدت تزايدا ملحوظا في الاهتمام بالرياضة عموما وبكرة القدم خصوصا، وهذا الواقع الجديد أفرز زيادة في الوقت والمساحة المخصصة للأخبار الرياضية عبر مختلف وسائل الإعلام بل أصبحت هناك قنوات تلفزيونية وصحف ومواقع الكترونية متخصصة في الرياضة أشهرها باقة الجزيرة الرياضية، "أورو سبور"، La gazetta dello sport (إيطاليا)، Marca (إسبانيا)، The Sun (انجلترا)، L'équipe و France Football (فرنسا)، منتديات كووورة، www.goal.com، www.Korabia.com، www.sport4ever.net... الخ.

ولم يختلف الوضع في الجزائر عما هو واقع في باقي دول العالم، حيث شهدت الساحة الإعلامية العديد من التحولات بداية بدستور فبراير 1989 الذي أنهى مرحلة الأحادية الحزبية وتقيد الخطاب الإعلامي، فنشأت الصحف الخاصة وتنوعت العناوين ما منح حرية أكبر لممارسي المهنة وتعززت هذه الحرية بقانون الإعلام الصادر في 03 أبريل 1990 حيث نصت المادة الثانية منه على وضع حد لهيمنة الدولة على قطاع الإعلام وكان ذلك إيذانا بتغييرات جديدة إلى أن جاء القانون العضوي للإعلام الصادر في جانفي 2012 الذي أقر بفتح المجال السمعي البصري ومنح حيزا أكبر من الحرية لوسائل الإعلام عامة والوسائل السمعية البصرية خاصة فتعددت الفضائيات والجرائد الخاصة والمتخصصة وأصبح للجزائر قنوات

ومواقع وصحف رياضية متخصصة نذكر منها: المنتخب، صدى الملاعب، الهدّاف، الخبر الرياضي، الكرة، الشباك، قوول، كواليس، Compétition، Le Buteur، Dz Foot، Planète Sport، "الهدّاف TV"... الخ، وحتى القنوات والجرائد غير المتخصصة أصبحت تعطي أهمية بالغة لتغطية الأحداث الرياضية وتمنحها حيزا هاما من وقتها وصفحاتها ما يؤكد الشعبية الكبيرة لها وتأثيرها البالغ، ولعلّ ما خلفته المباراة الشهيرة بين منتخبي الجزائر ومصر لكرة القدم سنة 2009 من أزمة سياسية ودبلوماسية بين البلدين، وحادثة وفاة اللاعب الكاميروني لشبيبة القبائل "ألبرت إيوسي" سنة 2014 وما حظيت به من تغطية إعلامية وطنية ودوليا شأنها شأن قضية مهاجم المنتخب الوطني واتحاد العاصمة سابقا يوسف بلايلي الذي أوقفه الاتحاد الإفريقي لكرة القدم "كاف" عن ممارسة أي نشاط كروي لمدة عامين بسبب تناول مواد محظورة، سوى دليل على هذه الأهمية.

إن النتيجة الطبيعية لمجموع التغييرات التي مرّ بها الإعلام الرياضي في الجزائر تمثلت في ظهور فئة جديدة من الممارسين ممن اختصوا في مجال الاعلام الرياضي من محررين، معلقين، مراسلين، منشطين، مصورين، مدونين وغيرهم، وأصبح هؤلاء واقع مهني خاص بهم يميزهم عن باقي الإعلاميين ويجعل من ممارستهم لمهنتهم يختلف عن الآخرين، ومن هذا المنطلق جاءت فكرة هذه الدراسة التي تبحث في واقع الممارسة المهنية لممارسي الإعلام الرياضي وهي تندرج ضمن التساؤل الرئيسي التالي:

○ ما هو واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري؟

وانطلاقا من الإشكالية السابقة يمكن صياغة التساؤلات الفرعية الآتية:

✓ ما هي السمات الشخصية والمهنية التي يجب أن تتوفر في الإعلاميين الرياضيين الجزائريين

حتى ينجحوا في أداء مهامهم؟

✓ ما هي ظروف عمل الإعلامي الرياضي الجزائري داخل وخارج المؤسسة التي ينتمي إليها؟

✓ ما هي العوامل المهنية وغير المهنية المؤثرة على الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي

الجزائري؟

✓ هل يستفيد الإعلاميون الرياضيون في الجزائر من الحقوق والضمانات التي كفلتها مختلف

النصوص والتشريعات القانونية؟

✓ إلى أي مدى يلتزم الإعلاميون الرياضيون الجزائريون بأخلاقيات المهنة الإعلامية؟

✓ إلى أي مدى أثرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على الممارسين في مجال

الإعلام الرياضي؟

.II أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة الموسومة بـ "واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري" إلى

تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي:

- التعرف على واقع الإعلام الرياضي في الجزائر؛

- دعم البحث الأكاديمي في مجال الإعلام الرياضي؛

- وصف واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي وفق أسس علمية؛

- التعرف على السمات الشخصية والمهنية للإعلاميين الرياضيين الجزائريين؛

- تحديد العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري؛

- التعرف على ظروف عمل الإعلاميين الرياضيين الجزائريين داخل وخارج المؤسسات التي ينتمون إليها؛

- التعرف على إسهامات التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في مجال الإعلام الرياضي؛

- كشف الجوانب الإيجابية للإعلام الرياضي والرد على الاتهامات الموجهة له بنشر العديد من الظواهر السلبية (العنف، الرشوة، الفساد... الخ).

III. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى إلى الحصول على معلومات ومعطيات علمية تفيد في الإجابة عن التساؤلات المطروحة وشرح واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري وفق منهج علمي وذلك في سبيل تحفيز البحث في هذا المجال، كما أن عينة الدراسة تضم جميع الممارسين في مجال الإعلام الرياضي (صحفيين، منشطين، معلقين، مصورين... الخ) وهو ما يعطيها نظرة شمولية مقارنة بالدراسات الأخرى التي ركزت غالباً على العاملين في مجال الصحافة المكتوبة دون سواهم.

IV. أسباب ومبررات اختيار الموضوع:

1. الأسباب الذاتية:

- الميول الشخصي لمجال الإعلام الرياضي بحكم ممارسته منذ أكثر من 19 سنة مع العديد من الجرائد اليومية والمتخصصة في الرياضة وكذا في إذاعة أم البواقي الجهوية، حيث لاحظت أن هناك اختلافاً بين العمل في الإعلام الرياضي والعمل في باقي الميادين من حيث الظروف المهنية، كما توجد صفات وسمات شخصية ومهنية يجب أن تتوفر في كل من يرغب في ممارسة هذه المهنة؛

- الرغبة في التعرف على واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري.

2. الأسباب الموضوعية:

- التأثير البالغ لوسائل الإعلام عموماً والإعلام الرياضي خصوصاً على مختلف شرائح المجتمع؛
- نقص الدراسات الأكاديمية التي اهتمت بدراسة واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي.
- التحولات الجذرية التي شهدتها التشريعات الإعلامية الجزائرية بعد صدور القانون رقم 90-07 والقانون العضوي رقم 12-05 المتعلقين بالإعلام؛
- فتح المجال السمعي البصري وظهور القنوات الخاصة والجرائد المتخصصة وهو ما يفرض إجراء دراسات أكاديمية للتعرف على الواقع الجديد للإعلام في الجزائر؛
- الاهتمام المتزايد بكل ما له علاقة بالرياضة خاصة رياضة كرة القدم من خلال السعي للتعرف على مختلف المستجدات والأخبار الرياضية منها والدولية.

V. الدراسات السابقة:

تكتسي الدراسات السابقة أهمية بالغة بالنسبة للباحث فيما يقوم بإعداده من إجراءات منهجية وتطبيقية في بحثه، وتتجلى هذه الأهمية في كونها تمده بمجموعة من البيانات والمؤشرات التي تساهم في تحديد إطار الدراسة الحالية، فضلاً عن مساعدتها في إجراءات البحث المختلفة سواء ما تعلق بمجتمع الدراسة أو الأداة أو مختلف الإجراءات التي يمر بها البحث وصولاً إلى النتائج.¹

1- أحمد نبيل عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص.ص 255، 256

وفي هذا الإطار اطلع الباحث على مجموعة من الدراسات الجزائرية وغير الجزائرية التي منها ما يتفق مع هذه الدراسة ومنها ما يختلف معها، وقد تم تصنيفها وفق متغيرات الدراسة وهو ما سنرصده في العرض الموالي:

أولاً: الدراسات الجزائرية:

1. الدراسات التي تناولت محور الإعلام الرياضي:

خلال المرحلة الاستطلاعية التي سبقت إعداد هذه الأطروحة عثر الباحث على العديد من الدراسات التي تناولت الإعلام الرياضي الجزائري بأنواعه المختلفة، وفيما يلي الدراسات التي وقع عليها الاختيار بسبب وجود ارتباط بهذه الدراسة والتي سنقسمها بدورها إلى 03 أنواع:

أ. دراسات تناولت الصحافة الرياضية المكتوبة:

الدراسة الأولى: بوحيلة رضوان: "الصحافة الرياضية في الجزائر - دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي "الهداف" و"الخبر الرياضي"-":¹

سعى الباحث لدراسة واقع التحرير والتغطية الصحفية للشؤون الرياضية في الجزائر في كل من يوميتي "الهداف" و"الخبر الرياضي" في الفترة الممتدة من 01 جانفي 2012 إلى 31 ديسمبر 2012 م، وكذا أهم الخصائص الأساسية و الثقافية و المهنية والتدريبية للصحفيين و ظروف العمل السائدة في الصحيفتين محلّ الدراسة وذلك بالإجابة عن التساؤلات التالية:

1- بوحيلة رضوان، الصحافة الرياضية في الجزائر - دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي "الهداف" و"الخبر الرياضي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الدعوة والإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2019

تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ما هي أهم الخصائص الأساسية للصحفيين العاملين في يوميتي "الهدف" و"الخبر الرياضي"؟
 - ما هي العلاقة المهنية والثقافية بالصحافة الرياضية لدى الصحفيين العاملين في يوميتي "الهدف" و"الخبر الرياضي"؟
 - ما هو واقع التدريب المهني للصحفيين العاملين في يوميتي "الهدف" و"الخبر الرياضي"؟
 - ما هي أهم التوجهات المهنية لدى الصحفيين في أداء عملهم في يوميتي "الهدف" و"الخبر الرياضي"؟
 - ما أهم الصعوبات المهنية التي تواجه الصحفيين أثناء أداء عملهم في يوميتي "الهدف" و"الخبر الرياضي"؟
- واعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي واستخدم أسلوب تحليل المضمون على عينة من أعداد يوميتي "الهدف" و"الخبر الرياضي" خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 01 جانفي 2012 إلى 31 ديسمبر 2012، كما وظف استمارة استبيان وزعها على عينة من الصحفيين العاملين في الصحيفتين محلّ الدراسة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:
- ✓ الاهتمام شبه المطلق بتغطية كرة القدم في الصحيفتين الرياضيتين على حساب الألعاب الرياضية الأخرى؛
 - ✓ اعتماد كل من الصحيفتين على المصادر المجهولة (بدون توقيع) بنسب كبيرة مع اختلاف بينهما؛
 - ✓ هيمنة الذكور على العمل في الصحافة الرياضية بأغلبية شبانية و جامعية؛

✓ ولوج كثير من الإطارات للعمل الصحفي الرياضي عن تخصصات أخرى قريبة كعلم الاجتماع والأدب و بعيدة كالهندسة والتجارة؛

✓ أقدمية مهنية متوسطة لمجمل العاملين في الصحيفتين الأمر الذي يفسر قلة وجو الخبراء والنقاد الرياضيين؛

✓ يتميز الصحفيون بالجريدتين بميول رياضية و علاقة بالمجال الرياضي بدرجة عالية وثقافة مقبولة في مجال كرة القدم مع تفضيل للغة الإعلامية في التحرير الصحفي بصدق وموضوعية بالرغم من وجود ارتباطات عاطفية رياضية؛

✓ لم يستفد أغلبية الصحفيين من دورات تدريبية و تأهيلية في العمل الصحفي الرياضي سواء لعدم وجودها أصلا داخل الوطن أو لأسباب بيروقراطية غير موضوعية؛

✓ معظم الصحفيين يجدون صعوبة في الوصول إلى مصدر المعلومة كما أقرؤا بوجود رقابة وضغوط أثناء أداء عملهم و معظمها كانت أسباب ميدانية و ليست قانونية وتشريعية.

الدراسة الثانية: رضوان جدي: الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية – المفهوم والممارسة

من خلال صحافيي "الهدّاف"-¹:

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الانحراف عن أخلاقيات الممارسة الصحفية الرياضية حيث

طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي:

هل يلتزم صحافيو "الهدّاف" بالأخلاقيات المهنية الصحفية؟

والتساؤلات الفرعية التالية:

● ما هي العوامل المؤثرة على عناصر السلوك المهني أثناء ممارسة الصحفي الرياضي لمهنته؟

1- رضوان جدي، الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية – المفهوم والممارسة من خلال صحافيي "الهدّاف"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص تشريعات إعلامية، جامعة الجزائر3، 2011.

- هل هناك ضغوطات تواجه صحفيي "الهدّاف" أثناء ممارسة مهنتهم؟
 - هل صحفيو "الهدّاف" متطلعون على تشريعات الإعلام وأخلاقيات المهنة؟
 - ما موقع أخلاقيات المهنة ضمن التشريع الإعلامي الجزائري؟
- وظّف الباحث المنهج الوصفي باستخدام أداتين رئيسيتين هما المقابلة مع رئيس تحرير جريدة "الهدّاف" ومساعد رئيس التحرير، والاستبيان الذي شمل 30 صحافيا عاملا بالجريدة.

النتائج:

- ✓ أقل الصحفيين خبرة هم الأكثر التزاما بالواجبات التي أتى بها ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية؛
- ✓ غياب معايير دقيقة تضبط الالتحاق بمهنة الصحافة الرياضية فتح المجال لدخول كوادر غير مؤهلة؛
- ✓ أغلب أفراد العينة ذكور ولديهم مستوى جامعي؛
- ✓ اعترف أغلب أفراد العينة بأنهم مناصرون لفرق محددة وهو ما يعني غياب الحياد والموضوعية في كتاباتهم؛
- ✓ ظروف عمل الصحفيين لا توفر لهم الحماية من الإغراءات؛
- ✓ يجد أغلب أفراد العينة صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات.

الدراسة الثالثة: حمدادو وليد: "دور الصحافة الرياضية المكتوبة في إنجاح الاحتراف في كرة القدم في

الجزائر - يومية كومبوتيسيون أنموذجا-"¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مساهمة الصحافة المكتوبة الجزائرية والرياضية المتخصصة على وجه التحديد في نجاح مشروع الاحتراف الرياضي في الجزائر، وانطلق الباحث من التساؤل الرئيسي التالي:

1- حمدادو وليد، دور الصحافة الرياضية المكتوبة في إنجاح الاحتراف في كرة القدم في الجزائر -يومية كومبوتيسيون أنموذجا-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، تخصص الإعلام الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2011-2012.

هل الصحافة المكتوبة في الجزائر قادرة على مسايرة منظومة الاحتراف الرياضي؟ وكيف تساهم في

إنجاحه؟

والتساؤلات الفرعية التالية:

● هل نقص الوعي لدى الجمهور والرياضيين يؤدي إلى انتشار الأفكار الفوضوية وانخفاض القيم

التربوية مما يؤدي إلى تصرفات غير مسؤولة تعيق الصحفي في تأدية مهامه؟

● هل الصحفي الرياضي الجزائري بإمكانه التكيف مع نظام الاحتراف الرياضي في كرة القدم والإسهام

في نجاحه والترويج له؟

● هل عدم توفر ملاعب كرة القدم للأندية المحترفة على منصات للصحفيين وقاعات للندوات

الصحفية ومناطق لإجراء الحوارات يصعب من مأمورية الصحافة المكتوبة في إنجاح مشروع الاحتراف

الرياضي في كرة القدم بالجزائر؟

● هل عدم توفير الحماية اللازمة للصحفيين يُعجل بفشل الصحافة المكتوبة في إنجاح مشروع

الاحتراف الرياضي في الجزائر؟

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من مسيرين في الأندية

المحترفة وصحفيين في جريدة كومبتيسيون.

النتائج:

✓ الصحافة المتخصصة في الجزائر لا يمكنها مسايرة منظومة الاحتراف وهي بحاجة إلى رسكلة

الصحفيين وتكييفهم مع هذا النمط الجديد؛

✓ أغلبية صحفيي يومية كومبتيسيون يفتقرون للخبرة اللازمة ولا يخضعون لدورات تكوينية بشكل

منتظم؛

✓ من بين الأسباب الرئيسية التي تعيق الصحفي المختص في المساهمة في إنجاح مشروع الاحتراف في الجزائر عدم تأهيل المنشآت الرياضية وملاعب كرة القدم وعدم تزويدها بمنصات للصحفيين وقاعات للندوات الصحفية.

الدراسة الرابعة: عبد العالي مولود مزغيش: "القيم الخيرية في الصحافة الرياضية الجزائرية - دراسة تحليلية للأخبار الرياضية في جريدة الخبر الرياضي"¹:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الأخبار الرياضية في جريدة الخبر الرياضي والكشف عن القيم الإخبارية التي تحملها من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي القيم الإخبارية التي تركز عليها صحيفة الخبر الرياضي وما هي العوامل المؤثرة في تشكيلها وصياغتها؟

والتساؤلين الفرعيين التاليين:

- ما هي القيم الإخبارية الأكثر حضوراً في يومية الخبر الرياضي دون سواها؟
 - هل تتأثر القيم الإخبارية بتغطية يومية الخبر الرياضي للمواعيد الرياضية الكبرى؟
- اعتمد الباحث على المنهج المسحي باستخدام أداتي تحليل المضمون لعينة مكونة من 14 عدداً من يومية الخبر الرياضي والاستبيان لعينة قوامها 38 صحفياً بالجريدة محل الدراسة.
- وتوصل الباحث لعدة نتائج أهمها:

✓ تركز جريدة الخبر الرياضي على قيم الآنية والصراع والشهرة بالدرجة الأولى على حساب القيم الأخرى؛

1- عبد العالي مولود مزغيش، القيم الخيرية في الصحافة الرياضية الجزائرية - دراسة تحليلية للأخبار الرياضية في جريدة الخبر الرياضي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2014.

✓ تشكل الإثارة هاجسا عند الكثير من الصحفيين مما يشكل عائقا أمام الممارسة الموضوعية للفعل

الإعلامي؛

✓ تعتمد جريدة الخبر الرياضي على الصحفيين الذكور بالدرجة الأولى وذلك على غرار أغلب

الصحف الرياضية الأخرى.

ب. دراسات تناولت الإعلام الرياضي التلفزيوني:

الدراسة الأولى: عطاء الله طريف، دور التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية –

دراسة ميدانية على عينة من جمهور جامعة الأغواط-¹ مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في

نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر3، 2011.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى قدرة التلفزيون على تشكيل معارف الجمهور لممارسة

الأنشطة البدنية والرياضية وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يساهم التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية؟

وجاءت التساؤلات الفرعية كما يلي:

• ما هي أنماط وعادات مشاهدة جمهور طلبة جامعة الأغواط للتلفزيون عند تعرضهم لمختلف

البرامج؟

• هل أن تكرار وكثافة مشاهدة البرامج الرياضية على التلفزيون يساهم في تشكيل معارفهم نحو

ممارسة الأنشطة الرياضية؟

1- عطاء الله طريف، "دور التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية – دراسة ميدانية على عينة من جمهور جامعة الأغواط-"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر3، 2011

• هل أن اختيار التعرض للبرامج الرياضية على التلفزيون بالشكل الذي يراه الجمهور يشبع

احتياجاته ويساهم في تشكيل معارفه لممارسة الرياضة؟

وظّف الباحث المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان على عينة قوامها 200 طالب من جامعة الأغواط.

ومن أهم نتائج الدراسة:

✓ أكد جمهور الطلبة أنهم يمارسون الرياضة انطلاقاً من استخدامهم من خلال كثافة مشاهدة برامج

التلفزيون؛

✓ أكد جمهور الطلبة أنهم تعرفوا على أنواع الرياضات التي يمارسونها من خلال مشاهدتهم للتلفزيون؛

✓ أظهرت النتائج تفوق رياضة كرة القدم من حيث الممارسة فيما جاءت رياضة المشي في المركز

الثاني.

الدراسة الثانية: عمرون مفتاح: "دور وسائل الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر -

دراسة ميدانية ببعض المؤسسات الاقتصادية الممولة لأندية الرابطة المحترفة لكرة القدم والإعلاميين

المختصين في الرياضة بالجزائر -":¹

هدفت هذه الدراسة لمعرفة دور وسائل الإعلام الجزائرية في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر

وذلك عبر طرح التساؤل العام التالي:

هل لوسائل الإعلام الجزائرية دور في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر من وجهة نظر أصحاب

المؤسسات الاقتصادية؟

1- عمرون مفتاح، دور وسائل الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر - دراسة ميدانية ببعض المؤسسات الاقتصادية الممولة لأندية الرابطة المحترفة لكرة القدم والإعلاميين المختصين في الرياضة بالجزائر -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية تخصص: إعلام رياضية وتربوي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر3، 2013.

والأسئلة الفرعية التالية:

● هل وسائل الإعلام الجزائرية في برامجها دور في تعريف أصحاب المؤسسات الاقتصادية لمفهوم الاستثمار الرياضي وضرورته وأهميته في النهوض بالقطاع الرياضي من وجهة نظر أصحاب المؤسسات الاقتصادية؟

● كيف يرى أصحاب المؤسسات الاقتصادية مساهمة وسائل الإعلام الجزائرية في تلبية الحاجات معرفية لهم بخصوص النوادي الرياضية؟

● هل ساهمت وسائل الإعلام الجزائرية في كشف المعوقات الإدارية والتشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار في النوادي الرياضية من وجهة نظرهم؟

● هل لتعدد وسائل الإعلام وتخصصها دور في استقطاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي من وجهة نظر أصحاب المؤسسات الاقتصادية؟

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي باستخدام استبيان موجه لعينة قوامها 30 صحفيا مسؤولا ورئيس التحرير للأقسام الرياضية و استبيان ثاني موجه لعينة تضم 04 رؤساء مصالح التسويق والعلاقات الخارجية بمؤسسات اقتصادية.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

✓ وسائل الإعلام الجزائرية قلما تعطي مساحة لتعريف أصحاب المؤسسات الاقتصادية بمفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي؛

✓ تعدد القنوات الرياضية في وسائل الإعلام له دور كبير في تشجيع الاستثمار؛

✓ وسائل الإعلام مجبرة على الاعتماد على الإعلاميين المتخصصين في مجال الاقتصاد الرياضي.

الدراسة الثانية: الزواوي أحمد المهدي: "الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة

جمهور حصة "من الملاعب" - دراسة ميدانية واستطلاعية بولاية المسيلة-¹:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال

حصة "من الملاعب" وذلك بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل استطاعت حصة من الملاعب بشكلها ومضمونها إرضاء متتبعيها واطلاعهم على تطورات الساحة

الرياضية الوطنية؟ وهل لبّت تطلعاتهم؟

والأسئلة الفرعية التالية:

- كيف يُقيّم متتبعو حصة من الملاعب شكل الحصة؟
- ما هي العوامل الموضوعية التي تساهم في إقبال وتجاذب الجمهور مع حصة "من الملاعب"؟
- هل نجحت الحصة في اختيار الأحداث الرياضية وإثرائها حسب رأي الجمهور؟
- كيف يتصور جمهور المتتبعين الحصة الرياضية النموذجية؟ وما هي البدائل والاقتراحات التي يُقدمها في حالة عدم رضاه؟

- على أي أساس يتم اختيار مواضيع حصة "من الملاعب" والمدعوين من الضيوف والمحللين؟
- اعتمد الباحث على المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب التحليلي عن طريق استبيان تم توزيعه على عينة مكونة من 250 شاب من مرتادي دور الشباب ببلدية المسيلة.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

✓ تحتل البرامج الرياضية المرتبة الأولى من حيث التفضيل بالنسبة لأفراد العينة؛

1- الزواوي أحمد المهدي، الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة "من الملاعب" -دراسة ميدانية واستطلاعية بولاية المسيلة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية فرع: الإعلام الرياضي التربوي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.

✓ يرى المبحوثون أن ضيوف حصة من الملاعب كانوا متحكمين في المواضيع المطروحة وأن هناك

حرية في الإدلاء بالرأي أثناء المناقشات؛

✓ تُرتب كرة القدم في المقام الأول من حيث تفضيل الجمهور لها كموضوع للحصة.

الدراسة الثالثة: لاوسين سليمان: "الإعلام الرياضي المرئي وتفشي ظاهرة العنف في ملعب كرة القدم

الجزائرية لمرحلة الذهاب من الموسم الرياضي 2007-2008 - دراسة تحليلية للتلفزيون الجزائري

برنامج المرمى أنموذجا-":¹

سعت هذه الدراسة إلى تحليل تناول الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر عموما وبرنامج المرمى على

وجه الخصوص لظاهرة العنف وأعمال الشغب في ملاعب كرة القدم الجزائرية ومعرفة الاهتمام الذي أولاه

هذا البرنامج للظاهرة وذلك عن طريق طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف كان تناول الإعلام لبرنامج المرمى اتجاه ظاهرة العنف وأعمال الشغب في ملاعب كرة القدم

الجزائرية؟

والتساؤلات الثانوية التالية:

• ما هي القيمة الإعلامية التي أعطتها برنامج المرمى لظاهرة العنف من حيث الموقع والعناوين؟

• ما هو اتجاه المادة الإعلامية الذي عبّر به برنامج المرمى عن موقفه تجاه ظاهرة العنف في الملاعب

الجزائرية؟

• هل كان البرنامج محايدا في نقل الأحداث أم متعاطفا أم معارضا لما أفرزته هذه الظاهرة من آثار

سلبية؟

1- لاوسين سليمان، الإعلام الرياضي المرئي وتفشي ظاهرة العنف في ملعب كرة القدم الجزائرية لمرحلة الذهاب من الموسم الرياضي 2007-2008 - دراسة تحليلية للتلفزيون الجزائري برنامج المرمى أنموذجا-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص الإعلام الرياضية التربوي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.

واعتمد الباحث على منهج تحليل المحتوى باستخدام أداة تحليل المضمون للأعداد التي بُنت من برنامج

"المرمى" خلال الموسم الرياضي 2007-2008.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

✓ اهتمام برنامج المرمى بظاهرة العنف في الملاعب يبقى ضعيفا بالنظر إلى عدد الأعداد التي بُنت فيها

هذا الموضوع والذي لم يتعد 05 أعداد من بين 18 عددا إجماليا؛

✓ لم يُعط برنامج المرمى ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية أي اهتمام من حيث العناوين

الرئيسية ولا من حيث الموقع.

الدراسة الرابعة: عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي - تحليل

مضمون برامج التلفزيون الجزائري-¹:

حدد الباحث مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى تعمل البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري على تنمية الوعي الرياضي لدى الجماهير

المشاهدة؟

والسؤالين الفرعيين:

• هل يساعد أسلوب تقديم هذه البرامج على مشاهدتها؟

• هل تلقى البرامج الرياضية الاهتمام الكافي من ناحية ساعات البث؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة استخدم الباحث منهج تحليل المحتوى باستخدام أداة تحليل المضمون على عينة

من البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري.

1- عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي - تحليل مضمون برامج التلفزيون الجزائري-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

✓ البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد؛

✓ الوسائل المعتمدة في البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري وأسلوب تقديمها يساعد على جذب

المشاهد؛

✓ يركز التلفزيون الجزائري في برامجه الرياضية على رياضات وألعاب معينة على حساب رياضات

أخرى؛

✓ البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تلقى الاهتمام الكافي لا من ناحية عدد ساعات البث

ولا من ناحية أهميتها وأهدافها كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي.

ج. دراسات تناولت الإعلام الرياضي الإذاعي:

الدراسة الأولى: عبد المجيد خيناش: "الإعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر ودوره في الحد من ظاهرة

العنف في الملاعب - دراسة ميدانية لجمهور برنامج "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى-"¹

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن الدور الذي باستطاعة الإعلام الرياضي

المسموع أن يلعبه في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب وذلك بطرح التساؤل التالي:

ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي الإذاعي المتخصص في الجزائر في الحد من ظاهرة العنف في

الملاعب؟

والتساؤلات الفرعية التالية:

● كيف يساهم برنامج "أستوديو الكرة" في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب؟

1- عبد المجيد خيناش، الإعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر ودوره في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب - دراسة ميدانية لجمهور برنامج أستوديو الكرة" بالقناة الأولى، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012.

● هل نجح برنامج "أستوديو الكرة" في طرح المواضيع الخاصة بنبذ العنف وغلثائها حسب آراء جمهور المتبعين؟

● هل لعب البرنامج دوره في نشر ثقافة التسامح والروح الرياضية؟

● على أي أساس يتم اختيار ضيوف البرنامج وإلى أي مدى تكون حرية المناقشة والإدلاء بالرأي؟

● ما هو الدور الذي يجب أن يلعبه طاقم البرنامج لمكافحة ظاهرة العنف، وما هي الصفات الواجب

التحلي بها أثناء الممارسة الإعلامية؟

● كيف يُقيّم متابعو البرنامج مدى نجاحه في معالجة ظاهرة العنف في الملاعب وهل من بدائل

واقترحات كي يكون البرنامج نموذجيا للإعلام الرياضي المتخصص؟

وللإجابة على هذه التساؤلات وظّف الباحث المنهج المسحي عن طريق استبيان تم توزيعه على عينة مكونة

من 200 مفردة من متابعي البرنامج الرياضي "أستوديو الكرة" من مختلف ولايات الوطن.

وتوصل الباحث لمجموعة من النتائج نذكر منها:

✓ يحظى برنامج "أستوديو الكرة" بمتابعة معتبرة من المستمعين؛

✓ تكتسب الإذاعة كوسيلة إعلام جماهيري أهمية بالغة في المجتمع إذ تعمل على تلبية رغبات

مستمعيها باختلاف أعمارهم ومستوياتهم؛

✓ وُفق برنامج "أستوديو الكرة" في معالجة موضوع العنف.

الدراسة الثانية: عمرون مفتاح: "اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية - دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر العاصمة-¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة آراء الطلبة الجامعيين في برنامج "أستوديو الكرة" الذي تقدمه القناة الأولى للإذاعة الوطنية وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية؟

والأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو ما تقدمه حصة "أستوديو الكرة" من موضوعات؟
- ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو نوعية الحوار بحصة "أستوديو الكرة"؟
- ما هي اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو ضيوف حصة "أستوديو الكرة"؟

اتبع الباحث المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 200 طالب سنة 04 بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر.

النتائج:

✓ لطلبة معهد التربية البدنية والرياضية اتجاهات إيجابية نحو حصة "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى

للإذاعة الوطنية؛

1- عمرون مفتاح، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية - دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر العاصمة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية-، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.

- ✓ يرى أغلبية الباحثين أن مواضيع الحصة إخبارية ويعتبرونها هامة بالنسبة لهم؛
- ✓ يعيب الباحثون على الحصة عدم الاهتمام بالمواضيع التي تم الأقسام الدنيا وكذلك الرياضة النسوية وكرة القدم في الجنوب وكذلك الأصناف الصغرى؛
- ✓ يرى اغلب الباحثين أن المواضيع التي تقدمها حصة "أستوديو الكرة" تساهم في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر.

2. دراسات تناولت محور الممارسة المهنية والقائم بالاتصال:

الدراسة الأولى: بن عمار سعيدة خيرة: "تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية

– دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين –¹:

بحثت هذه الدراسة في التمثلات التي بينها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية وهدفت إلى التعرف على مظاهر إدماجهم لها في مجال عملهم، وتمثلت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

التساؤلات الفرعية:

- ما طبيعة تمثلات الصحفيين الجزائريين عن مواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما هي طبيعة استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما مظاهر توظيف الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم المهني؟

1- بن عمار سعيدة خيرة، تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية –دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، الجزائر، 2016.

- ما مظاهر إدماج الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية في ممارستهم المهنية؟
 - ما علاقة تمثلات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية باستخدامهم لها؟
- استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداتي المقابلة والاستبيان على عينة مكونة من 200 صحفي يستخدمون على الأقل واحدا من مواقع الشبكات الاجتماعية.
- وجاءت النتائج كما يلي:

- ✓ تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا مهما للأخبار وتساعد في استكمال التغطية الصحفية وهي تسمح بالوصول السريع إلى مصادر المعلومات؛
- ✓ تساعد مواقع الشبكات الاجتماعية الصحفيين في ممارسة مهنتهم وتسمح لهم بالتواصل مع زملاء المهنة ونسج علاقات مهنية؛
- ✓ يرى الصحفيون أن مواقع الشبكات الاجتماعية أثرت في الممارسة المهنية الصحفية على مستوى عملية الحصول على الأخبار ومعالجتها والتفاعل مع الجمهور؛
- ✓ يحمل الصحفيون الجزائريون تمثلات عن مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها أداة مساعدة في الممارسة الصحفية من ناحية الوصول إلى مصادر المعلومات وباعتبارها مصدرا للأخبار.

الدراسة الثانية: دنيازاد سويح "التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر":¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى كفاءة القوانين المتعلقة بالإعلام للممارسة الإعلامية وإيضاح مختلف العوامل التي تؤثر في بيئة العمل الصحفي وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف نظم المشرع الجزائري حرية الممارسة الإعلامية؟

التساؤلات الفرعية:

1- دنيازاد سويح، التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق تخصص: قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 01، الجزائر، 2019.

- ما المقصود بحرية الممارسة الإعلامية؟
 - ما هي الضوابط التي وضعها المشرع لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر؟
 - ما هي الآثار المترتبة على مخالفة النصوص الإعلامية في الجزائر؟
- وللإجابة عن هذه التساؤلات وظفت الباحثة منهجين هما: التاريخي لرصد التطور التاريخي للأحداث التاريخية والسياسية المختلفة التي عاشتها الجزائر وأثرها على الممارسة الإعلامية والتحليلي لتحليل النصوص القانونية للتشريعات الإعلامية وغيرها من القوانين ذات الصلة وكانت نتائج الدراسة كما يلي:
- ✓ ضَمَن الدستور نشر المعلومات والأفكار والآراء بكل حرية مع ضرورة احترام ثوابت الأمة وقيمها وحقوق الإنسان وشجع على حرية الصحافة؛
 - ✓ الممارسة الإعلامية في ظل حكم الحزب الواحد تابعة للهيئة السياسية الحاكمة؛
 - ✓ أعطى القانون 90-07 مساحة واسعة من الحرية للإعلاميين؛
 - ✓ التشريعات الإعلامية تشجع على حرية الممارسة الإعلامية ولا تعرقلها، غير أن تنفيذها هو ما يطرح إشكالا؛
 - ✓ تُعتبر الصحافة المكتوبة من أكثر الوسائل انتشارا، غير أن سلطة الضبط المنصوص عليها في القانون العضوي 12-05 ليس لها تجسيد على أرض الواقع؛
 - ✓ غياب فعالية دور سلطة الضبط السمعي البصري الرقابي، إذ تقتصر وظيفتها على التوجيه؛
 - ✓ التكوين في المجال الصحفي يكاد يكون منعدما بسبب غياب التكفل الفعلي بالصحفيين؛
 - ✓ عدم التزام الكثير من الصحفيين بأداب وأخلاقيات المهنة مما أثر بشكل سلبي على حرية الصحافة.

الدراسة الثالثة: مُجد شبري: "الممارسة الإعلامية للصحفيين الجزائريين في ظل الأزمة 1990-2012"

– دراسة مسحية للمتابعات القضائية-¹

هدفت هذه الدراسة إلى تشريح معالم التجربة الإعلامية وحرية الإعلام في الجزائر وتشخيص

العوامل والمؤثرات وأهم المشاكل التي واجهت الصحفيين خلال فترة الأزمة.

التساؤل الرئيسي:

ما مدى تأثير المتابعات القضائية للصحفيين الخاصة بجنح الصحافة على الممارسة الإعلامية، وكيف

أثرت الأزمة الأمنية في الجزائر على المهنة خلال الفترة 1990-2012؟

التساؤلات الفرعية:

- كيف كانت الممارسة الإعلامية للصحفيين الجزائريين في ظل قانوني الإعلام 1990 و2012؟
- ما هي الأسباب الحقيقية لغياب القانون الخاص بالصحفي؟
- كيف كان الصحفي الجزائري يتعامل مع مصادر الخبر في ظل الأزمة الأمنية؟
- كيف نفسر العلاقة القائمة بين السلطة والصحافة الخاصة في الجزائر؟
- هل الصحفي الجزائري على دراية بمفهوم الجنح الصحفية استنادا لمضامين قانون العقوبات المعدل في 26 جوان 2001؟
- ما هي الأسباب الحقيقية للمتابعات القضائية للصحفيين الجزائريين، وكيف انعكست على الأداء الإعلامي؟
- كيف نفسر موقف القضاء في معالجة جنحتي القذف والسب، وما هو الحكم الأكثر تداولاً بشأن الجنح الصحفية؟

1- مجد شبري، الممارسة الإعلامية للصحفيين الجزائريين في ظل الأزمة 1990-2012 – دراسة مسحية للمتابعات القضائية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2013.

ما موقف الصحفي الجزائري من رفع التجريم عن جرح الصحافة؟

اعتمد الباحث على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 200 صحفي.

النتائج:

✓ يواجه الصحفي الجزائري مجموعة من الضغوطات والعراقيل للحصول على المعلومة والوصول إلى

مصادر الخبر؛

✓ تعرّض الصحفيون الجزائريون للمتابعات القضائية الخاصة بجرح الصحافة وذلك بسبب نقص

الثقافة القانونية بالإضافة إلى غموض تعريف مفهوم القذف؛

✓ الانشغال الأساسي للصحفيين يتعلق بالدرجة الأولى برفع الأجور وإعادة إحياء المجلس الأعلى

للإعلام.

الدراسة الرابعة: سعيود محمد عبد الغني: "تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية":¹

جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على مختلف الجوانب المتعلقة بحرية الصحافة والممارسة المهنية في

الجزائر والعوامل المؤثرة فيها، حيث طرح الباحث مجموعة من التساؤلات جاءت كما يلي:

● ما أبرز القيود التشريعية والمهنية والاقتصادية والاجتماعية التي يرى القائمون بالاتصال أنها تحدّ من

حرية الصحافة؟

● ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال وتؤثر في ممارستهم لمهنة الصحافة؟

● ما هو تقييم الصحفيين الجزائريين لوضع حرية الصحافة في الجزائر بصفة عامة وحرية الممارسة

الإعلامية داخل مؤسساتهم الصحفية بصفة خاصة؟

1- سعيود محمد عبد الغني، تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال شعبة: الاتصال الإشهاري، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2012

- ما هي مقترحات الصحفيين الجزائريين لتحقيق أكبر قدر ممكن من حرية الممارسة وتطوير مهنة

الصحافة؟

واعتمد الباحث على المنهجين الوصفي والمقارن باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 175 صحفي موزعون على الصحف الحكومية والخاصة.

وجاءت نتائج هذه الدراسة كما يلي:

- ✓ غالبية الصحفيين يجدون فعلا صعوبات في الحصول على المعلومات ويتعرضون لضغوط تضطرهم

إلى ممارسة رقابة ذاتية؛

- ✓ تراجع هامش الحرية بعد صدور قانون العقوبات لسنة 2011 وأن التشريعات الصحفية تمثل قيودا

على حرية الصحافة؛

- ✓ تتميز علاقة أغلب الصحفيين بزملائهم في العمل بأنها علاقة ودية ومتعاونة، في حين أن علاقتهم

مع رؤسائهم رسمية متحفظة؛

- ✓ يرى غالبية الصحفيين أن الدخل الذي يتقاضونه مقابل العمل الصحفي غير مناسب وهذه

النتيجة تؤكد انخفاض الرضا الوظيفي لديهم.

الدراسة الخامسة: نور الدين أم الرتم: "واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر - دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة-":¹

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الممارسة الصحفية في الجزائر والكشف عن مدى مساهمة الأبعاد السياسية والاقتصادية والتكوين العلمي للصحفي في تشكيل هذا الواقع وذلك من خلال طرح التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة هذه الأبعاد الثلاث: السياسية، الاقتصادية والتكوين العلمي للصحفي في تشكيل واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر؟

وللإجابة عن هذا التساؤل اعتمد الباحث على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستمارة على عينة مكونة من 41 صحفياً، وجاءت أهم النتائج كما يلي:

- ✓ تساهم الأبعاد الاقتصادية والسياسية والتكوين العلمي للصحفي في تشكيل واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر؛
- ✓ الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر تتشكل وفق المتغيرات الاجتماعية بمختلف أبعادها.

1- نور الدين أم الرتم، واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر - دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2008.

الدراسة السادسة: شبري محمد: "ممارسة الصحفيين الجزائريين للمهنة خلال فترة حالة الطوارئ

1992-2004 - دراسة وصفية تحليلية-":¹

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة تشخيص معالم التجربة الصحفية وحرية الإعلام في الجزائر

وتحديد كيفية تعامل السلطة مع رجال الإعلام في فترة حالة الطوارئ ومعرفة المشاكل التي عانت منها

الصحافة والصحفيين، وفي هذا الإطار طرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل فعلا تأثرت الممارسة الصحفية نتيجة الأزمة؟ وهل يمكن أن نتكلم على حرية الصحافة في ظل

القوانين المعمول بها في فترة الأزمة؟

والتساؤلات الفرعية التالية:

- كيف كان الصحفي الجزائري يتعامل مع مصدر الخبر في ظل حالة الطوارئ؟
- هل حالة الطوارئ تعتبر معرقة لتطور العمل الصحفي؟
- ما هي الأشكال التي تمارسها السلطة للحدّ من حرية التعبير في الجزائر؟
- هل الوضع الأمني كاف لتبرير الضغوطات التي تمارسها السلطة على الصحافة والصحفيين؟
- كيف كانت ردود أفعال الأسرة الإعلامية تجاه القوانين الصادرة طيلة هذه الفترة؟
- ما مستقبل المهنة الصحفية في ظل المتابعات القضائية والإدارية للصحفيين؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات وظّف الباحث المنهج الوصفي باستخدام أداتي المقابلة والاستبيان على عينة

مكون من 100 صحفي يعملون في الصحف الحكومية والخاصة.

1- شبري محمد، ممارسة الصحفيين الجزائريين للمهنة خلال فترة حالة الطوارئ 1992-2004 - دراسة وصفية تحليلية-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

وجاءت نتائج الدراسة كما يلي:

✓ حالة الطوارئ المعلنة في 09 فيفري 1992 لا تعتبر العائق الوحيد أمام الأداء الإعلامي

للصحفيين الجزائريين، بل كانت هناك الأسباب الاجتماعية والاقتصادية والمالية للمؤسسات

الإعلامية ونقص الخبرة؛

✓ تعرض الصحفيون خلال فترة الطوارئ في الجزائر لمختلف أشكال الضغوطات من طرف الإدارة

من جهة والجماعات الضاغطة من جهة أخرى؛

✓ شكلت ظاهرة اغتيال الصحفيين خلال فترة الأزمة تأثيرا سلبيا على الممارسة المهنية؛

✓ دفعت الأزمة العديد من الصحفيين على تغيير المهنة ومنهم من هاجر خارج الوطن بسبب تردي

الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والتصادم مع السلطات.

ثانيا: الدراسات غير الجزائرية:

1. الدراسات التي تناولت محور الإعلام الرياضي:

الدراسة الأولى: محمد يوسف مطاوع: "تحليل واقع الصحافة الرياضية من وجهة نظر القيادات الرياضية

في الأردن":¹

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل محتوى الصفحات الرياضية في الصحافة اليومية في الأردن والتعرف

على وجهات نظر القيادات الرياضية في الأندية والاتحادات الرياضية نحو الصحافة الرياضية وذلك عبر طرح

التساؤلين التاليين:

1- محمد يوسف مطاوع، تحليل واقع الصحافة الرياضية من وجهة نظر القيادات الرياضية في الأردن، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في التربية الرياضية، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2007.

- ما واقع الصحافة الرياضية اليومية في الأردن لصحف: الرأي، الدستور، العرب اليوم، الغد؟
- ما هي وجهات نظر القيادات الرياضية في الاتحادات والأندية الرياضية نحو الصحافة الرياضية

اليومية في الأردن؟

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي باستخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل ما نشر في عينة قوامها 10% من أعداد الصحف اليومية الصادرة سنة 2005، وأداة الاستبيان على عينة مكونة من 298 من أعضاء مجالس الإدارة وأعضاء اللجان الفنية ولجان الاتحادات الرياضية الأردنية. وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

✓ يطغى الخبر الصحفي بشكل كبير على بقية الأنواع الصحفية الأخرى؛

✓ طغت لعبة كرة القدم على كافة الألعاب الرياضية الأخرى؛

✓ الصحافة الرياضية لا تتعامل بحياد في طرح القضايا الرياضية؛

✓ ميثاق الشرف الصحفي ركن أساسي في عمل الصحفي الرياضي لضمان الحيادية.

الدراسة الثانية: مهند معين مصطفى دلول: "المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين - دراسة تحليلية

وميدانية مقارنة-":¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الواقع الذي تعيشه المواقع الرياضية الإلكترونية الفلسطينية

وطبيعة الخدمات التي تقدمها للجمهور الرياضي وأبرز المواضيع التي تناولتها، وحدد الباحث إشكالية

دراسته في التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة الواقع الذي تعيشه المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين؟

1- مهند معين مصطفى دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين - دراسة تحليلية وميدانية مقارنة-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2016.

والتساؤلات الفرعية التالية:

- ما ترتيب أولويات النشر لدى موقعي الدراسة؟
- ما الألعاب والموضوعات الرياضية التي تحظى باهتمام موقعي الدراسة؟
- ما الشخصيات الرياضية التي تحظى باهتمام موقعي الدراسة؟
- ما خصائص القائم بالاتصال في المواقع الرياضية الإلكترونية؟
- ما الأدوار التي يؤديها القائم بالاتصال في المواقع الرياضية الإلكترونية؟
- ما العقبات التي تواجه القائم بالاتصال في المواقع الرياضية الإلكترونية؟
- ما العوامل المؤثرة في عمل القائم بالاتصال في المواقع الرياضية الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة وظف الباحث المنهج المسحي باستخدام أسلوب تحليل المضمون وأسلوب مسح أساليب الممارسة وذلك عن طريق استمارة تحليل المضمون لموقعين رياضيين فلسطينيين هما: أطلس سبورت وبال جول، وصحيفة الاستقصاء والمقابلة على عينة مكونة من 62 صحفياً من بين الصحفيين العاملين في المواقع الرياضية الإلكترونية.

وجاءت نتائج الدراسة كما يلي:

- ✓ اهتمام الموقعين بالرياضات الجماعية على حساب الرياضات الفردية؛
- ✓ منح كرة القدم المساحة الأكبر من التغطية؛
- ✓ عدم تقاضي غالبية الصحفيين العاملين في المواقع الرياضية لأية أجور نظير خدماتهم؛
- ✓ تجنب العاملين في المواقع الرياضية وضع أسمائهم مع الأخبار خشية التعرض لمشكلات مع الجماهير المتعصبة؛
- ✓ افتقار المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين للهياكل الإدارية والسياسات التحريرية الواضحة.

الدراسة الثالثة: محمد أبو إدريس: "واقع الصحافة الرياضية في مملكة البحرين - دراسة تحليلية لمحتوى

وشكل الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية-"¹:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الصحافة الرياضية في البحرين والمميزات التي تتمتع بها والعقبات التي تعيشها وأبرز الألعاب التي تنال الاهتمام، إضافة إلى الأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في صفحاتها الرياضية.

واعتمد الباحث على المنهج المسحي باستخدام استمارة تحليل المضمون لعينة قوامه 460 عددا من صحيفتي أخبار الخليج والأيام الصادرة خلال الفترة (2001/1997) وصحيفة الاستقصاء على الصحفيين العاملين في الصحيفتين خلال عام 2011 والبالغ عددهم 11 صحفياً.

وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- ✓ احتلت لعبة كرة القدم المرتبة الأولى من حيث المتابعة والاهتمام لدى صحف الدراسة بالرغم من وجود رياضات أخرى حققت إنجازات ولها نجوم متميزون؛
- ✓ المبالغة في استخدام الخبر الصحفي وقلة استخدام الفنون الأخرى؛
- ✓ تعتبر المعوقات المهنية والاقتصادية أهم المعوقات التي تواجه الصحفيين الرياضيين.

1- محمد أبو إدريس، واقع الصحافة الرياضية في مملكة البحرين - دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة البحرين، 2004.

الدراسة الرابعة: نجيب بن عباس بن دخيل الدريوشي: "الضغوط المهنية التي تواجه الصحفيين العاملين

في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية":¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الضغوط المهنية التي تواجه الصحفيين العاملين في الصحافة

الرياضية في المملكة العربية السعودية ومدى علاقة بعض المتغيرات بمستوى هذه الضغوط، وانطلق الباحث من مجموعة من التساؤلات هي:

ما الضغوط المهنية التي تواجه الصحفيين العاملين في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية؟

ما مدى علاقة المتغيرات التالية: العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل الدراسي، المستوى الاقتصادي، نوعية

الصحيفة، التفريغ للعمل الصحفي، الخبرة في الصحافة، المؤهل بمستوى الضغوط التي تواجه الصحفيين

العاملين في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية؟

وظف الباحث المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 166 صحفي وتوصل إلى

مجموعة من النتائج أهمها:

✓ الضغوط الاقتصادية والاجتماعية هي أهم الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون الرياضيون في

المملكة العربية السعودية؛

✓ يعاني الصحفيون الرياضيون من بعض الضغوط المهنية على غرار الوقت المحدد للطباعة وعدم توفر

النشرات الصحافية الرياضية المتخصصة بشكل مستمر؛

✓ يشكل التنافس بين الزملاء وضعف التعامل بينهم والشعور بالحرَج في توجيه النقد أهم الضغوط

الخاصة بالعلاقة مع الزملاء؛

1- نجيب بن عباس بن دخيل الدريوشي، الضغوط المهنية التي تواجه الصحفيين العاملين في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب في التربية البدنية، كلية التربية، قسم التربية البدنية وعلوم الحركة، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2005.

✓ تتمثل الضغوط التأهيلية التي تواجه الصحفيين الرياضيين في قلة فرص الابتعاث الخارجي للمشاركة

في دورات تدريبية متقدمة؛

✓ أهم الضغوط النفسية التي يتعرض لها الصحفي الرياضي هي عدم توفر الحماية القانونية.

2. الدراسات التي تناولت محور الممارسة المهنية والقائم بالاتصال:

الدراسة الأولى: إيمان متولي مُجد عرفات: حرية الصحافة في الكويت وتأثيرها على الممارسة

الصحفية":¹

حددت الباحثة مشكلة البحث في تحليل التشريعات المنظمة للعمل الصحفي في الكويت وكذلك

تحليل الممارسات الفعلية لحرية الصحافة الكويتية من خلال رصد وتحليل الخطاب الصحفي، كما هدفت

إلى محاولة التعرف على فهم القائم بالاتصال لحرية الصحافة ومدى إدراكه لدوره وكذلك الوقوف على ما

يواجهه من ضغوطات ومعوقات.

وفي هذا الإطار طرحت الباحثة مجموعة من التساؤلات نذكر منها:

- ما هي الشروط التي يتضمنها قانون المطبوعات الكويتي لإنشاء المطابع؟
- هل ينص قانون المطبوعات الكويتي على فرض رقابة على الصحف الكويتية؟
- ما موقف صحف الدراسة من القضايا المدروسة ومدى حرية الصحافة الكويتية في التعبير عن الآراء والاتجاهات المختلفة؟
- ما مدى ادراك الصحفي لحرية الصحافة؟

1- إيمان متولي مجد عرفات، حرية الصحافة في الكويت وتأثيرها على الممارسة الصحفية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2009.

- هل يواجه الصحفي في الكويت ضغوطا خارجية أو داخلية مثل أجهزة الأمن وجماعات

الضغط؟

- هل يتلقى الصحفي في الكويت التدريب الكافي؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمدت الباحثة منهجين هما: منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن واستخدمت أداتي التحليل الوثائقي وتحليل الخطاب.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

- ✓ الصحفي في الكويت يدرك حرية الصحافة في مفهومها الشامل؛
- ✓ التصور الغالب لدى الصحفيين لدورهم هو الكشف عن الفساد وتبعية الحقائق ونشرها؛
- ✓ نظام الملكية يؤثر على عمل الصحفي وهو ما قد يُعدّ قيودا من القيود التي تكبله الصحفي؛
- ✓ هناك العديد من الضغوط التي يواجهها الصحفيون أثناء تأديتهم لمهامهم منها الضغوط الاقتصادية، ضغوط الجماعات الدينية، وضغوط أجهزة المخابرات.

الدراسة الثانية: عمر حسين جمعة: "تأثير حرية الصحافة في مصر على الممارسة المهنية -دراسة تحليلية

للمضمون والقائم بالاتصال خلال عامي 2004 و2005-":¹

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير تأثير حرية الصحافة على ممارسة الصحفيين المصريين للمهنة خلال فترة الدراسة والتعرف على معوقات العمل الصحفي من خلال دراسة ميدانية للقائمين بالاتصال ودراسة مسحية للمضمون الصحفي لعينة من الصحف، وانطلق الباحث من التساؤلات التالية:

- ما هي الملامح الأساسية التي تشكل واقع حرية الصحافة في مصر والتي تؤثر على الممارسة المهنية؟

1- عمر حسين جمعة، تأثير حرية الصحافة في مصر على الممارسة المهنية - دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال خلال عامي 2004 و2005-، دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الصحافة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2007.

- ما أبرز القيود التشريعية والمهنية التي يرى القائمون بالاتصال في الصحافة المصرية أنها تحدّ من حرية الصحافة، وما هي الضغوط التي يتعرضون لها في ممارستهم لمهنة الصحافة؟
 - ما هو تقييم الصحفيين المصريين لوضع حرية الصحافة في مصر بصفة عامة وحرية الممارسة داخل مؤسساتهم الصحفية بصفة خاصة؟
 - ما طبيعة العلاقات بين القائمين بالاتصال في الصحافة المصرية من جهة وكل من: الزملاء، الرؤساء، المصادر، المعلنون ورجال الأعمال من جهة أخرى؟
 - ما هي الصعوبات والمعوقات التي تواجه الصحفيين في ممارسة المهنة؟
- وظف الباحث منهج المسح الإعلامي على عينة من القائمين بالاتصال وعينة من الصحف، وجاءت النتائج كما يلي:

- ✓ التشريعات الصحفية المعمول بها في مصر تعتبر قيّدا على حرية الصحافة وحرية ممارسة المهنة؛
- ✓ أغلب الصحفيين غير راضين عن التشريعات الصحفية المعمول بها في مصر؛
- ✓ هناك قيود تفرض على المواد التحريرية تتعلق أساسا ببعض القضايا السياسية أو برجال الأعمال أو بعض الشخصيات السياسية؛
- ✓ يواجه الصحفيون صعوبات في الحصول على المعلومات من مصادرها؛
- ✓ هناك مجموعة من الضغوط تمارس على القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار المنشورة عن الحكومة؛
- ✓ بعض القائمين بالاتصال يتعرضون للجزاءات بسبب ما يقومون بنشره حول بعض القضايا والموضوعات؛

✓ علاقات الصحفيين بزملائهم ورؤسائهم في العمل يشوبها بعض التوتر وهو ما يؤثر سلباً على الممارسة الصحفية.

الدراسة الثالثة: هند محمد علي محمد: "العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية - دراسة مقارنة بين القائم بالاتصال في كل من القطاع الحكومي والخاص-":¹

التساؤلات:

- ما هي الخصائص الديموغرافية للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية في كل من القطاع الحكومي والخاص؟
- ما هي العوامل المؤثرة على مستوى المهنية للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية في كل من القطاع الحكومي والخاص؟
- هل هناك اختلاف في مفهوم القائم بالاتصال للدور الذي يقوم به في المجتمع تبعاً لاختلاف النوع؟
- إلى أي مدى يختلف مفهوم القائم بالاتصال للدور الذي يقوم به في المجتمع تبعاً لنوع الوسيلة، ونمط ملكية الوسيلة؟
- ما هي العوامل المحددة للرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال من العاملين في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية؟

1- هند محمد علي محمد، العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية -دراسة مقارنة بين القائم بالاتصال في كل من القطاع الحكومي والخاص-، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب، كلية الآداب، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين شمس، مصر، 2016.

● هل يختلف مستوى الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال باختلاف نوع الوسيلة، ونمط ملكية الوسيلة؟

● هل توجد علاقة ارتباط بين مستوى المهنية ودرجة الشعور بالرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية؟

● ما هي الأخلاقيات التي يلتزم بها القائم بالاتصال أثناء ممارسته للعمل الإخباري؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات وظفت الباحثة المنهج المسحي باستخدام استمارة استقصاء على عينة مكونة من 474 قائم بالاتصال يعملون بعدد من القنوات الحكومية والخاصة.

النتائج:

- ✓ لنوع الوسيلة تأثير على مستوى الأداء المهني، وتحديدًا وظيفة القيام بدور المراقب على الحكومة؛
- ✓ توجد علاقة ارتباطية بين الرضا الوظيفي وبين اعتقاد القائم بالاتصال بأولوية كل من الأهداف المهنية والربحية للمؤسسة التي يعمل بها؛
- ✓ هناك فروق في الأخلاقيات التي يلتزم بها القائم بالاتصال تبعًا لمجموعة من المتغيرات وهي: "السن، وسنوات الخبرة، ونمط ملكية الوسيلة، ونوع الوسيلة" حيث ارتفعت درجات مستوى الأخلاقيات التي يلتزم بها العاملين في القطاع الحكومي عن العاملين في القطاع الخاص.

الدراسة الرابعة: أسماء صالح عبد البدران: "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع

الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع - دراسة تحليلية وميدانية-¹:

هدفت الدراسة إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية، من حيث: العوامل الإدارية والفنية، العوامل الاجتماعية والاقتصادية والعوامل السياسية، و رصد مدى التفاعلية وسائل الإبراز بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية، وانطلقت الباحثة من التساؤلات التالية:

- ما الاتجاهات السياسية لمواقع الصحف الإلكترونية العراقية؟
- ما هي عناصر الإبراز في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية؟
- ما هي أشكال الصور من حيث المضمون في الصحف الرئيسية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية؟

- ما أشكال الإعلانات المستخدمة في الصحف الرئيسية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية؟
- ما أشكال العناوين المستخدمة في الصحف الرئيسية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية؟
- ما هي عناصر التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلانية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية؟

وظفت الباحثة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 47 قائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية محلّ الدراسة واستمارة تحليل المحتوى على عينة من المواقع الإلكترونية العراقية قوامها 04 مواقع.

1- أسماء صالح عبد البدران، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع - دراسة تحليلية وميدانية-، أطروحة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في الآداب تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين شمس، مصر، 2017.

وتمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في:

✓ تمثلت أهم العوامل السياسية المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية في عدم الاستقرار السياسي في العراق وعدم حماية الإعلاميين من قبل الجهات الأمنية؛

✓ تمثلت أهم العوامل الإدارية والفنية المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية في التأثير بتوجهات الرؤساء عند صياغة الرسالة الاتصالية، وعدم اهتمام إدارات تلك المواقع بمضمون المادة التي تقدمها؛

✓ تمثلت أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية في اختلاف الأجور من بين موقع وآخر.

وجاءت توصيات هذه الدراسة كما يلي:

- الالتزام بأخلاقيات المهنة ومعايير الدقة والموضوعية على مختلف التوجهات السياسية والحزبية والدينية لمواقع الصحف الإلكترونية العراقية؛
- زيادة اهتمام إدارات مواقع الصحف الإلكترونية العراقية بمضمون المادة التي تقدمها؛
- العمل على حماية الإعلاميين من قبل الجهات الأمنية العراقية وخاصة بالنسبة للإعلاميات.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة بموضوع هذه الدراسة سجلنا العديد من الملاحظات التي سنوردها فيما يلي:

1. أوجه الشبه والاتفاق:

1.1. من حيث متغيرات الدراسة:

تناولت هذه الدراسة متغيرين أساسيين هما الإعلام الرياضي بمختلف أنواعه: الصحافة الرياضية المكتوبة، الإعلام الرياضي المرئي، الإعلام الرياضي المسموع، الإعلام الرياضي الإلكتروني والممارسة المهنية وهي بذلك تتفق وتتشابه مع جميع الدراسات السابقة الجزائرية وغير الجزائرية التي درست أحد هذين المتغيرين أو كليهما.

1.2. من حيث المدخل النظري:

تتفق هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة في المدخل النظري المستعمل والمتمثل في مدخل الممارسة المهنية والنظريات المفسرة له (نظرية حارس البوابة الإعلامية ونظرية الأداء الوظيفي) ومن بين هذه الدراسات نذكر: بوحيلة رضوان (2019)، سعيود مُجَّد عبد الغني (2012)، مهند معين مصطفى دلول (2016)، إيمان متولي (2009)، عمر حسين جمعة (2007)، هند مُجَّد علي (2016)، أسماء صالح (2017).

1.3. من حيث نوع الدراسة والمنهج والأدوات:

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الوصفية ووظفنا فيها المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان وهو ما يتفق مع أغلب الدراسات السابقة المذكورة.

1.4. من حيث مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع بحثنا في الإعلاميين الرياضيين الجزائريين واخترنا عينة ممثلة له تضم عددا من الإعلاميين الرياضيين العاملين في مختلف المجالات (صحافة مكتوبة، إعلام مرئي، إعلام مكتوب، إعلام مسموع وإعلام رياضي إلكتروني) وهو ما يتفق مع جميع الدراسات الخاصة بمحور الإعلام الرياضي سواء الجزائرية أو غير الجزائرية والتي ضمت عينتها إعلاميين رياضيين.

2. أوجه الاختلاف:

2.1. من حيث متغير الإعلام الرياضي:

على الرغم من تشابه هذه الدراسة مع أغلب الدراسات السابقة في متغير الإعلام الرياضي، إلا أنها اختلفت عنها في كونها شملت جميع أنواع الإعلام الرياضي فيما اقتصرت الدراسات الأخرى على نوع واحد من الأنواع (مكتوب، مرئي، مسموع أو إلكتروني).

2.2. من حيث عينة الدراسة:

وعلى غرار متغير الإعلام الرياضي، فقد اختلفت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في نوعية العينة وحجمها، فبينما اكتفت الدراسات الأخرى بدراسة فئة واحدة فقط من الإعلاميين الرياضيين (صحافة مكتوبة، إعلام مرئي، إعلام مسموع أو إعلام إلكتروني)، فإن هذه الدراسة شملت جميع الأنواع كما تميزت بكون عينتها ضمت 310 إعلامي رياضي وهو عدد معتبر مقارنة ببعض الدراسات الأخرى.

2.3. من حيث التخصص:

بالإضافة إلى ما سبق ذكره فإن هذه الدراسة تعتبر من الدراسات القليلة في الجزائر في مجال علوم الإعلام والاتصال التي تناولت نوعا هاما من أنواع الإعلام المتخصص ألا وهو الإعلام الرياضي، فباستثناء دراسات بوحيلة رضوان (2018)، رضوان جدي (2011) وعبد المجيد خيناش (2012)، فإن أغلب الدراسات التي تحصلنا عليها تم إنجازها بكليات التربية البدنية والرياضية وبالتالي فإنها ركزت على الجانب الرياضي أكثر من تركيزها على الجوانب الإعلامية على غرار ما قمنا به في هذه الدراسة.

2.4. من حيث زاوية الدراسة:

ركّزت الدراسة الحالية على زاوية مهمة تمثلت في واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري، في حين أن أغلب الدراسات السابقة تناولت زوايا أخرى تمثلت في دور أو تأثير وسائل الإعلام الرياضي على مختلف المتغيرات الأخرى كالعنف والمواطنة والوعي الرياضي وغيرها، وبالتالي فإن هذه الدراسة - حسب ما أتيح لنا- تعتبر أول دراسة تدرس واقع الممارسة المهنية لفئة الإعلاميين الرياضيين في الجزائر.

3. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تمثلت استفادة الباحث من الدراسات السابقة فيما يلي:
- تحديد عنوان الدراسة ومتغيراتها؛
- الاستدلال على مشكلة البحث؛
- تحديد أهداف الدراسة وصياغة تساؤلاتها؛
- بناء الإطار المعرفي حول الموضوع؛
- التزويد بقائمة ببليوغرافية هامة من المصادر والمراجع ذات علاقة بموضوع الدراسة؛
- تحديد الإجراءات المنهجية المناسبة للدراسة؛
- تحديد المدخل النظري المناسب للدراسة؛
- صياغة أسئلة الاستبيان ووضع التصميم الأولي له؛
- المساعدة في تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها.

VI. الخلفية النظرية للدراسة:

1. مدخل الممارسة المهنية:

يعدّ مدخل الممارسة المهنية من المداخل التي تركز كثيرا على القائم بالاتصال لكونه المسؤول الأول عن الإعداد الفني والإعلامي للمواد الإعلامية، ومنه جاءت العديد من البحوث والدراسات التي حاولت دراسة القائم بالاتصال (حارس البوابة) ومدى أهميته كعنصر من عناصر العملية الاتصالية خاصة في بناء المؤسسة الإعلامية ونجاحها.

ومن أهم النظريات التي ركزت على عنصر القائم بالاتصال نجد: النظريات البنائية والمدارس السلوكية، ومن أهم العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية من داخل الصحف: النظام الاتصالي بما يشمل من سياسات وتنظيمات، سياسة تحرير الصحيفة، شخصية رئيس التحرير، مصادر المعلومات، اقتصاديات

الصحيفة، الظروف الخاصة بالصناعة الصحفية، السمات الشخصية للصحفيين، تقنية العمل، إلى جانب العوامل غير المهنية المؤثرة على الممارسة المهنية من خارج الصحف على غرار: توجهات النظام السياسي ومواقفه، قيم المجتمع وثقافته، جماعات التأثير... إلخ.¹

فالقائم بالاتصال يؤثر في مدى تقبل الجمهور لمحتوى الرسالة الاتصالية، ومن ثم فإن دراسة وضعه الاقتصادي، أساليب تأهيله وتدريبه وآرائه ومعتقداته ورؤيته للجمهور وآليات الأداء المهني والصعوبات والمعوقات التي تحول دون ممارسته لمسؤولياته المهنية والضغوط المهنية والإدارية التي يتعرض لها وكذلك إدراكه للدور الذي يقوم به في المجتمع يفيد في التعرف على هذا الطرف الأساسي من أطراف العملية الاتصالية.

ويرى رواد هذا المدخل أن هناك عناصر تحدد قدرات القائم بالاتصال منها: الخلفية الاجتماعية والثقافية له، علاقته بالمؤسسة التي يعمل بها، إدراكه للدور الذي يقوم به في المجتمع، رؤيته للجمهور وعلاقته به، والسياق المجتمعي الذي جرى فيه نشاطه ووعيه بالتحديات الحقيقية التي تواجه المجتمع، كما ينظر هذا المدخل إلى مفهوم المهنية على أنه يشير إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير، وتستلزم توافر مهارات تُكتسب جزئياً من خلال التدريب الذي يستند إلى أسس نظرية وليست الممارسة فقط.²

من جهة أخرى، يذهب مدخل الممارسة المهنية إلى أن المضمون الصحفي يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال وخصائصها، وعلى الجانب الآخر تتأثر الممارسة المهنية للصحفي بعدد كبير من العوامل مثل: التنظيم الإداري في المؤسسة، التأهيل العلمي والمهني، اتجاهات

1- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003، ص55
2- عيسى عبد الباقي، البناء النظري في بحوث الإعلام، ط1، خبراء الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2017، ص95

العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي.

كذلك فقد أصبح من الثوابت الإقرار بالتأثير الخاص لقرارات الملاك والمديرين على المنتج الإعلامي النهائي، وكذلك تأثير شخصية صانع القرار والضغط من داخل التنظيم نفسه ومن خارجه.¹

وبناء على ما سبق فإن الناتج الإعلامي لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية في البيئة أو السياق الاجتماعي أو جمهور المتلقين، ولكنه يتأثر أيضا بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية.

ويوضح أنصار هذا المدخل أن العديد من الدراسات المتعلقة بمدخل الممارسة المهنية تعتمد بالدرجة الأولى على نظريات الإدارة والسلوك والاجتماع المهني، والتي تفيد كثيرا في إثراء المعارف الخاصة بالعملية الإعلامية في إطارها التطبيقي.

فنظرا لأهمية العنصر البشري في جمع وانتقاء ونشر الأخبار داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة، فقد اتجهت الدراسات والبحوث الإعلامية إلى الاهتمام بدراسة بيئة العمل الإعلامي والوقوف على أساليب العمل بالمؤسسات الإعلامية ووظائف إنتاج المواد الإعلامية وطرق تشكيلها داخل هذه المؤسسات والظروف التي تؤثر في نشرها وطريقة تفسيرها.

ويشير مدخل الممارسة المهنية إلى أن دراسة العمليات الاجتماعية التي يتم من خلالها إنتاج المضامين في المؤسسات الإعلامية يعتبر أحد المحددات الرئيسية التي تساهم في معرفة العلاقات المتبادلة بين

1- مجد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص.ص 50، 51

مستوى البناء السياسي والاجتماعي وبين ظروف إنتاج هذه المواد وتقديمها، وبين نوعية الجمهور الذي تستهدفه ومدى قدرة المؤسسة الإعلامية ذاتها على نقل وتقديم تلك المضامين .

وتتباين الضغوط المؤثرة في صياغة وتشكيل المضمون لدى القائمين بالاتصال تبعاً لتباين المجتمعات وبطبيعة الإطار التنظيمي الذي تعمل في إطاره المؤسسات الإعلامية، وتتعدد مستوياتها ما بين ضغوط تتأثر بالعوامل والاتجاهات والقيم الشخصية للقائمين بالاتصال، والضغوط الروتينية والتنظيمية داخل المؤسسة والضغوط المجتمعية والإيديولوجية.¹

ويقول الدكتور محمد عبد الحميد أن هناك العديد من موضوعات البحث أو مشكلات الدراسة التي تنتمي إلى مدخل الممارسة المهنية، والتي يمكن تصنيفها في اتجاهين رئيسيين:

الاتجاه الأول: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في المجالات الفنية والإدارية والمالية،

ويدخل في هذا الاتجاه عدد من الدراسات والبحوث مثل:

- وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة بالقائم بالاتصال والعاملين في مجالات التنظيم والإدارة؛
- وصف التأهيل العلمي والمهني لهؤلاء الأفراد؛
- وصف المهارات المتميزة في مجالات الإعداد والإنتاج بما ينعكس على شخصية المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية؛

1- عيسى عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص 96

الاتجاه الثاني: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل

الداخلية والخارجية التي تؤثر في هذه الممارسة، وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية،

لذلك يمكن أن يثير هذا الاتجاه البحث في عدد من الموضوعات مثل:

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، واتجاهات السياسات المالية والإدارية؛
 - العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، ومراكز اتخاذ القرار وتأثيراتها وتوزيع الأدوار في التنظيم؛
 - العلاقة بين اتجاهات الممارسة ومستواها واتجاهات السيطرة والضبط والرقابة غير المباشرة داخل المؤسسة؛
 - العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها وعلاقتها بمستوى الرضا الوظيفي؛
 - العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها بالمنتج الإعلامي وخصائصه واتجاهاته.¹
- استنادا إلى ما سبق، يتضح أن دراسة القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية يمكن أن يزود الباحثين بمؤشرات هامة عن طبيعة العلاقة بين مستويات البناء السياسي والاجتماعي، وبين ظروف إنتاج المضامين الإعلامية وطرق تقديمها للمتلقي، ومدى قدرتها على خلق التأثيرات المطلوبة.
- فالإعلاميون الرياضيون الجزائريون لهم وضعيتهم المهنية التي قد تتشابه أو تختلف عن غيرهم من الإعلاميين العاملين في الأقسام الأخرى، لكنها ستؤثر حتما على أدائهم المهني وعلى المضامين التي ينتجونها.
- وقد تم الاعتماد على مدخل الممارسة المهنية من خلال إسقاط أهم افتراضاته على البحث التالي وذلك وفق ما يلي:

1- مجد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص.ص 52، 53

- وصف اتجاهات الممارسة المهنية للإعلاميين الرياضيين الجزائريين وأثر الخصائص السوسيو- مهنية لهؤلاء على أدائهم وعلاقاتهم بالمحيط، ويمكن الوقوف على هذه العلاقة من خلال المتغيرات التالية: السمات الشخصية والمهنية (السن، الجنس، المستوى التعليمي، التخصص، قطاع ومجال العمل، الخبرة والوضعية المهنية) وكيف لهذه الأخيرة أن تؤثر على الإعلاميين الرياضيين وهو ما يتوافق مع مدخل الممارسة المهنية بصفة عامة من حيث قدرة هذه السمات بنوعيتها الشخصية والمهنية على التأثير على نوعية المضامين التي يُنتجها هؤلاء والتي تُحدّد الدور الذي يمكن أن يؤديه في المجتمع؛
- تؤثر ظروف العمل الخاصة بالإعلاميين الرياضيين على رأسها العلاقات بمصادر المعلومات، السياسات المالية والاقتصادية للوسيلة، نمط التكوين والتدريب فيها على الأداء المهني لهم.

2. النظريات المفسرة لمدخل الممارسة المهنية:

هناك 06 نظريات أساسية مفسرة لمدخل الممارسة المهنية هي: نظرية حارس البوابة، نظرية المحامي أو الشفيع، نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية الأداء الوظيفي، نظرية الملكية، نظرية الدور، أما في هذه الدراسة المعنونة بـ "واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من ممارسي الإعلام الرياضي-"، فقد وظّف الباحث نظريتين هما: نظرية حارس البوابة ونظرية الأداء الوظيفي.

أولاً: نظرية حارس البوابة

أ. الجذور التاريخية لنظرية حارس البوابة:

سوف يعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظرية حارس البوابة Gate-keeper Theory التي يرجع الفضل في تطويرها إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية كيرت ليون Kurt Lewin ، فدراسات ليون تعتبر من أفضل الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة¹.

ويرى ليون أن أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.²

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة، فيدخل من يشاء، ويمنع من يشاء، وفي الغالب تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرار هذا الحارس إدخال من يريد ورد من لا يريد، والنظرية من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير وسائل الإعلام تنطلق من أن الأشخاص العاملين في وسائل الإعلام يتحكمون فيما يصل إلى الناس من مواد إعلامية.³

1- مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 168
 2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998، ص176
 3- مجد بن عبدالرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظرية والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض-السعودية، طبعة 2، 1998، ص.ص 24، 25.

حيث تمر الرسالة الإعلامية بمراحل عديدة وهي تنقل من المصدر إلى المتلقي، وهذه المراحل تشبه السلسلة المكونة من عدة حلقات، وأبسط هذه السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بالمباشر، ويشير "كيرت لوين" أن هناك فردا في كل حلقة يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سينقلها أم لا؟ وما إذا كانت تلك الرسالة ستنتقل للحلقة التالية بنفس الشكل الذي جاءت به، أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات؟

ومن خلال الإجابة عن هذه الأسئلة وضع كيرت لوين نظريته المسماة بحارس البوابة، وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومنها للجمهور.¹

ب. أهم مسلمات نظرية حارس البوابة:

- ترتفع قيمة الانتماء إلى المؤسسات الإعلامية كلما تعددت المكاسب التي يحققها القائم بالاتصال من هذا الانتماء والتي يمكن تحديدها في مجال الثروة أو السلطة أو النفوذ؛

- القائم بالاتصال يضع انتماءه إلى المؤسسة الإعلامية في مقدمة اهتماماته وأولوياته وبالتالي يتم تجاهل الجمهور؛

- نتيجة لدعم قيمة الانتماء للمؤسسة تحدث حالة من التوحد بين القائم بالاتصال وهذه المؤسسة في أهدافها وتنفيذ سياساتها في مجالات الإنتاج والنشر والتوزيع والبت؛

- يتأثر اقتراب القائم بالاتصال من مصادر المعرفة بمفهوم التوحد، مما ينتج عنه تنفيذ أهداف المؤسسة وسياساتها بشكل يؤثر إلى حد ما في ترتيب أجندة النشر والإذاعة والبت؛

1- عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص 122

- للقوى التي تدعم وجود المؤسسات الإعلامية واستمرارها دور بارز في رسم الأجندة المشتركة للمؤسسات والقائم بالاتصال وتوحيد أولوياتها، ومن هنا يصبح القائم بالاتصال مروجاً لمعلومات بذاتها مستبعداً غيرها وذلك لجذب الجمهور المستهدف.¹

ج. فروض نظرية حارس البوابة:

تفترض نظرية حارس البوابة أن المؤسسات الإعلامية والقائمين بالاتصال داخل هذه المؤسسات يمارسون وظائفهم في ظل المعايير والممارسات الراسخة التي تضمن وصول أو مرور المعلومات التي تتمتع بالمصداقية والقيمة الخيرية إلى مستهلكي الوسيلة الإعلامية، ومن أهم الفروض التي تستند إليها هذه النظرية:

- تدفق المعلومات الإعلامية يمر عبر سلسلة يكون مسؤولاً عن تدفقها مجموعة من الأفراد يقفون في حلقات ومراكز على طول السلسلة حيث يتمتعون بالقدرة على حجب التدفق أو تعديله نقصاً أو زيادة؛²

- هؤلاء الأشخاص، الذين يتمتعون بالقدرة على التحكم في تدفق المعلومات، يمثلون حراساً لنظم معينة سياسية وثقافية واقتصادية واجتماعية، وهم جزء أصيل من تلك النظم بحكم انتمائهم إليها أيديولوجياً أو بنائياً أو بحكم ضغوطات تمارسها عليهم السلطة السائدة أو المؤسسة الإعلامية، التي يعملون فيها، كما يسيطر حراس البوابة بحكم موقعهم على المعلومات المتاحة لهم، فهم يتحكمون فيما نقرأ أو نسمع، مما يشكل وجهة نظرنا في الأحداث والقضايا، حيث

1- عيسى عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 110، 111

2- عزام أبو حماد، تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011، ص 24.

يعد حارس البوابة المتحكم في اختيار الرسالة، نظراً لأنه يعمل على إعادة بناء الهيكل الجوهري

للحدث وتحويله إلى رسالة إعلامية.¹

د. العوامل المؤثرة في نظرية حارس البوابة:

هناك جملة من العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية (القائم بالاتصال) وهي:

➤ **معايير المجتمع وقيمه وتقاليده:** يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل

الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال ، فأى نظام اجتماعي

ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها ويرتبط ذلك

بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها

الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

➤ **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تلعب الخصائص و السمات الشخصية للقائم

بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل : النوع ، العمر ، الدخل ،

الطبقة الاجتماعية ، التعليم ، الانتماءات الفكرية و العقائدية والإحساس بالذات.²

➤ **المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي

تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها و

التوقعات التي تحدد دوره في نظامه الاتصال، و تتضمن المعايير المهنية ما يلي:

● **سياسة المؤسسة الإعلامية:** هي بمثابة مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط

العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي،

1- مطلق سعود المطيري، التغطية الإعلامية للمراسل الأمريكي لقضايا الشرق الأوسط، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاتصال، جامعة عين شمس، مصر، 2007، ص80.

2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص.ص 178، 179

وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي، وتخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة إلى أخرى ومن فترة لأخرى داخل الصحيفة نفسها.¹

● **مصادر الأخبار:** أشارت أغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل، مؤكداً أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية.²

● **علاقات العمل وضغوطه:** يتفق الباحثون على أن علاقات العمل داخل المؤسسات الإعلامية تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمداً بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي.

وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال بحد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق السبق للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية أو فكرية وعقائدية، لذلك فإنه

1- ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 83
2- آمال فهيم، أثر الممارسة الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الخامس، 1996، القاهرة، مصر، ص90

على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية إلا أنه يظل لكل منهم معايير الخاصة.

وبجانب إكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية، تقوم علاقات العمل على مساعدته على تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي والذي يؤثر بالتالي في الدافعية والإنجاز.

● **معايير الجمهور:** لاحظ الباحثان "اثيل ديسولا بول" و "شولمان" أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور ، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يُحددها وفق توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا إيجابيا في عملية الاتصال، ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها، لذلك فإن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة، وأن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيرا لا يمكن التقليل من شأنه.¹

وقد حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الاستفادة من بعض افتراضات نظرية حراسة البوابة الإعلامية باعتبارها نظرية تنظر باهتمام لعلاقة الإعلامي بمؤسسته الإعلامية، فالقائم بالاتصال في المجال الرياضي كغيره من المجالات يُعتبر جزءا هاما من هذه المؤسسة وتزداد لديه قيمة الانتماء تبعا للمكتسبات التي يحققها منها، وأنه كلما زادت قيمة الانتماء لدى الإعلاميين الرياضيين كلما زاد ولاؤهم لمراكز اتخاذ القرار في المؤسسة الإعلامية وابتعدوا عن تلبية رغبات وحاجات الجمهور المتلقي، وبالتالي فإنهم سيقومون بطريقة آلية بممارسة مهمة حراسة البوابة الإعلامية.

1- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص.ص 183، 184

وهذا الأداء تؤثر فيه مجموعة من العوامل تتوافق مع ما ذكر سابقا من حيث أثر قيم ومعايير المجتمع وتقاليده، المعايير الذاتية، المعايير المهنية ومعايير الجمهور.

ثانيا: نظرية الأداء الوظيفي:

ترى هذه النظرية أن دور القائم بالاتصال تحدده القيم الاجتماعية ومتطلبات المجتمع وقوانينه من جانب، وقدرات وشخصية القائم بالاتصال من جانب آخر، على اعتبار أن وظيفة القائم بالاتصال بشكل عام ليست وظيفة اجتماعية فحسب بل لديه القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار و الآراء.

وفي هذا الإطار تزايد الاهتمام بدراسة المتغيرات والعوامل المؤثرة في فاعلية أداء القائم بالاتصال لدوره ووظائفه نظرا لمجموعة من الضغوط السياسية، الاجتماعية، المهنية، الإدارية والذاتية، بجانب الضغوط المادية ذات البعد الاقتصادي، فالإطار الدلالي للقائم بالاتصال يتأثر بما يدركه من أفكار أو معتقدات أو قيم خاصة بالانساق الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي تحدد له بشكل مباشر السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة، كما أن الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال تلعب دورا مهما في الأداء الوظيفي والممارسة المهنية.

كما أظهرت نتائج الدراسات أن نوعية الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يوجه إليه الرسالة له تأثير كبير في الطريقة التي يتم بمقتضاها اختيار المحتوى وتنظيمه، فوسائل الإعلام ينبغي أن تُرضي إشباعا واحتياجات جماهيرها من خلال معرفتها معرفة دقيقة، وأن تأثير الضغوط الإدارية التي تحدّ من استقلالية وفاعلية العمل الإعلامي تفوق القيود التي تفرضها الأنشطة الصناعية والتجارية الأخرى، فتبعية

القائم بالاتصال لنظام إداري سلطوي لا يسمح بالمشاركة أو المنافسة، ولا يجيد العلاقات الإنسانية في تعاملاته مع مرؤوسيه يُعدُّ من الأسباب المهمة في عرقلة الأداء الوظيفي له.

فبعد أن انصبَّ اهتمام النظريات التي تعرضت للقائم بالاتصال على دوره تجاه الجمهور دون محاولة منها لمعرفة وجهة نظره أو تقصي العوامل التي يمكن أن تؤثر في دوره الوظيفي، جاءت هذه النظرية التي قدمها فريدريك هيرزبرج عام 1959 للتطرق إلى معرفة مدى رضا القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة عن عملهم، وهكذا تحول القائم بالاتصال من متغير مستقل يؤثر في الجمهور إلى متغير تابع تؤثر فيه عدة عوامل منها ما هو مرتبط بشكل العوامل والظروف المحيطة به ومنها ما هو مرتبط بمضمون العمل.

وترى هذه النظرية أن هناك بعض الدوافع الذاتية المختلفة بالعمل تسهم في تحقيق درجة مرتفعة من

الرضا الوظيفي وهي:

- الإنجاز في العمل؛
- التقدير على النجاح في العمل؛
- الترقى الوظيفي؛
- الاهتمام الشخصي بهذه المهنة؛
- القدرة على تحمل المسؤولية؛
- الإبداع في العمل.

ومن جانب آخر هناك عوامل خارجية تساهم في تحقيق عدم الرضا الوظيفي وتشمل:

- سياسة المؤسسة وأسلوب الإدارة؛

- الإشراف الفني؛
- الإمكانيات المتاحة في العمل؛
- الدخل؛
- العلاقات الشخصية مع الرؤساء؛
- القدرة على التفاعل مع الزملاء؛
- القدرة على التعامل مع المساعدين؛
- الأمن الوظيفي؛
- الوضع الاجتماعي؛
- الحياة الشخصية.

وتمثل هذه العناصر المستويات الدنيا للرضا الوظيفي، ويؤكد مفهوم هيرزبرج على أن العوامل الذاتية تساهم في تحقيق الرضا الوظيفي في حين أن العوامل الخارجية تساهم في عدم الرضا الوظيفي.

ورغم معارضة العديد من الدراسات للنظرة الثنائية التي تبناها هيرزبرج، إلا أن تفرقة بين الدوافع الذاتية والعوامل الخارجية لاقت تأييدا من الباحثين وبالتالي مثلت هذه النظرية دافعا لإجراء العديد من البحوث في مجال الرضا الوظيفي.

ومن هنا فإن الرضا الوظيفي هو الاتجاه الإيجابي المؤثر لدى العاملين تجاه عملهم أو مدى استمتاعهم بوظيفتهم، وهو عبارة عن مجموعة الخصائص الاجتماعية المرتبطة بالعمل والقيم والاتجاهات والخبرات

والمدركات التي تحدد معنى العمل ودوافعه، ويحظى الرضا الوظيفي باهتمام القائمين على أمور وسائل الإعلام حيث أنه يساعد في تحديد قدرتها على التجديد والحفاظ على الإعلاميين المؤهلين والموهوبين.¹

وقد أضاف مدخل الأداء الوظيفي بعدا آخر للدراسة الحالية من حيث كونه ينظر للقائم بالاتصال ومنه لإعلاميون الرياضيون الجزائريون كعناصر مؤثرة داخل المجتمع، وبالتالي حاول الباحث التعرف على العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي، فمنها ما هو مرتبط بخصائص المهنة ومنها ما توفره المؤسسة الإعلامية من تحفيزات وامتيازات اجتماعية واقتصادية، ومنها ما له علاقة بخصائص القائم بالاتصال في المجال الرياضي في حد ذاته.

VII. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

أولا: الممارسة المهنية:

1. اصطلاحا:

"الممارسة المهنية الإعلامية هي تلك الأخلاقيات المتعلقة بمزاولة الصحافة والإعلام المكونة من القيم والمبادئ والمعايير المتعلقة بالممارسة اليومية."²

2. إجرائيا:

يقصد بالممارسة المهنية الضوابط والأسس القانونية السياسية والتنظيمية التي تحدد مجال عمل الإعلاميين من حقوق وواجبات.

1- عيسى عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 117-119
2- المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد6، العدد3، الأردن، 2013

ثانيا: الإعلام الرياضي:

1. اصطلاحا:

"الإعلام الرياضي هو عملية نشر هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراد المجتمع وتنمية وعيهم الرياضي".¹

"الإعلام في المجال الرياضي يهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال بغرض تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية".²

2. إجرائيا:

المقصود بالإعلام الرياضي في هذه الدراسة هو الإعلام الذي يهتم بتغطية التظاهرات الرياضية وينشر أخبارها للمهتمين بقصد اطلاعهم على المستجدات وتنمية وعيهم وثقافتهم الرياضية.

VIII . مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1. مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في جميع الممارسين في مجال الإعلام الرياضي الجزائري المكتوب، المسموع، المرئي والإلكتروني، سواء كانوا: صحفيين، مراسلين، منشطين، معلقين، مصورين،

1- خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1998، ص22
2- مجد الحماحمي، أحمد سعيد رجب، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2006، ص98

مدونين أو غيرهم ومهما كانت طبيعة علاقتهم بالمؤسسات الإعلامية (دائمين، مؤقتين أو متطوعين) ومهما كانت طبيعة النشاطات الرياضية التي يتكفلون بتغطية أحداثها.

2. عينة الدراسة:

وبالنظر إلى صعوبة تطبيق أسلوب الحصر الشامل نظرا لغياب إحصائيات رسمية حول مفردات المجتمع الكلي المتمثلة في عدد الممارسين الإعلاميين في مجال الإعلام الرياضي في الجزائر وتشتتهم عبر مختلف المناطق ما يتطلب وقتا وجهدا كبيرين لدراستهم، ارتأينا الاعتماد على عينة متاحة قوامها 310 مفردة من الممارسين في مجال الإعلام الرياضي ينشطون في مختلف الوسائل (مكتوبة، مسموعة، سمعية-بصرية، إلكترونية) وإخضاعها للدراسة الميدانية للوصول إلى النتائج التي يمكن تعميمها على المجتمع الكلي، حيث تم توزيع أكثر من 500 استبيان بطريقة إلكترونية عبر البريد الإلكتروني وعبر شبكات التواصل الاجتماعي وبعد مرور قرابة شهر لم يتم استرجاع سوى العدد المذكور مع تسجيل عدم تجاوب عدد كبير من المبحوثين لأسباب غير معلومة.

IX. نوع الدراسة ومنهجها:

1. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي "تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها"¹، حيث يسعى الباحث إلى وصف واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري من خلال جمع أكبر قدر من

1- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1976، ص 123

المعلومات حول الموضوع من المصادر المختلفة (الأولية والثانوية) وكذا من خلال الإجابة عن الأسئلة المطروحة وهو ما سيمكننا من الفهم الدقيق لهذا الواقع.

ونظرا لكون الدراسات الوصفية ليست مجرد عملية جمع بيانات فقط فهي لا تقف عند حدّ جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تمّ تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلا شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة المدروسة¹، فإننا سنقوم في الدراسة الميدانية بتفسير النتائج المتحصل عليها وتحليلها تحليلا علميا من أجل الخروج باستنتاجات ونتائج يمكن تعميمها على مجتمع البحث المتمثل في الإعلاميين الرياضيين.

2. منهج الدراسة:

يرتبط التصميم الشكلي أو الهيكلي للبحث الوصفي بنوع المنهج الذي يتبعه الباحث في الدراسة، وفي هذه الدراسة سنستخدم المنهج المسحي الذي يعدّ من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية. فالمسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشيء السائل أو المتلطح وهو يعني إزالة ما لطح الشيء من غيار أو ترائي أو غير ذلك من المواد حتى تبرزه عن حقيقته لغيرها .

ويُعرّف المنهج المسحي بأنه: "جهد علمي منظم للحصول على معلومات وبيانات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة."

1- المرجع السابق نفسه، ص23

وعرفه الباحث ذوقان عبيدات بأنه: " المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها."¹

كما عرفه مُجد عبد الحميد بأنه: " الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها، سواء لبناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة وتساؤلاتها."²

وتنقسم المسوح حسب الجمهور الذي تشمله إلى مسوح شاملة ومسوح بالعينة، والمراد بالمسوح الشاملة تلك الدراسات التي تشمل جمهور الدراسة بأكمله وهي تصلح إذا كان الجمهور صغيرا نسبيا، ومن عيوب هذا النوع أنه مكلف ويتطلب وقتا وجهدا كبيرين.

