



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الاعلام والاتصال

أطروحة دكتوراه
مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث

المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة دراسة تحليلية على قناة الهدف الرياضية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

للطالب : لموشي محمد

مدير الأطروحة: بن زروق جمال الرتبة: أستاذ التعليم العالي المؤسسة الجامعية: جامعة سكيكدة
أمام أعضاء اللجنة:

بالطة مريم	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة سكيكدة
بن زروق جمال	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة سكيكدة
شابي سناء	أستاذة محاضرة أ	عضوا مناقشا	جامعة سكيكدة
طبي منير	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا	جامعة تبسة
دهماني سهيلة	أستاذة محاضرة أ	عضوا مناقشا	جامعة خنشلة
حمزة حاجي	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة قالمة

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

أحمد الله عدد خلقه، وزنه عرشه، ومداد كلماته، الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، فكان فضله عظيماً، ومكنني من إنجاز هذا النتاج العلمي.

ومن أدب رد الفضل لأهله أشكر الأستاذ الدكتور بن زروق جمال لتفضله بالإشراف على هذه الدراسة، وعلى كل المجهودات المبذولة في سبيل نصحي وإرشادي وعلى سعة صدره وتوجيهاته إلى غاية إتمام هذا العمل

كذلك أتقدم بالشكر لكل الأساتذة الذين ساهموا في هذا العمل، بداية من الطاقم الذي أشرف على تكوين دفعة الدكتوراه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية سكيكدة، وإلى الأساتذة المحكمين، وأيضاً كل من ساعدني بكلمة في هذا البحث

والشكر موصول كذلك للطاقم البيداغوجي والإداري لكلية وقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20 أوت 1956 سكيكدة

ختاماً أتقدم بجزيل الشكر إلى كافة أفراد العائلة والأصدقاء والزملاء، وكل من قدم لي الدعم وتمنى لي التوفيق في هذا المسار العلمي.

إهداء

إلى الأم الحبيبة " خديجة "

عرفانا على صبرها ودعمها

... هبة الله سبحانه وتعالى الغالية، تقديرا لما حبّاه الله من سجايا حميدة، وشخصية رازنة،
وإنسانة متواضعة ومتسامحة يبحث عنها كل طالب للأمن والسكينة، التي لا زلت وسأظل ممتنا
لها ما حييت... اللهم شافها وعافها وأعف عنها

إلى أبي عثمان

عرفانا له على كل ذلك الدعم النفسي الذي مسني به، الذي مهما مرت الأيام وما مررنا به ظل
في صفي وإلى جوارتي... اللهم ارزقه الصحة والعافية

إلى الأختين الحبيبتين " هدى " و " نجلاء "

عرفانا لهما على حجم الدعم الذي قدماه لي طيلة هذا المشوار... حفظكما الله نجمتان
تضيئان العائلة

الفهارس

فهرس

المحتويات

الصفحة	العنوان
/	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
06	<u>المبحث الأول: بناء موضوع الدراسة</u>
06	1- تحديد الإشكالية وتساؤلاتها
10	2- أهمية الدراسة
12	3- أهداف الدراسة
13	4- أسباب اختيار الموضوع
14	5- مفاهيم الدراسة
25	<u>المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة</u>
25	1- نوع الدراسة ومنهجها
28	2- مجتمع الدراسة
29	3- عينة الدراسة
34	4- أداة جمع البيانات
37	5- فئات ووحدات التحليل
52	6- اختبارات الصدق والثبات
الفصل الثاني: التراث النظري للدراسة	
56	<u>المبحث الأول: النظريات الموظفة في الدراسة</u>
56	1- نظرية ترتيب الأولويات
70	2- نظرية المسؤولية الاجتماعية
77	3- توظيف النظريات المفسرة للدراسة
80	<u>المبحث الثاني: الدراسات السابقة المشابهة للدراسة</u>
80	1- الدراسات السابقة المشابهة
98	2- مناقشة الدراسات السابقة المشابهة
الفصل الثالث: الإعلام الرياضي طبيعته، أنواعه وخصائصه	

<u>102</u>	<u>المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي</u>
102	1- مفهوم الإعلام الرياضي
11	2- وظائف وأهمية الإعلام الرياضي
123	3- أنواع الإعلام الرياضي
125	4- خصائص الإعلام الرياضي
130	5- أهداف الإعلام الرياضي
132	6- عناصر الإعلام الرياضي
<u>133</u>	<u>المبحث الثاني: المنظومة الإعلامية الرياضية</u>
133	1- مفهوم المنظومة الإعلامية الرياضية
134	2- عوامل استقلال المنظومة الإعلامية الرياضية عن المنظومة الإعلامية العامة
136	3- عناصر المنظومة الإعلامية الرياضية
الفصل الرابع: الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر نشأته وتطوره	
<u>165</u>	<u>المبحث الأول: الإعلام المرئي في الجزائر</u>
165	1- نشأة الإعلام المرئي في الجزائري
171	2- الإعلام المرئي في الجزائر تطوره وهيكله التشريعي
184	3- واقع وتحديات القنوات الفضائية الجزائرية
197	4- القنوات الفضائية الجزائرية
<u>200</u>	<u>المبحث الثاني: الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر</u>
200	1- نشأة الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر
206	2- أولى البرامج الرياضية في الجزائر
213	3- القنوات الرياضية المتخصصة في الجزائر
الفصل الخامس: نشرة الأخبار على القنوات الرياضية	
<u>219</u>	<u>المبحث الأول: البرامج الرياضية التلفزيونية:</u>
219	1- مفهوم البرامج الرياضية
221	2- أنواع البرامج الرياضية
223	3- عناصر البرنامج الرياضي
224	4- خصائص البرنامج الرياضي التلفزيوني

<u>225</u>	المبحث الثاني: النشرة الرياضية التلفزيونية
225	1- مفهوم النشرة الإخبارية الرياضية
227	2- خصائص النشرة الإخبارية الرياضية على القنوات الرياضية
229	3- الأشكال الإخبارية الرياضية المستحدثة على القنوات الرياضية
235	المبحث الثالث: الأخبار الرياضية على النشرة الإخبارية في القنوات الرياضية
235	1- مفهوم الخبر الرياضي التلفزيوني
237	2- خصائص الخبر الرياضي على نشرة الأخبار التلفزيونية
238	3- العناوين الإخبارية الرياضية في نشرة الأخبار
240	4- القوالب الفنية للأخبار الرياضية في النشرة
246	5- مصادر الأخبار في النشرة الرياضية
249	6- القيم الإخبارية على نشرة الأخبار في القنوات الرياضية
	الفصل السادس: الدراسة التحليلية لنشرة أخبار قناة الهدف الرياضية
<u>257</u>	المبحث الأول: تحليل شكل النشرة الرئيسية لقناة الهدف الرياضية
257	1- فئة القوالب الفنية الصحفية المستخدمة في المعالجة الإخبارية
277	2- فئة طبيعة المادة الإخبارية المعتمدة في نشرة أخبار القناة
298	3- فئة زمن المعالجة الإخبارية في نشرة الأخبار
305	4- فئة اللغة المستخدمة في نشرة الأخبار
313	5- فئة العناوين الإخبارية التي اعتمدت عليها نشرة الأخبار
<u>326</u>	المبحث الثاني: تحليل مضمون النشرة الرئيسية لقناة الهدف الرياضية
323	1- فئة المواضيع الرياضية في نشرات الأخبار
343	2- فئة الألعاب والرياضيات المعالجة في نشرة أخبار
361	3- فئة المنافسات الرياضية
370	4- فئة موقع المواضيع الرياضية في نشرة أخبار القناة
382	5- فئة المصادر التي تم الاعتماد عليها
399	6- فئة الشخصيات الفاعلة
408	7- فئة الأهداف التي تصبو إليها نشرة الأخبار
420	8- فئة القيم التي تناولتها النشرة