أما المسوح بالعينة فهي الأكثر شيوعا في الدراسات المسحية وهي تركز على اختيار عينة من المجتمع الأصلي، ولكي يحقق المسح بالعينة نتائج دقيقة وصحيحة لابد أن يتم اختيار العينة على أسس علمية سليمة.³

ونظرا لاستحالة تطبيق المسح الشامل على جميع مفردات مجتمع هذه الدراسة المعنونة بـ"واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري" نظرا لعددتها الكبير وكذا تشتتها عبر مناطق عديدة من الوطن اعتمدنا على أسلوب المسح بالعينة.

1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص286
2- مجد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص160
3- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000، ص.ص 130، 131

X. أدوات جمع البيانات:

1. الملاحظة البسيطة:

تعد الملاحظة من أقدم طرق جمع المعلومات و البيانات الخاصة بظاهرة ما، و اقتصر استعمالها في السابق على العلوم الطبيعية قبل أن يتم تعميمها بعد ذلك على العلوم الاجتماعية والإنسانية.

و تعرف الملاحظة على أنها " عملية مراقبة أو مشاهدة الظواهر و المشكلات و الأحداث و مكوناتها المادية و البيئية، و متابعة سيرها و اتجاهاتها و علاقاتها بأسلوب علمي منظم و مخطط وهادف، بقصد تفسير و تحديد العلاقة بين المتغيرات و التنبؤ بسلوك الظاهرة و توجيهها لخدمة أغراض الإنسان و تلبية احتياجاته"¹.

"والملاحظة العلمية هي الإدراك الهادف والقصدي للظواهر المرتبطة بموضوع الدراسة، دون التدخل الشخصي للباحث في مجرى واتجاهات الظاهر، والملاحظة أنواع فهناك الملاحظة البسيطة أو غير المباشرة لأن مستخدمها لا يشارك بصورة مباشرة في أحداث الظاهرة المدروسة ولا يكون في قلب الحدث، وهناك الملاحظة بالمشاركة التي يكون الباحث فيها طرفاً أساسياً في أحداث الموضوع المدروس."²

وسيستخدم الباحث في هذه الدراسة الملاحظة البسيطة من أجل جمع المعلومات بهدف التعرف

على ظروف ممارسة الإعلاميين الرياضيين لمهامهم في الميدان.

1- مجد عبيدات و آخرون، البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1998، ص73

2- صالح بن نوار، ميادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012، ص.ص 39، 40

2. الاستبيان:

يُعرّف الاستبيان بأنه: "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها لهم باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق"¹.

ونظرا لكون الاستبيان يعد من أنسب وسائل جمع المعلومات في الدراسات الميدانية، سيتم استخدامه في هذه الدراسة لجمع معلومات حول أفراد العينة وحول واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري للوصول إلى نتائج تفيد في الإجابة عن تساؤلات الدراسة، حيث قام الباحث بإعداد استبيان يضم 70 سؤالاً مقسماً على 07 محاور كما يلي:

المحور الأول: السمات الشخصية والمهنية يضم 12 سؤالاً تهدف إلى التعرف على أبرز السمات الشخصية والمهنية للمبحوثين على غرار: السن، الجنس، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، قطاع العمل، الوضعية المهنية والخبرة.

المحور الثاني: الوضعية الاجتماعية يضم 10 أسئلة سعى الباحث من خلالها إلى الكشف عن مدى استفادة المبحوثين من الحقوق الاجتماعية المكفولة قانوناً مثل الأجر، عقد العمل، التأمين والعطل.

1- عمار بوحوش، مجد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 67

المحور الثالث: الوضعية المهنية يضم 10 أسئلة هدفها تسليط الضوء على الوضعية المهنية للمبحوثين ك: طريقة التوظيف، الخضوع لفترة التجريبية، متابعة دورات تدريبية وعدد المؤسسات الإعلامية التي يعملون معها.

المحور الرابع: العلاقة مع الزملاء والمسؤولين ومصادر المعلومات يضم 11 سؤالاً تهدف إلى معرفة وصف المبحوثين لطبيعة العلاقات التي تجمعهم بزملاء العمل، المسؤولين، مصادر المعلومات ومدى تأثير هذه الأخيرة على أدائهم لعملهم.

المحور الخامس: أخلاقيات المهنة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية يضم 09 أسئلة هدفها الكشف عن مدى التزام المبحوثين بأخلاقيات المهنة على غرار عدم إخفاء الهوية والحقائق وعدم التعرض للحياة الخاصة للآخرين.

المحور السادس: العوامل المساعدة والعوامل المعيقة لأداء المهنة الإعلامية يضم 13 سؤالاً الغرض منها معرفة العوامل التي من شأنها تسهيل أداء المبحوثين لعملهم أو تلك التي تعيقهم على غرار حجم الحرية الممنوح لهم إيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات، التعرض لاعتداءات أو حوادث أو متابعات قضائية.

المحور السابع: تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على مهنة الإعلام الرياضي يضم 06 أسئلة هدفت إلى التعرف عن مدى استخدام المبحوثين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتأثيرات هذه الأخيرة على عملهم.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: صدق المحكمين :

بعد الانتهاء من تصميم الاستبيان وقبل الشروع في عملية توزيعه على أفراد العينة، قام الباحث بإخضاعه للتحكيم وذلك عن طريق عرضه على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام والاتصال وفي الإعلام الرياضي الآتية أسماؤهم:

- أ.د/ عيسى الهادي: إعلام واتصال رياضي جامعة الجلفة -الجزائر-

- د/ زواوي عبد الوهاب: إعلام واتصال رياضي جامعة المسيلة -الجزائر-

- د/ لاوسين سليمان: إعلام رياضي جامعة البويرة -الجزائر-

- د/ رحموني لبني: إعلام واتصال جامعة أم البواقي -الجزائر-

- د/ حجاج الجمعي: إعلام واتصال جامعة أم البواقي -الجزائر-

- د/ حموش عبد الرزاق: إعلام واتصال جامعة قالمة -الجزائر-

وذلك لإبداء آرائهم العلمية والمنهجية والتحقق من صدق الاستبيان وأنه يقيس بالفعل ما ينبغي قياسه وأن أسئلته تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتم إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون والتي تمثلت في:

- تعديل صياغة بعض العبارات؛

- الاستغناء عن بعض الأسئلة ودمج أخرى مع بعضها البعض بسبب طول الاستبيان.

ثانياً: صدق الاستبيان:

بعد الانتهاء من صياغة الاستبيان وفقاً لأهداف الدراسة وتعديلات المحكمين، تم إجراء الاختبار القبلي لها للتأكد من مدى وضوح جميع الأسئلة وسلامة ترتيبها، ومحاولة تعديل أي من العبارات أو التساؤلات غير الواضحة بالنسبة للقائم بالاتصال، ومعرفة أي ملاحظات شكلية تتعلق بتصميم الاستبيان من الناحية الفنية، والتأكد من وضوح أسئلة الإحالة، حيث تم الاختبار القبلي للاستبيان على عينة استطلاعية من القائمين بالاتصال في الإعلام الرياضي الجزائري، ووجد الباحث أثناء التطبيق القبلي عدداً من الأسئلة والعبارات التي تحتاج المزيد من التوضيح لمزيد من الدقة في القياس ونتائج الدراسة، ليتم بعدها إعداد الاستبيان في شكله النهائي.

XI. مجالات الدراسة:

مر إعداد هذه الأطروحة بعدة مراحل زمنية بداية من التفكير في العنوان وضبطه وصولاً إلى تقديمها في شكلها النهائي، ويمكن حصر هذه المراحل في:

- مرحلة التفكير في العنوان وضبطه والتي كانت خلال سنة 2015؛
- جمع المصادر والمراجع والمادة العلمية اللازمة لإعداد الأطروحة 2015-2016؛
- تحرير الإطارين المنهجي والنظري ابتداء من سنة 2016؛
- الشروع في الدراسة التطبيقية من خلال إعداد الاستبيان وتوزيعه ثم تفرغ وتبويب البيانات بداية من أكتوبر 2019؛
- مرحلة الكتابة النهائية ومراجعة الأطروحة امتدت من جويلية إلى سبتمبر 2020.

الإطار النظري

للدراسة

الفصل الأول :

الممارسة المهنية وأخلاقيات الإعلام

المبحث الأول: الممارسة المهنية في الإعلام

1. تعريف الممارسة:

يعرفها قاموس (princeton) بأنها:

- الطريقة المعتادة للسلوك والتعامل؛
- الطريقة المكتسبة لأداء مهمة عبر التكرار والاعتیاد؛
- تحويل الأفكار إلى فعل؛
- تطبيق مبادئ متعارف عليها؛
- التدريب على المهنة بهدف إتقانها.

2. تعريف المهنة:

ترتبط المهنة بصورة مباشرة بالمهنة، حيث يعرفها قاموس ويبستر بأنها الإجراءات أو الأهداف أو مقاييس الجودة التي تشخص أو تحدد مجالا مهنيا معينا، بينما يعرفها قاموس (The free Dictionary) بأنها الوضع الاحترافي والمناهج والطرق والسمات والمعايير المتعلقة بمهنة ما، وتعرفها بورنس في مجال الصحافة بأنها "مجال العمل المهني الذي يضع في اعتباره الأبعاد الأخلاقية ويحمل معايير واجبة الإتباع."¹

1- المرجع السابق نفسه، ص198

من خلال هذه التعاريف يمكن تعريف الممارسة المهنية في الإعلام كما يلي:

"هي مزاولة العمل الصحفي والإعلامي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق

وواجبات ومجال الحركة، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية."¹

"هي القواعد والأساليب والإجراءات العملية التي يتبعها المهنيون والممارسون الصحفيون ويطبقونها أثناء

ممارستهم المهنية."²

"هي أساليب العمل التطبيقية التي ترتبط بالمهارات الإعلامية والأداء المهني المتمثل في الخبرة المهنية في

التعامل مع الأحداث وإمكانية فهمها وتحليلها."³

ولا شك في وجود مدى للممارسة يمكن أن يقسم إلى مدى قصير ومدى متوسط ومدى بعيد،

فالممارسات اليومية للقيام بالعمل الإعلامي كجمع الأخبار وتحريرها ونشرها وبثها، يتكاتف ويتشابك

ليرتبط بقواعد مهنية حين التطرق لقضايا محددة، كما يرتبط بأهداف مرحلية مثل: المنافسة أو السبق

الصحفي أو جني الأرباح، وهذه الممارسات تجتمع لتشكّل سياقاً من الممارسة يسبغ على كل وسيلة

اتصالية ومؤسسة إعلامية طابع الممارسة الذي يميزها.

ومن أهم الأمور التي حاولت ضبط بُعد الممارسة نجد موثيق الشرف وأخلاقيات الممارسة، حيث

تسعى هذه الأخيرة إلى ضبط إيقاع الممارسات الإعلامية بمستوياتها الثلاث (القصير، المتوسط والبعيد)،

فنجدها تتطرق للمدى القصير حين تتحدث عن الدقة والتحري السليم، ونجدها تتطرق للمدى المتوسط

1- مجد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، 3ع، جامعة أهل البيت، العراق، أفريل 2006، ص213

2- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003، ص65

3- عواطف عبد الرحمان، الحق في الاتصال وحماية الصحفيين، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1994، ص88

حين نتحدث عن الموضوعية والمصداقية وعدالة النشر، ونجدها تتطرق للمدى البعيد حين نتحدث عن التنمية والحفاظ على الهوية الثقافية وتفعيل الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام.¹

3. أهمية الممارسة المهنية في العمل الإعلامي:

تتمثل أهمية الممارسة المهنية في العمل الإعلامي فيما يلي:

- الإعلامي المحترف يعتمد على صيته ومصداقيته ونزاهته، ومتى فقد هذه الصفات فقد هويته الإعلامية؛

- الإعلام سلاح ذو حدين يفيد ويؤذي، لذلك من المستحسن أن يتحلى الإعلامي بقدر كبير من المسؤولية كي لا تتسبب تقاريره في مشاكل ومآسي؛

- الاحتراف يتطلب جهداً جسدياً وذهنياً كبيراً لمتابعة الأخبار على مدار النهار والليل؛

- المطالعة العميقة والواسعة في شتى المواضيع من بديهيات العمل الإعلامي المحترف، لا سيما في عصر العولمة الذي يميزه الكم الهائل من المعلومات المكتوبة والمسموعة والمرئية والافتراضية التي تتطلب اتزاناً ونضجاً لغربلتها ووضعها في السياق المطلوب.²

4. محددات الممارسة المهنية في الإعلام:

المقصود بمحددات الممارسة: "مجموعة القيود والكوابح السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمهنية

التي تؤثر على ممارسة المهنة الإعلامية، وتتمثل هذه المحددات في:

1- مجد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2008، ص.ص 199-201
2- صفية خليفة بن مسعود، الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية، دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2014، ص 89

➤ ضغط الإدارة:

مثل الإدارة سياسة المؤسسة الصحفية، ونظرا لكونها تتعرض لمختلف الضغوط فإن ذلك ينعكس على أداء العاملين فيها، لذلك فإن أسلوب تنظيم المؤسسة الإعلامية وطبيعة العلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين ونوعية القيادة، كلها عوامل هامة في التأثير على فعالية المؤسسة الإعلامية وعلى العاملين فيها.¹، ولأجل أن تنفذ إدارة المؤسسة الإعلامية سياستها فإنها تمارس ضغوطها على منتسبيها مما يشكل ضغطا إضافيا على ضغوط العمل الإعلامي.

➤ ضغط الفريق:

يعدّ ضغط الفريق واحدا من محددات الممارسة الإعلامية، فالإعلامي نادرا ما يعمل بمفرده بل هناك زملاؤه في العمل بمختلف مستوياتهم ومسؤولياتهم وخبراتهم يؤثرون فيه لا سيما في اتخاذ قرار النشر، والمقصود بضغط الفريق أو ضغط الجماعة: "القرارات التي تتأثر بزعماء المهنة"، ويتضح هذا بجلاء من ممارسة حارس البوابة لمهامه، إذ أنه يعمل ضمن محيط يوفر لدى بقية زملائه درجات وظيفية يشغلونها بحسب خبراتهم وكفاءاتهم، فهناك المحرر، ورئيس التحرير، وسكرتير التحرير ومدير التحرير، وعندما تبدأ سلسلة حراس البوابة يكون الخبر قد خضع إلى مرشحات عدة وبعدها يتم اتخاذ قرار النشر وكيفيته أو عدم الموافقة على النشر.²

➤ ضغط القوى الخارجية: يشتمل ضغط القوى الخارجية على:

1- صالح خليل أبو أصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص83
2- محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص216

أ. الرأي العام:

يعدّ الرأي العام أحد الضغوط الخارجية المؤثرة في الممارسة الإعلامية لما له من أهمية وتأثير كبيرين في الكثير من القضايا، فالإعلامي يعمل ضمن محيط مجتمعه ويتأثر به ويؤثر فيه، فالرأي العام يؤثر في سلوك الأفراد والجماعات والمؤسسات، وتشير الدراسات الإعلامية إلى أن عدم تقبل الرأي العام للرسالة الإعلامية يعدّ أحد الضغوط التي يجب على الصحفي أن يأخذها بالحسبان لتعديل رسالته الإعلامية ومعرفة المسبقة بسيكولوجية الجمهور المتلقي وميوله ورغباته تجاه قضايا المجتمع.¹

ب. جماعات الضغط:

يقصد بجماعات الضغط القوى ذات المصالح المادية والمعنوية المختلفة الموجودة في المجتمع والتي تتخذ أشكالاً مثل المنتديات الفكرية والتنظيمات السياسية أو الجماعات الدينية أو المصالح الاقتصادية وغيرها ممن تتابع باستمرار ما يُنشر في وسائل الإعلام، ومن خلال هذه المتابعة المستمرة فإنها تمارس دوراً رقابياً على الكثير من القضايا المجتمعية أو السياسية أو الاقتصادية المثيرة للجدل وتأخذها بالعرض والتحليل والاستنتاج وتحاول أن تمارس ضغوطاتها بوسائل شتى للتعبير عن آرائها.

إذن فجماعات الضغط تراقب مضامين وسائل الإعلام وتستخدم هذه الوسائل للضغط على الصحفيين والإدارات الصحفية وتخطب الرأي العام وتؤثر في صنع القرار، وفرض مثل

1- المرجع السابق نفسه، ص 217

هذه الضغوط من هذه الجماعات يجعل من وسائل الإعلام تخضع في الغالب لها ومن ثم تنعكس على طبيعة الممارسة المهنية التي يكون الصحفي محورها.

ج. الأحزاب السياسية:

تمثل الأحزاب السياسية شكلا آخر من الضغوط الخارجية التي تدخل في إطار محددات الممارسة الصحفية، إذ يحتل موضوع الرقابة دائما مكان الصدارة في أي منافسة بين وسائل الإعلام، وفي إطار الممارسة الإعلامية نجد أن حارس البوابة ينتقي الأخبار التي تنسجم مع ميوله السياسية أو تشكل أهمية لحزبه إذا كان منتما إليه، وتؤكد الدراسات الإعلامية أن حارس البوابة كلما كان ذا اتجاه سياسي أو عقائدي، فإن ذلك سيؤثر في قراراته في انتقاء الأخبار ويقوم بإهمال كل ما يخالف هذا الاتجاه أو يتعارض معه.¹

د. وسائل الإعلام:

تعد وسائل الإعلام المختلفة من محددات الممارسة الصحفية الخارجية، إذ يشير بعض الباحثين إلى أن هناك قيودا داخلية وخارجية تؤثر في القائم بالاتصال، ومن أبرز أوجه ضغط وسائل الإعلام هو القلق الذي يشعر به الإعلامي من احتمال انفراد وسيلة إعلامية أخرى بسبق صحفي، وهو ما يدفعه إلى التسابق من أجل الظفر بالأخبار والانفراد بها، كما أن وكالات الأنباء التي تقدم خدمات إخبارية لمشتركها تقرر ما هو متاح من اختيارات

1- صالح خليل أبو أصيب، مرجع سبق ذكره، ص.ص 93 - 95

للمؤسسات الإعلامية فيما يتعلق بالأخبار، ومن ثم فإنها تفرض قيوداً على ما ينشر أو ما لا

ينشر، وهو ما يؤثر دون شك في الممارسة المهنية.¹



شكل رقم (01): محددات الممارسة المهنية في الإعلام²

5. معايير الممارسة المهنية في الإعلام: تنقسم معايير الممارسة المهنية إلى قسمين رئيسيين هما:

أ. المعايير المهنية للممارسة الإعلامية:

➤ **المصدقية:** يرتبط مفهوم المصدقية بقيمة الصدق، وهي تعني أن القائم بالاتصال يتحرى الصدق

في أقواله وأفعاله، فلا يعتمد تغيير الحقائق والوقائع ولا يحاول تضليل الجمهور، لذلك نلاحظ أن

هذا المعيار ينتمي إلى القيم الأخلاقية في جانب، ولكنه ينتمي أيضاً إلى المعايير المهنية حينما

يتطلب الأمر المصدقية في النقل والنشر من لحظة الحصول على المعلومة ونسبتها إلى مصدرها إلى

حين عملية تحريرها ونقلها للجمهور.

1- محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص222

2- المصدر: من إعداد الباحث

➤ **الخبرة:** يشير مفهوم الخبرة إلى مدركات القائم بالاتصال بالقضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذا يعتمد على التدريب والتجربة والقدرة والذكاء والانجاز المهني.

➤ **الشمولية:** من أهم عناصر المهنية قدرة وسائل الإعلام على تقديم تغطية شاملة وإحاطة كاملة بكل ما يحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمجتمع ووضعها في سياق يعطيها معنى، كما يشير مفهوم الشمولية إلى شمول واتساع التغطيات بحيث تتضمن القضايا والأحداث الأكثر أهمية من وجهة نظر الجمهور.

➤ **التوازن:** يشير هذا المفهوم إلى ضرورة فسح المجال لأصحاب الآراء ووجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء وعدم الاقتصار على جهة واحدة.

➤ **التنوع والتعددية:** التنوع يعني عدم الاقتصار على اتجاهات معينة من الأحداث والقضايا على حساب أخرى، إذ أن بعض وسائل الإعلام تميل إلى تغطية الأحداث والقضايا التي تنطوي على الإثارة وتتجاهل تلك التي تخلو منها، أما التعددية فتقتضي الاهتمام برأي الأقليات سواء كانت سياسية، فكرية، عرقية أو مذهبية.

➤ **الدقة:** هذا المفهوم يعني أن كل عبارة في المادة الإعلامية وكذلك كل اسم أو تاريخ أو اقتباس لابد أن تكون صحيحة، فضلا عن تقديم عبارات الخبر بطريقة صحيحة لا لبس فيها.

➤ **التفاعلية:** المقصود بها عملية الاتصال المتبادل بين طرفي عملية الاتصال، أي أن الوسيلة الإعلامية أو القائم بالاتصال يفتح المجال أمام عملية تبادل الرسائل بينه وبين المستقبل ليعبر عن رأيه ويساهم في بناء الرأي العام ويصحح الكثير من المعلومات التي قد تكون غير دقيقة.

➤ **النزاهة:** النزاهة في أساسها قيمة إنسانية، والإنسان النزيه هو الحريص على الصدق والعدالة وعلى

الابتعاد عن التحريف والمبالغة والتهويل والتضليل.¹

ب. المعايير الأخلاقية للممارسة الإعلامية:

هناك معايير أخلاقية عديدة للممارسة المهنية في الإعلام تعمل بموجبها المؤسسات الإعلامية

والإعلاميون على حد سواء تتمثل في:

➤ **احترام الحقيقة وحق الجمهور في معرفتها:** يعتبر هذا المبدأ أول وأهم واجب للإعلامي، فجوهر

عمل هذا الأخير هو تقصي الحقيقة وتوصيل الخبر الصحيح من مصادره الموثوقة للقارئ والمستمع

والمشاهد دون تشويه أو تحريف، والإعلامي سواء كان مراسلا أو مندوبا أو محررا أو ناقدا رياضيا،

فإنه يتعامل مع الحقائق قبل كل شيء ولا يحق له قانونا أن ينقل نصف الحقيقة ويتجاهل النصف

الآخر.

➤ **الالتزام بالموضوعية:** تعتبر الموضوعية من أهم القيم في العمل الإعلامي، فهي تضمن التوازن

والمصداقية والحياد والنزاهة، ورغم صعوبة تحقيق كل أبعاد الموضوعية، إلا أن الإعلامي يستطيع أن

يكون موضوعيا إذا أزد ذلك وسعى من أجله، فحين يقوم بجمع المعلومات حول موضوع ما، عليه

أن لا يحاول بأي ثمن إثبات أو دحض وجهة نظر معينة، وحتى إذا كانت الشواهد والأدلة التي

حصل عليها تخالف فرضيته عليه التخلي عن رأيه المسبق وأن لا يحاول تعديل الحقائق لتناسب

مع وجهة نظره.

1- المرجع السابق نفسه، ص223

➤ **عدم الخلط بين الرأي والخبر:** من أجديات العمل الصحفي عدم الخلط بين الرأي والخبر، فالخبر

ملك للقارئ والمقال ملك لصاحبه، باعتبار الأول عنوانا للحقيقة والثاني مجرد رأي أو زاوية من

زوايا النظر إلى الحقيقة أو الحدث.

➤ **عدم اللجوء إلى طرق ملتوية للحصول على المعلومات:** عند الشروع في عملية جمع المعلومات،

يجب على الإعلامي أن يكشف عن هويته وأن لا ينتحل هوية أخرى، فالإنسان عندما يدرك أنه

يتحدث إلى صحفي ويعرف أن ما يتحدث عنه سينشر، يحاول أن يبدو موضوعيا وحريصا على

تقديم صورة إيجابية عن نفسه، كما لا يجوز الحصول على معلومات أو صور من خلال التخويف

أو المضايقة أو الملاحقة.¹

➤ **التعامل المهني مع مصادر المعلومات:** على الإعلامي أن يتحرى الدقة في توثيق المعلومات

ونسب الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة كلما كان ذلك متاحا طبقا للأصول المهنية السليمة

التي تراعي حسن النية، وعليه الالتزام بحماية مصادر معلوماته وعدم إفشاء الأخبار السرية للناس

أو لزملاء المهنة، وإذا كان الإعلامي قد اتفق مع مصدر المعلومات على شرط معين أو أكثر، فإن

عليه احترام الاتفاق وعدم انتهاكه بأي حال من الأحوال، وإذا كان المصدر اشترط عدم نشر

المعلومات فلا يجوز النشر، وحتى عندما يطلب المصدر تأجيل النشر إلى وقت معين فعلى

الإعلامي احترام ذلك حتى لا يفقد ثقة مصدره.

1- عزيز السيد جاسم، مبادئ الصحافة في إعلام المتغيرات، دار آفاق عربية للصحافة والنشر، بغداد، العراق، 1985، ص.ص 77، 78

➤ **تصحيح الأخطاء:** الإعلامي كأى إنسان آخر معرض لارتكاب الأخطاء، وإذا أخطأ أو حرّف

الحقائق أو تسرع في استخلاص الاستنتاجات فعليه أن يبادر من تلقاء نفسه إلى تدارك ذلك وأن

ينشر التصحيح في نفس المكان الذي نشرت فيه المادة موضوع التصحيح.

➤ **عدم استخدام المهنة كسلاح:** يميل بعض الإعلاميين في حالة وجود نزاع مع شخصية أو منظمة

إلى استخدام مهنتهم كسلاح للتخويف والتهديد والابتزاز، وهذا ما يتنافى مع الأخلاقيات المهنية

من جهة، كما يدخل في باب الجرائم من جهة أخرى.

➤ **عدم استغلال المهنة للحصول على مكاسب شخصية:** يمنع على الإعلامي استغلال مهنته

للحصول على أي هبات أو تبرعات مالية عينية أو مساعدات أخرى مهما كان نوعها أو صورتها

من جهات أجنبية أو محلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالهدايا والمجاملات والرحلات المجانية

والمعاملة الخاصة التي يتلقاها من أجل النشر أو لإخفاء المعلومات يمكن أن تؤدي به إلى التنازل

عن أمانته وأمانة المؤسسة التي ينتمي إليها.

➤ **عدم الخلط بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية:** لا يجوز للإعلامي الخلط بين المادة الإعلانية

والمادة التحريرية، ولا بد أن يتضح الفرق بين الرأي والإعلان من خلال النص صراحة على أن

المادة محل النشر مادة تحريرية أو إعلان.

➤ **احترام الأشخاص وخصوصيتهم:** يتعين على الإعلامي احترام الأشخاص من خلال عدم

الخوض في خصوصياتهم وعدم نشر أسرارهم العائلية أو المهنية أو الأخبار الكاذبة التي من شأنها

أن تنال من سمعتهم وكرامتهم ومكانتهم الاجتماعية أو السياسية، سواء كان ذلك بسبب خلاف

في الرأي أو تحريض من جهة ما أو من أجل الابتزاز، وعلى الإعلامي أن لا يحاول انتهاك حق

الشخص في الاحتفاظ بحياته الخاصة بعيدا عن الأخبار، لأن التطفل على الحياة الخاصة

للأشخاص أمر مرفوض تماما ويحاسب عليه القانون في بعض الأحيان.¹

المعايير الأخلاقية	المعايير المهنية
<ul style="list-style-type: none"> • احترام الحقيقة وحق الجمهور في معرفتها • الإلتزام بالموضوعية • عدم الخلط بين الرأي والخبر • عدم اللجوء لطرق ملتوية للحصول على المعلومات • التعامل الممي مع مصادر المعلومات • تصحيح الأخطاء • عدم استخدام المهنة كسلاح • عدم استغلال المهنة للحصول على مكاسب شخصية • عدم الخلط بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية • احترام الأشخاص وخصوصيتهم 	<ul style="list-style-type: none"> • المصداقية • الخبرة • الشمولية • التوازن • التنوع والتعددية • الدقة • التفاعلية • النزاهة

شكل رقم (02): معايير الممارسة المهنية في الإعلام²

المبحث الثالث: أخلاقيات المهنة الإعلامية:

1. تعريف أخلاقيات المهنة الإعلامية:

يمكن اعتبار أخلاقيات المهنة الإعلامية بأنها: "مجموعة من القواعد والواجبات المسيرة للمهنة والتي

ينبغي أن يلتزم بها الإعلامي أثناء أدائه لمهامه، كما أنها مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية التي من

الضروري الإلتزام بها بشكل إرادي."³

1- محمد سيد فهمي، الإعلام من منظور اجتماعي، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 1984، ص82

2- المصدر: من إعداد الباحث

3- عيبر الرحباني، مرجع سبق ذكره، ص216

ويعرفها بسام المشاقبة بأنها: "الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام والصحافة بشتى أنواعها وأنماطها،

وهي تشمل واجبات الصحفيين وحقوقهم وطبيعة أعمالهم."

بعبارة أخرى هي عبارة عن القواعد والأسس التي تقوّم وتدافع عن مهنة الإعلام وتدفع بها إلى

الأمام، وهي تتناول المبادئ التي يجب على القائمين بالعمل الإعلامي الالتزام بها ومراعاتها، وهي عبارة عن

موثيق ومدونات شرف تدافع عن المجتمع من جهة وعن المؤسسات والعاملين بها من جهة أخرى.¹

أما عبد الرزاق الدليمي فعرفها بأنها:

"معايير الأصول الأخلاقية المهنية التي يعتمدها الإعلاميون ووسائل الإعلام أثناء التعامل مع

قضايا المجتمع، والمعنيون بتنفيذها هم صانعو الرسالة الإعلامية، المؤسسات الإعلامية، المعلنون وأي فريق

يقوم بأي عمل ذي صفة إعلامية أو إعلانية."²

إذن فأخلاقيات المهنة الإعلامية هي مجموعة القواعد المسيرة للمهنة الإعلامية وهي مختلف المبادئ

التي يجب أن يلتزم بها الصحفي إرادياً أثناء أدائه لمهامه حتى ينال استحسان الرأي العام.

2. نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية:

ترتبط أخلاقيات الممارسة الإعلامية في دول عديدة بالتقاليد والأعراف أكثر من ارتباطها

بالقوانين، لذا اهتمت العديد من بلدان العالم بإصدار موثيق شرف إعلامية تحتوي على المعايير الأخلاقية

التي يجب أن يسير على نهجها الإعلاميون لتحقيق أكبر قدر من الأمانة والصدق في نقل المعلومات،

ويرجع ظهور موثيق الشرف على الصعيد الدولي إلى عام 1913 حيث بُدلت محاولات عديدة لوضع

1- بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص70

2- عبد الرزاق مجد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص79

قواعد سلوك مهني للإعلاميين، وأقدم هذه المواثيق أطلق عليها "قواعد الأخلاق الصحفية" صدر في واشنطن عام 1926 ونشأ في ذلك العام الاتحاد الدولي للصحفيين واتخذ عددا من الإجراءات الهادفة إلى تنظيم المهنة ذاتيا من بينها إنشاء محكمة دولية للشرف في عام 1931.¹

ومن أبرز المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الإعلامية:

- **فرنسا سنة 1918:** عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية مباشرة بعد الحرب العالمية الأولى نظرا للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، وندد هذا الميثاق بالوسائل غير الأخلاقية للحصول على المعلومات وعدم قبول أي شكل من أشكال الرشوة.
- **الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1923:** قامت الجمعية الأمريكية لرؤساء التحرير بوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية وقد نص هذا الميثاق على ما يلي: المسؤولية، حرية الصحافة، الاستقلالية، الصدق والموضوعية.
- **بريطانيا سنة 1930:** تعد بريطانيا من الدول التي عهد صحافيوها إلى وضع ميثاق لشرف المهنة بمبادرة منهم، وبعد ذلك قام الاتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة 1930.²
- **براغ سنة 1936:** قام المؤتمر العالمي للصحافة في مدينة براغ بالتطرق إلى ما يجب على الصحافة أن تفعله وافر مجموعة من الصفات الواجب أن يتحلى بها الصحفي على غرار الصدق، الأمانة، الموضوعية، الابتعاد عن تزيين العنف والتحريض على استعماله... الخ.³

1- عبد العزيز خالد الشريف، أخلاقيات الإعلام، ط1، دار بافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص46

2- ماهر عودة الشمالية وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص25

3- حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002، ص148

- إعلان مكسيكو 1980: اجتمع حوالي 1000 مهني من مختلف أرجاء العالم يمثلون منظمات عالمية وإقليمية وجهوية في اجتماعات استشارية بإشراف من منظمة اليونسكو وفيها عبّر الحاضرون عن تأييدهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونسكو الذي يدور حول المبادئ والقيم الأساسية لمساهمة وسائل الإعلام في ترسيخ السلم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان، كما أفرز الاجتماع ما اصطلح على تسميته إعلان مكسيكو الذي احتوى مجموعة من الأسس والمبادئ العالمية المشتركة في مجال الأخلاقيات الصحفية.¹

أما على المستوى العربي فقد كانت هناك محاولتان:

- مصر سنة 1960: وكان ذلك خلال المؤتمر العام للاتحاد القومي للجمهورية العربية المتحدة، وقد كانت هذه المحاولة عبارة عن مشروع فكرت فيه لجنة التوجيه القومي من لجان هذا المؤتمر، ونشرته في الصحف في الرابع والعشرين من شهر جوان سنة 1960 وجعلت عنوانه كالتالي: "ميثاق الشرف للمنشغلين في وسائل الإعلام"، وفيه كل ما يتعلق بحقوق المجتمع وسمعة الأفراد، وما يتصل بالأخبار جمعا ونشرا وتعليقا، وما يتعلق بحقوق الزملاء في المهنة بالإضافة إلى ما يتصل بقضايا السلام في العالم كله.

- ميثاق الشرف العربي: أقر مجلس الجامعة العربية بتاريخ 14 سبتمبر 1978 ميثاق الشرف الإعلامي العربي والذي جاء تنفيذا لميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربي بالدار

1- جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، ط1، مؤسسة مهارات للنشر، بيروت، 2008، ص 40

البيضاء عام 1965، وقد رتب هذا الميثاق التزامات الحكومات حيال العمل الصحفي وممارسيه.¹

3. أهمية أخلاقيات الإعلام:

تكسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة بالمقارنة مع أي مهنة أخرى، وذلك بالنظر إلى أهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان ودورها في تشكيل قيمه واتجاهاته ومعارفه، ومن هذا المنطلق فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة خاصة بعد ظهور الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.²

و حصر ماهر عودة الشمايلة أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية في الآتي:

➤ الإعلامي الناجح والموضوعي لا يحتاج دائما للقوانين ورقابة الحكومة لتنظيم مهنته، فهناك أيضا الدوافع والرقابة الذاتية وأخلاقيات المهنة كضوابط للعمل الإعلامي، فأهمية أخلاقيات المهنة ترجع لكونها تعدّ بمثابة موجهات داخلية للقرارات المهنية في مختلف المواقف؛

➤ أخلاقيات المهنة هي مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح وموضوعي في العمل الإعلامي، وهي تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية.

1- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 28
2- بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 95

➤ أخلاقيات المهنة الإعلامية تفرض أن الرقابة يجب أن تكون ذاتية والرادع أيضا ذاتي، فالإعلامي ذو الضمير الحي الذي يحرص على انتقاء معلوماته وأخباره من مصادر موثوقة عالية المصداقية يكسب ثقة الجمهور، فالشعور بالمسؤولية لا يجب أن يكون مفروضا بالقانون، بل يأتي من الرقابة الذاتية والالتزام بالمعايير المهنية الرفيعة.

➤ الإعلامي مسؤول أمام العديد من الجهات، فهو مسؤول أمام نفسه وأمام جمهوره وأمام المعلنين وأمام ملاك المؤسسة الإعلامية وأمام زملائه وأمام المجتمع ككل، لذلك وجب عليه التقيد التام بأخلاقيات المهنة الإعلامية حتى يحظى بثقة كل هؤلاء.¹

4. دوافع الاهتمام بأخلاقيات المهنة الإعلامية:

زاد الاهتمام في الفترة الأخيرة بأخلاقيات الصحافة والإعلام، فظهرت العديد من مدونات السلوك ومواثيق الشرف الإعلامية التي تضعها نقابات أو جمعيات لها علاقة بالعمل الإعلامي، ويعود هذا الاهتمام لعدة دوافع وأسباب هي:

➤ **التطور التكنولوجي وثورة المعلومات:** فرض التطور الهائل في التكنولوجيا ضرورة البحث عن نظريات جديدة في مجال الإعلام والاتصال، لأن التحول الحاصل في طريقة الحصول على المعلومات سينتج عنه طرق جديدة للتعامل مع الأخبار وجمع المعلومات من مصادرها، وبالتالي ظهور بيئة إعلامية جديدة تقتضي بيئة أخلاقية تتلاءم معها.

➤ **أزمة المصداقية:** جاء تزايد الاهتمام بأخلاقيات الإعلام خلال فترتي الثمانينيات والتسعينيات كنتيجة لكثير من الدراسات التي أوضحت تناقص مصداقية وسائل الإعلام، وقد اقترن هذا

1- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص. 35، 36

التناقص بتناقص احترام جمهور وسائل الإعلام للإعلاميين وتناقص أعدادهم، وهو ما شكل خطراً ليس فقط على صورة الإعلاميين في أذهان الجمهور، ولكن أيضاً على المصالح الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية.

➤ **تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام:** الاتجاه التجاري الذي سيطر على وسائل الإعلام خلال القرن العشرين أدى إلى تركيز وسائل الإعلام على نوعية معينة من المضمون تستهدف تحقيق أهداف تجارية، وهذا ما أدى إلى توجيه انتقادات كبيرة لها على اعتبار أنها لم تعد تعطي الجمهور ما يريد، بل تعطيه ما يريده المعلنون، لذلك فإن أخلاقيات المهنة هي وسيلة لضمان جودة المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام من خلال إصدار موثيق أخلاقية مهنية.

➤ **تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام:** لقد كانت هناك معارضة واسعة من جانب وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا لإصدار موثيق أخلاقية خوفاً من أن تتحول إلى سلاح يستغله المحامون لإقناع القضاة والمحلفين بانتهاك هذه الموثيق، وقد أعاقت هذه الرؤية عملية إصدار موثيق الشرف لفترة طويلة من الزمن، لكن في التسعينيات ظهرت تهديدات لوسائل الإعلام خاصة في بريطانيا بإصدار قوانين تحمي حقوق الأفراد في الخصوصية، كما ظهرت أصوات في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول تطالب بإصدار قوانين تحد من حرية الوسائل الإعلامية، ومن هنا ظهرت رؤية جديدة تقوم على أن إصدار موثيق أخلاقية كجزء من عملية تنظيم ذاتي، يمكن أن يجنب وسائل الإعلام إصدار تشريعات تحد من حريتها.¹

1- سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2005، ص 23

5. أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية:

تظهر أخلاقيات المهنة الإعلامية في أشكال عدة هي:

➤ أخلاقيات خاصة بتعامل الإعلامي مع مصادره: على الإعلامي أن يلتزم بسرية المصادر وان لا

يكشف عن هوية المصدر الذي استقى منه المعلومات والأخبار، كما يجب على الإعلامي أن

يحرص على صحة معلوماته ومصداقيتها لأنه سوف يكون مسؤولاً عنها تجاه الجمهور.

➤ أخلاقيات خاصة بالتعامل مع المواطنين والجمهور: تشمل عدم التطفل على الحياة الخاصة

للآخرين والخوض في أمورهم الشخصية والكشف عن أسرارهم بهدف تحقيق مصالح شخصية أو

عامة.

➤ أخلاقيات خاصة بالإعلان: تعني الحرص على تجنب نشر الإعلانات الخاصة بالخمور والمخدرات

والسجائر واليانصيب والمضاربات المالية، وعدم عرض الإعلانات التي تتضمن السب والقذف

والألفاظ النابية وانتهاك الآداب العامة وقضايا الجرائم، كما تفيد الحرص على احترام نسبة المادة

الإعلانية المتفق عليها دولياً والحرص على مضمون الإعلان وما يدعو إليه من قيم وسلوكيات قد

لا تتفق مع معايير ومبادئ المجتمع والممارسات القومية، إلى جانب عدم استغلال المرأة أو الطفل

كأداة ترويجية وبيعية والسهر على سلامة الإعلان وان لا يكون مضمونه مضللاً للجمهور.

➤ أخلاقيات خاصة بالسياسة التحريرية: تقوم على الصدق والدقة في تحري الأخبار والإنصاف

والتوازن وتجنب التحريف والتشويه.

➤ أخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة بين الإعلاميين: تتضمن عدم الاعتداء على زملاء المهنة بالقذف أو السب أو المعاملة السيئة من احتقار أو سخرية من آراء الآخرين أو الاعتداء على حق زميل بسرقة مادته الإعلامية.

➤ أخلاقيات خاصة بقيم المجتمع وعاداته وتقاليده: يدخل فيها عدم التحريض على كل ما يخالف القيم والعادات والمعايير التي يقوم عليها المجتمع كإثارة الفاحشة والتحريض على العنف والسلوكيات الشاذة وإثارة الشهوات، ويدخل في هذا المجال أيضا عدم التأثير على العدالة وسيرها مثل التعليق على القضايا المعروضة على القضاء والتدخل في الحكم، وعدم تحميل الجريمة وتحسين صورة المجرم ووصفه بالبطل وعرض تفاصيل جريمته مهما كانت آثارها السيئة، وتجنب عرض صور مرتكبي الجرائم حتى تحفظ لهم حقهم في عيش حياتهم المستقبلية.

➤ أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للإعلاميين: تقوم على أن يتمتع الإعلامي بدرجة عالية من النزاهة، بحيث يسعى دائما إلى التفوق في مهنته ملتزما بقوانينها لا ساعيا وراء مصالحه الشخصية.¹

أما (عبد الرزاق الدليمي) فقد لخص أخلاقيات المهنة الإعلامية فيما يلي:

➤ الصدق: هو الدافع لأدبيات التعامل مع المادة الإعلامية، فالحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي والوصول إليها لا يجب أن يكون عبر الطرق الملتوية، فوسائل الإعلام تسعى للوصول إلى الحقيقة وتبسيط الضوء على الوقائع ضمن بيئتها وزمانها، ولأن الحقائق ليست دوما في متناول من يريدونها فلا بد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة.

1- المرجع السابق نفسه، ص.ص 10، 11

➤ احترام الكرامة الإنسانية: يتوجب على الإعلامي تفادي عرض الأخبار والصور التي تمس

الكرامة الجماعية أو الفردية، وهذا يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على

المعلومات، ولا يجوز استعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص.

➤ النزاهة: تعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر

والتعليق أو الإشهار، والخلط بين الصالح العام والصالح الخاص، كما تفيد النزاهة التجرد من

الهوى والاستقلالية في العمل وعدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية كانت أم خارجية.

➤ المسؤولية: يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة من أخباره، بمعنى أنه لا يجوز نقل

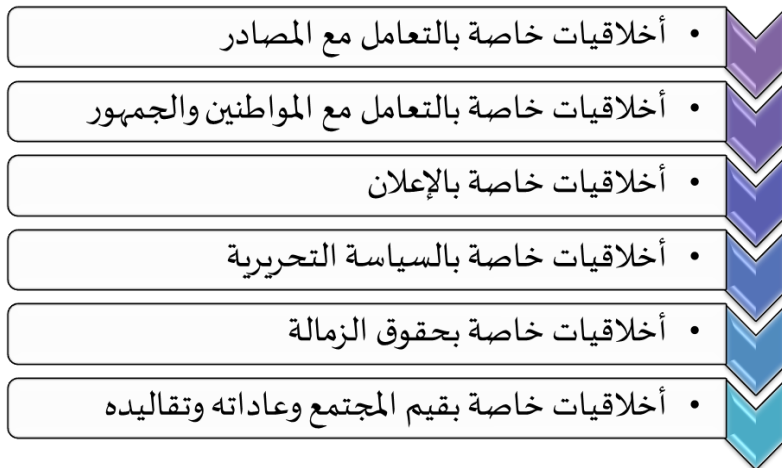
أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته والحذر عند نشره.

➤ العدالة: وتعني أن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات، كما هم متساوون أمام وسائل

الإعلام، ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن لا تكون هذه الوسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو

جهة دون الأخرى، وإن العدالة تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور والابتعاد ما

أمكن عن أساليب المبالغة والتحويل والإثارة.¹



شكل رقم (03): أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية²

1- عبد الرزاق مجد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص.9، 10
2- المصدر: من إعداد الباحث

6. مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية:

➤ **السياسة الإعلامية:** تتأثر المهنة الإعلامية أساساً بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الإعلاميون والمؤسسات الإعلامية، والتي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها، وتختلف هذه السياسات من دولة إلى أخرى بحسب طبيعة الأنظمة الحاكمة والمجتمعات فيها.

➤ **المؤسسة الإعلامية:** لكل مؤسسة إعلامية تقاليداً وسياساتها الخاصة بها التي تضعها لنفسها وتحكم آليات العمل بها لتحقيق أهدافها، ومن ثم فالمطلوب من العاملين فيها الالتزام بتلك السياسة التي تحدد القيم التنظيمية التي تسيّر عليها، وتؤثر سياسة المؤسسة الإعلامية في أوجه النشاط الإعلامي كافة وهي تعتبر أحد أهم مصادر أخلاقيات المهنة.

➤ **فريق العمل:** يعدّ فريق العمل أحد مصادر أخلاقيات المهنة، فطبيعة العلاقات القائمة بين العاملين داخل المؤسسة الإعلامية تحدّد منحى العملية الإعلامية سلبيًا أو إيجابيًا وتؤثر على إنجاز العمل المطلوب.

➤ **المجتمع:** المجتمع هو المنبع الرئيسي الذي يستمد منه الإعلامي أخلاقياته، ولكي تكون الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور مؤثرة وجب أن تكون معبرة عن نبض أفراد المجتمع ومشاكلهم وهمومهم وانشغالاتهم، وتشكل القيم الاجتماعية والأعراف والعادات والتقاليد وطبيعة التنشئة الاجتماعية أهمية كبيرة في تشكيل أخلاقيات المهنة الإعلامية.¹

1- محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص. 202- 203

7. أطر تنظيم أخلاقيات الإعلام:

توجد مجموعة من الأعراف المهنية التي تنظم سير عمل مهنة الإعلام وتلزمها بالأخلاق المهنية وهي:

➤ **مجالس الصحافة:** ظهرت مجالس الصحافة في الستينيات من القرن الماضي، وهي عبارة عن

منظمات تطوعية خاصة تسعى إلى ما يلي:

- تحسين أداء الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى؛

- دراسة الشكاوى المتعلقة بالممارسة الإعلامية وتقديم وظيفة استشارية واقتراحات حولها؛

- الإصرار على أهمية الأخلاقيات المهنية في مجال الإعلام والصحافة.

وفي سبيل تطوير البنود الأخلاقية لمهنة الصحافة ظهرت توجهات بحثية وتطبيقية ترى بأن تأسيس هذه المبادئ لا بد أن يكون نابعا من الإعلاميين أنفسهم حتى يستطيعوا الالتزام بها، لأنها أولا وأخير تعبر عن ضمائرهم المهنية، وهناك من يرى أنه من الضروري أن يكون للأكاديميين دور في صياغة المبادئ الأخلاقية لوسائل الإعلام، فالمواثيق يجب أن يسبق إصدارها دراسات علمية للقيم المجتمعية والثوابت التي يقوم عليها المجتمع، وعلاقة وسائل الإعلام بالمجتمع والتطور الثقافي له والذي يمكن أن يؤثر على تشكيل المواثيق، ودون ذلك تصبح عملية استنساخ من مواثيق أخرى، ولا يجب أن ينفرد الأكاديميون بتحديد الجوانب الأخلاقية للإعلام لأنهم لم يجتربوها في الممارسة الإعلامية، وبالتالي لا بد أن ينحصر دورهم في تقديم النصح والمشورة للإعلاميين عند صياغة مواثيق الشرف المتعلقة بمهنتهم، سواء تم ذلك من خلال جلسات استماع لبعض المتخصصين في أخلاقيات الإعلام وتشريعاته، أو من خلال تشكيل لجنة لهؤلاء الأكاديميين ضمن اللجان المختلفة

التي تضم الإعلاميين القائمين على صياغة الموثائق، على أن تتم مناقشة ما توصلت إليه لجنة الأكاديميين من مبادئ حاكمة للممارسة الإعلامية في جلسة أو جلسات عامة تضم إعلاميين ممارسين للمهنة.

ويمكن تلخيص ما يمكن أن تقوم به مجالس الصحافة في:

- التأكد من صدق الأخبار التي تغطيها وسائل الإعلام؛
- العمل على التقليل من قضايا القذف الموجهة ضد وسائل الإعلام وحل مشكلات الجمهور؛
- تدعيم المصداقية في عمل وسائل الإعلام؛
- إتاحة ردود أفعال الجمهور حيال الرسائل التي يتلقونها، ونشر ما يحسن الجمهور إدراكه؛
- إحاطة الناس علما بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في خدمة المجتمع؛
- تدعيم حرية الصحافة من خلال الحرص على العدالة وتحسين أداء وسائل الإعلام؛
- حماية وسائل الإعلام من الرقابة الحكومية.

➤ **نقابات الصحفيين:** تعد نقابات الصحفيين من الاتحادات المهنية التي تعبر عنهم ويسعون من

خلالها لحماية حقوقهم والحفاظ على حرياتهم.¹

1- عمار ميلاد نصر، أطر أخلاقيات الصحافة في الممارسة المهنية، مجلة جامعة سرت العلمية للعلوم الإنسانية، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2017، ص 340 وما بعدها

➤ موثيق الشرف الإعلامي: يعرّف (جون بيرتران) ميثاق الشرف الإعلامي بأنه: "قواعد أخلاقية

لإرشاد وتوجيه عمل الصحفيين ويشتمل على ثلاثة عناصر أساسية هي:

- القيم الأساسية بما في ذلك احترام الحياة والتضامن الإنساني؛
- محظورات أساسية بما في ذلك أن لا يكذب الصحفي أو يسبب أذى للغير؛
- مبادئ صحفية تشتمل على الدقة والنزاهة والاستقلالية.¹

وموئيق الشرف نوعان:

- **موثيق إلزامية أو إجبارية:** تحمل هذه الموئيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير السلوك المهني أو ينتهكونها، ويدخل في هذا الاحتقار أو التأييب العام أو الوقف المؤقت عن مزاوله المهنة، وهي الموئيق التي تصدرها جمعيات رؤساء التحرير أو النقابات المهنية أو مجالس الإعلام وأخلاقيات المهنة، فهي في الغالب لا تلزم إلا الموقعين عليها وهو التزام أخلاقي وليس التزاما قانونيا.
- **موثيق غير إلزامية أو اختيارية:** أي تقوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتعد هذه الموئيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم، وهي الموئيق التي تسنها المؤسسات الإعلامية سواء بالاتفاق مع العاملين فيها أو المؤسسين عليها، وكل عامل في المؤسسة ملزم بتطبيقها باعتبارها مرتبطة بعقود العمل والتأمينات.²

1- أحمد موسى قريبي، **ضمير الصحافة**، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2008، ص 148
2- ماهر عودة الشمالية وآخرون، **أخلاقيات المهنة الإعلامية**، مرجع سبق ذكره، ص 40

وهناك تصنيف آخر لمواثيق الشرف مبني على أساس نطاق التطبيق وهو يضم:

- **مواثيق شرف دولية:** هي مواثيق لها امتداد دولي وتطبق في جميع دول العالم كميثاق شرف

الفدرالية الدولية للصحافة.

- **مواثيق شرف إقليمية:** هي مواثيق محددة بإقليم معين كميثاق الشرف الصحفي العربي

الصادر عن اتحاد الصحفيين العرب.

- **مواثيق شرف وطنية:** هي مواثيق تصدرها كل دولة على حدة وتكون خاصة بها فقط.

- **مواثيق شرف داخلية:** هي مواثيق تقوم بصياغتها المؤسسة الإعلامية للعاملين فيها وتكون

ملزمة لهم دون غيرهم.

وتمثل مواثيق الشرف الصحفي والأخلاقيات المهنية قواعد اختبارية والتزاما ذاتيا للإعلاميين، وتعد

النقابات والتنظيمات الصحفية مسؤولة عن تنفيذها ومراقبة مدى الالتزام بها باعتبار أن التنظيمات المهنية

قد ضمنت لهم حقوقا ورتبت عليهم التزامات ومسؤوليات حيال المجتمع، وترتبط طريقة وضع مواثيق

الشرف بجانبين:

(أ) **الجانب الأول:** يتعلق بحماية العاملين في وسائل الإعلام، فهناك مواثيق يصوغها المهنيون وهي

تسعى لخدمة مصالحهم أكثر من خدمة مصالح الجمهور، وهم ملزمون بتنفيذها باعتبارها تنظيما

ذاتيا لهم.

ب) الجانب الثاني: يتعلق بحماية الجمهور بصورة عامة، فهناك موثيق تفرض على المهنة من غير

العاملين بها ويكون لها درجات مختلفة من الفاعلية، وفي هذه الحالة تخدم بشكل أو بآخر

الجمهور.¹

وهناك قواعد تكفلت النقابات المهنية بتوظيفها لتبيين حقوق الإعلاميين وواجباتهم، ووضحت لهم

طرق التعامل مع الجمهور ومع زملاء المهنة ومع السلطة، وهي عادة تسير في اتجاهين:

الاتجاه الأول: تحاول فيه التنظيمات المهنية أو النقابات أن تدافع عن حقوق منتسبيها أمام الآخرين،

وتحاول أن تكون المتكلم باسمهم.

الاتجاه الثاني: تقوم فيه النقابات والتنظيمات بمراقبة سلوك الأعضاء المنتسبين إليها ومدى انضباطهم

وتقيدهم بما تفرضه واجبات المهنة، ولهذا تعمل على إيجاد مجلس ضبط أو مجلس لتأديب الأعضاء الذين

يخالفون قواعد المهنة أو أصولها أو عندما يقومون بالإساءة إلى شرفها.²

ويتمثل القائمون على صياغة الموثيق الأخلاقية في الفئات الثلاث التالية:

• الإعلاميون: هناك رؤية تقوم على أن معظم الموثيق الأخلاقية التي صدرت حتى الآن كتبت

بواسطة إعلاميين ممارسين للمهنة، إلا أن هناك حاجة إلى إجراء تعديل أساسي في تطور الموثيق

الأخلاقية، وهذه الرؤية التي يتبناها كثير من الكُتاب والصحفيين والإعلاميين وتبناها أيضاً

العديد من التنظيمات الإعلامية والصحفية عبر العالم تقوم على أن وضع المعايير الأخلاقية يجب

أن يكون مسؤولية الإعلاميين وحدهم دون أي تدخل خارجي.

1- ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة المفتوح، القاهرة، 2000، ص225

2- صباح عواد مجد نصيف، مرجع سبق ذكره، ص122

وتقوم هذه الرؤية على أن المبادئ الأخلاقية لا بد أن تكون نابعة من الإعلاميين أنفسهم حتى يستطيعوا الالتزام بها، لأنها أولاً وأخيراً تعبر عن ضمائرهم المهنية، ولذلك فهم الأقدر على تصور مشكلاتهم ومواجهتها، فالميثاق الذي يدافع عن معايير مثالية لسلوك الإعلاميين ولا يربط هذه المعايير بما يقوم به الإعلاميون بالفعل يُعد أبعد ما يكون عن الممارسة الفعلية للإعلاميين، ومن ثم يصعب أن يؤثر على عملهم، ولذلك فإن الميثاق الأخلاقي الذي يمكن أن يكون أكثر نجاحاً في التأثير على سلوك هؤلاء الإعلاميين وتحسين أدائهم والارتقاء به ضمن منظومة أخلاقية فاعلة لا بد أن يبدأ من الممارسة الفعلية لهم.

وثمة مشكلة أخرى في صياغة الميثاق الأخلاقي وهي أن معظم الميثاق تُصاغ بطريقة سلبية، بمعنى أنها تحث الإعلاميين بعدم القيام بأي عمل غير أخلاقي، ولذلك فقد أصبحت بنود الميثاق عبارة عن قائمة من المحظورات الغامضة البعيدة عن الواقع، وأن هذه الميثاق تركز على المنع والحظر في ظل بنود تعكس مجموعة من الأوامر والنواهي، وهو ما أدى في النهاية إلى ظهور حركة ارتجاعية من قبل الإعلاميين ترفض صياغة الميثاق بمثل هذا الأسلوب.

● الأكاديميون: هناك من يرى أنه من الضروري أن يكون للأكاديميين دور في صياغة المبادئ

الأخلاقية لوسائل الإعلام، فالميثاق يجب أن يسبق إصدارها دراسات علمية للقيم المجتمعية والثوابت التي يقوم عليها المجتمع، وعلاقة وسائل الإعلام بالمجتمع والتطور الثقافي للمجتمع، والذي يمكن أن يؤثر على تشكيل الميثاق الأخلاقية، وبدون ذلك يمكن أن تصبح الميثاق الأخلاقية عملية استنساخ من ميثاق أخرى، تم تطويرها في دول أخرى، ولا يعني هذا مجالاً من الأحوال أن ينفرد الأكاديميون بصياغة ميثاق الشرف الإعلامية على أساس أنهم الأجدر في تحديد الجوانب الأخلاقية للإعلام، لأن الأكاديميين أنفسهم لم يختبروا هذه الأخلاقيات في الممارسة الإعلامية على أرض الواقع، وبالتالي لا بد أن ينحصر دور الأكاديميين في تقديم النصح

والمشورة للإعلاميين عند صياغة موثيق الشرف المتعلقة بمهنتهم، سواء تم ذلك من خلال جلسات استماع لبعض المتخصصين في أخلاقيات الإعلام وتشريعاته، أو من خلال تشكيل لجنة لهؤلاء الأكاديميين ضمن اللجان المختلفة التي تضم الإعلاميين القائمين على صياغة ميثاق الشرف الإعلامي، على أن تُناقش ما توصلت إليه لجنة الأكاديميين من مبادئ حاكمة للممارسة الإعلامية في جلسة أو جلسات عامة تكون أكثريتها من الإعلاميين الممارسين للمهنة.¹

● **الجمهور:** لاشك أن الجمهور هو المستفيد النهائي من وجود ميثاق أخلاقي يشكل ضمانات وحقوق الجمهور من خلال المبادئ الأخلاقية التي تحكم عمل الإعلاميين، ومن ثم يجب أن يكون للجمهور دور في التأثير على تشكيل هذه المبادئ الأخلاقية. يُضاف إلى ذلك أن من أهم أهداف الموثيق الأخلاقية ضمان قيام علاقة متوازنة بين وسائل الإعلام والجمهور ولذلك فإنه يجب مشاركة الجمهور في صياغة الموثيق الأخلاقية.

والدارس للموثيق سواء الملزمة منها أو غير الملزمة يجد أنها ذات ثلاث مستويات:

● **على مستوى واجبات رجل الإعلام:**

يختصرها (جون هوفنبرغ) في كتابه الصحفي المحترف في:

- أن يغطي الصحفي الأخبار بإنصاف وشمول ودقة؛

- أن يعرض الأنباء بصدق؛

- أن يشرح ما تعنيه الأخبار؛

1- شريف درويش اللبان، **البحث عن الأخلاقيات في زمن الانفلات: قراءة موضوعية في مشروع ميثاق الشرف الإعلامي**، المركز العربي للبحوث والدراسات، 2014، متاح على: <http://www.acrseg.org/3713>، (تاريخ الاطلاع 2018/07/19 على الساعة 14.30)

- أن يحمي مصادره كلما كان ذلك ضرورياً؛
 - أن يحترم الأخبار السرية إذا قدمت بلا مقابل وقبلت عن طيب خاطر؛
 - أن يعمل في كل الأوقات للصالح العام وان لا يتأثر بأي اعتبار آخر؛
 - أن يحترم القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص الذين تشملهم الأخبار وأن يعالجها بصرامة وأمانة.
 - أن يعترف بالخطأ عند الوقوع فيه وأن يقوم بالتصحيحات المناسبة بأسرع ما يستطيع.¹
- أما (ديفيد راندال) فيرى أنها مجموعة من المبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي وهي:
- خدمة الصحيفة والقراء فقط؛
 - البحث الصادق والنزيه عن الحقيقة؛
 - مقاومة كل الدوافع المغرية بالنشر كالمال والمزايا؛
 - عدم السماح للدعاية بممارسة تأثير مباشر أو غير مباشر في مضمون وتوجيه الصحيفة؛
 - عدم استخدام الموقع الصحفي للتهديد أو الحصول على مزايا؛
 - عدم تهميش أو كتمان الأخبار من أجل الصداقة أو المكانة؛
 - عدم استغلال المعلومات للكسب الشخصي.²

1- عبد العالي رزاق، المهنة صحفي محترف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 44

2- المرجع السابق نفسه، ص 45

● على مستوى المؤسسة الإعلامية:

يحدد (إيدين وايت) في كتابه "لنقول لكم الحقيقة: مبادرة الصحافة الأخلاقية" ثلاث مبادئ

أساسية لقيام مبادرته بالنسبة للمؤسسة الإعلامية وهي:

- قول الحقيقة وتعني الإدمان على دقة الحقائق؛

- الاستقلالية والنزاهة؛

- الإنسانية والتضامن.

ويدعو الصحفيين إلى صياغة ميثاق أو مدونة سلوك كما يدعو المؤسسات الإعلامية إلى القيام

بوضع لوائح وإرشادات أسلوبية توفر قائمة بالمصطلحات الشائعة الاستخدام.

بينما يقدم (روبرت شمولي) مبدئين أساسيين، الأول هو فصل الجانب التجاري عن محرري الأخبار

وأسرة التحرير، والثاني هو الاحتراف أو الحرفية بالنسبة للصحفيين.

● على مستوى المادة الإعلامية:

إن المستهلك للمادة الإعلامية لا يشعر بالمتعة إلا إذا وجد في مؤسسته ما يلبي احتياجاته، سواء

على مستوى المعلومات أو على مستوى طريقة تقديمها، فمواكبة المستجدات التقنية والمعلوماتية

هي أساس الإعلام العصري، والمؤسسة الإعلامية التي لا تراعي خصوصية جمهورها سرعان ما

تفقد¹.

1- المرجع السابق نفسه، ص.ص 48-50

8. أهداف ميثاق أخلاقيات العمل الإعلامي:

بالرغم من الاختلافات التي يتم وضع ميثاق الأخلاقيات بها إلا أن جميعها تسعى إلى أهداف محددة هي:

– حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للإعلام أو ضد الأغراض الاجتماعية له أو استخدامه للدعاية؛

– حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤولياتها، أو يتعرضوا للإذلال أو لأي ضغط ليقولوا أو يفعلوا مالا تملية عليهم ضمائرهم؛

– المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين، وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على كل المعلومات عدا الظروف المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، ويصبح في إمكانهم التعبير على آرائهم المؤيدة أو المعارضة باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.¹

9. العلاقات التي تنظمها قواعد السلوك وأخلاقيات المهنة:

تنطبق قواعد السلوك أو أخلاقيات المهنة في دوائر هي:

أ. علاقة ذوي المهن ببعضهم البعض:

إن العلاقة بين ذوي المهنة الواحدة تحكمها مبادئ أربعة أساسية تتمثل في:

– مبدأ اللياقة في التعامل والمحافظة على روابط المودة؛

1- ماهر عودة الشمالية وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 41

- مبدأ التعاون والمساعدة المتبادلة؛
- مبدأ الاستقلال المهني في مباشرته لأعمال مهنته؛
- مبدأ المسؤولية الشخصية لكل مهني عما يقوم به من أعمال.

ب. علاقة ذوي المهن بالعملاء:

تعد المهنة الحرة مرفقا عاما " Un service public " تحلت الدولة عن إدارته لمؤسسة مهنية (كنقابة مهنية مثلا) تركت لها تنظيم كيفية أداء هذه الخدمة للجمهور، فالغرض الأساسي من تنظيم المهنة هو ضمان حسن أداء الخدمة المهنية لجمهور المنتفعين بها أي لعملاء المهن، ولذلك لم يكن غريباً أن تحتل علاقة المهني بعملائه حيزاً أساسياً ضمن قواعد الأخلاقيات في المهن المختلفة.

والقواعد الأخلاقية تفرض عديداً من الواجبات التي تنقل كاهل المهني في مواجهة العملاء يمكن تكريسها في مبدئين أساسيين:

- مبدأ اللياقة و النزاهة؛
- مبدأ التفاني في الخدمة.

ج. علاقة واجبات المهني تجاه المهنة والجهة المشرفة عليها و المجتمع:

إلى جانب علاقته بزملائه وعلاقته بعملائه، فإن المهني يرتبط كذلك بالمهنة التي يمارسها، حيث يعد مرآة لها في نظر العامة، ومن ثم فإنه يجب أن يقدم صورة مشرفة للمهنة التي ينتمي إليها، وذلك بالابتعاد عن كل تصرف يكون من شأنه الحط من كرامة المهنة في المجتمع كما يتعين عليه أن يلتزم بما تفرضه الجهة المشرفة على المهنة من واجبات، إضافة إلى ذلك فإن المهني يرتبط بالمجتمع الذي يعيش فيه والذي يجب أن يواكب حركته وأن يساهم في الحفاظ

عليه وتنميته، ولذلك فإن قواعد أخلاقيات المهنة تركز في نصوصها واجبات المهني تجاه

المهنة والجهة المشرفة عليها والمجتمع.¹

د. مسؤوليات مخالفة قواعد الأخلاقيات المهنية:

يترتب على مخالفة الصحفي الآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة نوعين من الجزاءات:

➤ **الأول: المسؤولية الجنائية:** تنجم عندما يشكل هذا الإخلال جريمة من الجرائم المنصوص عليها

في قانون العقوبات أو قانون تنظيم الصحافة.

➤ **الثاني: مسؤولية تأديبية:** حيث يعتبر ميثاق الشرف الصحفي كل مخالفة لأحكامه - ومنها

أخلاقيات وآداب مهنة الصحافة- انتهاكا لشرف مهنة الصحافة وإخلالاً بالواجبات المنصوص

عليها في قانون نقابات الصحفيين.²

هـ. العوامل المؤثرة في عناصر السلوك المهني:

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على أخلاق المهنة، وعلى القائم بالاتصال تجنبها نظرا

لسلباتها و تأثيراتها الكبيرة على مهنته وجمهوره وبالتالي تؤدي إلى إعلام فاشل يتنافى و مبادئ

الرسالة الإعلامية، ومن أهم هذه العوامل نجد :

➤ **الرقابة:** تعد كلمة الرقابة من أقسى الكلمات وأشدّها في المجال الإعلامي، رغم أن الحرية

الإعلامية المطلقة غير ممكنة أو لا وجود لها، فإن الرقابة السياسية والقانونية المباشرة وغير المباشرة

1- جابر محجوب علي محجوب، قواعد أخلاقيات المهنة - مفهومها، أساس إلزامها ونطاقه-، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص.ص 18-19

2- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 48

ليست الوسيلة المهمة للحفاظ على المجتمع وحمايته من أخطار مهنة الصحافة، وتجد الرقابة مكانا أوسع في الأنظمة السياسية للدول النامية و الدول الاشتراكية .

➤ **الاحتكار:** إن الاحتكار محرم دينيا بالنسبة للمسلمين، لكنه يطغى في الأنظمة الرأسمالية، حيث أن خضوع الصحافة واحتكارها يتجسد ميدانيا لأصحاب رأس المال فله دور سلبي على حرية الصحافة واستقلاليتها، مما يجعل الوسائل الإعلامية في يد أكبر المساهمين في المؤسسات الإعلامية، إذن فالاحتكار في المجال الإعلامي ينفي الحرية وهو الطريق الوحيد لتحكم القلة في الأغلبية، وخضوعها لأوامر أصحاب رؤوس الأموال .

➤ **المنافسة:** لقد أصبحت المنافسة تسيطر على الصحف قصد تحقيق المبيعات وجلب الإيرادات مما يدفع في بعض الأحيان العديد من الصحف و الإعلاميين لتتبع مسالك غير قانونية قصد تحقيق الهدف سالف الذكر، وهي طرق غير شريفة ولا تقبلها الكرامة الإنسانية، كما تعتمد بعض هذه الصحف على تقديم هدايا مختلفة ومعتبرة دون مقابل قصد استمالة القراء، مما يؤدي إلى جعل نجاح هذه الصحيفة مرهونا بهذه الهدايا ¹.

➤ **الإعلان:** يعتبر من أهم المعضلات التي تواجه العمل الصحفي، شأنها شأن المشاكل الأخرى كالرقابة والحرية في المجال الإعلامي، ونحن نعرف أن الصحف لا تقتصر على بيع الأخبار فالإعلان "يعد من أهم المصادر لجمع الأموال للصحف، فأى جريدة و مهما كان توزيعها لا يمكنها تغطية تكاليف الإنتاج إلا بنسبة ضئيلة تقدر بالثلث (1/3)، في حين الثلثين (2/3) من

1- حمزة عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص 100

تكاليف تغطيتها تأتي من الإعلانات مما يجعلها تحت سيطرة أصحاب الإعلانات و رؤوس الأموال.¹

➤ **الصحف الحزبية و الجموعية:** وجودها مرتبط بوجود تعددية سياسية، تمتاز بالتدخل في الشؤون

الشخصية للمؤسسات و القائمين بالعملية الإعلامية، و في هذا النمط المؤسسي يتوجب عليهم

الفصل بين انتمائهم السياسي و الحزبي و بين ما هو قائم أثناء تأدية مهنتهم.

➤ **الرشوة:** هي من أقبح التصرفات و السلوكات التي يجب على الصحفي الابتعاد عنها، لأنها

تجعل القارئ يشك في أمانته و نزاهته المهنية، وهي سلوكات غالبا ما تكون سرية غير مصرح بها،

و تتخذ أشكال متباينة كدعوة إلى غداء، تذكرة سينمائية ... الخ، فالأخلاق المهنية الصحفية تمنع

هذا النمط من التعاملات المؤثرة على المهنة لأنها تزعزع مصداقية الوسيلة الإعلامية و تشكل

خطرا حقيقيا على مهنة الصحافة.

➤ **الأكاذيب و الافتراءات:** تؤكد المبادئ الأخلاقية على ضرورة الابتعاد و نبذ الصحفي لها، لكن

العالم المعاصر يشهد في ميدان الصحافة على وجود العديد من المخادعين و الغشاشين تسللوا إلى

مهنة الصحافة مما جعل صحافة العصر الحالي صفحاتها مليئة بهذه الافتراءات.

➤ **بذاءة الأسلوب:** ويقصد بها استعمال القائم بالاتصال عبارات إباحية وجارحة، وأن قليلا من

الصحف يسمح باستعمال هذا النمط التعبيري، والقاعدة الأساسية السائدة أن جميع الصحف

تترفع عن استعمال أي كلمة إباحية جارحة أو مخجلة، بالإضافة إلى هذه العناصر يوجد عنصر

القذف الذي يساهم في تدمير وتشويه شخصية معينة عن طريق نشر معلومات وأخبار كاذبة،

1- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 47

وللحد من هذه الظاهرة السلبية ظهرت قوانين خاصة بالقذف، تعمل على حماية المواطنين إذ تعتبر هذه القوانين الأداة التي تمكننا من التأكد من التزام الصحفيين بمبادئ المهنة، ولكي لا يقع الصحفي في مخاطرة يجب عليه معرفة الحقائق المتوفرة لديه والإلمام بكل الأمور القانونية.¹

10. أخلاقيات المهنة الإعلامية في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية:

➤ أخلاقيات المهنة من خلال القانون الأساسي للصحفيين الممتهين لعام 1968:

تحدّد المادة الخامسة من القانون الأساسي للصحفيين الممتهين لعام 1968 ما يجب أن يلتزم به الصحفي من أخلاقيات مهنية:

- أن يمارس وظيفته ضمن نشاط نضالي؛
- أن يمتنع عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السماح بإشاعتها؛
- أن يلتزم بالسر المهني ما عدا قضايا الأسرار العسكرية الماسة بأمن الدولة الداخلي والخارجي؛
- أن يمتنع عن استعمال الامتيازات المرتبطة بوظيفته لأغراض شخصية؛
- أن يمتنع عن أي عرض إعلاني قد يشيد بمزايا منتج أو مؤسسة يستفيد ماديا أو معنويا من بيعها أو إنجاحها بصورة مباشرة أو غير مباشرة؛

1- عبد اللطيف حمزة، مرجع سبق ذكره، ص137

- أن يعمل دون انقطاع على تحسين تكوينه السياسي وإكمال ثقافته ومعلوماته التقنية والمهنية.¹

➤ أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 1982

تأخر امتلاك الجزائر لميثاق خاص بأخلاقيات المهنة الإعلامية إلى غاية الثمانينيات، وقبلها كان يسود فراغ قانوني ما جعل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية الجزائرية تعمل وفق القوانين الصادرة عن السلطة الحاكمة إلى أن جاء قانون الإعلام 1982 الصادر في 06 فيفري 1982 والذي كان بمثابة تطبيق لما ورد في الميثاق الوطني لسنة 1976 الذي أكد على ضرورة تحديد دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون بواسطة القانون والذي يكرس بدوره حق المواطن في الإعلام، وقد كانت الصحافة آنذاك تعاني جميع أنواع الضغوطات في ظل الفراغ القانوني.

وقد تم تقديم نص مشروع هذا القانون من طرف الحكومة إلى مكتب المجلس الشعبي الوطني بتاريخ 25 أوت 1981 وبعد مناقشته تم ضبط وإصدار القانون في صورته الرسمية بتاريخ 6 فيفري 1982، تكون الهيكل العام لقانون النشر 1982 من 128 مادة موزعة على 59 مادة كمدخل يحتوي على المبادئ العامة وخمسة أبواب.

وقد تطرق قانون الإعلام 1982 لأخلاقيات المهنة الصحفية وآداب العمل بطريقة سريعة وغامضة، فالمواد التي مست بصفة مباشرة آداب المهنة قليلة جدا يمكن حصرها في خمسة مواد: 35، 42، 45، 48 و49.

1- عبد العالي رزافي، مرجع سبق ذكره، ص86

فالمادة 35 ترى أن الصحفي المحترف لابد عليه أن يكون ملتزماً بمبادئ جبهة التحرير الوطني ويدافع عن احتياجات الاشتراكية، مما يعني ربط الصحفي بإيديولوجية الحزب الواحد.¹

أما المادة 42 فتلزم الصحفي بضرورة الاحتراس من نشر الأخبار الخاطئة أو استعمال الامتيازات المرتبطة بمهنة الصحافة من أجل المصلحة الشخصية أو تمجيد خصال مؤسسة أو مادة تعود عليه بالفائدة، وهنا يمكن ملاحظة التناقض الموجود بين ما جاء في هذه المادة وواقع الممارسة الإعلامية، إذ أن الصحفي الذي لا يمجّد مؤسسات السلطة أو الذي يسمح لنفسه بانتقادها يتعرض للعقاب.

أما المادة 45 فتتص على أن للصحفي المحترف الحق والحرية الكاملة في الوصول إلى مصادر الخبر في إطار الصلاحيات المخولة له قانوناً، وهنا نسجل أن ما منحه هذه المادة للصحفي المحترف قد ربطته بالصلاحيات المخولة له قانوناً، وهو ما يشكل وسيلة ضغط عليه أثناء تطبيق القانون، وذلك أن هذه المادة لم توضح حقيقة هذه الصلاحيات وتركبتها مبهمة وخاضعة لتقدير وأهواء السلطة التنفيذية التي يخضع لها الصحفي مباشرة.

وتنص المادة 48 على أن سر المهنة الصحفية معترف به للصحفيين الذين تسري عليهم أحكام هذا القانون، وهو شيء إيجابي وجيد وفي صالح الممارسة الإعلامية الراقية، لولا أن المادة التي تلتها (المادة 49) قلصت مما منحه هذه المادة وأنقصت من حصانة الصحفي

1- نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 23 وما بعدها

بشأن حماية سرية المصادر وذلك بتحديد مجالات ليس من حق الصحفي الاحتفاظ فيها

بالسر المهني وهي:

- في مجال السر العسكري على النحو الذي يحدده التشريع المعمول به؛
- في مجال السر الاقتصادي الاستراتيجي؛
- عندما يمس الإعلام أمن الدولة؛
- عندما يمس الإعلام أطفالا أو مراهقين؛
- عندما يتعلق الأمر بأسرار التحقيق القضائي.

وإجمالا يمكن اعتبار قانون الإعلام الصادر سنة 1982 أول نص تشريعي يحدد بعض حقوق وواجبات الصحفي، ومن ثم يؤطر لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر.

➤ أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 1990:

يعتبر قانون الإعلام الذي جاء في 03 أفريل 1990 المعدل لقانون 1982 من بين أهم

المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 التي فتحت المجال للتعددية السياسية

والإعلامية والفكرية، ويتضمن هذا القانون 106 مادة موزعة على تسعة أبواب، وقد تضمن

العديد من المواد التي تتعلق بأخلاقيات المهنة الإعلامية نذكر منها:

المادة 03 التي تنص على: "يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني"¹، معنى ذلك أن حرية الحق في الإعلام التي ينص عليها القانون مشروطة باحترام الضوابط التي لخصتها هذه المادة.

المادة 26 من الباب الثاني تنص على أنه: "يجب ألا تشمل الدورية المتخصصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها ومقصدها على كل ما يخالف الخلق الإسلامي والقيم الوطنية وحقوق الإنسان أو يدعو إلى العنصرية والتعصب و الخيانة سواء كان ذلك رسمياً أو صورة أو حكاية أو خبراً أو بلاغاً، كما يجب ألا تشمل هذه النشريات على أي إشهار أو إعلام من شأنه أن يشجع على العنف و الجنوح"، أي أن المادة تضع حدوداً أو ضوابط للممارسة الإعلامية، و يجب على النشريات الدورية مهما كان نوعها الالتزام بها.

المادة 33 من نفس الباب تنص على أن: "تكون حقوق الصحفيين المحترفين في الأجهزة الإعلامية العمومية المستقلة عن الآراء و الانتماءات النقاوية أو السياسية... ويكون التأهيل المهني شرطاً أساسياً لتعيين، الترقية و التحويل شريطة أن يلتزم الصحفي المحترف بالخط العام للمؤسسة الإعلامية".

وبذلك فقد ربطت هذه المادة حق الصحفي المحترف العامل في الأجهزة الإعلامية العمومية بضرورة استقلاليته عن الآراء و الانتماءات النقاوية الحزبية والالتزام بالخط العام للمؤسسة الإعلامية.

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، القانون المتعلق بالإعلام 1990 الصادر بتاريخ 03 أبريل 1990، ص 460.

أما المادة 35 فتتص على أن: "للصحفيين المحترفين الحق في الوصول إلى مصادر الخبر"، ويخوّل هذا الحق لهم أن يطلعوا على الوثائق الصادرة عن الإدارة العمومية التي تتعلق بأهداف مهمتها إذا لم تكن من الوثائق المصنفة قانوناً ضمن الوثائق السرية التي يحميها القانون.

لكن المادة 36 جاءت لتحديد الميادين التي يستثنيها هذا الحق حيث نصت على: "لا يجوز للصحفي أن ينشر المعلومات التي من شأنها:

– أن تمس أو تهدد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة؛

– أن تكشف سراً من أسرار الدفاع الوطني أو سراً اقتصادياً أو استراتيجياً؛

– أن تمس بحقوق المواطن و حرّيته الدستورية؛

– أن تمس بسمعة التحقيق القضائي".

وبالإضافة إلى المواد السابقة نجد المادة 37 التي تناولت مسألة أخرى لا تقل أهمية، وهي قضية السرية المهنية، حيث نصت على: "سر المهني هو حق الصحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب عليهم، ولا يمكن أن يتذرع السرّ المهني على السلطة القضائية المختصة في الحالات التالية:

– مجال سرّ الدفاع الوطني كم هو الحال محدد في التشريع المعمول به.

– الإعلام الذي يعني الأطفال المراهقين.

– الإعلام الذي يمس أمن الدولة مساساً واضحاً.

- الإعلام الذي يمتد إلى التحقيق و البحث القضائيين¹.

وجاءت المادة 40 مركزة على آداب وأخلاقيات المهنة، فهي تنص على أنه: " يتعين على الصحفي المحترف أن يحترم وبكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسته لمهنته ويجب عليه أن يقوم خصوصا بما يأتي":

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية؛

- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي؛

- تصحيح كل خبر يتبين أنه غير صحيح؛

- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث؛

- الامتناع عن التحريض على العرقية والعنف؛

- الدعوة للتسامح ونبذ كل أشكال العنف؛

- الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والوشاية؛

- الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية.²

ويعتبر قانون الإعلام لسنة 1990 أول قانون جزائري للإعلام يولي أهمية خاصة لقواعد السلوك المهني، كما خلّص الصحفي من صفة المناضل التي تكررت في قانون 1968 وقانون 1982، إذ جاء ذلك تماشيا مع التطورات الجادة الحاصلة على المستوى السياسي، كما أورد مقاييس لاحترام

1- عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، ديسمبر 2016، ص 19

2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، مرجع سبق ذكره، ص.ص 463

أخلاقيات المهنة الصحفية، وفتح المجال واسعا أمام حرية الرأي والتعبير واحترام الآداب العامة المتفق عليها في المجتمع الجزائري.¹

➤ أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال القانون العضوي للإعلام 2012:

تضمن القانون العضوي رقم 05-12 الصادر في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام 133 مادة موزعة على 12 بابا، وأكد ولأول مرة على ضرورة فتح قطاع السمعي البصري الذي ظل محتكرا ومغلقا لسنوات.

تضع المادة الثانية من هذا القانون إطارا عاما للنشاط الإعلامي وحدود الحرية وما يجب احترامه، مجسدة إياه فيما يلي:

- الدستور وقوانين الجمهورية؛
- الدين الإسلامي وباقي الأديان؛
- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع؛
- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية؛
- متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني؛
- متطلبات النظام العام؛
- المصالح الاقتصادية للبلاد؛

1- عبد الجليل حسناوي، مرجع سبق ذكره، ص20

- مهام والتزامات الخدمة العمومية؛
 - حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي؛
 - سرية التحقيق القضائي؛
 - الطابع التعددي للآراء والأفكار؛
 - كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.¹
- وفي الباب السادس المتعلق بمهمة الصحفي وأخلاقيات المهنة، يعترف القانون في المادة 83 بالحق في الوصول للمعلومات وحق المواطن في الإعلام وتنص هذه المادة على ما يلي: "يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به."، غير أنه يمنع على الصحفي المحترف الوصول إلى مصادر الخبر في الحالات التي نصت عليها المادة 84 وهي:
- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به؛
 - عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية مساسا واضحا؛
 - عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي؛
 - عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي؛
 - عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.²

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، القانون العضوي للإعلام 2012 الصادر بتاريخ 12 جانفي 2012، ص21
2- المرجع السابق نفسه، ص22

كما تؤكد المادة 85 على السر المهني للصحفي وتنص على: "يعدّ السر المهني حقا بالنسبة

للصحفي والمدير مسؤول كل وسيلة إعلام طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما."

وفي مجال أخلاقيات المهنة الإعلامية، تنص المادة 92 من الفصل الثاني بعنوان آداب وأخلاقيات

المهنة على: "يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال

ممارسته للنشاط الصحفي."

وزيادة على الأحكام الواردة في المادة 02 من هذا القانون العضوي يجب على الصحفي:

- احترام شعارات الدولة ورموزها؛
- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي؛
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية؛
- تصحيح كل خبر غير صحيح؛
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر؛
- الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني؛
- الامتناع عن تمجيد الاستعمار؛
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف؛
- الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف؛
- الامتناع عن استعمال الخطوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية؛

- الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.¹

وتمنع المادة 93 انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

كما تنص المادة 94 من هذا القانون على إنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين، وهذا ما يعتبر اهتماما واضحا بأخلاقيات الممارسة الإعلامية وآدابها.

أما المادة 96 فقد جاء فيها: "يُعَدّ المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليه."، فيما تحمّله المادة 97 مسؤولية إصدار عقوبات في حق كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وهو الذي يحدد طبيعة هذه العقوبات وكيفية الطعن فيها وفق المادة 98 على أن يتم ذلك في أجل أقصاه سنة واحدة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون العضوي وفق ما جاء في المادة 99.

وجاء الباب السابع تحت عنوان حق الرد وحق التصحيح حيث نصت المادة 100 على أنه : "يجب على المدير مسؤول النشرية، مدير خدمة الاتصال السمعي البصري أو مدير وسيلة إعلام الكترونية، أن ينشر أو يبث مجانا كل تصحيح يبلغه إياه شخص طبيعي أو معنوي، بشأن وقائع أو آراء تكون قد أوردتها وسيلة الإعلام المعنية بصورة غير صحيحة."

ودعمت المادة 101 ما جاء في سابقتها حيث نصت على ما يلي: "يحق لكل شخص يرى أنه تعرض لانتهاكات كاذبة من شأنها أن تضر بشرفه أو سمعته أن يستعمل حق الرد."¹

1- عبد العالي رزافي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 106، 107

➤ أخلاقيات المهنة من خلال قانون السمعى البصرى 2014

صدر قانون السمعى البصرى 2014 فى الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية بتاريخ 23 مارس 2014 بعد المصادقة عليه من طرف نواب المجلس الشعبى الوطنى، وقد تضمن مجموعة من المواد التى تناولت أخلاقيات المهنة الإعلامية هى:

المادة الثانية التى تنص على "يمارس النشاط السمعى البصرى بكل حرية فى ظل احترام المبادئ المنصوص عليها فى أحكام المادة 02 من القانون العضوى رقم 12-05 المؤرخ فى 12 فيفري 2012، وأحكام هذا القانون وكذا التشريع والتنظيم سارىي المفعول.

وهذا يعنى أن ممارسة النشاط السمعى البصرى يجب أن تتم وفق المعايير التالية التى سبق التطرق لها فى القانون العضوى للإعلام 2012:²

- احترام شعارات الدولة ورموزها؛
- التحلى بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعى؛
- تصحيح كل خبر غير صحيح؛
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر؛
- الامتناع عن تمجيد الاستعمار؛
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف؛

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، القانون العضوى للإعلام 2012، مرجع سبق ذكره، ص 29
2- عبد الجليل حسناوي، مرجع سبق ذكره، ص 22

- الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف؛
 - الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية؛
 - الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.
- فيما حددت **المادة 48** الشروط التي يتضمنها دفتر الشروط الذي يتعين على كل القنوات الالتزام به وذلك من خلال احترام المبادئ التالية:
- احترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين؛
 - احترام المصالح الاقتصادية والدبلوماسية للبلاد؛
 - احترام سرية التحقيق القضائي؛
 - الالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى؛
 - احترام مقومات ومبادئ المجتمع؛
 - احترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام؛
 - الامتثال للقواعد المهنية وآداب وأخلاقيات المهنة عند ممارسة النشاط السمعي البصري مهما كانت طبيعته ووسيلته وكيفية بثه؛
 - الامتناع عن بث محتويات إعلامية أو إشهارية مضللة؛
 - السهر على احترام حقوق المؤلف والحقوق المجاورة؛

- التزام الحياد والموضوعية والامتناع عن خدمة مآرب وأغراض مجموعات مصلحة سواء كانت سياسية أو عرقية أو اقتصادية أو مالية أو دينية أو إيديولوجية؛
- الامتناع عن الإشادة بالعنف أو التحريض على التمييز العنصري والإرهاب أو العنف ضد كل شخص بسبب أصله أو جنسه أو انتمائه لعرق أو جنس أو ديانة معينة؛
- عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص؛
- عدم المساس بالحياة الخاصة للشخصيات العمومية.¹

11. أطر تنظيم أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر:

➤ ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين:

قبل المصادقة على ميثاق أخلاقيات مهنة الصحفيين الجزائريين في 13 أفريل 2000، لم يكن لرجال الإعلام في الجزائر أية وثيقة تتضمن قواعد وأخلاقيات ممارسة مهنتهم، وظل مرجعهم في ذلك قانون الإعلام 1990، وبظهور نقابة وطنية مستقلة للصحفيين بدأ التفكير في وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة يحدد حقوق وواجبات الصحفيين الجزائريين، وتجسد ذلك في يوم دراسي يوم 22 فيفري 1999 حيث تم تقديم مشروع أولي لميثاق يضبط قواعد السلوك المهني وعرض على عدد من الصحفيين والأخصائيين في الاتصال والقانون.²

وهذا الميثاق ليس بالقانون المسلط والرادع ولا بالنظام الذي يفرض ويجبر، وإنما هو ميثاق أخلاقيات يحدد مجموع قواعد السلوك القائمة على المبادئ المعمول بها عالميا علاقة الصحفيين

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فيفري 2014 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، ص 12-14

2- نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 208

فيما بينهم وعلاقتهم بالجمهور، وينبغي أن تتخذ هذه القواعد المتبناة بحرية و المصادقة عليها ديمقراطي كدليل سلوك في ممارسة مهنة الصحافة، وقد تمت المصادقة عليه بتاريخ 13 أبريل 2000، وقد حدد قواعد الممارسة المهنية للصحفيين واحتوى على الواجبات والحقوق المتمثلة في:

● بيان الواجبات: يلتزم الصحفي بواجب:

- احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق به بسبب ما يملكه حق الجمهور في المعرفة؛
- الدفاع عن حرية الإعلام والرأي والتعليق والنقد المؤسس؛
- الفصل بين الخبر والتعليق؛
- احترام الحياة الخاصة للأشخاص وحقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة؛
- نشر المعلومات المتحقق منها فقط والامتناع عن تحريف المعلومات والحرص على سرد الوقائع ضمن سياقها؛
- الامتناع عن نشر الإشاعات؛
- تصحيح كل معلومة يتبين بعد نشرها أنها غير؛
- الحفاظ على السر المهني وعدم الإفشاء بالمصادر؛
- الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والاتهامات غير المؤسسة؛
- عدم الخلط بين مهنة الصحفي أو الاشهاري أو الدعائي؛
- عدم قبول أي تعليمة من المعلنين سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة؛
- عدم قبول تعليمات في التحرير سوى من مسؤولي التحرير وفي الحدود التي يملكها وازع الضمير؛
- الامتناع عن الترويج بأي شكل من الأشكال للعنف، الإرهاب، الجريمة، التعصب،

العنصرية، التمييز الجنسي و اللاتسامح؛

- كل صحفي جدير بهذا الاسم ومعتزف بالقوانين المعمول بها في كل بلد لا يقبل في إطار الشرف المهني إلا بحكم زملائه بعيدا عن كل تدخل حكومي أو غيره؛
- الامتناع عن الحصول عن أي امتياز ناتج عن وضع تكون فيه صفته كصحفي وعلاقاته ونفوذه عامل استغلال مناسب؛
- الامتناع عن طلب منصب زميل أو التسبب في طرده أو التنزيل من رتبته من خلال قبول عرض عمل بدله بشروط أدنى؛
- عدم الخلط بين دوره كصحفي ودور القاضي أو الشرطي؛
- احترام افتراض البراءة؛
- عدم استعمال الأساليب غير الشريفة للحصول على المعلومات أو الصور والوثائق.¹

● بيان الحقوق: من حق الصحفي ما يلي:

- الوصول إلى كل مصادر الخبر والحق في التحقيق الحر في كل الوقائع التي تتعلق بالحياة العامة، ولا يمكن أن يمنع من الوصول إلى المصادر إلا استثناء وموجب أسباب معبر عنها بوضوح؛
- التحلي بوازع الضمير؛
- الإبلاغ بكل قرار هام من شأنه الإضرار بحياة المؤسسة؛
- التمتع بقانون أساسي مهني؛
- الاستفادة من تكوين متواصل وتحسين مؤهلاته المهنية؛

1- عبد العالي رزافي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 116-118

- التمتع بالشروط الاجتماعية والمهنية الضرورية لممارسة مهنته وعقد عمل فردي في إطار اتفاقية جماعية ضامنة لأمنه المادي واستقلالته الاقتصادية؛
- الاعتراف له بحقوق التأليف والاستفادة منها؛
- احترام المنتج الصحفي والوفاء لمضمونه.¹

➤ المجلس الأعلى للإعلام:

تم إنشاء المجلس الأعلى للإعلام بمقتضى قانون الإعلام 90-07 المؤرخ في 03 أفريل 1990، وفي جوان 1990 كان الإعلان عن عملية تنصيبه والشروع في التحضير للانتخابات التي أسفرت عن انتخاب ثلاثة صحفيين من قطاع الصحافة المكتوبة وثلاثة من قطاع السمعي البصري وستة أعضاء آخرين ثلاثة منهم عينهم رئيس الجمهورية وثلاثة عينهم رئيس المجلس الشعبي الوطني، وتمت عملية التنصيب في 25 جويلية 1990 من قبل رئيس الجمهورية، وباشر المجلس أعماله بداية من 04 أوت 1990.²

ويخصص قانون الإعلام لعام 1990 بابه السادس للحديث عن المجلس الأعلى للإعلام، وينص في مادته 59 على: "يحدث مجلس أعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تتمثل مهمتها في السهر على احترام هذا القانون."³، ومن بين المهام التي يتولاها هذا المجلس:

- يبين بدقة كيفيات تطبيق حقوق التعبير عن مختلف تيارات الآراء؛
- يضمن استقلالية أجهزة القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزي وحياده واستقلالية

1- المرجع السابق نفسه، ص 118

2- نور الدين تواني، مرجع سبق ذكره، ص 215

3- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، قانون الإعلام 1990، مرجع سبق ذكره، ص 465

كل مهنة من مهن القطاع؛

- يبدي الرأي في النزاعات المتعلقة بحرية التعبير والتفكير التي تقع بين مديري الأجهزة الإعلامية ومساعدتهم قصد التحكيم فيها بالتراضي.

➤ المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر:

نظمت النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين بتاريخ 11 ماي 2000 ندوة لمناقشة فكرة تأسيس مجلس لأخلاقيات المهنة وتحديد صلاحياته وكذا شروط الترشح لعضويته، وتم الاتفاق على أن يضم هذا المجلس 11 عضوا يمثلون مختلف وسائل الإعلام العمومية والخاصة وتم انتخابهم من بين 18 عضو مترشح لمدة أربع سنوات غير قابلة للتجديد وقد اشترط في أعضائه أن يكونوا ذوي خبرة لا تقل عن عشر سنوات وأن يحترموا ميثاق أخلاقيات المهنة باعتباره قاعدة العمل في المجلس وأن يساهموا في ترقية التعددية الإعلامية وحرية التعبير.¹

والمجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة هيئة ضبط وتحكيم يضطلع أعضاؤه المنتخبون من طرف زملائهم بمهمة السهر على احترام مبادئ ميثاق الأخلاقيات للصحفيين الجزائريين، وليس له أي طابع قضائي كما أنه ليس بإمكانه أن يلزم أو يعاقب أو يفرض أو يحدد، وقوته الوحيدة تكمن في سلطته الأخلاقية التي خولته إياها الصحافة والاهتمام الذي يولييه للجمهور.

ومجالات تدخل المجلس تتمثل في السهر على احترام المبادئ والأخلاقيات المهنية المتمثلة في:

- حرية الصحافة والتعبير؛

- حق الجمهور في الإعلام؛

1- نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص213

- احترام الحياة الخاصة؛
- دقة الخبر؛
- الحياد في معالجة الخبر؛
- الفصل بين الأنواع الخبرية؛
- الامتناع عن التحريف والافتراء والانتحال؛
- حماية مصادر الخبر؛
- الاستقلالية إزاء المعلنين؛
- التحلي بوازع الضمير المهني؛
- الامتناع عن الترويج للعنصرية والإجرام؛
- عدم قبول أي تدخل حكومي أو غيره؛
- الامتناع عن استغلال صفة الصحفي لأغراض شخصية؛
- احترام افتراض البراءة؛
- عدم استخدام الوسائل غير الشريفة للحصول على المعلومة أو الصورة؛
- احترام حق الرد وتصحيح المعلومة التي يتبين بعد نشرها أنها خاطئة.¹

1- عبد العالي رزائي، مرجع سبق ذكره، ص 115

➤ سلطة ضبط السمعي البصري:

نصت المادة 52 من القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، على إنشاء سلطة ضبط السمعي البصري، وتم تحديد مهامها في المادة 54 من نفس القانون وهي:

- السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري؛
 - السهر على عدم تمييز الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع؛
 - السهر على ضمان الموضوعية والشفافية؛
 - السهر على احترام الكرامة الإنسانية؛
 - السهر على حماية الطفل والمراهق.
- أما صلاحياتها فقد حددتها المادة 55 من هذا القانون وهي كما يلي:
- السهر على احترام مطابقة أي برنامج سمعي بصري للقوانين والتنظيمات سارية المفعول؛
 - ممارسة الرقابة بكل الوسائل المناسبة على موضوع ومضمون وكيفيات برمجة الحصص الإخبارية؛
 - السهر على احترام المبادئ والقواعد المطبقة على النشاط السمعي البصري وكذا تطبيق دفاتر الشروط؛
 - التحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين؛

- التحقيق في الشكاوى الصادرة عن الأشخاص الطبيعيين والمعنويين.

وتتشكل سلطة السمعى البصرى وفق المادة 57 من تسعة أعضاء يعينون بمرسوم رئاسى على

النحو التالى:

- خمسة أعضاء من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية؛

- عضوان غير برلمانين يقترحهما رئيس مجلس الأمة؛

- عضوان غير برلمانين يقترحهما رئيس المجلس الشعبى الوطنى.

وتحدد عهدة هؤلاء الأعضاء بست سنوات غير قابلة للتجديد.¹

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، القانون المتعلق بالنشاط السمعى البصرى 2014، مرجع سبق ذكره، ص.ص14، 15

الفصل الثاني :

الإعلام الرياضي والمنظومة

الإعلامية الرياضية

المبحث الأول: الإعلام الرياضي

1. تعريف الإعلام الرياضي:

يعدّ الإعلام الرياضي ذلك الجزء من الإعلام العام الذي يهتم بالشؤون الرياضية وقضايا

وأخبار الرياضة والرياضيين، وقد وردت له العديد من التعاريف نذكر منها:

عرفه (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم) في كتاب "الإعلام الرياضي" بأنه:

"عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد الخاصة بالألعاب والأنشطة

الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي".¹

أما (محمد الحماحمي) فقد عرفه بأنه:

"تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، وبعرض

وتفسير 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، وذلك من خلال وسائل الاتصال أو الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة

المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية والحركية،

وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية".²

وما يمكن استنتاجه من خلال هذه التعاريف هو أن الإعلام الرياضي هو نشاط منظم له

قواعده وأسسها التي يقوم عليها، وهو يهدف أساسا إلى تقديم الأخبار والمعلومات المتعلقة بالرياضة

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1998، ص22

2- محمد الحماحمي، أحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة 2009، ص98

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

والرياضيين بالإضافة إلى شرح القواعد والقوانين التي تحكم المنافسات الرياضية بغرض نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الجماهير نحو ممارسة النشاط الرياضي ومتابعة الأحداث الرياضية، مع التأكيد على ضرورة التحلي بالمصداقية والموضوعية في نشر الأخبار والحقائق.

2. أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر (علي عبد الفتاح كنعان) في كتابه "الإعلام الرياضي" أن الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية، والإعلام الرياضي يقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار والكبار، بما يتلاءم والعادات والتقاليد الرياضية السليمة.¹

ويرى (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) أن للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تخصص له الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات.²

3. عناصر الإعلام الرياضي:

الإعلام الرياضي هو عملية اتصال وبالتالي فإن عناصره لا تختلف عن العناصر المعروفة لهذه العملية والمتمثلة في:

1- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 60
2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 23

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

أ. المرسل: هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت

هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب...الخ.

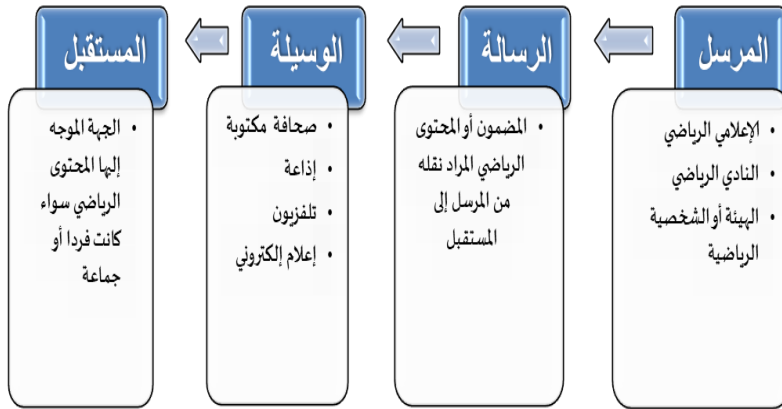
ب. المستقبل: هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أو جماعة.

ج. الأداة أو الوسيلة: هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو

تلفزيون...الخ.

د. الرسالة أو المضمون: هي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى

المستقبل.¹



شكل رقم (04): عناصر الإعلام الرياضي²

4. عوامل ظهور الإعلام الرياضي:

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى ظهور الإعلام الرياضي المتخصص من أبرزها ما ذكره

(أديب خضور) في كتابه "دراسات في الصحافة الرياضية" والمتمثلة فيما يلي:

- يعكس الإعلام الرياضي عموماً الوزن الحقيقي للرياضة في المجتمع، ويحتل الإعلام

الرياضي في المجتمع المكانة التي تحتلها الرياضة كمجال مستقل من بين المجالات الأخرى؛

1- ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص.ص 46، 47

2- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- التطور العام للمجتمع أدى إلى تبدل نظرة المجتمع للرياضة حيث تحولت هذه الأخيرة إلى مجال واسع وغني وهام، وهذا التحول كان من بين الأسس الهامة التي قام عليها الإعلام الرياضي؛

- الرياضة المعاصرة لم تعد محصورة في عدد محدود من الرياضات مما أدى إلى توسع الخارطة الرياضية ونضجها وتعقيدها، وكان ذلك أساسا جديدا لظهور الإعلام الرياضي المتخصص وتطوره؛

- الجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المعدودة من الشبيبة المراهقة الباحثة عن التسلية والترفيه، بل اتسع وتنوع وتبدل جذريا نوعا وكما، وكان ذلك منطلقا جديدا لظهور الإعلام الرياضي ودافعا قويا لتطوره؛

- تحول الرياضة إلى صناعة وازدياد طابعها الاقتصادي وبروز سميتها التجارية أضاف أساسا جديدا قام عليه الإعلام الرياضي؛

- ظهور وسائل إعلامية جديدة تمتلك خصوصية تكنولوجية معينة أوجد فرصة مناسبة لظهور الإعلام الرياضي المتخصص وتطوره.¹

5. وظائف الإعلام الرياضي:

حصر (ياسين فضل ياسين) وظائف الإعلام الرياضي في كتابه "الإعلام الرياضي" في وظيفة واحدة رئيسية تتمثل في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة

1- أديب خضور، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1994، ص.ص 187-189

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو

حادثة أو مشكلة أو موضوع مهم يتعلق بالمجال الرياضي.¹

وما يمكن ملاحظته هو أنه ركّز في هذا التصنيف على الوظيفة الإخبارية دون سواها من

الوظائف، لكن العديد من الباحثين الآخرين على غرار (أديب حضور) قدّموا تصنيفاً أكثر تفصيلاً

حيث قسموا وظائف الإعلام الرياضي إلى:

أ. الوظيفة الإخبارية: وهي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام بشكل دائم وثابت

ومستمر، كما تقدم المعلومات والمعارف والقوانين الخاصة بالرياضة للجمهور عبر وسائلها

المسموعة والمقروءة والمرئية، فهي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح

وشامل، كما أنها تواكب الحياة الرياضية وترصد النشاطات الرياضية وتغطي الفعاليات

الرياضية وتنشر كل ما هو جديد وآني على الساحة الرياضية.

ب. الوظيفة التثقيفية: يعني تقديم ثقافة رياضية، فالإعلام الرياضي يسعى إلى تعميق رؤية

وتفهم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية وللظاهر الرياضية وللقضايا الصحية والنفسية

والاجتماعية والثقافية ذات الصلة الوثيقة بالرياضة.

ج. الوظيفة الترويحية والترفيهية: يقوم الإعلام الرياضي بالترويح والترفيه عن الجمهور، وذلك

بالتخفيف عنه من آثار التوتر والمعاناة اليومية، ومساعدته على قضاء أوقات فراغه

بأسلوب مناسب يحقق له المتعة، وهذا من خلال نشر الثقافة الرياضية وبث القصص

الرياضية والمسابقات الخاصة بالمجال الرياضي، وكذا نشر الصور الرياضية الطريفة

والمجازفات الرياضية والرياضات الاستعراضية.

3- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 149

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

د. الوظيفة التجارية والخدمية: فيما يخص الخدمة، تتم هذه الوظيفة على أساس تقديم

المعلومات والأخبار، كذلك تعريف الجمهور بمواعيد المباريات الرياضية التي تفيده وأماكن

إقامتها ومواعيد بثها أو إذاعتها وتقديم بعض الاستفسارات في المجال الرياضي، فهي بهذا

تحقق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي بمختلف انتماءاتهم ورغباتهم من أجل

المشاركة بالنهوض بالرياضة على جميع المستويات، بينما الوظيفة التجارية تتم عن طريق

إبلاغ الرسائل الإعلانية لمختلف السلع أو الخدمات أو الأفكار.¹

وبالإضافة إلى الوظائف السابقة أشار (عيسى الهادي وسليمان لاوسين) في كتاب "المنظومة

الإعلامية الرياضية" إلى أن الإعلام الرياضي يلعب العديد من الأدوار التربوية الهامة لخصاها في:

أ. دور الإعلام الرياضي في تثقيف الفئة الرياضية: يلعب الإعلام الرياضي دورا كبيرا

في تثقيف المشاهدين خاصة الفئة الصغرى، ويوجه الأطفال إلى الأنماط السلوكية

المقبولة اجتماعيا.

ب. الدور التربوي لوسائل الإعلام الرياضية: إن وسائل الإعلام ما هي إلا نظم

للاتصال الجماهيري، وبذلك فهي تتناول جوانب الحياة في المجتمع، الجوانب

الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، التعليمية وكذا الرياضية، وتلعب وسائل الإعلام

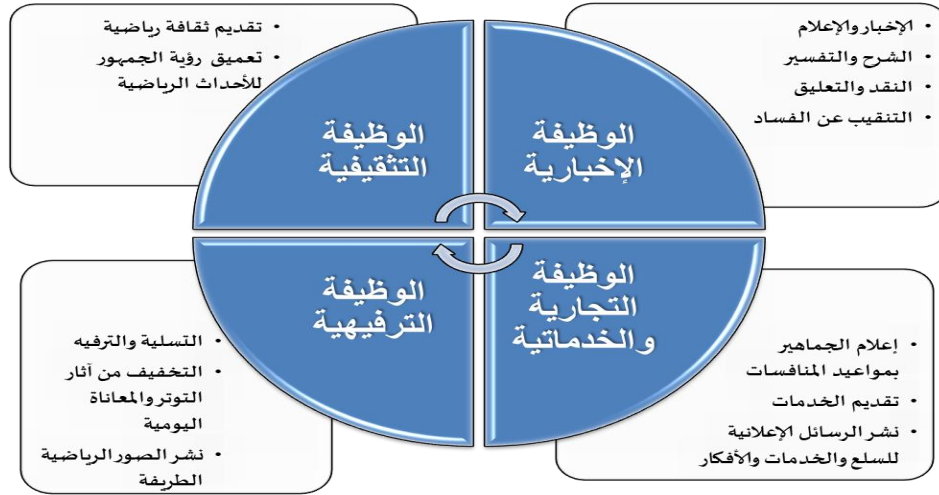
دورا حيويا هاما في التأثير على الأفراد وتوعيتهم وتوحيدهم والربط بمجتمعهم وتشكيل

الرأي العام.²

1- أديب خضور، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص.ص 39، 40

2- عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2015، ص.ص 58-56

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية



شكل رقم (05): وظائف الإعلام الرياضي¹

6. خصائص الإعلام الرياضي:

حصر (أديب خضور) خصائص الإعلام الرياضي في:

أ. **المجال الرياضي:** أصبح المجال الرياضي في المجتمع المعاصر عبارة عن حياة كاملة وغنية تضم جوانب سياسية واقتصادية وثقافية... الخ، ولم يعرف أي مجال من مجالات الحياة الاجتماعية التطور الذي عرفه المجال الرياضي في النصف الثاني من القرن العشرين، ولم يستفد أي مجال آخر من الثورة العلمية والتكنولوجية وتطبيقاتها أكثر من استفادة المجال الرياضي، ولم يطور أي مجال جمهوره كما فعل المجال الرياضي.

ب. **موضوع الإعلام الرياضي:** إن معطيات الحياة الرياضية بجوانبها المختلفة، والرياضة كمنظومة وممارسة وجمهور وصناعة وهواية وتربية... الخ هي موضوع الإعلام الرياضي، ولكن بالرغم من التطور النوعي والشامل والعميق الذي شهدته الرياضة، فإنها لم تتجذر كما يجب ولم تصبح حاجة وضرورة وما زالت إلى هذا الحد أو ذاك تقع ضمن صناعة الترفيه،

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

وما زالت النظرة إليها بحاجة إلى المزيد من العمق والجدية، هذا كله انعكس على موضوع الإعلام الرياضي.

ج. جمهور الإعلام الرياضي: يمكن تحديد أبرز سمات هذا الجمهور على النحو التالي:

- ✓ جمهور ضخم، واسع ومتنوع وغير متجانس؛
- ✓ جمهور مبادر وإيجابي، مهتم ومتابع وانتقادي يسعى للاطلاع ويتابع الأحداث والأسماء والتطورات الرياضية؛
- ✓ جمهور تهتم شرائح واسعة منه بما هو إخباري وفوري واني ومثير وسطحي وشخصي؛
- ✓ جمهور شاب، الكتلة الرئيسية منه تتكون من الشباب الحيوي المتابع للشؤون الرياضية دون سواها.¹

د. لغة الإعلام الرياضي: يتميز الحدث الرياضي بالديناميكية والحركية والصراع، ويتميز الجمهور بالمزاجية والانفعالية والحيوية والشباب، وقد ترك ذلك كله آثاره البالغة على لغة وأسلوب وطريقة المعالجة الإعلامية للحدث والموضوع الرياضي، ومن أبرز سمات لغة الإعلام الرياضي:

- ✓ الحيوية والعفوية والرشاقة والبساطة والجاذبية، وغلبة الجمل الفعلية في العناوين والمتون، وغلبة الأسلوب السردى أو السرد مع التحليل؛
- ✓ قوة المصطلحات الفنية الخاصة باللعبة والمفردات التي تعبر عن الصراع والمنافسة؛
- ✓ كثرة استخدام الألفاظ العامية أو المألوفة والمتداولة في الأوساط الرياضية عموماً، وفي مجال لعبة معينة أو في منطقة جغرافية معينة.²

1- أديب خضور، الإعلام المتخصص، ط2، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 2005، ص.ص 189-190
2- المرجع السابق نفسه، ص.ص 191، 194

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

هـ. الصورة في الإعلام الرياضي: تتعاضد أهمية الصورة في الإعلام الرياضي المطبوع والمرئي

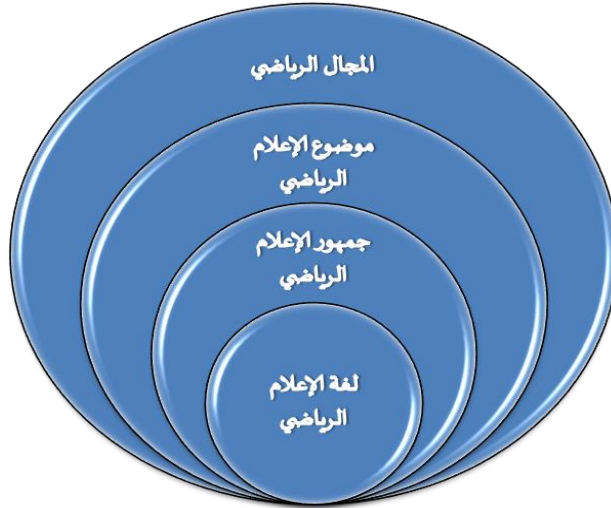
وخاصة بعد أن زاد التطور التقني في مجال الطباعة والتصوير من إمكانات الصورة.

و. هامش أوسع من حرية التعبير والإبداع: إن البعد النسبي للإعلام الرياضي عن القضايا

الحساسة (السياسية والاجتماعية والاقتصادية)، يتيح أحيانا للإعلامي الرياضي هامشا

أوسع من الحرية في معالجة المواضيع الرياضية، وفي ضوء ذلك يمكن تفسير غلبة الطابع

النقدي في الكتابة الإعلامية الرياضية.



شكل رقم (06): خصائص الإعلام الرياضي¹

7. أهداف الإعلام الرياضي:

حصر (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) في كتابهما "الإعلام الرياضي" (1998)

أهداف الإعلام الرياضي في أربعة أهداف رئيسية هي:

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

والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها؛

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي المتفقة مع تلك القيم والمبادئ؛
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاوله تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو المشكلات؛
- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية¹.
- وشكلت هذه الأهداف النواة الأساسية لجميع الباحثين الذين كتبوا عن الإعلام الرياضي من بعده، حيث لم يقدم أي منهم أهدافا أخرى إلى غاية سنة 2009 أين أصدر (جورج كلاس وميشال سبع) كتاب "الإعلام المتخصص فنون وتقنيات"، حددا فيه أهدافا أكثر تفصيلا للإعلام الرياضي وتتلأئم -حسب رأينا- أكثر مع متطلبات المرحلة الراهنة باعتبارها تطرقت لموضوع المنافسة بين وسائل الإعلام، الاحتراف والهواة، الفساد والفضائح في القطاع الرياضي، الصفقات الرياضية، الرعاية الرياضية... الخ، ومن أهم هذه الأهداف نذكر:
- إرضاء رغبات الجمهور والاستجابة لمتطلباته كزبون للوسيلة الإعلامية؛
- الاهتمام بالموضوع التنافسي بين وسائل الإعلام؛
- تلبية متطلبات المحترفين والأندية والهواة والمعلنين والرعاة؛
- تنمية الروح الرياضية والتعريف باللعبة وبقوانينها والترويج لها؛
- محاربة الفساد في القطاع الرياضي والعمل على إصلاح اللعبة وحماتها؛
- تحسين ومراقبة السلوك الرياضي وتنمية الحس الرياضي عند الناس؛

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 24

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- إبراز الأنشطة الرياضية وتسويقها والترويج لها؛
- خلق النجومية عند الأبطال والتشجيع على متابعة اللعبة؛
- عدم الانحياز إلى بعض الفرق الرياضية على حساب الموضوعية؛
- محاربة الفضائح الرياضية وكشف الأسرار؛
- كشف الصفقات الرياضية في مجال بيع الأندية وبيع اللاعبين؛
- التركيز على بث الروح الرياضية بين الناشئة والتأكيد على ضرورة التحلي بها؛
- الإسهام في تفعيل الاقتصاد الرياضي وما يوفره من فرص عمل ومداحيل.¹

8. ركائز الإعلام الرياضي:

- يرتكز الإعلام الرياضي حسب (جورج كلاس وميشال سبع) على ثلاثة عناصر أساسية هي:
- وسيلة إعلامية تنشر تنقل وتغطي الأحداث الرياضية وهي الوساطة بين المرسل والمستقبل؛
 - الحدث الرياضي الذي يتضمن مادة صالحة للنشر والتغطية وهو الموضوع؛
 - الإعلامي الرياضي الذي ينقل ويحلل ويغطي وينتقي الأحداث والأخبار وهو الخبير المتخصص.²

ويتبين من هذه العناصر أنها تتطابق مع عناصر أي فن خبري، لكن الفرق يظهر في التخصصية التي تجعل من الإعلام الرياضي إعلاما متخصصا ينتجه إعلامي متخصص وفق شروط فنية وتعبيرية تناسب النشاط الرياضي وتتلاءم مع ظروف حدوثه وتوقيته ورغبات المتلقين ومتطلباتهم.

1- جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص فنون وتقنيات، منشورات الجامعة اللبنانية قسم الدراسات الإعلامية، بيروت، لبنان، 2009، ص.ص 106-108
2- المرجع السابق نفسه، ص.ص 95، 96

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

9. التأثيرات السلبية للإعلام الرياضي:

إلى جانب الإيجابيات الكثيرة للإعلام الرياضي والوظائف والأدوار الهامة التي يمكن أن يؤديها في المجتمع، هناك بعض المشاكل التي قد تنجم عن سوء استخدام وسائله إلى جانب بعض التأثيرات السلبية المحتملة له عندما ينحرف عن مساره الطبيعي، وقد ذكرت (بشرى تيسير عباس) البعض منها في كتابها "الإعلام المتخصص الحديث" هي:

- زعزعة بعض القيم الاجتماعية؛
- تعزيز التفاوت الاجتماعي والإقليمي؛
- غرس روح الكراهية والعدوانية والتفكك بين فئات الجماهير واللاعبين بل وكل منتسبي المجال الرياضي؛
- التسبب في فقدان الثقة باللوائح والأنظمة والمؤسسات الأهلية والرامية.¹

10. أنواع الإعلام الرياضي:

- اتفق أغلب الباحثين والكتاب في مجال الإعلام الرياضي على أن أنواع هذا الأخير أربعة هي:
- أ. **الإعلام الرياضي المقروء:** هو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف، الكتب، المجلات، النشريات، الملصقات وغيرها.
 - ب. **الإعلام الرياضي المسموع:** هو الذي يعتمد على الكلمة المنطوقة والأساس فيه هو حاسة السمع مثل الراديو، أشرطة التسجيل، وكالات الأنباء وغيرها.
 - ج. **الإعلام الرياضي المرئي:** هو الذي يعتمد على الكلمة المنطوقة والصورة في آن واحد أي أنه سمعي بصري مثل التلفزيون، السينما، الفيديو وغيرها.

1- بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2015، ص 206

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

د. الإعلام الرياضي الثابت: يشمل الوسائل التي يتوجه الناس للاطلاع عليها مثل المعارض،

المؤتمرات، المسارح وغيرها.¹

المبحث الثاني: المنظومة الإعلامية الرياضية:

1. مفهوم المنظومة الإعلامية الرياضية:

قدم (عيسى الهادي وسليمان لاوسين) التعريف التالي للمنظومة الإعلامية الرياضية:

"تشكل المنظومة الإعلامية الرياضية جزءاً من المنظومة الإعلامية العامة، فهي فرعية متخصصة في موضوع معين هو الرياضة أساساً، وتضم هذه المنظومة مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات العامة عبر صفحاتها المتخصصة، وكذلك المواد التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزيون العامة على شكل برامج رياضية دورية متخصصة."

2. عناصر المنظومة الإعلامية الرياضية:

حدد (عيسى الهادي وسليمان لاوسين) عناصر المنظومة الإعلامية الرياضية فيما يلي:

- المنظومة الرياضية الصحفية: تضم كل أنواع الصحف الرياضية المتخصصة الصادرة في دولة معينة، بالإضافة إلى الصفحات الرياضية التي تنشرها الجرائد والمجلات؛
- المنظومة الرياضية الإذاعية: تضم جميع المحطات الإذاعية الرياضية المتخصصة وجميع البرامج الرياضية التي تقدمها المحطات الإذاعية العامة والمحلية؛
- المنظومة الرياضية التلفزيونية: تشمل جميع القنوات المتخصصة في تقديم الرياضة بالإضافة إلى جميع البرامج الرياضية التي تقدمها القنوات العامة والقنوات المحلية.

1- عبد الرزاق مجد الدليمي، الإعلام المتخصص، مرجع سبق ذكره، ص121

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

وفيما يلي تفصيل كل نوع على حدا:

1.2 المنظومة الرياضية الصحفية (الصحافة الرياضية):

أ. تعريف الصحافة الرياضية:

عرّف (غازي زين عوض) الصحافة الرياضية في كتابه بأنها:

"هي تلك الصحافة التي تعالج أساسا الموضوعات الرياضية، والتي توجه أساسا إلى الجمهور المعني

بالرياضة المختص أو المهتم أو المعني أو الهاوي." ¹

نشأة الصحافة الرياضية:

اعتبر (فاروق أبو زيد) في كتابه "الصحافة المتخصصة" أن الصحافة الرياضية نشأت مع

نشأة الصحف نفسها حيث قال:

"لقد ظهرت أخبار الرياضة في الصحف مع نشأة الصحف نفسها في نهاية القرن السادس عشر

وبداية القرن السابع عشر في غرب أوروبا، وإن لم تحتل الرياضة نفس أهمية أخبار التجارة والمال

والبنوك وحركة السوق، وخاصة أن ظهور الصحافة ارتبط بازدياد نفوذ الرأسمالية الأوروبية واهتمامها

الطبيعي بالنشاطات الاقتصادية." ²

"وقد ظلت الشؤون الرياضية تحتل مرتبة أقل أهمية من الشؤون السياسية والاقتصادية في صحافة

القرن التاسع عشر، لكن ما لبثت أخبار الرياضة أن عرفت طريقها إلى الصفحات الأولى من

الصحف مع بداية القرن 20، وقد ارتبط ذلك بازدياد عدد قراء الصحف وظهور الصحافة الشعبية،

ومنذ ذلك الوقت أصبحت أخبار الرياضة في الصحف أداة لجذب أكبر عدد من القراء." ²

1- غازي زين عوض الله المدني، الصحافة الرياضية - النشأة، التطور-، ط2، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2006، ص15

2- فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1986، ص 76

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

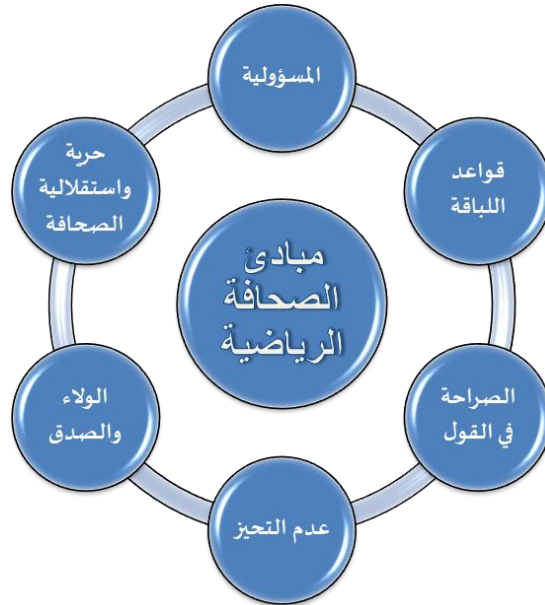
ب. أهمية الصحافة الرياضية:

يعتبر (حسنين شفيق) أن الصحافة الرياضية هي إحدى عناصر الجذب في محيط أعضاء المجتمع بوجه عام وفي محيط النشء والشباب بوجه خاص، وهي تقدم معلومات في مجال الرياضة ويمكنها أن تساعد الفرد على تكوين رأيه في موضوع أو عدة مواضيع تتعلق بالرياضة، وللصحافة الرياضية دور هام في نشر الثقافة الرياضية وفي تدعيم وترسيخ القيم التربوية والاجتماعية في استشارة الدافعية عند الأفراد نحو ممارسة الرياضة من خلال تكوين اتجاهات إيجابية نحوها.¹

ج. مبادئ الصحافة الرياضية:

حدّد (وجيه عبد السلام جرادة) في كتابه "أسس ومبادئ الصحافة الرياضية" مجموعة من

المبادئ التي تقوم عليها الصحافة الرياضية والتي قمنا بتلخيصها في الشكل التالي:



شكل رقم (07): مبادئ الصحافة الرياضية²

1- حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 223
2- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

د. أهداف الصحافة الرياضية:

يرى (سامح كمال عبد القادر) أن الأهداف التي تسعى إليها الصحافة الرياضية تأتي انطلاقاً من الإنسان ككائن حي له حاجات وعن طريق إشباع هذه الحاجات يمكن توجيهه إلى حياة سليمة، وهذه الأهداف هي كالتالي:

- الإخبار والإعلام حيث تقوم بتزويد الجماهير بالأخبار التي تتضمن المعلومات اللازمة؛
- التعليق على الأنباء؛
- الاهتمام بنشر الرأي والرأي الآخر في مختلف القضايا والموضوعات؛
- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية؛
- التعريف بالأبطال في المجالات الرياضية المختلفة؛
- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية؛
- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين أبناء الوطن؛
- التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية؛
- توعية وتنقيف الجماهير رياضياً؛
- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجماعات الحكومية.¹

هـ. وظائف الصحافة الرياضية:

يرى العديد من الباحثين أن وظيفة الصحافة الرياضية لم تعد تقتصر على ذكر نتائج المباريات أو وصفها وتحليلها فقط، بل أصبح دورها في العصر الحالي أعم وأشمل، ورغم أن هذا الدور يختلف

1- سامح كمال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص. 35، 36

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

من عصر إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر، إلا أنه يمكن حصر أهم وظائف الصحافة الرياضية حسب (ماهر عودة الشمايلة وآخرون) في: ¹

➤ **الإخبار والإعلام:** وذلك بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقي، وإن تقدم الصحافة في نفس الوقت دائرة واسعة من المعلومات والمعارف والقوانين الرياضية.

➤ **الشرح والتفسير والتحليل:** وذلك حتى يمكن أن تقدم للأحداث أو الموضوعات الرياضية دلالاتها المختلفة وتساعد القراء على فهمها وإدراكها وتكوين وجهة نظر أو رؤية حولها، وهذا يتم من خلال وضع هذه الأحداث أو تلك الموضوعات الرياضية في البناء العام للأحداث وباستخدام أشكال صحفية مختلفة.

➤ **النقد والتعليق وطرح الرأي:** وهذا يتوقف على مقدار الحرية التي تتمتع بها الصحافة الرياضية حيث تقوم بطرح كل الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات الرياضية في المجتمع الرياضي وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة فيه.

➤ **تحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع:** حيث يمكن للصحافة الرياضية أن تكون أداة للتكامل والتوحيد بين أفراد المجتمع الرياضي.

➤ **نقل التراث الرياضي من جيل لآخر:** وذلك بتعريف الأجيال المختلفة بالأبطال الرياضيين الذين حققوا إنجازات في مختلف المناسبات، بالإضافة إلى تعريف هذه الأجيال بالقيم والتقاليد الرياضية السائدة حتى يمكن المساهمة في عملية التنشئة الرياضية للأجيال القادمة.

1- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الصحافة المتخصصة، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 ص.ص 41، 42

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

➤ **التوثيق والتأريخ:** فالصحافة الرياضية يمكن اعتبارها وثيقة تاريخية من خلال تسجيلها

للأحداث والوقائع الرياضية ومتابعتها بما يعين على فهمها لمحاولة الاستفادة منها في النهوض بالرياضة.

➤ **التسلية والترفيه والترويح والترفيه:** حيث تقوم الصحافة الرياضية بالتخفيف عن القراء من آثار

التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأساليب مناسبة تحقق لهم المتعة والثقافة الرياضية.

➤ **تقديم الخدمات:** وذلك من خلال تقديم بعض المعلومات الرياضية والصحية التي تفيد

القارئ مثل التعريف بمواعيد المنافسات وأماكن إقامتها والإعلان عن مواعيد بثها سواء في الإذاعة أو التلفزيون.

➤ **التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات:** حيث تقوم الصحافة الرياضية في المجتمعات

الديمقراطية بدور الرقيب على الأندية والاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة، ومحاولة الكشف عن الانحرافات التي قد تحدث فيها.¹

و. أنواع الصحافة الرياضية:

يمكن تقسيم الصحافة الرياضية إلى عدة أنواع وذلك حسب بعض المعايير التي قدمها (خير

الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) في كتابهما "الإعلام الرياضي" كما يلي:

أولاً: من حيث دورية الصدور:

- صحف رياضية يومية؛

- صحف رياضية أسبوعية؛

1- المرجع السابق نفسه، ص43

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- صحف رياضية نصف شهرية؛

- صحف رياضية شهرية؛

- صحف رياضية ربع سنوية (كل ثلاثة شهور).¹

ثانيا: من حيث التغطية الجغرافية:

يقصد بها مدى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع يشمل

عدة دول، وتنقسم الصحافة الرياضية وفق هذا المعيار إلى:

أ. صحف رياضية محلية: يغطي توزيعها محافظة أو إقليم معين وتهتم بالأخبار الرياضية في

هذه المحافظة أو هذا الإقليم.

ب. صحف رياضية قومية: هي التي توزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء إلى إقليم أو

محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم ببعض

الأخبار العالمية والدولية.

ج. صحف رياضية دولية: هي صحف رياضية قومية تُصدر طبقات خاصة لتوزع خارج

الدولة.

ثالثا: من حيث المضمون:

أ. صحف عامة: هي الصحف التي تجمع بين المضمون العام والمتنوع، وتكون الرياضة احد

صفحاتها حيث أنها تشتمل على صفحات للاقتصاد والسياسة والأدب والدين وغير ذلك،

ويتم توجيهها للجمهور بصفة عامة.

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 107

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ب. صحف رياضية متخصصة: هي صحف لها جمهورها الخاص من المتخصصين علميا في

المجال الرياضي، ويغلب عليها أسلوب الدراسات والبحوث وتستخدم الأسلوب العلمي

وتنشر المصطلحات العلمية المتعارف عليها بين المتخصصين في المجال الرياضي.

رابعا: من حيث حجم التوزيع:

أ. الصحف الرياضية الجماهيرية: هي الصحف ذات التوزيع الضخم وتكون رخيصة الثمن

وتركز على الموضوعات الرياضية التي تهم القارئ العادي وتخطب عواطفه معتمدة في ذلك

على الأسلوب السهل في الكتابة وتهتم في إخراجها بعوامل الجذب والإثارة الملفتة للنظر.¹

ب. صحافة النخبة: هي صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية في تناولها للأخبار

والأحداث الرياضية، وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الرياضية الجادة،

ويكون توزيعها اقل ولكن مستوى مادتها الرياضية أعمق، وغالبا ما تكون مرتفعة الثمن

مقارنة بالصحف الأخرى.

خامسا: من حيث الشكل الفني للصحيفة:

أ. الجريدة الرياضية: هي عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف، وقد تأخذ

الحجم الكبير أو الحجم النصفى، ولا تزيد دورية صدورها عن أسبوع، وتركز على ما حدث

في تغطيتها للأخبار الرياضية.

ب. المجلة الرياضية: تصدر في عدد أكبر من الصفحات، ذات غلاف، وتتنوع أحجامها بين

الحجم الكبير والمتوسط والصغير، ولا تقل دورية صدورها عن أسبوع، وتركز على لماذا

1- المرجع السابق نفسه، ص.ص 108، 109

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

حدث؟ وكيف حدث؟ وتهتم المجلة بالصور والألوان وتجويد عملية الإخراج واستخدام أنواع

من الورق أكثر جودة من الجريدة.¹

سادسا: من حيث جهة الصدور:

أ. صحف الأندية الرياضية أو مراكز الشباب: هي التي تصدر عن بعض الأندية أو مراكز

الشباب وتقوم بتغطية مختلف النشاطات الرياضية التي يشترك فيها النادي أو المركز وتكون

لسان حاله وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا الرياضية ويغلب عليها طابع

صحافة الرأي.

ب. صحف الاتحادات الرياضية: هي التي تصدر عن بعض الاتحادات الرياضية وتقوم بتغطية

نشاطات الاتحاد في اللعبة التي يشرف عليها وتكون لسان حال هذا الاتحاد والتي من

خلالها يقوم بعرض أفكاره واتجاهاته وسياسته وكذلك طرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث

والقضايا الرياضية.



شكل رقم (08): أنواع الصحافة الرياضية²

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 176

2- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

2.2 المنظومة الرياضية الإذاعية:

أ. تعريف الإذاعة:

ورد في كتاب "فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية" لـ (طارق الخليلي) تعريف للإذاعة هو: "إن الراديو أو الإذاعة المسموعة هو أحد وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري، وكلمة راديو تعني الإرسال والاستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية، والاتصال بالراديو هو إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكياً."¹

نشأة الإذاعة وتطورها:

يقول عبد الفتاح كنعان حول نشأة الإذاعة: "التجارب الأولى التي أجريت من أجل نقل الصوت عبر الأثير إلى حوالي عام 1890، وفي 14 ديسمبر 1901 نجح الفيزيائي الإيطالي ماركوني في إتمام أول إرسال لاسلكي، وتعد الولايات المتحدة الدولة الأولى التي أجريت فيها أول التجارب في هذا الحقل وتبعتها بريطانيا وفرنسا وألمانيا، ولكن الإذاعة لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1920 حين بدأ الدكتور (فرانك كونراد) المهندس في شركة "ويستنجهاوس" في بنسلفانيا بتشغيل أول محطة راديو واعتاد إذاعة الموسيقى المحلية المسجلة ونتائج المباريات الرياضية، كما تمت إذاعة وصف صوتي لمباريات في الملاكمة والبيسبول إلى جانب الشعائر الدينية من الكنائس."²

ويتضح مما سبق أن الرياضة والأخبار الرياضية لازمت الإذاعة منذ نشأتها الأولى إلى يومنا هذا، أي أنها عايشتها منذ اختراعها إلى غاية وصولها إلى ما هي عليه اليوم من تطور وتقديم.

د. وظائف الإذاعة: يمكن للإذاعة أن تؤدي الوظائف التالية:

- المساهمة في نشر العلوم والثقافة بين أفراد المجتمع؛

1- طارق سيد أحمد الخليلي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 23
2- علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص.ص 15، 16

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- معالجة المشكلات الاجتماعية؛
- رفع مستوى الذوق الفني عند الأفراد والمجتمعات؛
- اطلاع أفراد المجتمع على ما حققته الحضارة الإنسانية من إبداعات واكتشافات؛
- إيصال الأخبار المحلية والعالمية للأفراد وتنوير الرأي العام؛
- تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية؛
- الترويج عن نفوس أفراد المجتمع وتسليةهم.¹

هـ. الإعلام الرياضي الإذاعي:

ساهمت الرياضة في تحديد طبيعة البث الإعلامي في القرن الحادي والعشرين، فقد أنشأت محطات إذاعية متخصصة في المجال الرياضي، وأصبحت أوجه التعاون بين الرياضيين والإعلاميين متعددة وتعلق أساسا بالإشهار، تغطية النشاطات والمنافسات، شراء حقوق البث وغيرها، وهذا ما يؤكد وجود مصالح مشتركة بين الرياضة وبين وسائل الإعلام.

والمنظومة الإعلامية الإذاعية تشمل - كما سبقت الإشارة إليه - جميع المحطات الإذاعية الرياضية وجميع البرامج الرياضية التي تقدمها المحطات الإذاعية العامة والمحلية، وقد تزايد اهتمام الإذاعة بالحياة الرياضية المحلية والعالمية، وأصبحت المادة الرياضية احد الجسور الهامة التي تقحمها الإذاعة من أجل توثيق علاقاتها بجمهور المستمعين، كما أصبحت المادة الرياضية احد المجالات التي تكثف فيها الإذاعة نشاطها من أجل تحقيق سياساتها العامة.

ي. أهداف الإذاعة في المجال الرياضي:

تسعى الإذاعة في المجال الرياضي إلى تحقيق عدة أهداف أبرزها:

1- رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- تحقيق أول تماس بين المستمع وبين الحدث الرياضي؛
- محاولة إيجاد وعي لدى المستمع بما يجري على الساحة الرياضية؛
- تقديم ما يجري على الساحة الرياضية من موقف معين وبرؤية معينة تعكسان وتجسدان السياسة العامة للإذاعة؛
- تحقيق أقصى قدر من الفائدة المادية من خلال الإعلانات الإشهارية أو التمويل للخصص الإذاعية.¹

3.2. المنظومة الرياضية التلفزيونية:

أ. تعريف التلفزيون:

"يعد التلفزيون أحد وسائل الإعلام، وكلمة تلفزيون مكونة من مقطعين Télé وتعني عن بعد، و Vision وتعني الرؤية، أي أن الكلمة تعني الرؤية عن بعد، ويمكن تعريف النظام التلفزيوني من الناحية العملية بأنه طريقة إرسال واستقبال الصور المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية."²

ب. نشأة التلفزيون وتطوره:

ارتبط ظهور التلفزيون باسم العالم البريطاني (جون بيرد) الذي يرجع له الفضل في اختراعه وخروجه من حيز نظريات العلماء إلى التجربة الحية، ففي عام 1924 استطاع هذا العالم نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق أجهزته التجريبية على شاشة معلقة على الحائط، وبعدها كرس حياته من أجل تطوير هذه التجربة ليصل بها إلى الإرسال والاستقبال التلفزيوني الذي نعرفه الآن.

1- علي طاهر مبارك، الإذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضية في عصر التحديات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2007، ص 121
2- طارق سيد أحمد الخليلي، مرجع سبق ذكره، ص 24

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ج. خصائص التلفزيون:

حدّد (سليم عبد النبي) خصائص التلفزيون في:

- يعتمد على السمع والبصر لذا يؤثر على الناس؛
- هو وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة دون بذل جهد؛
- يعتمد على الحركة المرافقة لعرض الصورة والصوت؛
- يختصر الزمان بين حصول الحدث وموعد عرضه للناس؛
- له قدرة كبيرة على جذب الانتباه والاهتمام؛
- له القدرة على تركيز اهتمام الناس في أشياء محددة؛
- له قدرة كبيرة على الانتشار.¹

وعن أهمية التلفزيون في المجال الرياضي تقول (سهير المهدي):

- يؤثر الإعلام المرئي على حاستين من حواس الإنسان في توقيت واحد هما حاستي السمع والبصر لذا فإن تأثيره على المشاهدين يكون أقوى؛
- يقدم التلفزيون العديد من البرامج التي تتناول المواضيع الرياضية لجميع فئات المجتمع وهو ما يساهم في تنمية الثقافة الرياضية لدى المشاهدين؛
- للتلفزيون القدرة على نقل الأحداث الرياضية العالمية كالمباريات والمنافسات إلى الجمهور في وقت حدوثها؛
- يشير التلفزيون دافعية مشاهديه نحو ممارسة النشاطات الرياضية والترويحية، كما يوضح أهمية النشاط الرياضي في أوقات الفراغ من خلال البرامج وال فقرات؛

1- سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 27

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- تشير الدراسات إلى أن ظهور أجهزة التلفزيون الملونة قد أدى إلى زيادة عدد مشاهدي الألعاب والرياضات وذلك على المستويين المحلي والدولي مما يؤكد أهمية التلفزيون في تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة والترويج عن الذات.¹

د. القنوات التلفزيونية الرياضية:

"هي شكل من أشكال القنوات الفضائية المتخصصة في تقديم البرامج الرياضية المتنوعة، ويمكن تقسيمها إلى قنوات رياضية عامة أي أنها تقدم برامج رياضية متنوعة، أو قنوات رياضية متخصصة في نوع واحد من الرياضات كأن يقتصر نشاطها على كرة القدم أو سباق السيارات وغيرها."²

من بين أهم أنواع القنوات المتخصصة على مستوى المضمون، نجد القنوات الرياضية المتخصصة التي اتخذت من المجال الرياضي حقلاً لعملها، وفي هذا الإطار يمكن تقديم بعض أهم القنوات الرياضية المتخصصة الدولية والعربية وهي: قنوات شبكة راديو وتلفزيون العرب الرياضية (ART)، قناة دبي الرياضية، قناة الجزيرة الرياضية وغيرها.

4.2. المنظومة الرياضية الإلكترونية (الإعلام الرياضي الإلكتروني)

وبالإضافة إلى هذه الأنواع، فقد ارتأينا أن نضيف نوعاً آخر من أنواع الصحافة الرياضية برز وانتشر بشكل كبير مع ظهور الإعلام الإلكتروني هو الصحافة الرياضية الإلكترونية التي تعتمد على الأنترنت كدعامة أساسية، ونظراً لقلّة المراجع التي تطرقت للصحافة الرياضية الإلكترونية كشكل من أشكال الصحافة الرياضية، وجدنا أنفسنا مضطرين لدراسة الصحافة الإلكترونية بشكل عام وتقديم مبادئها وأسسها العامة ثم إسقاطها على المجال الرياضي.³

1- سهر المهندي، الإعلام الرياضي المرئي في الواقع المعاصر، ط1، إدارة المطبعة الحكومية، وزارة الإعلام، مملكة البحرين، 2005، ص.ص 56، 57

2- مجد شطاح، القنوات التلفزيونية المشفرة و البرامج الرياضية : دراسة ميدانية للجماهير الرياضي في الوسط الجامعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، مجلد 2016، عدد 16، 2016، ص.ص 253-316

3- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 111

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

أولاً: الصحافة الرياضية الإلكترونية:

أ. تعريف الصحافة الإلكترونية:

قدّم (رضا عبد الواحد أمين) عدة تعريفات للصحافة الإلكترونية نذكرها فيما يلي:

"هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الأنترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة وتشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة."

"هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الأنترنت أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصداراً إلكترونية لصحيفة مطبوعة أو ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية، وسواء كانت صحيفة عامة أو صحيفة متخصصة."

وبالاستناد إلى التعاريف السابقة قدّم المؤلف تعريفاً جامعاً للصحافة الإلكترونية هو:

"هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط Multimedia، تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الأنترنت بشكل دوري وبرقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها شكل مطبوع أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة"¹.

أما الصحافة الرياضية الإلكترونية فقد عرفها الباحث الألماني (أوليفر براون) بأنها:

"مجموعة من الخدمات والمعلومات الرياضية المنتشرة عبر موقع إلكتروني أو نافذة إلكترونية، والمحدثة باستمرار والمتاحة للجميع، وهي تعتمد على أحداث رياضية حقيقية يتم تقديمها للجمهور بقوالب مختلفة"².

1- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص.ص 93-95
2 -Lange Kristen, Sports And New Media: A Profile Of Internet Sport Journalists In Australia, school of human movement, faculty of human development, Victoria university, Australia, 2010, P57

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

وإذا ما حاولنا تقديم تعريف للصحافة الرياضية الإلكترونية فإن هذا الأخير لن يختلف عن تعريف الصحافة الرياضية التي ذكرنا أنها "تلك الصحافة التي تعالج أساسا الموضوعات الرياضية، والتي توجه أساسا إلى الجمهور المعني بالرياضة المختص أو المهتم أو المعني أو الهاوي"، مع وجود اختلاف جوهري واحد يتمثل في طريقة النشر، فالصحافة الرياضية الإلكترونية يتم نشرها عبر الفضاء الإلكتروني وهي إما أن تكون نسخة من الصحيفة الرياضية الورقية أو صحيفة رياضية إلكترونية بلا طبعة ورقية.

ب. نشأة الصحافة الرياضية الإلكترونية:

يرى (فيصل أبو عيشة) أن الصحافة الإلكترونية أو صحافة الأنترنت كما يسميها البعض، ظهرت وتطورت كنتاج لشبكة الأنترنت العالمية التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقّت بظلالها على الصحافة المطبوعة، وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر المحلية أو الدولية وما تضمنته من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم تكف تمضي سنوات على ظهور الأنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بعشرات المواقع التي تعتبر نسخا إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.¹

1- فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص102

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ج. أنواع الصحافة الرياضية الإلكترونية: يمكن تقسيم أنواع الصحف الإلكترونية إلى:

➤ الصحف الإلكترونية الكاملة:

هي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل نفس اسم الصحيفة الورقية، ويمتاز هذا النوع من الصحف بـ:

- تقديم الخدمات الصحفية والإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها؛
- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيح الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنولوجيا النص الفائق، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري؛
- تقديم خدمات الوسائط المتعددة النصية والصوتية والمصورة.

➤ النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:

هي مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة

الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات والربط بالمواقع الأخرى.¹

وصنّف (ماهر عودة الشمايلة) الصحافة الإلكترونية في ثلاث فئات هي:

- المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية كالصحف وبعض الفضائيات، ولا يعمل بها صحفيون وإنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني؛

1- عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، ص.ص 73، 74

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- المواقع الإخبارية كالبوابات الإعلامية، وهي مواقع إلكترونية متخصصة تنشر أخبارا وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصا للنشر على شبكة الأنترنت وتحديث على مدار الساعة؛

- الصحف الإلكترونية البحتة التي ليس لها صحيفة مطبوعة وتدار عادة بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار كافة.¹

ثانيا: المواقع الرياضية الإلكترونية:

أ. تعريف المواقع الرياضية الإلكترونية:

تعرف المواقع الرياضية الإلكترونية على أنها: "تلك المواقع الإلكترونية التي تتخذ من الرياضة بأنواعها المختلفة مادة رئيسية لها."

كما تعرف بأنها: "مواقع إخبارية تختص بالشؤون الرياضية وتتميز باهتماماتها الرياضية ، يمكن الوصول إليها عبر عنوان إلكتروني محدد، تمتلك هيئة محررين وشبكة مراسلين."²

ب. نشأة المواقع الرياضية الإلكترونية:

أطلقت شركة **ESPN** الإعلامية أول موقع رياضي في العالم تحت اسم **"ESPNsportzone"** وذلك في شهر أبريل عام 1995 حيث يقدم الأخبار الرياضية ونتائج المباريات وكان حينها يُعدّ من ضمن 25 موقع الأكثر زيارة على المستوى العالمي وذلك وفقا لما أعلنته شركة متخصصة في قياس حركة المرور على شبكة الأنترنت.

وحاولت بعض الشركات الأخرى اطلاق مواقع رياضية أخرى لمنافسة موقع

"ESPNsportzone" ولم يتأخر ذلك كثيرا حيث قامت شركة **Silicon valley**

1- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الصحافة المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص193
2- مهند معين دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2016، ص 109

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

venture capital في شهر أوت من عام 1995 بإطلاق موقع رياضي تحت اسم "SportslineUSA"، ثم قامت كل من شبكة الأخبار الأمريكية **CNN** والصحيفة الرياضية الورقية **Sports Illustrated** بإطلاق ثالث موقع رياضي في العالم باسم "CNN/SI" وذلك في شهر أوت من عام 1997 وهو يعمل على تقديم الأخبار الرياضية ونتائج المباريات على غرار الموقعين السابقين.¹

ج. أنواع المواقع الرياضية الإلكترونية:

تنقسم المواقع الرياضية الإلكترونية تبعاً للتخصصات الأدق داخل الرياضة فنجد مثلاً مواقع تتعلق بكرة القدم وأخرى بكرة اليد أو التنس وغيرها من الرياضات المختلفة، فضلاً عن وجود مواقع للرياضيين وأخرى للاتحادات والمؤسسات والهيئات الرياضية المختلفة، كما يدخل في إطار تعريف المواقع الرياضية الإلكترونية المواقع الإعلامية الإلكترونية وهي المواقع الإلكترونية للوسائل الإعلامية التي تتخصص في تقديم الرياضة مثل مواقع الصحف الرياضية والمحطات الإذاعية الإلكترونية والقنوات التلفزيونية التي تتخصص في الرياضة. وفيما يلي أنواع المواقع الرياضية الإلكترونية:

- **مواقع رياضية عامة:** تحتوي هذه المواقع على أخبار الأحداث والقضايا الرياضية في مختلف الأنشطة والألعاب الرياضية سواء كانت على المستوى المحلي، الإقليمي أو العالمي.
- **مواقع رياضية متخصصة:** تتضمن هذه المواقع عرضاً مفصلاً وشاملاً لأخبار لعبة رياضية معينة ومشاهيرها وأيضاً الأندية المهمة بها.

1- كريم محمد عادل عبد العظيم، "تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها - دراسة تحليلية وميدانية-"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، 2015، ص.ص 46، 47

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

- مواقع الأندية الرياضية: هي مواقع تحتوي على أخبار مختلف الألعاب الرياضية الجماعية أو الفردية والأنشطة والبطولات التي يشرف عليها النادي ويشارك فيها.
- مواقع الاتحادات والهيئات الرسمية: هي مواقع تنشئها اتحادات الألعاب الرياضية لكل لعبة على حدا.
- مواقع المنتديات الرياضية: المنتديات هي مساحات حوار وتبادل الأفكار والآراء في مجال معين، وهناك العديد من المنتديات الرياضية التي تتناول الأنشطة الرياضية المختلفة.
- مواقع اللاعبين والرياضيين: هي مواقع ينشئها اللاعبون المشهورون في الألعاب الرياضية المختلفة، أو ينشئها من يحبونهم من الجماهير والمتابعين، حيث يحتوي الموقع على صور اللاعب أو الرياضي وأخبار عنه وعن ناديه.
- مواقع الوسائل الإعلامية الرياضية: هي مواقع تمثل امتدادات إلكترونية للوسائل الإعلامية الرياضية (الصحف الرياضية، المحطات الإذاعية الرياضية والقنوات التلفزيونية الرياضية).¹
- المواقع الرياضية التجارية: هي تلك المواقع المخصصة لبيع الأجهزة الرياضية.
- مواقع المشجعين والمعجبين: هي تلك المواقع التي يؤسسها المشجعون والمعجبون لنشر أخبار نواديهم ورياضيهم المفضلين والتعبير عن ولائهم لهم.²

1- نهلة مجد نشأت مجد، المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية والعربية ودورها في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة حلوان، مصر، 2016، ص.ص 115- 117

2- كريم مجد عادل عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص.ص 42، 43

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ثالثا: الإذاعة الرياضية الإلكترونية:

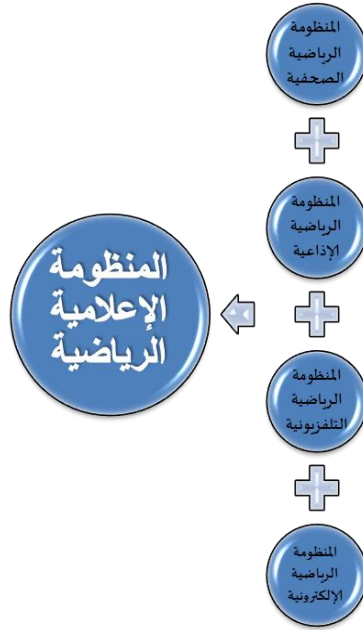
أجبر التقدم التكنولوجي المتزايد بسرعة وسائل الإعلام على التكيف مع التغيير، وقد غيرت هذه الصناعة كل وجه من أوجه عملياتها تقريبا بشكل جذري، فتغيرت كيفية بث محطات الإذاعة لبرامجها وكيفية إنتاجها لها، كما غيرت ما يرغب المستمعون في سماعه ومتى يرغبون في ذلك، لذلك لم يكن غريبا أن يمتد التنافس بين وسائل الإعلام إلى الفضاء الإلكتروني الذي أوجدته الشبكة العنكبوتية "الأنترنت"، واللافت للنظر هو انتشار الإذاعات الإلكترونية التي تبث إرسالها على الأنترنت فقط، هذه الظاهرة أرجعها البعض إلى قلة تكلفة إنشاء مثل هذه الإذاعات، وفسرها الآخر بمنظومة التطور الطبيعي لوسائل الإعلام، لكن بالرغم من تباين الآراء حول تفسير انتشار الظاهرة، إلا أنها تلاقي رواجاً كبيراً خاصة بين فئة الشباب.¹

رابعا: التلفزيون الإلكتروني:

أ. تعريف التلفزيون الإلكتروني:

ترى (مروى عصام صلاح) أن مع التوسع في مجال الإعلام المرئي وانتقاله لنسخة أكثر عصرية وتفاعلية، التبس مفهوم التلفزيون الإلكتروني على العديد غير أن المعنى الأساسي له هو: "هو إمكانية بث ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الأنترنت، سواء كانت هذه المواد مسجلة أو مباشرة."، وليتضح هذا المفهوم أكثر، يجب معرفة آلية البث التي تعرف باسم البث التلفزيوني عبر الأنترنت IPTV والتي تتم باستخدام بروتوكول الأنترنت IP عبر شبكات الكمبيوتر دون الحاجة إلى الاستعانة بالأقمار الصناعية.²

1- طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010، ص 225
2- مروى عصام صلاح، مرجع سبق ذكره، ص 201



شكل رقم (09): المنظومة الإعلامية الرياضية¹

المبحث الثالث: المنظومة الإعلامية الرياضية في الجزائر:

1. الصحافة الرياضية في الجزائر:

يعتقد الكثيرون أن الصحافة الرياضية في الجزائر ظهرت بعد الاستقلال، لكن الدراسات التي قام بها الباحث تؤكد أن ظهور هذا النوع يعود إلى سنة 1890م، ومن حينها مرت الصحافة الرياضية الجزائرية بالعديد من المراحل التي نوجزها فيما يلي:

أ. المرحلة الأولى: الصحافة الرياضية في عهد الاستعمار الفرنسي (1830-1962)

قبل الحديث عن تاريخ الصحافة الرياضية في الجزائر، يجب أولاً العودة إلى بدايات الصحافة المكتوبة، وفي هذا الإطار يقول زهير إحدادن: "إن الدراسات التي أجريت حتى اليوم تثبت أن الصحافة كوسيلة إعلامية عصرية لم تكن موجودة في الجزائر قبل سنة 1830، وهي السنة التي هجم فيها الفرنسيون على مدينة الجزائر واستولوا عليها، وعندما تجهز الجيش

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

الفرنسي لغزو الجزائر حمل معه من بين ما حمل مطبعة وهيئة تحرير تشرف على إصدار جريدة هي صلة ربط داخل الجيش الفرنسي، وبالفعل بدأت هذه الجريدة تصدر مع نزول الجيش الفرنسي فوق التراب الجزائري، فكانت أول صحيفة تصدر في الجزائر وتحمل اسم "L'estafette d'Alger" (بريد الجزائر) وكانت تصدر باللغة الفرنسية وتتضمن معلومات عن الحملة الفرنسية مع بعض الأخبار السياسية الخاصة بفرنسا¹، وهذا ما يدل على أن بدايات الصحافة في الجزائر كانت عسكرية بالدرجة الأولى، إلى جانب كونها صحافة ثورية وسياسية²، ويرى الزبير سيف الإسلام أن الجزائر تعتبر ثالث دولة عربية تعرف فن الصحافة بعد مصر 1798 وتركيا 1825.³

ويعتبر فضيل دليو الوحيد الذي أشار إلى وجود صحافة رياضية في هذه الفترة حيث ذكر في كتابه (تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة 1830-2013): "...بالإضافة إلى ظهور صحافة رياضية معظمها لم يعمر طويلا وكان من أهمها: الجزائر الرياضية (L'Algérie portive :1890-190)، كل الرياضات (Tous les Sports :1907) في العاصمة، الطليعة (L'avant-garde :1904)، بون سبور (Bône)

Sport :1907 و (Constantine Sport :1907).⁴

وتؤكد هذه المعطيات أن الصحافة الرياضية في الجزائر (لا نقول جزائرية لأنها كانت تحت إشراف فرنسي) تعتبر رائدة على الصعيدين العربي والدولي، فمن خلال المعلومات المتوفرة لدينا فإنها سبقت مصر وفلسطين اللتين ظهر فيهما هذا النوع من الصحافة في بداية

1- زهير إحدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص.ص 25، 26
2- Achour Cheurfi, La presse Algérienne, Casbah-Editions, Algérie, 2010, p13

3- الزبير سيف الإسلام، رواد الصحافة الجزائرية، ط1، مطابع دار الشعب، القاهرة، مصر، 1981، ص09
4- دليو، فضيل، تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 1830-2013، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر، 2014، ص37.

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

عشرينيات القرن الماضي (1922 و1924 على التوالي)، أما على الصعيد الدولي فتعد صحيفة (لاغازيتا ديلو سبورت) الرياضية الإيطالية أقدم صحيفة تخصصت في هذا المجال حيث صدرت عام 1896.¹

وبعد اندلاع الثورة التحريرية في الفاتح من شهر نوفمبر عام 1954 تقرر تجريد جميع النشاطات الرياضية والتفرغ للكفاح المسلح ضد المستعمر، واضطرت جميع النوادي الجزائرية التي كانت موجودة آنذاك إلى الانسحاب من جميع البطولات التي كانت تنشط فيها تحت لواء السلطات الاستعمارية، وهو ما انعكس دون شك على الصحافة الرياضية التي انتعشت بداية من 1958 تاريخ إنشاء فريق جبهة التحرير الوطني الذي كان بمثابة منتخب وطني جزائري لعب خلال الفترة الممتدة بين 1958 و1962 حوالي 80 مباراة دولية في أوروبا الشرقية وآسيا وإفريقيا، وقد أصدرت لجنة الشباب والرياضة لجبهة التحرير الوطني سنة 1959 مجلة شهرية كانت بمثابة لسان حال الشبيبة الجزائرية هي "مجلة الشباب الجزائري".²

وكخلاصة لما سبق يمكن القول أن المرحلة الاستعمارية التي امتدت من 1830 إلى 1962 لم تشهد صحافة رياضية بكل ما يحمله الاسم من معاني، وذلك لعدة اعتبارات أهمها أن المجتمع آنذاك كان تحت وطأة الاستعمار وكان مهتما بالمشاكل الاجتماعية وبالظروف السياسية السائدة أكثر من اهتمامه بالشؤون الرياضية، بالإضافة إلى أن الرياضة حينها لم تصل إلى التطور الذي يجعلها على رأس الاهتمامات مثلما هو عليه الحال الآن.

1- جواد راغب أيوب الدولو، الصحافة الرياضية في فلسطين 1876-1997، مجلة كلية التربية بغزة، جامعة الأقصى، فلسطين، جوان 1998، مجلد 2، عدد 2، ص 169
2- فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 123

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ب. المرحلة الثانية: الصحافة الرياضية بعد الاستقلال (1962-1988)

تعتبر الفترة التي تلت إعلان استقلال الجزائر في الخامس من شهر جويلية عام 1962 بمثابة فترة انتقالية شهدت العديد من التغييرات الجذرية على جميع المستويات، وفي المجال الإعلامي بدأت المساعي للتحويل من صحافة استعمارية إلى صحافة وطنية من خلال تأميم بعض العناوين الصحفية وظهور عناوين جديدة، وقد قسم زهير إحدادن هذه الفترة إلى ثلاث مراحل هي:

من 1962 إلى 1965: كانت هذه الفترة قصيرة وغير كافية لإحداث تطور كبير في خصائص الصحافة، ولهذا فهي تعتبر كامتداد للفترة السابقة (الفترة الاستعمارية) مع تسجيل تغيير في مضمون الصحف التي أصبحت تتغنى بتشييد الجزائر المستقلة، ومن بين أهم الأحداث التي ميزت تلك الفترة: إنشاء يوميات جزائرية، القضاء على الصحافة الاستعمارية.

كما صدرت مجموعة من القوانين منها من كانت لها علاقة مباشرة بمجال الإعلام على غرار القانون رقم 62-175 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 الذي ينص على "أنه يبقى العمل جاريا حسب التشريع الفرنسي السابق في جميع الميادين التي ليس فيها تعارض مع السيادة الوطنية"، وكان ميدان الإعلام من بين الميادين التي واصلت العمل بالتشريع الفرنسي.¹

وفي الجانب الرياضي شهدت هذه الفترة ميلاد الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في 1962 والتي انضمت للاتحادية الدولية لكرة القدم FIFA عام 1963 ول

¹- زهير إحدادن، مرجع سبق ذكره، ص.ص 121-123

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

الكونفدرالية الإفريقية لكرة القدم CAF في 1964، إلى جانب بعث الرياضات التي كانت موجودة خلال الفترة الاستعمارية وتوقفت بعد اندلاع الثورة التحريرية ك: السباحة، الملاكمة، سباق الدراجات وغيرها.

وعلى الرغم من أن هذه الفترة لم تشهد وجود صحافة رياضية قائمة بذاتها باستثناء الصفحات المتخصصة في الصحف العامة، إلا أن الأحداث المذكورة كانت بمثابة تمهيد لظهور صحف رياضية متخصصة.

من 1965 إلى 1979: كما سبقت الإشارة إليه، فإن الأحداث التي شهدتها الفترة الأولى (1962-1965)، بالإضافة إلى انتعاش المجال الرياضي في الجزائر منذ منتصف السبعينيات بمشاركة النوادي الرياضية والرياضيين الجزائريين في مختلف المحافل المحلية والإفريقية والدولية، وكذا مشاركة المنتخب الوطني لكرة القدم في مونديال إسبانيا 1982 ومونديال المكسيك 1986، ووصوله إلى نهائي كأس إفريقيا سنة 1980، بالإضافة إلى احتضان الجزائر لألعاب البحر الأبيض المتوسط سنة 1975، كانت بمثابة تمهيد لبداية عهد جديد للصحافة الرياضية، وشكلت حافزا لإنشاء صحف رياضية متخصصة في الجزائر.

وكانت البداية في سنة 1966 عندما قامت جريدتا **Algérie**

Actualité و**المجاهد** الناطقتين باللغة الفرنسية بتخصيص حيز للأخبار

الرياضية حيث أطلقت الأولى الملحق **Sport Actualité** الذي كان

يصدر نهاية كل أسبوع قبل أن يتوقف بعد أربع سنوات أي في شهر جوان

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

1970، وأطلقت ملحق "الأخبار الرياضية" الذي كان يصدر أيضا في نهاية الأسبوع.¹

أما أول جريدة متخصصة بأتم معنى الكلمة في الرياضة فكانت جريدة **الهدف El Hadeef**- التي تأسست في جانفي 1972 بقسنطينة على إثر قرار تعريب جريدة النصر، حيث قرر رئيس القسم الرياضي لـ "النصر" آنذاك المرحوم سليم مصباح رفقة 03 صحفيين آخرين (مصطفى معنصري، أبوبكر حميدشي، محمد خماس ورحماني عزيز) تأسيس جريدة رياضية واختار لها أبوبكر حميدشي اسم "الهدف" تيمنًا بجريدة فلسطينية تابعة لحركة فتح تحمل نفس الاسم، وكانت هذه الجريدة تصدر يوم الاثنين من كل أسبوع باللغة الفرنسية، وخلال موندريال 1982 بإسبانيا تم بعث "الهدف ويكاند" وبلغ سحبها 300 نسخة واستمرت في الصدور إلى غاية سنة 1993.²

من 1979 إلى 1988: تبتدئ هذه المرحلة بحدث سياسي هام هو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني من 27 إلى 31 جانفي 1979، وأهم ما ميزه هو أنه وافق على لائحة خاصة بالإعلام من بين ما جاء فيها التأكيد على ضرورة تنويع الصحافة المكتوبة بإصدار صحف جهوية وصحف متخصصة حتى تُخلق حركية جديدة تدخل نفسها جديدا على الوضع الإعلامي للصحافة المكتوبة³،

1- المصدر: من إعداد الباحث

2- المصدر: من إعداد الباحث

3- زهير إحدادن، مرجع سبق ذكره، ص.ص 136-138

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ومن بين نتائج ذلك ظهور بعض الصحف المتخصصة في الثقافة والاقتصاد

والرياضة.¹

كما عرفت هذه المرحلة صدور أول قانون للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة وذلك بتاريخ 06 فيفري 1982، ومن بين ما جاء فيه التفريق بين نوعين من الوسائل الإعلامية، النوع الأول خاص بالوسائل التي تنشر الأخبار العامة مثل اليوميات والأسبوعيات وهذا النوع ملك للدولة، والنوع الثاني خاص بالدوريات المتخصصة وهنا يمكن وجود ملكية خاصة بعد الحصول على رخصة من طرف الوزارة المختصة.²

وسمحت هذه التسهيلات القانونية بظهور 03 جرائد ومجلات رياضية متخصصة هي:

➤ **مجلة الوحدة الرياضي:** مجلة رياضية شهرية ناطقة باللغة العربية ملحقه لمجلة

الوحدة، تأسست في مارس 1985، مديرها علي ذراع ورئيس تحريرها صلاح بنكيرو، وحسب ما هو متوفر لدينا من معلومات فهي أول مجلة رياضية متخصصة ناطقة باللغة العربية في الجزائر، واستمر تواجدها إلى غاية نهاية الثمانينيات.

➤ **مجلة Afrique Sport:** مجلة رياضية شهرية ناطقة باللغة الفرنسية ملحقه

لمجلة Révolution Africaine تمكنا من الحصول على تاريخ تأسيسها الذي كان في نوفمبر 1985، بينما لم نحصل على تاريخ توقفها عن الصدور.³

1- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع الجزائر، 2008، ص28

2- زهير إحدادن، مرجع سبق ذكره، ص137

3 - Hamid Grine, Al Manach Du Sport Algérie, ANEP- Editions, Algérie, 1990, p32

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

➤ **جريدة المنتخب:** هي جريدة رياضية أسبوعية ناطقة باللغة العربية رئيس تحريرها

مسعود قادري، تأسست يوم 11 ديسمبر 1985 تصدر عن "المؤسسة العمومية

للصحافة المنتخب"، وفي عام 1995 تغير اسمها إلى المنتخب الجديد واستمرت

في الصدور إلى غاية نهاية التسعينيات، وهي أول جريدة رياضية متخصصة ناطقة

باللغة العربية في الجزائر.¹

ج. المرحلة الثالثة: الصحافة الرياضية في عهد التعددية الإعلامية (1988-2020)

شهدت هذه المرحلة العديد من الأحداث السياسية والرياضية التي نعتقد أنها ساهمت في

تطور الصحافة الرياضية كما وكيفا، حيث ظهرت العديد من الصحف الرياضية الجديدة،

وأصبح هذا النوع من الصحافة يحتل واجهة المشهد الإعلامي، ويمكن تلخيص هذه

الأحداث فيما يلي:

🚩 الأحداث في المجال السياسي والتشريعي:

تعتبر الأحداث الدامية التي شهدتها الجزائر في الخامس من شهر أكتوبر عام

1988 بمثابة نقطة تحول هامة في المجالين السياسي والإعلامي، حيث شكلت بداية

إعلان القطيعة مع نظام الحكم السائد منذ الاستقلال ودفعت الحكومة إلى الإعلان

عن اتخاذ جملة من الإجراءات الرامية إلى تحرير الحياة العامة التي كان يتحكم فيها

الحزب الواحد وتتحكم الدولة في جميع مجالاتها، وفي 23 فيفري 1989 صادق

الشعب على دستور جديد أقر بالتعددية الحزبية وبحرية الرأي وحرية التعبير، وهو ما

أطلق عليه اسم "المسار الديمقراطي" في الجزائر الذي كان من بين أهم المستفيدين منه

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

قطاع الإعلام عموماً، والصحافة المكتوبة خصوصاً فهذه الأخيرة تطورت كما عن

طريق إنشاء عناوين جديدة وكيفا بظهور خطاب حر وجامع.¹

ومن نتائج هذا التوجه الجديد في أن رئيس الحكومة مولود حمروش عقد في 03

مارس 1990 لقاء مع الصحافة أعطى فيه إشارات حول القانون الجديد للإعلام،

وفي 19 مارس أصدر المنشور رقم 90/04 الذي دعا فيه الصحفيين المحترفين

العاملين في القطاع العام والبالغ عددهم آنذاك 1800 صحفي إلى إنشاء صحف

مستقلة مع منح امتيازات مغرية تمثلت في:

- تعويض أجرة سنتين؛

- منح مقرات مجاناً؛

- منح قروض مالية؛

- تسهيل عملية الحصول على عناصر الإنتاج.

وفي 4 أبريل 1990 تمت المصادقة على ثاني قانون إعلام في تاريخ الجزائر المستقلة من

طرف نواب المجلس الشعبي الوطني، بعدها صدرت المناشير المحددة لطرق إنشاء صحف

مستقلة.²

✚ الأحداث في المجال الرياضي:

كما سبقت الإشارة إليه، فإن المجال الرياضي في الجزائر عرف انتعاشاً كبيراً منذ منتصف

السبعينيات، وزاد الاهتمام بأخبار الرياضة وبكل ما له علاقة بالشأن الرياضي عموماً وكرة

1 -Ahmed Ben Zelikha, **Presse Algérienne –Editoriaux et Démocratie-**, Editions Dar El Gharb, Algérie, 2005, p23

2- M'hamed Rebbah, **La presse Algérienne –Journal d'un défi-**, Chihab- Editions, Algérie, 2002, p16

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

القدم خصوصا، ومن أهم الأحداث الرياضية التي شكلت نقطة تحوّل هامة في مجال

الصحافة الرياضية وأعطتها دفعا قويا نذكر:

- احتضان الجزائر لألعاب البحر الأبيض المتوسط سنة 1975، وهي أول تظاهرة

رياضية دولية تحتضنها الجزائر المستقلة؛

- تأهل المنتخب الوطني لكرة القدم لنهائيات كأس العالم سنة 1982 بإسبانيا

وذلك لأول مرة في تاريخه، ثم تكرر نفس الإنجاز سنة 1986 بمناسبة مونديال

مكسيكو؛

- فوز المنتخب الجزائري لكرة القدم بكأس أمم إفريقيا سنة 1990، ثم الكأس

الأفرو-آسيوية سنة 1991؛

- احتضان الجزائر لبطولة إفريقيا لكرة اليد رجال (1989، 2000، 2014)؛

- احتضان الجزائر لبطولة إفريقيا لكرة السلة رجال (1995، 2005)؛

- احتضان الجزائر لبطولة إفريقيا للكرة الطائرة رجال (1993)؛

- تتويج العداء نور الدين مرسللي بالعديد من الألقاب أهمها اللقب العالمي لسباق

1500 متر ثلاث مرات متتالية، وفوز العداء حسيبة بولمركة بالميدالية الذهبية

لسباق 1500 متر إناث في الألعاب الأولمبية الصيفية سنة 1992؛

- تأهل المنتخب الوطني لكرة القدم إلى مونديال جنوب إفريقيا 2010 والمباراة

الفاصلة الشهيرة أمام المنتخب المصري بملعب أم درمان، ثم التأهل إلى مونديال

البرازيل 2014 والمرور إلى الدور الثاني لأول مرة في تاريخ مشاركات الجزائر في

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

كأس العالم، وفي نفس السنة (2014) وصل المنتخب الوطني إلى ربع نهائي كأس

إفريقيا للأمم بأنغولا؛

- تتويج النوادي الجزائرية على غرار: شبيبة القبائل، وفاق سطيف، مولودية الجزائر،

وداد تلمسان، مولودية وهران بالعديد من الألقاب على المستويين العربي

والإفريقي.

- تتويج المنتخب الوطني الجزائري بكأس الأمم الإفريقية التي احتضنتها مصر في

شهر جوان من سنة 2019.

والجدول التالي يضم أهم المعلومات التي تمكنا من جمعها عن الصحف الرياضية التي ظهرت

في عهد التعددية الإعلامية والتي أعددناها بناء على شهادات من إعلاميين وإعلاميين رياضيين

سابقين وحاليين، وكذا من خلال المعلومات المستقاة من إدارات الصحف الرياضية الموجودة حاليا

ومن مواقعها الإلكترونية، وهي مرتبة وفق التدرج الزمني لظهورها:

الرقم	اسم الصحيفة	تاريخ الصدور	تاريخ التوقف	اللغة	دورية الصدور
1	L'Algérie Sportive	1890	1906	فرنسية	غير متاحة
2	L'avant-garde	1904	غير متاح	فرنسية	غير متاحة
3	Tous Les Sport	1907	غير متاح	فرنسية	غير متاحة
4	Bone Sports	1907	غير متاح	فرنسية	غير متاحة
5	Constantine Sports	1907	غير متاح	فرنسية	غير متاحة
6	Sport Actualité	سبتمبر 1966	جوان 1970	فرنسية	أسبوعية
7	El hodef	جانفي 1972	1993	فرنسية	أسبوعية
8	مجلة الوحدة الرياضي	مارس 1985	نهاية الثمانينيات	عربية	شهرية
9	Afrique Sport	نوفمبر 1985	غير متاح	فرنسية	شهرية
10	المنتخب ثم المنتخب الجديد	11 ديسمبر 1985	نهاية التسعينيات	عربية	أسبوعية
11	صدى الملاعب	1992	1998	عربية	أسبوعية
12	الجمهورية الرياضي	1993	1999	عربية	أسبوعية ثم يومية

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

13	الشباك	ماي 1993	جويلية 2017	عربية	أسبوعية ثم يومية
14	Compétition	أكتوبر 1993	/	فرنسية	أسبوعية ثم يومية
15	الكرة	1995	2009	عربية	أسبوعية
16	الهدّاف	01 نوفمبر 1998	/	عربية	أسبوعية ثم يومية
17	الراية الرياضية	1998	1999	عربية	أسبوعية
18	النادي الرياضي	1999	2000	عربية	أسبوعية
19	Derby	جوان 1999	/	فرنسية	أسبوعية ثم يومية
20	Le Buteur	أكتوبر 2001	/	فرنسية	أسبوعية ثم يومية
21	Maracana	2002	/	فرنسية + عربية	أسبوعية ثم يومية
22	Planète Sport	مارس 2006	/	فرنسية	يومية
23	أجواء الملاعب	أوت 2008	نوفمبر 2013	عربية	أسبوعية ثم يومية
24	الهدّاف الدولي	14 فيفري 2009	/	عربية	يومية
25	الفريق	2009	/	عربية	يومية
26	الخبر الرياضي	20 ماي 2010	/	عربية	يومية
27	Botola	2012	/	فرنسية	نصف شهرية
28	البلاغ الرياضي	2013	/	عربية	يومية
29	ستاد نيوز	2014	2017	عربية	يومية ثم أسبوعية
30	كلاسيكو سبور	جانفي 2015	/	عربية	يومية
31	Infosport	14 مارس 2015	/	فرنسية	يومية
32	Le Géant Sportif	28 مارس 2015	/	فرنسية	يومية
33	Bola سبور	مارس 2015	/	عربية	يومية
34	الموعد الرياضي	أكتوبر 2015	/	عربية + فرنسية	يومية
35	الكرة نيوز	مارس 2016	/	عربية	يومية
36	ماركا سبور	أفريل 2016	سبتمبر 2016	عربية	يومية
37	كل الرياضات	نوفمبر 2016	جوان 2017	عربية	أسبوعية
38	التحرير الرياضي	11 فيفري 2017	/	عربية	أسبوعية
39	طاغست	أوت 2017	/	عربية	أسبوعية
40	المخترف	جانفي 2019	/	عربية	يومية
41	الجزائر ماتش	جويلية 2019	/	عربية	يومية
42	عالم الأهداف	نوفمبر 2019	/	عربية	يومية
43	DZ ليكيب	ماي 2020	/	عربية	يومية

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

44	دزاير Sport	جويلية 2020	/	عربية	يومية
45	الرأي الرياضي	أوت 2020	/	عربية	يومية
46	أصدقاء الملاعب	أكتوبر 2020	/	عربية	يومية

جدول رقم (01): يوضح الصحف الرياضية الصادرة في الجزائر من سنة 1890 إلى غاية سنة 2020¹

2. الإعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر:

1.2 تأسيس القسم الرياضي للإذاعة الجزائرية:

إن تاريخ القسم الرياضي بالمؤسسة الوطنية للإذاعة يختلف باختلاف المراحل التي مرت بها منذ نشأتها، وكانت سنة 1963 البداية الأولى في نقل المباريات الخاصة بكرة القدم، و أول مباراة بثت على أمواج الإذاعة الجزائرية، كانت في نفس السنة بين المنتخب الجزائري ونظيره البرازيلي، وعلق عليها الصحفي مُجَّد صلاح، و يمكن اعتبار سنة 1963 تاريخ البداية الفعلية للإعلام الرياضي في الإذاعة، ومن أبرز الصحفيين آنذاك الذين كانت لهم دراية معتبرة في ميدان الرياضة : مُجَّد صلاح، بولخروف اعمر، عبد الرحمان قهواجي، عبد القيوم بوكعباش، زواوي عبد الرزاق.

وقد كانت لهذه المجموعة نشاطات إعلامية قليلة، تمثلت في نقل مقابلة في كرة القدم أيام الأحد، وكذا تقديم بعض الحصص، كحصة رياضة وموسيقى، التي كان يقدمها عبد الرحمان قهواجي، بالإضافة إلى برنامج الأسبوع الرياضي الذي كان يقدمه لخضر حمدة. أما حصة نتائج وانطباعات، فتوالى على تقديمها كل من مُجَّد صلاح، وعبد القيوم بوكعباش، وعبد الرحمان قهواجي، ومن بين الحصص الرياضية كذلك برنامج مرآة الرياضة، الذي كان يبث كل يوم أحد.

والشيء الملاحظ حول هذه الفترة، هو أن القسم الرياضي لم يكن يمثل قسما إعلاميا حقيقيا، لأنه لم يكن من الناحية القانونية قسما قائما بذاته، بل كان تابعا لقسم الأخبار، كما أنه لم يكن له مكتب، ولا حتى قاعة تحرير خاصة به، ومع بداية السبعينيات حاول القسم الرياضي إدخال

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

بعض التحسينات الطفيفة، حيث بدأ في سنة 1970 في إنتاج حصص جديدة، وانطلاقاً من سنة 1975 تحسن القسم الرياضي تدريجياً، كما تم تعيين صحفيين جدد ساهموا في تحسين محتوى البرامج الرياضية ورفع حجمها الذي وصل مثلاً في سنوات 76-77-78 إلى حوالي 637 ساعة ، أي ما يعادل نسبة 4,7% من البرنامج الإجمالي للإذاعة حيث بذلت مجهودات كبيرة لتغطية كل الرياضات الأخرى، ككرة اليد، كرة السلة كرة الطائرة، الملاكمة، وألعاب القوى، وبحلول سنة 1981 تحول القسم الرياضي إلى قسم خاص الأمر الذي سمح له بالبروز أكثر في الإذاعة من الناحية الإعلامية حيث بدأ واضحاً ازدياد حجم البرامج الرياضية، وشهدت فترة الثمانينات توظيف العديد من الصحفيين الدائمين بالقسم قصد تسهيل العمل الصحفي، كما استفاد القسم من التطور التقني الذي شهدته الإذاعة، و أصبح يعمل باستعمال أجهزة تقنية حديثة.¹

2.2 البرامج الرياضية في الإذاعة الوطنية:

أ. البرامج الرياضية في القناة الإذاعية الأولى:

🏆 **أستوديو الكرة:** هو برنامج أسبوعي يُبث كل يوم جمعة في الساعة العاشرة صباحاً يقدمه الصحفي "عيسى مدني" على مدار ساعة من البث المباشر، بحضور مختصين، لاعبين، مدربين، رؤساء فرق ومسيرين في مختلف الهيئات الرياضية، وهو يهتم بمختلف النشاطات الرياضية الوطنية أو الدولية المرتبطة برياضة كرة القدم بالاعتماد على الأسلوب التحليلي لمناقشة الأحداث مع التركيز على كل صغيرة وكبيرة حول القضية التي تصنع الحدث خلال الأسبوع.²

1- عمرون مفتاح، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية -دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر العاصمة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية-، غير منشورة، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008، ص94
2- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

✚ ملفات رياضية: برنامج أسبوعي يُبث كل يوم أربعاء من سا 18:15 إلى سا 19:00

من تقديم فريد بوعكدين، وهو يسلط الضوء على قضية رياضية بعيدا عن كرة القدم يحاول الغوص في المشاكل التي تعانيها الفرق الرياضية من خلال طرح انشغالاتها بحضور المعنيين وإعطائهم الفرصة للتعبير عن انشغالاتهم، كما أنه يشيد بالإنجازات والتتويجات التي تحصدتها الفرق.¹

✚ منبر الكرة: هو برنامج أسبوعي يُبث يومي الأحد والثلاثاء بداية من الساعة 18:15

يُعدّه ويُقدّمه الصحفي مصطفى بويفر الذي يتناول ويُناقش آخر مستجدات الكرة الجزائرية و الدولية رفقة محلي البرنامج وإعلاميين متخصصين.²

✚ الصباح الرياضي: هو موعد إخباري رياضي يومي (ماعدا يومي الخميس والجمعة)، يُبث

في الساعة 07:20 ويدوم خمس دقائق من البث المباشر ويهتم بجمع مختلف الأخبار الرياضية الوطنية و الدولية ويتداول عليه جميع صحفيي القسم الرياضي بالتناوب.³

✚ رياضة وموسيقى: هو برنامج أسبوعي يُبث في نهاية الأسبوع على المباشر ويدوم من ثلاثة

إلى أربعة ساعات، يقدمه صحفي واحد من الأستوديو بالإضافة إلى صحفيين ومراسلين آخرين يضمنون تغطية مباشرة لمختلف المنافسات والأنشطة الرياضية سواء في رياضة كرة القدم التي تحظى بالحصّة الأكبر من التغطية أو الرياضات الأخرى كالملاكمة، كرة الطائرة، كرة اليد، كرة السلة، و ذلك في إطار منافسات البطولة و الكأس.

1 - <https://www.radioalgerie.dz/chaine1/ar/%D9%85%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%AA-%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D9%8A%D8%A9> (تاريخ التصفح 2020/05/28 في الساعة 10:30)

2 - <https://www.radioalgerie.dz/chaine1/ar/%D9%85%D9%86%D8%A8%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B1%D8%A9> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 11:05)

3 - <https://www.radioalgerie.dz/chaine1/ar/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%A8%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D9%8A> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 11:24)

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

نتائج وانطباعات: هو برنامج رياضي أسبوعي يُبث كل يوم جمعة في الساعة السادسة والنصف مساءً يقدمه الصحفي عبد الغاني العايب بمساعدة أعضاء القسم الرياضي، وهو يهتم بجمع كل النتائج الخاصة بالبطولة الوطنية لكرة القدم بقسميها الأول و الثاني مع تسجيل انطباعات و تصريحات مختلف المختصين في مجال كرة القدم.

أين هم: هو برنامج دخل الشبكة البرمجية موسم 2007 / 2008 كان يُبث كل يوم اثنين، في الساعة الثامنة مساءً ويعاد يوم الأربعاء في الساعة الواحدة صباحاً، يقف عند الشخصيات التي تركت بصماتها على الساحة الكروية الجزائرية والرياضية بصفة عامة ويهتم بكل الرياضيين الذين صنعوا أجداد الرياضة في الجزائر، وكان يُعدّه و يقدمه الصحفي والمعلق في القسم الرياضي مُجد صلاح.¹

الأحد الرياضي: برنامج أسبوعي مباشر كان يُبث كل يوم أحد على المباشر على مدار نصف ساعة يقدمه الصحفي مصطفى بويفر ابتداءً من الساعة السابعة مساءً يهتم بالأخبار الوطنية والدولية والبطولات الأجنبية خلال الأسبوع وأخبار اللاعبين والمدربين الجزائريين في الخارج ويعتمد في تغطية الأحداث الدولية على مجموعة من المراسلين المنتشرين عبر مختلف العواصم العربية والغربية.

الأسبوع الرياضي: هو برنامج أسبوعي يُبث كل يوم خميس في الساعة 18:15 يدوم ساعة من البث المباشر، تقدمه الصحفية عائشة مُجدي، يتم فيه استعراض النشاطات الرياضية المبرمجة نهاية الأسبوع، وذلك بالتحليل و النقاش مع مجموعة من صحفيي القسم الرياضي، وإعداد ملف عن كل رياضة.