436	9- فئة اتجاهات المعالجة الإخبارية
450	نتائج الدراسة
458	الخاتمة
460	توصيات واقتراحات
464	قائمة المصادر والمراجع
/	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
1	البطاقة التقنية الخاصة بنشرة أخبار قناة الهداف	31
2	أعداد النشرة الإخبارية حسب تاريخ النشرة، يوم النشرة مدة البث، توقيت البث	33
3	أبرز الصحف الرياضية الالكترونية الجزائرية	156
4	مواقع الهيئات الرياضية الجزائرية الرسمية	158
5	أبرز المواقع الرياضية الجزائرية المتخصصة	160
6	تكرارات ونسب فئة القوالب الفنية الإخبارية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	257
7	تكرارات ونسب فئة طبيعة المادة الخبرية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	279
8	تكرارات ونسب فئة أنواع الصور الخبرية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	285
9	تكرارات ونسب فئة أنواع الفيديوهات الخبرية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	291
10	تكرارات ونسب فئة زمن المعالجة المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	298
11	تكرارات ونسب فئة اللغة المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	305
12	تكرارات ونسب فئة اللغات الأجنبية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	309
13	تكرارات ونسب فئة أنواع العناوين المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	314
14	تكرارات ونسب فئة أنواع المواضيع ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	324
15	تكرارات ونسب فئة أنواع الألعاب الرياضية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	343
16	تكرارات ونسب فئة أنواع كرة القدم ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	350

17	تكرارات ونسب فئة أنواع كرة القدم المحلية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	357
18	تكرارات ونسب فئة أنواع المنافسات الرياضية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	362
19	تكرارات ونسب فئة موقع المواضيع الرياضية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	371
20	تكرارات ونسب فئة المصادر ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	383
21	تكرارات ونسب فئة مصادر وسائل الإعلام الأخرى ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	392
22	تكرارات ونسب فئة الفاعلين ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	400
23	تكرارات ونسب فئة نوع الرياضيين ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	404
24	تكرارات ونسب فئة الأهداف ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	408
25	تكرارات ونسب فئة القيم ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	421
26	تكرارات ونسب فئة الاتجاه ضمن نشرة الأخبار الرئيسية	437

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	وظائف الإعلام الرياضي	118
02	أنواع الإعلام الرياضي	125
03	خصائص الإعلام الرياضي حسب أديب خضرة	129
04	أنواع الصحافة الرياضية	141
05	أنواع الصحافة الرياضية الإلكترونية	155
06	أنواع المواقع الرياضية الإلكترونية	159
07	مزايا المنظومة الرياضية الإلكترونية	162
08	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار القوالب الفنية في النشرة	258
09	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار المادة الخبرية في النشرة	279
10	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الصور الخبرية في النشرة	285
11	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الفيديوهات الخبرية في النشرة	292
12	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الفيديوهات الخبرية الخاصة بالقناة في النشرة	292
13	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار زمن المعالجة الإخبارية في النشرة	299
14	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار اللغة المستخدمة في النشرة	305

15	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار اللغات الأجنبية المستخدمة في النشرة	310
16	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع العناوين المستخدمة في النشرة	314
17	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع المواضيع الرياضية في النشرة	325
18	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع الألعاب الرياضية الجماعية في النشرة	345
19	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع الألعاب الرياضية الفردية في النشرة	345
20	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع بطولات كرة القدم في النشرة	351
21	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع بطولات كرة القدم المحلية في النشرة	358
22	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع المنافسات الرياضية في النشرة	363
23	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع المنافسات الرياضية المحلية في النشرة	363
24	أعمدة بيانية تمثل توزيع أنواع المواضيع الرياضية في مقدمة النشرة	372
25	أعمدة بيانية تمثل توزيع أنواع المواضيع الرياضية في آخر النشرة	372
26	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار المصادر في النشرة	383
27	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار وسائل الإعلام الجزائري كمصدر في النشرة	393
28	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر في النشرة	393
29	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الفاعلين في النشرة	401
30	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار نوع الرياضيين في النشرة	405
31	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الأهداف المتضمنة في النشرة	409
32	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار القيم الإيجابية المتضمنة في النشرة	422
33	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار القيم السلبية المتضمنة في النشرة	422
34	أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الاتجاه المتضمن في النشرة	437

ملخص الدراسة:

تتمحور هذه الدراسة حول الخدمة الإخبارية التي تقدمها قناة الهدف للجماهير الرياضية الجزائرية، ولتشخيص طبيعة هذه الخدمة عنوانا دراستنا بـ المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة - دراسة تحليلية على قناة الهدف الرياضية. تتمحور تساؤلها الرئيسي حول الكيفية التي عالجت بها قناة الهدف المواضيع والقضايا الرياضية في نشرات أخبارها من حيث الشكل والمضمون؟

ينتمي هذا العمل إلى الدراسات الوصفية والتي اعتمدنا فيها على منهج المسح الوصفي، تمثلت العينة في مجموع نشرات الأخبار الرئيسية للقناة أين تم اختيار 23 عينة بأسلوب الأسبوع الصناعي، معتمدين على تحليل المضمون كأداة لجميع البيانات ضمن فئات الشكل والمضمون، فيما تضمنت الدراسة ثلاثة فصول نظرية تتمحور إجمالاً حول موضوع الدراسة، أما الفصل الأخير فقد خصصناه للعمل التطبيقي وتحليل عينة الدراسة.

انتهت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها أن الخبر كان أبرز القوالب الصحفية التي تعتمدها النشرة في معالجتها الإخبارية، والذي تعالجه ضمن مادة خبرية مدعم بفيديوهات وأحيانا صور خبرية، وهي المواضيع التي تعالجها النشرة في فترة زمنية لا تتجاوز الدقيقة، فيما تعتمد النشرة في أغلب عناوينها على العنوان الخبري البحت. أما من ناحية المضمون فقد كانت أبرز تلك النتائج أن مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه وعرض النتائج الخاصة بالمنافسات الرياضية تنصدر أجندة القناة، بينما تهتم النشرة برياضة كرة القدم كأولوية في المواضيع التي تعالجها والمتعلقة أكثر بكرة القدم المحلية والأوربية، وهو نفس الشأن فيما يخص نوع المنافسات. ومن بين أهم الأهداف التي تسعى القناة لتحقيقها هو تقديم آخر الأخبار الرياضية وبدرجة أقل نشر الثقافة الرياضية للمشاهدين، أما على مستوى القيم المتضمنة فقد برزت لنا القيم الإيجابية المختلفة والتي تؤكد ممارسة النشرة لمسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام تجاه الجمهور الرياضي الجزائري، بينما عالجت هذه الأخيرة جل مواضيعها في اتجاه متوازن وتحليها بالموضوعية، وهو ما يثبت أيضا ممارسة القناة لمسؤوليتها الاجتماعية من خلال إظهار الجوانب الإيجابية للمواضيع المتعلقة بالوطنية من خلال الاعتزاز والافتخار بأبطالها.