1- عمرون مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص.95، 97

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

✚ **أصداء رياضية:** هو برنامج أسبوعي كان يُبث كل يوم خميس من الساعة السابعة مساء

إلى الساعة والربع يتم فيه استعراض نتائج مباريات البطولات في كل الرياضات مباشرة بعد

انتهائها يقدمه الصحفي توفيق دربال على الهواء مباشر.¹

ب. البرامج الرياضية في القناة الإذاعية الثانية:

✚ **Addal di Tamiwin/Sport des régions:** حصة أسبوعية مخصصة للرياضة

الجوارية تُبث كل يوم أربعاء من الساعة 19:30 إلى الساعة 20:00 تقديم علي

أوباغة.²

✚ **Tasyunt n ddabax udar/Magazine du foot:** حصة رياضية أسبوعية

تهتم بكرة القدم الدولية تأتي كل يوم جمعة ابتداء من الساعة 10:00 من تقديم كمال

تمام.³

✚ **Addal di dunit / Mondial des sports:** حصة أسبوعية مخصصة لأخبار

الرياضة العالمية تُبث كل يوم اثنين من الساعة 19:30 إلى الساعة 20:00 من تقديم

عمار أوكسيلي.⁴

1- عبد المجيد خيناوش، مرجع سبق ذكره، ص.ص 201، 200

2- <https://www.radioalgerie.dz/chaine2/addal-di-tamiwinsport-des-r%C3%A9gions>

(تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 15:11)

3- <https://www.radioalgerie.dz/chaine2/tas%C9%A3unt-n-ddabax->

[u%E1%B8%8F%CC%A3a%E1%B9%9B-magazine-du-foot](https://www.radioalgerie.dz/chaine2/tas%C9%A3unt-n-ddabax-) في 2020/05/25 (تاريخ التصفح

الساعة 15:14)

4- <https://www.radioalgerie.dz/chaine2/addal-di-dunit-mondial-sport>

(تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 15:13)

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ج. البرامج الرياضية في القناة الإذاعية الثالثة:

✚ ويكاند سبورتييف **Weekend Sportif**: حصة أسبوعية تُبث كل يوم خميس من

الساعة 19:00 إلى الساعة 20:00 تقديم جمال بوكرشة، يتم خلالها تقديم الأحداث

الرياضية التي ستجري نهاية الأسبوع في جميع الرياضات دون استثناء.¹

✚ فووتبال ماغازين **Football Magazine**: حصة أسبوعية تأتي كل يوم جمعة من

الساعة 11:00 إلى الساعة 12:00 تقديم معمر جبور، يتم خلالها تقديم نتائج مختلف

البطولات والمنافسات الكروية والتعليق عليها بمشاركة ضيوف الحصة من مدربين، لاعبين

ومسيرين.²

✚ جورنال دي سبور **Journal des Sport**: برنامج رياضي يُبث مرتين في الأسبوع

الجمعة 19:15 - 20:00 والسبت بعد حصة Sport sur la3 من تقديم معمر

جبور أو جمال بوكرشة يتم خلاله العودة لنتائج المنافسات التي جرت نهاية الأسبوع والتعليق

عليها بمشاركة الضيوف.³

✚ Sports sur la 3: حصة رياضية أسبوعية مباشرة من تقديم معمر جبور يتم خلالها

نقل وقائع المنافسات الرياضية والكروية التي تجري نهاية كل أسبوع.

✚ **Matin Sport CHAINE 3**: من الأركان القارة في الشبكة البرمجية للقناة الإذاعية

الثالثة يأتي بعد النشرة الإخبارية الرئيسية.

1-<https://www.radioalgerie.dz/chaine3/weekend-sportif> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 14:38)

2-<https://www.radioalgerie.dz/chaine3/football-magazine> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 14:41)

3-<https://www.radioalgerie.dz/chaine3/journal-des-sports> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 14:44)

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

د. البرامج الرياضية في إذاعة الجزائر الدولية:

✚ **أولمبيا:** حصة رياضية أسبوعية تُبث كل يوم جمعة في الساعة 11:00 تتناول بالحوار والتحليل والنقاش كل الرياضات بحضور أخصائيين، تقنيين ومحللين، بهدف تعريف المستمعين بمختلف الاختصاصات، بالإضافة إلى مناقشة القضايا الرياضية الراهنة يُعدها ويُقدّمها رابع قاب.¹

✚ **هجوم معاكس:** حصة رياضية تأتي كل يوم سبت في الساعة 11:00 تهتم بكرة القدم المحلية والدولية بالتحليل والنقاش باستضافة مختصين في المجال الرياضي (مدربين ، إعلاميين..). في الاستوديو لعرض وجهات نظر مختلفة حول الموضوع المناقش.²

✚ **الأحد الرياضي Dimanche Sport:** برنامج رياضي أسبوعي يأتي كل يوم أحد من الساعة 11 إلى الساعة 12 يقدمه إسماعيل قورصو مع مجموعة من المحللين والمختصين والمدربين، وهو حصة حوارية تتناول بالنقاش والتحليل والتعليق جميع الأحداث الرياضية التي صنعت الحدث خلال الأسبوع.³

✚ **تريبون سبور Tribune Sport:** برنامج رياضي أسبوعي شامل يُبث كل يوم ثلاثاء من الساعة 18:45 إلى الساعة 19:00 تقديم وليد بوعويش يتناول أخبار جميع النشاطات الرياضية الوطنية والدولية وتقديم مسيرة أساطير الرياضة في الجزائر والعالم بحضور ضيف في كل حلقة.⁴

¹⁻ <https://www.radioalgerie.dz/rai/ar/%D8%A7%D9%88%D9%84%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%A7>

(تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 12:38)

²⁻ <https://www.radioalgerie.dz/rai/ar/%D9%87%D8%AC%D9%88%D9%85-%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%83%D8%B3>

(تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 12:43)

³⁻ <https://www.radioalgerie.dz/rai/fr/dimanche-sport> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 13:06)

⁴⁻ <https://www.radioalgerie.dz/rai/fr/tribune-sport> (تاريخ التصفح 2020/05/25 في الساعة 13:11)

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

✚ **الكرة الدولية:** برنامج رياضي أسبوعي يُبث كل اثنين مساءً من الساعة 18:10 إلى

الساعة 19:00 تقديم رضوان حدور سمير الهاشمي لعلام يهتم بأخبار كرة القدم الدولية

وبتحليلها رفقة الضيوف من مدربين، لاعبين وإعلاميين متخصصين.

✚ **الموعد الرياضي / Rai sport / info sport:** من الأركان اليومية التي تضمها

الشبكة البرمجية لإذاعة الجزائر الدولية وخلالها يتم تقديم كل ما يتعلق بأهم الأخبار

الرياضية وأبرز المواعيد لمختلف المنافسات والأنشطة الرياضية.

هـ. البرامج الرياضية في إذاعة البهجة:

✚ **بكل روح رياضية:** حصة رياضية أسبوعية تأتي كل يوم سبت من الساعة 20:00 إلى

الساعة 22.00 من تقديم الصحفي كمال مهدي تهتم بالشؤون الكروية والرياضية الآنية

بالتحليل والنقاش ويتم خلالها تقديم كل نتائج المباريات واستضافة وجوه كروية معروفة على

الساحة الوطنية و الدولية إضافة إلى أركان أخرى متنوعة.¹

و. البرامج الرياضية في إذاعة Jil FM:

✚ **ستوديو فوت:** حصة مخصصة 100% لكرة القدم تبث سهرة كل يوم أحد بداية من

الساعة 19:00 إلى الساعة 21:00 من تقديم علي مقراني وبلال برقية يتم خلالها العودة

لأخبار المنتخب الوطني والنادي الجزائرية بالإضافة إلى أخبار الكرة العالمية خاصة

البطولات الأوروبية ورابطة الأبطال.²

✚ **All Sport:** حصة أسبوعية تتناول أبرز الأحداث والنتائج الرياضية لمختلف

الاختصاصات الرياضية في الرياضات الجماعية، الرياضات الفردية، الرياضة النسوية،

1- المصدر: من إعداد الباحث

(تاريخ التصفح 2020/06/11 في الساعة 08:35) <https://www.radioalgerie.dz/jilfm/emission/studio-foot> - 2

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

رياضة ذوي الاحتياجات الخاصة والرياضة المدرسية، من تقديم محسن العاشوري بحضور

محللين ومختصين كل يوم ثلاثاء من الساعة 19:00 إلى الساعة 21:00¹.

3. الإعلام الرياضي التلفزيوني في الجزائر:

3. الإعلام الرياضي التلفزيوني في الجزائر:

1.3 البرامج والحصص الرياضية عبر التلفزيون الجزائري العمومي:

أ. تأسيس القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري:

من الأشياء التي قام بها الاستعمار الفرنسي خلال تواجده في الجزائر إنشاء محطة تلفزيونية بالجزائر العاصمة في 24 ديسمبر 1956 التابعة لفرنسا حتى تكون دعما لسياسته الاستعمارية، حيث كان التلفزيون الفرنسي بباريس يبث 11 ساعة من بين 31 ساعة المقدمة أسبوعيا على شاشات الجزائر، والتلفزيون الجزائري التابع لفرنسا في عهد الاحتلال اهتم بالرياضة قصد تلبية رغبات الأقلية الفرنسية حيث قامت إدارة التلفزيون بتخصيص صحافيين فرنسيين يقومون بنقل أخبار الأنشطة الرياضية على الشاشة، أما بالنسبة للأقلية الجزائرية العاملة في التلفزيون لم تتح لها الفرصة لتغطية نفس النشاطات الرياضية للجمهور الجزائري، لكن بعد أن اشتد ساعد الثورة الجزائرية، قامت إدارة محطة التلفزيون بتعديل كفة الميزان وإعطاء الفرصة للصحافيين الجزائريين، والذين كان لديهم دراية تامة بمبادئ الرياضة أوكلت لهم تغطية الأنشطة الرياضية بجانب الفرنسيين.

1- تاريخ التصفح 2020/06/11 في الساعة 08:40 (<https://www.radioalgerie.dz/jilfm/emission/all-sport>)

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

ويمكن اعتبار سنة 1957 الولادة الأولى للقسم الرياضي حيث عينت إدارة التلفزيون آنذاك السيد "سعيد علي بابا عمر" مسؤولاً عن الصحفيين الرياضيين العاملين بالقسم الرياضي أمثال المرحوم نصر الدين العاصمي، مُجَّد زيتوني ومُجَّد الجيلالي، أما فيما يخص الرياضات التي كانت تنقل على الشاشة فهي: كرة القدم، كرة السلة، السباحة، الملاكمة، ألعاب القوى، وكانت تقدم في حصة المجلة الرياضية أو في حصة مباشرة بعد نشرة الثامنة مساءً.

بعد الاستقلال واجه القسم الرياضي صعوبات تتعلق بالتنظيم وكذلك صعوبة وجود أشخاص قادرين على مواصلة المسيرة بعد مغادرة أغلبية الفرنسيين العاملين بالقسم الرياضي، وبما أن الظرف لم يكن مناسباً لإيجاد هؤلاء الأشخاص بقي نفس الصحفيين الرياضيين الجزائريين مثل "نصر الدين العاصمي" الذي عمل كرئيس تحرير الأخبار في الإذاعة والتلفزيون ومُجَّد زيتوني "ثم" بن يوسف وعدية" الذي كان يعمل في القسم الرياضي بالإذاعة و"عبد الله بن يخلف" مسؤول القسم الرياضي، ثم خلفه سنة 1966 "عبد القادر حماني" كمسؤول للقسم الرياضي في الإذاعة والتلفزيون ثم انتقل "بن يوسف وعدية" مع عبد القادر حماني إلى التلفزيون في فترة الستينيات.

وكان الصحفيون العاملون في القسم الرياضي يعيشون عدة مشاكل كقلة الصحفيين، نقص في الأجهزة لتغطية النشاطات الرياضية المختلفة وعدم توفر مكتب خاص بالعمل الصحفي، لهذا تم تدعيم القسم بأسماء جديدة أمثال: عبد الرزاق زاواي الذي كان موظفاً في وزارة الشباب والرياضة فعمل كصحفي في التعليق الرياضي، مصطفى هييمور وهو موظف في التلفزيون وبطل سابق في الملاكمة وكذا

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

شريف زروالة الموظف في الإذاعة والتلفزيون، في هذه الفترة كانت البرامج الرياضية بالفرنسية وهذا لعدم وجود كفاءات في اللغة العربية وفي بداية السبعينيات لجأت السلطة إلى تعريب البرامج فبدأ الصحفيون يعربون أنفسهم بأنفسهم، كما انضم إلى القسم الرياضي عدد آخر من الصحفيين وهذا للنقص في هذه الفترة حيث شهدت سنة 1974 انضمام لحبيب بن علي ثم بشيري محرز سنة 1976 وبعده إدريس دقيق سنة 1979.

أما عن حالة القسم الرياضي من الناحية الإدارية، فكان قبل قرار إعادة الهيكلة عبارة عن دائرة للرياضة تابعة مباشرة لمديرية الأخبار، لكن بعد قرار إعادة الهيكلة في 1 جانفي 1987 أصبح القسم الرياضي قائما بذاته له رئيس تحرير تمثل آنذاك في شخص "بن يوسف وعديّة".¹

ب. البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري:

عرف القسم الرياضي بالتلفزة الجزائرية بروز عدة حصص وبرامج رياضية منها ما بقي مجرد مشروع كحصة "هدف وأهداف ومنها ما ظهر وأختفى كحصة "المجلة الرياضية" وهناك بعض الحصص استطاعت أن تستمر في النشاط لفترة طويلة كحصة "الأسبوع الرياضي" وحصة "أرقام وتعاليق رياضية" وحصة "مباشرة من الملاعب" وحصة "ملاعب العالم".... الخ.²

1- عبد القادر قطشة ، إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية (الألعاب الرياضية العربية العاشرة نموذجاً) -دراسة وصفية تحليلية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص.ص 81-83

2- قويدر فيجل، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في التقليل من العنف في الميادين الرياضية من خلال برامج التلفزيون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013، ص59

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

والقسم الرياضي للتلفزيون الجزائري مرتبط حاليا بعقد شراكة مع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم (الفاف) والرابطة المحترفة يمنح له الحق الحصري في بث وتسويق المنافسات الكروية التي تمتلك الفاف حقوقها التلفزيونية بما في ذلك البطولة الوطنية لكرة القدم وكأس الجمهورية.

ومن أشهر المعلقين والصحفيين الذين تداولوا على تقديم البرامج والحصص الرياضية عبر مختلف الفترات نذكر: الحبيب بن علي، ليلي سماتي، بن يوسف وعدية، شنيوي عبد القادر، مُجَّد توزالين، مُجَّد جمال، مراد بوطاجين، لخضر بريش، ياسين بورويطة، حفيظ دراجي، بشيري محرز، دريس دقيق، مخلوف بوخزر، يزيد موقاي، مُجَّد مرزوقي، معمر جبور، رضوان بن دالي، إسماعيل بن قايدية، حكيم كشروود، مختار حماني، حسان جابر، مسعود ديشيشة، دحمان عسول، يوسف رزيق، هشام سعدودي، سامي نور الدين، ليلي بن فرحات، بلال بناري، دنيا حجاب، وسيلة بعطيش، كريم آيت عثمان وغيرهم.

وفيما يلي أهم البرامج الرياضية للقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري:

📌 **الجملة الرياضية:** هي حصة أسبوعية كانت تبث عادة يوم الاثنين بعد نشرة الأخبار، تهتم بالأنشطة الرياضية المختلفة حيث تركز اهتمامها على الرياضات غير المعروفة والنشاطات الرياضية عبر الولايات أو البلديات وكذا النشاطات الرياضية المدرسية.

📌 **الأسبوع الرياضي:** هي حصة أسبوعية كانت تبث يوم الجمعة ما بين الساعة 14:00 والساعة 17:00 وقد يتغير هذا التوقيت تبعا لل فقرات المبرجة، وهي تتكون من فقرات تتوقف على النشاطات التي يقوم بتحضيرها الصحفيون مدة أسبوع كامل، ومنذ ظهور

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

الحصّة ونشاط كرة القدم يأخذ القسط الأكبر من وقتها حيث يركز على النقل المباشر لإحدى المقابلات.

✚ **أرقام وتعاليق رياضية:** كانت هذه الحصّة من اقتراح بن يوسف وعديّة سنة 1984 وتم بث أول عدد منها في 3 مارس 1984، في البداية كانت مجرد فقرة من فقرات الجريدة المصوّرة، إذ تقوم باستعراض النتائج بالأرقام في مدة زمنية لا تتعدى الخمس دقائق، لكنها عرفت تغييرات جذرية بعد تحويل القسم الرياضي وفصله عن مديرية الأخبار، حيث أصبحت لا تقتصر على استعراض النتائج بالأرقام بل تقوم بتقديم بعض النشاطات لمختلف الأنشطة الرياضية، كما تمّ تمديد وقت بثها الذي بلغ ساعة كاملة، وتركز الحصّة على نشاطات كرة القدم ما عدا في بعض المناسبات التي تُعطى فيها الأولوية للرياضات الأخرى وفقاً لأحداث الساعة.

✚ **من الملاعب:** هي حصّة رياضية أسبوعية تبث نهاية الأسبوع على القناة الأرضية والقناة الثالثة من الساعة 14:00 إلى الساعة 17:00 طيلة الموسم الرياضي الذي يمتد من شهر أوت إلى غاية شهر جوان ، وهي عبارة عن نقل مباشر لحدث رياضي غالباً ما يكون في كرة القدم سواء لقاءات البطولة الوطنية أو منافسة كأس الجمهورية، سابقاً كانت تسمى "مباشرة من الملاعب" التي كانت تُبث عادة يوم الخميس في الساعة الثانية والنصف زوالاً على مدار ساعتين، وكان يُميّزها كذلك الاهتمام الكبير بنشاط كرة القدم حيث يتم خلالها النقل المباشر لإحدى مباريات البطولة الوطنية بالإضافة إلى تقديم بعض التحقيقات القصيرة ما بين الشوطين، وفي الأخير يتم عرض النتائج الكاملة لمختلف المقابلات التي جرت.

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

✚ كل الرياضات: هي حصة رياضية أسبوعية دخلت الشبكة البرمجية للتلفزيون الجزائري خلال الموسم الرياضي 2006/2005، بُثت في نهاية كل أسبوع من تقديم بشيري محرز وهي تهتم بجميع النشاطات الرياضية الفردية والجماعية المختلفة ما عدا كرة القدم التي حُصّصت لها حصة "في المرمى".

✚ ملاعب العالم: هي حصة أسبوعية كانت تبث مساء يوم الاثنين من تقديم حفيظ دراجي الذي قدّم فكرة الحصة نهاية سنة 1988 بمشروع تحت عنوان "العالم الرياضي" حيث قدمها إلى مديرية الأخبار، فقبولت بالرفض، لكن بعد التغيير الذي طرأ في مديرية الأخبار سنة 1990 أعاد حفيظ دراجي تقديم المشروع فوافقت عليها المديرية ولكن تغير عنوان الحصة وأصبح "ملاعب العالم" عوض "العالم الرياضي"، لكن بن يوسف وعدية يعارض هذا الكلام ويقول أن حصة "ملاعب العالم" هي حصة للقسم الرياضي وليست فكرة لأحد، فالحصة يقول بن يوسف وعدية - هي من إعداد القسم الرياضي بُثت يوم 17/09 / 1990 واستغرقت 52 دقيقة، وقدمها الصحفي "حبيب بن علي" تطرق فيها لمختلف النشاطات الرياضية الدولية منها: البطولات الأوروبية لكرة القدم، ألعاب القوى، بطولة العالم للدراجات النارية ومختلف الرياضات لكن "ملاعب العالم" يطغى عليها نشاط كرة القدم منذ أن تولى حفيظ دراجي تنشيطها.

✚ السهرة الأوروبية: حصة كان يقدمها حفيظ دراجي وهي عبارة عن تعاليق وتحليل حول المقابلات الأوروبية وترجم مقابلة أو مقابلتين أوروبيتين للنقل المباشر.

✚ في المرمى: هي حصة أسبوعية كل مضمونها يدور حول رياضة كرة القدم من خلال تقديم مخلفات لقاءات بطولة الرابطة المحترفة.

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

✚ الشوط الثالث: حصة تبث على القناة الأرضية والقناة الثالثة من تقديم مُجدّ شماني ويوسف

رزيق وتنشيط مجموعة من المحللين والحكام في مجال كرة القدم.

✚ كلام في الرياضة: حصة أسبوعية من تقديم مُجدّ جمال تُبث كل يوم جمعة عبر القناة

الجزائرية الثالثة تهتم بالأخبار الرياضية عامة من خلال استعراض مشاركات الرياضيين

والنوادي والمنتخبات الجزائرية في المنافسات الخارجية إلى جانب أهم مخلفات الرابطة المحترفة

وأهم الأحداث الرياضية.

✚ ساعة رياضة: حصة أسبوعية من تقديم حسان جابر تهتم بالأخبار والأحداث الرياضية.

✚ أستوديو لايف: حصة كان يقدمها مُجدّ توزالين ويتم خلالها نقل مباريات المنتخب الوطني

ومباريات البطولة الخاصة بالقسم الوطني الأول أو مباريات كأس الجمهورية.

✚ رياضة week end: حصة من تقديم توفيق دربال ترصد أهم الأحداث الرياضية

الوطنية والدولية ونشاطات المنتخبات والفرق الوطنية في كل الرياضات.

✚ برنامج مراسلون رياضيون إسماعيل ميلودي (2019): حصة أسبوعية دخلت الشبكة

البرامجية سنة 2019 يسلط خلالها إسماعيل ميلودي الضوء ويضع تحت المجهر كل ما

يخص المشهد الرياضي في الجزائر في مختلف الرياضات عن طريق تقديم التحقيقات

والبورترهات والروبورتاجات التي يُعدّها مراسلو التلفزيون عبر كافة ولايات الوطن.

✚ أستوديو المحترفين: هي حصة أسبوعية تُبث كل يوم سبت بداية من الساعة 21.00 عبر

القناة الأرضية والجزائرية الثالثة تهتم بمباريات الرابطة المحترفة الأولى والثانية وكأس الجمهورية

من خلال تقديم النتائج والأهداف والتعليق عليها بحضور فنيين ومختصين

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

✚ **دوري المحترفين:** حصة أسبوعية تبث عبر القناة الثالثة A3 تقديم يوسف رزيق وكريم آيت

عثمان تهتم بالحديث عن مستجدات البطولة الوطنية المحترفة الأولى والثانية لكرة القدم من

خلال بث ملخصات لكل المباريات بالإضافة للتطرق لأخبار المنتخب الوطني الجزائري.

✚ **برنامج ميركاتو:** هو برنامج يُقدّمه هشام سعدودي خلال كل فترة من فترات التحويلات

الصيفية التي تسبق انطلاق الموسم الكروي ويهتم بمتابعة أخبار استقدامات اللاعبين في

النوادي الناشطة في الرابطة المحترفة الأولى الجزائرية.

✚ **مباريات الأسبوع:** هي حصة كان يقدمها مجيد بوطمين كل يوم خميس يُعطي فيها أجندة

نهاية الأسبوع وتحولت فيما بعد إلى حصة الملاعب التي كان يقدمها مراد بوطاجين.

✚ **ماستر سبورت:** عبارة عن مجلة رياضية نصف شهرية من تقديم هشام سعدودي تتطرق

للكتير من المواضيع الرياضية في مختلف الاختصاصات وتقدم روبرتاجات وبورتريجات

لحياة الرياضيين.

✚ **المذكّرة الرياضية:** هو ركن من أركان حصة صباح الخير من تقديم إسماعيل ميلودي يرصد

خلاله أهم الأحداث الرياضية الوطنية و العالمية.

✚ **تاريخ وأمجاد:** حصة اطلقها القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري خلال فترة الحجر الصحي

للقاية من انتشار فيروس "كوفيد-19" خلال سنة 2020، وهي مخصصة لإعادة بث

أهم المواعيد الرياضية سواء تلك المتعلقة برياضة كرة القدم، في صورة لقاءات المنتخب

الوطني أو مشاركات النوادي الجزائرية في المنافسات القارية والدولية، أو المتعلقة بالرياضات

الأخرى كرة اليد، كرة السلة، ألعاب القوى، الملاكمة وغيرها.

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

أما أهم البرامج الرياضية في القناة الثانية للتلفزيون الجزائري (Canal Algérie) الناطقة

باللغة الفرنسية فهي: 'Sport week end'، '52chrono'، 'Matche à l'affiche'،

Canal Foot، 'Télé Sport

2.3 البرامج والحصص الرياضية عبر القنوات الجزائرية الخاصة:

شهدت الساحة الإعلامية الجزائرية منذ سنة 2012 نشأة العديد من القنوات التلفزيونية

الخاصة التي خصصت حيزا هاما في شبكتها البرمجية لكل ما يتعلق بالرياضة، وفيما يلي أهم البرامج

والحصص الرياضية التي بثتها وتبثها القنوات الخاصة:

اسم البرنامج / الحصة	القناة	المقدم
Planète Foot		رضوان بن دالي
أستوديو FOOT		حمو بلحمر - أسماء حليمي - سمير قانة - خالد توهامي
ساعة سبووور		خالد توهامي - محمد سليمان
منبر الجماهير		خالد توهامي
البطولة		خالد توهامي
هجوم معاكس		
معرض الصحافة الرياضية	القسم الرياضي	
داخل ال18	ياسين العسلوني	
ستاد النهار	حكيم بلقيروس	
كوكتال سبور	إسلام بوقريعة - خولة منصور	
45 دقيقة	معمر جبور	

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

معمر جبور		26 دقيقة رياضة	
حكيم بلقيروس		الحدث الرياضي	
عمر عتاب		صدى الكان	
كمال مهوي- حكيم بلقيروس- ياسين العسلوني		ستاد الكان	
مريم رايسي كمال مهدي وليد مرجاوي	البلاد TV	أحكي بالون	
وليد مرجاوي		FOOT+	
مراد بوطاجين		بعد 90	
مُجد يزيد جمعة- كمال قاسي السعيد- ليندة شباح- رضوان بوحنيكة	الجزائرية	الجزائرية Foot	
أسماء حللمي		غير Footha	
القسم الرياضي		المونديال فالدار	
مُجد يزيد جمعة		Talk Foot	
حمزة بوداح- زكرياء مستوي	Beur TV 	معرض الصحافة الرياضية	
عصام عيسي- سمير لعلام		الحدث الرياضي	
نزيم قاضي- رمزي طهراوي		الفنون القتالية	
هيبه حمواني- نزيم قاضي		كواليس الأندية	
وسام طيباوي		مسيرة الأبطال	
يوسف شرماط- عبد الخالق مهاجي		كل الرياضات	
وليد رايسي- عبد النور حواز- حسين سعدي		الأجواء TV	أجواء الملاعب
وليد رايسي			أجواء الأندية

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

عبد النور حواز		هواة
وليد رايسي		100% فوت
وليد رايسي		النجم الصاعد
حسين سعدي		كل الرياضات
مُجَّد بوخميمة - كريم قندولي - سمير بادي	<p>نوميديا TV</p> 	الهدرة فوت
مُجَّد بوخميمة		أستوديو الرياضة
مُجَّد بوخميمة - رفيق وحيد		ضربة فالبالون
مُجَّد بوخميمة		أستوديو الخضر
شاهر عبيدي		أسبوع البالون
سمير بادي		أخبار الكان
مُجَّد بوخميمة		CAN Club
زكرياء بن هباج - سمير بادي		الرابطة المحترفة
لطفي قشنيطي		زوم على اليورو
سمير بوخليفة		<p>الأطلس TV</p> 
وسيم عباس	لقاء الجماهير	
القسم الرياضي	100% Sport	
زهير عاشور - لطفي قشنيطي	<p>الوطن الجزائرية</p> 	منبر المحترفين
زكرياء بن هباج - عبد الحليم علام		معاك يا الخضراء
وسيم عباس		لقاء الجماهير
القسم الرياضي		برفقة فريق

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

كمال مهدي- سفيان داني	قناة الخبر 	الزاوية 90
مراد بوطاجين		مقهى الرياضة
عماد الدين بوجناح- سمير بوخليفة		العالم كرة
ليندة شباح		الملف الرياضي
القسم الرياضي	الحياة TV 	فوتبول
نصر الدين بغداددي		Top Sport
نزيم قاضي		في حضرة إفريقيا
عبد القادر بن عايدة	الباهية TV 	ستوديو باهية Foot
نور الدين زقاي		الحصاد الرياضي
معمار الحبيب		ضربة حرة
صالح بريزة	L'index TV 	طابوهات الساحرة
القسم الرياضي		sport l'index tv
جمال يسري	الهقار TV 	نبض الرياضة
ديهية درياس		الهقار الرياضي
إنتصار قلبي		صوت الرياضة
سعيد لاسات		%100Hand

جدول رقم (02): الحصص والبرامج الرياضية في القنوات الجزائرية الخاصة¹

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

3.3 القنوات الرياضية المتخصصة في الجزائر:

بعد فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر سنة 2012، كانت هناك بعض المساعي لإطلاق قنوات رياضية جزائرية، لكن تجربة هذه القنوات لم تدم أكثر من بضعة أشهر لتبقى "الهدف TV" الوحيدة التي تمكنت من الصمود، وفيما يلي القنوات الرياضية الجزائرية:



أ. قناة وفاق سطيف (ESS tv):

تعتبر أول قناة رياضية متخصصة في الجزائر وهي تابعة لنادي وفاق سطيف الذي يعتبر أول وآخر فريق رياضي جزائري يقوم بهذه المبادرة، وانطلق البث التجريبي للقناة في الفاتح من شهر أوت عام 2013 في شكل برامج وحصص رياضية تركز أساسا على نشاطات وفاق سطيف مع تغطية كل الأخبار والأنشطة الرياضية على الساحة الوطنية والدولية، لكن القناة سرعان ما توقفت عن البث بعد أقل من ثلاثة أشهر عن انطلاقها وذلك بسبب خلافات مالية بين إدارة وفاق سطيف وشريكها في القناة "ساحلي سمير".



ب. قناة كواليس (Kawaliss TV):

هي ثاني قناة رياضية متخصصة في الجزائر بعد قناة وفاق سطيف (ESStv) انطلقت في البث في أواخر سنة 2013، تعود ملكيتها للإعلامي الرياضي الجزائري مراد بوطاجين.



قناة "ستاد نيوز TV":

"ستاد نيوز TV" هي قناة رياضية جزائرية ظهرت على قمر النايل سات في شهر مارس عام 2014 وهي تابعة لجريدة ستاد نيوز الرياضية التي يشرف عليها الإعلامي والمدرب والوزير الأسبق عزالدين آيت جودي، ومن أهم البرامج والحصص التي كانت تقدمها: يوزع، حوصلة

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

المونديال، أصداء المونديال، لكن مصيرها لم يختلف عن مصير بقية القنوات الرياضية التي سبقتها حيث سرعان ما توقفت عن البث بعد أشهر قليلة فقط من إطلاقها.

قناة "الهداف TV":



هي قناة فضائية رياضية جزائرية خاصة متخصصة في الرياضة انطلق بثها على مدار القمر المصري "نابل سات" في جوان 2014 وهي القناة الوحيدة في مجالها في الوقت الحالي وتسعى إلى نقل وإيصال المعلومات وآخر الأخبار المتعلقة بمختلف النشاطات الرياضية خاصة كرة القدم للمشاهدين داخل التراب الوطني أو خارجه، وتبث قناة الهداف الرياضية مجموعة من الحصص والبرامج الرياضية بحضور نجوم الكرة الجزائرية والمحليلين لمناقشة وتحليل نتائج مباريات البطولات الجزائرية في مختلف الأقسام أو نتائج مشاركة الأندية الجزائرية في المحافل الكروية الإقليمية والدولية، بالإضافة إلى كل ما يتعلق بأخبار لاعبي المنتخب الوطني مع النوادي التي ينشطون فيها، ومن أهم هذه البرامج والحصص نذكر:

اسم البرنامج/الحصّة	المقدم
100% فووت	رضوان بوحنيكة، علي بن شيخ، قاسي السعيد، مصطفى كويسي، حسين عشيو
في قلب الكان	مُجّد شيخي
بالمكشوف	رضوان بوحنيكة، علي بن شيخ، رضا عباس، سمير لعماري، رشيد عباد، مقران حرحاد
وجوه الخير	شبكة المراسلين والصحفيين
كواليس الكان	مُجّد ملين بن شبير
الفريق الدولي	مُجّد شيخي، علي بن شيخ، مُجّد بلكبير، رابح ماجر، عادل حداد، مومن آيت قاسي، حمزة رحموني، مُجّد ملين بن شبير، سيف نوادرية، سعيد فلاك، مُجّد بوروي

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

صالح بوتعريشت	في المونديال
ابراهيم حنيفي	ميدان الكالتشيو
ابراهيم حنيفي	رسالة من روما
ابراهيم حنيفي، نسيم جندر	لقاءات النجوم
يسري عبديش، حمزة بركاوي، رضوان عنان	أخبار الرياضة
حمزة بركاوي	Top الهذاف
رضوان عنان	يوم مع لاعب
شبكة المراسلين والصحفيين	كي كنت وكي وليت
حمزة بركاوي	مواهب DZ
مُحَمَّد بوروي	قعدة النجوم

جدول رقم (03): يمثل أهم البرامج والحصص الرياضية في قناة "الهداف TV"

4. الإعلام الرياضي الإلكتروني في الجزائر:

يعود ظهور الإعلام الإلكتروني في الجزائر إلى أواخر سنوات التسعينيات حيث ظهرت سنة 1996 جريدة إلكترونية اسمها **ALGERIA-INTERFACE** وتعتبر أول جريدة إلكترونية جزائرية كانت تصدر باللغة الفرنسية والإنجليزية¹، أما علاقة الصحافة المكتوبة مع الأنترنت فتعود لسنة 1997 حيث تعتبر يومية الوطن أولى اليوميات الجزائرية التي وضعت على الخط ثم تلتها باقي الجرائد على غرار: اليوم، Liberté، El Acil، Le Soir، Le Matin، D'Algérie، الخبر، الشعب، المجاهد وفي مدة قياسية دخلت معظم

1- يمينة بلعاليبا، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر 2005-2006، ص

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

الصحف الجزائرية على الخط ما عدا عدد قليل منها¹، ولم يختلف الوضع بالنسبة للصحف الرياضية المكتوبة التي عمدت أغلبها إلى تدعيم النسخة الورقية بنسخة إلكترونية من أجل استهداف جمهور أوسع كما ظهرت صحافة رياضية إلكترونية بحتة لا تملك نسخا ورقية، بالإضافة إلى شروع مختلف الهيئات الرياضية في إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها، وفيما يلي يضم أهم المواقع الإلكترونية الرياضية في الجزائر:

أ. مواقع الهيئات الرياضية الجزائرية الرسمية:

اسم الهيئة	الموقع الإلكتروني
وزارة الشباب والرياضة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة الشباب والرياضة	https://www.mjs.gov.dz/index.php/ar/
اللجنة الأولمبية والرياضية الجزائرية	https://www.olympic.org/algeria
الاتحادية الجزائرية لكرة القدم	http://www.faf.dz
رابطة كرة القدم المحترفة	https://lfp.dz/
الاتحادية الجزائرية للملاحة الشراعية	http://www.favoile.dz/
الاتحادية الجزائرية للسباحة	http://www.fanation.dz/

1- منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري -قسنطينة، الجزائر، 2007-2008، ص167

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

<p>http://www.fasm-dz.org/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرياضات الميكانيكية</p> 
<p>http://www.fat.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للتنس</p> 
<p>https://fahb-dz.net/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لكرة اليد</p> 
<p>http://www.fajudo.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للجيدو</p> 
<p>http://www.fatt.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لتنس الطاولة</p> 
<p>http://www.fafkmda.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للكيك بوكسينغ والفول كونتاكت</p> 
<p>http://www.afvb.org/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لكرة الطائرة</p> 
<p>http://www.faa.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لألعاب القوى</p> 
<p>http://www.fabbalgérie.org/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لكرة السلة</p> 
<p>http://www.fasb.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرياضات الكروية</p> 
<p>http://www.atf-dz.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للطايكوندو</p> 

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

<p>http://www.fasu.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرياضة الجامعية</p> 
<p>http://www.fass-dz.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرياضة المدرسية</p> 
<p>http://www.fahandisport.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لرياضة المعاقين</p> 
<p>http://fea-dz.org/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للفروسية</p> 
<p>http://www.fasac.org.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لجمعيات التجديف و الكانوي كاياك</p> 
<p>http://www.fats.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرمية الرياضية</p> 
<p>http://www.alglutte.org/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للمصارعة المشتركة</p> 
<p>http://www.fagym.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للجيمباز</p> 
<p>http://www.fade-dz.net/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للشطرنج</p> 
<p>http://www.fnsa.e-monsite.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للصم والبكم</p> 
<p>http://www.fast.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرياضة والعمل</p> 

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

<p>http://www.fabadminton.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للريشة الطائرة</p> 
<p>http://www.fah.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لرفع الأثقال</p> 
<p>http://www.fnst.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للرياضة للجميع</p> 
<p>https://www.fajst-dz.net/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للألعاب والرياضات التقليدية</p> 
<p>http://www.fae.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للمبارزة</p> 
<p>http://www.fassmdz.blog4ever.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للتزحلق والرياضات الجبلية</p> 
<p>http://faamdz.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للفنون القتالية</p> 
<p>https://favv.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للفوفينام فيات فوداو</p> 
<p>http://www.facyclisme.dz/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية لرياضة الدراجات</p> 
<p>http://www.fa-golf.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للغولف</p> 
<p>https://dzwushu.yoo7.com/</p>	<p>الاتحادية الجزائرية للكونغفو ووشو</p>

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

http://www.fa-vovietnam.dz/	الاتحادية الجزائرية للوفيتنام

جدول رقم (04) يمثل مواقع الهيئات الرسمية الرياضية الجزائرية¹

ب. مواقع الصحف الرياضية الجزائرية:

سنة التأسيس	الموقع	اسم الصحيفة
2000	https://www.elheddaf.com/	الهداف
2003	https://www.lebuteur.com/	Le buteur
غير متاح	https://www.elheddaf.com/	الهداف الدولي
غير متاح	https://www.competition.dz/	Compétition
غير متاح	https://www.planetesport.dz/	Planète sport
2014	http://www.stadeneews.com/ar/	ستاد نيوز
2018	https://elmouhtarif.com/	المحترف
غير متاح	https://infosport.6te.net/	Info sport

¹ - المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

		
2019	https://www.elkora-news.com/	الكرة نيوز 
2005	http://www.maracanafot.com/	Maracana foot 
غير متاح	http://www.derbypresse.dz/	Derby 
2019	https://alemelahdaf.com/	عالم الأهداف 
2019	https://www.algeriematch.com/	الجزائر ماتش 
2020	https://www.lequipealgerie.com/	DZ ليكيب 

جدول رقم (05) يمثل مواقع الصحف الرياضية الجزائرية¹

ج. الصحف الجزائرية الرياضية الإلكترونية البحتة:

الموقع	سنة التأسيس	اسم الصحيفة
https://fr.calameo.com/read/00631558765fe1354c496	2020	الرياضي Net 
/https://90dakika.dz	2020	90 دقيقة 

جدول رقم (06) يمثل مواقع الصحف الجزائرية الرياضية الإلكترونية البحتة¹

1- المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

د. المواقع الرياضية المتخصصة:

اسم الموقع	سنة التأسيس	الرابط
Dz foot 	2000	http://www.dzfoot.com/
Algérie football 	2006	https://algerie.football/
الشباك 	2007	https://sport.ennaharonline.com/
Alger foot Le Site du Foot Algerien 	2008	http://www.algerfoot.com/
الميدان 	2009	http://elmaidane.com
الخضرة 	2009	elkhadra.com
Basket Algérie 	2009	http://www.basketalgerie.com/
La gazette du fennec 	2011	http://lagazettedufennec.com
سبورت ألبيريا 	2013	https://sportsalgerie.blogspot.com/
Tennis-Algérie	2013	http://tennis-algerie.net/

¹ - المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

		
https://www.echoroukonline.com/sport/	2013	الشروق الرياضي 
http://gooooal.com/	2014	Gooooal 
http://www.kooradz.com/	2014	Koora dz 
www.elmoudarrib.com	2015	El moudarrib 
https://www.sport-dz.com/	2016	Sport-dz 
http://algeriateam.com/	2016	Algeria team 
http://sport.tsa-algerie.com/	2016	TSA Sport 
https://www.sportsnewsdz.com/	2018	Sports News DZ 
http://www.elmoustadira.com/	2019	El Moustadira 
www.3m-news.com/	2019	3M News 



جدول رقم (07) يمثل المواقع الرياضية الجزائرية المتخصصة¹

¹ - المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية

هـ. مواقع النوادي الرياضية:

على الرغم من وجود العديد من النوادي الجزائرية الناشطة في مختلف الرياضات ومنها عشرات النوادي المحترفة في رياضة كرة القدم، إلا أننا لم نعثر على أي مواقع رياضية تخص هذه الأخيرة التي يمتلك الكثير منها صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة "فايسبوك" غير أن أغلبها غير رسمية باستثناء صفحات نوادي وفاق سطيف، شبيبة القبائل واتحاد العاصمة التي حصلت على التوثيق وتملك الشارة الزرقاء، والجدول الموالي يوضح ذلك:

https://www.facebook.com/officielESSETIF/	<p>الوفاق الرياضي</p>  <p>السطايفي</p>
https://www.facebook.com/jsk.club.dz/	<p>شبيبة القبائل</p>  <p>1946 JSK</p>
https://www.facebook.com/USMAofficielle/	<p>اتحاد العاصمة</p>  <p>1962</p>

جدول رقم (08) يمثل الصفحات الرسمية للنوادي الرياضية الجزائرية¹

¹ - المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الثالث :

الفائم بالاتصال في الإعلام الرياضي

المبحث الأول: عموميات حول القائم بالاتصال

1. مفهوم القائم بالاتصال:

تعددت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعُرف بأنه "يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء"، في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه: "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها."¹

ويذكر أحمد موسى أن القائم بالاتصال هو: "المرسل أو الطرف الذي لديه رسالة قد تتضمن بيانات أو مهارات أو مبادئ أو اتجاهات، يقوم بإبلاغها إلى من هم في حاجة إليها، وتسهم في موقف معين، والقائم بالاتصال قد يكون فرداً أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة."²

أما المعجم الإعلامي فيعرف القائم بالاتصال بأنه: "الطرف الذي يتولى بث المعلومات، وقد يكون فرداً أو مجموعة أو منظمة، وهو يتعامل مع الأفكار والمشاعر ويقوم بمهمة جوهرية هي تحويل الأفكار والمشاعر إلى رموز لغوية تمهيدا لنقلها إلى الآخرين."³

ويرى بعض الباحثين أن مفهوم القائم بالاتصال سادته قدر من الخلط وعدم الوضوح أدى إلى غموضه لفترة طويلة، فمع بداية الاهتمام بهذا النوع من الدراسات كان يُنظر للقائم بالاتصال في إطار نظرية حارس البوابة الذي يتحكم في نوعية وكم ما يسمح بوضوله إلى الجمهور، وهذه النظرية حصرت دور

1- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص39

2- أحمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، 2009، ص75

3- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص299

القائم بالاتصال في إطار عملية الرقابة على الرسالة الإعلامية، واستبعدت أدواراً أخرى لا تقل أهمية في إنتاج وصنع المادة الاتصالية.¹

ويمكن عبر تتبع مفاهيم القائم بالاتصال على مدى تطورها سواء على المستوى اللغوي أو الاتصالي استقراء الأبعاد الوظيفية والبنائية المفترض وجودها في القائم بالاتصال من خلال ما أشارت إليه الموسوعة البريطانية وهو أن القائم بالاتصال ينهض بأمرين:

- التشارك ويشمل صياغة المعرفة أو المعلومة ثم نقلها بطريقة مفهومة ومنضبطة؛
- التوصيل ويشمل توصيل طرفين يحملان المعرفة أو المعلومة.

أما التعريفات الحديثة للقائم بالاتصال فتشير إلى أنه الشخص الذي يمتلك القدرة على الاتصال مع الآخرين بغض النظر عن السياق الذي يتم فيه الاتصال سواء كان شخصياً أو جماهيرياً، فكل من يمتلك هذه القدرة يصير قائماً بالاتصال.²

فالقائم بالاتصال هو أحد العناصر الفاعلة المؤثرة في بناء أجندة وسائل الإعلام، ودوره متداخل مع بقية الأطراف، ومن التعريفات السابقة يتضح لنا ما يلي:

- القائم بالاتصال يعمل في إطار فريق عمل ذو علاقة بالمؤسسة التي ينتمي إليها؛
- القائم بالاتصال مسؤول عن إنتاج الرسالة الإعلامية؛
- القائم بالاتصال يلعب دوراً في مراقبة نشر الرسالة الإعلامية (حارس بوابة) وبإمكانه حجب الأشياء التي يرى ضرورة حذفها قبل وصولها إلى الجمهور؛

1 عواطف عبد الرحمان وآخرون، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1992، ص50

2- مجد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 179

➤ هدف القائم بالاتصال هو التأثير على الجمهور؛

➤ هناك ضغوط داخلية وأخرى خارجية تؤثر على القائم بالاتصال في اختيار مضمون

رسالته.

2. الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال:

تتمثل الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال مثلما حدّدها (ديفيد برلو) في:

- توافر مهارات الاتصال الخمس وهي: مهارة الكتابة والتحدث والقراءة والاتصال والقدرة على التفكير السليم؛
- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه والموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعاليته؛
- مستوى معرفة المصدر وتخصّصه بالموضوع الذي يعالجه؛
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها؛
- معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته.

وهناك شروط أخرى قدّمها (حسن مكاوي وعاطف) عدلي تتمثل في:

- القدرة على وزن الأمور والتفكير؛
- الإبداع والقدرة على تقديم أفكار جديدة؛
- العلم بالتطورات التكنولوجية في المجال الإعلامي.¹

1- حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007، ص285

3. خصائص ومميزات القائم بالاتصال:

ركزت الكثير من الدراسات على الخصائص والسمات العامة للقائم بالاتصال والتي تؤثر على مصداقيته وثقة الآخرين فيه، وقد حدّد (أليكس تان) ثلاثة عوامل تجعل القائم بالاتصال مؤثرا ومقنعا لدى جمهوره وهي:

➤ **المصداقية:** يقصد بها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر كخبير يعرف الإجابات الصحيحة وينقل

الرسائل دون تحيز، وتشير نتائج معظم البحوث إلى درجة الارتباط العالية والوثيقة بين صدق

المصدر وثقة الجماهير فيه، فكلما تحرى القائم بالاتصال الصدق كلما زادت ثقة الجمهور فيه؛

➤ **الاجاذبية:** تتحقق الاجاذبية عندما يكون القائم بالاتصال قريبا من الجمهور في النواحي النفسية

والاجتماعية والإيديولوجية، ويساعده في التخلص من القلق والضغط والتوتر وعدم الأمان،

والاجاذبية هي أيضا القدرة على جذب الآخرين وقد قاسها العلماء بالمودة والتشابه الذي قد يكون

في الأفكار أو المعتقدات أو الآراء أو في القرب النفسي؛

➤ **المكانة والنفوذ:** قد لا يمتلك البعض المصداقية أو الاجاذبية، لكن يظل لهم تأثير كبير في تغيير

اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، وهؤلاء تكون لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد

وضبطه للأمر وكذلك أهميته، بالإضافة إلى قدرته على التدقيق والتمحيص وإدراك المتلقي للضبط

والسيطرة، وتؤدي هذه السلطة إلى الحصول على الموافقة والإذعان.¹

1- حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص76

وقدّم مُجدّ منير حجاب جملة من الخصائص الواجب توفرها في القائم بالاتصال هي:

- السعي للحصول على السبق الصحفي؛

- المحافظة على أخلاق المجتمع؛

- التزام الحياد والموضوعية.¹

4. العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية يتعرض للكثير من الضغوط والعوامل التي قد تؤثر على أدائه، وتتنوع هذه المعايير بين معايير مجتمعية وذاتية ومهنية، إضافة إلى معايير الجمهور، وقد أشار ليون إلى أن فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم العوامل المؤثرة والتي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة وهذه العوامل هي:

➤ **معايير المجتمع وقيمه وتقاليده:** يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائم بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي بسبب هذه القيم والمبادئ وبسبب الإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع، فأبي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة؛

➤ **المعايير الذاتية:** تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسته لمهنته، ومن أهم هذه الصفات الجنس، العمر، الدخل، الخبرة، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماء

1- مجد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص171

الفكري أو العقائدي، الإحساس بالذات...الخ، ويعد الانتماء عنصراً محددًا من المحددات الشخصية للقائم بالاتصال، لأنه يؤثر في طريقة تفكيره وتفاعله مع محيطه، فالانتماء إلى بعض الجماعات يجعل منها بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات.

لكن تمسك القائم بالاتصال بقيمه الذاتية ومعتقداته قد يؤثر سلباً على الجمهور لأنه قد يؤدي به إلى الوقوع فيما أسماه ويليام سافير "الانتقاء الاختياري للخطأ"¹

➤ **المعايير المهنية:** يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، ومن أهم مصادر هذه الضغوط:

- **سياسة المؤسسة الإعلامية:** يعمل القائمون بالاتصال ضمن مؤسسات صحفية لها سياسات وتقاليد وأهداف يجب تحقيقها، والقائمون بالاتصال ملزمون بالانسجام في أدائهم المهني مع متطلبات مؤسساتهم بشكل أو بآخر، إذ يجب أن يتفق كل ما ينشروه مع السياسة العامة للتحريك؛

- **مصادر الأخبار:** تعرّف مصادر الأخبار بأنها: "الأفراد أو المؤسسات ووسائل الإعلام التي يستقي منها القائم بالاتصال مادته الإخبارية"، ولا بد أن تتصف هذه المصادر بالمصداقية والقوة والجاذبية والانتشار حتى تكون الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية وتأثير في المتلقي، وتؤدي مصادر الأخبار دوراً مهماً في توجيه عملية استقاء الأخبار ونوعية المادة الإعلامية؛

1- منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص257

- **علاقات العمل وضغوطه:** يتأثر القائمون بالاتصال بآراء زملائهم في العمل بخصوص المواد الإعلامية التي تستحق أولوية النشر، وهو تأثير فرضته طبيعة الإعلام كمهنة ذات مسؤوليات وسلطات اجتماعية واسعة وهو ما يفرض على العاملين فيها أن يصلوا من خلال النقاش والبحث المشترك إلى أفضل صيغة لخدمة الناس والمجتمع، ويتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال من خلال ارتباطه مع زملائه بعلاقات تخلق بعدا اجتماعيا وتكون جماعة أولية له.¹

وقد يؤدي ضغط الجماعة إلى لجوء القائم بالاتصال إلى انتهاج أحد الأساليب التالية:

✓ اعتماد أسلوب التحوير والمبالغة؛

✓ الجري وراء السبق الصحفي على حساب الدقة وتكامل الموضوع؛

✓ إصدار الأحكام السريعة؛

✓ عدم اللجوء إلى الوثائق والسجلات

✓ الافتقار إلى الفهم الدقيق لمعنى الأحداث المعقدة.²

➤ **معايير الجمهور:** القائم بالاتصال في حاجة ماسة إلى تحديد جمهوره بدقة وتصوره لهذا الجمهور

يؤثر على قراراته تأثيرا كبيرا، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها - إلى حد ما - توقعاته

عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا إيجابيا في عملية الاتصال، كما يؤثر تصور

القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها.

1- صباح عواد محمد نصيف، ضغوط العمل لدى القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وعلاقتها بمستوى الأداء المهني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة المنيا، مصر، 2017، ص.ص 109-112
2- عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 2000، ص 26

➤ **معايير البيئة المحيطة بالقائم بالاتصال:** كل اتصال يحدث في مكان ما، لابد أن يعبر عن سياق ما، والسياق هو البيئة التي تمدنا بقواعد وأحكام للتفاعل معها، وتتمثل البيئة الاتصالية في المكان والزمان والأشخاص، كما أن القائم بالاتصال يعمل في بيئة اجتماعية ومهنية تفرض عليه اعتباراتها وتقاليدها وقيمها، وتضعه في إطار وعي محدد لتقويم الأحداث وشكل المعرفة والمعلومات التي يقرر نشرها أو منعها، وهكذا فإن طبيعة البيئة التي يتكون فيها القائم بالاتصال تحدد إلى مدى بعيد شكل سلوكه ونوعية قراراته وكذلك تصورات لهامه ووظائفه.

وتنقسم البيئة المحيطة بالقائم بالاتصال إلى:

- **البيئة الصحفية:** البيئة الإعلامية بشكل عام هي نتاج للمناخ الاجتماعي والسياسي الذي تعمل في إطاره، تتأثر بقوانينه وقيمه وتخضع لأحكامه وضوابطه، وبيئة القائم بالاتصال تشمل المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها والتي تساهم في إعداد وإكسابه أممًا وقيما أخلاقية ومهنية معينة، وتشمل كذلك عموم النظام الإعلامي الذي يسود المجتمع ومؤسساته ويتضمن الإطار القانوني والسياسي والفكري للعمل الصحفي واللوائح الخاصة بالصحفيين وحرية¹.

- **البيئة السياسية:** غالبية المؤسسات الإعلامية ترسم سياساتها التحريرية وفق الكم المتاح من الحرية، ومستوى الضغوط التي تتعرض لها، وتختلف أشكال الضغوط والتأثيرات السياسية التي

1- لقاء مكي العزاوي، حارس البوابة في الصحافة العراقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة بغداد، 1995، ص65

يتعرض لها القائمون بالاتصال، فهي ليست ناجمة من السلطة دائما، فقد تكون سببا للميول

السياسية للإعلامي والتي تنعكس بالضرورة على المحتوى الذي ينتجونه.¹

● **البيئة الاقتصادية:** ترتبط وسائل الإعلام في كل دولة بمؤسساتها الاقتصادية، حيث عُرف

عن الإعلام شدة ارتباطه بالنشاط الاقتصادي ووكالات الإعلان وبالدمع المالي الذي

تخصه له الحكومات أو أي جهات أخرى، وهذا ما يفسر السيطرة الاحتكارية لوسائل

الإعلام في الدول الرأسمالية وارتباطها الشديد بمصادر الإعلان. وتظهر العلاقة بين الإعلام

والنشاط الاقتصادي أكثر وضوحا من خلال وكالات الإعلان، حيث يبرز دور الإعلان

كواحد من أكبر الضغوط الممارسة على المؤسسة الإعلامية، ويشير التطور البيئي لوسائل

الإعلام إلى تغليب المشروع الاقتصادي على الوظيفة الاتصالية، فالمؤسسات الإعلامية

أصبحت شركات تجارية تخضع لقوانين السوق والعرض والطلب، وضمن هذا الإطار يبرز

الإعلان كأكبر الضغوطات التي تفرض على المؤسسة الإعلامية وعلى القائمين بالاتصال.²

● **البيئة الاجتماعية:** الجماعات التي ينتمي إليها القائم بالاتصال ومركزه في طبقته الاجتماعية

تؤثر على سلوكه الاتصالي، فالنظم الاجتماعية والثقافية تحدد إلى حد ما أنواع المضامين التي

يختارها، كما تحدد اختياره للجمهور والوسائل التي يستخدمها لنقل رسائله.

فالخصائص الاجتماعية في أي نظام تلعب دورا حاسما في تحديد أشكال الأداء الإعلامي

ونوعية الرقابة المفروضة ووضعية الإعلام وبنائه، ومن الضروري أن يحصل القائمون بالاتصال

1- خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، 2008، ص61

2- عبد السلام السامر، أخلاقيات الإعلام، الإعلامي للطباعة والاستنساخ، بغداد، 2002، ص18

على معلومات حول البيئة المحيطة بهم أثناء قيامهم بالتغطية الإعلامية لتفادي الدخول إلى

أماكن لا يعرفون الكثير عن ثقافتها ولغة جمهورها وعندها يسيؤون إلى فئة ما دون قصد.¹

● **البيئة القانونية:** يمثل النظام القانوني الجانب الرسمي للبنية المعيارية للمجتمع، وهو يحدد

حقوق والتزامات المؤسسات الإعلامية عن طريق إرساء القوانين واللوائح التي يمكن أن تؤثر

مباشرة على العمليات الإعلامية مثل القوانين الخاصة بالقذف أو الخصوصية وإجراءات

التراخيص والأحكام الخاصة بحرية الوصول إلى المعلومات أو الحد منها.

● وتلجأ بعض الأنظمة السياسية إلى صياغة قوانين الإعلام بطريقة فنية تجعل النص قابلاً

لأكثر من تفسير، ولكن التفسيرات والتأويلات لا يجب أن تتعارض مع الخط السياسي

للحكومة، كما تحرص هذه الأنظمة على احتكار ملكية وسائل الإعلام وإدارتها عن طريق

بعض النصوص القانونية التي تعالج هذا الموضوع، وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن

القائمين بالاتصال يتعرضون إلى ضغوط حكومية عديدة في مقدمتها الضغوط الناجمة عن

القوانين والتشريعات.²

وهناك مجموعة أخرى من العوامل التي لا تقل أهمية تأثيرها على القائم بالاتصال عن العوامل السابقة منها:

➤ **عامل الرغبة والموهبة والدراسة:** الرغبة والموهبة والدراسة عاملان رئيسيان لنجاح الإعلامي في

مجال عمله، وعلى الرغم من أن هناك خلافاً دائماً بين من يرى بأن الصحافة رغبة وموهبة فقط،

وبين من يقول بضرورة الدراسة المتخصصة، إلا أن كلا من العاملين يعتبران مكملان لبعضيهما ولا

1- أشرف فهمي خوجة، **الصحفيون ومصادر الأخبار**، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 102
2- خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، **مرجع سبق ذكره**، ص 78

نستطيع الجزم بأن أحدهما أهم من الآخر، ويرى روبرت ديمون أن الصحافة تحتاج إلى تثقيف وتوجيه من خلال الدراسة المتخصصة التي تعني دراسة الصحافة.

➤ **عامل التدريب:** التدريب هو "عملية إكساب المعارف والمهارات لمجموعة من الأفراد بغية رفع كفاءتهم المهنية للحصول على أقصى إنتاجية"، والهدف منه في مجال العمل الإعلامي هو إكساب الأفراد المعلومات والمعارف والمهارات التي تتطلبها المهنة الإعلامية، إضافة إلى تطوير هذه المعلومات والمهارات والمعارف بما يتناسب مع التغيير المنشود.

➤ **عامل الخبرة المهنية:** يعدّ اكتساب الخبرة ذا أهمية كبيرة للقائم بالاتصال، وغالبا ما يجهل الكثيرون بأن الخبرة لا تقاس بعدد السنوات التي قضاها الفرد في مجال عمله فقط، بل بمدى الاستفادة من هذه السنوات في تطوير النفس والتعلم من الأخطاء.

➤ **التفرغ التام للعمل الإعلامي:** تؤثر طبيعة العمل على القائم بالاتصال بكونه متفرغا أو متعاوناً، فالاعتماد على المتعاونين سواء كانوا من الطلاب أو المدرسين أو غيرهم، يضعف العملية التحريرية نظرا لغياب التكوين والخبرة، كما يكون سببا في عدم الاستقرار بسبب كثرة تغيير المتعاونين.¹

1- خديجة بنت صالح مجد بن مريشد، تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2009، ص.ص

<ul style="list-style-type: none"> • عامل الرغبة والموهبة والدراسة • التفرغ التام للعمل الإعلامي 	<p>المعايير الذاتية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • معايير المجتمع وتقاليد • البيئة الصحفية • البيئة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والقانونية 	<p>معايير البيئة المحيطة بالقائم بالاتصال</p>
<ul style="list-style-type: none"> • عامل الخبرة المهنية • عامل التدريب 	<p>المعايير المهنية</p>

شكل رقم (10): العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال¹

5. التحديات التي تواجه القائم بالاتصال:

يواجه القائم بالاتصال خلال قيامه بمهامه جملة من التحديات يمكن حصرها فيما يلي:

➤ تحدي الحصول على فرص التدريب المناسبة: حيث لا تتاح دائما الدورات التدريبية المناسبة في

التوقيت المناسب، أو قد لا تتاح للقائم بالاتصال فرصة التدريب لاعتبارات الأسبقية أو الأولوية؛

➤ تحدي غياب العدالة من قبل إدارة التحرير: يتعلق هذا التحدي بطريقة التعامل وصرف

المكافآت والحوافز، وهذا ما قد يفرض على القائم بالاتصال اللجوء إلى أساليب ملتوية للحصول

على حقه أو ما يظن أنه حقه؛

➤ تحدي ساعات العمل: فطبيعة العمل الإعلامي تتطلب متابعة مستمرة وقد تلغي الخصوصية

والحياة الشخصية للأفراد ، والقائم بالاتصال مطالب دائما باحترام المواعيد ولو على حسابه؛

1- المصدر: من إعداد الباحث

➤ ضيق المساحة المخصصة للنشر: وسائل الإعلام لا تستطيع نشر كل ما يرد إليها، وهذا ما يدفع

القائمين بالاتصال إلى اختصار موادهم أحيانا أو التخلي عن بعض الموضوعات بحسب أولويات

التحرير أو بسبب تأخر بعض المواد أو الاضطرار لتخصيص مساحات للإعلان؛

➤ تحدي التقدم التكنولوجي: أفرزت التطورات التكنولوجيات الحديثة واقعا إعلاميا جديدا تميزه

المنافسة الشديدة بين مختلف الوسائل المكتوبة، المرئية، المسموعة والإلكترونية، وهذا يمثل تحديا

إضافيا للقائم بالاتصال الذي أصبح مطالبا بالسرعة والدقة في إنجاز العمل بالموازاة مع الحفاظ

على أخلاقيات المهنة من جهة، بالإضافة إلى مطالبته بمواكبة هذه التطورات التكنولوجية

واستخدامها في العمل الإعلامي؛

➤ تحدي المناخ الصحي: المقصود بهذا التحدي هو مدى ملاءمة بيئة العمل من الناحية الصحية

والآثار المترتبة عن ذلك، فبيئة العمل الإعلامي الصحية هي البيئة التي تنطبق عليها معايير الصحة

والسلامة المهنية المتعارف عليها عالميا، ومن أهم الأمراض التي يمكن أن تصيب القائم بالاتصال

بسبب العمل في بيئة غير سليمة: أمراض القلب والشرايين، اضطرابات الجهاز الهضمي، القولون

العصبي، القرحة المعدية، الإرهاق، الأرق، ارتفاع ضغط الدم، داء السكري، الاختلالات البصرية،

أمراض العضلات والمفاصل.¹

1- نسرين رياض عبد الله، تأثير سمات بيئة العمل الصحفي على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2012، ص.ص 102، 103

6. واجبات وحقوق القائم بالاتصال:

أ. واجبات القائم بالاتصال:

للقائمين بالاتصال أخلاقيات ومسؤوليات وواجبات ينبغي أن يتقيدوا بها من أجل خدمة الجمهور بمصداقية وموضوعية بعيدا عن المنافع المادية والمصالح الشخصية التي تُحَلُّ بشرف المهنة وتسيء إلى الوسيلة الإعلامية¹، ومن الأمور المهمة التي ينبغي أن يدركها القائم بالاتصال في تعامله مع جمهوره ضرورة حماية "الحق في الخصوصية"، أي عدم المساس بالحرية الشخصية للأفراد، ويمكن تلخيص أهم المسؤوليات والواجبات المفروضة على القائمين بالاتصال حسب (عطا الله أحمد شاكر) فيما يأتي:

- الدقة والتأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور والالتزام بالموضوعية؛
- العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية؛
- الدفاع عن حقوق الإنسان؛
- الحفاظ على كرامة ونزاهة المهنة؛
- الالتزام باحترام الحريات العامة والقيم الدينية والقومية؛
- المشاركة في تشكيل الذوق العام تشكيلا سليما، وتبصير الرأي العام والمشاركة في الإصلاح الاجتماعي؛

1- سندس عبد الوهاب حسين، الضغوط المؤثرة على القائم بالاتصال في الإذاعات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2014، ص 40

- التزام الصحفيين بالقاعدة الأخلاقية التي تنادي بحق الصحفي في حماية مصادر معلوماته وعدم

الكشف عنها إذا كانت سرية.¹

أما (عبير الرحباني) فقد حدّدت واجبات الإعلاميين فيما يلي:

- التغطية الشاملة للأحداث؛
- العرض المتوازن للآراء واحترام الأطراف المختلفة؛
- الالتزام بالعدالة في نشر المعلومات؛
- توخي الدقة والمصداقية في جمع الأخبار وتحريرها ونشرها؛
- احترام حق النقد والرد؛
- الحرص على حق الجمهور في الحصول على المعلومات؛
- احترام قاعدة المتهم بريء حتى تثبت إدانته؛
- نشر أحكام البراءة لأي متهم؛
- احترام الكرامة الإنسانية؛
- احترام القيم العامة والالتزام بمبادئ أخلاقيات المهنة؛
- حماية المصالح العامة للدولة والالتزام بسياساتها وأنظمتها وقوانينها؛
- التمييز بين الشخصيات العادية والشخصيات العمومية؛
- احترام الخصوصية وعدم انتهاكها؛
- المحافظة على سرية المعلومات؛
- الاستقلالية من أي التزامات ما عدا مصلحة الجمهور.¹

1- عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص82

ب. حقوق القائم بالاتصال:

تختلف حقوق القائم بالاتصال وضمائنه تبعاً لاختلاف النظم الإعلامية، وهذا ما أدى إلى اختلاف التشريعات المنظمة لعمل القائم بالاتصال، حيث يتمتع في أدائه المهني الصحفي بعدد من الحقوق والضمانات أهمها:

● الحق في إصدار الصحف: يعتبر حق المواطنين جميعاً في إصدار الصحف أحد

أهم أركان حرية الصحافة، وهو الضمان لتحقيق التعددية والتنوع في المجال الصحفي بما يضمن نقل الآراء المختلفة وتوفير المعرفة للمواطنين من مصادر متعددة ومتنوعة، وكلما زاد نطاق التعددية في المجتمع زادت قدرة وسائل الإعلام على التعبير الحر عن جميع الأفكار والآراء الموجودة فيه.

● وما يقال عن الحق في إصدار الصحف يمكن تعميمه على بقية وسائل الإعلام،

فمن بين حقوق القائم بالاتصال امتلاك وسائل الإعلام بمختلف أنواعها (مكتوبة، سمعية، بصرية، الكترونية) متى توفرت الشروط المناسبة لذلك.

● الحق في الحصول على المعلومات: من أهم الحقوق المكفولة للقائمين بالاتصال

الحق في الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة، وهذا الحق هو امتداد لحق المواطنين في الحصول على المعرفة وحاجته لمن ينوب عنه في ذلك، ولا شك أن وسائل الإعلام هي التي تمد الجماهير بالمعرفة، ومن هنا فالقائم بالاتصال هو ممثل الجماهير في تحقيق الحق في المعرفة، حيث يقوم بالبحث والتقصي ومن أجل تحقيق ذلك فهو بحاجة إلى حماية حقه في الوصول إلى مصادر المعلومات

والتواجد في أماكن الأحداث دون أية قيود وهذا ركن أساسي من أركان حرية

الصحافة.¹

● **الحق في الحماية:** تؤكد التشريعات القانونية الدولية ضرورة حماية القائمين

بالاتصال بالرغم من تدخل الحكومات في نظم التراخيص وفرض القيود التي من

شأنها رفع "الحصانة الإعلامية عن القائمين بالاتصال، وهذا يعني أن القائمين

بالاتصال بموجب القانون الدولي الإنساني ليس لهم حق الحماية بشكل أوسع

مما هو مقرر لأي فرد مدني عادي.²

● **حق النقد:** يقصد به حق القائم بالاتصال في التعبير عن رأيه تجاه المجتمع

وأفراده ومؤسساته، ويعتمد حق النقد على أداء العاملين في وسائل الإعلام

أنفسهم ومدى التزامهم بالقيم المهنية في تغطيتهم الإعلامية وابتعادهم عن

الانفعال أو التشهير ذي التأثير السلبي على رسالة الإعلام الحر، وبما أن حق

النقد قائم على حرية التعبير عن الرأي يجب أن تكون هذه الآراء قائمة على

الواقع.³

● **الحق في الحفاظ على سر المهنة:** تعتبر حماية حق الصحفي في عدم الكشف

عن أسرار مصادر معلوماته من أهم الوسائل التي تكفل تدفق المعلومات إلى

الجمهور، وبالتالي ضمان حق الجماهير في المعرفة، وعلى ذلك فهناك مصلحة

1- سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2004، ص 13

2- سعد صالح الجبوري، مسؤولية الصحفي الجنائية عن جرائم النشر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية القانون، جامعة الموصل، العراق، 2006، ص 14

3- جون هوفنبرغ، الصحفي المحترف، ترجمة: مجد كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1990، ص 112

أساسية مهمة للمجتمع كله في حماية هذا الحق، وعدم ضمان ذلك يحدّ من

القدرة على استقاء المعلومات خاصة تلك التي تتعلق بالانحرافات والفساد.¹

● **الحق في التنظيم المهني:** تعدّ التنظيمات المهنية في مجالات الإعلام والصحافة

إحدى الأجهزة المشاركة في وضع السياسات الإعلامية في جوانبها المهنية

والعلمية، وتعنى بتنظيم حقوق القائمين بالاتصال وحمائيتهم، وتحديد التزاماتهم

المهنية ومسئولياتهم وواجباتهم حيال المهنة والمجتمع، ووضع أخلاقيات ومواثيق

الشرف المهنية، ومراقبة تطبيقها، إلى جانب الإشراف على الممارسة المهنية

ذاتها، وتضع هذه الاتحادات والنقابات مواثيق شرف مهنية لأعضائها وتفرض

أحيانا عقوبات على القائمين بالاتصال الذين يخالفون أخلاق المهنة وذلك

بنشر مخالفاتهم على الجمهور على أساس أن ذلك عقاب مناسب يضر

بسمعتهم الصحفية.²

● **الحقوق والضمانات الاقتصادية:** تشمل هذه الضمانات الحفاظ على مستوى

معيشي لائق للمهنيين وتنظيم حقوقهم المالية والوظيفية بما يمنع عنهم الظلم

وتتضمن ضمانات خاصة بمستوى الأجور والعلاوات وتنظيم ساعات العمل

والإجازات والإنذار السابق على انتهاء الخدمة.³

● **الحق في التعليم والتدريب:** الصحفي هو المنتج الأساسي للمادة الإعلامية،

وعليه فإن القيمة الحقيقية للمؤسسة الإعلامية تكمن بشكل أساسي في مجموعة

1- سليمان صالح، مرجع سبق ذكره، ص107

2- إسرائ جاسم فليحي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة بغداد، العراق، 2011، ص55

3- حسين دبي حسان جبر الزويبي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الإعلام العراقي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية، جامعة بغداد، العراق، 2009، ص108.

الصحفيين الذين يشكلون هيئة تحريرها ويقومون باستقاء الأخبار وصياغتها وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها، ومن ثم فإنه كلما زادت كفاءة هؤلاء وزادت مهاراتهم وقدراتهم، زادت قيمة الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية في المجتمع، وهذا لا يتحقق دون تدريب متواصل، وعملية التأهيل العلمي والتدريب المهني تزيد من إحساس القائم بالاتصال بالاستقلال والنزاهة ومن قدرته على التعبير عن رأيه بكل حرية والدفاع عن حقوقه، كما تزيد من التزامه بمسؤولياته وبأخلاقيات

المهنة.1

7. المسؤولية الأخلاقية للقائم بالاتصال نحو الأفراد:

تثير المسؤولية الأخلاقية للإعلاميين نحو الأفراد الكثير من المشكلات وهي تستأثر بجل الاهتمام سواء في الدراسات الأكاديمية في مجال أخلاقيات الإعلام، أو في المؤتمرات والندوات والمواثيق الأخلاقية وغيرها، وباستقراء المواثيق الأخلاقية يتضح أن التصور الذي قدمته للمسؤولية الأخلاقية لوسائل الإعلام نحو الأفراد يتكون من المبادئ التالية:

➤ مبدأ احترام حق الخصوصية: ظهر هذا المبدأ في أغلب المواثيق الأخلاقية الخاصة بمهنة الإعلام

وبذلك فهو يعتبر من أهم المبادئ التي تقوم عليها هذه الأخيرة، والمقصود باحترام حق الخصوصية

هو أن يحتفظ كل إنسان بأسراره التي يجب أن لا يطلع عليها الآخرون، كما يعني عدم إعطاء

إمكانية لشخص أن يتحكم في حياة شخص آخر، ومن أهم الممارسات التي تتنافى مع هذا الحق:

انتهاك حرمة الأماكن الخاصة، نشر معلومات عن حياة الإنسان الخاصة دون موافقته، استخدام

1- سليمان صالح، مرجع سبق ذكره، ص.ص 225، 226

أجهزة التصنت والتصوير الدقيقة، البحث في الأوراق الخاصة للشخص أو ملفاته الإلكترونية دون موافقته، وضع الأشخاص تحت ضوء زائف، عدم التمييز بين المواطن العادي والشخص العام، استخدام المصلحة العامة كمبرر للحصول على المعلومات عن حياة الإنسان الخاصة ونشرها... الخ.

➤ احترام الكرامة الإنسانية للفرد: يعتبر مفهوم الكرامة الإنسانية من أهم المفاهيم الأخلاقية، ومع ذلك فهو يتسم بالعمومية وعدم التحديد، ويرى البعض أنه ليس من السهل تطبيقه، وعلى الرغم من أن القوانين والتشريعات قد تكفلت بفرض نصوص تفرض الاعتراف بالكرامة الإنسانية، إلا أن هناك حاجة ملحة إلى تطوير المبادئ الأخلاقية التي يمكن أن تكفل حماية الكرامة الإنسانية بشكل أفضل.

➤ عدم الإساءة إلى شرف الإنسان أو سمعته: من حق الإنسان أن تكون له سمعة حسنة في المجتمع الذي ينتمي إليه، خاصة وأن هذه السمعة تؤدي إلى الحصول على الاحترام والمكانة الاجتماعية، كما أنها تمثل دافعا للإنجاز والعمل العام والمشاركة في خدمة المجتمع، وبالرغم من أن القوانين تتكفل في معظم المجتمعات بتوفير الحماية اللازمة لشرف الإنسان وسمعته، وتفرض عقوبات على المساس به، إلا أن هذه القوانين لم تنجح في توفير الحماية اللازمة، لذلك تتزايد الحاجة إلى تشكيل المسؤولية الأخلاقية للإعلاميين بحيث يعتبرون أن المحافظة على شرف الناس وسمعتهم واجبا مهنيا.

➤ تجنب السب والقذف: يعتبر السب والقذف من أكثر القضايا التي تثير المشكلات بين وسائل الإعلام والسلطات، وبينها وبين الجمهور، وعلى الرغم من وجود قوانين تعاقب على نشر السب والقذف، إلا أن هناك من يعتبرها أداة لتقييد حق الجمهور في المعرفة، والتقليل من قدرة وسائل

الإعلام على القيام بوظيفتها في حراسة مصالح المجتمع لذلك فإن تطوير المسؤولية الأخلاقية للإعلاميين هو البديل الوحيد لهذه النصوص القانونية التي أصبحت غير فعالة خاصة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات التي تزيد من إمكانية التلاعب بالمعلومات وتلفيق الاتهامات.

➤ تجنب ما يمكن أن يزيد من معاناة الأشخاص أو آلامهم أو يسبب لهم ضررا ماديا أو معنويا:

تزايدت أهمية هذا المبدأ نتيجة تزايد حالات استغلال وسائل الإعلام للكوارث الإنسانية التي يتعرض لها المواطنون، والتي يمكن أن يفقدوا خلالها السيطرة على أنفسهم نتيجة لتعرضهم للصدمات المفاجئة، ويدخل هذا المبدأ في إطار معايير الذوق واللباقة التي يجب أن يتحلى بها الإعلاميون طواعية أو اختيارا، أي أن القوانين لا يمكن أن تشكل حماية للمواطنين في غياب المسؤولية الأخلاقية.

➤ احترام حق الأفراد في الرد على ما ينشر عنهم: هناك الكثير من الدول التي تكفل حق الرد

بواسطة القانون، ومع ذلك فإن النصوص القانونية لم تنجح في كفالة التمتع بهذا الحق ، لذلك فإن هناك رؤية تقوم على أن حق الرد لا بد أن توفره وسائل الإعلام للمواطنين طواعية واختيارا، إلى جانب إلزام الإعلاميين بطلب الرد من الشخص الذي يتم توجيه أية اتهامات أو نقد له.¹

وحدّد عبد العالي رزاقى عددا من القيم التي يجب أن يلتزم بها القائم بالاتصال تتمثل في:

➤ القيم المهنية: تفرض المهنة على الصحفي أو الإعلامي أن يلتزم بالخط الافتتاحي للمؤسسة

الإعلامية التي ينتمي إليها ويحافظ على إتباع سياستها التحريرية سواء بالاستناد إلى دليلها المهني أو طريقة معالجتها للمادة الإعلامية في إطار قوانين الدولة التي تصدر فيها، وأن يعمل بأخلاقيات

1- محمد الصيرفي، الإعلام، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009، ص.ص 231 وما بعدها

المهنة وآدابها المحددة في قوانين الإعلام والمجسدة في ميثاق الشرف المهني المرتبط بمؤسسته أو بالنقابات أو الاتحادات أو الجمعيات أو المجالس أو الهيئات ذات العلاقة بالمهنة الإعلامية.

➤ **القيم الزمنية:** هناك من يعتقد أن توقيت الأحداث يشكل أهمية كبيرة للأخبار ويحدد مجموعة من العناصر التي ترتبط بهذه الأخبار، مثل أخبار الفساد والصراع.

➤ **القيم الأخلاقية:** تختلف مفاهيم الأخلاق ومضامينها من مجتمع لآخر، فالصدق والمصادقية والموضوعية والدقة هي كلمات تقاس بها الأخبار في مختلف وسائل الإعلام، لكنها مختلفة المعنى أو التأويل من مؤسسة إلى أخرى، ويلاحظ بعض الباحثين بأن أغلب المبادئ التي تتضمنها موثيق الأخلاقيات تصاغ في عبارات غامضة أو مبهمه، وبالذات مبادئ الموضوعية والحياد والصدق وحرية الإعلام، ورغم ذلك فإن أهمية موثيق الأخلاقيات المهنية ترجع لكونها تعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والمعضلات التي يواجهها أثناء عمله.

➤ **القيم الإنسانية:** تقاس الأخبار في المؤسسات الإعلامية بمقياس القيم الإنسانية التي تنص عليها المواثيق الدولية، وهي تتعلق بحقوق الإنسان وحرية التعبير والرأي والمعتقد، وتتميز أدبيات المجتمع الإعلامي العربي والعالم الإسلامي بامتدادها لأدبيات المجتمع الإعلامي الغربي وهو ما جعلها تتضمن مصطلحات متقاربة ذات معنى واحد وهي: أخلاقيات الصحافة، مواثيق الشرف، مدونات السلوك الإعلامي.¹

1- عبد العالي رزاق، **المهنة صحفي محترف**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص.ص 37-41

المبحث الثاني: الإعلامي الرياضي

1. تعريف الإعلامي الرياضي:

في ظل الانتشار المتزايد للإعلام الرياضي بمختلف وسائله، وزيادة الاهتمام الجماهيري بكل ما يتصل بالجمال الرياضي، ظهرت فئة من الإعلاميين والصحفيين الذين اختصوا بالكتابة في الرياضة وفي كل ما يرتبط بها من منافسات وأنشطة رياضية وتغطيتها بالصوت والصورة، وأطلق عليهم اسم الإعلامي الرياضي الذي عرفه (حسين علي) في كتاب "أساسيات النجاح للصحفي المعاصر" بأنه:

"هو ذلك الصحفي الذي يقوم بتغطية ومتابعة الأحداث والأنشطة الرياضية المختلفة والكتابة عنها بالعرض والنقد والتحليل، محققاً وظائف الصحافة في الإعلام والتوجيه والتفسير من خلال الخبر والتقرير والتحقيق والعمود الصحفي."¹

ويعود بنا هذا التعريف إلى مجتمع دراستنا الذي يشمل جميع الإعلاميين الرياضيين الجزائريين من صحفيين، مراسلين صحفيين، مصورين، معلقين، منشطين وغيرهم ممن يختصون في تغطية الأحداث والمنافسات الرياضية كتابة وصورة وصوتا.

2. خصائص ومواصفات الإعلامي الرياضي:

يتميز الإعلامي الرياضي عن غيره من الإعلاميين بعدة خصائص لحصها (غازي زين عوض) في:

- أن يكون ممن مارسوا النشاط الرياضي حتى يستطيع أن يكون ملماً بكافة التفاصيل

الدقيقة حول قوانين وفنون اللعبة؛

1- حسين علي إبراهيم الفلاحي، "أساسيات النجاح للصحفي المعاصر"، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2016، ص 210

- أن يكون دقيقا عند كتابة وذكر أسماء اللاعبين والحكام؛
 - لديه دراية عن تاريخ الألعاب المختلفة وتاريخ بلده الرياضي؛
 - أن يكون أول الحاضرين إلى مكان المنافسة وآخر المنصرفين حتى ينقل الصورة كاملة.¹
- وأضاف (جورج كلاس وميشال سبع) مواصفات وخصائص أخرى هي:
- أن يلاحق أخبار الرياضة في وسائل الإعلام ليختار ويرصد ويستعلم ليُعلم؛
 - أن يُحسن استخدام الصورة المرافقة لكل نص؛
 - أن يكون كلامه وتعليقه وكتابته مقبولا لدى كل الفرقاء، بمعنى أن لا يستفز أو يثير حساسيات.²
- أما (حسين علي) فقد حدّد خصائص الإعلامي الرياضي في:
- الحياد فيما يكتبه ويقدمه من مادة إعلامية وأن يكون موضوعيا؛
 - أن يتصف بقوة التركيز والدقة والمتابعة، حتى يتمكن من تقديم الوصف والنقد والتحليل لما يتناوله من أحداث وموضوعات رياضية؛
 - أن يتمتع بالموهبة والحس والخبرة الصحفية التي تمكنه من استقاء الأخبار وكتابة الموضوعات والتقاط الصور؛
 - أن يكون عارفا بفنون التعليق وأساليبه في التشويق والإثارة، لأن الموضوعات الرياضية تحتاج إلى هذا النوع من المهارات؛

1- غازي زين عوض الله المدني، مرجع سبق ذكره، ص 73
2- جورج كلاس، ميشال سبع، مرجع سبق ذكره، ص.ص 99، 100

- الحرص على البساطة والوضوح في لغة المادة الرياضية، وذلك لأن النسبة الغالبة من

جمهور الرياضة من محدودي الثقافة.¹

وصنّف (غازي زين عوض) الصفات التي يجب أن تتوفر في الإعلامي الرياضي في ثلاث فئات هي:

➤ **صفات شخصية:** مثل قوة الملاحظة، سرعة البديهة، حسن المظهر، حب المهنة، قوة

الذاكرة، القدرة على ربط الأحداث ببعضها البعض، سلامة الجسم والعقل وامتلاك الحس

الصحفي.

➤ **صفات أكاديمية:** مثل الحصول على مؤهل علمي مناسب، حب القراءة، الحرص على

الإطلاع، الإلمام بلغة أجنبية أو أكثر والموضوعية في الكتابة.

➤ **صفات مهنية:** مثل الأمانة والصدق في نقل المعلومات وإتباع السبل المشروعة في سبيل

الحصول على المعلومات.²

ورصد (عصام عبد السلام) في كتابه "الإعلام الرياضي التلفزيوني" المؤهلات الشخصية والنفسية التي

يجب أن تتوفر في الإعلامي الرياضي فيما يلي:

- يُفضّل أن يكون من دارسي الإعلام، وأن يكون من خريجي كليات الإعلام وأقسامها

حتى يكون ملماً بقواعد العمل الإعلامي وأخلاقياته، أو يكون خريج كليات التربية حتى

يكون ملماً بالرياضة وشؤونها؛

1- حسين علي إبراهيم الفلاح، مرجع سبق ذكره، ص 211
2- غازي زين عوض الله المدني، مرجع سبق ذكره، ص 79

- أن يكون متزنا نفسيا وانفعاليا، وأن يكون ملما بقواعد وأسس وقوانين الرياضة التي يغطيها، وأن تكون لديه القدرة على الإدارة وسرعة اتخاذ القرارات المناسبة، والقدرة على التعامل مع الآخرين على اختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية؛
- أن يحترم التقاليد والعادات والقيم السائدة في المجتمع، ويتحلى بالأخلاق الحميدة والسلوك السوي، وأن يقوم بالدعوة لبث الروح الرياضية وروح الانتماء للوطن، والاهتمام بالبعد القومي وربطه بالبعد الوطني بعيدا عن أي شكل من أشكال النزاعات؛
- احترام الفكر والاعتماد على الأسلوب المنطقي في الحوار، واحترام الرأي الآخر وإثبات صحة وجهات النظر، وتبني القضايا العامة والسهر على تقديم حلول لها، وعرض وجهات النظر المختلفة مع التمتع بالحيادية والبعد عن التحيز.¹



شكل رقم (11): مواصفات الإعلامي الرياضي²

1- عصام عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص34
2- المصدر: من إعداد الباحث

3. التزامات الإعلامي الرياضي:

إلى جانب ما يتمتع به الإعلاميون في المجال من حقوق و ضمانات، عليهم أن يلتزموا في المقابل بمجموعة من المسؤوليات والواجبات أثناء ممارستهم لمهنتهم تتمثل في:

أ. الالتزامات والمسؤوليات المهنية والتي تتمثل في:

- نقل الأخبار الرياضية دون تحريف أو تشويه وذكر الحقيقة دون مراوغة أو تستر؛
- الالتزام بالموضوعية والصدق في تناول الأخبار والموضوعات والقضايا الرياضية؛
- الحرص على العمل من أجل التدفق الحر والمتوازن للإعلام؛
- التحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة أو غير مؤكدة؛
- احترام أسرار المهنة والحفاظ عليها والالتزام بعدم التصريح بالاطلاع على معلومات معينة إلا للمصرح لهم بذلك؛
- الحصول على موافقة الشخص الذي يتم تخزين المعلومات عنه عدا في الحالات التي ينص عليها القانون صراحة كالأمن القومي والإجراءات الجنائية.

ب. الالتزامات والمسؤوليات الأخلاقية والتي تتمثل في:

- الالتزام بمستوى أخلاقي عال وذلك عن طريق التمتع بالنزاهة والامتناع عن كل ما يسيء لمهنته كأن يكون دافعه لممارستها تحقيق مصلحة شخصية على حساب الصالح العام؛
- الامتناع عن تزويد بعض الجهات بمعلومات على حساب جهات أخرى أو القيام بأعمال التجسس تحت ستار واجباته المهنية؛
- احترام كرامة الأفراد وسمعتهم؛

- عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد الرياضيين وجعلها بمنأى عن العلانية.¹

ج. الالتزامات والمسؤوليات القانونية والمتمثلة في:

- الالتزام بأحكام القانون؛
- الامتناع عن التشهير أو الاتهام الباطل والقذف والسب؛
- عدم انتحال آراء الغير ونسبها إلى نفسه؛
- عدم التحريض على أي عمل غير قانوني ضد أي شخص أو مجموعة من الأشخاص في المجال الرياضي؛
- عدم نشر أي أمور من شأنها التأثير في سير العدالة حتى تتوفر الضمانات للمتهمين والمتقاضين في محاكمة عادلة أمام القاضي، فلا تجوز محاكمتهم على صفحات الجرائد قبل حكم القضاء؛
- الامتناع عن نشر أنباء الجلسات السرية أو التحقيقات التي تجريها مختلف الهيئات.

د. الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية والمتمثلة في:

- التصرف بشكل مسؤول اجتماعيا واحترام المسؤولية تجاه الرأي العام الرياضي وحقوقه ومصالحه؛
- احترام حقوق الأفراد في المجال الرياضي وإقرار التعاون بينهم؛
- عدم التحريض على الكراهية القومية أو العرقية في المجال الرياضي والتي تشكل تحريضا على العنف والتعصب؛
- الامتناع عن نشر الموضوعات التي تحرض على الإجرام والانحراف؛

1- ماهر عودة الشمالية وآخرون، الصحافة المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص 51

- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي؛
- مراعاة المسؤولية تجاه المجتمع الرياضي الدولي وذلك باحترام القيم المنصوص عليها في

المواثيق الدولية.¹



شكل رقم (12): التزامات الإعلامي الرياضي²

4. مصادر الإعلامي الرياضي:

نجاح الإعلامي الرياضي في أداء مهامه لا يتوقف فقط على ما يتميز به من مواصفات وما يملكه من مؤهلات، بل هناك جوانب أخرى عليه الاهتمام بها كبناء علاقات قوية مع مصادر المعلومات والمحافظة عليها، وفي هذا الإطار يقول (إسماعيل إبراهيم):

"حتى يؤدي المحرر الرياضي مهامه لا بد أن يتعامل مع مجموعة من المصادر وثيقة الصلة بالحركة الرياضية، ولا بد أن تكون له علاقات قوية وجيدة مع اللاعبين، الإداريين، المدربين، الحكام، أعضاء الاتحادات

1- المرجع السابق نفسه، ص.ص 52، 53
2- المصدر: من إعداد الباحث

الرياضية، لأن هؤلاء من سيزودونه بالأخبار والآراء التي يحتاجها في عمله، والإعلامي الرياضي يجب أن يقيم علاقات ود وصداقة مع كل العاملين في المجال الرياضي مهما قلت أو صغرت مسؤولياتهم، وحتى تكون هذه العلاقات قوية يجب ألا تقتصر على شؤون العمل وهموم الرياضة فقط، وإنما على الإعلامي الرياضي أن يهتم بالأمر الأسرية والشخصية لمصادره مثل المناسبات والأعياد، والقاعدة الذهبية في التعامل مع المصادر هي الاحترام والثقة المتبادلان.¹

ويقول (عصام الدين) فرج في كتابه "الإعلام المتخصص" أن الأندية واللجان والهيئات الرياضية والجهات الحكومية المعنية بالموضوع هي مصادر الصحفي الرياضي، مما يفرض عليه أن يحتفظ معه بقائمة تتضمن أسماء المصادر من أبطال الرياضة ورؤساء الأندية والمدربين وغيرهم، كما أنه من المهم متابعة مقالات الكتاب من النقاد الرياضيين في الوسائل الأخرى المماثلة.²

5. أنواع الإعلاميين الرياضيين:

تعدد أنواع القائمين بالاتصال في مجال الإعلام الرياضي كل حسب تخصصه وذلك على النحو التالي:

➤ **الصحفي الرياضي:** مع ظهور وزيادة انتشار الإعلام الرياضي ودخول الصحافة الرياضية إلى

مرحلة التخصص ظهرت مجموعة من الأسماء أطلق عليها لأول مرة في تاريخ الصحافة الرياضية

عبارة "الصحفيين الرياضيين"، ولا تقتصر مهمة هؤلاء على مجرد نقل الوقائع المختلفة للحدث،

بل تتسع لتقديم العواطف والانفعالات التي تحيط به.

1- إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص.ص 59، 60
2- عصام الدين فرج، الإعلام المتخصص، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2015، ص99

➤ **المحلل الرياضي:** هو الشخص الذي يقوم بتتبع الألعاب الرياضية المختلفة ويدقق في أداء

أصحابها، ويجمع معلومات حول الرياضيين ونواديهم وتاريخهم، ثم يخرج ليحلل أداء تلك الفرق أو أولئك الرياضيين.

➤ **الناقد الرياضي:** ينصب دور الناقد الرياضي حول إعادة التوازن إلى الجوانب المضطربة في حياة

الرياضيين، لأن النقد ينضج الوجدان ويبني الإنسان وبالتالي يجعله قادرا على أن يرى ويسمع ويتأمل بطريقة أفضل.

➤ **المعلق الرياضي:** هو الشخص الذي يقوم بالتعليق على المادة الرياضية المقدمة سواء الإذاعية أو

التلفزيونية، ويشترط فيه أن يتسم بالهدوء في التعليق وأن لا يُظهر انتماءاته الرياضية أثناء التعليق وذلك حتى لا يؤثر على آراء وتوجهات الجمهور المتلقي.

➤ **مقدم البرامج الرياضية:** هو الذي يقوم بتقديم البرامج الرياضية وقد يكون في بعض الأحيان

رياضيا سابقا أو محللا أو ناقدا رياضيا، ويجب عليه في كل الأحوال أن يتميز بالمهنية الإعلامية والحيادية في تناول المواضيع الرياضية المختلفة.

➤ **المصور الرياضي:** هو الذي يتولى نقل الأحداث الرياضية عن طريق الصورة الثابتة أو الصورة

المتحركة (الفيديو)، ومهمته لا تقل أهمية عن مهمة الصحفي الرياضي الذي ينقل الحدث بواسطة الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المسموعة.¹

6. مهام الإعلامي الرياضي:

لم يعد دور الإعلامي الرياضي تقليديا في إخبارنا بمن ربح أو خسر، بل يواصل تقديم أشياء مهمة

في توضيح سبب الفوز أو الخسارة بإضافة معلومات وتحليلها وتقديم وجهات نظر متعددة، وذلك في

1- خالد توحيد السيد شرف، العلاقة بين استخدام الأنترنت وتطوير الأداء المهني للإعلاميين الرياضيين المصريين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2012، ص.ص 81-83

سبيل وضع الأمور في نصابها والمساهمة في تطوير أداء الفرق والأشخاص على حد سواء، وتندرج هذه المهام ضمن أدوار ووظائف الإعلام الرياضي المتمثلة في الإعلام والإخبار، التثقيف، الترويج، التفسير، تقديم الخدمات وغيرها.¹

ويرى (عبد الرزاق علي الهيتي) أن الإعلامي الرياضي يجب أن يقوم بمجموعة من الواجبات التي تمكنه من أداء دوره على النحو الأمثل من أبرزها:²

- التواجد في مكان اللعبة الرياضية قبل بدئها بوقت كاف حتى يتمكن من الشروع في عمله على نحو سليم؛
- متابعة الصحف الصادرة قبل نشر الموضوع لأنها مصدر مهم للمعلومات؛
- الحرص على كتابة ما يستطيع مما قرأ وشاهد وسمع في أثناء الحدث الذي يغطيه بتركيز وانتباه؛
- مراجعة ما تمت كتابته وحذف الأقل أهمية؛
- لفت انتباه المصور إلى التقاط الصور التي تعبر عن المحتوى الدقيق لما يراد نشره؛
- المعرفة المسبقة بقوانين اللعبة وبجميع أعضاء الطاقم الفني والإداري واللاعبين ومميزات الجمهور الذي يحضر الحدث الرياضي.

7. الأمن المهني للإعلاميين الرياضيين:

قدّم (أمين ساعاتي) في كتابه "أزمة الصحافة الرياضية"، جملة من القواعد والنظم التي تسعى إلى تأمين المناخ المفعم بالأمن المهني مع توفير الضمانات التي تمكن الإعلاميين الرياضيين من ممارسة مهامهم وتحسن أداءهم، وقسم هذه الضمانات إلى ثلاثة محاور هي:

1- سميرة محي الدين شيخاني، محمد خليل الرفاعي، "الصحافة المتخصصة"، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2011، ص 224
2- علي عبد الرزاق الهيتي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 216، 217

➤ الأمن ضد الاستبعاد أو الطرد: أن ظاهرة الخوف من الاستبعاد أو الطرد أصبحت أمراً ملموساً من طرف الكثير من الإعلاميين الرياضيين.

➤ الأمن ضد البطالة أو العطالة: وقد أفرز الخوف من الاستبعاد أو الطرد ضعف الولاء للوسيلة الإعلامية وبالتالي سرعة الانتقال من وسيلة لأخرى بحثاً عن الأمن من البطالة والعطالة، بمعنى أن التهديد بالإسقاط أو الاستبعاد أفرز ظاهرة الانتقالات الواسعة التي باتت تؤرق سوق الإعلاميين الرياضيين، وإذا كان مفهوم البطالة معروفاً والمقصود به هو عدم العثور على عمل في مجال التخصص، فالعطالة تعني فترة البحث عن عمل آخر بعد مرحلة الاستبعاد.

➤ الأمن ضد المرض: الإعلاميون الرياضيون هم الأكثر عرضة للمخاطر والأمراض النفسية والعضوية، وهذا يفرض وضع نظام تأمين صحي خاص بهم يتلاءم مع طبيعة المهام الموكلة لهم.¹

8. الكتابة لوسائل الإعلام الرياضي:

تعتبر عملية التحرير الصحفي الرياضي قاسماً مشتركاً بين جميع أنواع الإعلام الرياضي (مكتوب، مسموع ومرئي)، لذلك ارتأينا أن نخصص لها حيزاً في دراستنا هذه وذلك من أجل الإلمام بقواعدها وأسسها النظرية التي نرى أنها ستساعدنا كثيراً في الدراسة الميدانية.

أولاً: التحرير الصحفي الرياضي:

أ. تعريف التحرير الصحفي الرياضي:

عرّف (ياسين فضل ياسين) التحرير الرياضي بأنه:

1- أمين ساعتي، أزمة الصحافة الرياضية - الأسباب والعلاج، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، القاهرة، مصر، 1993، ص.ص 217، 218

"فن تحويل الأخبار والقضايا والأحداث الرياضية المحيطة بنا إلى مادة مكتوبة ومطبوعة سهلة الهضم عند جميع المستويات الثقافية."¹

وعرفه (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) كما يلي:

"فن تحويل الأحداث والأفكار الرياضية وكذلك الخبرات والقضايا الرياضية إلى مادة صحفية رياضية مكتوبة والتي تناسب والمستويات الثقافية لجمهور القراء من مثقفين إلى محدودي الثقافة."²

وعلى الرغم من أن الشائع أن الكتابة الصحفية تتعلق بالصحافة المكتوبة، إلا أنه وجبت الإشارة إلى أن التقارير والتحقيقات الرياضية وغيرها من الأنواع والمواد الصحفية التي يتم بثها وإذاعتها عبر الإذاعة والتلفزيون أو عبر وسائل الإعلام الإلكتروني يتم تحريرها أيضا وهي بذلك تندرج تحت التعريفين السابقين.

ب. أهمية التحرير الصحفي الرياضي:

يرى (ياسين فضل ياسين) أن "فن التحرير الصحفي الرياضي هو علم وفن في آن واحد، وهو الركن الهام الذي تركز عليه أي وسيلة إعلامية رياضية وهو الأساس لنجاحها ورواجها بين الناس، فبقدر ما تتمكن من توصيل رسائلها بقدر ما يزيد إقبال المعلنين عليها الذين يهتمهم أن تكون سلعهم وبضائعهم معروضة على أوسع نطاق بين الناس."³

وفي ذات الإطار يقول (صلاح عبد اللطيف):

"يتميز فن التحرير في الصحافة الرياضية عن غيره من التخصصات الأخرى فهو أقرب أنواع الصحافة إلى الجماهير، وتعتبر الصحف والمجلات الرياضية أكثر أنواع الصحافة توزيعا، لذلك فإن الإخراج فيها يغلب

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 192

2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 138

3- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 193

عليه طابع الإثارة سواء باستخدام الألوان أو الصور أو العناوين، وذلك نظرا لطبيعة الرياضة وما تثيره لدى الجماهير، فالعناوين بارزة، والأسلوب تتخلله بعض الكلمات العامية التي يفهمها العامة، واستخدام الصور أمر هام في الصحف الرياضية.¹

ج. أهداف التحرير الصحفي الرياضي:

يهدف التحرير الصحفي الرياضي كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة إلى تحقيق ما يلي:

- جعل النص الصحفي الرياضي يتناسب مع سياسة المؤسسة الإعلامية؛
- تحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات الرياضية (قواعد وقوانين اللعبة، الأسماء، المصطلحات الرياضية، الأرقام القياسية وغيرها) وتصحيحها؛
- جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له؛
- جعل النص الصحفي الرياضي يستحوذ على اهتمام القارئ؛
- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي الرياضي؛
- خلق نوع من التوافق والتناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية الرياضية المختلفة.²

د. قواعد التحرير الصحفي الرياضي:

قدّم (ياسين فضل ياسين) مجموعة من القواعد الواجب الالتزام بها في تحرير المادة الصحفية الرياضية نلخصها فيما يلي:

1- صلاح عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص.ص 148، 149
2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 139

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف وظروف المكان والزمان وتجنب الجملة الطويلة وتجنب التكرار؛
- استخدام الألفاظ البسيطة التي تتميز بالصحة والوضوح، ويفضل استخدام الكلمات المألوفة لدى الجمهور؛
- العناية في استخدام الفعل المضارع خاصة في العناوين؛
- احترام قدسية الخبر الرياضي وان يكون خاليا من الرأي من خلال الالتزام بالموضوعية عند التحرير؛
- أن يتضمن الخبر إشارة صريحة أو ضمنية للمصدر، مع ضرورة نقل الكلام بأمانة؛
- ترتيب المادة الصحفية بشكل منطقي، والربط بين الأحداث لتصبح قصة إخبارية تدور حول محور رئيسي واحد؛
- استخدام الألفاظ العربية بدلا من المصطلحات المعربة (ديربي، فاول، آوت وغيرها)؛
- استخدام علامات الترقيم والوقف (الفاصلة، النقطة، الأقواس وغيرها من العلامات)؛
- مراعاة النصائح الخاصة بكتابة الأرقام، حيث يفضل كتابة الأرقام من واحد إلى تسعة بالحروف وفيما عدا ذلك يكتب بالأرقام.¹

هـ. لغة الكتابة الرياضية:

موضوعات الرياضة من نوع الموضوعات الخفيفة التي تهدف إلى تسلية القراء، ولهذا فإن المحررين الرياضيين يملكون حرية أكثر عند كتاباتهم موضوعاتهم مقارنة بغيرهم من الكتاب، لكن ذلك لا يمنع المحرر الرياضي من يكون على درجة من الإبداع في استخدام اللغة ليستطيع أن يقدم مادة

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص.ص 198-200

يفهمها القراء الذين يتطلعون دائما إلى أسلوب إبداعي وخلاق، وفي هذا الإطار قدّم (حسنيين

شفيق) جملة من الشروط هي:

- مراعاة أن المادة الرياضية تتوجه إلى القارئ العادي في الأساس، وعلى ذلك يجب تجنب

الألفاظ والكلمات الغامضة أو غير المفهومة؛

- الحذر من استخدام ألفاظ أو كلمات يستخدمها محرر رياضي آخر لأن ذلك يثير استياء

الجمهور، بمعنى آخر فإن المحرر الرياضي يجب أن يكون له أسلوبه الخاص؛

- تجنب الألفاظ والكلمات غير المعبرة، وتلك التي توحى بالتمييز والتعصب.¹

و. خصائص اللغة الرياضية:

قدّم (أديب حضور) عددا من الخصائص التي تتميز بها لغة الكتابة الرياضية تتمثل في:

- **المصطلحات المتخصصة:** طبيعة النشاط الذي تقوم به الصحافة الرياضية يفرض عليها

استخدام مجموعة من المصطلحات المتعلقة بالتخصص، فلا غرابة من استعمالها لكم

هائل من المصطلحات المتعلقة بالرياضة وفروعها.

- **من الناحية النحوية:** تأتي غالبية الجمل في الصحافة الرياضية فعلية، سواء في العناوين

أو المتن، وهذا يعود إلى الطابع الحركي للنشاط الرياضي.

- **من حيث الألفاظ:** تكثر في الصحافة الرياضية ألفاظ الصراع والمنافسة إلى جانب

استعمال الألفاظ العامية والمألوفة والمتداولة عادة بين الرياضيين.

- **من حيث الأسلوب:** تتميز لغة الصحافة الرياضية بالحيوية والبساطة والجاذبية، ويطغى

عليها طابع السرد مع دخول عنصر التحليل نادرا.¹

1- حسنيين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص.ص 227، 228

ز. الأنماط اللغوية للكتابة الرياضية:

حدّد (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) بعض الأنماط اللغوية التي يجب استخدامها عند تحرير الموضوعات الرياضية وهي:

➤ استخدام اللغة الفنية أو التصويرية: هي التي تمكن المحرر من التعبير باللغة المحسوسة عن المعنى والخواطر والأحاسيس، فاللغة الفنية أو التصويرية ليست سردا للحقائق أو بثا مباشرا للانكسار، ولكنها تجسيد وتمثيل لتلك الأفكار والحقائق يعايشها القارئ ويدركها إدراكا حسيا فيكون لها صدى كبير في نفسه واثرا عميقا في وجدانه.

➤ استخدام المصطلحات الرياضية: المصطلح الرياضي هو كل كلمة أو مجموعة من الكلمات تعبر أو تصف حركة أو أداء أو مهارة فنية معينة، ولكل رياضة من الرياضات المصطلحات الخاصة بها التي تميزها عن غيرها، والمحرر الرياضي مطالب بمعرفة هذه المصطلحات والإلمام بها الماما كاملا والالتزام باستخدامها في جميع مواضعه.

➤ استخدام العامية في الكتابة الرياضية: هي اللغة التي تجري على ألسنة الناس دون تقيد بقواعد اللغة المتعارف عليها من نحو وصرف وغيرها، وهي أداة التعبير عن المستوى المحلي وهي ذات صور عدة تختلف فيما بينها باختلاف الأقطار والأقاليم، ويعدّ استخدام الألفاظ العامية في كتابة الموضوعات الرياضية نوعا من أنواع التبسط والتقرب والتودد إلى القراء، ويرى البعض أن استخدام بعض الألفاظ والكلمات العامية يقوي الموضوعات الرياضية أكثر مما يفسدها فهي توضح للقارئ الكثير من المواقف.²

1- أديب خضور، "الإعلام الرياضي"، مرجع سبق ذكره، ص 76
2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص.ص 145- 147

وفي الإطار نفسه يقول (حسنين شفيق): "من مميزات اللغة الرياضية استخدام العامية التي تعني "مجموعة الألفاظ والكلمات المستخدمة في أمور الحياة اليومية، ويتحدث بها الأهل والجيران".

فاستخدام الألفاظ العامية في الموضوعات الرياضية يوضح للقارئ الكثير من المواقف، والكاتب المتمرس يتوقع من قرائه أن يعرفوا ما يتحدث عنه عندما يستخدم هذه الألفاظ والكلمات، والملاحظ أن الأسلوب الذي يغلب على الصحافة الرياضية ومعظم عناوينها مأخوذة من الجمهور وهتافاته.¹

9. الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي:

لا تختلف الموضوعات الإعلامية الرياضية في أي جريدة أو صحيفة أو مجلة أو محطة تلفزيونية أو إذاعية أو موقع إلكتروني عن تلك المعروفة في الإعلام العام، فهي إما تكون في شكل خبر أو تقرير أو تعليق أو تحقيق أو حديث، وينطبق عليها ما ينطبق على غيرها من قواعد وضوابط تحريرية كما تخضع لنفس القوالب الفنية، وكلها تضم أربع عناصر رئيسية هي العنوان، المقدمة، النص (جسم الخبر)، الخاتمة.

أولاً: الخبر الرياضي

أ. تعريف الخبر الرياضي:

عَرّف (أمين ساعاتي) الخبر بصفة عامة بأنه:

"المادة الأساسية في أي وسيلة إعلامية، وهو أساس كل مادة من المواد الإعلامية الأخرى، فلا تقرير ولا تحقيق ولا نقد ولا حديث دون خبر."²

1- حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 232
2- أمين ساعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 79

أما الخبر الصحفي الرياضي فقد عرفه (عبد الرزاق الدليمي) كما يلي:

"هو كل ما يتعلق بالرياضة وكل ما يهم الجمهور الرياضي أو يترك أثرا في علاقاتهم ونشاطهم وآرائهم وأخلاقهم وسلوكهم في المجال الرياضي، وهو معرفة ما لم يعرف عن الحقائق والمعلومات الرياضية الحديثة والطارئة".¹

في حين عرّف (سليمان لاوسين) و(عيسى الهادي) الخبر الرياضي بأنه:

"كل ما يتعلق بصالح الرياضة وكل ما يهم الجمهور الرياضي أو يترك أثرا في علاقاتهم ونشاطهم وآرائهم وأخلاقهم وسلوكهم في المجال الرياضي"²

والملاحظ من خلال التعريفين السابقين، أن الخبر الرياضي لا يختلف عن الخبر العام سوى في نقطة واحدة تتمثل في طبيعة مضمونه الذي يتعلق أساسا بالأحداث والوقائع والموضوعات الرياضية التي توجه إلى جمهور المهتمين بالمجال الرياضي.

ب. خصائص الأخبار الرياضية:

على الرغم من أن الأخبار الرياضية تشترك مع غيرها من الأخبار في العديد من النقاط، إلا أن لها بعض الخصائص أوجزها (عيسى الهادي وسليمان لاوسين) فيما يلي:

- مادة الخبر الرياضي هي الواقع أي الأحداث الجارية في المجال الرياضي، فالحدث الرياضي

بذاته عاجل وسريع واني وحركي وحيوي وهو يختلف عن الحدث السياسي أو الاقتصادي

أو الثقافي؛

1- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، مرجع سبق ذكره، ص 122
2- سليمان لاوسين، عيسى الهادي، مدخل لفنيات التحرير الصحفي الرياضي، مطبعة عالية بريستييج، البلدية، الجزائر، 2017، ص 89

- تهتم الجماهير بالرياضة باعتبارها من الهواية أو العاطفة أو المزاج، كما أن صيغة التأثر وردة الفعل إزاء الحدث أو الخبر الرياضي لا تضبطها قوانين محددة كالعلم والمنطق، بل تخضع لاعتبارات غير رياضية كالسياسة، القومية، الطائفية... الخ؛
- يشكل الشباب الكتلة الأكثر أهمية والرئيسية من الجمهور الرياضي، فهو يتميز بالتسرع والانفعال والانفعال والحيوية، كما يهتم بكل الأحداث الرياضية الكبيرة منها والصغيرة، من المسببات إلى النتائج والتداعيات داخليا وخارجيا؛
- الخبر الرياضي من الأنواع الصحفية التي يبحث عنها المتلقي عكس ما يحدث في الأنواع الأخرى التي تبحث عن المتلقي؛
- التنوع الذي يتميز به الجمهور الرياضي فرض تنوعا في مستويات الخبر الرياضي ليتناسب والوسيلة الإعلامية المستعملة التي تخاطب جمهورا معينا؛
- أدى تنوع واختلاف تكنولوجيا وسائل الإعلام ولغتها التعبيرية وكذا آلية تأثيرها إلى تنوع الأخبار الرياضية لتتلاءم والوسيلة الإعلامية المستعملة.¹

ج. أنواع الأخبار الرياضية: تنقسم الأخبار الصحفية الرياضية حسب (ياسين فضل ياسين) إلى:

- **الخبر الرياضي المفاجئ:** هو الخبر الذي تنفجأ به دون إعداد مسبق كخبر إقالة مدرب أو إقالة مجلس إدارة نادي رياضي وتعويضه بآخر.
- **الخبر الرياضي المخطط:** هو الخبر المتوقع والمخطط له كإقرار هزيمة فريق ما بسبب عدم مشاركته في مباراة رسمية.

1- عيسى الهادي، سليمان لاسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 84، 85

➤ **الخبر الرياضي البسيط:** هو الخبر الموجز الذي يتكون من كلمات قليلة تفيد الإخبار

بشيء دون التوغل في التفاصيل، وهو يتضمن في العادة حدثاً واحداً ولا يحتاج في تغطيته سوى لمحرر واحد.

➤ **الخبر الرياضي المركب:** هو الخبر المبني على سرد الوقائع والتصريحات والمعلومات، ويدل

على أكثر من واقعة وهو يتطلب بذلك أكثر من محرر.

➤ **الخبر الرياضي المحلي:** هو الخبر الذي يتناول الأحداث التي تقع داخل مجتمع أو موطن

المتلقي وهي تمثل اهتمامه المباشر.

➤ **الخبر الرياضي الدولي:** يتناول الأحداث التي تقع خارج الوطن كالمنافسات والدوريات

الدولية والقارية في مختلف الأنشطة الرياضية.

➤ **الخبر الرياضي الجاهز:** هو الخبر الذي يحصل عليه المحرر دون أن يبذل أي مجهود،

وكمثال على ذلك البيانات الصادرة عن النوادي والهيئات والاتحادات الرياضية؛¹

➤ **الخبر الرياضي المبدع:** هو ذلك الخبر الذي يبذل الصحفي الرياضي جهداً كبيراً

للحصول عليه واستكمال كافة جوانبه، وقد لا يتمكن البعض من الحصول عليه.²

ثانياً: التقرير الرياضي

أ. تعريف التقرير الرياضي:

"هو نوع صحفي إخباري مستقل ومتميز، يتوجه إلى ذهن وعواطف القارئ أو المستمع أو

المشاهد، يتمتع بقدر من الموضوعية لأنه يقدم الوقائع والمعلومات الآنية والجديدة ويضعها في

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص226

2- سليمان لاوسين، عيسى الهادي، مدخل لفنيات التحرير الصحفي الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص93

سياقها العام ويربطها بالقضايا الأساسية، كما يتمتع بقدر من الذاتية لأنه يقدم هذه الوقائع

والمعلومات من وجهة نظر الصحفي كشاهد عيان ووسيط.¹

ب. خصائص التقرير الرياضي:

يتميز التقرير الرياضي عن الأنواع الصحفية الأخرى بما يلي:

- يقدم التقرير ما هو أساسي في الحدث بالإضافة إلى تفاصيل دقيقة تساعد المستقبل على معايشة الحدث وفهمه واستيعابه؛
- يتميز التقرير بطابعه الشخصي (الذاتي)، فالحلقة الأساسية في التقرير هي كون الصحفي شاهد عيان للحدث، لذلك لا يكفي بنقل الخبر إنما يقدم انطباعه وتقييمه للحدث؛
- يستخدم التقرير لغة خاصة وأسلوباً يختلفان عن الأنواع الصحفية الأخرى، لأن الوصف الحي للحدث زماناً ومكاناً، بالإضافة للتقديم المباشر والحي للأشخاص المعنيين بالحدث من خلال حوارات مباشرة وحية، هو واحد من الأسس الهامة في التقرير.²

ج. أنواع التقرير الرياضي:

➤ التقرير الرياضي الصحفي:

"هو أحد أشكال أو فنون التحرير الصحفي للصحافة الرياضية التي تعمل من خلاله على إمداد القارئ بالمعلومات الرياضية الحديثة التي تتعلق ببعض الأشخاص الرياضيين أو ببعض الأحداث الرياضية ويكون لها مغزى معين."³

1- عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، مرجع سبق ذكره، ص 98

2- المرجع السابق نفسه، ص 99

3- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 242

➤ التقرير الرياضي الإذاعي:

يقول (عاصف حميدي) في كتابه "العمل الإذاعي والتلفزيوني":

"التقرير الإخباري في الإذاعة يعتبر المادة الإخبارية التي تفوق مجرد الخبر من حيث التفاصيل ووجهات النظر أو ردود الفعل، وهو المادة الخبرية التي تحتاج إلى وقت أطول لتقديمها وتعدّ توسعا في الخبر وتركيزا عليه وتأكيده له، وغالبا ما يأتي التقرير الإخباري ليوضح مدى أهمية خبر ما على الساحة المحلية أو الدولية ومدى أهميته بالنسبة للإذاعة التي تذيعه."¹

➤ التقرير الرياضي التلفزيوني:

لا يختلف التقرير الرياضي التلفزيوني عن التقرير الصحفي أو الإذاعي سوى بكونه يضم على جانب النص المكتوب عناصر أخرى تتمثل في الصورة، المقاطع الصوتية والمؤثرات البصرية (الغرافيكس).²

ثالثا: الحديث الرياضي:

أ. تعريف الحديث الرياضي:

عرّفه (عبد الرزاق مُجَدّ الدليمي) كما يلي:

"الحديث الرياضي هو نوع إخباري يجريه صحفي رياضي مع شخصية رياضية مهمة حول موضوع رياضي تهتم به شرائح واسعة من الجمهور الرياضي للحصول على معلومات وآراء أو لكشف وتوضيح الظواهر

1- عاصف حميدي، مرجع سبق ذكره، ص 93

2- عاصف حميدي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 79-86

والوقائع، هادفاً في نفس الوقت إلى الوصول إلى تحقيق هدف معين مرتبط بسياسة الوسيلة الإعلامية عموماً وبموقعها إزاء الموضوع أو الظاهرة.¹

أما (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) فقد عرفاه كآتي:

"الحديث الرياضي عبارة عن لقاء أو مقابلة تتم بين صحفي أو أكثر وشخصية رياضية أو أكثر (لاعب، مدرب، إداري، مسؤول... الخ)، للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق رياضية حول بعض الأحداث أو القضايا أو الموضوعات الرياضية، أو التعرف على وجهات النظر أو الآراء في أمور تشغل الرأي العام في المجال الرياضي، أو لإلقاء الضوء على هذه الشخصية الرياضية وتعريف القراء بها أو لتسليّة القراء وإمتاعهم عن طريق المواقف الرياضية الطريفة والخفيفة."²

ب. أنواع الحديث الرياضي:

تباين وتتعدد أنواع الأحاديث الصحفية الرياضية، فقد قسمها بعضهم تبعاً لأهداف ووظائف كل منها، وقسمها آخرون تبعاً لمواضيعها أو موادها، لذا يمكن تقسيم الأحاديث الرياضية إلى:

- **حديث الخبر:** الغرض منه هو جمع الأخبار عن طريق استقصاء المعلومات والبيانات الرياضية الجديدة حول حادثة أو بطولة أو مباراة بالرجوع في ذلك لأشخاص معينين.
- **حديث الرأي:** هو حديث يهدف إلى الحصول على آراء أصحاب الخبرة أو المتخصصين في أحد المجالات الرياضية تجاه موضوع الحديث، وعلى الصحفي الرياضي أن يقوم بعرض جميع الآراء المؤيدة منها والمعارضة ويترك الحكم للقارئ.

1- عبد الرزاق محمد الدليمي، **الإعلام المتخصص**، مرجع سبق ذكره، ص 128
2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 199

● **حديث التسلية:** هو حديث الغرض منه الترويح والتسلية والترفيه عن القراء، ويعتمد

على البحث في حياة المتحدث معه وتصوير شخصيته عن قرب وإبراز المواقف الطريفة.

➤ **حديث الشخصية:** هو الحديث الذي يتناول فيه المتحدث سيرته الذاتية وتجاربه وكفاءته

ومناصبه الوظيفية... الخ.

وأضاف (ياسين فضل ياسين) نوعاً آخر من الأحاديث هو:¹

➤ **حديث الإرشاد والتوجيه:** لا يهدف هذا النوع من الأحاديث إلى التسلية والترفيه عن

القراء، وإنما هدفه هو تحقيق مبدأ الوعي الاجتماعي بالعديد من السلوكيات التي تضر

بالفرد والمجتمع والتحذير من التماذي فيها، مثل أعمال العنف والشغب في الملاعب أو

التعصب الرياضي... الخ.²

أما من حيث الوسيلة، فالأحاديث الرياضية تنقسم إلى:

أ. **الحديث الرياضي الصحفي:**

تتعدد الأشكال التي تأتي الأحاديث الصحفية عليها، وهي كما يلي:

➤ **الحديث المباشر:** يقوم فيه الصحفي الرياضي بالاتصال أو المقابلة المباشرة مع الشخصية

التي يتم إجراء الحديث معها، ويعدّ هذا النوع هو الأصل السائد.

➤ **الحديث بالبريد:** أصبح هذا النوع من الأحاديث الصحفية نادر الوجود خاصة بعد

ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، أما في السابق ونظراً لبعده المسافة بين المحرر

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 248

2- عبد الرزاق محمد الدليمي، **الإعلام المتخصص**، مرجع سبق ذكره، ص 129- 131

والمُتحدّث كان يتم إرسال الأسئلة (موضوع الحوار) بالبريد ثم استقبال الإجابة بنفس الطريقة، إلا أن هذا النوع من الأحاديث كان من عيوبه التأخر في الإجابة عن الأسئلة في حين أن العمل الصحفي يتطلب السرعة لتحقيق التميز بين صحيفة وأخرى.

➤ **حديث الهاتف:** يتم هذا النوع من الأحاديث الصحفية عبر الهاتف، حيث يتبادل الصحفي الأسئلة والأجوبة مع المُتحدّث ثم يقوم بتحرير مادته وفق الخطوات المذكورة أعلاه.

➤ **حديث المؤتمرات:** هو نتاج حوار بين مجموعة من الصحفيين والشخصية التي دعت لعقد المؤتمر، وبالتالي فالحديث هنا ليس قاصراً على صحفي بعينه، بل هو موجه للجميع وعلى كل واحد اختيار ما يتماشى مع سياسة صحيفته

➤ **حديث الأنترنت:** نظراً للتقنية الحديثة في مجال الاتصالات والمعلومات أصبح من السهل على المحرر الصحفي أن يقوم بإجراء حوار كامل لساعات ممتدة مع شخصية رياضية داخل أو خارج البلد بالصوت والصورة عبر المحادثة من خلال شبكة الأنترنت. وهنا تجب الإشارة إلى ما أضافته شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، انستاغرام... الخ) وخدمة البريد الإلكتروني من مزايا وخدمات لمجال الصحافة الرياضية، حيث أصبح من السهل ربط الاتصال مع أي شخصية رياضية (لاعبين، مدربين، مسيرين، مسؤولين وغيرهم) في أي مكان وفي أي زمان على اعتبار أن أغلب هؤلاء وحتى الفرق والمنتخبات أصبحت لديهم إما مواقع أو حسابات شخصية، وهو ما سهّل

كثيرا من عمل الصحفيين الرياضيين سواء في الحصول على المعلومات أو في إجراء

الأحاديث الصحفية.¹

ب. الحديث الرياضي الإذاعي:

الحديث الإذاعي هو أساس من الأسس الرئيسية للإعلام الإذاعي، وأي اتصال يقوم به الإذاعي

قد يشكل حديثا يهدف إلى الحصول على معلومات حول موضوع ما، ولأن الحديث الإذاعي شأنه شأن

بقية الأنواع الصحفية الأخرى مأخوذ من الصحافة المكتوبة، فإن تعريفه ووظائفه ومراحله لا تختلف عن

الحديث الصحفي، إلا أن له عناصر خاصة به هي:

➤ **هدف البرنامج الإذاعي:** قد يكون هدف البرنامج الإذاعي هو الحصول على المعلومات

أو الأخبار أو الوقوف على رأي حول موضوع أو قضية أو شرح أو تفسير لخير، كما

يمكن أن تكون الشخصية الضيفة هي الهدف الأصلي للبرنامج.

ويأسقاط ما سبق على المجال الرياضي يمكن القول أن هدف البرنامج الرياضي الإذاعي

قد يكون الحصول على معلومات أو أخبار حول موضوع أو قضية رياضية تشغل الرأي

العام، أو استضافة شخصية رياضية (لاعب، مدرب، مسؤول، إداري... الخ) صنعت أو

تصنع الحدث بتصريحاتها أو مواقفها أو إنجازاتها الرياضية في مختلف البطولات

والمنافسات.

➤ **الشخصية التي تجري معها الحديث:** هي الأساس الذي يقوم عليه الحديث الإذاعي،

فالشخصية هي التي ستقدم للمستمع الآراء والأفكار والمعلومات.

1- المرجع السابق نفسه، ص 248

وفي الحديث الرياضي الشخصية يجب أن تكون لها صلة وثيقة ومباشرة بالقضية أو الحدث أو المشكلة، حتى تتمكن من إفادة المستمع بأرائها وأفكارها ووجهة نظرها بالإضافة إلى تقديم المعلومات الكافية والوافية له.

➤ **المذيع أو مقدم البرنامج:** يعتبر المذيع أو المقدم ممثلاً للمحطة التي يعمل بها من جهة، ومن جهة أخرى فهو نائب عن المستمع في تقديم الأسئلة، ومن ثمّ فعليه أن يتنبأ بما يدور في ذهن الجمهور من أسئلة حول الموضوع ويطرحها على ضيف البرنامج، ومقدم البرنامج الرياضي الإذاعي مطالب بأن تكون له ثقافة رياضية حول موضوع الحديث ويكون ملماً بكافة جوانبه، إلى جانب امتلاك أكبر قدر من المعلومات حول ضيف البرنامج حتى يتمكن من طرح الأسئلة المناسبة والتي تُشبع فضول المستمعين.

➤ **موضوع الحديث:** ينبغي التفريق بين هدف البرنامج وموضوعه، فالهدف هو ما يسعى مقدم البرنامج لتحقيقه، أو الأثر المراد إحداثه لدى الجمهور، أما الموضوع فهو الفكرة التي يدور حولها النقاش والتي يسعى مقدم البرنامج إلى شرحها أو تفسيرها أو تكوين رأي عام أو موقف تجاهها.

➤ **صياغة أسئلة الحديث:** يتوقف النجاح في صياغة أسئلة الحديث الإذاعي على قدرات المذيع ومدى إلمامه بكافة الجوانب حول الموضوع وحول الشخصية في آن واحد، وبالنسبة للمواضيع والشخصيات الرياضية يجب على المذيع الرياضي أن يبذل الجهد الكافي في جمع المعلومات حول القضية أو الحدث الرياضي وحول ضيف برنامجه

الرياضي، حتى يتمكن من صياغة الأسئلة التي توصله إلى تحقيق أهداف برنامجه من جهة

وتحيط بكافة جوانب الموضوع الرياضي من جهة أخرى.¹

ج. الحديث الرياضي التلفزيوني:

يشترك الحديث الرياضي التلفزيوني مع الحديث الرياضي الصحفي والحديث الرياضي الإذاعي في عدة

نقاط، لكنه يتميز عنهما ببعض الخصائص يمكن إيجازها فيما يلي:

- يساهم استخدام الكاميرا في الحديث الرياضي التلفزيوني في إبراز الانفعالات والتأثيرات؛
- استخدام النص المكتوب في الحديث التلفزيوني يجب أن يُعامل معه بدكاء ولا يجب اللجوء إليه إلا عند الضرورة القصوى ويفضّل أن يكون ذلك عندما يكون المقدم خارج نطاق الكاميرا؛

- الالتزام بأداب المحادثة سواء في الجلسة أو في طريقة توجيه الأسئلة؛
- يجب على المقدم أن يتفادى الإيماء بالموافقة أو الرفض، لأن الضيف هو الشخص المتخصص والمؤهل - حسب المشاهد - للحديث عن الموضوع.²

ج. الحديث الرياضي الإلكتروني:

لا يختلف الحديث الرياضي الإلكتروني عن الحديث الرياضي الصحفي أو الحديث الرياضي

الإذاعي أو الحديث الرياضي التلفزيوني، إذ يحمل خصائص كل منها، إلا أن صياغته تأخذ جانبا من

1- بتصرف عن: أميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2005، ص.ص 114-116
2- أميرة الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص 114، ص121،

الاعتبارات التي توفرها التقنية الحديثة التي تسمح للمحرر الإلكتروني بكتابته باستخدام وسائل أخرى إلى جانب الكلمات مثل لقطات الفيديو، المقاطع الصوتية والروابط الفائقة.¹

رابعاً: التحقيق الرياضي:

أ. تعريف التحقيق الرياضي:

يعرفه (عبد الرزاق الدليمي) بأنه:

"عبارة عن تحرّ ودراسة حول فكرة رياضية ما أو ظاهرة معينة تشغل الجماهير الرياضية، في وقت ما، تدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التي تحتاج لإجابة والمشكلات الرياضية التي تحتاج إلى حلول عن طريق الاستعانة بالمصادر المختلفة لها وإجراء سلسلة من اللقاءات مع الأطراف المعنية بها سعياً وراء الوصول إلى حلول أو إجابات لها."²

أما (عيسى الهادي وسليمان لاوسين) فعرفاه كما يلي:

"هو نوع صحفي إخباري مستقل و متميز، يستخدم لدراسة شريحة من الواقع الرياضي (حدث هام، واقعة مميزة، تطور محدد، ظاهرة معينة، مشكلة ما... الخ)، دراسة موسعة، شاملة وعميقة تنفذ من خلال العرض والشرح والتفسير والتحليل والحوار والاستنتاج إلى تقديم رؤية معمقة تستجيب لغنى الحياة الرياضية وتعقدتها، كما تستجيب لمتطلبات شرائح نوعية من المستقبلين."³

1- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سبق ذكره، ص 95

2- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، مرجع سبق ذكره، ص 131

3- عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، مرجع سبق ذكره، ص 105

ب. خصائص التحقيق الرياضي:

يعتبر التحقيق الرياضي من أشمل وأثقل الأنواع الصحفية فهو يجمع بين الخبر والتقارير والحديث، لكنه يختلف عنها حسب (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) في النقاط التالية:

- يتميز التحقيق الرياضي بأن لدى الصحفي الوقت الكافي لإعداده وذلك للتعلم و البحث والتنقيب والتحري عن الحقائق والمعلومات الرياضية من مصادرها المختلفة وتقديم موضوع جيد مدعم بآراء المسؤولين وأطراف الحدث أو الواقعة؛
- التحقيق الرياضي يهدف إلى شرح وتفسير الأحداث الرياضية والتعليق عليها في محاولة للفت نظر المتلقي.¹

أما (ياسين فضل ياسين) فحصر سمات التحقيق الرياضي في:

- التحقيق الرياضي يتناول واقعة رياضية تشغل اهتمام الجمهور والمجتمع الرياضي؛
 - التحقيق الرياضي يتصف بالإثارة والطرافة؛
 - التحقيق الرياضي يتسم بالإقناع والتأثير ويتصف بالجددة والابتكار.²
- ج. أهمية التحقيق الرياضي: يعتبر التحقيق الرياضي واحدا من الأنواع الصحفية التي تتمتع بأهمية خاصة في الإعلام الرياضي، وتكمن هذه الأهمية فيما يلي:
- تعقد الأحداث والظواهر الرياضية جعل الخبر عنها لا يفихا حقها لدى المستقبل، وهو ما دفع بالاتجاه نحو استخدام التحقيق الرياضي باعتباره النوع الصحفي الأكثر مقدرة على معالجة الأحداث بتكامل وشمولية؛

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 243
2- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 266

- تواجه الحياة الرياضية الكثير من المشاكل المختلفة والمعقدة التي تبحث عن حلول مناسبة، كما تعرف بعض المواقف والمسائل والقرارات التي تثير الجدل، وتحتاج بالتالي إلى كشف الملابسات وتوضيح الأسباب، وتحليل الجوانب المختلفة لأجل توضيح الغموض والتوصل إلى حل المشاكل، وهذا ما يضمنه التحقيق الرياضي؛
- التنوع وغنى الحياة الرياضية، جعل التركيز على الحدث الرياضي من زاوية واحدة أمرا صعبا للغاية، والنوع الصحفي الوحيد الذي يسمح بتقديم نظرة متعددة الأبعاد للحدث الرياضي على أساس منهجي متكامل هو التحقيق الرياضي؛
- تعقد الحياة الرياضية أفقد الوقائع والأحداث بساطتها في التغطية وفرض نمطا جديدا من التفكير والتغطية المناسبة، وأصبح المطلوب بحث وتحليل ودراسة وتفسير الظواهر والقوانين، والتحقيق الرياضي هو النوع الأنسب والأقدر على ذلك؛
- تعدد النظرات والمناهج والأساليب في الساحة الرياضية، يفرض الحرص على تغطية هذا التنوع في الآراء والمواقف ووجهات النظر، والنوع الأنسب لكل هذا هو التحقيق الرياضي.¹

د. أنواع التحقيق الرياضي:

هناك نوعان أساسيان من التحقيقات الرياضية هما:

- أ- التحقيق المفصل أو الطويل: يعتمد هذا النوع أساسا على الكلمة المكتوبة التي تكون هي الأساس تصاحبها المواد المصورة، ويقوم المحرر الرياضي بالالتقاء بالمصادر المختلفة وقراءة الوثائق الرياضية والاستعانة بكل وجهات النظر والآراء الرياضية المؤيدة والمخالفة.

1- بتصريف عن: عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 103-106

وحق يمكن للمحرر الصحفي الرياضي من القيام بإجراء تحقيق ناجح، لا بد من الاستعانة بأدوات جمع البيانات الخاصة بمناهج البحث العلمي وتقنياته الحديثة في التخطيط وفي جمع المادة الصحفية الرياضية وتصنيفها وتحليلها للوصول إلى استخلاص النتائج والحلول المناسبة.

ب- التحقيق المصور: يعتمد هذا النوع على الصورة الفوتوغرافية كعنصر أساسي، وتكون الكلمة فيه عاملاً مساعداً للصورة، وكثيراً ما تخصص الصحافة الرياضية لهذا النوع من التحقيقات مساحات كبيرة على صفحاتها، وتقوم فكرة هذا النوع من التحقيقات على أن تكون الصورة أكثر واقعية وصدقا من الكلمات مهما كثرت أو طالت، بل أن هناك كثيراً من الصحفيين ينشرونها دون تعليق.¹

خامساً: التعليق الرياضي:

من خلال القراءات التي قمنا بها، لاحظنا أنه على خلاف الأنواع الصحفية الأخرى التي كانت متشابهة سواء في الإعلام الرياضي الصحفي أو الإذاعي أو التلفزيوني، فإن التعليق الرياضي يختلف اختلافاً جذرياً من وسيلة لأخرى، فالتعليق في الصحافة المكتوبة يسمى الرأي ويكون متصلاً بالوقائع التي تحدث في المجال الرياضي، أما في الإذاعة والتلفزيون فهو يرتبط بنقل ونقد وتحليل الأحداث والمباريات الرياضية، لذلك سندرس كل نوع على حدى.

أ. التعليق الرياضي الصحفي:

● تعريف التعليق الرياضي الصحفي: عرّف (عيسى الهادي وسليمان لاوسين) التعليق

الرياضي الصحفي كما يلي:

1- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، مرجع سبق ذكره، ص 132

"هو نوع صحفي فكري مستقل و متميز، يهدف أساساً إلى تقديم رأي صريح و واضح و محدد و معلن إزاء حدث رياضي هام، وهو يقدم الأدلة و الحجج و البراهين و الشواهد التي تؤكد صحة هذا الرأي، محاولاً بذلك تقديم مغزى و معنى و قائع الحدث و إيضاح علاقاته المترابطة و سياق تطوره و أسبابه."¹

● أهمية التعليق الرياضي الصحفي:

يعتبر التعليق من أهم الفنون الصحفية التي يتطلع إليها القارئ، فهذا الأخير يكون قد شاهد المباراة في التلفزيون بالأمس و عرف نتيجتها، لكنه في اليوم الموالي يريد أن يعرف ما هو تعليق الصحافة الرياضية حول أداء الفريقين و اللاعبين على حد سواء، و تعليقها على أداء الحكم و رأيها في قراراته، فهو يريد منها أن تشاركه رأيه كما يتطلع إلى معرفة آراء اللاعبين و المدربين.²

ويري (عيسى الهادي و سليمان لاوسين) أن من بين أسباب الاهتمام المتزايد بالتعليق الرياضي ما يلي:

- تطور الاهتمام بالرياضة و اتساع الجمهور المهتم بها من كل شرائح المجتمع، و نظرتهم الجدية و العميقة للأحداث الرياضية و البحث في أسبابها؛
- التعقد و التشابك الذي يبدو على الأحداث و الظواهر الرياضية و التطورات على الساحة الرياضية، و بالتالي تعدد و اختلاف وجهات النظر إزاء هذه الأحداث و الوقائع، هذا ما طرح فكرة إبداء الرأي و التعليق هو النوع الصحفي الأنسب لذلك؛
- التعليق الرياضي يهتم بما هو أعمق من تقديم الوقائع و المعلومات بطريقة موجزة و سطحية؛
- النقص الكبير في قدرة الأخبار على التغطية الكاملة للحدث الرياضي، يفرض استخدام التعليق الذي يُظهر الجبايا في علاقاته و يقدم مغزاه و معناه؛

1- المرجع السابق نفسه، ص 109

2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 187

- مقتضيات السياسة الرياضية للصحيفة والفلسفة الرياضية التي تعتقها وربما المصالح التي تخدمها والأهداف التي تسعى لتحقيقها، تفرض عليها تحديد موقفها الواضح من الأحداث الرياضية، ولا يوجد أفضل من التعليق لإنجاز هذه المهمة؛
- التطور والنضج الذي عرفه الإعلام الرياضي، كان له انعكاس مباشر على نضج وغنى الحياة الرياضية، وهو ما يفرض على الصحف إشباع الحاجات المختلفة للمهتمين بالرياضة وذلك باستخدام الأنواع الصحفية المتنوعة منها التعليق.¹

● التعليق الرياضي الإذاعي أو التلفزيوني:

- إن الإدراك السليم لحقيقة العلاقة ما بين الكلمة والصورة، هو الصواب الذي تقوم عليه عملية التغطية التلفزيونية المباشرة للأحداث الرياضية، وعليه فالمعلق الرياضي الإذاعي أو التلفزيوني وجوده ضروري خلال النقل المباشر، وهناك جملة من الشروط والمواصفات التي يجب أن تتوفر فيه هي:
- يجب على المعلق الرياضي الإذاعي أو التلفزيوني أن يتقن مهمته الأساسية عند النقل الحي والمباشر للأحداث والمتمثلة في التفسير والشرح والتحليل وعدم الاكتفاء بالوصف، لأنه مطالب بقول ما لا تستطيع الصورة التعبير عنه؛
- يجب أن يكون ذا ثقافة رياضية عامة وعلى علم بقوانين اللعبة، وهذا ما يجبره على بذل المزيد من الجهد في مرحلة الاستعداد لتقديم التفسير المناسب للأحداث، فالشاشة لا تمنح مجالاً للأخطاء الناجمة عن نقص المعرفة؛
- السيطرة المطلقة على اللغة، فبدونها يعجز المعلق الرياضي عن التعبير بدقة وسرعة عن الفكرة التي يريد إيصالها إلى المشاهد؛

1- عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 111-113

- التحكم الكامل بالصوت، قوة الصوت، طرق الأداء، التغييرات الرتمية في نبرات الصوت، سرعة الحديث، التنوع في الصوت، مع الحرص على دقة التعبير وسلامة النطق، وكل هذا يتم على ضوء المستجدات والتطور السريع للحدث الرياضي؛
- القدرة على الارتجال والسيطرة على الموقف والثقة في النفس؛
- التنسيق مع أفراد طاقم العمل (مخرجين، مساعدين، مصورين... الخ)؛
- الحرص على أن يكون موقعه بعيدا عن أسباب التأثير والتأثر كالبعد عن الجماهير واللاعبين والحكام وغيرهم.¹

سادسا: المقال الرياضي:

المقال الرياضي هو نوع صحفي تختص به الصحافة الرياضية، ويطلق عليه في بعض الأحيان اسم افتتاحية الصحيفة لأنه ينشر في الصفحة الأولى وفيه تعبير عن رأيها وسياستها في جميع الشؤون الرياضية للدولة، وهو ذو أهمية كذلك بالنسبة للقارئ فمن خلاله يستطيع أن يتعرف على أمور وأسرار يصعب عليه معرفتها لعدم مقدرته على الإلمام بكل الأحداث الجارية والمحيطه به في حياته اليومية فيقوم كاتب المقال بنقلها إليه دون عناء أو مشقة.

أ. تعريف المقال الرياضي:

عَرَفَ (علي عبد الفتاح كنعان) المقال الرياضي بأنه:

1- عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 113-116

"هو أحد فنون الصحافة الرياضية الذي تعبر من خلاله وبشكل مباشر عن السياسة الصحفية الرياضية لها والتي تعكس آراء بعض كتابها في الأحداث الرياضية المعاصرة أو الجارية أو القضايا الرياضية التي تشغل الرأي العام في المجتمع الرياضي سواء كانت محلية أو دولية."¹

ب. أهمية المقال الرياضي:

- للمقال الرياضي الصحفي أهمية بالغة في الصحافة الرياضية يمكن تلخيصها هذه فيما يلي:
- هناك صلة وثيقة بين المقال والخبر، فالقارئ كثيرا ما يختار أمام الأخبار، فهو يقرأ الخبر لكن لا يعرف أي اتجاه يسلك، لذلك فهو يحتاج إلى رأي خبير يرشده إلى الطريق الذي يسلكه؛
 - يقوم المقال الرياضي بوظيفة شرح وتحليل الخبر، وأسلوبه يتسم بطابع الإبداع الحقيقي في الصحيفة؛
 - يعبر المقال الرياضي عن سياسة الصحيفة الرياضية، ويعكس آراء كاتبه في الأحداث والقضايا الرياضية التي تشغل الرأي العام؛
 - يعدّ المقال الرياضي بمثابة الأداة التي تعكس الرأي العام في المجتمع الرياضي، فمن خلاله يستطيع القارئ أن يتعرف على الرأي العام بهذا المجتمع فيما ينشر من معلومات وقضايا رياضية وبالتالي يمكنه من خلق فكر رياضي يتناسب مع هذا الرأي.²

ج. أنواع المقال الرياضي:

- **المقال الافتتاحي:** هو مقال الرأي الذي تنشره الجريدة في صفحة الرأي وأحيانا في الصفحة الأولى عندما يتعلق الأمر بقضية رياضية هامة وحالية.

1- علي عبد الفتاح الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 15
2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 176

ويهدف المقال الافتتاحي إلى التعليق على مادة نشرتها أو تنشرها الجريدة أو موقف أو حدث رياضي أو قضية رياضية مثارة ويعبر عن لسان حال الجريدة تجاه ذلك وترجع أهميته إلى أنه يعكس موقفها وتوجهها التحريري وأنحيازها الإيجابي أو السلبي لاهتمامات القراء. ويقوم بكتابة المقالات الافتتاحية رئيس التحرير أو الناشر أو يوحي بفكرتها إلى محرر يقوم بكتابتها.

● **مقال العمود:** هو المادة الصحفية التي تتسم دائما بطابع صاحبها أو محررها في أسلوب التفكير وأسلوب التعبير ولا تتجاوز مساحته عمودا صحفيا واحدا على أكثر تقدير وتنشر بانتظام (يومي أو أسبوعي) تحت عنوان ثابت وتوقيع ثابت هو توقيع محرره، وغالبا ما يكون موضوع مقال العمود مرتبطا بشخصية الكاتب وأحاسيسه وأفكاره وتأملاته، ويكون في شكل حوار شخصي بين الكاتب وقراءه.

ومقال العمود في الصحافة الرياضية يقوم على تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض كتاب الرياضة في مختلف الشؤون الرياضية، ونظرا لوجود علاقة حميمة بين الكاتب وقراءه، فقد يتضمن العمود ردًا على بعض رسائل القراء وقد ينشر جانبا منها، لذلك فالصحيفة الرياضية تمنح كاتب مقال العمود الرياضي حرية أكثر من التي تعطى للمحرر الرياضي، فهي إن كانت تلزم المحرر الرياضي بالالتزام بالسياسة التحريرية، فهي لا تقوم بذلك مع محرر مقال العمود وإن كانت لا تسمح له بمعارضة هذه السياسة.¹

● **مقال العبارات المجنحة:** يعتبر مقال العبارات المجنحة أصعب المقالات كتابة لأنه مقال يتميز بالذاتية العميقة أو نحت في أعماق صاحبه وتبدو عباراته رصينة وسريعة وعاجلة ويحمل طابع

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص.ص 177-179

الحدّة ويكاد يقترب أسلوبه ومعالجته من الصورة والكاريكاتور وتقول كلماته المجنحة ما يقوله غيره في صفحات طويلة، لذلك فإن العبارات المجنحة يشبه إلى حد بعيد النثر الشعري وغالبا ما تنشر هذه المقالات في نهاية المقال الرئيسي أو في ذيل مقال العمود القصير ولذلك كثيرا ما يكون مقال العبارات المجنحة عبارة عن وخزة أو لسعة لاذعة من كاتب له باع صحفي كبير.

● **المقال الصحفي القصير:** يمثل هذا النوع من المقالات ردود أفعال الكاتب حول أحداث اليوم والساعة، فذاتية الكاتب هي محرك النوع، فإذا روى خبرا فهو يرويّه من خلال ردود أفعاله، وإذا ذكر نادرة أو فكرة أو انشأ عبارة لامعة فذلك يكون جزء من ردود أفعاله.

● **المقال القضية:** كثير من المقالات هي خواطر أو انتقادات خاطفة بلا قضية فمثل هذه المقالات لا تلبث أن تتلاشى دون أن تترك أثرا في الوسط الرياضي وهذا النوع نجده كثيرا في المقال القصير أو مقال العبارات المجنحة، أما المقالات التي تناقش قضية من القضايا ويدور حولها الكثير من الجدل قد تستمر أياما بل سنوات وسنوات، فالمقال القضية يقوم على أساس التفاعل بين الكاتب وبين الأحداث الجارية، لذلك فإن المقال الذي يناقش قضية رياضية حية هو المقال المفعم بالحوارات والذي يدخل دائرة الإبداع ويعيش في أذهان الأجيال، أما المقال الذي يناقش موضوعا وقتيا عابرا فإنه ينتهي ويتلاشى في خضم الأحداث الهامة، لذلك فإن المقال القضية لا بد أن يخطط له حتى يستطيع الكاتب أن يغطي كافة أرجاء القضية التي يبحثها، كما أنه لا يجب أن يكتب من فراغ بل يجب أن يوضع له إطار عام يدور في فلكه.

● **المقال الرياضي العلمي:** الصحافة العصرية لم تعد مجرد إعلام وإخبار فقط، بل أصبحت صحافة معلومات أي أن المعلومات غدت عنصرا أساسيا في صحافة اليوم، وفي الآونة الأخيرة برز عدد من الصحفيين الذين يحاولون تضيق الفجوة بين البحث وبين المقال حتى أصبحت بعض

المقالات تتميز بمعلوماتها الزاخرة أكثر مما تتميز بأخبارها المجلجلة، بل اعتادت الكثير من الصحف على استقطاب كتاب المقالات العلمية كنوع من أنواع الخطبات الصحفية أو السبق الصحفي؛ ويرى بعض الباحثين أنه يجب الاستعانة بالأساتذة من كليات التربية الرياضية للكتابة في مثل هذه المقالات العلمية في الصحافة الرياضية، ويمكن أن تكون هذه المقالات في صورة سلسلة ما من شأنه أن يساهم في زيادة الوعي والثقافة الرياضية لدى القراء.¹

● **مقال السيرة الذاتية:** تعد مقالات السير الذاتية هي الصيغة الأكثر شيوعاً للمقالات المتخصصة التي توجد في الصفحات الرياضية، وهي عبارة عن مقالة سرد ذاتي لشخصية لاعب، مدرب، مسير أو غيرهم ممن يمثلون محور الأخبار الرياضية، وتكون في شكل قصة ذات اهتمام إنساني بحكم أنها تدور حول شخصية مشهورة.²

سابعا: العمود الرياضي:

أ. تعريف العمود الرياضي:

يعرّف (إبراهيم فؤاد الخصاونة) العمود الرياضي كما يلي:

"هو فن يقوم على تسجيل الانطباعات الشخصية والذاتية لبعض كتاب الرياضة في مختلف الشؤون الرياضية، حيث يتحدث الكتاب إلى القراء كما لو كانوا أصدقاء يتجادون أطراف الحديث."³

1- المرجع السابق نفسه، ص.ص 181-183

2- فيل أندروز، مرجع سبق ذكره، ص 176

3- إبراهيم فؤاد الخصاونة، الصحافة المتخصصة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 93

ويعرفه حسنين شفيق بأنه: "مقال موجز يمثل أحد المعالم التابعة للصفحة الرياضية في كثير من الصحف، ويجرّه كاتب واحد هو عادة رئيس القسم الرياضي وهو يظهر بانتظام على الصفحة، سواء كان ذلك كل يوم أو في يوم معين من الأسبوع."¹

ب. أهمية العمود الرياضي: تعتبر أعمدة الرأي من أهم مكونات الصفحة الرياضية ويرجع ذلك لأنها:

- تساعد في شغل المساحة خلال الأيام الهادئة التي توجد بها القليل من الأحداث الرياضية؛
- تمنح الفرصة لأفضل صحفيي الجريدة للكتابة بأسلوب ماهر وشيق؛
- تعتبر منصة للشخصيات الرياضية العالمية حيث يعمل وجود اسمهم على رأس العمود على جذب اهتمام القارئ؛

- تخلق حالة من الجدل والنقاش فيما بين القراء؛
- تعمل على إبقاء القصص الحالية مشتتة حتى يظهر في الأفق تطور هام جديد يشغل الساحة.²

ج. البناء الفني للعمود الرياضي:

البناء الفني للعمود الرياضي يقوم على قالب الهرم المعتدل إذا ما تضمن موضوعا واحدا، أما إذا كان عبارة عن مجموعة من الفقرات كل منها يسجل انطباعاته عن موضوع مختلف، فلا يلتزم بهذا القالب.

وفي حالة ما إذا كان العمود يدور حول موضوع واحد، فمن الضروري أن يتضمن ثلاثة أجزاء هي:

- المقدمة: لا بد أن ينطلق الكاتب من زاوية متميزة تجذب القارئ، ويمهد بها للموضوع.
- الجسم: يشرح خلاله الكاتب فكرته أو يسجل انطباعاته عن الحدث الرياضي، وقد يتحدث عن ذكرياته المتعلقة بالموضوع، أو يعرض رسالة من قارئ ذات صلة بالموضوع.

1- حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 238
2- فيل أندروز، مرجع سبق ذكره، ص 184

● الخاتمة: قد تكون جملة مؤثرة أو لفظة ساحرة أو نقدا لاذعا أو نصيحة للاعب أو حكم

أو ناد، وقد تكون مجرد انطباع يضاف إلى الانطباعات الشخصية الأخرى التي سجلها

في جسم العمود.¹

ثامنا: النقد الرياضي:

أ. تعريف النقد الرياضي:

يعرّف (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم) النقد الرياضي بأنه:

"هو الشكل الصحفي الذي يضع فيه الناقد الرياضي رؤيته في قالب مقبول عند القارئ الواعي المحايد."²

وعرّفه (ياسين فضل ياسين) كما يلي:

"هو توضيح نقاط القوة ونقاط الضعف في ظاهرة رياضية معينة، ومن ثمّ اقتراح الحلول المناسبة لها."³

ب. دور الناقد الرياضي:

كما سبقت الإشارة إليه فإن وظيفة الناقد الرياضي هي السعي وراء الحقيقة، لكن عليه أن يسلم

بأنه لن يعرف هذه الحقيقة بنسبة كاملة، لأن الحقيقة نسبية فما يُعتبر حقيقة عند البعض قد يكون غير

ذلك عند البعض الآخر، ووظيفة الناقد هنا هي وضع رؤيته في قالب مقبول عند القارئ.⁴

ويرى (ياسين فضل ياسين) أن دور الناقد الرياضي ليس مجرد ممارسة للمديح المستمر أو أنه

تجسيد للثناء العاطر فقط، بل أن وظيفته الأولى هي الإبداع الذي لا يتحقق إلا إذا استخدم معيار

1- إسماعيل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص.ص 79، 80

2- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 219

3- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 286

4- المرجع السابق نفسه، ص 187

الموضوعية في التحليل والطرح، فالنقد في جوهره هو التصريح بالرأي الآخر ضمن المبادئ والتقاليد والأخلاق الكريمة.¹

ج. أنواع النقد الرياضي:

قسم (ياسين فضل ياسين) النقد الرياضي إلى نوعين هما:

➤ **النقد البناء:** هو إيجاد مكامن الإيجاب والسلب، القوة والضعف في عمل رياضي ما، وطرحها لنقاش موضوعي محايد بغرض الارتقاء بالعمل وتطوير الطرف المعني بالنقد، والنقد البناء لا يحتاج لشرح كثير فهو نقد هدفه وخاصيته محددة وفي الحدود الموضحة بالشرح، والناقد الجيد يجب أن يتوفر فيه عاملان مهمان هما: ثقافة رياضية عالية والتغلب على العاطفة.

➤ **النقد الهدّام:** هو إيجاد مكامن السلب فقط في عمل رياضي ما وطرحها لنقاش غير موضوعي وغير محايد، وغالبا ما يكون الهدف منه الزيادة في السلب، والناقد الهدّام يكون غالبا غير مثقف وجاهل بأصول النقد وتتملكه العاطفة لدرجة السلبية وهو يتعرض للضغط الخارجي ما يؤثر على موضوعيته في النقد والتحليل.²

د. الأركان التي يقوم عليها النقد الرياضي:

النقد الرياضي المباح هو إبداء الرأي في أمر أو عمل رياضي أو موضوع أو قضية رياضية دون المساس بشخصية صاحبها ودون التشهير به أو الحط من كرامته، وعلى ذلك فالنقد الرياضي

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص.ص 287، 288
2- المرجع السابق نفسه، ص 293

المباح لا يتضمن قذفاً أو سباً أو إهانة لأي شخص وليس فيه مساس بشرف الغير أو سمعته وإنما فيه نعي على تصرفه أو عمله أو سلوكه فقط.

والنقد الرياضي بهذا المفهوم هو تعليق على تصرف أو سلوك وقع فعلاً من شخصية رياضية، أو

هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة، وحق النقد يقوم على خمسة أركان هي:

➤ **الواقعة الثابتة:** النقد الرياضي هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة وغير منكورة حدثت في

المجال الرياضي، فليس من النقد الرياضي أن يخترع الناقد الرياضي الوقائع ثم يعلق عليها

وينقدها، وليس من النقد الرياضي إنشاء أو إعلان واقعة لا يجيزها القانون حتى لو كانت

صحيحة.

➤ **الرأي أو التعليق:** يجب أن يكون الرأي متصلاً بالواقعة التي حدثت في المجال الرياضي والتي

يستند عليها هذا الرأي ويؤسس عليها بحيث لا ينفصل عنها مطلقاً بما يمكن القارئ من

تقدير قيمة هذا الموقف.

➤ **موضوع يهم الجمهور:** يجب أن يكون الموضوع الذي يعالجه الناقد الرياضي يهم قطاعاً كبيراً

من الجمهور، فلا يجوز بحجة النقد التعرض للحياة الخاصة سواء للاعبين أو المدربين أو

الحكام أو الإداريين أو غيرهم ممن يعملون في الحقل الرياضي.

➤ **العبارات الملائمة:** يجب أن يصاغ النقد الرياضي في صيغة ملائمة ومناسبة للموضوع، بحيث

لا يخرج عن دائرة الإباحة وخاصة إذا لجأ الناقد الرياضي إلى السخرية من الشخص أو العمل

أو التصرف الذي ينقده أو إذا استعمل عبارات عنيفة أو قاسية، وحق النقد الرياضي كغيره

من الحقوق ينتهي عندما يُساء استعماله، لأنه لا يجوز أن يكون مبرراً للسب أو التشهير أو التجريح.

➤ سلامة النية: يتكون حسن النية في النقد الرياضي من جزأين:

- توحي النفع العام، أي الرغبة في إفادة الجمهور بإرشاده إلى الصواب ليتبعه وتنبهه إلى الباطل ليتجنبه، وليس إشباعاً لرغبة شخصية لدى الناقد كالانتقام أو التشفي؛
- اعتقاد الناقد صحة الرأي الذي يبيده لا صحة الواقعة التي يبني عليها هذا الرأي، فالواقعة يجب أن تكون ثابتة ولا يُغني عدم ثبوتها اعتقاد صحتها إلا في بعض الأحوال الاستثنائية التي يكون فيها الناقد الرياضي قد بذل ما في وسعه من جهد لإثباتها.¹

تاسعا: الصورة الصحفية الرياضية:

أ. أهمية الصورة الصحفية الرياضية:

أصبحت الصورة الصحفية تحتل مكانة كبيرة بين الفنون الصحفية المختلفة، حيث يعتبرها البعض وسيلة اتصال كغيرها من الوسائل لها تاريخها وطابعها ولها استخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة، والصورة الصحفية تشتمل على الصورة الفوتوغرافية والرسوم البيانية والخرائط والكاريكاتور، وفي المجال الرياضي تستخدم الصورة الصحفية بشكل كبير، فهي توثق اللحظات الهامة في الحدث أو الواقعة الرياضية كما أنها تعتبر أفضل الشواهد على وقوعها ومعايشة المحرر لها.²

ب. خصائص الصورة الصحفية الرياضية: هناك عدة خصائص للصورة الصحفية الرياضية هي:

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص.ص 224-226
2- المرجع السابق نفسه، ص 251

- سرعة أكبر في لفت أنظار القراء: الصورة الصحفية النموذجية تنجح قبل غيرها من مواد الصحيفة الرياضية في لفت أنظار القراء وتجذبهم نحوها، ولا ينافسها في ذلك منافس، فالصورة الصحفية الموجودة على غلاف إحدى الصحف أو المجلات الرياضية قد لا تجد منافسة من أي صحيفة أخرى، كما أنها تقوم بترجيح كفة مادة تحريرية على أخرى من حيث اجتذاب عين القارئ وبالتالي زيادة فرص المقروئية؛
- سرعة أكبر في الفهم وإمكانية التأثير: خصائص الصورة الصحفية الرياضية لا تقف عند حد لفت أنظار القراء إليها، ولكنها تؤدي إلى سرعة أكبر وسهولة في الوصول إلى ذلك الشيء أو ذلك العنصر أو تلك الفكرة التي يريد قولها المصور؛
- قاعدة أكبر من المتأثرين: ولأن الصورة تتيح لأكثر عدد من الجمهور رؤيتها، فإنها عندما تعتمد على التأثير فإن أثرها عندما يقع يمتد طويلاً وعرضاً عند قطاعات عديدة من الناس ويصل إليهم في مختلف الأماكن والمواقع، ومن مختلف المراحل السنوية والمستويات الثقافية والاجتماعية بحيث نجد أنفسنا في النهاية أمام قاعدة كبيرة من القراء والمشاهدين؛
- تأثير أكثر عمقاً: الصورة الصحفية الرياضية بكل ما يتاح لها من وسائل الذبوع والانتشار والالتقاط والإعداد والنقل والبت والمعالجة والنشر، هي التي تقوم باجتذاب الجمهور انطلاقاً من خصائصها العديدة ليست فقط قاعدة أكبر من المتأثرين وإنما زيادة في فرص التأثير الإيجابي أو الذي يتوجه إلى أعماق عقل الإنسان وفكره؛
- خصائص من زاوية زمنية: الصورة الصحفية أكثر ثباتاً في أذهان القراء لأنها بما يتاح لها من عناصر حديثة وإنسانية وبمخاطبتها لبعض غرائز الإنسان كحب الاستطلاع وحب البقاء ولمشاعر الخوف والقلق وبكل ما لها من خصائص الجاذبية والواقعية، تعتبر أكثر مدعاة لأن

تستقر في ذاكرة القراء وأن تُحفر في مخيلتهم، كصورة اعتداء لاعب على حكم أو على مدربه، فهذه الصور يحتفظ بها القارئ في ذاكرته طوال عمره حتى لو شاهدها وهو صغير، فهذه هي

الذاكرة الفوتوغرافية.¹

ج. وظائف الصورة الصحفية الرياضية:

بالإضافة إلى الخصائص السابقة، تؤدي الصورة الصحفية الرياضية عدة وظائف للمحرر وللقراء وللصحيفة على حد سواء نذكر منها:

- تساعد الصحيفة أو المجلة في القيام بدور الراصد أو المسجل للأحداث والوقائع وتعريف الجمهور بها؛

- دعم ما يريد المحرر قوله وتأكيد وإثبات صحته أو عدم صحته؛

- إضافة الجديد الذي يمثل قيمة أخرى عن طريق التسجيل الصادق والدقيق إلى المادة التحريرية؛

- إضافة تفاصيل جديدة عن طريق الخطوط والألوان ومحتوى الصورة والصور المصاحبة إلى المادة التحريرية؛

- التركيز على الجوانب المهمة والأساسية والمؤثرة من جوانب الأحداث أو القضايا؛

- تسجيل جوانب بعينها أو لحظات بعينها لم يلتفت إليها المحرر والتقطتها عدسة الكاميرا؛

- إعطاء فرصة للكتاب والمحررين من أجل النقد والتعليق والتحليل للجانب الذي تسجله

الصورة على أساس واقعي يقدم للقارئ مادة التعليق وأسبابه ثم التعليق نفسه.²

1- المرجع السابق نفسه، ص.ص 252، 253
2- المرجع السابق نفسه، ص 254

هـ. أنواع الصور الصحفية الرياضية: هناك عدة أنواع من الصور الصحفية الرياضية التي تنتشر في

الصحف والمجلات الرياضية هي:

➤ الصورة الخبرية: تكون إما مستقلة بنفسها تمثل موضوعا كاملا فيرى القارئ بتفصيلا كما وما

يصاحبها من كلام قليل حدثا مهما، وإما أن تكون متصلة بأحد الموضوعات الخبرية الرياضية

على الصفحة فتبرز ما يوضح جانبا من جوانبه أو لقطة من لقطاته.

➤ الصورة الحية: هي التي تضمن حركة معبرة للحدث حتى وان كان قديما نسبيا، وهي أفضل بكثير

من الصور الجامدة وتستخدم بشكل كبير في المجلات والصحف الرياضية المتخصصة.

➤ الصور الشخصية (البورتية): هي الصور التي تمثل الأبطال الرياضيين والحكام والمدربين

والإداريين وغيرهم ممن يتصلون بما تنشره الصحيفة من مواد رياضية، ورغم أهمية هذا النوع من

الصور إلا أنه لا يجب الإكثار منها في الصفحة حتى لا يؤثر ذلك على الموضوع الرئيسي.¹

عاشرا: الرسوم الساخرة:

تنقسم الرسوم الساخرة إلى قسمين هما:

أ. الكاريكاتور:

تعريف الكاريكاتور:

يعرف (حسنين شفيق) الكاريكاتور بأنه:

1- حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 244

"هو تصوير للأشخاص فيه فكاهة ويجسد ملامحهم الواضحة ويبالغ في إبراز ما يتميزون به من سمات، وهو يستخدم في بعض الحالات كبديل للصورة الصحفية المصاحبة للموضوع."¹

أهمية الكاريكاتور في الصحافة الرياضية:

إذا كانت الصورة الصحفية الفوتوغرافية تقوم بدور الراصد الأمين للأحداث، فإن الصورة الصحفية الكاريكاتورية تعكس شخصية الفنان الذي يعبر عن رأيه في هذه الأحداث بصورة ساخرة باعتبار أن الكاريكاتور هو أحد أشكال الرسوم الساخرة ويملك قدرة كبيرة على إعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات والأحداث التي تقع في المجال الرياضي.

وظائف الكاريكاتور في الصحافة الرياضية:

يمكن حصر وظائف الكاريكاتير في الصحافة الرياضية في:

- تصوير الواقع الرياضي في المجتمع؛
- التعبير عن هموم المجتمع الرياضي؛
- الدعوة إلى التغيير في المجتمع الرياضي إذا تطلب الأمر ذلك؛
- جعل القراء يفكرون ويضحكون فيما يصوره لهم من أحداث رياضية؛
- النقد بالإشارة إلى الأشياء التي يمكن أن تؤدى بشكل أفضل أو بشكل مختلف.

ب. الكارتون: هو نوع يصور الأشخاص الحقيقيين والشخصيات الرمزية للتعبير عن موقف ناقد

لحدث أو فكرة أو تصرف، لهذا فهو من مواد الرأي وقد أصبح الكارتون الرياضي مثل السياسي

والاجتماعي من ابرز معالم الصحافة الحديثة من جرائد ومجلات، وكثيرا ما يكون أقوى أثرا من

1- حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 241

الكلام المكتوب، ومن هنا فقد لجأت بعض الصحف والمجلات إلى استخدامه في الصفحة

الرياضية، كما استخدمته الصحف والمجلات الرياضية المتخصصة للتعبير عن وجهة نظر معينة في

موضوع رياضي معين.¹

الخبر الرياضي الإذاعي الخبر الرياضي الإلكتروني	• الخبر الرياضي الصحفي • الرياضي التلفزيوني الخبر	الخبر الرياضي
التقرير الرياضي الإذاعي التقرير الرياضي الإلكتروني	• التقرير الرياضي الصحفي • التقرير الرياضي التلفزيوني	التقرير الرياضي
الحديث الرياضي الإذاعي الحديث الرياضي الإلكتروني	• الحديث الرياضي الصحفي • الحديث الرياضي التلفزيوني	الحديث الرياضي
التحقيق الرياضي الإذاعي	• التحقيق الرياضي الصحفي • التحقيق الرياضي التلفزيوني	التحقيق الرياضي
التعليق الرياضي الإذاعي	• التعليق الرياضي الصحفي • التعليق الرياضي التلفزيوني	التعليق الرياضي
المقال الرياضي الإذاعي مقال السيرة الذاتية	• المقال الرياضي الافتتاحي • المقال الرياضي العلمي	المقال الرياضي
		العمود الرياضي
	• النقد البناء • النقد الهدام	النقد الرياضي
الصورة الشخصية الصورة الحية	• الصورة الخيرية	الصورة الصحفية الرياضية
	• الكاريكاتور • الكارتون	الرسوم الساخرة

شكل رقم (13): الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي²

1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 255
2- المصدر: من إعداد الباحث

الإطار التطبيقي

للدراسة

المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية

أولاً: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية:

جدول رقم (09): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير الجنس

النسبة	التكرار	الفئة
95,20%	295	ذكر
4,80%	15	أنثى
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (09) توزيع مفردات العينة وفق متغير الجنس، حيث نجد أن نسبة 95,2% من

أفراد العينة من جنس ذكر في حين أن نسبة الإناث قدرت بـ 4,80%.

وتتوافق هذه الأرقام مع ما توصلت إليه أغلب الدراسات التي أجريت في مجال الإعلام الرياضي في

الجزائر والدول العربية مثل دراسات بوحيلة رضوان (2019)، رضوان جدي (2011)، عبد العالي مولود

مزغيش (2014) والتي كشفت احتكار العمل فيه من طرف فئة الذكور على حساب فئة الإناث، ويمكن

تفسير ذلك بخصوصية العمل في هذا المجال الذي يتطلب التواجد في الميدان على مدار الساعات والأيام وفي

أماكن لازالت تُعتبر حكرًا على الذكور كملاعب كرة القدم التي تُعدّ الرياضة رقم واحد من حيث التغطية مقارنة

بالرياضات الأخرى (أنظر الجدول رقم 12)، بالإضافة إلى ذلك فإن العمل في مجال الإعلام الرياضي

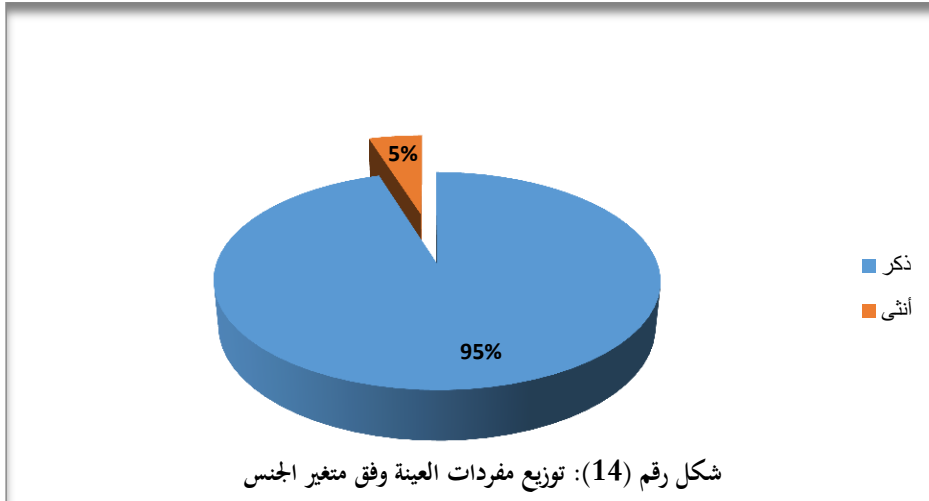
ليست له مواعيد محددة ويتطلب في أغلب الأحيان التنقل وهو ما يُشكّل عائقًا بالنسبة لفئة الإناث اللواتي

تفضّل أغلبهن العمل في مجال الإعلام الإلكتروني أو المسموع أو المرئي على خلاف الصحافة المكتوبة التي تضم

أكبر عدد من الإعلاميين الرياضيين (أنظر الجدول رقم 06)، كما أن طبيعة الجمهور المستهدف من قراء

ومشاهدين ومستمعين والذين يكونون في الغالب ذكورًا يفرض على المؤسسات الإعلامية اللجوء إلى توظيف

الذكور لضمان أكثر قابلية لرسائلها.



جدول رقم (10): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير السن

النسبة	التكرار	الفئة
%33,55	104	بين 20 و 30 سنة
%40,97	127	بين 31 و 40 سنة
%18,70	58	بين 41 سنة و 50 سنة
%6,77	21	أكثر من 50 سنة
% 100	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (10) توزيع مفردات العينة وفق متغير السن، حيث نجد أن النسبة الأكبر من أفراد

عينة الدراسة ينتمون للفئة العمرية (بين 31 و 40 سنة) بنسبة %40,97، ثم تليها الفئة العمرية (بين 20

و 30 سنة) بنسبة %33,55، وحلت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (بين 41 سنة و 50 سنة) بنسبة

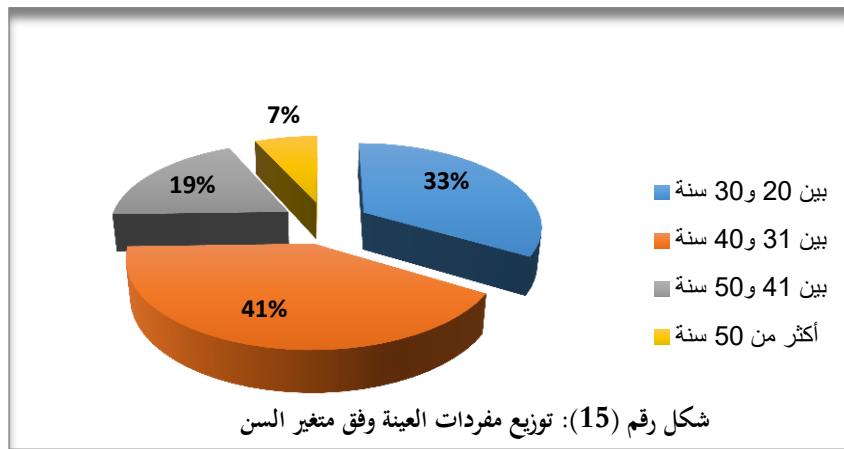
%18,70، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة) بنسبة %6,77.

وتكشف هذه الأرقام أن العمل في الإعلام الرياضي يستهوي أكثر فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم

بين 20 و 40 سنة وهو ما يمكن تفسيره بخصوصية هذا المجال الذي يتطلب مؤهلات لا تتوفر في غير الشباب

الإطار التطبيقي للدراسة

على غرار التواجد الدائم في أماكن المنافسات والنشاطات الرياضية والعمل خارج المواقيت الرسمية وهو ما أكده (غازي زين عوض 2006) بالقول: "أن يكون أول أن يكون أول الحاضرين إلى مكان المنافسة وآخر المنصرفين حتى ينقل الصورة كاملة"¹، بالإضافة للقدرة على التنقل والسفر باستمرار من أجل أن "يلاحق أخبار الرياضة في وسائل الإعلام ليختار ويرصد ويستعلم ليُعلم"²، وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسات كثيرة نذكر منها دراسة بوحيلة رضوان (2019).



جدول رقم (11): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير المؤهل العلمي

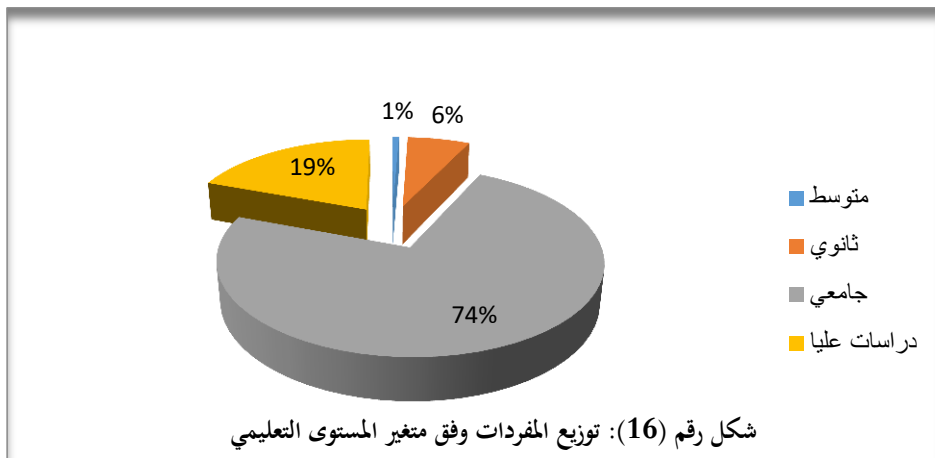
النسبة	التكرار	الفئة
0,65%	2	متوسط
6,45%	20	ثانوي
73,55%	228	جامعي
19,35%	60	دراسات عليا
100%	310	المجموع

1- غازي زين عوض الله المدني، مرجع سبق ذكره، ص 73

2- جورج كلاس، ميشال سبيغ، مرجع سبق ذكره، ص 99

يمثل الجدول رقم (11) توزيع مفردات العينة وفق متغير المؤهل العلمي، حيث نجد أن معظم أفراد عينة الدراسة مستواهم الدراسي جامعي بنسبة 73,55%، فيما نجد أن 19,35% من عينة الدراسة واصلوا الدراسات العليا، مقابل ذلك حل في الصف الثالث أصحاب المستوى الثانوي بنسبة 6,45%، في حين أن نسبة 0,65% من عينة الدراسة لا يتجاوز مستواهم الطور المتوسط.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالتزايد المستمر لعدد خريجي الجامعات خلال السنوات الأخيرة مما جعل أغلب القائمين على المؤسسات الإعلامية يشترطون امتلاك المستوى الجامعي على من يرغبون بالالتحاق بها، وهو ما يختلف عن السنوات الأولى بعد الاستقلال حين كان أغلب المنتمين لمجال الإعلام من ذوي المستوى التعليمي المتوسط أو الثانوي نظرا لقلّة الجامعيين حينها، وبالعودة للدراسات السابقة نجد أن أغلب الدراسات التي تناولت القائمين بالاتصال في الإعلام الرياضي توصلت إلى نفس النتيجة على غرار دراستي: بوحيلة رضوان (2019) ورضوان جدي (2011).



جدول رقم (12): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير التخصص العلمي

النسبة	التكرار	الفئة
57,74%	179	إعلام واتصال
42,26%	131	تخصص آخر
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (12) توزيع مفردات العينة وفق متغير التخصص العلمي حيث نجد أن أكبر نسبة

من المبحوثين تخصصهم العلمي هو " إعلام واتصال " بنسبة 57,74%، في حين نجد أن نسبة 42,26%

من أفراد عينة الدراسة تخصصهم العلمي من خارج علوم الإعلام والاتصال.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالطريقة المعتمدة من طرف المؤسسات الإعلامية في التوظيف والمبنية أساسا

على معيار الكفاءة والخبرة والعلاقات الشخصية على حساب الشهادة أو التخصص وعلى حساب إجراء

المسابقات (أنظر الجدول رقم 34).

وتثير هذه الأرقام من جديد إحدى الإشكاليات الكبيرة المطروحة في مجال العمل الإعلامي والمتمثلة في

فتح المجال لغير المختصين لممارسته، فعلى الرغم من أن أكثر من نصف أفراد العينة من خريجي تخصص الإعلام

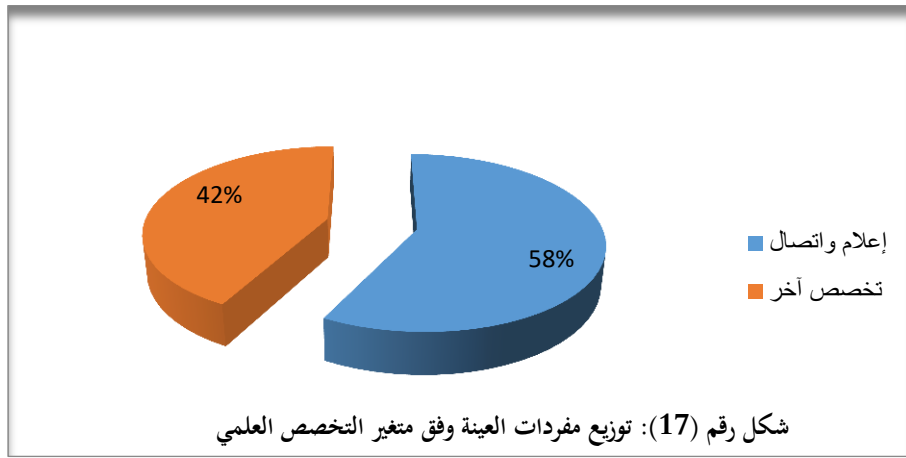
والاتصال إلا أن ما يفوق 40% منهم قادمون من تخصصات أخرى وهو ما يتعارض مع جميع الأدبيات التي

تنص على ضرورة امتلاك المؤهل العلمي المناسب وهو ما أشار إليه عصام عبد السلام (2015) بالقول: "

يُفضّل أن يكون الإعلامي الرياضي من دارسي الإعلام، وأن يكون من خريجي كليات الإعلام وأقسامها حتى

يكون ملما بقواعد العمل الإعلامي وأخلاقياته، أو يكون خريج كليات التربية حتى يكون ملماً بالرياضة وشؤونها.¹، وتتطابق هذه النتيجة مع دراسة بوحيلة رضوان (2019).

كما أن عدم التخصص في المجال الإعلامي يطرح إشكالية حول نوعية الكتابات بسبب عدم التحكم في فنيات التحرير ويجعل من الصعب على غير المتخصصين التقيد بأخلاقيات المهنة التي لم يدرسوها أصلاً.



جدول رقم (13): يوضح توزيع مفردات العينة وفق قطاع العمل

النسبة	التكرار	الفترة
10,32%	32	قطاع عام
89,68%	278	قطاع خاص
100%	310	المجموع

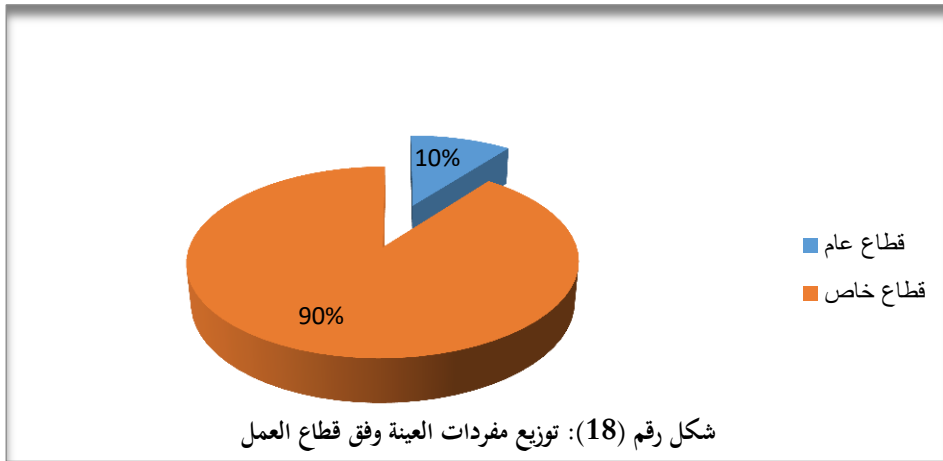
يوضح الجدول رقم (13) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير قطاع العمل الذي ينتمون إليه حيث نجد أن

أغليبتهم بنسبة 89,68% يعملون في القطاع الخاص، في حين أن نسبة من يعملون في القطاع العام لم تتعدّ 10,32%.

1- عصام عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص34

الإطار التطبيقي للدراسة

ويمكن تفسير هذه الأرقام بقلة عدد المؤسسات الإعلامية المنتمية للقطاع العام مقارنة بتلك المنتمية للقطاع الخاص والتي انتشرت بشكل واسع منذ فتح مجال السمعى البصري في الجزائر، بالإضافة إلى شروط وفرص التوظيف في القطاع الخاص التي تعتبر أكثر يسرا وسهولة من القطاع العام الذي يعتبره البعض محتكرا منذ سنوات طويلة.



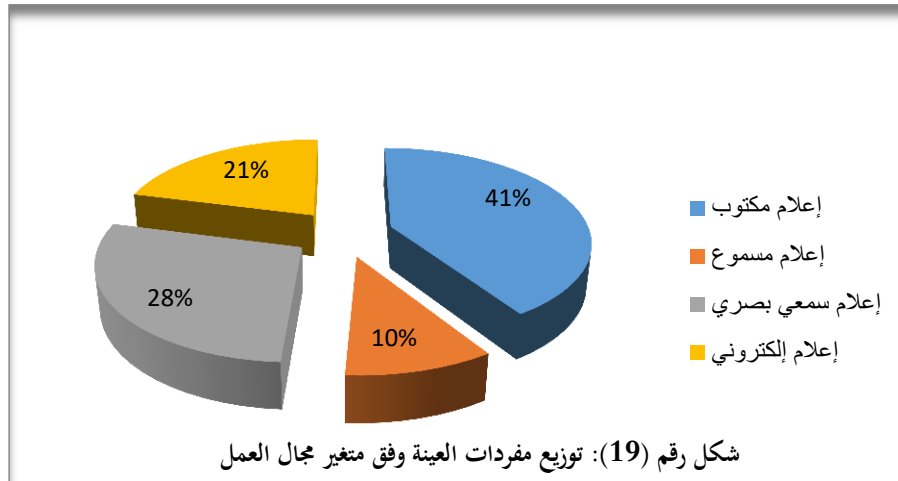
جدول رقم (14): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير مجال العمل

النسبة	التكرار	الفئة
40,87%	179	إعلام مكتوب
10,04%	44	إعلام مسموع
28,08%	123	إعلام سمعي بصري
21%	92	إعلام إلكتروني
99,99%	438	المجموع

يمثل الجدول رقم (14) توزيع مفردات العينة وفق متغير مجال العمل، حيث نجد أن أكبر فئة من المبحوثين تعمل في مجال "الإعلام المكتوب" بنسبة 40,87%، في حين نجد في المرتبة الثانية مجال "إعلام

السمعي البصري" بنسبة 28,08% من المبحوثين، كما أن نسبة 21% من أفراد العينة مجال عملهم " الإعلام الإلكتروني"، مقابل 10,04% من المبحوثين مجال عملهم هو " الإعلام المسموع".

نلاحظ أن النسبة الأكبر من مفردات العينة يعملون في الصحافة المكتوبة وهو ما يمكن تفسيره بالعدد الكبير من الصحف المكتوبة وتعدد العناوين العامة والمتخصصة في الرياضة مقارنة بباقي الوسائل، كما تجدر الإشارة إلى أن فئة كبيرة من العاملين في الوسائل الأخرى أي الإذاعة والتلفزيون والمواقع الإلكترونية يعملون في نفس الوقت كمتعاونين أو مراسلين للصحف المكتوبة لعدة أسباب أهمها تحسين دخلهم (انظر الجدول 41).