Résumé

Nous avons choisi de réaliser cette étude centrée sur le service d'information fourni. Cette étude s'articule autour du service d'information présenté par la chaîne Al « Haddaf » aux fans du sport algérien. Nous avons intitulé notre étude « Traitement de l'actualité sportive sur les chaînes algériennes spécialisées - Une étude analytique sur la chaîne sportive Al Haddaf est à l'ordre de notre recherche », la principale question portait sur la manière dont la chaîne Al-Haddaf traitait l'actualité sportive dans ses bulletins d'information en termes de forme et de contenu ?

Notre approche s'inscrit dans le cadre des études descriptives dans lesquelles nous avons eu recours à l'approche de cette d'enquête. L'échantillon représentait l'ensemble des principaux bulletins d'information de la chaîne, où 23 échantillons ont été sélectionnés dans le style de la semaine industrielle, en s'appuyant sur l'analyse de contenu comme outil pour toutes approches données dans les catégories de forme et de contenu, tandis que l'étude comprenait trois chapitres théoriques centrés sur le sujet de l'étude. Quant au dernier chapitre, nous l'avons consacré au travail appliqué et à l'analyse de l'échantillon d'étude.

L'étude a abouti à un certain nombre de résultats, dont le plus important est que l'information est le modèle journalistique le plus important adopté par le bulletin dans son traitement de l'actualité, qu'il aborde dans des documents soutenus par des vidéos et parfois des photos sujets que le bulletin aborde dans un laps de temps n'excédant pas une minute, tandis que le bulletin s'appuie dans la plupart de ses titres sur Pure news headline.

En termes de contenu, le plus marquant de ces résultats est que les thèmes de l'équipe nationale de football et de ses professionnels ainsi que la présentation des résultats des compétitions sportives sont en tête de l'agenda de la chaîne, tandis que le bulletin accorde une attention prioritaire au football dans les thèmes qu'il aborde liés au football local et européen, et il en va de même en ce qui concerne le type de compétitions.

L'un des objectifs les plus importants que la chaîne cherche à atteindre est de fournir les dernières nouvelles sportives et, de diffuser la culture sportive auprès de ses téléspectateurs. Quant au niveau de valeurs diffusées à travers les bulletins d'informations, ce sont des valeurs positives qui confirment l'exercice par le bulletin de sa responsabilité sociale médiatique à l'égard du public sportif algérien.

Alors que cette dernière a traité la plupart de ses sujets de manière équilibrée et objective, cela prouve également l'exercice par la chaîne de sa responsabilité sociale en montrant les aspects positifs des sujets liés au patriotisme à travers sa fierté et la fierté de ses héros.

Abstract

This study investigates the news service provided by Al Haddaf Channel to Algerian sports fans. To diagnose the nature of this service, our study is titled “News Treatment of Sports Topics on Specialized Algerian Channels - An Analytical Study on Al Haddaf Sports Channel.” The main research question revolves around the way Al-Haddaf Channel dealt with sports topics and issues in its news bulletins in terms of form and content.

The study employs a descriptive research design and utilizes the survey approach. The targeted data consists of the total number of the channel’s main news bulletins, and the sample comprises 23 units selected through the method of the industrial week, relying on content analysis as a tool for all data within the categories of form and content. In this regard, the study’s framework spans over three theoretical chapters centered on the subject of the study while the last chapter is devoted to the practical part and the data analysis.

The study concluded with a number of results, the most important of which is that the information was the most prominent journalistic template that the bulletin adopts in its treatment of news, which it addresses within news material supported by videos and sometimes news photos. These are the topics that the bulletin addresses in no more than a minute, while the bulletin relies in most of its titles on clear news headlines. In terms of content, the most outstanding result is that the topics of the national football team, and professional players, and the presentation of the results of sports competitions are placed on top of the channel’s agenda. Meanwhile, the bulletin pays attention to football as a priority in the topics it addresses, which are more related to local and European games, which is also true for the nature of competitions. Among the most important goals that the channel seeks to achieve is to provide the latest sports news and, to a lesser extent, to spread sports culture to viewers. As for the values included, we identified various positive values, which confirm the bulletin’s practice of its social responsibility in the media towards the Algerian sports public. Additionally, the bulletin remained objective and dealt with most of its topics in a balanced direction. This proves the channel’s practice of its social responsibility by showing the positive aspects of topics related to patriotism by taking pride in its champions.

مقدمت

توصف مكانة الإعلام التلفزيوني بالتميّز بين مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية، ورغم ما توفره الوسائط الحديثة اليوم من خصائص تفوق فيها بقية وسائل الإعلام، إلا أن التلفزيون لا يزال يحافظ على مكانته كواحد من أبرز الوسائل الإعلامية استقطاباً للجماهير، وقد استفاد التلفزيون كغيره من وسائل الاتصال الأخرى مما بلغه التطور التكنولوجي، وبات يقدم خدمات إعلامية أفضل من ناحية الصورة والصوت، وأيضاً فيما يخص الجودة الإعلامية في المضامين التي يقدمها للجماهير عريضة متابعة له. وقد زادت الأهمية التي بلغها التلفزيون سابقاً بعد الانفجار التقني وبداية عصر الإعلام الفضائي الذي جعله يرفع من سقف طموحات الجماهير التي تطورت هي الأخرى وتزايدت رغبتها وتطلعاتها لمضامين إعلامية أفضل وأكثر تميزاً.

وتختلف اتجاهات وميولات الجماهير التلفزيونية حسب رغباتهم واحتياجاتهم فيما يخص نوع المضامين التي يرغبون في مشاهدتها، وإن وجهنا زاوية الرؤية عمودياً نحو جماهير التلفزيون فإننا سنجد شرائح عديدة متنوعة ومتجانسة حسب المجالات التي تحبّها تلك الأفراد وتودّ متابعتها على شاشة التلفزيون، ومن تلك الزاوية سنرى أن لكل فئة من تلك الجماهير خصوصيتها ونوع المضامين التي تفضلها، فمنها من يتابع الأخبار ومنها من يفضل الدراما وأخرى تفضل الإثارة، ومن بينها قاعدة كبيرة تمثل الجماهير الرياضية، وهي أحد أكبر فئات الجماهير المتابعة للتلفزيون.

فالرياضة تجاوزت حدود الممارسة بفضل وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون وبلغت مرحلة المتابعة الحثيثة والشغف بمضامينها الإعلامية بفضل ما قدمه ولا يزال يقدمه التلفزيون للرياضة، من خلال جعلها أكثر جماهيرية خاصة وأن وظائف التلفزيون في الرياضة لا تقتصر على النتائج الرياضية للمنافسات و بث المباريات، بل امتد ذلك إلى أن أصبح التلفزيون جسراً للتواصل والتقارب بين الرياضة ومتابعيها، في ظل المساهمة الكبيرة التي يقدمها التلفزيون في سبيل تطويرها على جميع المستويات وبالأخص اقتصادياً والعائدات المالية التي تستفيد منها الأطراف الرياضية والتلفزيون على حد سواء، ومن هنا فقد بات لزاماً على هذا الجهاز أن يسعى إلى تقديم أفضل الخدمات الإعلامية للجماهير التي تنتظر منه أن يكون عند مستوى تطلعاتها.

ومن بين الوظائف التي يقوم بها التلفزيون كوسيلة إعلامية هي الوظيفة الإخبارية، التي تصدر المشهد الإعلامي للتلفزيون، ومع التطور الكبير الحاصل والثورة المعلوماتية التي تعيشها المجتمعات اليوم

في ظل أهمية الخبر أو المعلومة، فقد انعكس ذلك على الفضائيات التلفزيونية الرياضية، التي تخصص بثها المتواصل على مدار 24 ساعة للمضامين الرياضية المختلفة، والأمر هنا لا يتعلق ببث المنافسات الرياضية ومباريات كرة القدم وغيرها من البرامج الرياضية، بل تعدى ذلك إلى مختلف البرامج التي تلامس جوانب مختلفة من الرياضة سواء التثقيفية، الحوارية، التحليلية وخاصة الإخبارية.

ومن هنا تبرز لنا أهمية تلك القنوات الرياضية على مستوى الخدمة الإخبارية التي تقدمها للمشاهدين الذين يبحثون عن هذا النوع من الأخبار المتعلقة بالرياضة، وتتيح تلك القنوات اليوم شريط إخباري للأخبار الرياضية، وبرامج رياضية إخبارية متنوعة وخاصة نشرات إخبارية يومية ومستمرة، تعرض وتعالج فيها كل المستجدات المتعلقة بالمجال الرياضي، وتستقي الأخبار الرياضية المحلية والعالمية لتضعها أمام المشاهد الرياضي في أهم مضمون إخباري بالنسبة لتلك القنوات الرياضية ألا وهي نشرة الأخبار الرئيسية، في ظل أهمية الأخبار الرياضية التي تتعلق برياضات مفضلة لدى فئات مختلفة من الجماهير، أو أخبار نواديها وفرقها التي تشجعها، وأيضا نجومها الرياضيين الفضلين في اللعبة، إلى غير ذلك من المحاور التي تتقاطع فيما بينها حول أهمية الخبر الرياضي اليوم بالنسبة للجماهير.

ومع كل ما تحدثنا عليه سابقا حول الرياضة والتلفزيون ودور الأخبار في المنظومة الرياضية والإعلامية وأيضا الانفتاح الإعلامي في الجزائر، تبرز قناة الهدف كأحد أهم الوسائل الإعلامية الرياضية في الجزائر، لاسيما وأنها القناة الرياضية الوحيدة التي تنشط في مجال الإعلام الرياضي المرئي متفردة بذلك منذ بضعة سنوات، وبما أن القناة لا تملك حقوق بث منافسات رياضية محلية أو عالمية، بالنظر إلى إمكانياتها المادية وحداثة نشأتها، فقد حوّلت تركيزها إلى البرامج الإخبارية والحوارية التحليلية التي تعرضها على مدار الأيام والأسابيع. فتخصص القناة ثلاثة عروض إخبارية لها كل يوم، تعتمد فيها على معالجة الأخبار الرياضية المختلفة المحلية والعالمية، وتقدم شريط إخباري أيضا تتناول فيه أخبار الرياضة.

ومع تنامي أهمية الرياضة وأخبارها اليوم بالنسبة للمجتمع الجزائري، فقد تنامي مع ذلك حجم العمل الإخباري لقناة الهدف التي تعتبر المصدر التلفزيوني الوحيد بالنسبة للجمهور الجزائري فيما يخص الأخبار الرياضية وعلى رأسها المحلية، وتنوعت المضامين الإخبارية التي تعالجها في نشرة أخبارها، وما القاعدة الجماهيرية التي تتمتع بها القناة الآن في الجزائر إلا دليلا على ذلك، خاصة وأنها لا تقوم ببث

مباريات ومنافسات رياضية، ما يعني أن ما تقوم به على مستوى الخدمة الإخبارية يستحق الالتفات والتركيز عليه كظاهرة إعلامية حديثة في الجزائر.

ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على الخدمة الإخبارية التي تقدمها القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر وهي قناة الهذاف الرياضي التي ستكون محورا لدراسة علمية تتناول معالجة الأخبار الرياضية على مستوى القناة، تهدف إلى الفهم والكشف عن الطريقة التي تعالج من خلالها قناة الهذاف المواضيع والأخبار الرياضية على برامجها الإخبارية، وأبرزها النشرة الرئيسية لها والتي تعتبر أبرز عرض إخباري بالنسبة للقناة.

وقد اشتملت خطة البحث على ستة فصول:

يتناول الفصل الأول منها الإطار المنهجي للدراسة الذي تضمن مبحثين اثنين، احتوى المبحث الأول على بناء موضوع الدراسة من خلال التوصيف بالإشكالية والتساؤلات التي انطلق منها هذا البحث، إضافة أهمية الدراسة وأهدافها وأيضاً المفاهيم والمصطلحات التي تناولتها، أما المبحث الثاني فقد تضمن الإجراءات المنهجية التي اعتمدها الباحث في إعداد هذا البحث والتي تضمنت بدورها نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع وعينة الدراسة، وأدوات البحث التحليلي والفئات التي تمّ من خلالها تحليل مضمون النشرات الإخبارية الرياضية الخاصة بالقناة.

أما الفصل الثاني فقد خصص للتراث النظري للدراسة واحتوى الشق الأول منه النظريات الموظفة في الدراسة وللتين استعان بهما الباحث من أجل دراسة المعالجة الإخبارية لقناة الهذاف للمواضيع الرياضية التي تعرضها. وخصص الشق الثاني من هذا الفصل للدراسات السابقة والمثابهة ومناقشتها على ضوء هذه الدراسة التي قمنا بها، من أجل الوقوف على التراث العلمي والإعلامي الذي يختص بدراسة هذا النوع من البحوث.

وتناولنا في الفصل الثالث الإعلام الرياضي طبيعته، أنواعه وخصائصه وتضمن على مبحثين اثنين خصص الباحث المبحث الأول منه لماهية الإعلام الرياضي المتخصص من خلال التطرق إلى المفهوم، الوظائف، الخصائص، ثم عرجنا إلى الأهداف والعناصر، أما المبحث الثاني من هذا الفصل فقد عالج فيه الباحث المنظومة الإعلامية الرياضية، من خلال مفهومها، وعوامل استقلاليتها على المنظومة الإعلامية العامة وأيضاً عناصرها.

وتضمن الفصل الرابع الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر نشأته وتطوره، خصصنا الشق الأول منه للإعلام الرياضي المرئي في الجزائر، من خلال نشأته، تطوره، هيكله التشريعي، واقعه وتحدياته، أما المبحث الثاني فقد تضمن الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر وبالتحديد نشأة الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر إضافة إلى القنوات الرياضية الجزائرية التي سبق وأن نشطت في المجال وأشهر برامجها الرياضية.