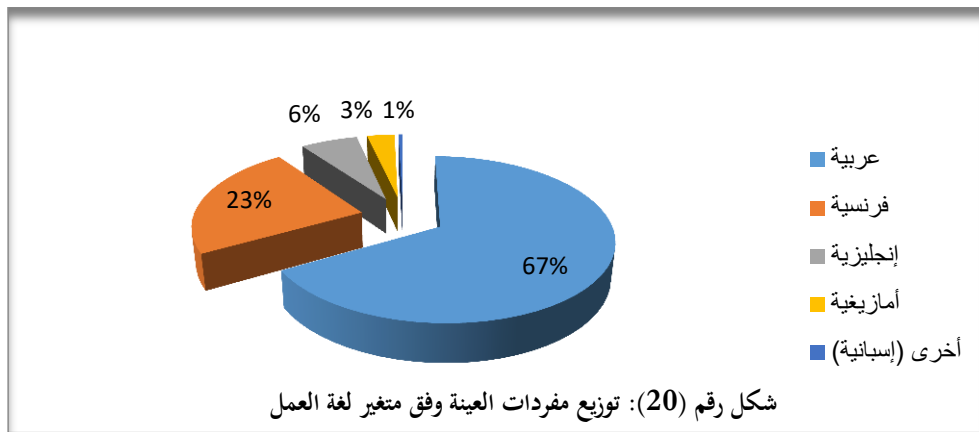


جدول رقم (15): يوضح توزيع مفردات العينة وفق لغة العمل

النسبة	التكرار	الفئة
66,74%	301	عربية
23,28%	105	فرنسية
6,43%	29	إنجليزية
3,10%	14	أمازيغية
0,44%	2	أخرى (إسبانية)
99,99%	451	المجموع

يمثل الجدول رقم (15) توزيع مفردات العينة وفق متغير لغة العمل، حيث نجد أن أكبر فئة من الباحثين تستخدم اللغة العربية في عملها بنسبة 66,74% مقابل 23,28% ممن يستخدمون اللغة الفرنسية و6,43% ممن يستخدمون اللغة الإنجليزية، كما نجد أن جزء من الباحثين يستخدمون اللغة الأمازيغية بنسبة 3,1%، في حين أقل فئة من مفردات عينة الدراسة تستخدم لغة أخرى تتمثل في اللغة الإسبانية بنسبة 0,44%.

يمكن تفسير هذه الأرقام بكون اللغة العربية هي اللغة الرسمية للدولة الجزائرية وكذا بالتطور الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام الناطقة باللغة العربية مقارنة بتلك الناطقة باللغة الفرنسية والتي عرفت تراجعاً ملحوظاً خلال السنوات الماضية على خلاف الفترة التي تلت الاستقلال، كما أن تعريب العديد من التخصصات الجامعية على غرار تخصص علوم الإعلام والاتصال والصحافة جعل الخريجين يتحكمون بالدرجة الأولى في هذه اللغة على حساب اللغات الأخرى.

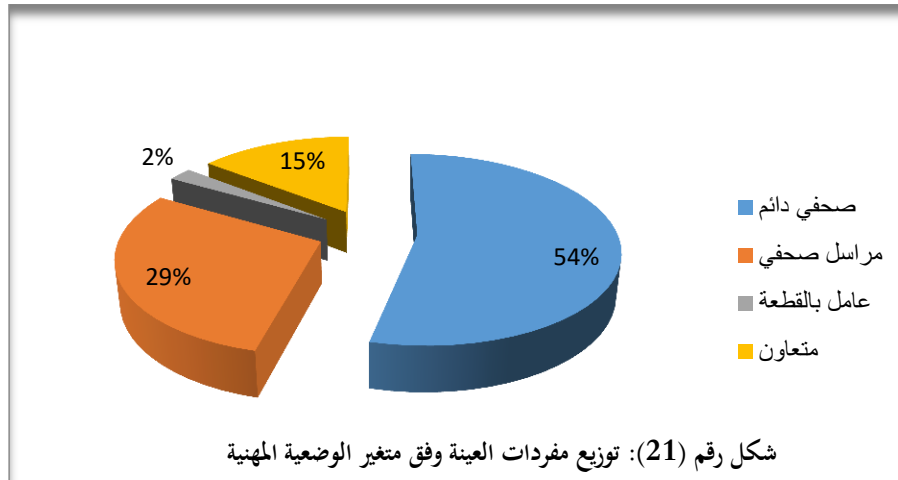


جدول رقم (16): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير الوضعية المهنية

النسبة	التكرار	الفئة
53,87%	167	صحفي دائم
29,35%	91	مراسل صحفي
2,26%	7	عامل بالقطعة
14,52%	45	متعاون
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (16) توزيع مفردات العينة وفق متغير الوضعية المهنية، فنجد أن الفئة الأكبر من الباحثين تعمل بصفة "صحفي دائم" بنسبة 53,87%، في حين نجد أن 29,35% من أفراد عينة الدراسة يعملون بصفة "مراسل صحفي"، أما نسبة 14,52% من الباحثين فهم يعملون بصفة "متعاونين" مع مختلف المؤسسات الإعلامية، في حين نجد أن أقل فئة من أفراد عينة الدراسة هم "عاملون بالقطعة" بنسبة 2,26%.

وعلى الرغم من كون أكثر من نصف أفراد العينة ينتمون لفئة الصحفيين الدائمين، إلا أن ذلك لا يُخفي وجود قرابة 46% منهم ممن يُعتبرون صحفيين مؤقتين سواء كانوا مراسلين، متعاونين أو عاملين بالقطعة وهذا راجع لاعتماد المؤسسات الإعلامية بدرجة كبيرة على العقود محدودة المدة التي يتم تجديدها في كل مرة أو الاكتفاء بوثيقة "أمر مهمة" خصوصا بالنسبة للمراسلين الموزعين عبر كافة التراب الوطني وذلك بغرض التهرب من مسؤولياتها تجاههم، في حين يقتصر التثبيث في أغلب الحالات على العاملين في المقرات المركزية فقط.



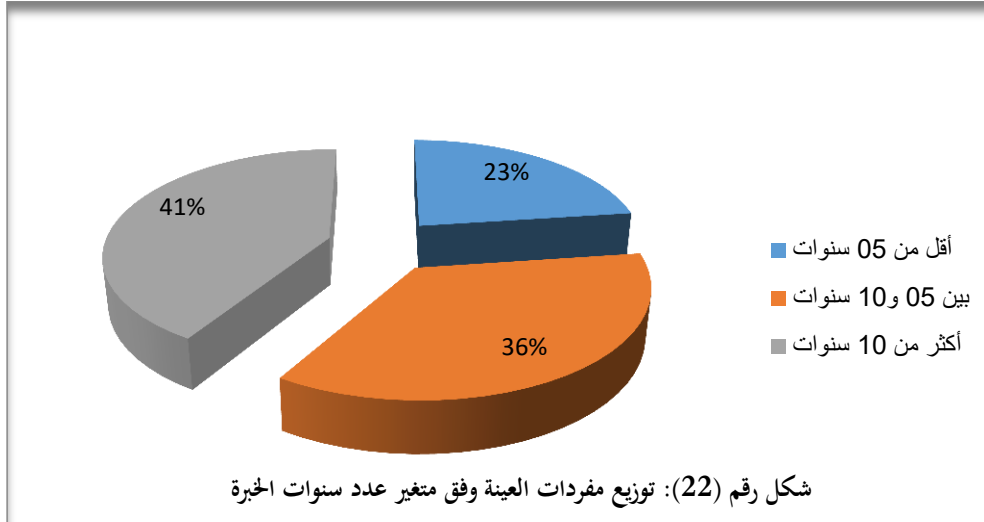
جدول رقم (17): يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير عدد سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	الفئة
22,90%	71	أقل من 05 سنوات
35,81%	111	بين 05 و 10 سنوات
41,29%	128	أكثر من 10 سنوات
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (17) توزيع مفردات العينة وفق متغير عدد سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، فنجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين والتي بلغت 41,29% لديهم أكثر من 10 سنوات خبرة، في حين أن نسبة 35,81% من المبحوثين تراوحت خبرتهم بين (05 و 10 سنوات) والنسبة الأقل من مفردات عينة الدراسة والبالغة 22,90% لم تتجاوز خبرتهم في المجال الإعلامي 05 سنوات.

تكشف هذه الأرقام أن أغلب أفراد العينة يملكون خبرة أقل من 10 سنوات في مجال العمل الإعلامي الرياضي ويمكن تفسير ذلك بكون من تتجاوز خبرتهم 10 سنوات يُفضّلون التحوّل إلى الأقسام الأخرى غير

القسم الرياضي نظرا لخصوصية العمل في هذا الأخير ومتطلباته التي تتوافق أكثر مع فئة الشباب وتستهويهم وهو ما تؤكدته نتائج (الجدول رقم 10).



جدول رقم (18): يوضح سبب اختيار المبحوثين لمهنة الإعلام الرياضي

النسبة	التكرار	الفئة
90,77%	295	حب المهنة
2,77%	9	المقابل المادي الجيد
2,15%	7	البحث عن الشهرة
3,38%	11	لم أجد غيرها
0,92%	03	عن طريق الصدفة
99,99%	325	المجموع

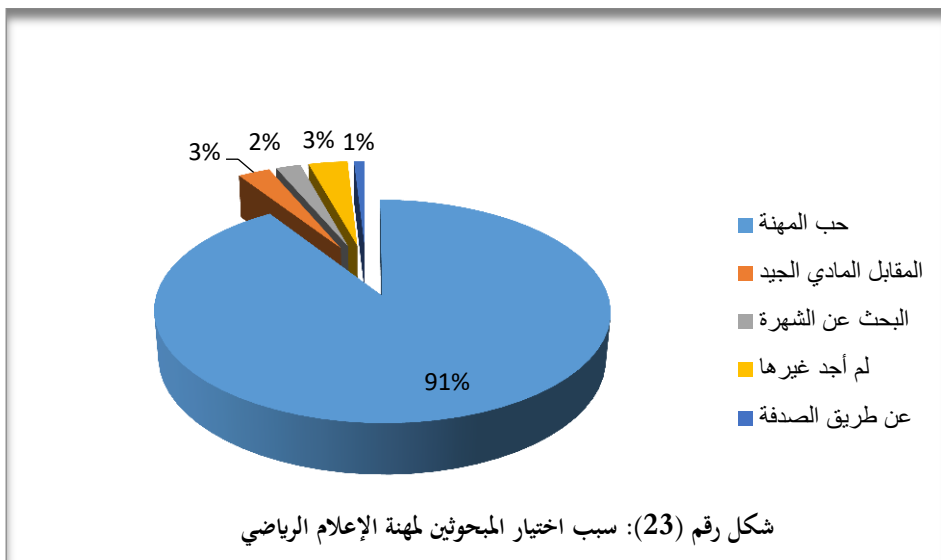
يمثل الجدول رقم (18) سبب اختيار المبحوثين لمهنة الإعلام الرياضي، فنجد أن دافع "حبة المهنة"

جاء في المركز الأول بنسبة بلغت 90,77%، في حين نجد نسبة قليلة من المبحوثين 3,38% يعود سبب

اختيارهم لهذه المهنة لكونهم لم يجدوا غيرها بينما 2,77% منهم اختاروها بسبب مقابلها المادي الجيد، في

حين أن 2,15% من المبحوثين اختاروها بحثا عن الشهرة و0,92% التحقوا بها عن طريق الصدفة.

تكشف هذه الأرقام أن أغلب الإعلاميين الرياضيين الذين شملتهم الدراسة اختاروا مهنة الإعلام الرياضي بسبب حبهم لها أي أنه يتوفر فيهم أهم شرط من الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي وفق ما أشار إليه (غازي زين عوض 2006) الذي اعتبر حب المهنة من بين أهم الصفات الشخصية الواجب توفرها في الإعلامي الرياضي¹، وبالتالي فإن ذلك سيمكّنه من تحمل متاعب المهنة والتغلب عليها من جهة وتجاوز عقبة غياب المقابل المادي المناسب من جهة أخرى (انظر الجدول رقم 25).



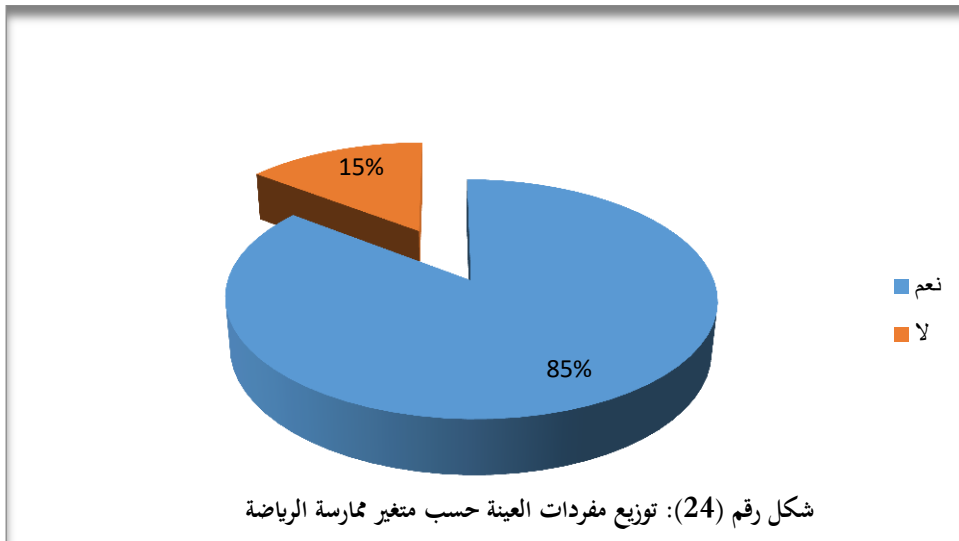
جدول رقم (19): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص ممارستهم للرياضة

النسبة	التكرار	الفئة
85,48%	265	نعم
14,52%	45	لا
100%	310	المجموع

1- غازي زين عوض الله المدني، مرجع سبق ذكره، ص 79

يمثل الجدول رقم (19) إجابات المبحوثين بخصوص ممارستهم للرياضة، فنجد أن أعلى نسبة من المبحوثين والمقدرة بـ 85,48% أكدوا أنهم مارسوا أو هم ممارسون للرياضة في حين أن 14,52% من أفراد العينة كانت إجاباتهم بأنهم لم يمارسوها.

وهذا ما يعني أن الفئة الأكبر من أفراد العينة سبق لهم ممارسة الرياضة أو هم ممارسون لها وهذا ما يجعلهم يتوفرون على أحد أهم السمات المهنية الواجب توفرها في الإعلامي الرياضي المتمثلة في ممارسة الرياضة والتي أشار إليها (غازي زين عوض 2006): " أن يكون ممن مارسوا النشاط الرياضي حتى يستطيع أن يكون ملما بكافة التفاصيل الدقيقة حول قوانين وفنون اللعبة"¹، كما أن ممارسة الرياضة تجعل الإعلامي الرياضي مؤهلاً لتغطية الأحداث الرياضية ونقل مجرياتها بكل دقة وبعيدا عن ارتكاب بعض الأخطاء التي تعود أساسا إلى غياب الثقافة الرياضية.



1- غازي زين عوض الله المدني، مرجع سبق ذكره، ص 73

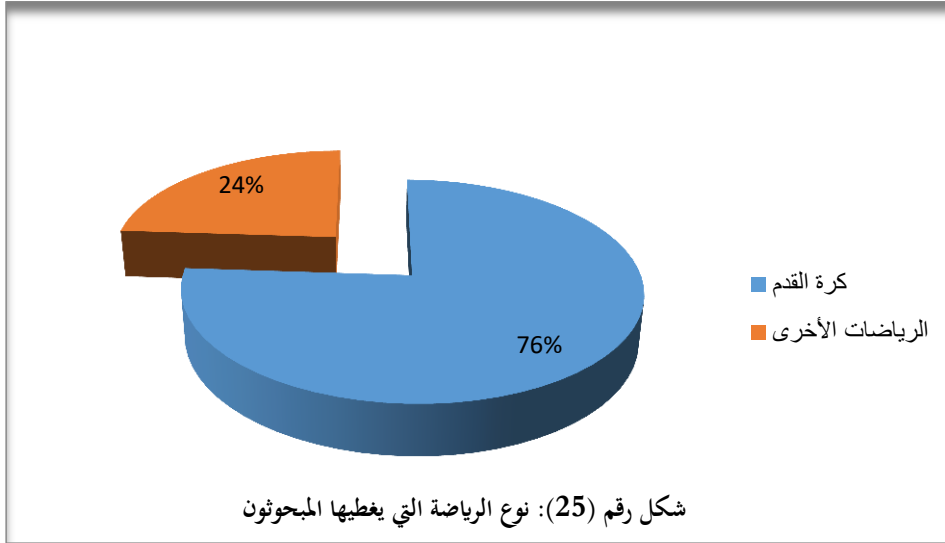
جدول رقم (20): يوضح نوع الرياضة أو الرياضات التي يغطيها المبحوثون

النسبة	التكرار	الفئة
76,05%	289	كرة القدم
23,95%	91	الرياضات الأخرى
100%	380	المجموع

يمثل الجدول رقم (20) الرياضة أو الرياضات التي يغطيها المبحوثون خلال تأدية مهامهم، فنجد أن رياضة كرة القدم جاءت في المقدمة بنسبة معتبرة بلغت 76,05% في حين أن نسبة من يغطون الرياضات الأخرى لم تتعد 23,95%.

ومن خلال هذه الأرقام تتضح الهيمنة الكبيرة لرياضة كرة القدم على التغطيات الإعلامية لأفراد العينة وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها جميع الدراسات التي تم إجراؤها في هذا المجال سواء في الجزائر أو في الدول العربية على غرار دراسات: بوحيلة رضوان (2019)، مهند معين مصطفى دلول (2016)، مفتاح عمرون (2008)، محمد يوسف مطاوع (2007)، محمد أبو إدريس (2004)، ويمكن تفسير هذه الهيمنة بكون رياضة كرة القدم تعتبر أكثر الرياضات شعبية واهتماما من طرف الجماهير وفقا لما توصلت إليه العديد من الدراسات في صورة دراسة الزواوي أحمد المهدي (2008) التي جاء فيها أن كرة القدم ترتب في المقام الأول من حيث تفضيل الجمهور لها وكذا دراسات: عبد المجيد خيناش (2012)، لاوسين سليمان (2008)، عمرون مفتاح (2008)، الزواوي أحمد المهدي (2008) التي تناولت بعض الحصص الرياضية التي نُبث عبر الإذاعة والتلفزيون الجزائريين على غرار "أستوديو الكرة"، "من الملاعب" و"المرمى" والتي أكدت نتائجها أن

رياضة كرة القدم تحظى بمتابعة كبيرة من طرف الجماهير الرياضية، فيما فسّر "فابيان أوهل" (Fabian Ohl) هذه الظاهرة بندرة النشاطات الرياضية في بعض الرياضات الأخرى على عكس كرة القدم.¹



جدول رقم (21): يوضح مدى امتلاك المبحوثين لعقد عمل مع المؤسسة التي ينتمون إليها

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	202	65,16%
لا	108	34,84%
المجموع	310	100%

يمثل الجدول رقم (21) مدى امتلاك المبحوثين لعقد عمل مع المؤسسة التي ينتمون إليها، حيث نجد

أن نسبة 65,16% من أفراد عينة الدراسة اختاروا الإجابة "نعم" أي أنهم يمتلكون عقود عمل مع المؤسسات التي يعملون معها مقابل نسبة 34,84% ممن لا يمتلكون أي عقد.

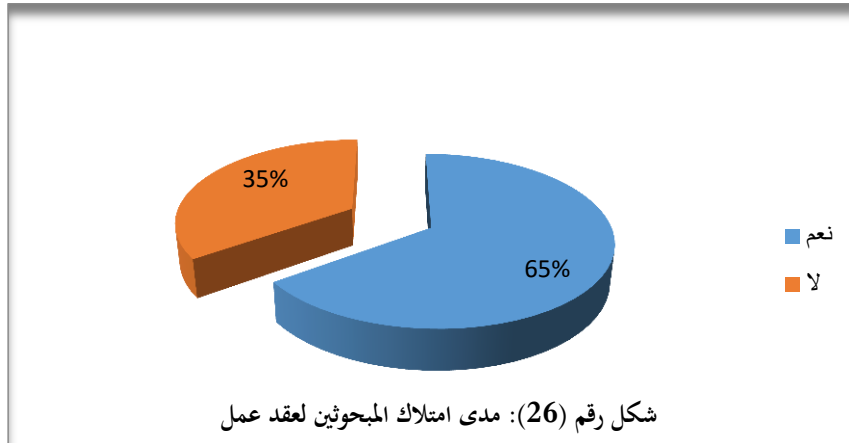
1-Fabian Ohl, Le journalisme Sportif, une production sous influence, l'exemple de la presse quotidienne régionale, Regards sociologiques, N°20, 2000, P.P 89-106

تشير هذه الأرقام إلى وجود نسبة كبيرة من المبحوثين لا يملكون أي عقد مع المؤسسة التي ينتمون إليها يضمن لهم حقوقهم ويحدّد واجباتهم وهو ما يتعارض مع نص المادة 80 من القانون العضوي رقم 12-05 التي تنص على: "تخضع كل علاقة عمل بين الهيئة المستخدمة والصحفي إلى عقد عمل مكتوب يحدد حقوق الطرفين وواجباتهما، طبقاً للتشريع المعمول به".¹، ومع نص المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 08-140 التي جاء فيها: "يشترط في توظيف كل صحفي أو معاون الصحافة إبرام عقد عمل كتابي مهما كانت طبيعة علاقة العمل". كما تنص المادة 11 من نفس المرسوم على تحديد مكونات عقد العمل: "بغض النظر عن الأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها، يبرم عقد العمل لمدة محددة أو غير محددة، سواء بالتوقيت الكامل أو الجزئي، يجب أن يتضمن عقد العمل المبرم بين الجهاز الصحفي المستخدم والصحفي أو معاون الصحافة على الخصوص طبيعة علاقة العمل والتصنيف المهني ومكان العمل وكيفية دفع الأجرة وكذا المكافآت والتعويضات المستحقة".²، ولتعويض ذلك تلجأ بعض المؤسسات الإعلامية إلى منح الصحفيين وثيقة "أمر بمهمة" التي لا تحفظ لهم أدنى حقوقهم، والأكثر من ذلك أن هناك العديد من الصحفيين عملوا لمدة طويلة بعقود شفوية مما أدى إلى ضياع حقوقهم المادية والمعنوية.³

ومن مخرّفات عدم امتلاك الإعلامي الرياضي لعقد عمل وجود حالات تعسّف في حق الكثير منهم، خاصة ما تعلّق بالتسريح التعسفي أو الطرد من منصب العمل دون إشعار مسبق ودون تعويضات وهو الأمر الذي ندّد به المجلس الوطني للصحفيين الجزائريين: "...تمادي فُلاك مؤسسات إعلامية في خرق القوانين

1- القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام
2- المرسوم التنفيذي رقم 08-140 المؤرخ في 10 مايو 2008 يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين
3- عكة زكريا، عبد العالي يوسف، الواقع المهني والاجتماعي للصحفيين الجزائريين -دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين-، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مجد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد 08، المجلد 02، ديسمبر 2017، ص.ص

المنظمة لعلاقات العمل وتعتمد على استغلال الصحفيين وتسريحهم بسبب أو دونه.¹، كما كشف التقرير السنوي الأول لمبادرة كرامة الصحفي عن وجود نحو 150 قضية نزاع على الأقل يتقدم بها الصحفيون سنويا لمفتشيات العمل قصد إنصافهم.²



جدول رقم (22): يوضح استفادة المبحوثين من البطاقة المهنية للصحفي

النسبة	التكرار	الفئة
53,55%	166	نعم
46,45%	144	لا
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (22) مدى استفادة المبحوثين من البطاقة المهنية للصحفي المحترف، أين نجد النسبة

الأكبر من المبحوثين والمقدرة بـ 53,55% مستفيدون من البطاقة المهنية للصحفي المحترف مقابل نسبة

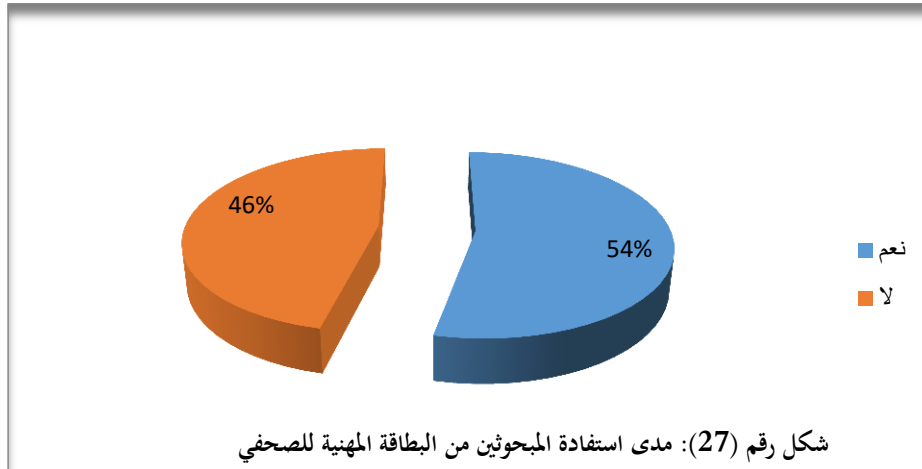
46,45% من مفردات عينة الدراسة غير مستفيدين منها.

1- بيان المجلس الوطني للصحفيين الجزائريين الصادر في: 2020/04/02، متاح عبر الصفحة:

(<https://www.facebook.com/cnjaDZ.net/>)

2- التقرير السنوي لمبادرة كرامة الصحفي الصادر في 2014/05/03

ويمكن تفسير وجود نسبة معتبرة من الإعلاميين الرياضيين غير مستفيدين من البطاقة المهنية للصحفي المحترف بكون هؤلاء صحفيون غير دائمون (أنظر الجدول رقم 16) وبالتالي لا تتوفر فيهم الشروط التي تنص عليها المادة 73 من قانون الإعلام 2012: "يعدّ صحفياً محترفاً في مفهوم هذا القانون العضوي، كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الأنترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدراً رئيسياً لدخله" والمادة 74 التي جاء فيها: "يعدّ صحفياً محترفاً كذلك كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز إعلام، طبقاً للإجراءات المنصوص عليها في المادة 80 أدناه." وكذا المادة 76: "تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلتها وتنظيمها وسيورها عن طريق التنظيم."¹



1- القانون العضوي رقم 05-12، مرجع سبق ذكره

جدول رقم (23): يوضح استفادة المبحوثين من أجر دائم

النسبة	التكرار	الفئة
77,42%	240	نعم
22,58%	70	لا
100%	310	المجموع

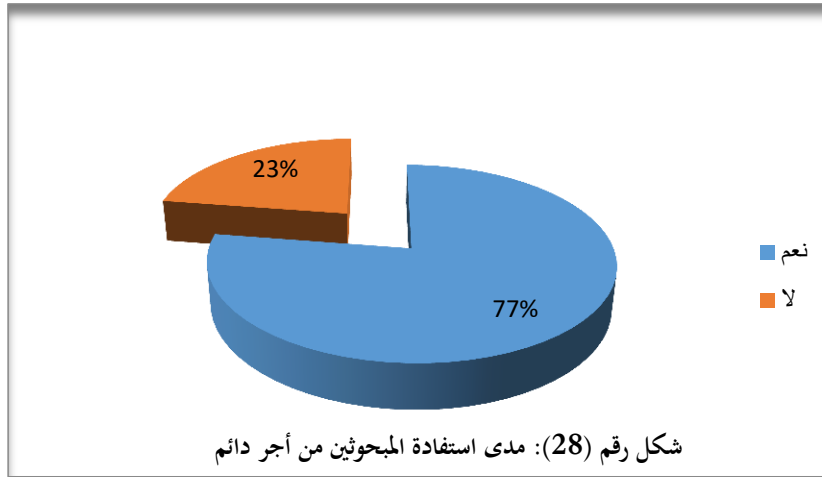
يمثل الجدول رقم (23) مدى استفادة المبحوثين من أجر دائم، حيث نجد أن النسبة الأكبر من مفردات عينة الدراسة والمقدرة بـ 77,42% مستفيدون من أجر دائم من المؤسسة التي يعملون معها مقابل ذلك نجد أن نسبة 22,58% من المبحوثين غير مستفيدين من ذلك.

وتكشف هذه الأرقام عن وجود نسبة كبيرة من المبحوثين لا يتلقون أجرا دائما مقابل العمل الذي يقدمونه للمؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها، وهذا ما يعتبر تعديا صارخا على جميع القوانين والتشريعات المنظمة لعلاقات العمل في مختلف القطاعات وكذا مختلف القوانين المتعلقة بالعمل بصفة عامة وبالصحافة بصفة خاصة على غرار القانون 90-11 الذي تنص المادة 80 منه على ما يلي: " للعامل الحق في أجر مقابل العمل المؤدى ويتقاضى بموجبه مرتبا أو دخلا يتناسب ونتائج العمل".¹ وكذا قانون الصحافة لسنة 1968 الذي ينص على أنه يحق للصحفي أن يتقاضى عن عمله أجرا يشمل المرتب والتعويضات اللازمة عند الاقتضاء.²

ويُعتبر عدم منح الأجر بالنسبة للإعلاميين الجزائريين عموما والإعلاميين الرياضيين خصوصا عاملا مشتركا بين أغلب المؤسسات الإعلامية على اختلاف أنواعها (مكتوبة، سمعية، بصرية، سمعية-بصرية

1- القانون رقم 90-11 المؤرخ في 21 أفريل 1990 المتعلق بعلاقات العمل
2- الأمر رقم 68-525 الصادر في 09 سبتمبر 1968 المتضمن القانون الأساسي للصحفيين المهنيين

وإلكترونية)، وهذا ما نددت به على مدار سنوات طويلة التنظيمات النقابية للصحفيين وأكده المجلس الوطني للصحفيين في العديد من بياناته: "لازال الصحفيون في عديد المؤسسات الإعلامية دون رواتب لعدة أشهر...".¹



جدول رقم (24): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى انتظام تلقي الأجر

النسبة	التكرار	الفئة
67,50%	162	دائما
30,42%	73	أحيانا
2,08%	5	أبدا
100%	240	المجموع

يمثل الجدول رقم (24) إجابات المبحوثين حول مدى انتظام تلقي الأجر، حيث نجد أن النسبة

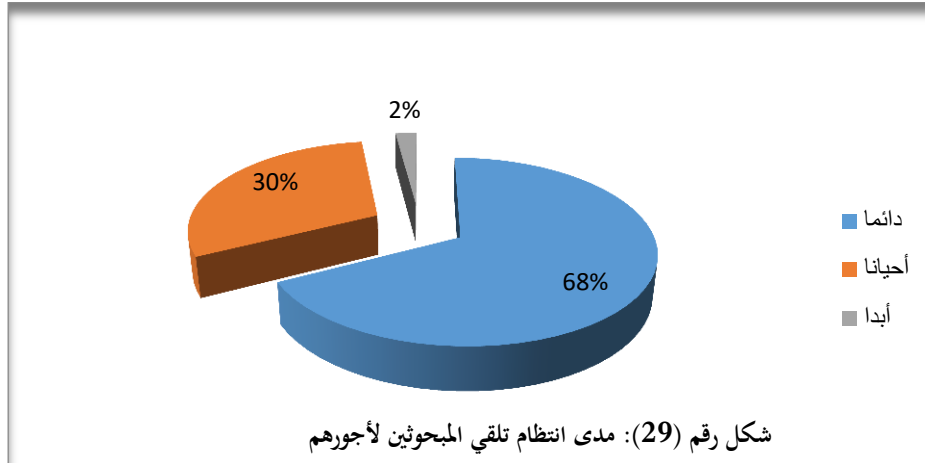
الأكبر من مفردات العينة كشفوا أنهم يتلقون أجورهم بصفة منتظمة بشكل دائم بنسبة 67,50%، بينما أكد

1- بيان المجلس الوطني للصحفيين الجزائريين الصادر في 2020/04/02، (متاح عبر الصفحة:

<https://www.facebook.com/cnjaDZ.net/>

30,42% منهم أنهم يتلقونها أحيانا بشكل منتظم في حين أن 2,08% من مفردات العينة أجابوا بأنه لا يوجد انتظام في تلقي أجورهم.

وهذا ما يعني أن بعض المؤسسات الإعلامية فضلا عن كونها لا تدفع أجورا لنسبة معتبرة من الإعلاميين الرياضيين فهي غير منتظمة في دفع أجور البقية وهو ما يُعتبر تجاوزا على أبسط الحقوق المكفولة لكل عامل أو أجير حيث تنص المادة 06 من قانون العمل 90-11 على أن من بين حقوق العامل: " الدفع المنتظم للأجر المستحق"¹، ويصل التأخير في بعض الحالات إلى أكثر من 06 أشهر ناهيك عن تقليص أجور الصحفيين منذ بداية الأزمة الاقتصادية سنة 2014 وفق ما أكدته دراسة الوليد رفاص (2019)².



1- القانون 90-11، مرجع سبق ذكره
2- الوليد رفاص، المشاكل المهنية للصحفي الجزائري في ظل المتغيرات الراهنة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف2، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، 2019، ص.ص 69-88

جدول رقم (25): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى تناسب الأجر الذي يتلقونه مع العمل المقدم

النسبة	التكرار	الفئة
12,58%	39	مناسب
29,03%	90	مناسب إلى حد ما
58,39%	181	غير مناسب
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (25) إجابات المبحوثين حول مدى تناسب الأجر الذي يتلقونه مع العمل المقدم، فغالبية مفردات عينة الدراسة بنسبة 58,39% يرون أن أجرهم غير مناسب مقارنة بالعمل الذي يقدمونه في حين نجد أن 29,03% من المبحوثين يرون أن الأجر مناسب إلى حد ما، في حين لم تتجاوز نسبة من يرون أن الأجر الذي يتلقونه يتناسب مع العمل المقدم 12,58%.

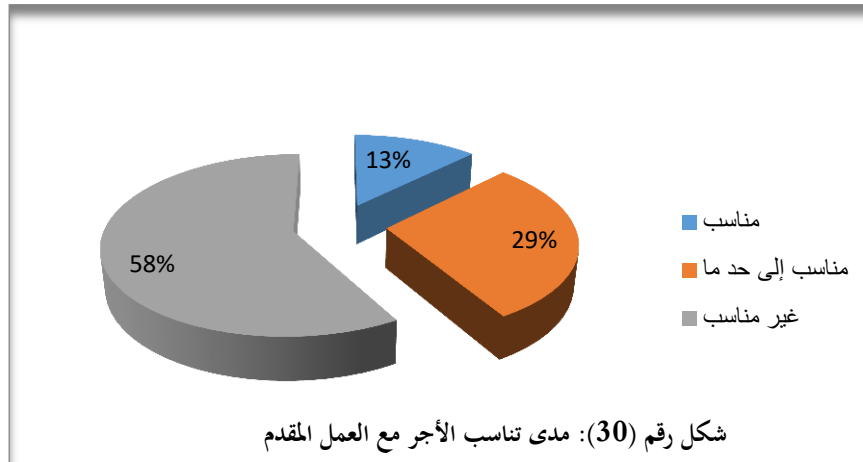
بالتالي نلاحظ أن الغالبية الساحقة من أفراد العينة غير راضين عن الأجر الذي يتلقونه ويعتبرونه لا يتناسب مع حجم العمل الذي يقدمونه، وهذا الأمر دفع بالكثير منهم إلى تغيير المؤسسة الإعلامية في أكثر من مناسبة (أنظر الجدول رقم 45) أو اللجوء إلى العمل مع أكثر من وسيلة إعلامية لتحسين دخلهم الشهري (أنظر الجدول رقم 44).

وتؤكد الإحصائيات أن الصحفيين لا تصلهم سوى نسبة ضئيلة لا تتعدى 05% من مجموع ما تتلقاه المؤسسات الإعلامية من أموال في إطار الإشهار العمومي¹، ولتوضيح الصورة بهذا الخصوص يكفي أن نذكر أن السيد العربي ونوغي الرئيس المدير العام للمؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والإشهار قد قدر قيمة

1- التقرير السنوي الثالث لمبادرة "كرامة الصحفي" الصادر في 2016/05/03

الأموال التي استفادت منها الصحف المكتوبة فقط دون سواها من الوسائل الإعلامية خلال الفترة الممتدة بين سنتي 2016 و2019 بأكثر من 4000 مليار سنتيم.

كما أشارت دراسة الوليد رفاص (2019)¹ إلى تدني رواتب معظم الصحفيين في القطاع الخاص وعدم تغطيتها في الكثير من الأحيان لتكاليف عملهم المرتبطة ب: الأنترنت، الكمبيوتر المحمول، النقل وغيرها، إذ يتراوح الراتب بين 25 ألف و35 ألف دينار جزائري، مما جعل الجزائر من بين الدول الأضعف في شمال إفريقيا فيما يخص أجور الصحفيين وفق تقرير نشرته شبكة الصحفيين الدوليين بتاريخ 10 أبريل 2018.



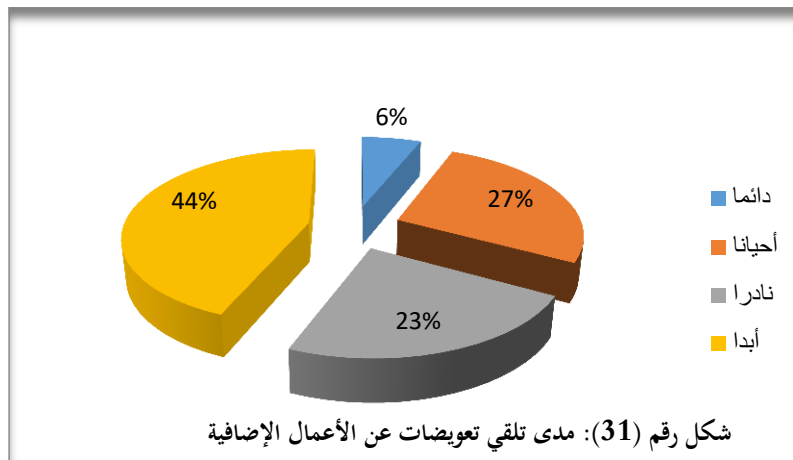
جدول رقم (26): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى تلقي تعويضات عن الأعمال الإضافية

النسبة	التكرار	الفئة
6,13%	19	دائما
26,77%	83	أحيانا
23,22%	72	نادرا
43,87%	136	أبدا
99,99%	310	المجموع

1- الوليد رفاص، مرجع سبق ذكره

يمثل الجدول رقم (26) إجابات الباحثين حول مدى تلقي تعويضات عن الأعمال الإضافية التي يقدمونها، أين نجد أن 43,87% من مفردات عينة الدراسة لا يتلقون أبداً أي تعويض على الأعمال الإضافية التي يقومون بها مقابل 23,22% منهم ممن يتلقون هذه التعويضات بشكل نادر، في حين أن 26,77% من مفردات عينة الدراسة يتلقونها أحياناً، بينما 6,13% فقط من يتلقون دائماً التعويضات المالية عن الأعمال الإضافية التي يقومون بها.

وبناء على ما سبق نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لا يتلقون تعويضات عن الأعمال الإضافية التي يقومون بها وذلك على الرغم من خصوصية العمل في مجال الإعلام الرياضي الذي يفرض في بعض الأحيان العمل خارج المواعيد الرسمية للعمل وفي عطل نهاية الأسبوع وأيام العطلة السنوية والعطل الاستثنائية (أنظر الجدولين رقم 29 و30)، وهو ما يعتبر خرقاً واضحاً لقوانين العمل التي تنص على ضرورة تعويض العامل عن جميع الأعمال الإضافية التي يقوم بها.

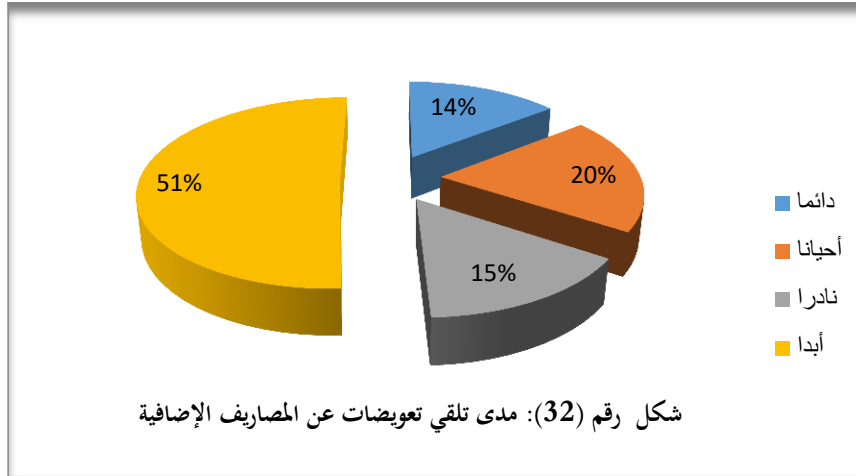


جدول رقم (27): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى تلقي تعويضات عن المصاريف الإضافية (الهاتف، الأنترنت، النقل، الإطعام... الخ)

النسبة	التكرار	الفئة
14,51%	45	دائما
19,68%	61	أحيانا
15,16%	47	نادرا
50,65%	157	أبدا
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (27) إجابات المبحوثين حول مدى تلقي تعويضات عن المصاريف الإضافية كمصاريف الهاتف والآنترنت والنقل والإطعام وغيرها، حيث نجد أن النسبة الأعلى من مفردات عينة الدراسة والمقدرة بـ 50,65% لا يتلقون أبدا أي تعويضات في حين أن 19,68% منهم يتلقونها أحيانا، مقابل ذلك نادرا ما يتلقى 15,16% من المبحوثين هذه التعويضات، فيما بلغت نسبة من يتلقونها دائما 14,51% فقط.

ونلاحظ من خلال هذه الأرقام أن نسبة كبيرة من المبحوثين لا يتلقون تعويضات عن المصاريف الإضافية كمصاريف الهاتف والآنترنت والنقل والإطعام وغيرها، وذلك على الرغم من أن طبيعة عملهم تفرض عليهم في الكثير من الأحيان استعمال وسائلهم الخاصة سواء للاتصال بمصادر المعلومات أو للتنقل إلى أماكن الأحداث الرياضية داخل وخارج الوطن من أجل ضمان تغطيتها مع كل ما يترتب عن ذلك من مصاريف.



جدول رقم (28): يوضح استفادة المبحوثين من التأمين مع المؤسسة الإعلامية التي يعملون معها

النسبة	التكرار	الفئة
55,16%	171	نعم
44,84%	139	لا
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (28) مدى استفادة المبحوثين من التأمين من طرف المؤسسة الإعلامية التي يعملون

معها، فنجد أن النسبة الأكبر من مفردات عينة الدراسة والمقدرة بـ 55,16% يتم تأمينهم على مستوى المؤسسات الإعلامية التابعين لها في حين أن 44,84% منهم غير مستفيدين من هذا الحق.

وتؤكد هذه الأرقام مرة أخرى أن العاملين في مجال الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة

محرومون من أبسط الحقوق في صورة الحق في التأمين الذي نصّت عليه جميع تشريعات العمل (القانون 90-

11) وكذا التشريعات الصحفية في صورة المرسوم التنفيذي رقم 08-140 الذي نصّت المادة 05 منه على:

"الاستفادة من عقد تأمين تكميلي يغطي مجمل المخاطر الاستثنائية التي قد يتعرض لها في إطار

ممارسة أنشطته المهنية في حالة وجوده في مناطق النزاعات والتوترات أو المخاطر الكبرى والمكتب من

جهاز الصحافة المستخدم.¹، كما نصت المادة 90 من قانون الإعلام 2012 على ما يلي: "يجب على الهيئة المستخدمة اکتتاب تأمين خاص على حياة كل صحفي يرسل إلى مناطق الحرب أو التمرد أو المناطق التي تشهد أوبئة أو كوارث طبيعية، أو أية منطقة أخرى قد تعرض حياتهم للخطر"²، وهذا الأمر ينطبق على مواقع الأحداث الرياضية خاصة ملاعب كرة القدم التي أصبحت تشهد الكثير من أحداث العنف التي تهدد حياة وسلامة الإعلاميين الرياضيين، ناهيك عن المخاطر التي تعترضهم بشكل دوري بسبب السفر المستمر والتنقلات لتغطية مختلف الأحداث، كما أن بعض الدراسات أكدت أن العاملين في المجال الإعلامي معرضون للعديد من الأمراض كأمراض القلب والشرايين، اضطرابات الجهاز الهضمي، القولون العصبي، القرحة المعدية، الإرهاق، الأرق، ارتفاع ضغط الدم، داء السكري، الاختلالات البصرية، أمراض العضلات والمفاصل وغيرها.³

واللافت للانتباه هو أن مشكل عدم التصريح بالصحفيين لدى الضمان الاجتماعي شأنه شأن العديد من القضايا الأخرى مطروح منذ سنوات طويلة، حيث كشفت دراسة قام بها الباحث رضوان بوجمعة سنة 2005⁴ عن وجود أكثر من 57% من الصحفيين غير مستفيدين من الحماية الاجتماعية والوضع لا يزال على حاله بعد مرور أكثر من 15 سنة عن هذه الدراسة.

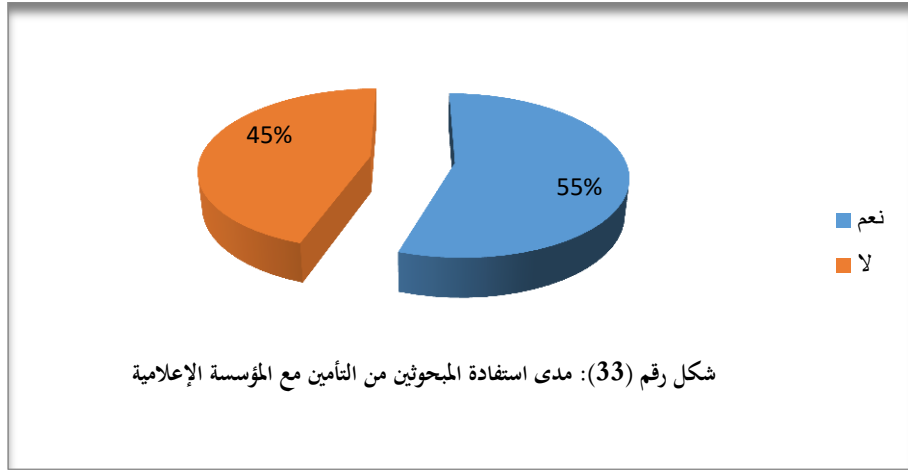
1- المرسوم التنفيذي رقم 08-140، مرجع سبق ذكره

2- القانون العضوي رقم 05-12، مرجع سبق ذكره

3- نسرین ریاض عبد الله، مرجع سبق ذكره ص.ص 102، 103

4- رضوان بوجمعة، المراسلون المحليون في الصحافة المكتوبة -دراسة سوسيو- مهنية لمراسلي الصحف في الجزائر-، المجلة الجزائرية

للاتصال، العدد 19، جانفي- جوان 2005



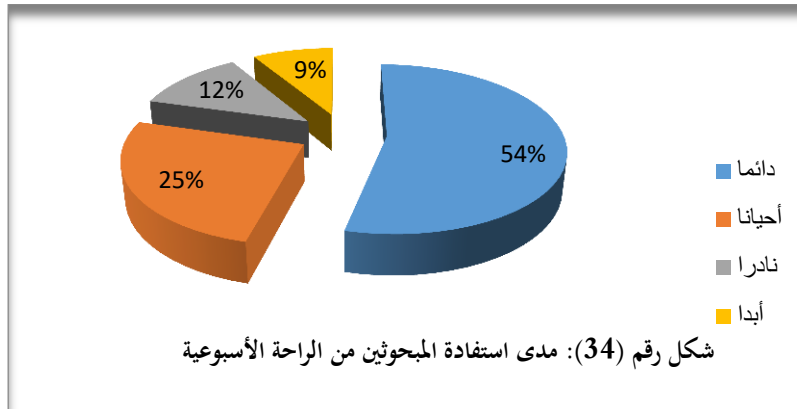
جدول رقم (29): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى استفادتهم من الراحة الأسبوعية

النسبة	التكرار	الفئة
53,87%	167	دائما
25,48%	79	أحيانا
11,93%	37	نادرا
8,71%	27	أبدا
99,99%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (29) إجابات المبحوثين حول مدى استفادتهم من الراحة الأسبوعية، حيث أكدت النسبة الأكبر منهم والمقدرة بـ 53,87% أنها تستفيد دائما من الراحة الأسبوعية في حين أن نسبة 25,48% يستفيدون منها أحيانا من، أما 11,93% من المبحوثين فهم نادرا ما يستفيدون من الراحة الأسبوعية مقابل 8,71% ممن لا يستفيدون منها أبدا.

من خلال قراءة هذه الأرقام نلاحظ أن حوالي 46% من أفراد العينة لا يستفيدون بانتظام من الراحة الأسبوعية التي نصّت عليها المادة 33 من قانون العمل 90-11 حيث جاء في بند الحقوق: "حق العامل في

الراحة يوم كامل في الأسبوع.¹، وبالعودة إلى نتائج (الجدول رقم 26) نستنتج أن هؤلاء لا يستفيدون من العطلة الأسبوعية ولا يستفيدون من التعويض المنصوص عليه قانونا في حالة العمل في أيام الراحة القانونية حيث جاء في المادة 19 من المرسوم رقم 140-08: "دون الإخلال بأحكام القانون رقم 11-90 المؤرخ في 26 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 المعدل والمتمم والمذكور أعلاه والمتعلقة بالعطل وأيام الراحة القانونية يستفيد الصحفي الذي يعمل خلال أيام الراحة القانونية من راحة تعويضية حسب الشروط المحددة في الاتفاقية الجماعية."²، وهذا ما يؤكد التجاوز الخطير تقوم به بعض المؤسسات الإعلامية في غياب آليات الرقابة وحفظ حقوق الإعلاميين الرياضيين.



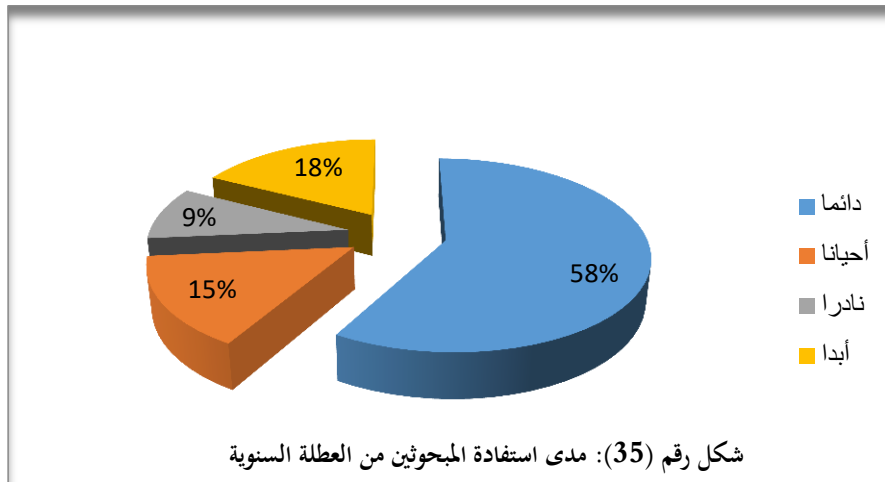
جدول رقم (30): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى استفادتهم من العطلة السنوية

النسبة	التكرار	الفئة
58,39%	181	دائما
15,16%	47	أحيانا
9,03%	28	نادرا
17,42%	54	أبدا
100%	310	المجموع

1- القانون رقم 11-90، مرجع سبق ذكره
2- المرسوم رقم 140-08، مرجع سبق ذكره

يمثل الجدول رقم (30) إجابات المبحوثين حول مدى استفادتهم من العطلة السنوية، حيث أكدت النسبة الأكبر منهم والمقدرة بـ 58,39% أنها تستفيد دائما من العطلة السنوية في حين أن نسبة 17,42% لا يستفيدون منها أبدا، أما 15,16% من المبحوثين فهم أحيانا ما يستفيدون من العطلة السنوية مقابل 9,03% ممن يستفيدون منها نادرا.

الملاحظ على الأرقام أعلاه أن ما يفوق 41% من أفراد العينة أكدوا أنهم لا يستفيدون بشكل منتظم من العطلة السنوية إذ تراوحت إجاباتهم بين أحيانا، نادرا وأبدا، وهذا الأمر يتعارض مع المادة 39 من قانون العمل 11-90 التي تنص على ما يلي: "لكل عامل الحق في عطلة سنوية مدفوعة الأجر".¹ والمادة 24 من الأمر 525-68 التي جاء فيها: "يستحق الصحفي القائم بعمله عطلة عادية للراحة مقدارها 30 يوما متعاقبا عن مدة سنة كاملة من الخدمة".²، والأكثر من ذلك أن هؤلاء لا يتلقون تعويضات نظير حرمانهم من هذا الحق واضطرابهم للعمل طيلة أيام السنة (انظر الجدول رقم 26).



1- القانون رقم 11-90، مرجع سبق ذكره
2- أمر رقم 525-68، مرجع سبق ذكره

جدول رقم (31): يوضح العلاقة بين قطاع العمل والاستفادة من الحقوق

المجموع	الاستفادة من التأمين		الاستفادة من أجر دائم		امتلاك البطاقة المهنية		امتلاك عقد		الاستفادة من الحقوق قطاع العمل
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32	%84,37	27	%93,75	30	%65,62	21	96,87 %	31	قطاع عام
278	%51,80	144	%75,53	210	%52,15	145	61,15 %	170	قطاع خاص

يوضح الجدول رقم (31) مدى وجود علاقة بين قطاع العمل (عام أو خاص) والاستفادة من الحقوق، حيث نلاحظ أن 96,87% من المبحوثين العاملين في القطاع العام يمتلكون عقوداً مع المؤسسات التي ينتمون إليها، في حين أن النسبة لدى العاملين في القطاع الخاص لا تتعدّد 61,37%، أما بالنسبة للبطاقة المهنية للصحفي المحترف فإن نسبة من يمتلكونها من العاملين في القطاع العام هي 65,62% فيما بلغت 52,15% في القطاع الخاص، وبخصوص الاستفادة من الأجر والتأمين فإن النسب هي 93,75% و84,37% على التوالي في القطاع العام أما في القطاع الخاص فهي 75,53% و 51,80% على التوالي.

من خلال الأرقام المذكورة أعلاه نلاحظ أن الإعلاميين الرياضيين العاملين في القطاع العام أكثر استفادة من أهم الحقوق والمتمثلة في امتلاك عقد، امتلاك البطاقة المهنية، الاستفادة من أجر دائم ومن التأمين مقارنة بزملائهم العاملين في القطاع الخاص، وعليه يمكن القول بأن هناك علاقة سببية بين قطاع العمل والاستفادة من الحقوق بمعنى أن العمل في القطاع العام يضمن بنسبة كبيرة للإعلامي الرياضي الاستفادة من الحقوق المنصوص عليها في مختلف القوانين والتشريعات، في حين أن العمل في القطاع الخاص لا يضمن ذلك.

جدول رقم (32): يوضح العلاقة بين الاستفادة من الحقوق والوضعية المهنية (صحفي دائم/صحفي غير دائم)

المجموع	صحفي غير دائم		صحفي دائم		الوضعية المهنية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاستفادة من الحقوق
202	%26,73	54	%73,27	148	امتلاك عقد
166	%25,90	43	%74,10	123	امتلاك البطاقة المهنية
240	%32,92	79	%67,08	161	الاستفادة من أجر دائم
171	%14,62	25	%85,38	146	الاستفادة من التأمين

يوضح الجدول رقم (32) مدى وجود علاقة بين الوضعية المهنية (صحفي دائم أو صحفي غير دائم) والاستفادة من الحقوق، وتؤكد الأرقام وجود علاقة سببية بين المتغيرين حيث نلاحظ أن أكثر من 65% من الصحفيين الدائمين يمتلكون عقوداً مع المؤسسات التي يعملون معها بالإضافة إلى البطاقة المهنية للصحفي المحترف كما أنهم مستفيدون من أجر دائم ومن الحق في التأمين، في المقابل نجد أن أكثر من 70% من الصحفيين غير الدائمين (المراسلين، المتعاونين والعاملين بالقطعة) غير مستفيدين من هذه الحقوق.

بالتالي فإنه يمكن القول بأن هناك علاقة بين الوضعية المهنية للإعلاميين والاستفادة من مختلف الحقوق، حيث نجد أن الصحفيين الدائمين يستفيدون تقريبا من جميع الحقوق على عكس الصحفيين غير الدائمين الذين يعانون من الحرمان من أبسط الحقوق على غرار الأجر، التأمين والبطاقة المهنية، ويمكن تفسير ذلك بكون الصحفيين الدائمين يملكون عقوداً تحميهم وتحمي حقوقهم على خلاف المراسلين والمتعاونين والعاملين بالقطعة الذين لا يجوزون على عقود تربطهم بالمؤسسات الإعلامية التي تمنحهم في أحسن الأحوال

الإطار التطبيقي للدراسة

وثيقة "أمر بمهمة" التي لا تضمن لهم أبسط الحقوق ولا تحميهم من أي مخاطر وذلك على الرغم من أن جميع التشريعات تعتبرهم صحفيين، وقد أشار رئيس المجلس الوطني للصحفيين الجزائريين رياض بوخدشة إلى هذا التجاوز حيث صرح: "المراسل الصحفي في الأصل صحفي وينطبق عليه ما ينطبق على الصحفي في قاعة التحرير المركزية، لكن الواقع يُفرز نوعا من التمييز بين الصحفي المركزي والصحفي المراسل وذلك راجع لغياب أدنى اهتمام بالإعلام الجوّاري".¹

جدول رقم (33): يوضح العلاقة بين سنوات الخبرة والاستفادة من الحقوق

المجموع	أكثر من 10 سنوات		بين 05 و 10 سنوات		أقل من 05 سنوات		سنوات الخبرة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاستفادة من الحقوق
202	%52,47	106	%33,17	67	%14,36	29	امتلاك عقد
166	%51,20	85	%30,12	50	%18,67	31	امتلاك البطاقة المهنية
240	%49,17	118	%36,25	87	%14,58	35	الاستفادة من أجر دائم
171	%54,97	94	%33,92	58	%11,11	19	الاستفادة من التأمين

يوضح الجدول رقم (33) مدى وجود علاقة بين سنوات الخبرة والاستفادة من الحقوق، وتؤكد الأرقام وجود علاقة سببية بين المتغيرين حيث نلاحظ أن الفئة (أقل من 05 سنوات) هي أقل الفئات استفادة من الحقوق المتمثلة في: امتلاك عقد، امتلاك البطاقة المهنية، الاستفادة من أجر دائم ومن التأمين، في حين أن فئة أكثر من 10 سنوات يستفيد أكثر من نصف المنتمين إليها من جميع الحقوق.

1- المؤتمر التأسيسي للمجلس الوطني للصحفيين الجزائريين المنعقد في 2019/05/02

وهذا يعني أن هناك علاقة طردية بين سنوات الخبرة ومدى الاستفادة من الحقوق، أي أنه كلما زادت خبرة الإعلامي الرياضي كلما ارتفعت نسبة استفادته من مختلف الحقوق وهو أمر مخالف للقوانين والتشريعات التي تدعو إلى ضرورة معاملة جميع المستخدمين بالعدل والمساواة وعدم التفريق بينهم لأي سبب من الأسباب، كما تكشف هذه الأرقام حجم التجاوزات التي تمارسها أغلب المؤسسات الإعلامية في حق حديثي التوظيف من خلال استغلال حاجتهم لمنصب عمل وشغفهم بولوج المجال الإعلامي لحرمانهم من حقوقهم.

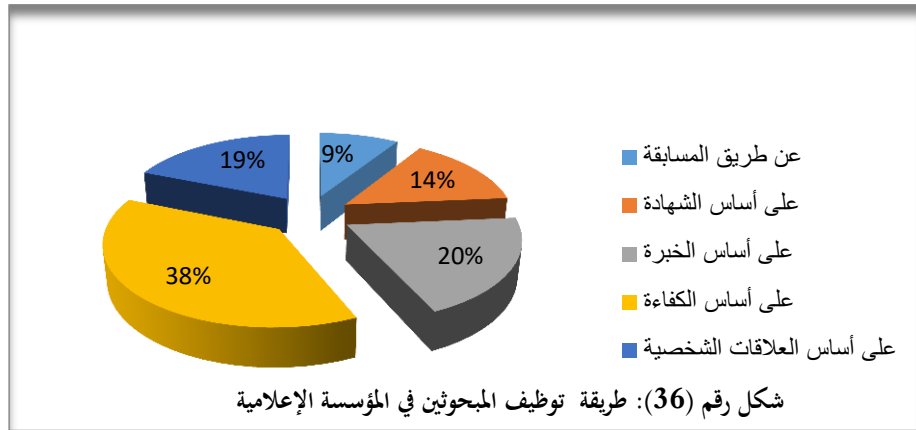
جدول رقم (34): يوضح إجابات المبحوثين حول طريقة توظيفهم في المؤسسة الإعلامية

النسبة	التكرار	الفئة
09,01%	42	عن طريق المسابقة
14,59%	68	على أساس الشهادة أو التخصص
19,74%	92	على أساس الخبرة
37,77%	176	على أساس الكفاءة
18,88%	88	على أساس العلاقات الشخصية
99,99%	466	المجموع

يمثل الجدول رقم (34) الطريقة التي تم بها توظيف أفراد العينة في المؤسسة الإعلامية، حيث أكدت أكبر نسبة منهم أي 37,77% أنهم التحقوا بالمؤسسة الإعلامية على أساس الكفاءة فيما تم توظيف 19,74% منهم على أساس الخبرة و 18,88% على أساس العلاقات الشخصية، في حين أن نسبة من تم توظيفهم على أساس الشهادة أو التخصص لم تتجاوز 14,59%، أما من أجروا مسابقات للالتحاق بالمؤسسة فلم تتجاوز نسبتهم 09,01%.

وتكشف هذه الأرقام بأن المؤسسات الإعلامية تعتمد بالدرجة الأولى على معياري الخبرة والكفاءة في اختيار المنتسبين إليها إلى جانب العلاقات الشخصية، في المقابل فهي تتجاهل في أغلب الأحيان امتلاك

الشهادة أو المؤهل العلمي المناسب كما تلجأ في حالات نادرة لتنظيم مسابقات لاختيار الأنسب وهذا الأمر جعل فئة كبيرة من العاملين في مجال الإعلام الرياضي غير مختصين في الإعلام والاتصال أو تخصص قريب منه (أنظر الجدول رقم 12) لكنهم في المقابل يملكون الخبرة والكفاءة اللتين تؤهلهم لممارسة عملهم.



جدول رقم (35): يوضح إجابات المبحوثين حول خضوعهم لفترة تجريبية بعد التوظيف

النسبة	التكرار	الفئة
64,52%	200	نعم
35,48%	110	لا
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (35) إجابات المبحوثين حول مدى خضوعهم لفترة تجريبية بعد توظيفهم حيث

كشفت 64,52% منهم أنهم خضعوا لفترة تجريبية في حين أن 35,48% منهم لم يخضعوا لها.

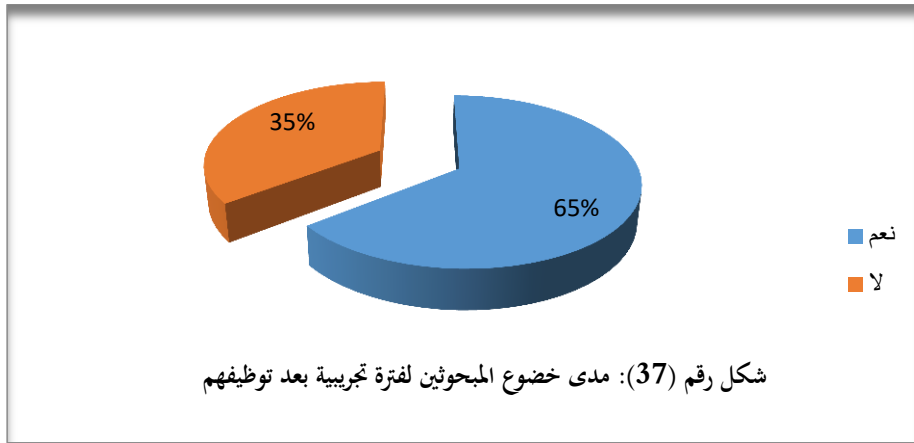
ويمكن تفسير هذه الأرقام برغبة المؤسسات الإعلامية في تجريب المرشحين للانتساب إليها من أجل

الوقوف على مهاراتهم ومدى قدرتهم على الاستجابة لمتطلبات العمل قبل اتخاذ القرار النهائي بتوظيفهم من

عدمه، كما أن بعض المؤسسات تلجأ إلى ذلك للتحايل ولحرمان الإعلاميين المبتدئين من حقوقهم وهو ما

أكدته العديد من الدراسات التي أجريت في المجال على غرار دراسة الوليد رفاص التي جاء في نتائجها أن 70% من الإعلاميين العاملين في القطاع الخاص خضعوا لفترة تجريبية دون أن يتحصلوا على حقوقهم.¹

في حين يمكن تفسير عدم خضوع قرابة ثلث أفراد العينة لفترة تجريبية لاعتماد بعض المؤسسات على معيار الكفاءة والخبرة في التوظيف (أنظر الجدول رقم 34) على الرغم من أن ذلك يتعارض مع ما نص المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 08-140 المحدد للنظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين والتي جاء فيها: "يخضع توظيف جهاز الصحافة للصحفي للمرة الأولى إلى فترة تجريب توضح مدتها في عقد العمل."²



جدول رقم (36): يوضح إجابات المبحوثين حول تلقيهم لحقوقهم خلال الفترة التجريبية

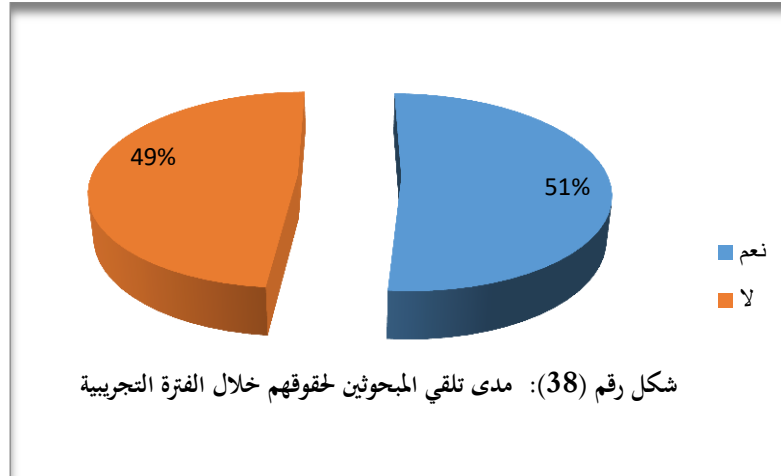
النسبة	التكرار	الفئة
51,50%	103	نعم
48,50%	97	لا
100%	200	المجموع

1- الوليد رفاص، مرجع سبق ذكره
2- المرسوم التنفيذي رقم 08-140، مرجع سبق ذكره

يمثل الجدول رقم (36) إجابات الباحثين الذين خضعوا لفترة تجريبية بعد توظيفهم حول مدى تلقيهم لمختلف حقوقهم خلال هذه الفترة التجريبية، حيث أكد 51,50% منهم على تلقيهم لجميع حقوقهم فيما أجاب 48,50% منهم بالنفي.

وتكشف هذه الأرقام أحد أهم التجاوزات الموجودة في مجال العمل الإعلامي بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة والمتمثلة في الاعتماد على الخريجين الجدد وإخضاعهم لفترات تجريبية غير محددة المدة وحرمانهم من حقوقهم خلال تلك الفترة وهو ما أكدته العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في هذا المجال على غرار دراسة الوليد رفاص¹ التي كشفت خروقات في مدة الفترة التجريبية بسبب عدم تحديدها في مختلف القوانين المسيرة لقطاع الإعلام وهو ما يستغله ملاك المؤسسات الإعلامية لتمديد هذه الفترة إلى سنة أو أكثر دون دفع المستحقات خلالها، وذلك على الرغم من أن النصوص القانونية واضحة في هذا المجال حيث تنص المادة 19 من القانون 90-11 على: "يتمتع العامل خلال المدة التجريبية بنفس الحقوق التي يتمتع بها العمال الذين يشغلون مناصب عمل ماثلة ويخضع لنفس الواجبات"، وهو نفس ما تشير إليه المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 08-140 : "يستفيد الصحفي الذي تم توظيفه لفترة تجريبية من نفس الحقوق التي يستفيد منها الصحفي الدائم."²

1- الوليد رفاص، مرجع سبق ذكره
2- المرسوم التنفيذي رقم 08-140، مرجع سبق ذكره



جدول رقم (37): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى استفادتهم من دورة تدريبية بعد التوظيف

النسبة	التكرار	الفئة
28,39%	88	نعم
71,61%	222	لا
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (37) إجابات المبحوثين بخصوص استفادتهم من دورة تدريبية بعد التوظيف، حيث

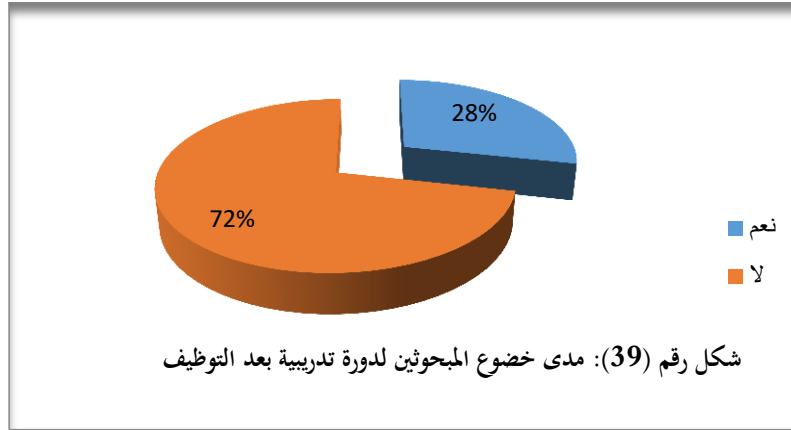
أكد 71,61% منهم على عدم استفادتهم من أي دورة في حين لم تتجاوز نسبة من استفادوا من ذلك 28,39%.

وتتعارض هذه الأرقام مع ضروريات العمل في مجال الإعلام الرياضي الذي يتطلب مؤهلات وقدرات

خاصة إلى جانب معرفة متخصصة لا سيما أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لا يملكون شهادة في علوم الإعلام

والإتصال أو في تخصص مشابه له (أنظر الجدول رقم 12) ما يعني حاجتهم لدورة أو دورات تدريبية يتعرفون

خلالها على أجدديات العمل الإعلامي قبل الشروع فيه.



جدول رقم (38): يوضح مدى متابعة المبحوثين الذين لا يملكون شهادات في الإعلام والاتصال لدورات

تدريبية بعد التوظيف

النسبة	التكرار	الفئة
26,72%	35	نعم
73,28%	96	لا
100%	131	المجموع

يوضح الجدول رقم (38) مدى استفادة المبحوثين غير المتخصصين في الإعلام والاتصال من دورات

تدريبية متخصصة بعد التوظيف، حيث أجاب 73,28% منهم بأنهم لم يستفيدوا من أي دورة تدريبية في

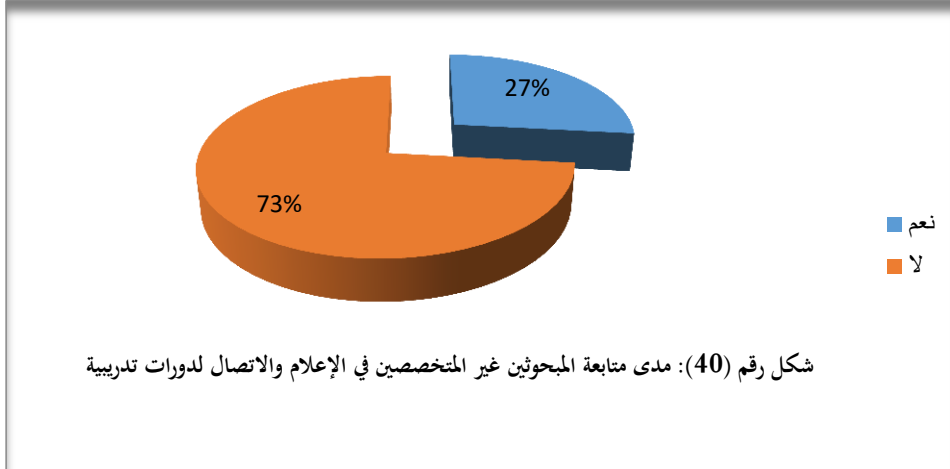
حين أن نسبة من استفادوا من ذلك لم تتجاوز 26,72%.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة المبحوثين غير المستفيدين من دورات تدريبية بعد التوظيف رغم عدم

امتلاكهم لشهادة في تخصص الإعلام والاتصال أو أي تخصص قريب منه بكون هؤلاء تم توظيفهم على أساس

الخبرة أو الكفاءة وفق ما توصل إليه الباحث من نتائج (أنظر الجدول رقم 34)، كما أن إقامة هذه الدورات

تفرض على المؤسسات الإعلامية صرف مبالغ مالية هامة وهو الأمر الذي يجعلها تتهرب منها في ظل عجزها عن الوفاء بأهم التزاماتها الأخرى تجاه المنتسبين إليها في صورة: الأجور الشهرية، التأمين، التعويضات... إلخ.



جدول رقم (39): يوضح إجابات المبحوثين حول متابعة دورات تدريبية خلال مساهمهم المهني

النسبة	التكرار	الفترة
53,87%	167	نعم
46,13%	143	لا
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (39) مدى متابعة المبحوثين لدورات تدريبية خلال مساهمهم المهني حيث أجاب

53,87% منهم بأنهم خضعوا لدورة تدريبية واحدة على الأقل، في حين أن 46,13% منهم لم يخضعوا لأي

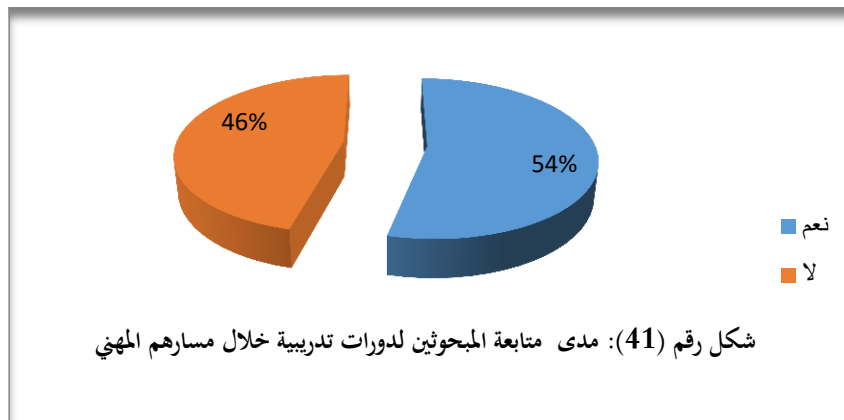
دورة على مدار مساهمهم المهني.

وعلى الرغم من أن النسبة الأكبر من المبحوثين خضعوا لدورة تدريبية واحدة على الأقل خلال

مساهمهم المهني، إلا أن ذلك لا يُخفي وجود نسبة كبيرة ممن لم يستفيدوا من ذلك بالرغم من إلزامية هذا الأمر

من أجل تجديد المعارف من جهة والتكيف مع التطورات التكنولوجية من جهة أخرى وذلك وفق ما جاء في

مختلف القوانين منها قانون العمل 90-11 الذي يُلزم جميع المستخدمين بضمان تحسين المستوى لجميع العمل حيث تنص المادة 57 على ما يلي: "يجب على كل مستخدم أن يباشر أعمالاً تتعلق بالتكوين وتحسين المستوى لصالح العمال".¹، أما في المجال الإعلامي فقد نصت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 08-140 المتعلقة بحقوق الصحفي على ما يلي: "التكوين المتواصل لاسيما بغرض التخصص الذي يتم تحديد كفاءات تنفيذه في إطار الاتفاقية الجماعية".²



جدول رقم (40): يوضح إجابات المبحوثين حول الجهة صاحبة المبادرة بتنظيم الدورات التدريبية

النسبة	التكرار	الجهة
56,29%	94	بمبادرة منك
26,35%	44	بمبادرة من المؤسسة الإعلامية
17,36%	29	الاثنتين معا
100%	167	المجموع

يوضح الجدول رقم (40) إجابات المبحوثين حول الجهة صاحبة المبادرة بتنظيم الدورة التدريبية حيث

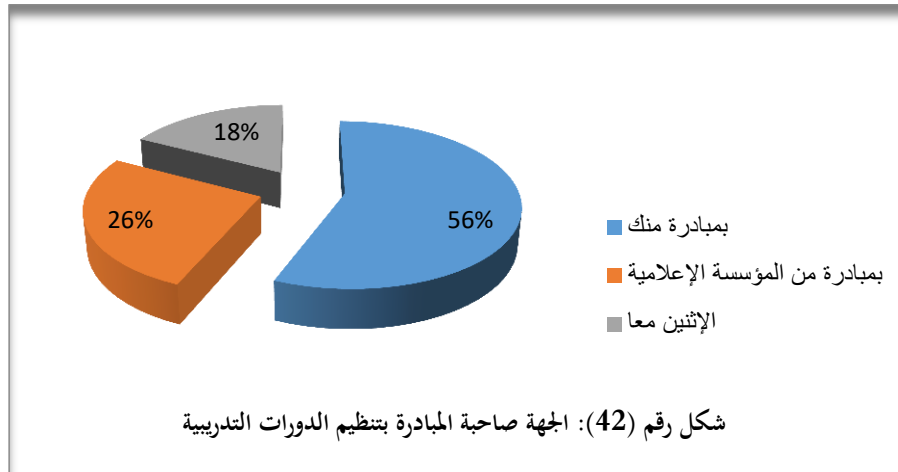
أشار الأغلبية منهم بنسبة 56,29% بأنهم من بادروا للالتحاق بالدورة التدريبية، فيما كشف 26,35%

1- القانون رقم 11-90، مرجع سبق ذكره
2- المرسوم التنفيذي رقم 08-140، مرجع سبق ذكره

الإطار التطبيقي للدراسة

منهم بأن المبادرة كانت من المؤسسة الإعلامية في حين أجاب 17,36% منهم بأن المبادرة كانت من طرفهم ومن المؤسسة الإعلامية على حد سواء.

وتكشف هذه الأرقام عدم اهتمام أغلب المؤسسات الإعلامية بتدريب وتكوين المنتسبين إليها من أجل تجديدهم معارفهم وتطوير مهاراتهم وترك المبادرة لهم على الرغم من أن ذلك يُعتبر من واجباتها تجاههم وفق ما تنص عليه القوانين العامة والخاصة في آن واحد، وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة دنيازاد سويح (2019) التي توصلت إلى أن التكوين في المجال الصحفي يكاد يكون منعدماً بسبب غياب التكفل الفعلي بالصحفيين.



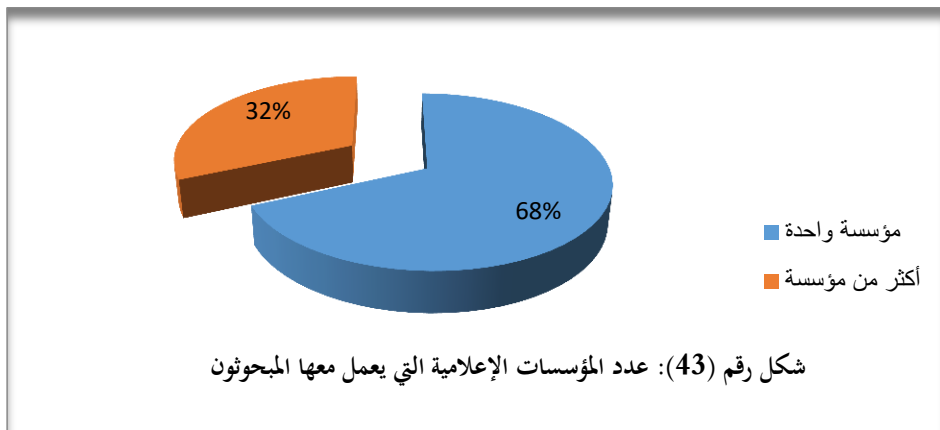
جدول رقم (41): يوضح إجابات المبحوثين حول عدد المؤسسات الإعلامية التي يعملون معها

النسبة	التكرار	الفئة
68,39%	212	مؤسسة إعلامية واحدة
31,61%	98	أكثر من مؤسسة إعلامية
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (41) إجابات الباحثين بخصوص عدد المؤسسات الإعلامية التي يعملون معها، حيث كشف أغليبتهم بنسبة 68,39% بأنهم يعملون مع مؤسسة إعلامية واحدة فيما اعترف 31,61% منهم بالعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية.

وتؤكد هذه الأرقام لجوء نسبة لا بأس بها من الإعلاميين الرياضيين إلى العمل مع أكثر من وسيلة إعلامية وذلك على الرغم من أن نص المادة 77 من قانون الإعلام 2012 يشير إلى منع ذلك: "يُمنع على الصحفي الذي يمارس مهنته بصفة دائمة في نشرية دورية أو أي وسيلة إعلام، أن يؤدي عملاً مهما كانت طبيعته لحساب نشرية دورية أخرى أو وسيلة إعلام أخرى، أو أي هيئة مستخدمة أخرى إلا بترخيص من الهيئة المستخدمة الرئيسية"¹.

من جهة أخرى فإن انتشار هذه الظاهرة يُقلّل من فرص التشغيل بالنسبة للمتخرجين الجدد الذين يضطر الكثير منهم للعمل خارج مجال تخصصهم بسبب تفضيل المؤسسات الإعلامية لتوظيف أصحاب الخبرة والتجربة.



1- القانون العضوي رقم 05-12، مرجع سبق ذكره

جدول رقم (42): يوضح العلاقة بين قطاع العمل والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية

المجموع	أكثر من مؤسسة إعلامية		مؤسسة إعلامية واحدة		عدد المؤسسات قطاع العمل
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32	25%	08	75%	24	قطاع عام
278	32,37%	90	67,87%	188	قطاع خاص

يوضح الجدول رقم (42) مدى وجود علاقة بين قطاع العمل والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية،

حيث نلاحظ أن 25% من العاملين في القطاع العام يعملون مع أكثر من مؤسسة إعلامية واحدة مقابل

32,37% من الإعلاميين الرياضيين المنتسبين للقطاع الخاص.

ومنه نستنتج أن هناك علاقة بين قطاع العمل والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية حيث أن

الإعلاميين الرياضيين العاملين في القطاع الخاص يلجؤون إلى ذلك أكثر من نظرائهم في القطاع العام، ويمكن

تفسير ذلك برغبتهم في تحسين أوضاعهم المهنية والاجتماعية من جهة (انظر الجدول رقم 44) ، ومن جهة

أخرى صعوبة حصول الإعلاميين الرياضيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العمومية على الترخيص للعمل مع

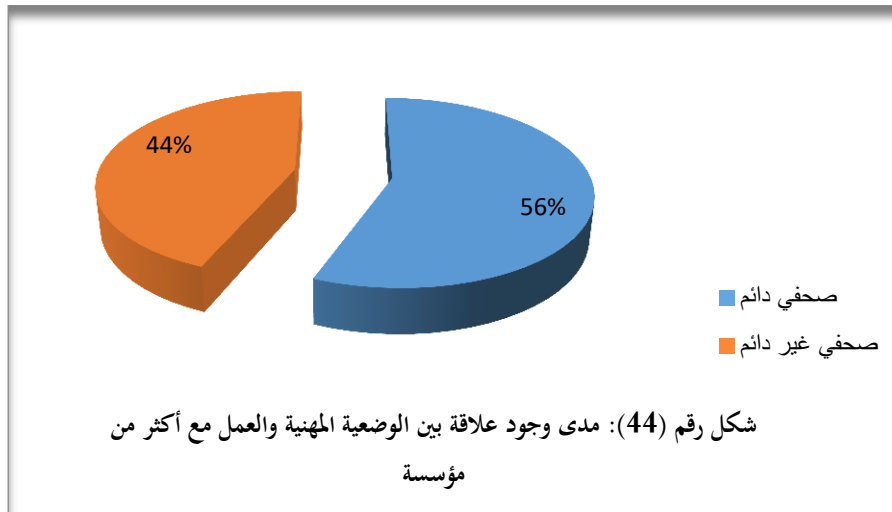
مؤسسة إعلامية أخرى.

جدول رقم (43): يوضح مدى وجود علاقة بين الوضعية المهنية (صحفي دائم/صحفي غير دائم) والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية

المجموع	صحفي غير دائم		صحفي دائم		الوضعية المهنية عدد المؤسسات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
98	%51,02	50	%48,98	48	مؤسسة واحدة
212	%43,87	93	%56,13	119	أكثر من مؤسسة

يوضح الجدول رقم (43) مدى وجود علاقة بين الوضعية المهنية للمبحوثين (صحفي دائم/صحفي غير دائم) وجوئهم للعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية، حيث نلاحظ أن النسبة بلغت 56,13 % لدى فئة الصحفيين الدائمين و 43,87% لدى فئة الصحفيين غير الدائمين.

ومنه نستنتج أنه لا توجد علاقة بين الوضعية المهنية للمبحوثين والعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية، بمعنى أن العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية لا يقتصر على الصحفيين غير الدائمين فقط بل يشمل حتى الصحفيين الدائمين وذلك راجع لعدة أسباب سيتم توضيح أهمها في الجدول الموالي.

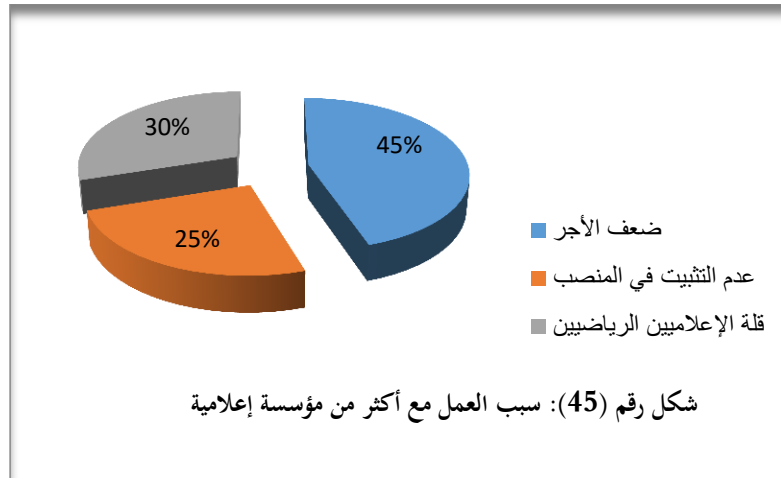


جدول رقم (44): يوضح إجابات المبحوثين حول سبب العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية

النسبة	التكرار	الفئة
45%	63	ضعف الأجر
25%	35	عدم التثبيت في المنصب
30%	42	قلة الإعلاميين الرياضيين
100%	140	المجموع

يمثل الجدول رقم (44) إجابات المبحوثين بخصوص سبب عملهم مع أكثر من مؤسسة إعلامية واحدة، حيث جاء ضعف الأجر في المرتبة الأولى بنسبة 45% فيما جاء مبرر قلة الإعلاميين الرياضيين في المركز الثاني بنسبة 30%، أما مبرر عدم التثبيت في المنصب فقد احتل المركز الأخير بنسبة 25%.

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من الإعلاميين الرياضيين يلجؤون للعمل مع أكثر من وسيلة إعلامية لتحسين دخلهم بالدرجة الأولى وهو ما يتوافق مع نتائج الجدول رقم (25) التي بينت وجود حالة عدم رضا لدى المبحوثين عن الأجور التي يتلقونها بسبب عدم تناسبها مع العمل المقدم، في حين أن نسبة أخرى يفعلون ذلك بحجة قلة الإعلاميين الرياضيين مما يجعل المؤسسات الإعلامية تطلب خدماتهم وهو ما تؤكد نتائج الجدول رقم (34) التي تشير إلى أن 37,77% من أفراد العينة تم توظيفهم على أساس الكفاءة، كما أن عدم تثبيت الإعلامي الرياضي في منصبه لا يضعه تحت طائل المساءلة القانونية إذ لا يمكن تطبيق النصوص القانونية التي تفرض على الصحفيين الحصول على رخصة للعمل مع مؤسسة أخرى لأن هذه الأخيرة تخص الصحفيين الدائمين.



جدول رقم (45): يوضح إجابات المبحوثين حول عدد المرات التي غيروا فيها المؤسسة الإعلامية

النسبة	التكرار	الفئة
37,42%	116	لم تغيّر
20,64%	64	غيرت مرة واحدة
16,77%	52	غيرت مرتين
25,16%	78	غيرت أكثر من مرتين
99,99%	310	المجموع

يشير الجدول رقم (45) إلى عدد المرات التي غيّر فيها المبحوثون المؤسسة الإعلامية التي يعملون معها،

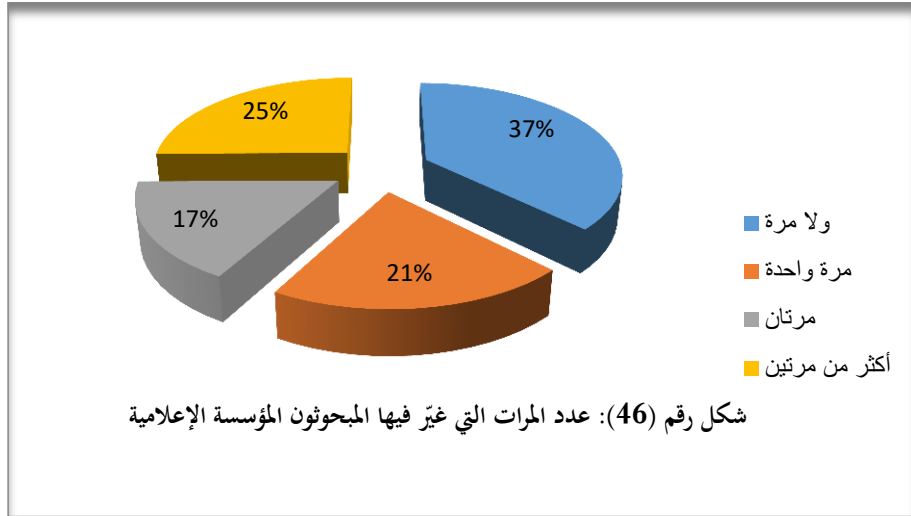
حيث أجاب 37,42% منهم بأنهم لم يُغيروا المؤسسة خلال مسارهم المهني فيما بلغت نسبة من غيروها أكثر من مرتين 25,16%، أما نسبة 20,64% منهم فقد غيروا مرة واحدة مقابل 16,77% ممن غيروا مرتين.

وتكشف هذه الأرقام أن ما يُقارب ثلثي (3/2) أفراد العينة غيروا المؤسسة الإعلامية التي ينتسبون

إليها مرة واحدة على الأقل خلال مسارهم المهني، وهذا ما يعكس حالة عدم الاستقرار التي يشهدها العمل في

مجال الإعلام الرياضي من خلال الانتقال المستمر للإعلاميين الرياضيين من مؤسسة إعلامية إلى أخرى وذلك

لأسباب مختلفة سيتم توضيحها في الجدول الموالي.