الفصل الخامس محور حول نشرة الأخبار على القنوات الرياضية فقد تضمن ثلاثة مباحث خصصنا الأول منها للبرامج الرياضية التلفزيونية وتطرقنا فيه إلى مفهومها، أنواعها، عناصرها وخصائصها، في حين خصص المبحث الثاني من هذا الفصل إلى النشرة الرياضية التلفزيونية بمفهومها وخصائصها وأشكالها، أما المبحث الثالث عرجنا للأخبار الرياضية على نشرة أخبار القنوات المتخصصة في الرياضية، والذي شرحنا فيه الخبر الرياضي التلفزيوني من جوانب متعددة منها مفهومه خصائصه، القوالب الفنية للخبر الرياضي التلفزيوني مصادر الأخبار، القيم المتضمنة في الأخبار الرياضية وأيضاً العناوين الإخبارية الرياضية.

أما الفصل السادس والأخير فقد شكل جوهر الدراسة والإطار التطبيقي لها الذي تشمل في الدراسة التحليلية لنشرة أخبار قناة الهدف الرياضية وتضمن مبحثين اثنين خُصص الأول لتحليل شكل نشرة الأخبار الرئيسية لقناة الهدف على مستوى فئات الشكل التي تمثلت في: فئة القوالب الفنية، فئة طبيعة المادة الخبرية، فئة زمن المعالجة، فئة اللغة المستخدمة، وأخيراً فئة العناوين الإخبارية. في حين تضمن المبحث الثاني تحليل مضمون نشرة الأخبار الرئيسية للقناة على مستوى فئات المضمون وهي: فئة المواضيع الرياضية، فئة الألعاب، فئة المنافسات، فئة موقع المواضيع الرياضية، فئة المصادر، فئة الشخصيات، فئة الأهداف، فئة القيم، وأخيراً فئة اتجاه المعالجة.

وفي الختام، إذ نقدم هذه الدراسة فإننا نتمنى أن تقدم صورة واضحة وموضوعية حول الطريقة التي تعالج بها قناة الهدف الرياضية الجزائرية للمواضيع والأخبار التي تتناولها وتقدمها في نشرة أخبارها كما نتمنى أن تكون بداية لمرحلة جديدة من دراسات تختص بهذا النوع من البحوث.

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

المبحث الأول: بناء موضوع الدراسة

1. تحديد الإشكالية وتساؤلاتها
2. أهمية الدراسة وأهدافها
3. مفاهيم الدراسة

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

1. نوع الدراسة ومنهجها
2. مجتمع الدراسة
3. نوع العينة
4. أدوات جمع البيانات
5. فئات ووحدات التحليل
6. اختبارات الصدق والثبات

المبحث الأول: بناء موضوع الدراسة

1- تحديد الإشكالية وتساؤلاتها

ينظر إلى الفترة التي ظهر فيها التلفزيون أنها أحد المحطات الهامة في مجال الإعلام والاتصال لجملة من الاعتبارات تنصدها الخصائص التي جاء بها التلفزيون مقارنة بما سبقه من وسائل اتصال جماهيرية، لاسيما بعد الثورة التكنولوجية التي حصلت في العقدين أو الثلاثة الأخيرة ما منح لهذه الوسيلة الجودة التقنية التي تؤثر في خيال الجماهير بما في ذلك الخاصة بالصوت والصورة والحركة، وأهم من كل هذا فالطريقة التي يخاطب بها التلفزيون جماهيره تخلق ذلك التأثير الذي كان غائبا عن بقية وسائل الاتصال الجماهيرية التي سبقته، ناهيك عن البث الفضائي الذي أضاف الكثير للتلفزيون على مستوى تنوع البرامج وظهور القنوات الخاصة والمتخصصة في مختلف مجالات الحياة سواء السياسية، الاقتصادية أو الرياضية إلى غير ذلك، كل تلك العوامل صنعت من التلفزيون وسيلة إعلامية متميزة في استقطاب الأفراد والمشاهدين باختلاف ميولاتهم واتجاهاتهم. وبعد ولوج البث الفضائي حيز الإعلام المرئي وحجم الزخم التلفزيوني أيضا على مستوى البرامج الذي حظي به الجهاز، فقد كان لزاما على الجزائر أن تتدخل السباق الإعلامي في هذا المجال ومواكبة مساحات البث الفضائي العربي والعالمي، أين تداركت ذلك سنة 2012 تاريخ انفتاح مجال السمع البصري بعد تعديل القانون من نفس السنة والذي جاء مكملا لقانون الإعلام، وقد أفرزت تلك التشريعات ظهور عديد القنوات الجزائرية المستقلة عن القطاع العمومي وأصبح لدينا قنوات خاصة ومتخصصة في مجالات إعلامية مختلفة ومتعددة كانت عذراء قبل 2012.

وتعتبر الرياضة أحد المجالات الإعلامية الهامة والخصبة التي تلقى اهتماما منقطع النظير من طرف التلفزيون، بالنظر إلى خصوصية الرياضة كنشاط اجتماعي من حيث ممارستها ومتابعيها، وأيضاً حجم الجماهير العريضة التي تعتني بمتابعة كل ما يخص المجال الرياضي على القنوات التلفزيونية، فحالة التزاوج هذه التي حصلت بين الرياضة والتلفزيون ساهمت في النقلة النوعية التي بات عليها الإعلام الرياضي التلفزيوني اليوم، وازداد التوجه إلى هذا الشكل الإعلامي من طرف الجماهير التي تبحث عن متنفس ترفيهي لها بعيدا عن ضغوطات الحياة اليومية، كما تطورت الرؤية الإستراتيجية للقنوات التلفزيونية للرياضة وأصبحت تراها داعم رئيسي لها وتراهن على ما يمكن أن يحمله المشهد الرياضي من استقدام لرؤوس أموال ومؤسسات تجارية ومحتضنين جدد لها، ناهيك عن العائدات المالية المتعلقة بالإشهار، فما تناولناه آنفا يثبت أهمية الإعلام الرياضي اجتماعيا، ثقافيا، وحتى اقتصاديا.

إلا أن اللافت للانتباه هو أنه ورغم منح الحكومة الجزائرية الضوء الأخضر لمختلف المؤسسات الإعلامية من أجل الاستثمار في مجال السمعي البصري، فإن الجزائر اليوم تمتلك قناة رياضية وحيدة هي قناة الهدف، تنشط في هذا المجال منذ تأسيسها سنة 2014 تحت مسمى "الهدف تي في"، "elhaddef tv" والتي كانت وليدة الجريدة الرياضية "الهدف" التي نشرت أول عدد لها سنة 1998، ورغم الحيز الكبير أيضا الذي تشغله الرياضة اليوم في المجتمع ومدى ارتباط الشعب الجزائري بالرياضية بصفة عامة والمزايا التي يتمتع بها التلفزيون والإعلام الرياضي المرئي اليوم، إلا أن كل هذا لم يشفع للمؤسسات الإعلامية المحلية من أجل الاستثمار في هذا المجال على المستوى الوطني، ولا تزال الهدف إلى غاية كتابة هذه الأسطر تتربع على عرش الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر.