جدول رقم (46): يوضح إجابات الباحثين حول سبب تغيير المؤسسة الإعلامية التي يعملون معها

النسبة	التكرار	الفئة
20,52%	87	البحث عن أجر أحسن
24,53%	104	البحث عن تحديات جديدة
26,41%	112	البحث عن ظروف عمل أفضل
11,08%	47	غلق المؤسسة
4,95%	21	عدم التوافق مع خط المؤسسة
6,37%	27	البحث عن امتيازات اجتماعية أفضل
6,13%	26	سوء العلاقة مع الزملاء والمرؤوسين
99,99%	424	المجموع

يوضح الجدول رقم (46) المبررات التي قدّمها الباحثون للجوئهم إلى تغيير المؤسسة الإعلامية، حيث

جاء في المقدمة مبرر البحث عن ظروف عمل أفضل بنسبة 26,41% يليه البحث عن تحديات جديدة

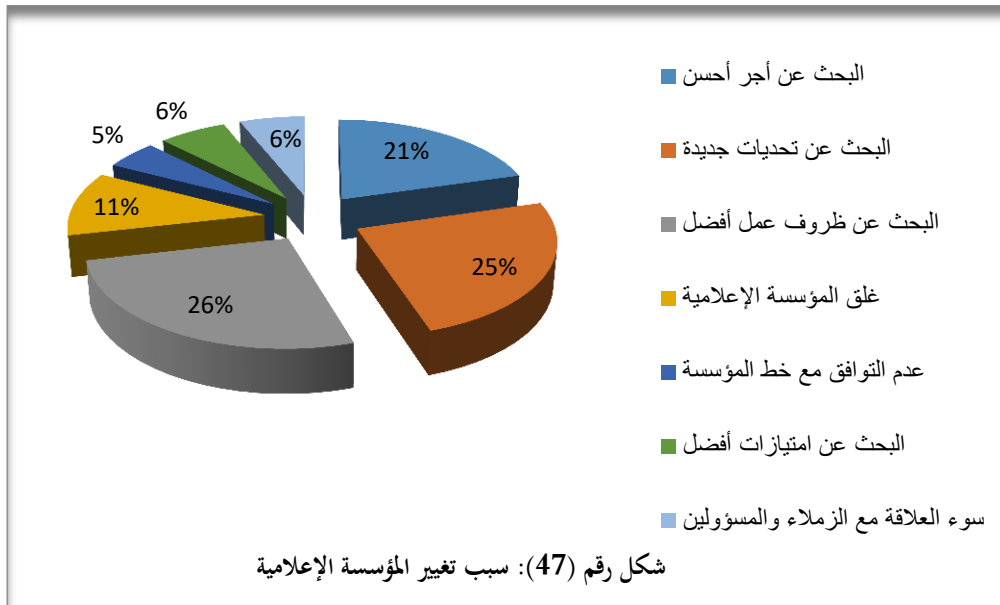
بنسبة بلغت 24,53%، أما مبرر البحث عن أجر أحسن فقد جاء في المركز الثالث بنسبة 20,52%

متبوعاً بغلق المؤسسة بنسبة 11,08%، فيما كانت نسبة مبرر البحث عن امتيازات اجتماعية أفضل وسوء

الإطار التطبيقي للدراسة

العلاقة مع المرؤوسين متقاربتين حيث بلغت 6,37% و 6,13% على التوالي، أما مبرر عدم التوافق مع خط المؤسسة فقد جاء في المركز الأخير بنسبة لم تتجاوز 4,95%.

وتؤكد هذه الأرقام أن البحث عن تحسين الظروف الاجتماعية والمهنية يُعتبران من أهم الأسباب التي تدفع الإعلاميين الرياضيين إلى تغيير المؤسسة التي يعملون معها، وهذا ما يفرض على هذه الأخيرة الاهتمام بهذه الجوانب لتفادي تضييع الكفاءات والاضطرار في كل مرة إلى البحث عن بدائل لهم.

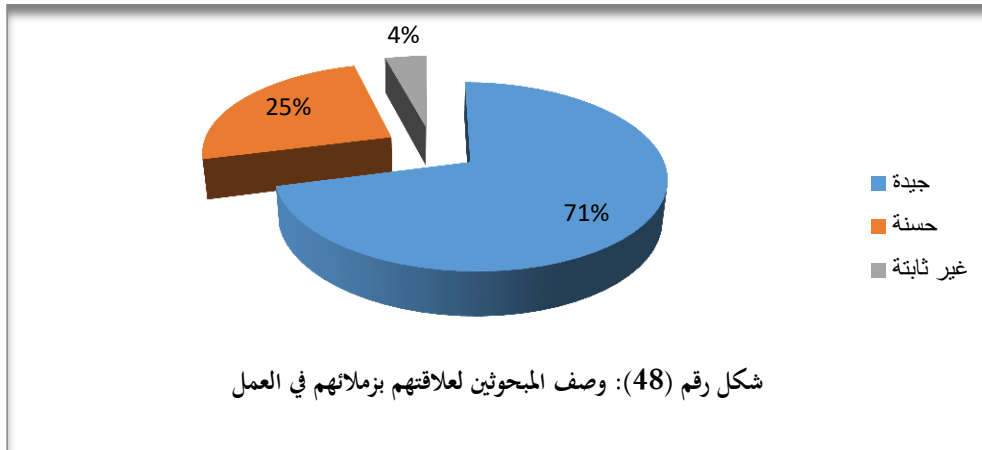


جدول رقم (47): يوضح وصف المبحوثين لعلاقتهم بزملائهم في العمل

النسبة	التكرار	الفئة
70,97%	220	جيدة
24,84%	77	حسنة
4,19%	13	غير ثابتة
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (47) إجابات المبحوثين بخصوص علاقاتهم بزملائهم، حيث اعتبرها 70,97% منهم جيدة مقابل 24,84% ممن اعتبروها حسنة، أما نسبة قليلة منهم لم تتعدّ 4,19% فقد أكدوا أنها غير ثابتة.

وتؤكد هذه الأرقام أن علاقات المبحوثين بزملائهم تتراوح بين الجيدة والحسنة وهذا ما يُعتبر أمراً إيجابياً ومحفزاً لهم على تقديم أحسن ما لديهم بعيداً عن الصراعات الداخلية التي من شأنها أن تؤثر بالسلب على أداء العمل والرضا الوظيفي لدى الإعلاميين الرياضيين الذين يعملون عادة في فريق عمل كامل أو طاقم يضم العديد من الزملاء (مخرجين، مصورين، محررين، فنيين... إلخ).

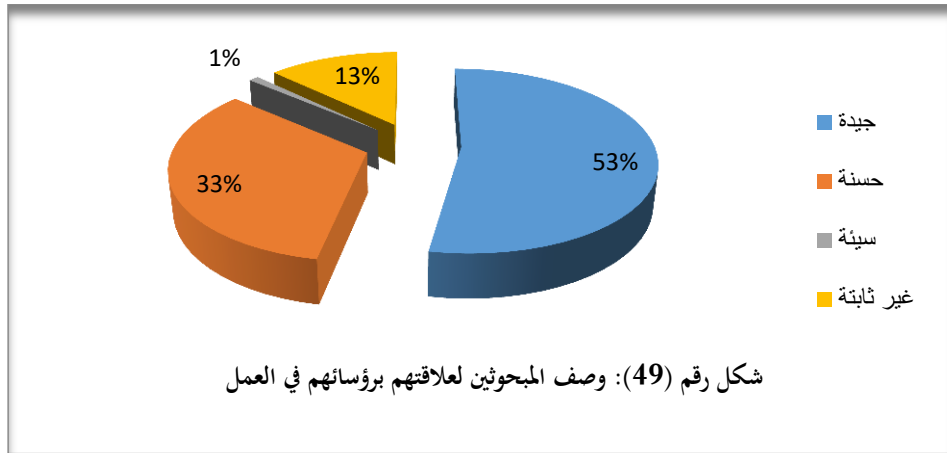


جدول رقم (48): يوضح وصف المبحوثين لعلاقتهم برؤسائهم في العمل

الفئة	التكرار	النسبة
جيدة	164	52,90%
حسنة	103	33,22%
سيئة	3	0,97%
غير ثابتة	40	12,90%
المجموع	310	99,99%

يمثل الجدول رقم (48) إجابات الباحثين بخصوص علاقاتهم برؤسائهم في العمل، حيث اعتبرها 52,90% منهم جيدة مقابل 33,22% ممن اعتبروها حسنة، أما نسبة 12,90% فقد أكدوا أنها غير ثابتة في حين اعتبرتها فئة قليلة لم تتعدّ نسبتها 0,97% سيئة.

من خلال ما سبق نستنتج أن علاقات الباحثين برؤسائهم في العمل تتراوح بين الجيدة والحسنة وهذا ما يُعتبر عاملاً مشجعاً لهم على بذل أقصى جهودهم ويساعدهم على تذليل الصعاب التي قد تواجههم أثناء أدائهم لعملهم.



جدول رقم (49): يوضح وصف الباحثين لعلاقتهم بمصادر المعلومات

النسبة	التكرار	الفئة
60,32%	187	جيدة
30,97%	96	حسنة
1,29%	4	سيئة
7,42%	23	غير ثابتة
100%	310	المجموع

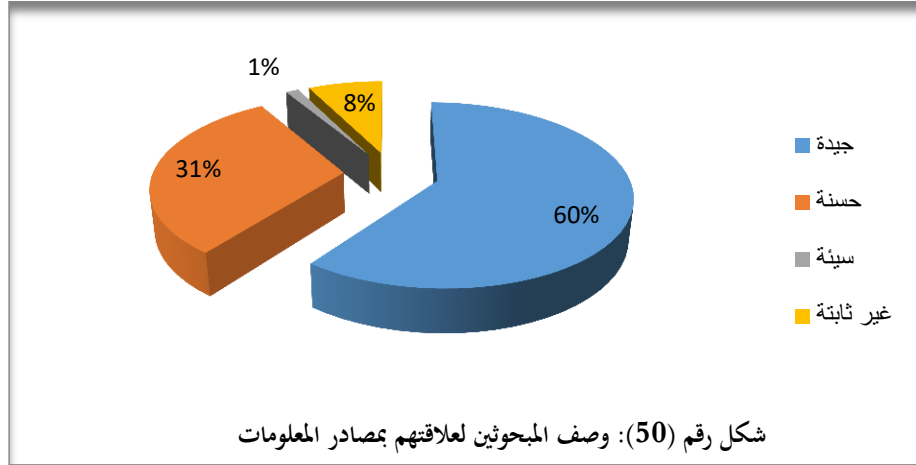
يمثل الجدول رقم (49) إجابات المبحوثين بخصوص علاقاتهم بمصادر المعلومات في العمل، حيث اعتبرها 60,32% منهم جيدة مقابل 30,97% ممن اعتبروها حسنة، أما نسبة 7,42% فقد أكدوا أنها غير ثابتة في حين اعتبرتها فئة قليلة لم تتعدّ نسبتها 1,29% سيئة.

تكشف الأرقام أعلاه أن علاقات المبحوثين بمصادر المعلومات تتراوح بين الجيدة والحسنة وهذا ما يُعتبر أمراً إيجابياً بالنسبة لهم لأن ذلك يُسهّل عليهم عملية الحصول على المعلومات التي تُمثّل المادة الأولية لموادهم الإعلامية وتسمح لهم بتحقيق سبق الصحفي، لكن هذا لا يمنع من وجود تأثيرات سلبية لهذه العلاقة إذ أنها قد تكون سبباً في انعدام المسافة بين الإعلامي وبين مصادر معلوماته بشكل يؤثر على موضوعيته وحياده ويجعله يفتقد للحسّ النقدي الواجب أن يتحلّى به كل صحفي وهو ما أشار إليه "كريستيان دورفيلي" (Christian Dorvillé) بالقول: "غياب المسافة بين الصحفيين الرياضيين والوسط الرياضي يؤثر على هويتهم المهنية ويجعل الآخرين يعتبرونهم ناطقين رسميين، كما أنه يزيد من مستوى اعتمادهم في كتاباتهم على الوصف وعلى الأبعاد العاطفية وهو ما يؤثر بالسلب على التحليل النقدي لديهم".¹ وفي نفس الإطار يقول "فابيان أوهل" (Fabian Ohl): "أغلبية الإعلاميين الرياضيين رياضيون سابقون ولديهم علاقات ودية مع المنتمين للقطاع من مسيرين، لاعبين، مدربين وغيرهم، كما أنهم يتأثرون بشغفهم للرياضة وهذا الأمر له انعكاسات على مهنتهم".² ورغم إدراكهم لهذه التأثيرات السلبية إلا أن الإعلاميين الرياضيين لا يملكون غير الحفاظ على حسن علاقاتهم بالمنتسبين لقطاع الرياضة لأن الوصول على المعلومة في

1- Christian Dorvillé, Ethique sportive, éthique journalistique: une mise en question, les cahier du journalisme, N°11, Décembre 2002, P.P 18-33

2-Fabian Ohl, Le journalisme Sportif, une production sous influence, l'exemple de la presse quotidienne régionale, Regards sociologiques, N°20, 2000, P.P 89-106

غالب الأحيان مرهون بذلك، كما أن الصحفي كثير النقد قد يتعرّض للحرمان من الوصول لمصدر المعلومة أو المنع من الدخول إلى أماكن المنافسات وفي بعض الحالات يصل الأمر إلى حدّ الاعتداء اللفظي والجسدي.*



جدول رقم (50): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى تأثير العلاقة بالآخرين على أداء المهنة الإعلامية

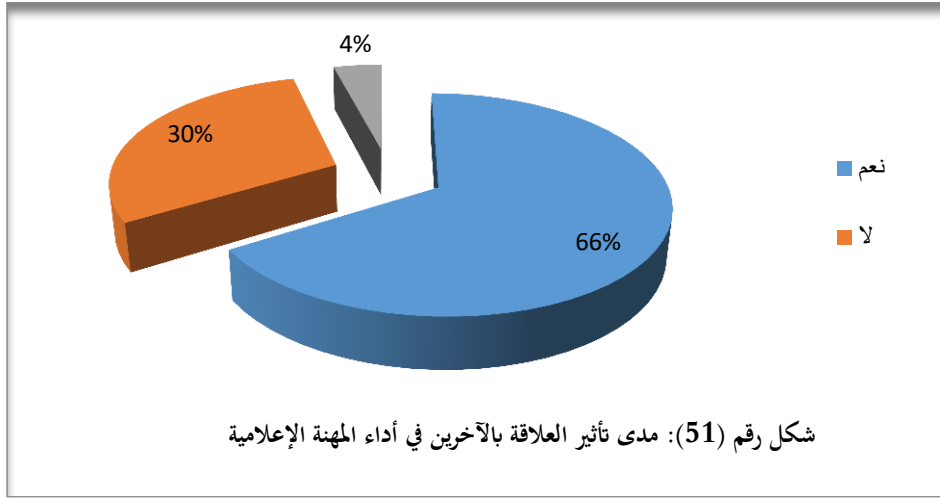
النسبة	التكرار	الفئة
56,77%	176	نعم
25,48%	79	لا
17,74%	55	إلى حد ما
99,99%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (50) إجابات المبحوثين بخصوص تأثير علاقتهم بالآخرين على أدائهم لمهنتهم

الإعلامية، حيث أكد 56,77% منهم بأنها تؤثر مقابل 25,48% ممن اعتبروا أن ليس لها أي تأثير فيما اعتبر 17,74% منهم أنها تؤثر إلى حدّ ما.

*في هذا الإطار نذكر على سبيل المثال لا الحصر بعض حالات الاعتداء التي تعرّض لها الإعلاميون الرياضيون في الجزائر داخل وخارج الوطن منها حادثة محاولة الاعتداء على صحفي جريدة "الخبر" رفيق وحيد من قبل مسؤول في بعثة الاتحاد الجزائري لكرة القدم (فاف) بتاريخ 04 جويلية 2019 على هامش كأس الأمم الإفريقية بمصر 2019، وكذا حادثة اعتداء أعوان من الشرطة بالضرب والشتم بتاريخ 21 ماي 2019 على الفريق الإعلامي لقناة "الشروق نيوز تي في" وتحطيم أجهزة العمل خلال تغطيتهم لمباراة تدخل في إطار بطولة الرابطة المحترفة الأولى الجزائرية بين نصر حسين داي وشبيبة القبائل، وبتاريخ 01 جوان 2019 تم منع تلفزيون وصحيفة "الحياة" من تغطية الندوة الصحفية لمدرّب المنتخب الوطني الجزائري جمال بلماضي من قبل أعوان تابعين للاتحاد الجزائري لكرة القدم "فاف".

والأكيد أن العمل الصحفي بصفة عامة وفي مجال الإعلام الرياضي بصفة خاصة يتأثر بعلاقة الإعلامي بالآخرين من زملاء المهنة ورؤسائه في العمل ومصادر معلوماته، حيث يسمح له ببناء شبكة علاقات متينة تمكنه من أداء مهامه في أفضل الظروف وبالوصول على المعلومات بأقل جهد وفي أقصر وقت.



جدول رقم (51): يوضح إجابات المبحوثين حول طبيعة تأثير العلاقة مع الآخرين على أداء المهنة

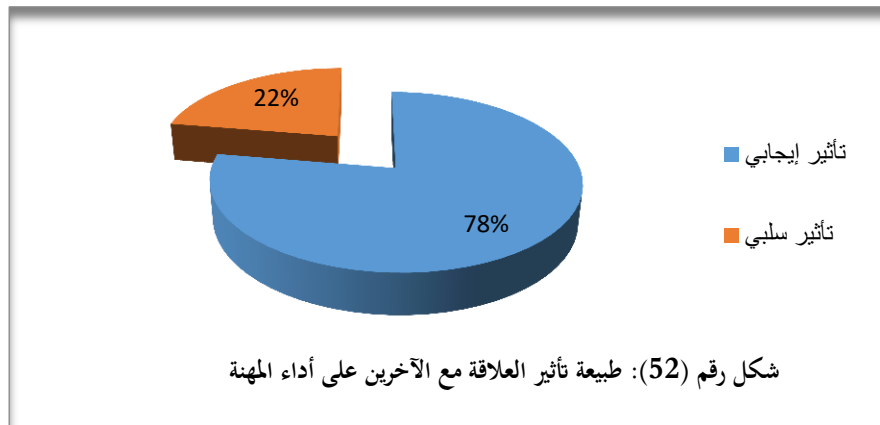
النسبة	التكرار	الفئة
77,61%	201	تأثير إيجابي
22,39%	58	تأثير سلبي
100%	259	المجموع

يوضح الجدول رقم (51) إجابات المبحوثين حول طبيعة تأثير علاقة الآخرين على أدائهم لعملهم،

حيث اعتبر 77,61% منهم أن لهذه الأخيرة تأثير إيجابي على عملهم مقابل 22,39% ممن اعتبروا أن

التأثير يكون سلبيا.

وفي تبريرهم لإجاباتهم بخصوص طبيعة التأثير الإيجابي لعلاقتهم بالآخرين على أدائهم لمهنتهم أكد الباحثون أن العلاقة الجيدة بالآخرين تهيء لهم الجو المناسب لأداء العمل كما أنها تسهّل عليهم عملية الحصول على المعلومات، أما أهم التأثيرات السلبية فتتمثل في انعدام المسافة بين الإعلامي ومحيطه خاصة مصادر المعلومات وهو ما من شأنه أن ينعكس على موضوعيته.

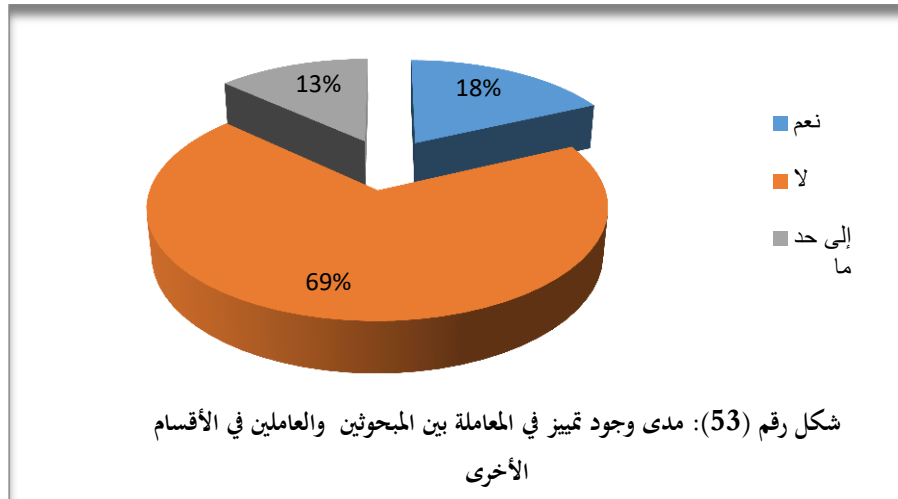


جدول رقم (52): يوضح إجابات الباحثين حول وجود تمييز في المعاملة مقارنة بالعاملين في باقي الأقسام

النسبة	التكرار	الفئة
18,06%	56	نعم
68,71%	213	لا
13,23%	41	إلى حدّ ما
100%	310	المجموع

يشير الجدول رقم (52) إلى رأي الباحثين بخصوص وجود تمييز في المعاملة بينهم وبين العاملين في الأقسام الأخرى، حيث أجاب 68,71% منهم بأنه لا يوجد أي تمييز، فيما ترى نسبة 18,06% بأن هناك تمييزا في المعاملة مقابل 13,23% ممن يرون بأن هناك تمييزا إلى حدّ ما.

والملاحظ أن ما يُقارب ثلث (3/1) المبحوثين يرون أن هناك تمييزاً بينهم وبين زملائهم العاملين في الأقسام الأخرى، وهو ما يُضاف إلى القائمة الطويلة من العراقيل والصعوبات التي يواجهها الإعلامي الرياضي سواء داخل غرف التحرير أو خارجها، وقد أشار "دومينيك مارشيتي" (Dominique Marchetti) و"بيرتران دارجيلوس" (Bertrand Dargelos) إلى ذلك بالقول: "الصحفي الرياضي يبحث عن التقدير وعن اعتباره صحفياً مثل باقي زملائه سواء على مستوى المؤسسة التي يعمل بها أو على مستوى باقي المؤسسات، كما أن المعلومة الرياضية لا تحظى بنفس الاهتمام على مستوى غرف التحرير والبعض يعتبرها هامشية وغير مهمة."¹



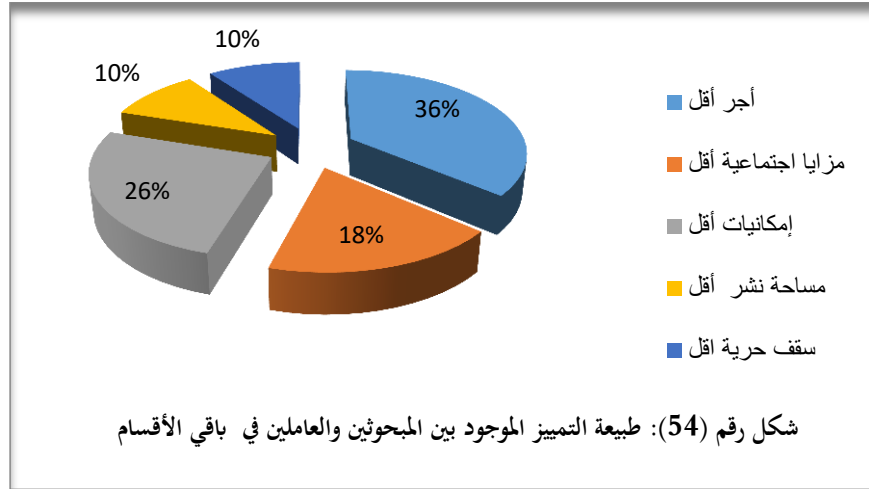
1-Dominique Marchetti, Bertrand Dargelos, Les professionnels de l'information sportive entre exigences professionnelles et contraintes économiques, Regards sociologique, 2000, P.P 67-87

جدول رقم (53): يوضح إجابات المبحوثين حول طبيعة التمييز الموجود بينهم وبين زملائهم

النسبة	التكرار	الفئة
36,25%	58	أجر أقل
18,12%	29	مزايا اجتماعية أقل
25,62%	41	إمكانيات أقل
10%	16	مساحة نشر أقل
10%	16	سقف حرية أقل
99,99%	160	المجموع

يمثل الجدول (53) طبيعة التمييز الذي يراه المبحوثون مقارنة بزملائهم العاملين في الأقسام الأخرى، حيث احتل خيار "الأجر الأقل" الصدارة بنسبة 36,25% متبوعاً بـ"إمكانيات أقل" بنسبة 25,62% و"مزايا اجتماعية أقل" بنسبة 18,12%، فيما احتل الخياران "مساحة نشر أقل" و"سقف حرية أقل" المركز الأخير بنفس النسبة أي 10%.

تؤكد هذه الأرقام أن عدداً من المؤسسات الإعلامية تُميّز بين العاملين في القسم الرياضي وبقية زملائهم في الأقسام الأخرى سواء من الناحية الاجتماعية أو المهنية وذلك من خلال منحهم أجوراً أقل وحرمانهم من إمكانيات العمل، وهو ما يعكس النظرة التي يملكها البعض تجاه الإعلاميين الرياضيين الذين يتم التعامل معهم على أنهم إعلاميون من الدرجة الثانية.



جدول رقم (54): يوضح إجابات المبحوثين حول وجود اختلاف في طبيعة عملهم مقارنة بزملائهم ف

باقي الأقسام

النسبة	التكرار	الفئة
55,48%	172	نعم
30%	93	لا
14,52%	45	إلى حدّ ما
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (54) إجابات المبحوثين بخصوص وجود اختلاف في طبيعة عملهم مقارنة ببقية

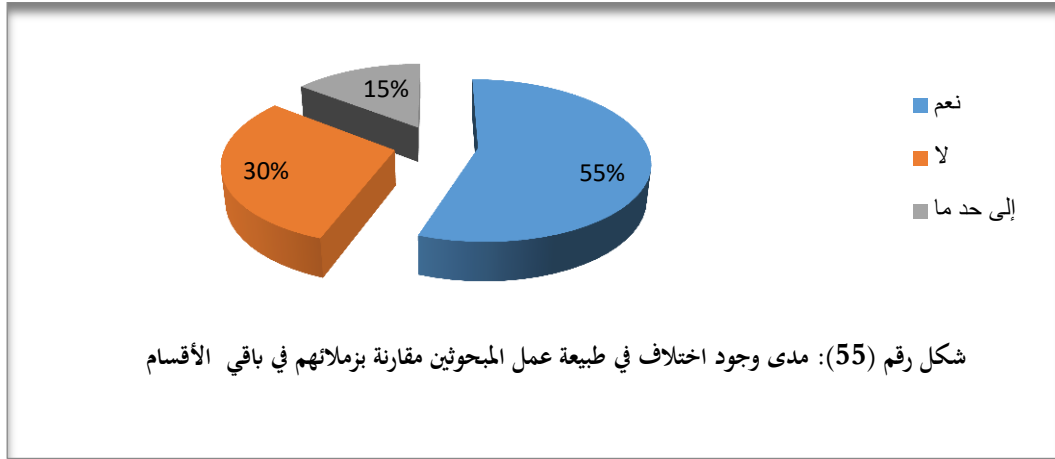
زملائهم، حيث أجابت النسبة الأكبر منهم أي 55,48% بالإيجاب مقابل 30% ممن يرون أنه لا يوجد أي

اختلاف، أما نسبة 14,52% فترى أنه يوجد اختلاف إلى حدّ ما.

نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أنه يوجد اختلاف في طبيعة عملهم في القسم الرياضي مقارنة

بزملائهم العاملين في الأقسام الأخرى وذلك راجع لعدة أسباب تتعلق أساسا بمتطلبات العمل في مجال الإعلام

الرياضي سواء المهنية منها أو الشخصية (أنظر الجدول رقم 55).



جدول رقم (55): يوضح إجابات المبحوثين حول طبيعة الاختلاف الموجود بين عملهم وعمل زملائهم في

باقي الأقسام

النسبة	التكرار	الفئة
22,44%	103	حجم ضغوط أكبر
13,51%	62	يتطلب إمكانيات أكبر
18,52%	85	يتطلب مهارات أكبر
25,49%	117	يتطلب جهدا أكبر
20,04%	92	يتطلب وقتا أكثر
100%	459	المجموع

يمثل الجدول رقم (55) إجابات المبحوثين بخصوص طبيعة الاختلاف الموجود بين عملهم وعمل

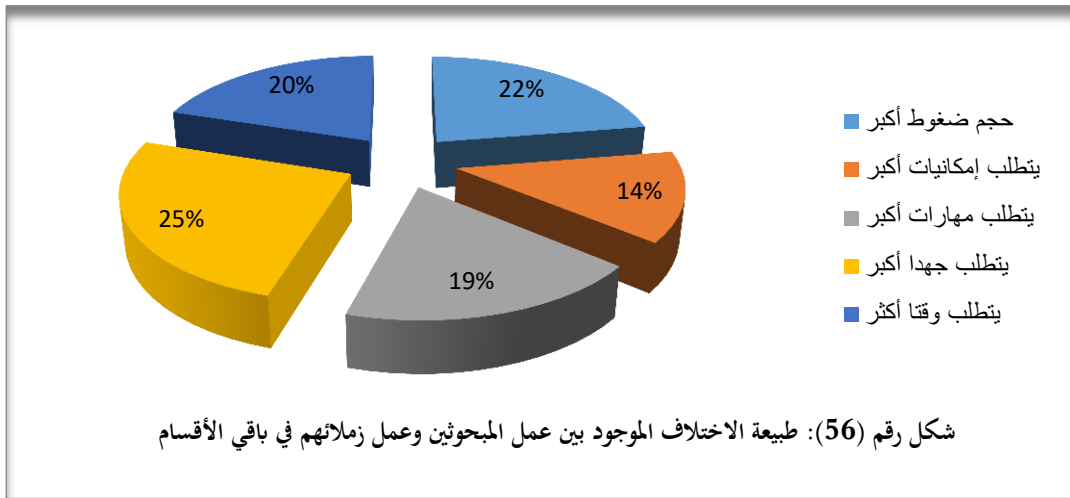
زملائهم في الأقسام الأخرى (السياسية، الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية... إلخ)، حيث جاء خيار "يتطلب

جهدا أكبر" في المركز الأول بنسبة 25,49% يليه خيار "حجم ضغوط أكبر" بنسبة 22,44% وخيار

"يتطلب وقتا أكثر" بنسبة 20.04%، أما خيار "يتطلب مهارات أكثر" فقد تكرر بنسبة 18,52% فيما

جاء خيار "يتطلب إمكانيات أكبر" في الصف الأخير بنسبة 13,51%.

من خلال هذه الأرقام يتضح لنا أن أفراد العينة يرون أن العمل في القسم الرياضي يختلف عن العمل في الأقسام الأخرى وذلك لأنه يتطلب جهداً أكبر يتمثل في إلزامية التواجد في الميدان بانتظام كما أن حجم الضغوطات فيه أكبر خاصة عامل الوقت الذي يأتي في الصدارة نظراً لتوقيت المنافسات الرياضية التي تُبرمج عموماً في عطلة نهاية الأسبوع وأيام الراحة واستمرارها في بعض الأحيان إلى ما بعد المواعيد الرسمية للعمل، كما أن العمل في مجال الإعلام الرياضي يتطلب مهارات أكبر لأنه يفرض على المنتسبين له التحكم في تقنيات الصوت والصورة وفي التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال إلى جانب مهارة التحرير الصحفي التي تعتبر أساس أي عمل إعلامي.



جدول رقم (56): يوضح إجابات المبحوثين حول طريقة إمضائهم لمواضيعهم

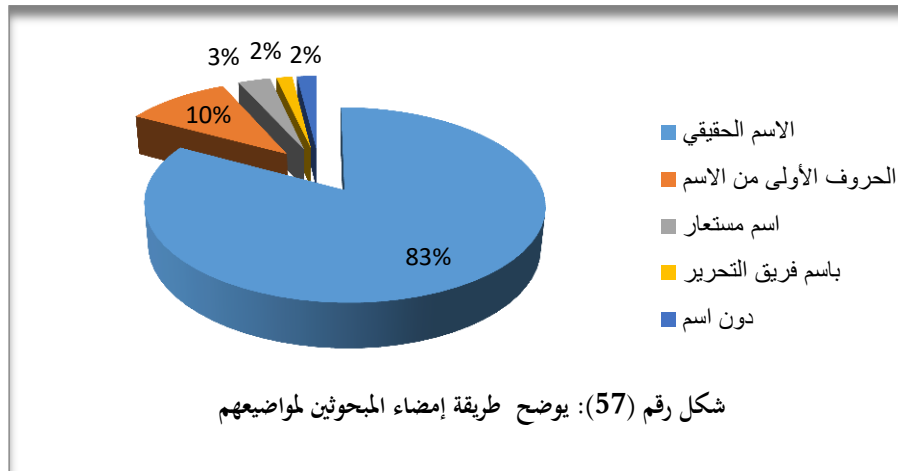
النسبة	التكرار	الفئة
82,90%	257	الاسم الحقيقي
10,32%	32	الحروف الأولى من الاسم
3,22%	10	اسم مستعار
1,61%	5	باسم فريق التحرير
1,94%	6	دون اسم
99,99%	310	المجموع

يشير الجدول رقم (56) إلى طريقة إمضاء المبحوثين لمواضيعهم، حيث أكد غالبيتهم بنسبة

82,90% أنهم يُمضون بأسمائهم الحقيقية أما 10,32% منهم فيستعملون الحروف الأولى من أسمائهم، فيما

بلغت نسبة من يستعملون أسماء مستعارة 3,22% في حين لم تتجاوز نسبة من يُمضون دون اسم 1,94% مقابل نسبة 1,61% ممن يُمضون باسم فريق التحرير.

تكشف هذه الأرقام أن الغالبية الساحقة من أفراد العينة يُمضون مواضيعهم إما بالاسم الحقيقي أو بالحروف الأولى منه وهو ما يمكن تفسيره بغياب ما يفرض على الإعلامي الرياضي إخفاء هويته الحقيقية لأنه لا يتعامل مع المواضيع الأمنية أو المواضيع التي من شأنها أن تُشكّل عليه أي خطر، كما أن الاسم هو رأس مال كل إعلامي لأنه يسمح له بحجز مكانة في الوسط الإعلامي ويمنحه الشهرة التي ينشدها الجميع والتي من شأنها أن تفتح له أبواب المجد والالتحاق بوسائل الإعلام المعروفة على المستويين المحلي والخارجي، بالإضافة إلى أن ذلك يسمح له بنسج شبكة علاقات مع الناشطين في المجال الرياضي من مسؤولين، مسيرين، رياضيين، فنيين مما يساعده على أداء مهامه في أحسن الظروف ويسهّل عليه عملية الحصول على المعلومات.



جدول رقم (57): يوضح إجابات المبحوثين حول سبب عدم الإمضاء بالاسم الحقيقي

النسبة	التكرار	الفئة
19,40%	13	الخوف من ردود الفعل
22,39%	15	العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية
32,84%	22	الرغبة في إخفاء الهوية الحقيقية
25,37%	17	العمل في مجال آخر غير الإعلام الرياضي
100%	67	المجموع

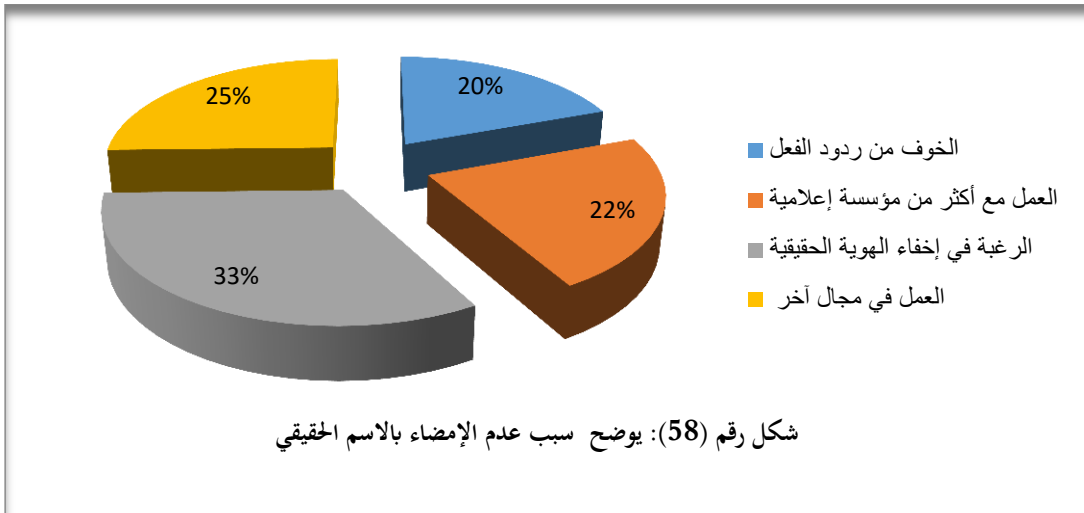
يوضح الجدول رقم (57) المبررات التي قدمها أفراد العينة الذين لا يُمضون مواضيعهم بأسمائهم الحقيقية، حيث جاء خيار "الرغبة في إخفاء الهوية" في المركز الأول بنسبة 32,84% متبوعاً بخيار "العمل في مجال آخر غير الإعلام الرياضي" بنسبة 25,37%، فيما جاء خيار "العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية" في المركز الثالث بنسبة 22,39% يليه خيار "الخوف من ردود الفعل" الذي حلّ في الصف الأخير بنسبة 19,40%.

والملاحظ على المبررات التي قدّمها الإعلاميون الرياضيين الذين يلجؤون إلى إمضاء مواضيعهم بغير أسمائهم الحقيقية أنها كلها تتنافى مع أخلاقيات المهنة الإعلامية على غرار الرغبة في إخفاء الهوية الحقيقية بسبب العمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية والعمل في مجال آخر وهو ما يتنافى مع نص المادة 77 من قانون الإعلام 2012 التي تشير إلى: "يمنع على الصحفي الذي يمارس مهنته بصفة دائمة في نشرية دورية أو أي وسيلة إعلام، أن يؤدي عملاً مهما كانت طبيعته لحساب نشرية دورية أخرى أو وسيلة إعلام أخرى، أو أي هيئة مستخدمة أخرى إلا بترخيص من الهيئة المستخدمة الرئيسية".¹ وهو ما يطرح العديد من علامات الاستفهام

1- القانون العضوي رقم 05-12، مرجع سبق ذكره

بخصوص إدراك هؤلاء لما يرتكبونه من مخالفات من جهة وعن قبول المؤسسات الإعلامية التعامل بمثل هذه الأساليب من جهة أخرى.

في المقابل فإن عددا من الباحثين يرون بأن الحديث عن الالتزام بأخلاقيات المهنة غير مجد في ظل ضعف الأجور وغياب التأمين الصحي وهشاشة عقود العمل وتدهور بيئة العمل وبالتالي فإنه لا يمكن مطالبة الإعلامي بأداء الواجب وهو محروم من أبسط حقوقه¹.



جدول رقم (58): يوضح إجابات المبحوثين حول لجوئهم لإخفاء هوياتهم من أجل الحصول على

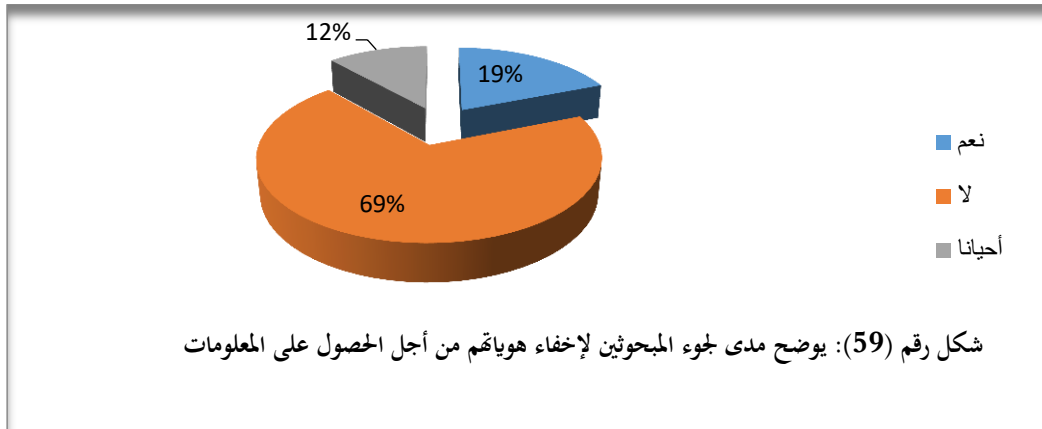
المعلومات

النسبة	التكرار	الفئة
19,03%	59	نعم
69,35%	215	لا
11,61%	36	أحيانا
99,99%	310	المجموع

1- حسينة بوشيك، القائم بالاتصال في الصحافة الجزائرية الخاصة - بين تحديات بيئة العمل الصحفي ومعايير الممارسة المهنية-، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد 14، المجلد 04، جانفي 2019

يوضح الجدول رقم (58) إجابات الباحثين حول اضطرابهم لإخفاء هوياتهم من أجل الحصول على المعلومات حيث نفت أغليبيتهم ذلك بنسبة بلغت 69,35% فيما اعترف 19,03% منهم بفعل ذلك، أما نسبة 11,61% فقد أقرّوا بأنهم يفعلون ذلك أحيانا.

وتؤكد هذه الأرقام أن قرابة ثلثي أفراد العينة لم يسبق لهم أن أخفوا هوياتهم من أجل الحصول على المعلومات أي أنهم ملتزمون بما تفرضه أخلاقيات المهنة، في حين أن الثلث الآخر سبق لهم فعل ذلك وهو ما يُعتبر خرقا واضحا لأخلاقيات المهنة التي تمنع اللجوء إلى طرق ملتوية للحصول على المعلومات وتفرض على الإعلامي الكشف عن هويته في تعاملاته مع مختلف المصادر.¹



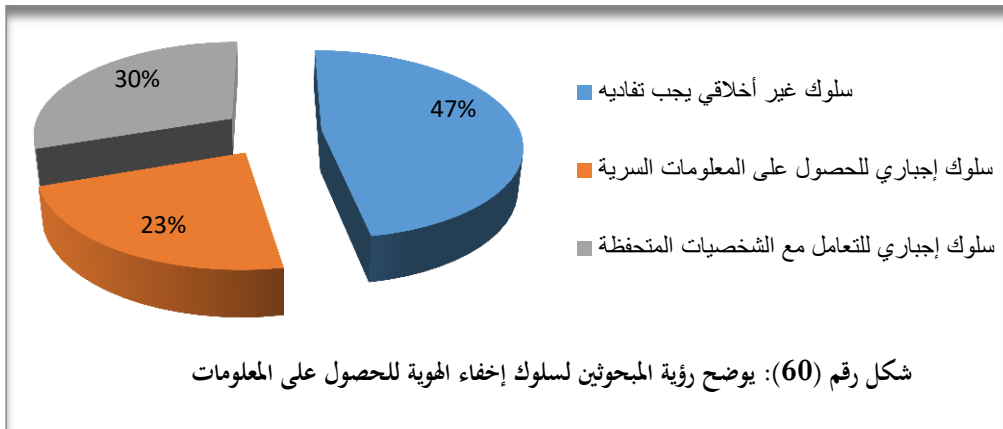
جدول رقم (59): يوضح رؤية الباحثين لسلوك إخفاء الهوية للحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	الفئة
47,18%	159	سلوك غير أخلاقي يجب تفاديه
22,55%	76	سلوك إجباري للحصول على المعلومات السرية
30,27%	102	سلوك إجباري للتعامل مع الشخصيات المتحفظة
100%	337	المجموع

1- عزيز السيد جاسم، مرجع سبق ذكره، ص78

يوضح الجدول رقم (59) رؤية المبحوثين لسلوك إخفاء الهوية من أجل الحصول على المعلومات حيث اعتبرها 47,18% منهم سلوكا غير أخلاقي يجب تفاديه، أما 30,37% فاعتبروه سلوكا إجباريا للتعامل مع الشخصيات المتحفظة في حين يرى 22,55% منهم أنه سلوك إجباري للحصول على المعلومات السرية.

توضح هذه الأرقام أن نسبة كبيرة من المبحوثين لا يرون مانعا في لجوء الإعلامي الرياضي لإخفاء هويته من أجل الحصول على المعلومات وبرّروا ذلك بوجود شخصيات متحفظة ترفض الحديث مع الصحفيين وهو ما يحول في الكثير من الأحيان دون الحصول على المعلومات اللازمة كما أن هناك معلومات سرية يتطلب الحصول عليها اللجوء إلى هذا السلوك، ومهما تكن المبررات المقدمة إلا أن ذلك لا يمنع الصحفي من الوقوع في مشاكل بعد اكتشاف هويته ويجعله يخسر مصادر معلوماته وقد يصل به الأمر إلى حدّ التعرض للمتابعة القضائية.



جدول رقم (60): يوضح إجابات المبحوثين حول اضطرابهم لاختلاق حوارات أو تصريحات لرياضيين أو

مسؤولين

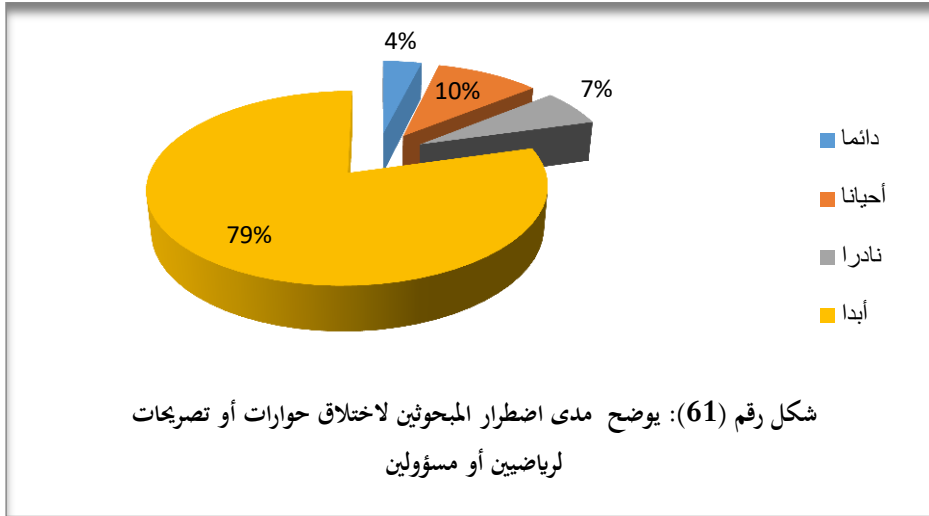
النسبة	التكرار	الفئة
3,87%	12	دائما
10,32%	32	أحيانا
6,45%	20	نادرا
79,35%	246	أبدا
99,99%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (60) إجابات المبحوثين بخصوص قيامهم بفكرة حوارات أو تصريحات لرياضيين

أو مسؤولين، حيث نفى غالبيتهم ذلك بنسبة 79,35% في حين اعترف 10,32% منهم بفعل ذلك أحيانا و6,45% بفعله نادرا أما 3,87% فهم يفعلون ذلك نادرا.

على الرغم من أن أغلبية المبحوثين لم يسبق لهم أن اختلقوا حوارات أو تصريحات لرياضيين أو مسؤولين، إلا أن نسبة لا يُستهان بها تتجاوز 20% سبق لها فعل ذلك وهو ما يدخل في إطار بث ونشر معلومات مغلوطة وهو الأمر الذي يمنعه نص المادة 05 من المرسوم 525-68 التي جاء فيها: "أن يمتنع عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السماح بإشاعتها".¹، كما يُعدّ انتهاكا واضحا لأخلاقيات المهنة الإعلامية، ويمكن تفسير عدم وجود أي ردود فعل أو تنديد بمثل هذه السلوكيات بكون أغلب التصريحات التي يتم نشرها دون علم أصحابها خاصة تلك التي تخص الرياضيين تصب في مصلحتهم وتخدمهم لأنها تمنحهم الشهرة التي ينشدونها.

1- المرسوم رقم 525-68، مرجع سبق ذكره



جدول رقم (61): يوضح إجابات المبحوثين حول اضطرابهم لإخفاء حقائق تخص الجهات المتعامل معها

النسبة	التكرار	الفئة
68,06%	211	نعم
31,94%	99	لا
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (61) إجابات المبحوثين بخصوص اضطرابهم لإخفاء حقائق تخص الجهات التي

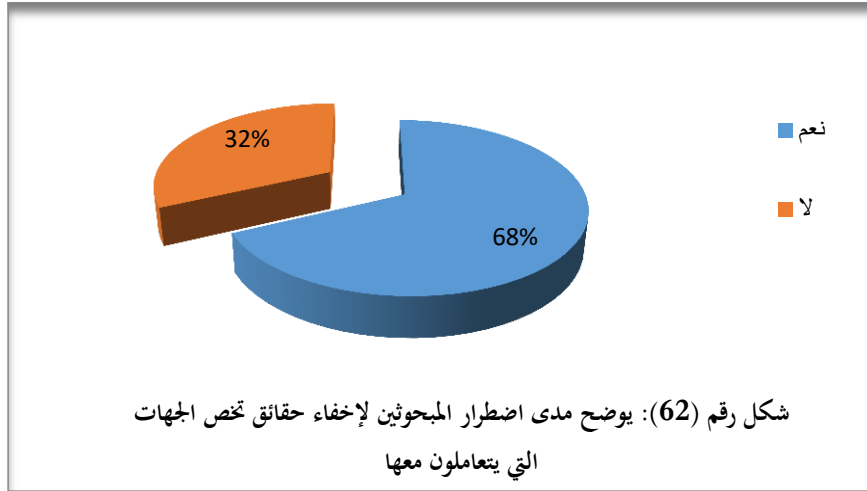
يتعاملون معها حيث اعترف 68,06% منهم بفعل ذلك فيما نفى 31,94% القيام بهذا الأمر.

تكشف هذه الأرقام أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يعترفون بلجوئهم إلى إخفاء بعض الحقائق التي

تخص الجهات التي يتعاملون معها سواء كانت أشخاصا طبيعيين أو معنويين، ويتعارض هذا الأمر مع واحد من

أهم واجبات الإعلاميين المتمثلة في الحرص على احترام حق الجمهور في الحصول على المعلومات ومع المبادئ

التي تفرضها جميع مواثيق الشرف والأخلاقيات المهنية.

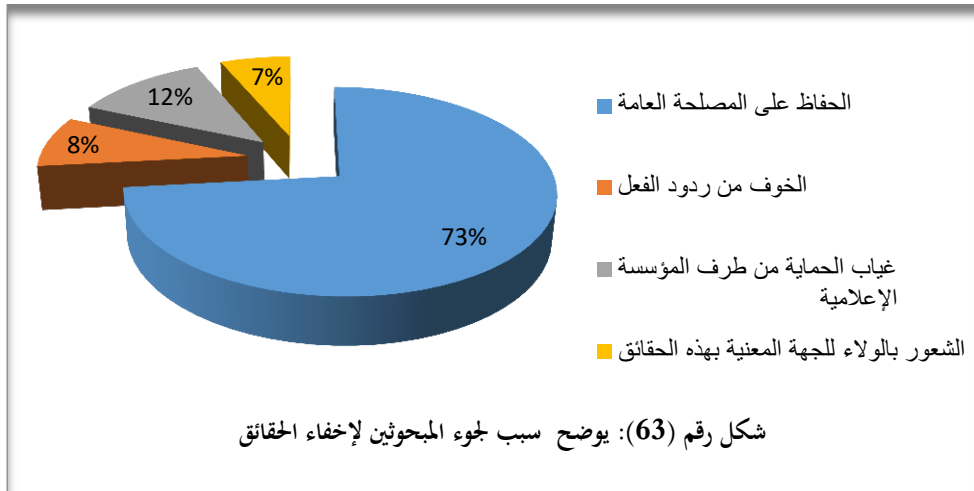


جدول رقم (62): يوضح إجابات المبحوثين حول سبب اللجوء لإخفاء الحقائق

النسبة	التكرار	الفئة
73,31%	195	الحفاظ على المصلحة العامة
8,27%	22	الخوف من ردود الفعل
12,03%	32	غياب الحماية من طرف المؤسسة الإعلامية
6,39%	17	الشعور بالولاء للجهة المعنية بهذه الحقائق
100%	266	المجموع

يُمثل الجدول رقم (62) الأسباب التي جعلت المبحوثين يلجؤون إلى إخفاء حقائق تخص الجهات التي يتعاملون معها، حيث جاء خيار "الحفاظ على المصلحة العامة" في المرتبة الأولى بنسبة 73,31% متبوعاً بخيار "غياب الحماية من طرف المؤسسة الإعلامية" بنسبة 12,03%، أما "الخوف من ردود الفعل" فقد حلّ ثالثاً بنسبة 8,27% يليه "الشعور بالولاء للجهة المعنية بالحقائق" بنسبة 6,39%.

مما سبق نستنتج أن الإعلاميين الرياضيين يرون أنهم مضطرون أحياناً لإخفاء بعض الحقائق بحجة الحفاظ على المصلحة العامة بالدرجة الأولى بالإضافة إلى غياب الحماية من طرف المؤسسة الإعلامية الذي يُحتم عليهم أحياناً فرض رقابة ذاتية على أنفسهم وعلى عملهم.



جدول رقم (63): يوضح إجابات المبحوثين حول تطرقهم للحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين

النسبة	التكرار	الفتنة
15,81%	49	نعم
84,19%	261	لا
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (63) إجابات المبحوثين بخصوص تطرقهم للحياة الشخصية للرياضيين أو

المسؤولين، حيث كشفت النسبة الأكبر منهم المقدرة بـ 84,19% بأنهم لا يفعلون ذلك في حين اعترف 15,81% بفعله.

وتكشف هذه الأرقام أن أغلبية الإعلاميين الرياضيين محلّ الدراسة ملتزمون بأحد أهم أخلاقيات المهنة

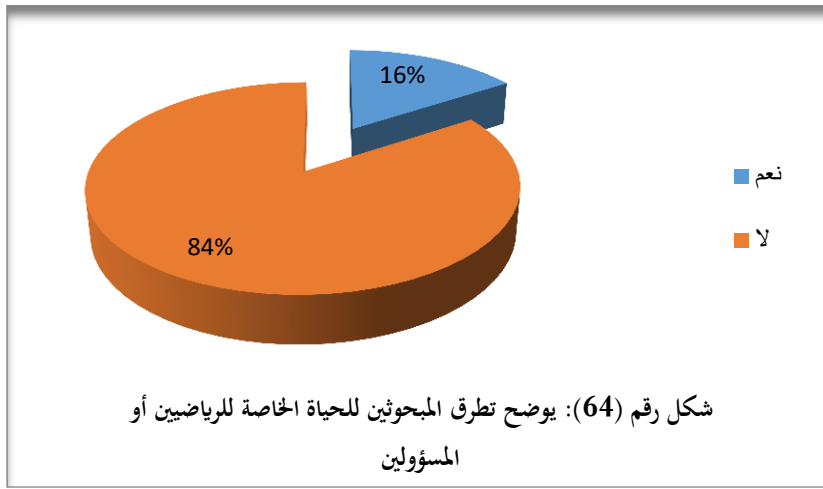
الإعلامية المتمثلة في احترام خصوصية الأفراد والتي نصّت عليها مختلف النصوص والقوانين على غرار قانون

الإعلام 2012 الذي جاء في المادة 93 منه: "يُمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم، ويمنع انتهاك

الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة".¹، غير أن هذا لا يُخفي أن فئة منهم أكدت

1- القانون العضوي رقم 05-12، مرجع سبق ذكره

قيامها بتجاوزها لأحد أهم المبادئ في المهنة الإعلامية المتمثل في "مبدأ احترام حق الخصوصية الذي يعني أن يحتفظ كل إنسان بأسراره التي يجب أن لا يطلع عليها الآخرون، كما يعني عدم إعطاء إمكانية لشخص أن يتحكم في حياة شخص آخر، ومن أهم الممارسات التي تتناقى مع هذا الحق: انتهاك حرمة الأماكن الخاصة، نشر معلومات عن حياة الإنسان الخاصة دون موافقته، استخدام المصلحة العامة كمبرر للحصول على المعلومات عن حياة الإنسان الخاصة ونشرها."¹



جدول رقم (64): يوضح رؤية المبحوثين لانتهاك الحياة الخاصة للرياضيين والمسؤولين

النسبة	التكرار	الفئة
65,48%	203	أمر غير مقبول أخلاقياً
18,71%	58	هم شخصيات عامة ومن حق الجماهير معرفة كل ما يخصهم
15,81%	49	أمر غير مهم
100%	310	المجموع

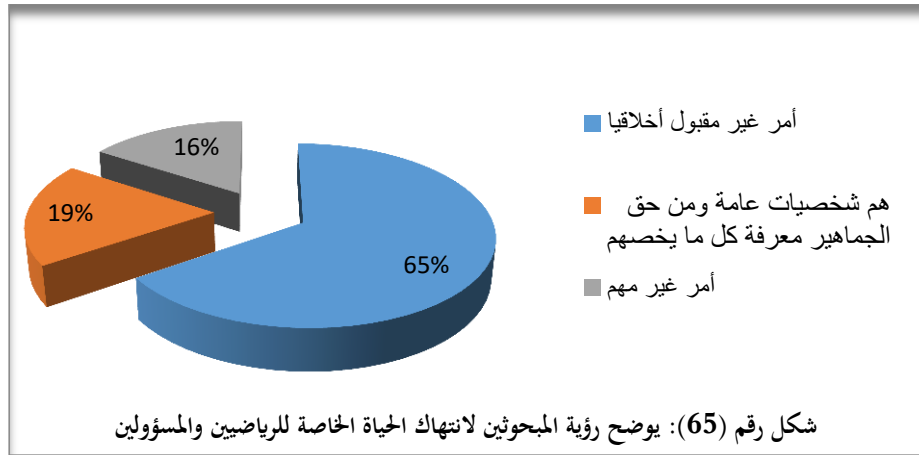
1- محمد الصيرفي، الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 231

يوضح الجدول رقم (64) رؤية الباحثين لانتهاك الحياة الخاصة للرياضيين والمسؤولين حيث أجاب 65,48% منهم بأنه أمر غير مقبول أخلاقياً، فيما اعتبرت نسبة 18,71% منهم بأن هؤلاء هم شخصيات عامة ومن حق الجماهير معرفة كل ما يخصهم، أما نسبة 15,81% من مفردات العينة فاعتبرت أن الأمر غير مهم.

تؤكد هذه الأرقام وجود فئة من الإعلاميين الرياضيين يرون أنه من حقهم التطرق للحياة الخاصة للمسؤولين والرياضيين على اعتبار أن هؤلاء شخصيات عامة ومن حق الجماهير معرفة كل ما يخصهم وهو ما يعكس جهلهم للتشريعات والمعايير الأخلاقية التي تمنع ذلك وتعتبره انتهاكاً للحياة الخاصة ولا علاقة له بحق الإعلام المكفول لجميع المواطنين، ويمكن تفسير ذلك بكون نسبة كبيرة من الباحثين غير متخصصين في مجال الإعلام ولم يخضعوا لأي تكوين في هذا المجال (انظر الجدولين 12 و38)

من خلال الجداول (56، 58، 60، 61 و63) نستنتج أن الفئة الغالبة من الباحثين ملتزمون بأهم أخلاقيات المهنة الإعلامية المتمثلة في: الإمضاء بالاسم الحقيقي، عدم إخفاء الهوية للحصول على المعلومات، عدم اختلاق حوارات أو تصريحات لرياضيين أو مسؤولين وعدم التطرق للحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين، وقد فسّر "كريستيان دورفيلي" (Christian Dorvillé) هذا الأمر في إحدى دراساته بالقول: "الصحفي الرياضي يسعى لتأكيد وجوده كصحفي مثل بقية زملائه ويُصارع من أجل نيل الاعتراف المهني وللوصول إلى ذلك فهو يعمل على احترام القيم الأساسية للمهنة".¹

1- Christian Dorvillé, **Ethique sportive, éthique journalistique: une mise en question**, les cahier du journalisme, N°11, Décembre 2002, P.P 18-33



جدول رقم (65): يوضح العلاقة بين قطاع العمل ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية

المجموع	انتهاك الحياة الخاصة		إخفاء الحقائق		اختلاق حوارات		إخفاء الهوية للحصول على المعلومات		الإمضاء بالاسم الحقيقي		الالتزام بالأخلاقيات قطاع العمل
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32	%9,37	03	%87,5	28	%15,6	05	%9,37	03	%93,75	30	قطاع عام
278	%16,5	46	%65,8	183	%14	39	%33,09	92	%81,65	227	قطاع خاص

يبين الجدول رقم (65) العلاقة بين قطاع العمل ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة، حيث نلاحظ أن 93,75% من الإعلاميين العاملين في القطاع العام يُمضون مواضيعهم بأسمائهم الحقيقية فيما وصلت النسبة لدى العاملين في القطاع الخاص إلى 81,65%، وبخصوص إخفاء الهوية للحصول على المعلومات فإن النسبة في القطاع العام لم تتعدّ 9,37% فيما وصلت إلى 33,09%، أما بالنسبة لاختلاق حوارات للشخصيات الرياضية فهناك تقارب بين القطاعين حيث لم تتجاوز النسبة 15% في كليهما، وعن اللجوء لإخفاء حقائق تخص الجهات التي يتعامل معها الإعلامي الرياضي نجد أن النسبة في القطاع العام بلغت 87,5% مقابل 65,8% في القطاع الخاص، وبخصوص انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات الرياضية فإن 9,37% من الإعلاميين المنتمين للقطاع العام سبق لهم القيام بذلك مقابل 16,5% من المنتسبين للقطاع الخاص.

الإطار التطبيقي للدراسة

وعليه يُمكننا القول بأن الإعلاميين الرياضيين المنتمين للقطاع العام أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة الإعلامية من نظرائهم في القطاع الخاص، وهو ما يمكن تفسيره بالضوابط المهنية التي تكون عموما أكثر صرامة في المؤسسات الإعلامية العمومية شأنها في ذلك شأن شروط التوظيف على عكس المؤسسات الخاصة التي لا تولي اهتماما كبيرا لهذه الجوانب.

جدول رقم (66): يوضح العلاقة بين سنوات الخبرة ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية

المجموع	أكثر من 10 سنوات		بين 05 و 10 سنوات		أقل من 05 سنوات		سنوات الخبرة الالتزام بأخلاقيات المهنة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
257	%42,02	108	%34,63	89	%23,35	60	الإمضاء بالاسم الحقيقي
95	%40	38	%35,79	34	%24,21	23	إخفاء الهوية للحصول على المعلومات
44	%22,73	10	%36,36	16	%40,91	18	اختلاق حوارات
211	%41,71	88	%36,97	78	%21,32	45	إخفاء الحقائق
49	%34,69	17	%32,65	16	%32,65	16	انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات

يوضح الجدول رقم (66) مدى وجود علاقة بين سنوات الخبرة ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة،

حيث نلاحظ أن هناك تفاوتاً في الأرقام لكن الواضح أنه كلما زادت خبرة الإعلامي الرياضي كلما أصبح أقل التزاماً بأخلاقيات المهنة الإعلامية، ويمكن تفسير ذلك بكون الإعلاميين الرياضيين حديثي التوظيف يكونون أكثر حرصاً على تفادي ارتكاب أي تجاوزات من أجل الحفاظ على مناصب عملهم، فيما يقل هذا الحرص لدى الإعلاميين الرياضيين الذين تتجاوز خبرتهم 05 سنوات بسبب ضمان مناصب عملهم.

جدول رقم (67): يوضح إجابات المبحوثين حول حجم الحرية الممنوح لهم

النسبة	التكرار	الفئة
54,84%	170	حرية مطلقة
44,52%	138	حرية نسبية
0,64%	2	حرية منعدمة
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (67) إجابات المبحوثين حول حجم الحرية الممنوح لهم، حيث يرى 54,84%

منهم أنها حرية مطلقة مقابل 44,52% منهم يرون أنها حرية نسبية أما 0,64% فيرون أنها حرية منعدمة.

تؤكد هذه الأرقام وجود نسبة معتبرة من الإعلاميين الرياضيين تقارب نصف أفراد عينة الدراسة يرون

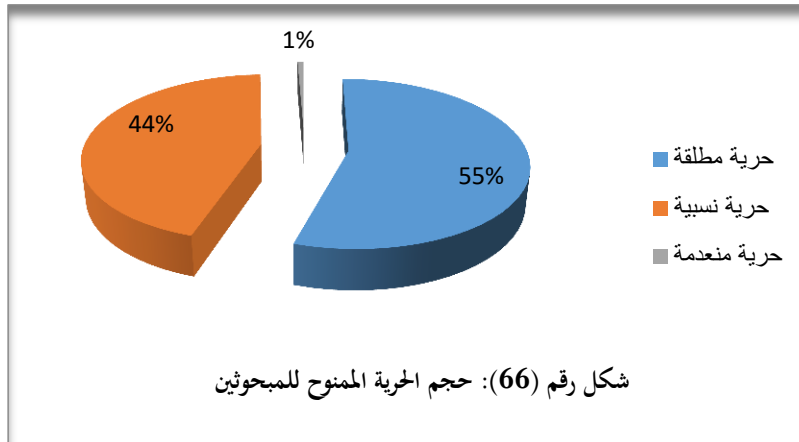
بأنهم لا يتمتعون بالحرية الكاملة في عملهم وهذا ما يفتح المجال للحديث من جديد عن إحدى أهم

الإشكاليات المطروحة في مجال العمل الإعلامي بصفة عامة والمتمثلة في قمع الصحفيين وعدم منحهم هامش

الحرية المناسب لأداء عملهم في أحسن الظروف، كما تكشف استمرار رؤساء التحرير وملاك المؤسسات

الإعلامية وجماعات الضغط في ممارسة الرقابة على عمل الإعلاميين الرياضيين، ناهيك عن الرقابة الذاتية التي

يفرضها هؤلاء على أنفسهم في بعض الأحيان لاعتبارات مختلفة.



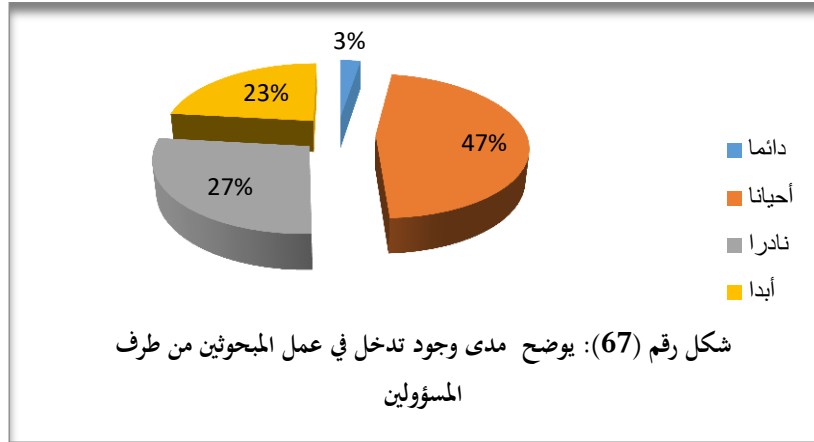
جدول رقم (68): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص وجود تدخل في عملهم من طرف المسؤولين

النسبة	التكرار	الفئة
2,58%	8	دائما
46,77%	145	أحيانا
27,42%	85	نادرا
23,23%	72	أبدا
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (68) إجابات المبحوثين بخصوص وجود تدخل في عملهم من طرف المسؤولين

حيث ترى النسبة الأكبر منهم البالغة 46,77% بأن المسؤولين يتدخلون أحيانا في عملهم مقابل 27,42% ممن يرون بأن هذا التدخل نادر الحدوث، أما نسبة 23,23% منهم فأكدوا أنه لا يوجد أي تدخل في عملهم في حين اعتبر 2,58% من المبحوثين بأن هذا التدخل دائم الحدوث.

مما سبق، نلاحظ أن نسبة كبيرة من الإعلاميين الرياضيين يؤكدون وجود تدخل في عملهم من طرف مسؤوليهم، وعلى الرغم من أن التدخل يكون في بعض الأحيان لتصحيح الأخطاء أو تقديم توجيهات للإعلامي الرياضي، إلا أن تأثيره قد يكون سلبيا ويُشكّل تعديًا على حرية التعبير التي كفلتها مختلف التشريعات لجميع الصحفيين.



جدول رقم (69): يوضح العلاقة بين سنوات الخبرة ووجود تدخل في العمل من طرف المسؤولين

أكثر من 10 سنوات		بين 05 و 10 سنوات		أقل من 05 سنوات		سنوات الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%0,78	1	%3,60	4	%4,22	3	دائما
%43,75	56	%49,55	55	%47,89	34	أحيانا
%33,59	43	%24,32	27	%21,13	15	نادرا
%21,88	28	%22,52	25	%26,76	19	أبدا
%100	128	%100	111	%100	71	المجموع

يوضح الجدول رقم (69) مدى وجود علاقة بين سنوات الخبرة ووجود تدخل في العمل من طرف

المسؤولين حيث نلاحظ أنه كلما زادت خبرة الإعلامي الرياضي كلما قلّ تدخل المسؤول في عمله بالنظر

لسنوات عمله التي تسمح له بعدم الوقوع في الأخطاء مقارنة بالإعلاميين حديثي التوظيف الذين يحتاجون

دائما لتوجيهات من طرف مسؤوليهم.

جدول رقم (70): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص طبيعة تأثير تدخل المسؤولين على عملهم

الفئة	التكرار	النسبة
إيجابي	81	26,13%
سلبي	123	39,68%
لا يؤثر	106	34,19%
المجموع	310	100%

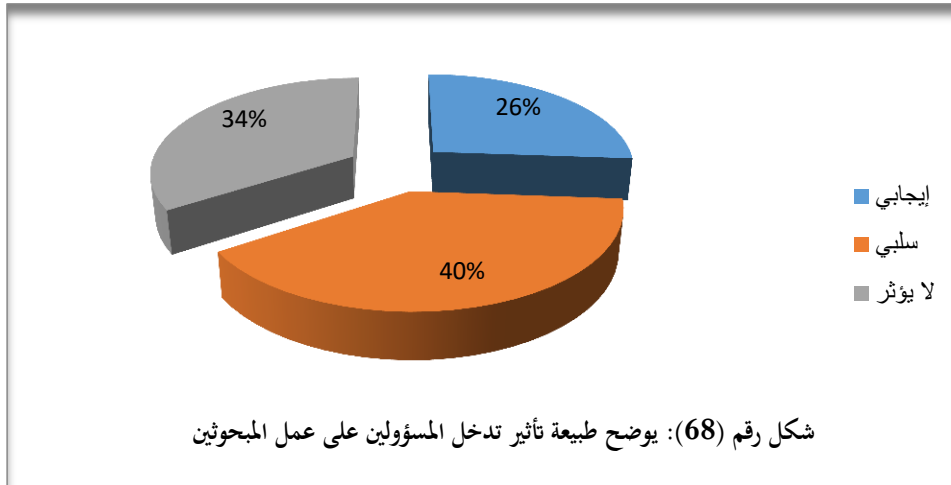
يوضح الجدول رقم (70) رؤية المبحوثين لطبيعة التأثير الذي يُحدثه تدخل المسؤولين في عملهم حيث

اعتبرت 39,68% منهم بأن له تأثيرا سلبيا فيما اعتبره 34,19% غير مؤثر أما نسبة 26,13% فاعتبروا

أن له تأثيرا إيجابيا.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون بأن تدخل المسؤولين في عملهم له تأثير سلبي على أدائهم له،

إذ أنه يجد من هامش حريتهم ويجعلهم يفرضون رقابة ذاتية على أنفسهم.



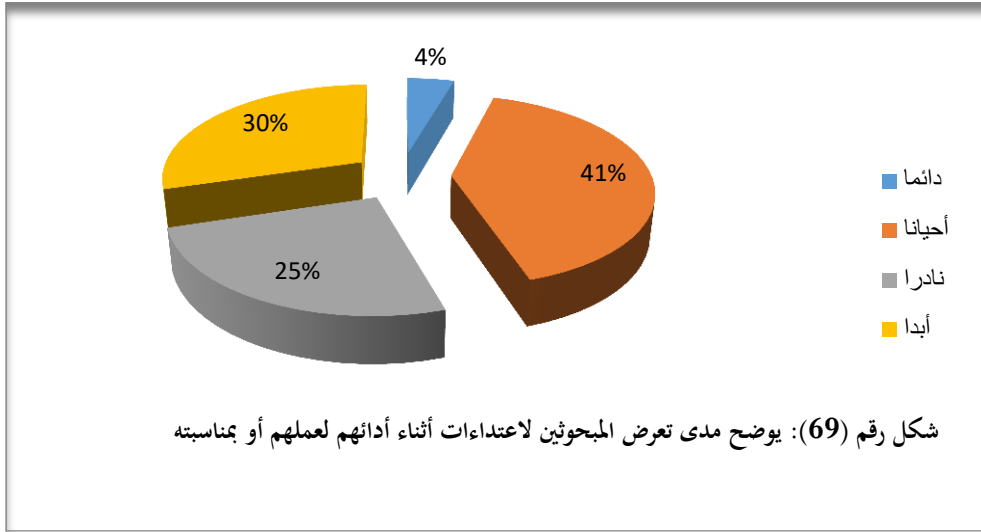
جدول رقم (71): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى تعرضهم لاعتداءات أثناء أدائهم لعملهم أو

بمناسبتة

النسبة	التكرار	الفئة
4,52%	14	دائما
40,64%	126	أحيانا
25,16%	78	نادرا
29,68%	92	أبدا
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (71) مدى تعرّض المبحوثين لاعتداءات أثناء تأدية مهامهم حيث أجاب 40,64% منهم بأن ذلك يحدث أحيانا مقابل 29,68% ممن أكدوا أنهم لم يتعرضوا أبدا لاعتداءات، فيما كشف 25,16% منهم بأن هذا الأمر نادر الحدوث أما 4,52% من المبحوثين فقد أجابوا بأنهم يتعرضون للاعتداءات بشكل دائم.

تكشف هذه النتائج أن الإعلاميين الرياضيين الجزائريين عرضة لمختلف الاعتداءات التي تكون خلال تأديتهم لعملهم أي أثناء تغطية الأحداث والفعاليات داخل المنشآت الرياضية عموما وملاعب كرة القدم خصوصا، أو بمناسبتة أي أن هناك من يعتدي عليهم بسبب كتاباتهم أو موادهم الإعلامية سواء من مسيرين، رياضيين، فنيين وحتى مشجعين وهذا ما يُعتبر تهديدا لهم ويجعلهم يفرضون رقابة ذاتية على أنفسهم خاصة في ظل غياب الحماية القانونية من طرف المؤسسات التي يعملون معها (انظر الجدول رقم 28).



جدول رقم (72): يوضح إجابات المبحوثين حول طبيعة الاعتداء الذي تعرّضوا له

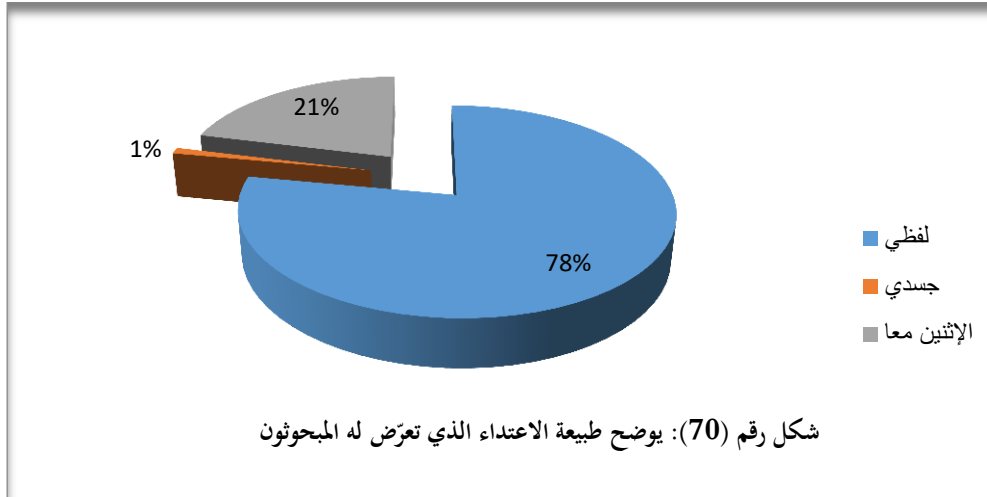
النسبة	التكرار	الفئة
77,98%	170	لفظي
0,92%	2	جسدي
21,10%	46	الاثنين معا
100%	218	المجموع

يوضّح الجدول رقم (72) طبيعة الاعتداءات التي تعرّض لها المبحوثون، حيث أكد 77,98% منهم

أنها كانت لفظية، أما 21,10% فقد كشفوا أنها لفظية وجسدية معا، في حين لم تتجاوز نسبة الاعتداءات الجسدية 0,92%.

ومنه نستنتج أن الاعتداءات اللفظية هي أكثر ما يتعرض له الإعلاميون الرياضيون وقد تكون بشكل

مباشر أي وجها لوجه أو عبر مختلف وسائط الاتصال أو في تأني في شكل تهديدات من طرف المسؤولين أو الرياضيين أو الأنصار الغاضبين.



جدول رقم (73): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص وجود تأثير سلبي للاعتداءات على أدائهم لعملهم

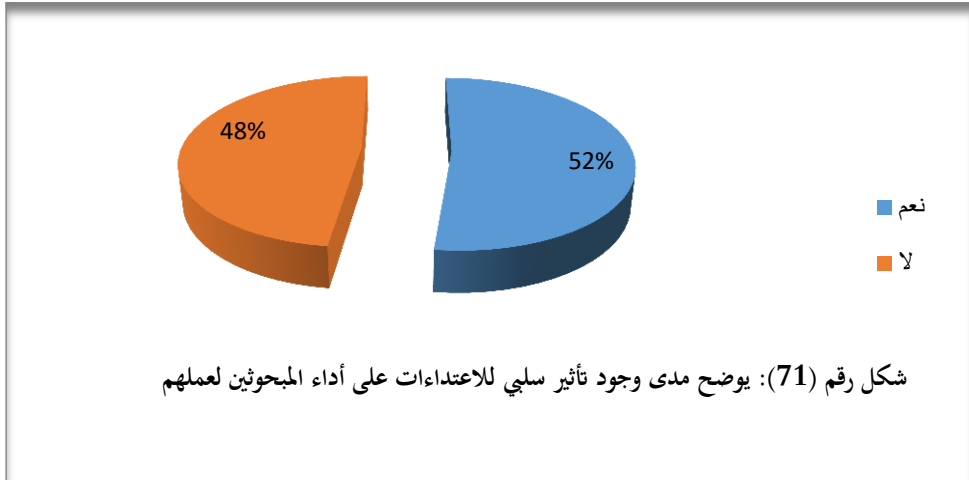
الفئة	التكرار	النسبة
نعم	161	51,94%
لا	149	48,06%
المجموع	310	100%

يمثل الجدول رقم (73) إجابات المبحوثين حول مدى وجود تأثير سلبي لمختلف الاعتداءات التي

يتعرضون لها على أدائهم لعملهم، حيث أجاب 51,94% منهم بأنها تؤثر، فيما كشف 48,06% منهم بأن ذلك لا يؤثر.

بناء على ما سبق، نستنتج أن أغلبية المبحوثين يرون بأن الاعتداءات التي يتعرضون لها ليس لها تأثير

سلبي على عملهم، فيما تعتبر فئة أخرى منهم أنها تؤثر ومن بين نتائج هذا التأثير أنهم يفرضون رقابة ذاتية على أنفسهم وذلك من خلال اللجوء إلى بعض السلوكيات غير المهنية على غرار إخفاء هويتهم أو إخفاء الحقائق وتجنب التطرق للسلبيات وهو ما يتنافى مع أخلاقيات المهنة الإعلامية (انظر الجداول رقم 56، 58 و61).



جدول رقم (74): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى تعرّضهم لحوادث أثناء ممارستهم لعملهم

النسبة	التكرار	الفئة
38,39%	119	نعم
61,61%	191	لا
100%	310	المجموع

يبين الجدول رقم (74) إجابات المبحوثين حول مدى تعرّضهم لحوادث أثناء ممارستهم لعملهم، حيث

أجاب 61,61% منهم بالنفي مقابل 38,39% ممن سبق لهم التعرض لها.

تؤكد الأرقام الواردة في الجداول (63، 64 و66) حجم المخاطر التي تهدد الإعلاميين الرياضيين

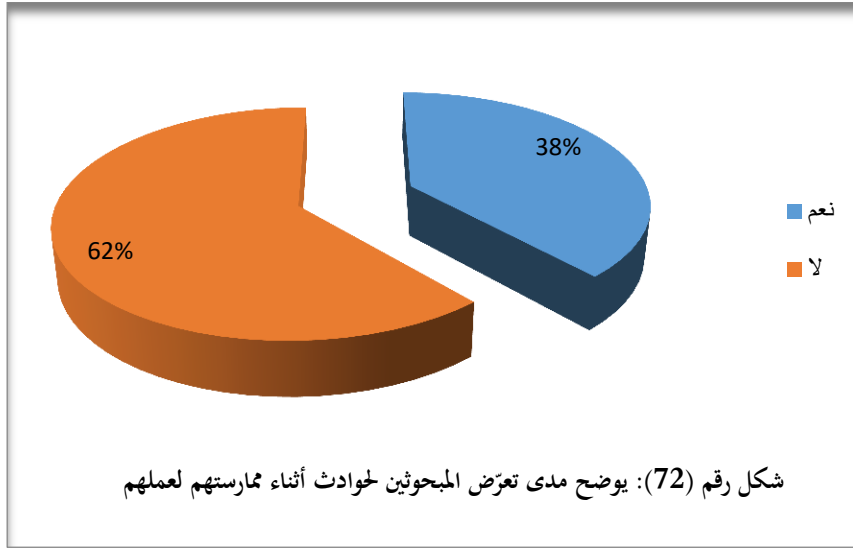
وكذا الاعتداءات التي قد تطالهم أثناء تأديتهم لمهامهم سواء على مستوى المنشآت الرياضية أثناء تغطية

الأحداث الرياضية أو خلال سفرياتهم المختلفة، كما تجرّنا للحديث من جديد على أهمية اكتتاب عقد تأمين

لحمايتهم من هذه المخاطر وهو الأمر الذي تتهرّب منه مختلف المؤسسات الإعلامية بدليل عدم امتلاك أكثر

من 44% من أفراد العينة لعقد تأمين يحميهم ويحفظ لهم حقوقهم في حالة التعرّض لأي مكروه (انظر الجدول

رقم 27).



جدول رقم (75): يوضح إجابات المبحوثين حول موقف المؤسسة الإعلامية بعد الحادث

النسبة	التكرار	الفتة
63,86%	76	وقفت إلى جانبك ومنحتك حقوقك
34,45%	41	تجاهلتك ولم تمنحك حقوقك
1,68%	2	تم تسريحك من العمل
99,99%	119	المجموع

يوضح الجدول رقم (75) إجابات المبحوثين حول موقف المؤسسة الإعلامية التي ينتمون لها بعد

تعرّضهم لحادث أثناء تأديتهم لمهامهم، حيث كشف 63,68% منهم بأن هذه الأخيرة وقفت إلى جانبهم

ومنحتهم حقوقهم، فيما أكد 34,35% بأنها تجاهلتهم ولم تمنحهم حقوقهم، أما 1,68% منهم فقد كشفوا

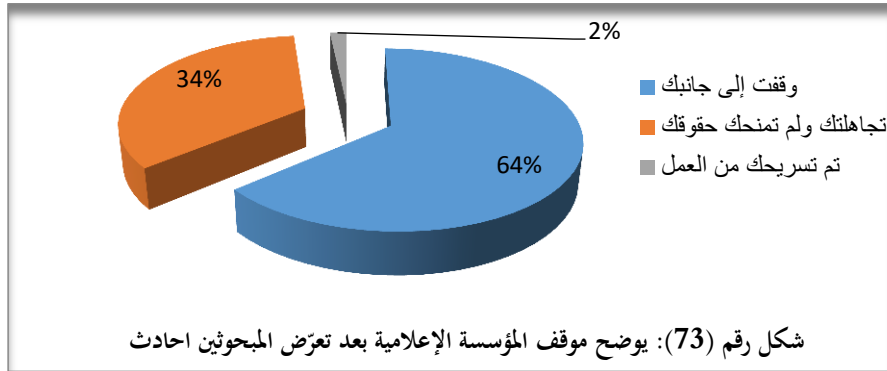
تعرّضهم للتسريح من العمل.

وعلى الرغم من أن النسبة الغالبة من المبحوثين أكدوا وقوف المؤسسة الإعلامية معهم بعد تعرّضهم

لحادث عمل، إلا أن اللافت للنظر في الأرقام السابقة وجود نسبة معتبرة ممن تمّ تجاهلهم وحرمانهم من حقوقهم

وهو ما يُمكن تفسيره بعدم امتلاك هؤلاء لعقود تحميهم من جهة وغياب التأمين الصحي من جهة أخرى (انظر

الجدولين 21 و 28) وهو ما يضعهم في موقف ضعف ويجعلهم يقبلون بمواصلة العمل مهما كانت الصعوبات وفي أحسن الحالات فإنهم يلجؤون إلى تغيير المؤسسة الإعلامية بحثا عن ظروف اجتماعية ومهنية أفضل (انظر الجدول رقم 46).



جدول رقم (76): يوضح إجابات المبحوثين حول تعرضهم لمتابعات قضائية بسبب عملهم

النسبة	التكرار	الفئة
14,52%	45	نعم
85,48%	265	لا
100%	310	المجموع

يمثل الجدول رقم (76) إجابات المبحوثين حول مدى تعرضهم لمتابعات قضائية بسبب عملهم، إذ

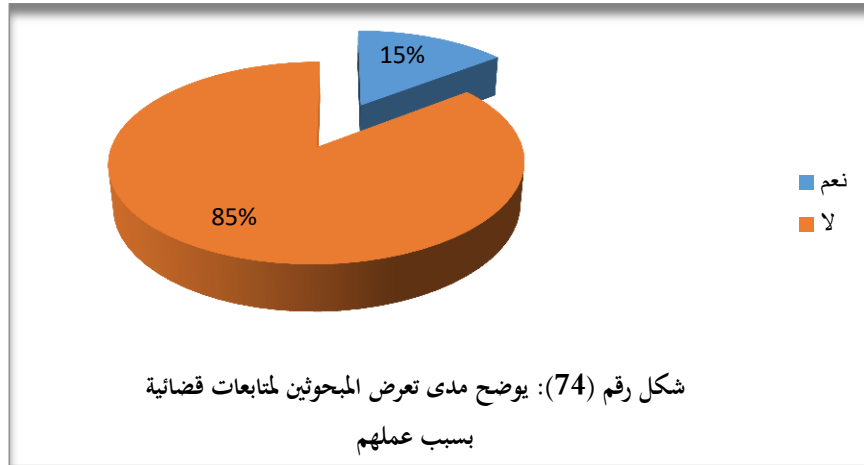
كشفت 85,84% منهم بأنهم لم يسبق أن تعرضوا لذلك، فيما أجاب 14,52% بالإيجاب.

مما سبق نستنتج أن الإعلاميين الرياضيين الجزائريين قليلا ما يتعرّضون للمتابعات القضائية وذلك على

خلاف بقية الإعلاميين العاملين في الأقسام الأخرى، والسبب يرجع إلى تطور التشريعات القانونية في مجال

الإعلام من جهة، ومن جهة أخرى الرقابة الذاتية التي يفرضها الإعلامي الرياضي على نفسه بسبب غياب

الحماية من طرف المؤسسة التي يعمل معها والتي تجعله يكتفي بنقل الأخبار دون اللجوء للنقد، ناهيك عن عامل الولاء الذي يشعر به البعض تجاه الجهات التي يتعاملون معها.



جدول رقم (77): يوضح إجابات المبحوثين حول موقف المؤسسة الإعلامية في حالة المتابعة القضائية

النسبة	التكرار	الفئة
82,22%	37	وقفت إلى جانبك ومنحتك حقوقك
17,78%	8	تجاهلتك ولم تمنحك حقوقك
100%	45	المجموع

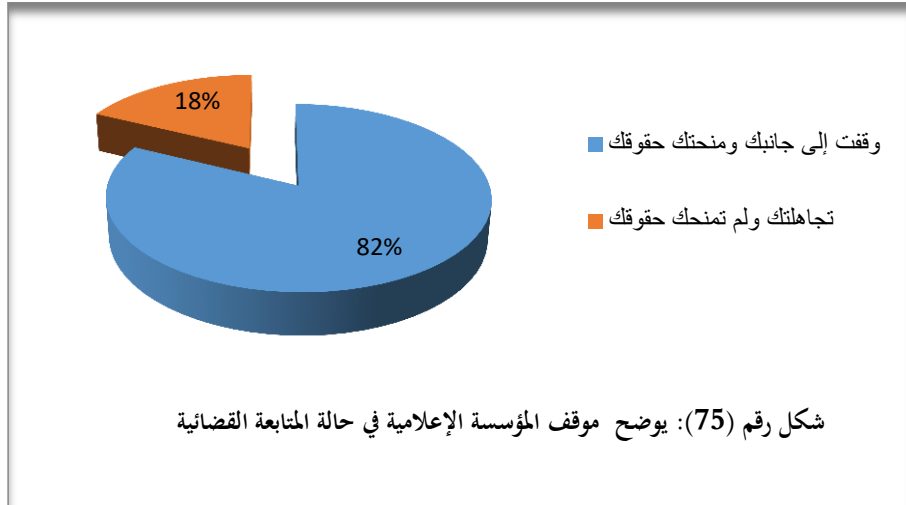
يبين الجدول رقم (77) إجابات المبحوثين حول موقف المؤسسة بعد تعرضهم لمتابعة قضائية، فقد

أكد 82,22% منهم وقوفها إلى جانبهم، فيما كشف 17,78% بأنها تجاهلتهم ولم تمنحهم حقوقهم.

وعليه يمكن القول بأن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تقف إلى جانب المنتسبين إليها في حالة تعرضهم

للمتابعة القضائية وذلك عبر تكليف محامي أو مجموعة من المحامين بالدفاع عنهم وهو من الأمور التي تُحسب

لها وتدخل في إطار قيامها بواجباتها وفق ما تنص عليه القوانين والأعراف.



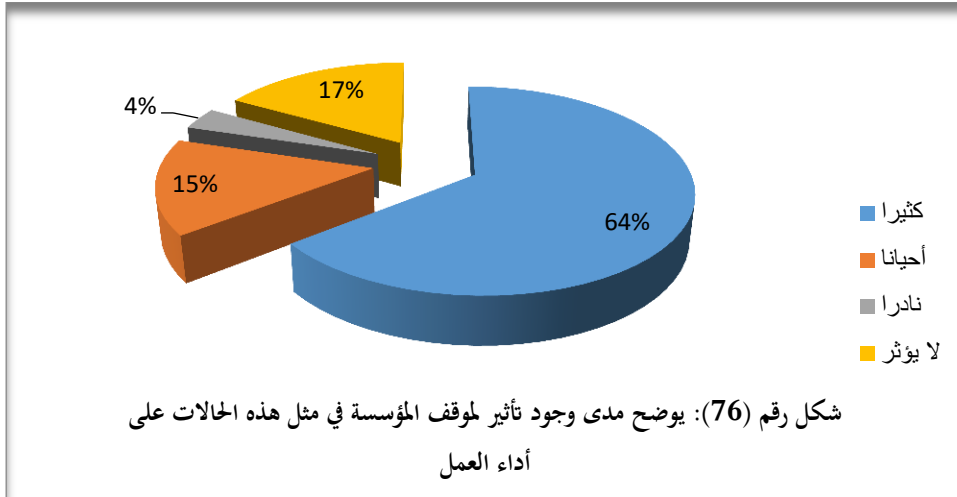
جدول رقم (78): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص وجود تأثير لموقف المؤسسة في مثل هذه الحالات على أداء العمل

النسبة	التكرار	الفئة
64,52%	200	كثيرا
15,16%	47	أحيانا
3,55%	11	نادرا
16,77%	52	لا يؤثر
100%	310	المجموع

يبين الجدول رقم (78) إجابات المبحوثين حول مدى وجود تأثير لموقف المؤسسة في مثل هذه الحالات على أدائهم لعملهم، حيث كشفت النسبة الغالبة منهم (64,52%) بأنه يؤثر كثيرا فيما يرى 16,77% منهم بأنه لا يؤثر، أما 15,16% منهم فيرون بأن موقف المؤسسة يؤثر أحيانا، فيما أجاب 3,55% بأنه نادرا ما يؤثر.

نستنتج أن أفراد العينة يرون بأن موقف المؤسسة الإعلامية في حالة تعرّضهم لحادث عمل أو لاعتداء لفظي أو جسدي أو للمتابعة القضائية له تأثير بالغ على أدائهم لمهامهم، لكن هذا التأثير قد يكون إيجابيا

ويدفعهم لتقديم أفضل ما لديهم كما أنه قد يكون سلبيا ويجعلهم أكثر تحفظا في أداء عملهم (انظر الجدول الموالي).