في نفس السياق فإن القنوات الإعلامية الرياضية بما فيها قناة الهدف تعمل وفق خريطة برامج على مدار الـ 24 ساعة تقدم فيها مضامين رياضية مختلفة، بين البرامج الإخبارية، الحوارية، التحليلية وحتى نقل المباريات والمنافسات الرياضية وغيرها من القوالب الإعلامية التلفزيونية، في حين تمثل البرمجة الإخبارية أحد الأعمدة الأساسية التي تقوم عليها القنوات الرياضية، التي تكون مجبرة على برمجة نشرات أخبار رياضية بصفة دورية لإحاطة جمهورها بكل الأخبار الرياضية المحلية والعالمية، وهذا من خلال تغطية أكثر ما يمكن تغطيته من المنافسات والأحداث الرياضية التي توفر للمتابعين كل الأخبار والمعلومات الرياضية التي يبحثون عنها وبصفة آنية، من أجل أن تبقىهم على اطلاع بأحدث التطورات الرياضية وحرصا منها أيضا للحفاظ على قاعدة مشاهديها ومتابعيها، وهنا تكمن أهمية الخدمات الإخبارية التي تقوم بها القنوات الرياضية التي تعتبر حلقة من سلسلة المنظومة الإعلامية بأهدافها ووظائفها.

وتبرز لنا اليوم قناة الهدف كمثال جزائري حي لقناة رياضية تعير اهتماما كبيرا للأخبار الرياضية، وتركز بشكل كبير في نشاطها على النمط الإخباري وتنوع نشرات أخبارها من عامة إلى محلية، ومن رئيسية إلى موجزة، إضافة إلى أشكال إخبارية أخرى كمعرض الصحافة، شريط الأخبار، مجلة الأخبار، وبرامج إخبارية أخرى في ظل عدم امتلاكها لحقوق بث المسابقات الرياضية.

إن أهمية الأخبار الرياضية التي تقدمها وسائل الإعلام هو في الحقيقة امتداد لأهمية الرياضة في حد ذاتها بالنسبة للمجتمع، لأن الأمر لا يقتصر على متابعة المباريات أو الأحداث الرياضية المختلفة من طرف الجماهير الرياضية التي تبحث على ما هو أبعد من ذلك، خاصة في ظل رغبتها في الاطلاع ومعرفة كل مستجدات المنافسات والرياضات أو النجوم التي يتابعونها، فالأخبار الرياضية التي تستقيها الجماهير

اليوم من القنوات الرياضية تعد أيضا وسيلة للتواصل والتفاعل بين الأفراد من خلال المناقشات التي تجمعهم وتختص بنتائج المباريات، جديد الرياضات والمنافسات، تبادل وجهات النظر إلى غير ذلك من التفاعلات التي يكون مصدرها الأخبار الرياضية، لذلك تولي القنوات الرياضية أهمية كبيرة للعملية الإخبارية التي تقدمها، من خلال البحث عن التميز الإخباري في ظل المنافسة بين القنوات الرياضية، والذي يقف في أحد ركائزه على نوع وطبيعة المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تتناولها تلك القنوات في نشرات أخبارها، هذه الأخيرة تنصدر المشهد الإخباري في القنوات الرياضية بالنظر أنها البرنامج الرئيسي الذي يقدم للمشاهد طبق إخباري شامل ومتنوع لكل الأحداث الرياضية البارزة. بالمقابل فهي تعكس الكثير من المعايير والخصائص بالنسبة للقناة، لذلك فإن عملية الإنتاج الإخباري تتطلب طاقم إعلامي متكامل من الناحية الفنية والتقنية بداية من مرحلة انتقاء المعلومة إلى غاية إخراجها وتقديمها للمشاهد، وتتخلل كل هذه المراحل عملية أهم بكثير هي طريقة معالجة وتحليل الأخبار والمواضيع الرياضية التي تطرحها النشرة، فتكون الطريقة التي تعالج بها النشرة تلك المضامين بمثابة المرآة العاكسة للقناة من حيث كم الأخبار وأهميتها، جودة المعالجة التي تقدمها النشرة، وأيضا وظائفها ومسؤولياتها داخل المجتمع، وخاصة الأجنحة التي تظهر بها القناة في حد ذاتها وكثير من العوامل التي تترجم موقع تلك القناة داخل المنظومة الإعلامية الرياضية.

فالإعلام الرياضي بصفة عامة بات كغيره من أنواع الإعلام الأخرى يمثل عنصرا أساسيا من عناصر تركيب أي مجتمع باختلاف درجة تطوره، بالنظر إلى الخدمات الإخبارية التي يقدمها وحجم الجمهور الذي يبحث عن الأخبار الرياضية، فهذا النوع بات على درجة الأهمية التي تتمتع بها مجالات الإعلام الأخرى أين تكون لديه وظائف داخل هذا المجتمع عليه تأديتها للحفاظ على السياق العام الذي يسير عليه مجتمع، تحت ما تتبناه البنائية الوظيفية ورؤيتها لوسائل الإعلام ودورها داخل المجتمع. ومن هنا تغيرت الرؤية إلى الإعلام الرياضي وأصبح يُدرس على أنه ظاهرة اجتماعية وثقافية بالنسبة للمجتمعات، خاصة في ظل التطور الكبير الذي عرفته الرياضة بصف عامة وتحولها إلى صناعة وتجارة تجلب أنظار واهتمام أفراد المجتمع، ما يستوجب قيام الإعلام بدوره على أكمل وجه من أجل التغطية الإعلامية الواجب القيام بها للمحافظة على استقرار المنظومة الاجتماعية انطلاقا من الأجزاء المكونة للبناء الاجتماعي، وفق لما تتطلبه الوظائف التي عليه القيام بها داخل المنظومة الاجتماعية لتحقيق التكامل البنائي للمجتمع، من خلال تعريف الأفراد بما يدور من حولهم من أحداث في هذا المجال.

إضافة إلى ما تناولناه فإن ما وصل إليه اليوم الإعلام الرياضي في الجزائر سواء عبر مختلف الوسائل الإعلامية بصفة عامة وقناة الهدف بصفة خاصة يفرض التطرق إلى دراسة هذه المؤسسة الإعلامية الوحيدة الناشطة في المجال الرياضي في الجزائر والتي توفر الخدمات الإخبارية للجماهير الجزائرية، فإن واحدة من أبرز أهداف الإعلام هي عملية تحديد ووضع أجندة للجمهور، ومن هذا المنطلق فالبحث حول أجندة قناة الهدف عبر نشرة أخبارها بات ضروريا اليوم لجميع الاعتبارات التي تم تناولها سابقا إضافة إلى كون تجربة الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر هي تجربة فنية وقناة الهدف كما سبقنا الذكر هي المؤسسة الإعلامية الوحيدة الناشطة في هذا المجال، لذلك علينا معرفة المعايير التي تقوم على أساسها عملية ترتيب المواضيع والقضايا الرياضية في نشرات أخبارها، من خلال طبيعة هذه القضايا وأهميتها بالنسبة للمجتمع الجزائري، والوصول إلى الزاوية التي ترى منها هذه المؤسسة الإعلامية درجة أهمية تلك المواضيع بالنسبة للجمهور. بالإضافة إلى فهم كيفية تناول القناة لمضامينها الإخبارية بالطريقة التي تحافظ بها على قيم ومبادئ الأفراد والجماهير المتابعة، ومدى تحليها بقيم المسؤولية الاجتماعية التي تمارس بها القناة عملها الصحفي خاصة فيما يخص معالجتها لأبرز القضايا والمواضيع الرياضية من أجل التأطير السليم للمجتمع، وكيف تتم عملية الضبط الإعلامية وتحديد المواضيع والقضايا التي لا تخدم الصالح العام ولا تتماثل مع المعايير الأخلاقية، والاجتماعية وحتى التنموية للمجتمع الجزائري.

وعلى ضوء مشكلة الدراسة التي تناولناها آنفا تم بلورة تساؤلات الدراسة في تساؤل رئيسي هو:

كيف عالجت قناة الهدف المواضيع والقضايا الرياضية في نشرات أخبارها من حيث الشكل والمضمون؟

فيما انبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت على النحو التالي:

أ- التساؤلات الخاصة بفئات الشكل :

➤ ما هي القوالب الفنية الصحفية التي اعتمدت عليها قناة الهدف في معالجتها للمواضيع والقضايا الرياضية في نشرات أخبارها؟

➤ ما هي طبيعة المادة الإخبارية المعتمدة في نشرة أخبار القناة؟

➤ ما هو زمن المعالجة الإخبارية الذي تعتمد النشرة في معالجة مواضيعها؟

➤ ما هي اللغة التي تعتمد النشرة أخبار القناة في معالجتها الإخبارية؟

➤ ما هي أشكال العناوين الإخبارية التي تعتمد النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية؟

ب- أسئلة خاصة بالمضمون :

- ما هي المواضيع الرياضية الأكثر بروزا في نشرات أخبار قناة الهدف؟
- ما هو نوع الألعاب الرياضية الأكثر ظهورا على نشرة أخبار القناة؟
- ما هي أبرز المنافسات الرياضية التي تهتم القناة بمعالجتها في النشرة؟
- ما هو موقع المواضيع الرياضية في نشرة أخبار القناة؟
- ما هي المصادر التي اعتمدت عليها قناة الهدف في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية؟
- ما هي الشخصيات الفاعلة التي تظهر في المواضيع التي تعالجها القناة على نشرتها أخبارها؟
- ما الأهداف التي تصبو إليها القناة من خلال معالجتها للمواضيع الرياضية البارزة على نشرات أخبارها؟
- ما هي القيم المتضمنة التي تناولتها قناة الهدف في نشرات أخبارها؟
- ما هي اتجاهات التي تتبناها نشرة الهدف في معالجتها للمواضيع التي تتناولها؟

2- أهمية الدراسة

تستند البحوث العلمية في أهميتها من أهمية الظاهرة أو الموضوع أو القضية التي يتم دراستها، وأيضاً على القيمة العلمية التي تحملها الدراسة والنتائج التي ستنتهي إليها أيضاً، أين تكون نقطة انطلاقاً بالنسبة لبحوث ودراسات أخرى أو في استخلاص نتائج أو حقائق نستطيع الاعتماد عليها في العمل على مواضيع وظواهر علمية أخرى.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها أحد البحوث القليلة التي اعتنت بدراسة المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات المتخصصة في المجال الرياضي وخاصة على المستوى العربي، إضافة أنها تهدف إلى معرفة الدور الذي تلعبه قناة الهدف الرياضية ضمن منظومة الإعلام الرياضي في الجزائر بما أنها القناة الجزائرية الوحيدة المتخصصة في مجال الإعلام الرياضي، ناهيك عن حجم الجماهير الرياضية في الجزائر والتي تمثل نسبة كبيرة من قاعدة الجماهير المتابعة للقنوات الفضائية وتزايد نسبته يوماً بعد يوم لاسيما بعد كل نجاح محلي أو قاري للمنتخبات والأندية وأيضاً للرياضيين الذين يحملون الراية الوطنية.

كما تأتي أهمية هذه الدراسة أيضاً بالنظر إلى إمكانية الاعتماد عليها في مجالي المعرفة العلمي والعملية:

- الأهمية في المجال العلمي:

- تبرز قيمة الدراسة في المجال العلمي باعتبارها من الدراسات الجزائرية النادرة التي عالجت مواضيع المعالجة الإخبارية في المجال الرياضي، وبالأخص فيما يتعلق بالقنوات التلفزيونية المتخصصة.
- تكمن أهمية الدراسة بارتباطها أساسا بالمجال الإخباري في الرياضة، التي ورغم أهمية هذا الجانب الإعلامي إلا أنه لا يزال يفتقر إلى دراسات وأبحاث علمية جادة تعتني بدراسة أشكال ومضامين الأخبار الرياضية خاصة التي تقدمها القنوات الرياضية المتخصصة، بالنظر أن الدراسات التي اهتمت بالإعلام الرياضي اتجهت للبحث حول بنية الخبر دون التعمق والخوض في تفاصيله الكاملة قبل تقديمه، لذا ستكون هذه الدراسة محاولة جادة لمعرفة طبيعة وأشكال الأخبار الرياضية التي تتناولها القنوات الرياضية المتخصصة في المجال الرياضي.
- حادثة التجربة الجزائرية في المجال البث الفضائي والقنوات المتخصصة، ما يتطلب توجيه الأنظار نحو القيام بدراسات وبحوث علمية لهذا القطاع الذي شهد تغيرات كبيرة ومتسارعة في عديد المجالات والتي من أبرزها المجال الرياضي.
- الكشف على الخصائص والسمات الخاصة بطريقة تناول ومعالجة الإعلام الجزائري المرئي للمواضيع الرياضية، لاسيما كون الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر حديث النشأة أين سيضع القائمين أمام مسؤوليتهم المهنية والاجتماعية.
- أهمية دراسة المجال الرياضي كونه منتجا إعلاميا ينبثق من إطار بنية اجتماعية محدد بالمجتمع الجزائري، إلى جانب كونه شكلا من أشكال الاتصال والتواصل بين جماهير رياضية عريضة تتلقى المضامين الإخبارية الرياضية التي لها القدرة على التأثير عليهم وتوجيههم.
- تساعد دراسة الإعلام الرياضي المرئي على المستوى الوطني في الوقوف على واقع المنظومة الرياضية والجوانب المهنية التي تنطلق منها في ممارسة هذا النوع من الإعلام.
- كما تساعد هذه الدراسة أيضا الباحثين الأكاديميين والجامعيين في مجالات الإعلام والاتصال، الإعلام الرياضي، وأيضاً المجال الرياضي، في الحصول على معلومات وبيانات وحتى دراسات تختص بمجال الإعلام والاتصال بصفة عامة أو مجال الإعلام الرياضي والرياضة بصفة خاصة. وستعتبر إثراء للمكتبة الجزائرية والعربية فيما يخص تخصص إعلامي ضيق يتعلق بالخدمة الإخبارية.

- الأهمية في المجال العملي :

➤ الأهمية الكبيرة التي أصبحت عليها الرياضة اليوم أين تحولت إلى تجارة عالمية تعود بأموال طائلة على ممارسيها وأيضاً الناشطين في ذات المجال، ما أدى إلى زيادة اهتمام المؤسسات الإعلامية بالرياضة ما يعني حاجتها إلى دراسات علمية في هذا المجال، يقفون من خلالها على مواطن الضعف والخلل والعمل على الارتقاء بهذا المجال إلى مستويات أعلى.

➤ تقديم نتائج ومعلومات وأيضاً بيانات علمية للمؤسسات الإعلامية حول المعالجة الإخبارية فيما يخص الإعلام الرياضي المرئي، بما أن الدراسة تحتوي جانب تطبيقي تحليلي يختص بالمعالجة الإخبارية لمختلف القضايا والمواضيع والأخبار الرياضية.