جدول رقم (79): يوضح إجابات المبحوثين حول طبيعة التأثير الذي يتركه موقف المؤسسة

النسبة	التكرار	الفئة
17,55%	56	التأثير على العلاقة بين المؤسسة والإعلامي الرياضي
16,30%	52	الشعور بالحماية أو بانعدام الحماية
24,14%	77	التأثير على معنويات الإعلامي الرياضي
42%	134	التأثير على الرغبة في العمل والأداء
100%	319	المجموع

يمثل الجدول رقم (79) إجابات المبحوثين بخصوص طبيعة التأثير الذي يتركه موقف المؤسسة

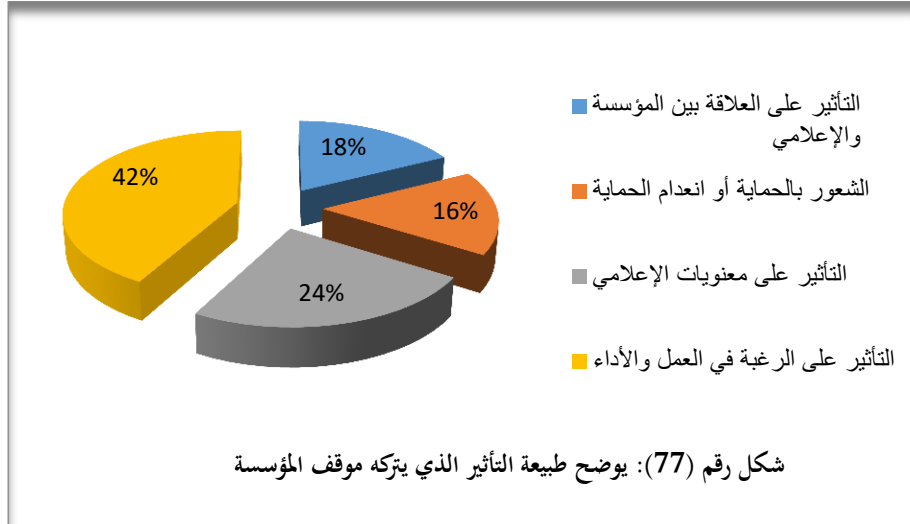
الإعلامية في حال تعرضهم لحوادث أو اعتداءات أو متابعات قضائية، حيث جاء خيار التأثير على الرغبة في

أداء العمل في المركز الأول بنسبة 42% تلاه خيار التأثير على معنويات الإعلامي الرياضي بنسبة

24,14%، وجاء الخياران الشعور بالحماية أو بانعدام الحماية و التأثير على العلاقة بين المؤسسة والإعلامي

الرياضي في المركزين الثالث والرابع بنسبة 17,55% و 16,30% على التوالي.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن الإعلاميين الرياضيين يرون بأن لوقف المؤسسة الإعلامية في حالة تعرضهم لاعتداء أو لحادث عمل أو للمتابعة القضائية قد يؤثر عليهم بشكل إيجابي أو بشكل سلبي، وذلك بحسب طبيعة الموقف، فإذا وقفت إلى جانبهم ساندتهم فإن ذلك سيشكل حافزا لهم ويمنحهم الرغبة في العمل ويزيد من ولائهم لها، أما إذا تخلت عنهم فإنهم سيفقدون الرغبة في العمل ويشعرون بعدم الحماية.



جدول رقم (80): يوضح إجابات المبحوثين حول مدى إيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	الفئة
19,68%	61	دائما
71,93%	223	أحيانا
6,13%	19	نادرا
2,26%	7	أبدا
100%	310	المجموع

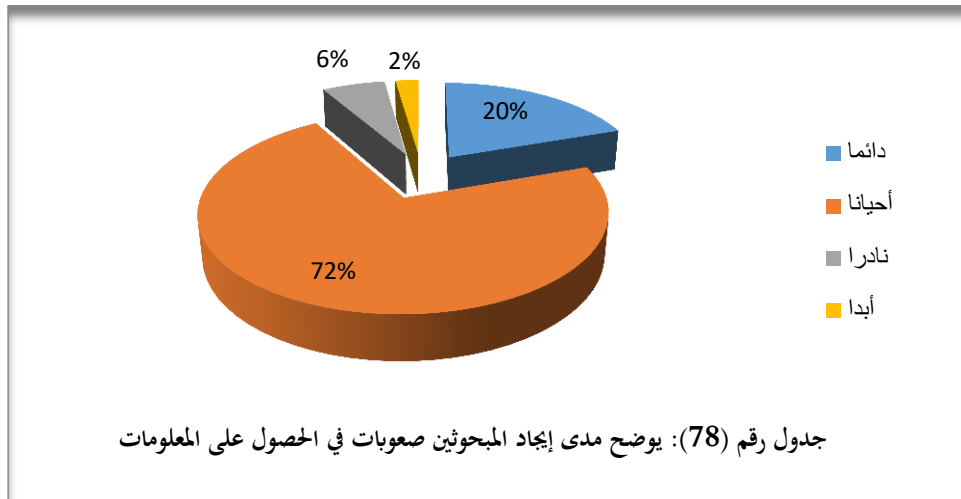
يمثل الجدول رقم (80) إجابات المبحوثين حول مدى إيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات،

حيث كشف أغلبهم بنسبة بلغت 71,93% بأنهم يتعرضون لذلك أحيانا فيما أكد 19,68% بأنه يحدث

معهم دائما، أما 6,13% فأجابوا بأنهم نادرا ما يجدون صعوبة في الحصول على المعلومات مقابل 2,26%

ممن نفوا ذلك.

نستنتج أن أغلبية الإعلاميين الرياضيين يواجهون صعوبات في الحصول على المعلومات، وهو ما يمكن تفسيره بوجود تحفظ من المصادر في منح المعلومات بسبب نقص الوعي بأهمية العمل الصحفي من جهة، ومن جهة أخرى بنقص الثقة في الإعلامي وعدم الاعتراف بحقه في الوصول للمعلومة¹، وهذا الأمر يتنافى مع نص المادة 83 من قانون الإعلام 2012 الذي جاء فيه: "يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام."²، فيما يُمكن تفسير عدم إيجاد البعض لأي صعوبات في الوصول للمعلومات بامتلاك هؤلاء لعلاقات جيدة مع مصادر المعلومات (انظر الجدول رقم 49).



جدول رقم (81): يوضح العلاقة بين قطاع العمل ومدى إيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات:

المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		دائما		إيجاد صعوبات قطاع العمل
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32	/	/	6,25%	02	90,62%	29	3,12%	01	قطاع عام
278	2,51%	7	6,11%	17	69,78%	194	21,58%	60	قطاع خاص

1- صلاح الدين جلال، واقع حق الصحفي الرياضي في الوصول للمعلومة الرياضية في ظل التشريعات الإعلامية الجزائرية -دراسة ميدانية للصحفيين الرياضيين في الجزائر-، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد 20، ديسمبر 2016، ص.ص 11-25

2- القانون رقم 05-12، مرجع سبق ذكره

يوضح الجدول رقم (81) مدى وجود علاقة بين قطاع العمل (عام أو خاص) وإيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات، حيث نلاحظ ارتفاع النسب لدى الإعلاميين الرياضيين العاملين في المؤسسات الإعلامية الخاصة مقارنة بزملائهم العاملين في القطاع العام، وهو ما يُمكن تفسيره بالأولوية والتسهيلات التي تمنحها أغلب الهيئات الرسمية للإعلام العمومي وتفضيلها له لنشر كل ما يتعلق بها.

وبالتالي فإنه يمكننا الجزم بأن هناك علاقة بين قطاع العمل ومدى إيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات، حيث أن الإعلاميين الرياضيين العاملين في القطاع الخاص يواجهون صعوبات في الحصول على المعلومات أكثر من نظرائهم في القطاع العام، ويمكن تفسير ذلك بالأولوية التي تمنحها الهيئات الرسمية للمؤسسات الإعلامية العمومية على حساب المؤسسات الإعلامية الخاصة.

جدول رقم (82): يوضح العلاقة بين سنوات الخبرة وإيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات

المجموع	أكثر من 10 سنوات		بين 05 و 10 سنوات		أقل من 05 سنوات		سنوات الخبرة إيجاد صعوبات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
61	%31,15	19	%44,26	27	%24,59	15	دائما
223	%46,19	103	%31,39	70	%22,42	50	أحيانا
19	%31,58	6	%47,37	9	%21,05	4	نادرا
7	%0	0	%71,43	5	%28,57	2	أبدا

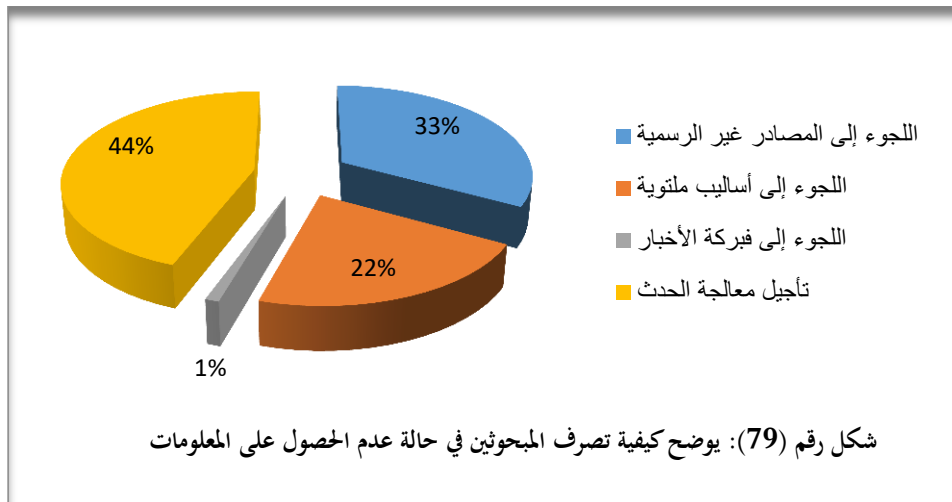
يبين الجدول رقم (82) مدى وجود علاقة بين سنوات الخبرة وإيجاد صعوبات في الحصول على المعلومات، حيث نلاحظ أن الفئة أقل من 05 سنوات هي الأقل معاناة من هذا العائق مقارنة بباقي الفئات، ويمكن تفسير ذلك بعدم وجود خلفيات بين الإعلاميين الرياضيين حديثي التوظيف ومصادر المعلومات،

بالإضافة إلى كون هؤلاء يركزون في بداياتهم الصحفية على المواد الإخبارية دون غيرها من المواد الأخرى، وذلك على خلاف أصحاب الخبرة الذين تنشأ بينهم وبين بعض الجهات خلافات وعداوات بسبب كتاباتهم أو مواقفهم تجاهها.

جدول رقم (83): يوضح كيفية تصرف المبحوثين في حالة عدم الحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	الفئة
32,99%	130	اللجوء إلى المصادر غير الرسمية
21,57%	85	اللجوء إلى أساليب ملتوية للحصول على المعلومات
1,01%	4	اللجوء إلى فبركة الأخبار
44,42%	175	تأجيل معالجة الحدث إلى غاية الحصول على المعلومات
99,99%	394	المجموع

يبين الجدول رقم (83) إجابات المبحوثين حول كيفية تصرفهم في حالة عدم الحصول على المعلومات، حيث كشف 44,42% منهم بأنهم يؤجلون معالجة الحدث إلى غاية الحصول على المعلومات اللازمة، فيما أكد 32,99% منهم بأنهم يلجؤون للمصادر غير الرسمية، فيما يلجأ 21,57% منهم لانتهاج أساليب ملتوية، أما 1,01% منهم فيأتم يعمدون إلى فبركة الأخبار لتعويض غياب المعلومات.



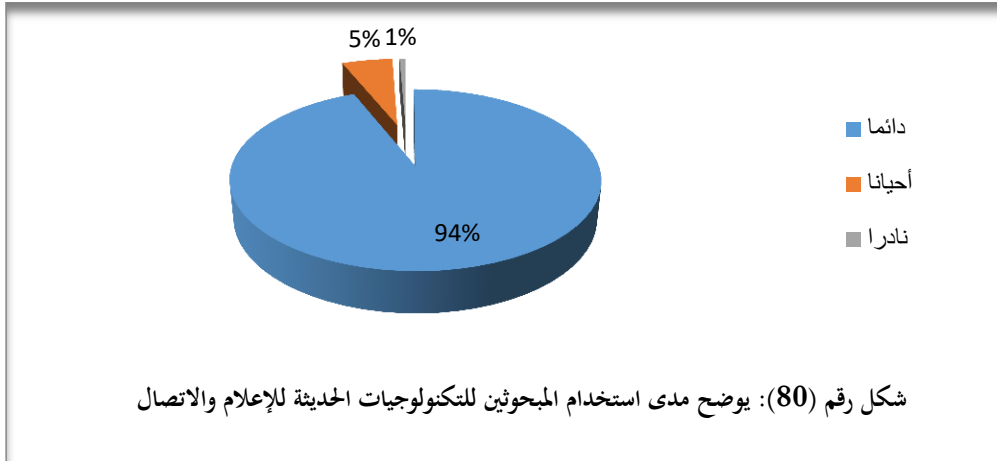
جدول رقم (84): يوضح مدى استخدام الباحثين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

النسبة	التكرار	الفئة
93,87%	291	دائما
5,48%	17	أحيانا
0,65%	2	نادرا
100%	310	المجموع

يوضح الجدول رقم (84) إجابات الباحثين حول مدى استخدامهم للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث أكد 93,87% منهم بأنهم يستخدمونها دائما، مقابل 5,84% ممن يستخدمونها أحيانا، في حين لم تتعد نسبة من يستخدمونها نادرا 0.65%.

وتؤكد هذه النتائج الانتشار الهائل للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال واقتحامها لجميع مجالات العمل من بينها مجال الإعلام عموما والإعلام الرياضي خصوصا، وذلك نظرا لما لها من خصائص ومزايا وما تقدمه من خدمات لمستخدميها، وتتوافق هذه النتائج مع نتائج دراسة وليدة حدادي وأعراب فطيمة التي كشفت أن 100% من الصحفيين الرياضيين يستخدمون الأنترنت دائما في مجال عملهم واعتبروا بأنها قدمت لهم فرصة توفير الوقت والجهد والمال وذلك بتحرير المادة الصحفية في مكان الحدث الرياضي وإرسالها من هناك.¹

1- وليدة حدادي، فطيمة أعراب، دور الأنترنت في تطوير الممارسات الصحفية في الصحافة الرياضية الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين-، مجلة العلوم والتكنولوجية للنشاطات البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 15، العدد 01، 2018، ص.ص 217-233



جدول رقم (85): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص متابعة دورات تدريبية في استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

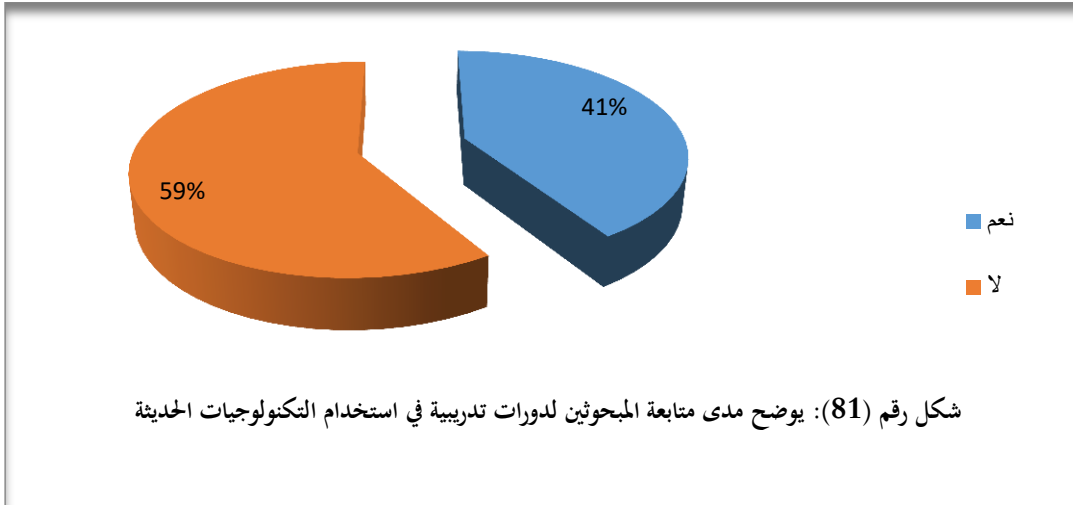
النسبة	التكرار	الفئة
40,97%	127	نعم
59,03%	183	لا
100%	310	المجموع

يبين الجدول رقم (85) إجابات المبحوثين حول مدى متابعتهم لدورات تدريبية في استخدام

التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث أجاب 59,03% منهم بالنفي، فيما أكد 40,97% ذلك.

وبالعودة إلى النتائج السابقة، نجد أن هذه الأرقام تتطابق تقريبا مع ما جاء في الجدولين (29 و 31)

الخاصين بمدى متابعة المبحوثين لدورات تدريبية خلال مساهمهم المهني، حيث توصل الباحث إلى وجود نسبة هامة منهم محرومون من هذا الحق الذي نصّت عليه مختلف القوانين والتشريعات، كما أن التطور الكبير للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال يفرض على مستخدميها الخضوع للتكوين والتدريب المستمرين من أجل الاستفادة بطريقة مثالية من مميزات المتعددة.



جدول رقم (86): يوضح مجالات استخدام الباحثين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

النسبة	التكرار	الفئة
17,54%	244	جمع المعلومات
12,58%	175	إنتاج ومعالجة المادة الإعلامية
12,07%	168	أخذ ومعالجة الصور
15,74%	219	إرسال واستقبال المواد الإعلامية
14,52%	202	الاتصال بمصادر المعلومات
9,27%	129	الاتصال بالجمهور
13,87%	193	حفظ وتخزين المواد الإعلامية
4,39%	61	متابعة دورات تكوينية في المجال الإعلامي
99,99%	1391	المجموع

يبين الجدول رقم (86) إجابات الباحثين حول مجالات استخدامهم للتكنولوجيات الحديثة للإعلام

والإتصال، حيث جاء خيار "جمع المعلومات" في المرتبة الأولى بنسبة 17,54%، يليه "إرسال واستقبال المواد

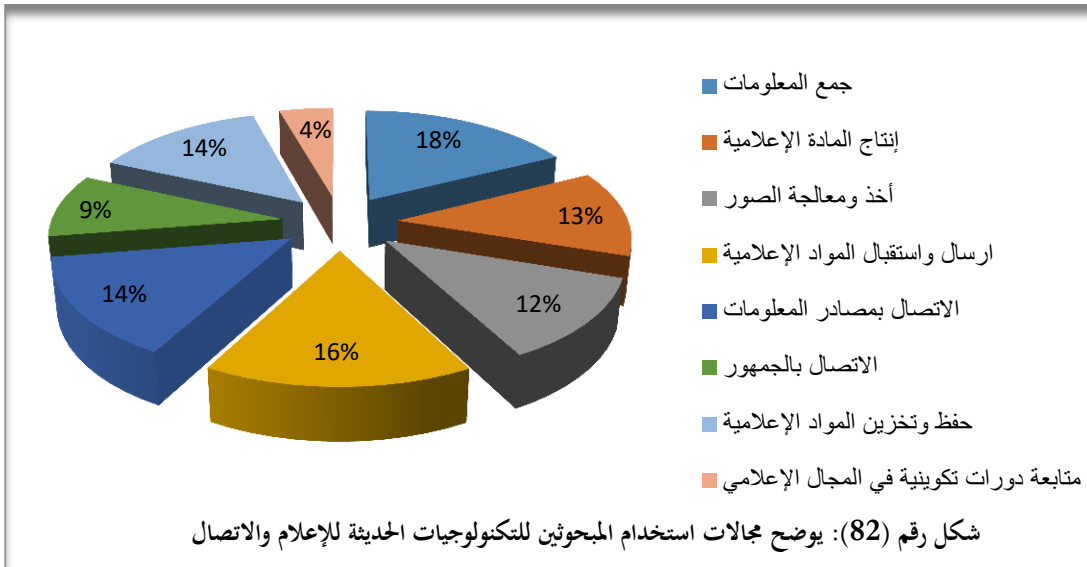
الإعلامية" بنسبة 15,74% ثم "الاتصال بمصادر المعلومات" بنسبة 14,52% وبعده "حفظ وتخزين المواد

الإعلامية" بنسبة 13,87%، فيما جاء "إنتاج ومعالجة المادة الإعلامية" و"أخذ ومعالجة الصور" في نفس

الإطار التطبيقي للدراسة

المركز تقريبا بنسبة 12,58% و 12,07% على التوالي، أما "الاتصال بالجمهور" و"متابعة دورات تكوينية في المجال الإعلامي" فقد جاءا في مؤخرة الترتيب بنسبة 9,27% و 4,39%.

وتكشف هذه النتائج أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال قد أصبحت جزء لا يتجزأ من عمل الإعلاميين الرياضيين الذين يستخدمونها تقريبا في جميع المهام الموكلة لهم بداية بجمع المعلومات وصولا إلى إرسال المادة الإعلامية وحفظها، لكن الملاحظ هو إهمالهم لخاصية هامة جدا لهذه التكنولوجيات المتمثلة في توفيرها لفرصة التكوين والتدريب عن بعد عن طريق دورات تكوينية يُقدّمها أكاديميون وإعلاميون معروفون، حيث كان بإمكان هؤلاء الاستفادة من هذه الميزة لتعويض غياب فرص التكوين من طرف المؤسسات الإعلامية (أنظر الجداول 37،39،و85).



جدول رقم (87): يوضح إجابات المبحوثين حول طبيعة تأثير التكنولوجيات الحديثة على عملهم

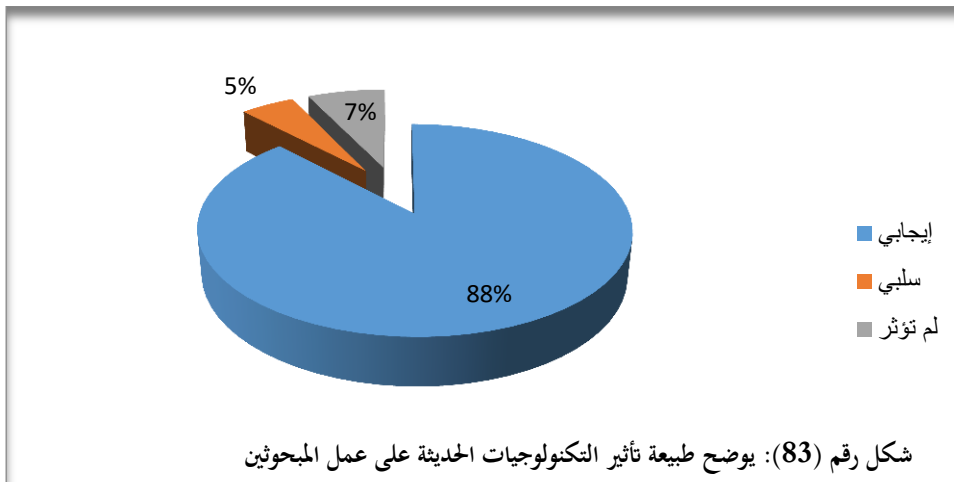
النسبة	التكرار	الفئة
87,89%	283	إيجابي
4,97%	16	سلبي
7,14%	23	لم تؤثر
100%	322	المجموع

يبين الجدول رقم (87) إجابات المبحوثين حول طبيعة تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

على عملهم، حيث يرى 87,89% منهم بأن التأثير كان إيجابيا، أما 7,14% منهم فقد أكدوا أنها لم تؤثر على عملهم، في حين لم تتعدّ نسبة من يرون بأن تأثيرها كان سلبيا 4,97%.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون بأن للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال تأثير إيجابي على

عملهم نظرا لما لها من مزايا تسمح لهم بتأديته في أحسن الظروف، في حين ترى فئة منهم أن لهذه التكنولوجيات تأثيرات سلبية وهو ما سنوضحه أدناه.

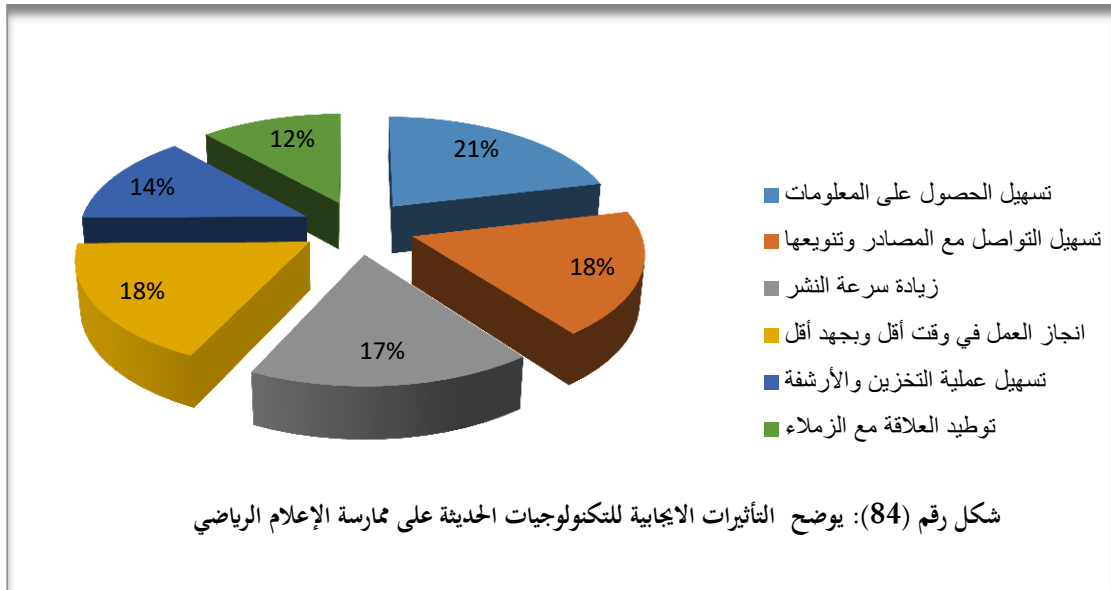


جدول رقم (88): يوضح إجابات المبحوثين بخصوص التأثيرات الإيجابية للتكنولوجيات الحديثة على ممارسة الإعلام الرياضي

النسبة	التكرار	الفئة
21,27%	265	تسهيل الحصول على المعلومات والتأكد من سلامتها
18,46%	230	تسهيل التواصل مع المصادر وتنوعها
17,26%	215	زيادة سرعة النشر
17,82%	222	إنجاز العمل في وقت أقل وبجهد أقل
13,56%	169	تسهيل عملية التخزين والأرشفة
11,63%	145	توطيد العلاقة مع الزملاء
100%	1246	المجموع

يوضح الجدول رقم (88) إجابات المبحوثين بخصوص التأثيرات الإيجابية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسة الإعلام الرياضي، حيث جاء "تسهيل الحصول على المعلومات" في المقدمة بنسبة 21,27%، متبوعاً بخيار "تسهيل التواصل مع المصادر وتنوعها" بنسبة 18,46% ثم "زيادة سرعة النشر و"إنجاز العمل في وقت أقل وبجهد أقل" بنسبة تقارب 17%، وجاء خيار "تسهيل عملية التخزين والأرشفة" في المركز ما قبل الأخير بنسبة 13,56% متبوعاً بخيار "توطيد العلاقة مع الزملاء" بنسبة 11,63%.

وتؤكد هذه الأرقام ما توصلنا إليه في الجدول رقم (86) المتعلق بمجالات استخدام التكنولوجيات الحديثة في العمل الإعلامي، كما نلاحظ أن هذه الأخيرة قدّمت خدمات كبيرة للإعلاميين الرياضيين وساهمت في تذليل العديد من الصعاب التي كانوا يواجهونها قبل ظهورها خاصة على مستوى الاتصال بمصادر المعلومات وإنتاج وإرسال المادة الإعلامية من أماكن الأحداث الرياضية دون انتظار العودة إلى قاعات التحرير مع كل ما يفرضه ذلك من تضيق للوقت والجهد والمال.

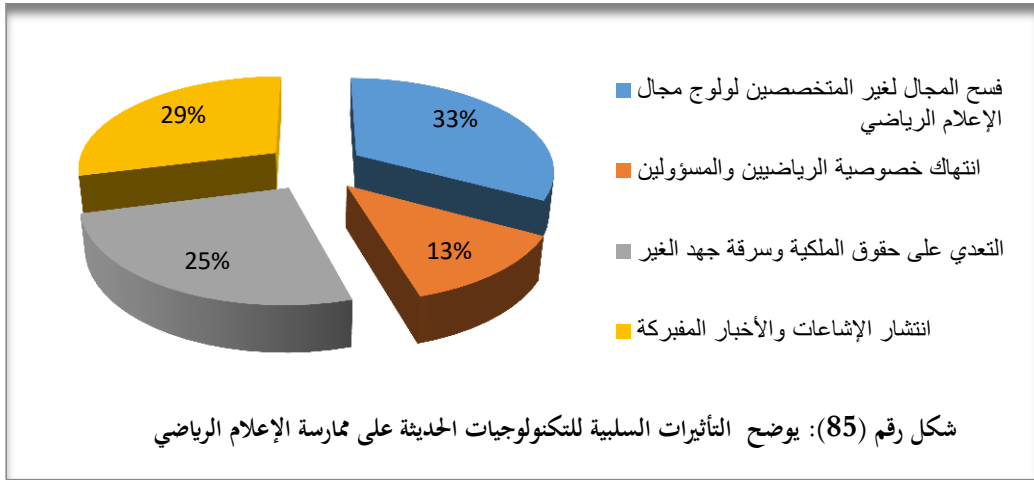


جدول رقم (89): يوضح إجابات الباحثين بخصوص التأثيرات السلبية للتكنولوجيات الحديثة على ممارسة الإعلام الرياضي

النسبة	التكرار	الفئة
32,90%	254	فسح المجال لغير المختصين لولوج مجال الإعلام الرياضي
12,56%	97	انتهاك خصوصية الرياضيين والمسؤولين
25,52%	197	التعدي على حقوق الملكية وسرقة جهد الغير
29,01%	224	انتشار الإشاعات والأخبار المفبركة
99,99%	772	المجموع

يوضح الجدول رقم (89) إجابات الباحثين بخصوص التأثيرات السلبية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسة الإعلام الرياضي، حيث جاء خيار فسح المجال لغير المختصين لاقتحام لولوج مجال الإعلام الرياضي في المقدمة بنسبة 32,90% وهو ما تؤكدته نتائج الجدول رقم (12) التي كشفت وجود نسبة كبيرة من الإعلاميين الرياضيين لا يملكون شهادة في الإعلام والاتصال، فيما جاء خيار انتشار الإشاعات والأخبار المفبركة في المركز الثاني بنسبة 29,01%، تلاه خيار التعدي على حقوق الملكية وسرقة جهد الغير بنسبة 25,52% وأخيرا خيار انتهاك خصوصية الرياضيين والمسؤولين بنسبة 12,56%.

بالإضافة إلى ما سبق فإن من بين التأثيرات السلبية لاستخدام الإعلاميين الرياضيين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال عزوف فئة كبيرة منهم عن النزول للميدان بسبب الاعتماد الكلي على هذه الأخيرة للحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث الرياضية من مكاتبهم¹، كما أن الأنترنت وفق دراسة (وليدة حدادي و فطيمة أعراب 2018) تقلل من قدرات الصحفي في الإبداع وتعلمه الكسل.²



1- رضوان بوحيلة، واقع الصحافة الرياضية في ظل المشهد الإعلامي والرياضي المعاصر، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، المجلد 02، العدد 04، 2018.
2- وليدة حدادي، فطيمة أعراب، مرجع سبق ذكره

عرض النتائج الجزئية والعامه للدراسه

ثانيا: عرض النتائج الجزئية والعامّة للدراسة

أ. النتائج الجزئية:

• النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:

✚ التساؤل الأول: ما هي السمات الشخصية والمهنية التي يجب أن تتوفر في

الإعلاميين الرياضيين الجزائريين حتى ينجحوا في أداء مهامهم؟

▪ السمات الشخصية:

- توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى أن الفئة الأكبر من المبحوثين

من جنس ذكر وهم ينتمون للفئة العمرية (بين 31 و40 سنة)، وأغلب

هؤلاء يملكون مستوى جامعي وحاصلون على شهادة في تخصص علوم

الإعلام والاتصال.

▪ السمات المهنية:

- النسبة الأكبر من المبحوثين صحفيون دائمون لديهم خبرة أكثر من 10

سنوات وتم توظيفهم على أساس الكفاءة وهم يعملون في القطاع الخاص

وفي مجال الإعلام المكتوب بدرجة كبيرة؛

- أغلبية المبحوثين يعملون مع مؤسسة إعلامية واحدة، لكن فئة كبيرة منهم

أكدوا بأنهم غيروا المؤسسة التي يعملون معها مرة واحدة على الأقل خلال

مسارهم المهني بغرض البحث عن تحسين الظروف الاجتماعية والمهنية؛

- التحق أغلب المبحوثين بمجال الإعلام الرياضي بدافع حب المهنة وهم من ممارسي الرياضة، وتأتي رياضة كرة القدم في مقدمة الرياضات التي يغطونها؛

✚ التساؤل الثاني: ما هي ظروف عمل الإعلامي الرياضي الجزائري داخل وخارج

المؤسسة التي ينتمي إليها؟

- وصف المبحوثون علاقتهم بزملائهم ورؤساءهم في العمل وبمصادر معلوماتهم بالجيدة واعتبروا أن لهذه العلاقة تأثير إيجابي على أدائهم لعملهم؛
- اعتبر غالبية المبحوثين أنه لا يوجد هناك تمييز في المعاملة بينهم وبين زملائهم العاملين في الأقسام الأخرى، فيما يرى آخرون أن هناك تمييزا يتمثل في تلقيهم أجرا أقل وأن المؤسسة الإعلامية لا توفر لهم الإمكانيات اللازمة للعمل؛

- يرى أغلبية المبحوثين أن هناك اختلافا في طبيعة عملهم مقارنة ببقية زملائهم العاملين في الأقسام الأخرى، ويتمثل هذا الاختلاف في كون العمل في مجال الإعلام الرياضي يتطلب جهدا ومهارات أكبر كما أن حجم الضغوط فيه أهم.

✚ التساؤل الثالث: ما هي العوامل المهنية وغير المهنية المؤثرة على الممارسة المهنية في

الإعلام الرياضي الجزائري؟

- اعتبر المبحوثون أن حجم الحرية الممنوح لهم كبير وأنه لا يوجد تدخل من

طرف المسؤولين في عملهم، وأكدوا أن تدخل المسؤول من شأنه أن يؤثر

بشكل سلبي على عملهم؛

- أكد المبحوثون أنهم يتعرضون للاعتداءات من حين إلى آخر أثناء تأديتهم

لمهامهم، وأن هذه الاعتداءات تأخذ الشكل اللفظي أكثر وهو ما يؤثر

بالسلب على أدائهم لمهامهم؛

- كشف المبحوثون أنهم نادرا ما يتعرضون لحوادث أثناء ممارستهم لعملهم

وأنه لم يسبق لهم التعرض للمتابعة القضائية بسببه، كما أكدوا أن المؤسسة

الإعلامية تقف معهم وتمنحهم حقوقهم في حالة التعرض لأي مكروه

واعتبروا أن هذا الموقف يؤثر بشكل إيجابي على عملهم خاصة من الناحية

المعنوية ويُسجّعهم على تحسين أدائهم؛

- كشف أغلب المبحوثين بأنهم يجدون صعوبات في الحصول على المعلومات

وأكدوا أن ذلك يضطرهم في بعض الحالات إلى تأجيل معالجة الحدث أو

يدفعهم للجوء للمصادر غير الرسمية أو انتهاج أساليب ملتوية للحصول

على المعلومات.

✚ التساؤل الرابع: هل يستفيد الإعلاميون الرياضيون في الجزائر من الحقوق

والضمانات التي كفلتها مختلف النصوص والتشريعات القانونية؟

- يملك أغلب المبحوثين عقود عمل مع المؤسسات التي ينتمون لها وهم

مستفيدون من البطاقة المهنية للصحفي المحترف إلى جانب تلقيهم لأجر

دائم بشكل منتظم، لكن النسبة الأكبر منهم ترى أن هذا الأجر غير

مناسب مقارنة بالعمل الذي يقدمونه؛

- لا يتلقى أغلب المبحوثين أي تعويضات عن الأعمال الإضافية التي يقومون

بها أو عن المصاريف الإضافية التي يتحملونها كمصاريف النقل والإنترنت

والهاتف وغيرها؛

- على الرغم من أن أغلبية المبحوثين مستفيدون من الحق في التأمين والعطلة

والراحة الأسبوعية، إلا أن هناك نسبة هامة منهم محرومون من ذلك؛

- كشف أغلب المبحوثين أنهم خضعوا لفترة تجريبية بعد توظيفهم وأكدوا

تلقيهم لجميع حقوقهم خلالها، لكن هذا لا يُخفي وجود نسبة معتبرة ممن لم

يخضعوا لفترة تجريبية أو تم حرمانهم من حقوقهم خلالها؛

- الفئة الغالبة من المبحوثين لم يستفيدوا من دورة تدريبية خلال مسارهم

المهني، وإذا حدث ذلك فإنه يكون بمبادرة منهم في معظم الأوقات؛

- على الرغم من وجود فئة كبيرة من المبحوثين لا يملكون شهادة في الإعلام والاتصال، إلا أنهم لم يستفيدوا من أي دورة تدريبية قبل الالتحاق بمجال العمل في الإعلام الرياضي.

التساؤل الخامس: إلى أي مدى يلتزم الإعلاميون الرياضيون بأخلاقيات

المهنة الإعلامية؟

- أكد أغلبية المبحوثين أنهم يُمضون مواضيعهم بأسمائهم الحقيقية، وبرر من لا يقومون بذلك هذا الفعل برغبتهم في إخفاء هويتهم وبعملهم في مجال آخر غير مجال الإعلام الرياضي؛
- نفى المبحوثون القيام بإخفاء هوياتهم من أجل الحصول على المعلومات واعتبروا أن ذلك سلوك غير أخلاقي يجب تفاديه، فيما اعتبره البعض سلوكا إجباريا للتعامل مع الشخصيات المتحفظة أو للحصول على المعلومات السرية؛
- نفى أغلبية المبحوثين قيامهم بفرقة حوارات أو تصريحات لرياضيين أو مسؤولين فيما اعترفوا بإخفاء حقائق تخص الجهات التي يتعاملون معها بحجة الحفاظ على المصلحة العامة وبغياب الحماية من طرف المؤسسة الإعلامية؛
- أكد المبحوثون أنه لم يسبق لهم التعرض للحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين واعتبروا أن ذلك أمر غير مقبول، فيما اعتبر البعض منهم بأن هؤلاء هم شخصيات عامة ومن حق الجماهير معرفة كل ما يخصهم.

✚ التساؤل السادس: إلى أي مدى أثرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

على الممارسين في مجال الإعلام الرياضي؟

- أكد أغلب المبحوثين أنهم يستخدمون التكنولوجيات الحديثة للإعلام

والاتصال بشكل دائم، لكنهم كشفوا بأنهم لم يتابعوا أي دورات تكوينية في

هذا المجال ما جعلهم يُحرمون من العديد من الامتيازات لهذه التكنولوجيات

على غرار إمكانية التكوين عن بعد؛

- يستخدم المبحوثون التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في مجال جمع

المعلومات وإرسال المادة الإعلامية للمؤسسة؛

- يرى المبحوثون أن هناك تأثيرات إيجابية لاستخدام التكنولوجيات الحديثة

للإعلام والاتصال في عملهم تتمثل أساسا في تسهيل الحصول على

المعلومات والاتصال بالمصادر وكذا في إنجاز العمل في وقت وبجهد أقل،

في حين أن التأثيرات السلبية فتتمثل في فسخ المجال لغير المتخصصين في

الإعلام الرياضي لولوج هذا المجال وفي انتشار الإشاعات وفبركة الأخبار

والتعدي على حقوق الملكية وسرقة جهد الغير.

• النتائج في ضوء المدخل النظري للدراسة:

▪ النتائج في ضوء مدخل الممارسة المهنية:

- ينظر هذا المدخل إلى أن مفهوم المهنة يشير إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير، وتستلزم توافر مهارات تُكتسب جزئياً من خلال التدريب الذي يستند إلى أسس نظرية وليست الممارسة فقط، وفي هذا الإطار كشفت دراستنا هذه أن نسبة كبيرة من المبحوثين غير متخصصين في مجال الإعلام والاتصال كما أنهم لا يستفيدون بالشكل الكافي من الدورات التدريبية التي من شأنها أن تساعدهم على تحسين أدائهم؛

- يذهب مدخل الممارسة المهنية إلى أن الممارسة المهنية للصحفي تتأثر بعدد كبير من العوامل الداخلية والخارجية، ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى عدد من هذه العوامل من بينها أن أغلب الإعلاميين الرياضيين الجزائريين لديهم مستوى جامعي ويعملون في مؤسسات إعلامية تنتمي للقطاع الخاص، واعتبر هؤلاء أن علاقاتهم بزملاء العمل والمسؤولين ومصادر المعلومات جيدة وهو الشيء الذي يؤثر بالإيجاب على ممارستهم للمهنة الإعلامية، أما العوامل التي تؤثر بشكل سلبي عليهم فتتمثل في تدخل المسؤولين في عملهم، حجم الحرية الممنوح لهم، الصعوبات التي تواجههم للحصول على المعلومات والاعتداءات التي يتعرضون لها من حين لآخر.

■ النتائج في ضوء نظرية حارس البوابة:

- من أهم مسلمات نظرية حارس البوابة الإعلامية أن قيمة الانتماء إلى المؤسسات الإعلامية ترتفع كلما تعددت المكاسب التي يحققها القائم بالاتصال من هذا الانتماء، ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين خاصة المنتمين للقطاع الخاص محرومون من أبسط الحقوق كعقد العمل، الأجر، التأمين، التكوين، العطل، وهو ما يفسر أن قرابة نصف أفراد العينة غيروا المؤسسة التي يعملون معها مرة واحدة على الأقل خلال مسارهم المهني؛
- تفترض نظرية حارس البوابة أن هناك جملة من العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية (القائم بالاتصال)، وقد كشفت هذه الدراسة أن هناك نوعان من العوامل المؤثرة على المبحوثين، الأولى شخصية وتتمثل أساسا في السمات الشخصية (السن، الجنس، سنوات الخبرة، المستوى التعليمي والتخصص)، والثانية مهنية تتعلق بالمحيط الداخلي المتمثل في ظروف العمل والعلاقات السائدة في المؤسسة الإعلامية والمحيط الخارجي الذي يتشكل من الهيئات الرياضية، الشخصيات الرياضية والجماهير.

■ النتائج في ضوء نظرية الأداء الوظيفي:

- تهتم نظرية الأداء الوظيفي بدراسة المتغيرات والعوامل المؤثرة في فاعلية أداء القائم بالاتصال لدوره ووظائفه، وتؤكد أن هناك مجموعة من الضغوط السياسية، الاجتماعية، المهنية، الإدارية والذاتية، بجانب الضغوط المادية ذات البعد الاقتصادي تؤثر على هذا الأداء، ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن المبحوثين يعانون من جهة من الضغوط الاقتصادية بسبب تدني أجورهم وعدم الانتظام في تلقيها وكذا عدم حصولهم على تعويضات عن الأعمال والمصاريف الإضافية، ومن جهة أخرى فإنهم يعانون من الضغوط المهنية التي جاءت كنتيجة لحرمانهم من أبسط الحقوق التي أقرتها التشريعات والقوانين، وحتما فإن هذه الضغوطات ستؤثر بالسلب على درجة رضاهم الوظيفي؛

- تؤكد نظرية الأداء الوظيفي على أن هناك عوامل خارجية تساهم في عدم الرضا الوظيفي كالدخل، الإمكانيات المتاحة في العمل، العلاقات الشخصية مع الرؤساء والزملاء، الأمن الوظيفي والوضع الاجتماعي، ومن خلال هذه الدراسة توصل الباحث إلى أن الإعلاميين الرياضيين الجزائريين غير راضين عن أجورهم ويعانون من انعدام الأمن الوظيفي بسبب عدم امتلاك نسبة كبيرة منهم لعقود عمل تضمن لهم حقوقهم، وبالتالي فإنه لن يكون لديهم رضا وظيفي.

• النتائج في ضوء الدراسات السابقة

- توصلت هذه الدراسة إلى أن الفئة الغالبة من العاملين في مجال الإعلام الرياضي الجزائري ذكور وهم ينتمون للفئة العمرية بين 20 و40 سنة ولديهم مستوى جامعي وهي نفس النتائج التي توصلت إليها دراسات كل من: بوحيلة رضوان، رضوان جدي وعبد العالي مولود مزغيش؛
- كشف المبحوثون أن رياضة كرة القدم هي أكثر الرياضات التي يُعطونها، وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسات: بوحيلة رضوان، مُحمَّد يوسف مطاوع، مهند معين مصطفى دلول و مُحمَّد أبو إدريس؛
- لدى نسبة كبيرة من المبحوثين ميولات رياضية باعتبارهم مارسوها أو هم ممارسين لها وهي نفس النتيجة التي توصلت لها دراسة بوحيلة رضوان؛
- أكثر المبحوثين التزاما بأخلاقيات المهنة هم المنتمون للقطاع العام ومن يملكون خبرة أقل من 05 سنوات وهي نفس النتيجة التي توصلت لها دراستا رضوان جدي وهند مُحمَّد علي مُحمَّد؛
- أغلبية المبحوثين لم يستفيدوا من دورات تدريبية رغم وجود فئة كبيرة منهم غير متخصصين في علوم الإعلام والاتصال وهي نفس النتيجة التي توصل لها: رضوان بوحيلة، حمدادو وليد و دنيازاد سويح؛

- معظم المبحوثين غير راضين عن الأجر الذي يتقاضونه ويرون أنه لا يتناسب مع حجم العمل الذي يقدمونه وهي نفس النتيجة التي توصلت لها دراسة سعيود مُجَّد عبد الغني؛
- يعاني المبحوثون من مجموعة من العراقيل والضغوطات المهنية والاقتصادية وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسات: مُجَّد أبو إدريس، نجيب بن عباس بن دخيل الدريوشي وإيمان متولي مُجَّد عرفات؛
- كشف المبحوثون أنهم نادرا ما يُصادفون صعوبات في الحصول على المعلومات وتتعارض هذه النتيجة مع نتائج دراسات: بوحيلة رضوان، رضوان جدي، مُجَّد شبري، سعيود مُجَّد عبد الغني وعمر حسين جمعة؛
- وصف المبحوثون علاقاتهم برؤسائهم وزملائهم ومصادر المعلومات بالجيدة، وهي النتيجة التي تتوافق مع دراسة سعيود مُجَّد عبد الغني، بينما تتعارض مع دراسة عمر حسين جمعة؛
- يعتمد المبحوثون بشكل كبير على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لأداء عملهم من خلال جمع المعلومات، إنتاج المادة الإعلامية ونشرها، الاتصال بمصادر المعلومات، ويعتبرونها أثرت بشكل إيجابي على مهنتهم وهي نفس النتيجة التي توصلت لها دراسة بن عمار سعيدة خيرة؛

ب. النتائج العامة للدراسة

- النسبة الغالبة من العاملين في مجال الإعلام الرياضي الجزائري ذكور وهم ينتمون للفئة العمرية بين 20 و40 سنة ولديهم مستوى جامعي؛
- يملك الإعلاميون الرياضيون الجزائريون ميولا رياضية، وتأتي رياضة كرة القدم في صدارة قائمة الرياضات التي يحرصون على تغطيتها؛
- يستقطب العمل في مجال الإعلام الرياضي الجزائري إطارات من مختلف التخصصات غير تخصص الإعلام والاتصال، وعلى الرغم من ذلك إلا أن هؤلاء لا يخضعون لأي تكوين قبل استلام مناصبهم؛
- تعمل النسبة الأكبر من الإعلاميين الرياضيين الجزائريين في المؤسسات الإعلامية الناطقة باللغة العربية التابعة للقطاع الخاص وبالتحديد في مجال الصحافة المكتوبة؛
- على الرغم من أن النسبة الأكبر من الإعلاميين الرياضيين الجزائريين يملكون صفة "صحفي دائم" ولديهم خبرة مهنية أكثر من 05 سنوات، إلا أن فئة واسعة منهم خاصة العاملين في القطاع الخاص صحفيون غير دائمون وهم محرومون من أبسط الحقوق المكفولة قانونا في صورة: عقد العمل، الأجر الدائم، التأمين، الراحة الأسبوعية والسنوية، التكوين... إلخ؛
- الإعلاميون الرياضيون الجزائريون يجدون أن أجورهم لا تتناسب مع العمل الذي يُقدّمونه، وهو ما يدفع نسبة هامة منهم سواء كانوا دائمين أو غير دائمين وبغض النظر عن القطاع الذي يعملون فيه للعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية أو إلى تغيير المؤسسة الإعلامية لتحسين أوضاعهم المهنية والاجتماعية؛

- يملك الإعلاميون الرياضيون الجزائريون علاقات جيدة بمحيطهم وهو ما يُسهّل عليهم أداء عملهم ويساعدهم على القيام بمهامهم خاصة ما تعلق منها بالحصول على المعلومات؛
- يرى الإعلاميون الرياضيون الجزائريون أن طبيعة عملهم في القسم الرياضي تختلف عن طبيعة عمل زملائهم في باقي الأقسام وذلك نظرا لما يتطلبه من مهارات وإمكانيات أكبر وما فيه من ضغوط داخلية وخارجية، وعلى الرغم من ذلك إلا أنهم يحصلون على أجور أدنى وإمكانيات أقل؛
- يوجد تفاوت في التزام الإعلاميين الرياضيين الجزائريين بأخلاقيات المهنة الإعلامية، حيث نجد أن المنتمين منهم للقطاع العام ومن يملكون خبرة أقل من 05 سنوات هم الأكثر التزاما بها؛
- يتمتع الإعلاميون الرياضيون الجزائريون بحرية مطلقة في عملهم، لكنهم يتعرضون أحيانا لتدخل المسؤول وهو ما يرون بأن له تأثيرا سلبيا عليهم ويلزمهم بفرض رقابة ذاتية على أنفسهم؛
- يشتكي الإعلاميون الرياضيون في الجزائر من التعرض لاعتداءات أثناء تأدية مهامهم، وعلى الرغم من أن هذه الاعتداءات لا تتعدى الطابع اللفظي إلا أنهم يرون أنها تؤثر بالسلب على عملهم؛
- لا يعاني الإعلاميون الرياضيون في الجزائر من المتابعات القضائية وذلك على خلاف بقية زملائهم العاملين في الأقسام الأخرى ممن لا زالوا يشتكون من التضييق على الحريات؛

- يواجه الإعلاميون الرياضيون، خاصة أولئك العاملين في القطاع الخاص؛ صعوبات في الحصول على المعلومات وهو ما يضطرهم للجوء إلى المصادر غير الرسمية أو يدفعهم إلى تأجيل معالجة الحدث؛
- يستخدم الإعلاميون الرياضيون الجزائريون التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بشكل دائم لأن هذه الأخيرة تساعدهم في جمع المعلومات وفي إنتاج ونشر المادة الإعلامية؛
- يرى الإعلاميون الرياضيون الجزائريون أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أثرت بالإيجاب على أدائهم لعملهم حيث أنها تمكنهم من إنجاز مهامهم في أقل وقت وبأقل جهد، لكن لها في المقابل عددا من السلبيات أهمها فسح المجال لغير المختصين لولوج مجال الإعلام الرياضي والمساهمة في نشر الإشاعات والأخبار المفبركة بالإضافة إلى التعدي على حقوق الملكية وسرقة جهود الغير.

نوصيات الدراسة

ثالثا: توصيات الدراسة

بناء على النتائج السابقة يقدم الباحث التوصيات الآتية للقائمين على قطاع الإعلام في الجزائر عموما والإعلام الرياضي خصوصا وكذا لملاك المؤسسات الإعلامية:

- ضرورة فسح المجال للإناث وتشجيعهم على ولوج مجال الإعلام الرياضي خاصة في ظل الانتشار الكبير للرياضات النسوية وبعض الرياضات الفردية التي بإمكانهم تغطية فعاليتها؛
- الدعوة للاهتمام أكثر بمختلف الرياضات خاصة الفردية منها وعدم الاقتصار على رياضة كرة القدم فقط؛
- وضع معايير دقيقة للراغبين في الالتحاق بمجال العمل في الإعلام الرياضي الجزائري للقضاء على التجاوزات الحاصلة من هذه الناحية؛
- إخضاع جميع الإعلاميين الرياضيين بشكل دوري لدورات تكوينية متخصصة من أجل تحسين مهاراتهم ومساعدتهم على التأقلم مع التطورات الحاصلة في جميع المجالات، وفي هذا الإطار نقترح إبرام اتفاقيات تعاون بين كليات ومعاهد الصحافة والإعلام من جهة والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى؛
- تحسين الأوضاع المهنية والاجتماعية للإعلاميين الرياضيين عموما والعاملين في القطاع الخاص خصوصا وذلك من خلال السهر على منحهم جميع الحقوق التي نصّت عليها مختلف التشريعات، ومن سبل الوصول إلى ذلك سن القانون الخاص بهذه الفئة على غرار ما تم العمل به في القطاع العام منذ سنوات؛

- تفعيل دور مختلف الهيئات الرقابية على غرار مجلس أخلاقيات المهنة وسلطة ضبط السمعي البصري والصحافة المكتوبة وذلك لفرض رقابة على المؤسسات الإعلامية خاصة تلك المنتمية للقطاع الخاص بسبب التجاوزات المرتكبة في حق الإعلاميين الرياضيين وحرمانهم من أبسط الحقوق، وفرض عقوبات صارمة على المخالفين للتشريعات والنصوص القانونية؛
- ضرورة تكاثف جهود التنظيمات النقابية من أجل الدفاع عن حقوق الإعلاميين الرياضيين خاصة أولئك العاملين في القطاع الخاص والذي يعيشون ظروفًا مهنية واجتماعية متدهورة؛
- رفع جميع العراقيل الموجودة داخل وخارج المؤسسة الإعلامية والتي تحول دون قيام الإعلامي الرياضي الجزائري بمهامه بالشكل المناسب والعمل على تحسين وضعيته المهنية والاجتماعية؛
- خلق منصب مكلف بالإعلام على مستوى جميع الهيئات الرياضية من أجل تسهيل مهام الإعلاميين الرياضيين في الحصول على المعلومات؛
- توفير كل الظروف التي من شأنها توفير الحماية للإعلاميين الرياضيين من مختلف الاعتداءات التي يتعرضون لها أثناء أدائهم لعملهم وتسهيل أشد العقوبات على المخالفين؛
- ضرورة إعداد ميثاق شرف لمهنة الإعلام الرياضي بمشاركة جميع الفاعلين في المجال وفرض تطبيقه على جميع الوسائل الإعلامية؛
- تنظيم الإعلام الرياضي الإلكتروني الذي يشهد انتشارًا كبيرًا في الساحة الإعلامية الجزائرية والإسراع في إصدار القوانين الخاصة به.

خاتمة

خاتمة

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن السمات الشخصية والمهنية للإعلاميين الرياضيين الجزائريين، وتسليط الضوء على الظروف التي يمارسون فيها مهنتهم و مختلف التأثيرات والعراقيل التي يتعرضون لها على المستويين الداخلي والخارجي.

ومن خلال استعراض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية يتبين أن الإعلاميين الرياضيين الجزائريين يعانون من العديد من الضغوط أهمها الضغوط الاقتصادية الناجمة عن حرمان فئة هامة منهم من حقوقهم المادية، والضغوط المهنية المتمثلة في صعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات وتحديد مساحة الحرية الممنوحة لهم والتهميش داخل المؤسسات التي ينتمون إليها.

وعلى الرغم من الواقع الصعب الذي يمارس فيه الإعلاميون الرياضيون الجزائريون عملهم، إلا أنهم يبقون -حسب نتائج الدراسة- ملتزمين بأخلاقيات المهنة الإعلامية ويبحثون عن ضمان مكانة ضمن المشهد الإعلامي الجزائري.

بناء على ما سبق، يمكن القول بأن الإعلاميين الرياضيين الجزائريين يمارسون مهنتهم في ظروف غير مريحة، وتحسين أوضاعهم المهنية، الاقتصادية والاجتماعية مرهون بتدخل جميع الهيئات والتنظيمات ذات العلاقة بالمهنة الإعلامية.

فائمة المصادر

والمراجع

I- الكتب

1. إبراهيم فؤاد الخصاونة، الصحافة المتخصصة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012
2. أحمد العبد أبو السعيد، الكتابة لوسائل الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
3. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010
4. أحمد موسى قريعي، ضمير الصحافة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2008
5. أحمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، 2009
6. أحمد نبيل عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006
7. أديب خضور، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحضير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1994
8. أديب خضور، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 2003
9. أديب خضور، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفياً وإذاعياً وتلفزيونياً وتحرير الأخبار الرياضية، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1995

10. إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر،
2001
11. أشرف فهمي خوجة، الصحفيون ومصادر الأخبار، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع،
القاهرة، 2007
12. آمال فهمي، أثر الممارسة الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل،
مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الخامس، القاهرة، مصر، 1996
13. أمين ساعاتي، أزمة الصحافة الرياضية - الأسباب والعلاج -، المركز السعودي للدراسات
الاستراتيجية، القاهرة، مصر، 1993
14. أنمار وحيد فيضي، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر
والتوزيع، عمان، الأردن، 2016
15. بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع،
عمان، 2012
16. بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، المملكة
الأردنية الهاشمية، 2015
17. جابر محبوب علي محبوب، قواعد أخلاقيات المهنة - مفهومها، أساس إلزامها ونطاقها -،
دار النهضة العربية، القاهرة، 2001
18. جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، ط1، مؤسسة مهارات للنشر، بيروت،
2008

19. جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص فنون وتقنيات، منشورات الجامعة اللبنانية
قسم الدراسات الإعلامية، بيروت، لبنان، 2009
20. جون هوفنبرغ، الصحفي المحترف، ترجمة: مُجد كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع،
القاهرة، مصر، 1990
21. حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،
الإسكندرية، مصر، 2003
22. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط3، الدار المصرية اللبنانية،
القاهرة، مصر، 2003
23. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط3، الدار المصرية اللبنانية،
القاهرة، مصر، 2003، ص65
24. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية،
القاهرة، مصر، 1998
25. حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009
26. حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة،
2007
27. حسنين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية - رؤى جديدة، دار فكر وفن
للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2008

28. حسين علي إبراهيم الفلاحى، أساسيات النجاح للصحفي المعاصر، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2016
29. حمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000
30. حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002
31. خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1998
32. رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008
33. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007
34. رفيق الزنكاوي، أثر القنوات الفضائية على المعرفة الرياضية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2010
35. الزبير سيف الإسلام، رواد الصحافة الجزائرية، ط1، مطابع دار الشعب، القاهرة، مصر، 1981.
36. زهير إحدادن ، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
37. سامح كمال عبد القادر، الإعلام وصنع القرار في المجال الرياضي - نظرة تحليلية وميدانية بالتطبيق على الصحافة الرياضية كأحد وسائل الإعلام-، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2012

38. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010
39. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2005
40. سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2004
41. سليمان لاوسين، عيسى الهادي، مدخل لفنيات التحرير الصحفي الرياضي، مطبعة عالية بريستيغ، البلدية، الجزائر، 2017
42. سمير مُجّد حسين، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ-، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1976
43. سميرة محي الدين شيخاني، مُجّد خليل الرفاعي، الصحافة المتخصصة، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2011
44. سهير المهدي، الإعلام الرياضي المرئي في الواقع المعاصر، ط1، إدارة المطبعة الحكومية، وزارة الإعلام، مملكة البحرين، 2005
45. السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص - دراسة وتطبيق -، ط2، مكتبة الجامعة بالشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 2002
46. صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012
47. صالح خليل أبو أصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2011
48. صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002

49. طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ط1 دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010
50. طارق سيد أحمد الخليلي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005
51. عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني - مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع - ط1، مطابع الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2004
52. عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
53. عبد الرزاق الدليمي، التحرير الصحفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012
54. عبد الرزاق علي الهيتي، الصحافة المتخصصة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011
55. عبد الرزاق مُجَّد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015
56. عبد الرزاق مُجَّد الدليمي، الإعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015
57. عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 2000
58. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار - عرض شامل للقوالب الفنية وأساليب التحرير الحديثة -، ط2، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001
59. عبد السلام السامر، أخلاقيات الإعلام، الإعلامي للطباعة والاستنساخ، بغداد، 2002

60. عبد العالي رزاق، المهنة صحفي محترف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013
61. عبد العزيز خالد الشريف، أخلاقيات الإعلام، ط1، دار يفا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014
62. عبد العزيز شرف، الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، مصر، 2003
63. عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014
64. عبيد الرحباني، الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012
65. عزام أبو حمام، تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011
66. عزيز السيد جاسم، مبادئ الصحافة في إعلام المتغيرات، دار آفاق عربية للصحافة والنشر، بغداد، العراق، 1985
67. عصام الدين فرج، الإعلام المتخصص، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2015
68. عصام عبد السلام، الإعلام الرياضي التلفزيوني - بين إثارة الجماهير والمسؤولية المهنية-، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015
69. عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011

70. علي طاهر مبارك، الإذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضية في عصر التحديات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2007
71. علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012
72. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
73. علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
74. عمار بوحوش، مُجدِّ محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007
75. عواطف عبد الرحمان وآخرون، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1992
76. عواطف عبد الرحمان، الحق في الاتصال وحماية الصحفيين، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1994
77. عيسى الهادي، دراسات في الإعلام الرياضي التربوي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2013
78. عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2015

79. عيسى عبد الباقي، البناء النظري في بحوث الإعلام، ط1، خبراء الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2017
80. غازي زين عوض الله المدني، الصحافة الرياضية - النشأة، التطور -، ط2، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2006
81. فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1986
82. فضيل دليو ، تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 1830-2013، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر، 2014.
83. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
84. فيصل غامص، مجلة الإذاعة والتلفزيون، العدد 31، الاثنين من 20 إلى 26 سبتمبر، الجزائر، 1993 فيل أندروز، ترجمة بدران حامد، الصحافة الرياضية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015
85. كوثر السعيد الموجي وآخرون، الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، دار النهضة العربية، مصر، 2006
86. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة المفتوح، القاهرة، 2000
87. ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009
88. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015

89. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الصحافة المتخصصة، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
90. مُجَّد الحماحي، أحمد سعيد رجب، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2006
91. مُجَّد الصيرفي، الإعلام، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009
92. مُجَّد بن عبدالرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظرية والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض-السعودية، طبعة 2، 1998
93. مُجَّد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006
94. مُجَّد سيد فهمي، الإعلام من منظور اجتماعي، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 1984
95. مُجَّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000
96. مُجَّد عبيدات و آخرون، البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1998
97. مُجَّد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003
98. مُجَّد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2003
99. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000

100. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني - الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإحصار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015
101. مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016
102. مطلق سعود المطيري، التغطية الإعلامية للمراسل الأمريكي لقضايا الشرق الأوسط، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاتصال، جامعة عين شمس، مصر، 2007
103. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012
104. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الإعلام والاتصال المتخصص، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2009
105. نبيل راغب، أساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، الجيزة، مصر، 1999
106. نسمة فايق كمال، الصحافة الرياضية، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، مصر، 2017
107. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع الجزائر، 2008.
108. وجيه عبد السلام جرادة، "أسس ومبادئ الصحافة الرياضية"، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019
109. ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015

II- المقالات والمنشورات العلمية

1. بلولي فرحات، ظاهرة التعاقب اللغوي في لغة الصحافة الرياضية، جريدة الهداف أمودجا، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2012
2. جواد راغب أيوب الدلو، الصحافة الرياضية في فلسطين 1876-1997، مجلة كلية التربية بغزة، جامعة الأقصى، فلسطين، جوان 1998، مجلد 2، عدد 2، ص.ص 198-154 (متاح على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/507291>)
3. حسينة بوشيوخ، القائم بالاتصال في الصحافة الجزائرية الخاصة - بين تحديات بيئة العمل الصحفي ومعايير الممارسة المهنية-، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد 14، المجلد 04، جانفي 2019
4. رضوان بوجمعة، المراسلون المحليون في الصحافة المكتوبة -دراسة سوسيو- مهنية لمراسلي الصحف في الجزائر-، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 19، جانفي - جوان 2005
5. رضوان بوحيلة، واقع الصحافة الرياضية في ظل المشهد الإعلامي والرياضي المعاصر، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، المجلد 02، العدد 04، 2018.
6. شريف درويش اللبان، البحث عن الأخلاقيات في زمن الانفلات: قراءة موضوعية في مشروع ميثاق الشرف الإعلامي، المركز العربي للبحوث والدراسات، 2014
7. صلاح الدين جلال، واقع حق الصحفي الرياضي في الوصول للمعلومة الرياضية في ظل التشريعات الإعلامية الجزائرية -دراسة ميدانية للصحفيين الرياضيين في الجزائر-، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد 20، ديسمبر 2016
8. عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، ديسمبر 2016
9. عكة زكريا، عبد العالي يوسف، الواقع المهني والاجتماعي للصحفيين الجزائريين -دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين-، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد 08، المجلد 02، ديسمبر 2017

10. عمار ميلاد نصر، أطر أخلاقيات الصحافة في الممارسة المهنية، مجلة جامعة سرت العلمية للعلوم الإنسانية، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2017
11. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 6، العدد 3، الأردن، 2013
12. مُحَمَّد شطاح، القنوات التلفزيونية المشفرة و البرامج الرياضية : دراسة ميدانية للجمهور الرياضي في الوسط الجامعي.، المجلة العربية للإعلام و الاتصال، مج. 2016، ع. 16، المملكة العربية السعودية، 2016
13. مُحَمَّد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، ع3، جامعة أهل البيت، العراق، أبريل 2006
14. الوليد رفاص، المشاكل المهنية للصحفي الجزائري في ظل المتغيرات الراهنة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف 2، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، 2019
15. وليدة حدادي، فطيمة أعراب، دور الأنترنت في تطوير الممارسات الصحفية في الصحافة الرياضية الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين-، مجلة العلوم والتكنولوجية للنشاطات البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 15، العدد 01، 2018

-III- أطاريح الدكتوراه ورسائل الماجستير

1. إسراء جاسم فلهي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة بغداد، العراق، 2011
2. أسماء صالح عبد البدران، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع - دراسة تحليلية وميدانية-، أطروحة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في الآداب تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين شمس، مصر، 2017

3. إيمان متولي مُجد عرفات، حرية الصحافة في الكويت وتأثيرها على الممارسة الصحفية، رسالة
مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر،
2009
4. بن عمار سعيدة خيرة، تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية -دراسة
ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في
علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم،
الجزائر، 2016
5. بوحيلة رضوان، الصحافة الرياضية في الجزائر - دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي "الهدف"
و"الخبر الرياضي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الدعوة والإعلام والاتصال،
تخصص علوم الإعلام، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم
الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2019
6. حسين دبي حسان جبر الزويني، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية
لشبكة الإعلام العراقي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية،
جامعة بغداد، العراق، 2009
7. حمداو وليد، دور الصحافة الرياضية المكتوبة في إنجاح الاحتراف في كرة القدم في الجزائر -
يومية كومبتيسيون أنموذجا-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير،
تخصص الإعلام الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2011-2012
8. خالد توحيد السيد شرف، العلاقة بين استخدام الأنترنت وتطوير الأداء المهني للإعلاميين
الرياضيين المصريين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة
القاهرة، مصر، 2012
9. خديجة بنت صالح مُجد بن مريشد، تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء
المهني للصحفيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة
الإمام مُجد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2009

10. خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، 2008
11. دنيازاد سويح، التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق تخصص: قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 01، الجزائر، 2019.
12. رضوان جدي، الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية - المفهوم والممارسة من خلال صحافيي "الهدّاف" -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص تشريعات إعلامية، جامعة الجزائر 3، 2011.
13. الزواوي أحمد المهدي، الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة "من الملاعب" - دراسة ميدانية واستطلاعية بولاية المسيلة-، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية فرع: الإعلام الرياضي التربوي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008
14. سعد صالح الجبوري، مسؤولية الصحفي الجنائية عن جرائم النشر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية القانون، جامعة الموصل، العراق، 2006
15. سعيود مُجّد عبد الغني، تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال شعبة: الاتصال الإشهاري، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2012
16. سندس عبد الوهاب حسين، الضغوط المؤثرة على القائم بالاتصال في الإذاعات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2014
17. شبري مُجّد، ممارسة الصحفيين الجزائريين للمهنة خلال فترة حالة الطوارئ 1992-2004 - دراسة وصفية تحليلية-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

18. صباح عواد مُجَّد نصيف، ضغوط العمل لدى القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وعلاقتها بمستوى الأداء المهني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة المنيا، مصر، 2017
19. صفية خليفة بن مسعود، الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية، دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2014
20. عبد العالي مولود مزغيش، القيم الخيرية في الصحافة الرياضية الجزائرية -دراسة تحليلية للأخبار الرياضية في جريدة الخبر الرياضي-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2014
21. عبد القادر قطشة ، إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية (الألعاب الرياضية العربية العاشرة نموذجاً) -دراسة وصفية تحليلية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006.
22. عبد المجيد خيناش، الإعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر ودوره في الحدّ من ظاهرة العنف في الملاعب - دراسة ميدانية لجمهور برنامج أستوديو الكرة" بالقناة الأولى، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012
23. عمر حسين جمعة، تأثير حرية الصحافة في مصر على الممارسة المهنية - دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال خلال عامي 2004 و2005-، دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الصحافة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2007
24. عمرون مفتاح، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية -دراسة ميدانية بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر العاصمة-، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية-، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008

25. عمرون مفتاح، دور وسائل الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر - دراسة ميدانية ببعض المؤسسات الاقتصادية الممولة لأندية الرابطة المحترفة لكرة القدم والإعلاميين المختصين في الرياضة بالجزائر -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية تخصص: إعلام رياضية وتربوي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر3، 2013
26. عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي -تحليل مضمون برامج التلفزيون الجزائري-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008
27. قويدر فيجل، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في التقليل من العنف في الميادين الرياضية من خلال برامج التلفزيون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013.
28. كريم محمد عادل عبد العظيم، "تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها - دراسة تحليلية وميدانية-"، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2015
29. لاوسين سليمان، الإعلام الرياضي المرئي وتفشي ظاهرة العنف في ملعب كرة القدم الجزائرية لمرحلة الذهاب من الموسم الرياضي 2007-2008 - دراسة تحليلية للتلفزيون الجزائري برنامج المرمى أمودجا-، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص الإعلام الرياضية التربوي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008
30. لقاء مكى العزاوي، حارس البوابة في الصحافة العراقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة بغداد، 1995

31. مُحَمَّد أبو إدريس، واقع الصحافة الرياضية في مملكة البحرين - دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة البحرين، 2004
32. مُحَمَّد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُحَمَّد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2008
33. مُحَمَّد شبري، الممارسة الإعلامية للصحفيين الجزائريين في ظل الأزمة 1990-2012 - دراسة مسحية للمتابعات القضائية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2013
34. مُحَمَّد يوسف مطاوع، تحليل واقع الصحافة الرياضية من وجهة نظر القيادات الرياضية في الأردن، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في التربية الرياضية، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2007.
35. منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر، 2007-2008
36. مهند معين مصطفى دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين - دراسة تحليلية وميدانية مقارنة-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2016
37. نجيب بن عباس بن دخيل الدريوشي، الضغوط المهنية التي تواجه الصحفيين العاملين في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب في التربية البدنية، كلية التربية، قسم التربية البدنية وعلوم الحركة، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2005
38. نسرین ریاض عبد الله، تأثير سمات بيئة العمل الصحفي على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2012

39. نحلة مُجَدَّ نشأت مُجَدَّ، المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية والعربية ودورها في إمداد الجمهور

المصري بالمعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة حلوان،
مصر، 2016

40. نور الدين أم الرثم، واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر - دراسة ميدانية بمدينة

قسنطينة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر،
2008

41. هند مُجَدَّ علي مُجَدَّ، العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية

الإذاعية والتلفزيونية -دراسة مقارنة بين القائم بالاتصال في كل من القطاع الحكومي
والخاص-، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب، كلية الآداب، قسم علوم الإعلام
والإتصال، جامعة عين شمس، مصر، 2016

42. يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل،

رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، قسم علوم الإعلام
والإتصال، جامعة الجزائر، الجزائر 2005-2006

IV- المراسيم والقوانين

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، القانون العضوي للإعلام 2012 الصادر

بتاريخ 12 جانفي 2012

2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، القانون المتعلق بالإعلام 1990 الصادر

بتاريخ 03 أفريل 1990

3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، قانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فيفري

2014 يتعلق بالنشاط السمعي البصري

4. القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة

2012 المتعلق بالإعلام

5. المرسوم التنفيذي رقم 08-140 المؤرخ في 10 مايو 2008 يحدد النظام النوعي لعلاقات

العمل المتعلقة بالصحفيين

6. القانون رقم 90-11 المؤرخ في 21 أبريل 1990 المتعلق بعلاقات العمل

7. الأمر رقم 68-525 الصادر في 09 سبتمبر 1968 المتضمن القانون الأساسي للصحفيين

المهنيين

ثانيا: المصادر والمراجع الأجنبية:

1. Achour Cheurfi, **La presse Algérienne**, Casbah-Editions, Algérie, 2010.
2. Ahmed Ben Zelikha, **Presse Algérienne –Editoriaux et Démocratie-**, Editions Dar El Gharb, Algérie, 2005
3. Christian Dorvillé, **Ethique sportive, éthique journalistique: une mise en question**, les cahier du journalisme, N°11, Décembre 2002
4. Dominique Marchetti, Bertrand Dargelos, **Les professionnels de l'information sportive entre exigences professionnelles et contraintes économiques**, Regards sociologique, 2000

5. Fabian Ohl, **Le journalisme Sportif, une production sous influence**, l'exemple de la presse quotidienne régionale, Regards sociologiques, N°20, 2000
6. Grine, Hamid, **Al Manach Du Sport Algérie**, ANEP- Editions, Algérie, 1990.
7. Lange Kristen, **"Sports And New Media: A Profil Of Internet Sport Journalists In Australia"**, school of human movement, faculty of human development, Victoria university, Australia, 2010
8. M'hamed Rebbah, **La presse Algérienne –Journal d'un défi-**, Chihab- Editions, Algérie, 2002

الملاحف

**ملحق رقم (01):
استمارة الاستبيان**

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة - باتنة 01-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

الأخ الصحفي المحترم؛

في إطار إعداد أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في تخصص: علوم الإعلام والاتصال
بعنوان: " واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري"-دراسة ميدانية على
عينة من ممارسي الإعلام الرياضي-، وفي سبيل استكمال الدراسة الميدانية نرجو منكم
المساهمة بالإجابة عن أسئلة الاستمارة المرفقة وذلك بوضع إشارة (X) أمام الإجابة /
الإجابات الصحيحة، ونؤكد لحضرتكم أن المعلومات التي ستقدمونها ستبقى سرية ولن
تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، ونشكركم مسبقا على حسن تعاونكم وتخصيص
جزء من وقتكم لدعم هذا الجهد العلمي المتواضع.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

إشراف الأستاذة:

أ.د/ خالدة هناء سيدهم

إعداد الطالب:

نور العابدين قوجيل

المحور الأول: السمات الشخصية والمهنية

(1) الجنس:

أنثى

ذكر

(2) السن:

أكثر من 50 سنة

بين (41-50) سنة

بين (31-40) سنة

بين (20-30) سنة

(3) المؤهل العلمي:

دراسات عليا (ماجستير دكتوراه)

جامعي

ثانوي

متوسط

أخرى تذكر:

(4) ما هو تخصصك العلمي؟

إعلام واتصال تخصص آخر (أذكره):

(5) هل المؤسسة الإعلامية التي تعمل معها تنتهي لـ:

القطاع الخاص

القطاع العام

(6) ما هو مجال عملك: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

إعلام إلكتروني

إعلام سمعي بصري

إعلام مسموع

إعلام مكتوب

(7) ما هي اللغة التي تعمل بها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

أمازيغية

إنجليزية

فرنسية

عربية

أخرى:

8) ما هي وضعيتك المهنية؟

صحفي دائم مراسل صحفي عامل بالقطعة متعاون

أخرى تذكر:

9) عدد سنوات الخبرة:

أقل من 05 سنوات بين 05 و10 سنوات أكثر من 10 سنوات

10) لماذا اخترت المهنة الإعلامية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

حب المهنة المقابل المادي الجيد البحث عن الشهرة لم تجد غيرها

أخرى تذكر:

11) هل مارست أو أنت ممارس للرياضة؟

نعم لا

12) ما هي الرياضة/ الرياضات التي تغطيها أكثر في عملك؟

المحور الثاني: الوضعية الاجتماعية

13) هل تملك عقد عمل مع المؤسسة التي تعمل معها؟

نعم لا

14) هل أنت مستفيد من البطاقة المهنية للصحفي؟

نعم لا

15) هل أنت مستفيد من أجر دائم مقابل عملك

نعم لا

16) في حالة الإجابة بـ "نعم"، هل تتلقى هذا الأجر بشكل منتظم؟

نعم لا

17) هل الأجر الذي تتلقاه يتناسب مع حجم العمل الذي تقدمه؟

نعم لا إلى حد ما

18) هل تتلقى تعويضات عن الأعمال الإضافية التي تقوم بها؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

19) هل تتلقى تعويضات عن المصاريف الإضافية (الهاتف، الانترنت، النقل،

الإطعام... الخ)؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

20) هل أنت مستفيد من التأمين الاجتماعي مع المؤسسة الإعلامية التي تعمل معها؟

نعم لا

21) هل تستفيد من الراحة الأسبوعية؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

22) هل تستفيد من العطلة السنوية؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

المحور الثالث: الوضعية المهنية

23) كيف تم توظيفك في المؤسسة التي تعمل بها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

عن طريق المسابقة على أساس الشهادة أو التخصص
 على أساس الخبرة على أساس الكفاءة على أساس العلاقات الشخصية

أخرى تذكر:

24) هل خضعت لفترة تجريبية بعد توظيفك؟

نعم لا

25) في حالة الإجابة بـ "نعم"، هل تلقيت حقوقك المادية خلال الفترة التجريبية؟

نعم لا

26) هل خضعت لدورة تدريبية بعد توظيفك؟

نعم لا

27) هل تابعت دورات تدريبية خلال مسارك المهني؟

نعم لا

28) في حالة الإجابة بـ "نعم"، هل هذه الدورات كانت بـ:

مبادرة من مؤسستك مبادرة شخصية منك الاثنين معا

29) هل أنت تعمل مع:

مؤسسة إعلامية واحدة أكثر من مؤسسة إعلامية

30) إذا كنت تعمل مع أكثر من مؤسسة إعلامية واحدة، ما هو السبب في ذلك؟ (يمكن اختيار

أكثر من إجابة)

ضعف الأجر الذي تتقاضاه عدم تثبيتك في منصبك قلة الاعلاميين الرياضيين

أخرى تذكر:

31) هل سبق أن غيرت المؤسسة التي تعمل بها؟

لم تغيّر غيرت مرة واحدة يّرت مرتين يّرت أكثر من مرتين

32) إذا سبق لك تغيير المؤسسة التي تعمل معها، فذلك كان بسبب: (يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

البحث عن أجر أحسن البحث عن تحديات جديدة البحث عن ظروف عمل أفضل

غلق المؤسسة عدم التوافق مع خط المؤسسة البحث عن امتيازات اجتماعية أفضل

سوء العلاقة مع الزملاء أو الرؤساء

أخرى تذكر:

المحور الرابع: العلاقة مع الزملاء والمسؤولين ومصادر المعلومات

33) كيف تصف علاقتك بزملائك في العمل؟

جيدة جدا غير ثابتة سيئة

34) كيف تصف علاقاتك برؤسائك في العمل؟

جيدة جدا غير ثابتة سيئة

35) كيف تصف علاقاتك بمصادر المعلومات؟

جيدة جدا غير ثابتة سيئة

36) هل ترى أن طبيعة علاقتك مع الآخرين تؤثر في أدائك لمهنتك الإعلامية؟

نعم لا إلى حد ما

37) ما طبيعة هذا التأثير؟

تأثير إيجابي تأثير سلبي لم تؤثر

38) برّباختصار إجابتك على السؤال السابق

.....
.....

39) هل تحس أن هناك تمييزا ضدك في المعاملة مقارنة ببقية زملائك العاملين في الأقسام

الأخرى (الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، الثقافية... الخ)؟

نعم لا

40) في حالة الإجابة بـ "نعم"، ما هي طبيعة هذا التمييز؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

أجر أقل مزايا اجتماعية أقل إمكانيات أقل مساحة نشر أقل سقف حرية أقل

أخرى تذكر:

41) هل ترى أن طبيعة عملك في القسم الرياضي تختلف عن طبيعة عمل زملائك في بقية

الأقسام ؟

نعم لا إلى حدّ ما

42) في حالة الإجابة بـ "نعم" "إلى حد ما"، في ماذا يتمثل هذا الاختلاف؟ (يمكن اختيار أكثر

من إجابة)

حجم ضغوط أكبر يتطلب إمكانيات أكبر يتطلب مهارات أكبر
يتطلب جهداً أكبر يتطلب وقتاً أكثر

أخرى تذكر:

المحور الخامس: أخلاقيات المهنة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية

43) عند كتابة مواضيعك هل تمضيها بـ:

اسمك الحقيقي الحروف الأولى من اسمك اسم مستعار
دون اسم باسم فريق التحرير

44) إذا كنت لا تمضي باسمك الحقيقي، فهذا راجع إلى:

خوفك من ردود الأفعال عملك مع أكثر من مؤسسة إعلامية
عملك في مجال آخر غير الإعلام الرياضي رغبتك في إخفاء هويتك الحقيقية

أخرى تذكر:

45) هل سبق لك إخفاء هويتك للحصول على معلومات؟

نعم لا أحياناً

46) هل ترى أن إخفاء الهوية للحصول على المعلومات: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- سلوك غير أخلاقي يجب تفاديه سلوك إجباري للحصول على المعلومات السرية
- سلوك إجباري للتعامل مع الشخصيات المتحفظة

أخرى تذكر:

47) هل سبق لك أن اضطررت لاختلاق أخبار أو حوارات لرياضيين أو مسؤولين؟

- دائما أحيانا نادرا أبدا

48) هل سبق لك أن اضطررت لإخفاء حقائق تخص الجهات التي تتعامل معها (نوادي،

رياضيين، مسؤولين...الخ)؟

- نعم لا

49) في حالة الإجابة بـ "نعم"، ما سبب التستر؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الحفاظ على المصلحة العامة الخوف من ردود الفعل
- غياب الحماية من طرف المؤسسة التي تعمل بها الشعور بالولاء للجهة المعنية بهذه الحقائق

أخرى تذكر:

50) هل سبق لك أن اضطررت للتطرق للحياة الخاصة للشخصيات التي تتعامل معها؟

- نعم لا

51) ما هي رؤيتك لانتهاك الحياة الخاصة للرياضيين أو المسؤولين الرياضيين؟

- أمر غير مقبول أخلاقيا هم شخصيات عامة ومن حق الجماهير معرفة كل ما يخصهم

المحور السادس: العوامل المساعدة والعوامل المعيقة لأداء المهنة الإعلامية

52) ما هو حجم الحرية الممنوح لك في عملك (اختيار المواضيع، طريقة المعالجة، اختيار

الصور...الخ) ؟

حرية مطلقة حرية نسبية حرية منعدمة

53) هل ترى أن هناك تدخلا في عملك من طرف مسؤوليك؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

54) هل ترى بأن لهذا التدخل في عملك تأثير:

إيجابي سلبي لا يؤثر

55) هل سبق لك التعرض لتهديدات أثناء أدائك لعملك أو بسببه؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

56) إذا ما سبق لك التعرض لتهديدات، ما طبيعتها؟

لفظية جسدية لفظية و جسدية معا

57) هل ترى بأن هذه التهديدات تؤثر بشكل سلبي على أدائك لعملك؟

نعم لا لا تؤثر

58) هل سبق لك التعرض لحادث أو اعتداء أثناء ممارستك لعملك؟

نعم لا

59) في حالة الإجابة بـ "نعم"، كيف كان موقف المؤسسة التي تعمل معها؟

وقفت إلى جانبك ومنحتك حقوقك تجاهلتك ولم تمنحك حقوقك

تم تسريحك من العمل

أخرى تذكر:

60) هل سبق وأن تمت متابعتك قضائيا بسبب عملك؟

نعم لا

61) في حالة الإجابة بـ "نعم"، كيف كان موقف المؤسسة التي تعمل بها؟

وقفت إلى جانبك ومنحتك حقوقك تجاهلتك ولم تمنحك حقوقك

أخرى تذكر:

62) هل تعتبر أن موقف المؤسسة في مثل هذه الحالات يؤثر في أداء العمل؟

كثيرا أحيانا نادرا أبدا

63) كيف يكون هذا التأثير؟

.....
.....

64) هل تصادفك صعوبات في الحصول على المعلومات؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

65) في حالة ما إذا تعذر عليك الحصول على المعلومات كيف يكون موقفك؟ (يمكن اختيار

أكثر من إجابة)

تلجأ إلى المصادر غير الرسمية تلجأ إلى أساليب ملتوية للحصول عليها

تلجأ إلى فبركة المعلومات تؤجل معالجة الحدث إلى غاية الحصول عليها

أخرى تذكر:

المحور السابع: استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في ممارسة الإعلام

الرياضي

66) هل تستخدم التكنولوجيا الحديثة في عملك؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

67) هل تابعت دورات تدريبية في استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال؟

نعم لا

68) في أي مجال تستخدم التكنولوجيات الحديث للإعلام والاتصال؟ (يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

جمع المعلومات إنتاج ومعالجة المادة الإعلامية أخذ ومعالجة الصور

إرسال واستقبال المواد الإعلامية الاتصال بمصادر المعلومات الاتصال بالجمهور

حفظ وتخزين المادة الإعلامية متابعة دورات تكوينية في المجال الإعلامي

69) هل ترى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أثرت على عملك بشكل:

إيجابي سلبي لم تؤثر

70) ما هي التأثيرات الإيجابية للتكنولوجيات الحديثة على ممارسة الإعلام الرياضي؟ (يمكن

اختيار أكثر من إجابة)

تسهيل الحصول على المعلومات والتأكد من سلامتها

تسهيل التواصل مع المصادر وتنويعها

زيادة سرعة النشر

إنجاز العمل في وقت أقل وبجهد أقل

تسهيل عملية التخزين والأرشفة

توطيد العلاقة مع الزملاء

.....أخرى تذكر

71) ما هي التأثيرات السلبية للتكنولوجيات الحديثة على ممارسة الإعلام الرياضي؟ (يمكن

اختيار أكثر من إجابة)

فسح المجال لغير المختصين لولوج مجال الإعلام الرياضي

انتهاك خصوصية الرياضيين والمسؤولين

التعدي على حقوق الملكية وسرقة جهد الغير

انتشار الإشاعات والأخبار المفبركة

.....أخرى تذكر

**ملحق رقم (02):
ملخصات الدراسة**

ملخص الدراسة باللغة العربية

الملخص:

واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري

-دراسة ميدانية على عينة من ممارسي الإعلام الرياضي-

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الظروف التي يمارس فيها الإعلاميون الرياضيون الجزائريون مهنتهم ومدى استفادتهم من مختلف الحقوق التي كفلتها لهم القوانين، وكذا الكشف عن العوامل المؤثرة بشكل إيجابي أو سلبي على أدائهم المهني ومدى التزامهم بأخلاقيات المهنة الإعلامية، وذلك عن طريق طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري؟

وللإجابة عن هذا التساؤل اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أدوات جمع البيانات المناسبة لهذا المنهج المتمثلة في: الملاحظة والاستبيان، وقد تم اختيار عينة مكونة من 310 مفردة من الممارسين في مجال الإعلام الرياضي ينشطون في مختلف الوسائل (مكتوبة، مسموعة، سمعية-بصرية وإلكترونية) وإخضاعها للدراسة الميدانية للوصول إلى النتائج التي تسمح بالإجابة عن التساؤلات المطروحة والتي يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

- نسبة معتبرة من الإعلاميين الرياضيين الجزائريين لا يملكون شهادة في تخصص الإعلام والاتصال وهم لا يخضعون للتدريب والتكوين بالشكل الكافي؛
- يعاني الإعلاميون الرياضيون الجزائريون من الحرمان من أبسط الحقوق كالأجر، عقد العمل، التأمين والراحة، وهو ما أثر بالسلب على درجات الرضا الوظيفي لديهم وعلى روح الانتماء للمؤسسة الإعلامية التي يعملون معها؛
- يلتزم الإعلاميون الرياضيون التابعون للقطاع العام بأخلاقيات المهنة أكثر من نظرائهم العاملين في القطاع الخاص.

الكلمات المفتاحية: الممارسة المهنية، الإعلام الرياضي، ممارسي الإعلام الرياضي

Résumé:

La réalité de la pratique professionnelle dans les médias sportifs algériens -Étude de terrain sur un échantillon de praticiens des médias sportifs-

Cette étude visait à mettre en évidence les circonstances dans lesquelles les journalistes sportifs algériens exercent leur profession et la mesure dans laquelle ils bénéficient des différents droits garantis par les lois, ainsi qu'à révéler les facteurs qui affectent positivement ou négativement leur performance professionnelle et leur engagement envers l'éthique de la profession médiatique, en posant la question principale suivante : **Quelle est la réalité de la pratique professionnelle dans les médias sportifs algériens ?**

Pour répondre à cette question, le chercheur s'est appuyé sur l'approche analytique descriptive en utilisant les outils appropriés de collecte de données pour cette méthode : l'observation et le questionnaire, Un échantillon de 310 praticiens dans le domaine des médias sportifs de divers moyens (écrits, audiovisuels et électroniques) a été sélectionné et soumis à une étude de terrain pour atteindre les résultats qui permettent de répondre aux questions soulevées, dont les plus importants peuvent être résumés ci-dessous :

-Une proportion importante de journalistes sportifs algériens n'ont pas de diplôme en sciences de l'information et de la communication.et ne suivent pas une formation et une formation adéquates ;

- Les journalistes sportifs algériens souffrent de la privation des droits les plus élémentaires tels que le salaire, le contrat de travail, l'assurance et le congé, ce qui a affecté négativement leurs niveau de satisfaction professionnelle et l'esprit d'appartenance à l'institution médiatique avec laquelle ils travaillent ;

- Les professionnels des médias sportifs du secteur public sont plus attachés à l'éthique professionnelle que leurs homologues du secteur privé.

Mots clés: Pratique professionnelle, Médias sportifs, Praticiens des médias sportifs

Abstract :

The reality of professional practice in Algerian sports media

-Field study on a sample of sports media practitioners-

This study aimed to highlight the circumstances in which Algerian sports journalists practice their profession and the extent to which they benefit from the various rights guaranteed by the laws, as well as to reveal factors that positively or negatively affect their professional performance and their commitment to the ethics of the media profession, by asking the following main question: **What is the reality of professional practice in Algerian sports media?**

To answer this question, the researcher relied on the descriptive analytical approach using the appropriate data collection tools for this method: observation and questionnaire, A sample of 310 sports media practitioners from various means (written, audiovisual and electronic) was selected and submitted to a field study to achieve the results that answer the questions raised. , the most important of which can be summarized below:

- A significant proportion of Algerian sports journalists do not have a certificate in the discipline of information and communication and are not undergoing adequate training ;
- Algerian sports journalists suffer from the deprivation of the most basic rights such as salary, employment contract, insurance and comfort, which has negatively affected their job satisfaction scores and the spirit of belonging to the media institution with which they work;
- Public sector sports media are more committed to professional ethics than their counterparts working in the private sector.

Keywords: Professional Practice, Sports Media, Sports Media Practitioners