➤ توفير قاعدة بيانات ومعلومات علمية، لاستخدامها في مجال الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة سواء تعلق الأمر بالصحافيين أو القائمين بالاتصال وأيضاً المؤسسات الإعلامية الناشطة في المجال الرياضي.

3- أهداف الدراسة:

إن الاهتمام الكبير الذي باتت تحظى به الرياضة الجزائرية والعالمية اليوم لدى الفضائيات الجزائرية، بات يستدعي التفاتة علمية من أجل دراسة الوضع الحالي والعمل الإعلامي داخل هذه المنظومة الإعلامية الرياضية، لهذا الشأن تهدف الدراسة إلى التقرب والغوص في موضوع الإعلام الرياضي المرئي الجزائري بما أن التجربة المحلية في حد ذاتها تعتبر فتية، إضافة أن الجزائر تمتلك قناة فضائية وحيدة متخصصة في المجال الرياضي، لذلك فدراسة هذا الموضوع بطريقة علمية ممنهجة يعتبر هدف أولي لهذه الدراسة.

وتسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة والمتمثل في :

- رصد وتحليل الكيفية أو الطريقة التي عالجتها بها قناة الأهداف الرياضية المواضيع الرياضية من خلال نشرات أخبارها، وذلك عن طريق تحليل عينة من نشرات أخبار القناة التي نتناول فيها مختلف المواضيع الرياضية المحلية، القارية والعالمية، واكتشاف طريقة معالجتها للمواضيع الرياضية في إطار نظريتي ترتيب الأولويات والمسؤولية الاجتماعية في الإعلام.

وتتفرع عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية هي كالتالي :

➤ دراسة وتحليل المعالجة الإخبارية لنشرات أخبار قناة الهدف الرياضية من حيث المواضيع التي تناولتها، الفئة أو الجمهور المستهدف، حجم التغطية الإعلامية لأبرز الأحداث التي تناولها القناة عبر نشرات أخبارها.

➤ الكشف والتعرف على أولويات قناة الهدف الرياضية في معالجتها لمختلف المواضيع الرياضية التي تناولها عن طريق نشرات أخبارها، بالنظر إلى أهمية البرنامج الإخباري في تحديد أولوية القنوات الفضائية. بالإضافة أن الدراسات التي تختص بالمعالجة الإخبارية والإعلامية لا يمكنها أن تستغني عن اكتشاف أولويات القناة أو المؤسسة الإعلامية.

➤ الوقوف على واقع الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر بعد الاهتمام الكبير بالمجال الرياضي الذي باتت توليه مختلف الوسائل الإعلامية الجزائرية، خاصة وإن اعتبرنا أن قناة الهدف الرياضية هي التجربة الوحيدة اليوم في الجزائر لقناة متخصصة في المجال الرياضي.

➤ الكشف على أبرز المواضيع الرياضية وأيضاً الشخصيات التي تحظى باهتمام قناة الهدف الرياضية في نشرات أخبارها.

➤ معرفة أهم المصادر التي تعتمد عليها قناة الهدف في معالجتها الإخبارية لنشرات أخبارها.

➤ اكتشاف أبرز الأنماط الصحفية الإخبارية المستخدمة في نشرات أخبار قناة الهدف.

➤ التعرف على القيم المتضمنة خلال المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية للنشرة.

➤ معرفة اتجاه معالجة النشرة للمواضيع الرياضية التي تطرحها.

4- أسباب اختيار الموضوع

كما هو معلوم فإن انطلاقة أي بحث علمي أو دراسة تكون من خلال الإحساس بمشكل عام مرده الغموض أو ندرة في المعرفة حول موضوع أو قضية معينة، أو تطور مستجدات تستوجب الاهتمام والبحث، وإضافة إلى هذا فإن التوجه البحثي تكمن واره أسباب ذاتية وموضوعية حسب التصنيف الشائع حول هذه النقطة.

4-1- الأسباب ذاتية:

يُعتبر الاختيار الذي قمنا به والمتعلق بموضوع الإعلام الرياضي من مجال الاهتمام الشخصي والمهني للباحث، وبالتالي فمن الطبيعي أن يكون هذا البحث في حقل منظومة الإعلام الرياضي.

رغبة الباحث الشخصية في التوجه نحو دراسة الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر، خاصة بعد التحديثات والتغيرات الكبيرة التي شهدتها المشهد الرياضي الجزائري في العقد الأخير مع دخول عالم الاحتراف وأيضاً مع انفتاح السمعى البصرى على المستوى المحلى.

ميول الباحث الشخصى واهتمامه ببحوث تحليل المضمون كأداة ارتبطت نشأتها بالدراسات الإعلامية.

4-2- الأسباب الموضوعية:

ندرة رفوف المكاتب خاصة الجزائرية بالأبحاث والدراسات التي اعتنت بالإعلام الرياضي المرئي (في حدود اطلاعنا) مقارنة بالدراسات التي تناولت مجالات إعلامية أخرى خاصة الإعلام الغير مرئي.

حادثة الموضوع في حد ذاته، بالنظر إلى أن الجزائر شهدت في السنوات الأخيرة انفجار فضائي وظهور عشرات القنوات الفضائية المتخصصة، ما يستدعي توجه والثقافة علمية لدراسة هذه الظاهرة الاجتماعية وواقعها العملي والمهني.

الربط بين متغيرين هامين في المجال الإعلامى وهما المعالجة الإخبارية والإعلام الرياضي، ومحاولة الربط بينهما في دراسة علمية ستكون من الدراسات الأولى في الجزائر التي عالجت هذا الموضوع، على أمل تكوين قاعدة بيانات ومعلومات حولها وإثراء المكتبة الجزائرية.

5- مفاهيم الدراسة

تعتبر خطوة تحديد المفاهيم والمصطلحات واحدة من أهم الخطوات المنهجية الأساسية في أي دراسة علمية أو بحث علمي، بالنظر إلى حاجة الدراسة إلى وضع المفاهيم والمصطلحات داخل الإطار الدلالي العلمي لها حتى يتسنى لنا معالجة الموضوع بطريقة علمية وصحيحة. لذا ارتأينا إلى تحديد المفاهيم التالية :

4-1- المعالجة الإخبارية:

4-1-1- المعالجة:

كلمة معالجة في اللغة العربية مشتقة من الفعل عالج، ونقول عالج يعالج معالجةً وعلاجاً، وعالج الأمر يعني أصلحه " عالج المشكلة " ¹، ونقول عالجه علاجاً ومعالجةً يعني " زاوله وداواه " ²، وفي لسان

¹ أحمد العايد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، دت، ص 858.

² أحمد الطاهر الزاوي، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، ط3، ج3، دار الفكر، دت، ص

العرب أتت المعالجة أيضا مرادفة لكلمة الممارسة. ويقال "عالجا أي مارسا العمل الذي نديتكما إليه واعملا به وزاولاه"، فكل شيء زاولته ومارسته فقد عالجه.¹

أما اصطلاح فمفهوم المعالجة قريب إلى حد بعيد من مفهومها اللغوي ولا يختلف عليها كثيرا، ويستخدم المصطلح في مجالات عديدة خاصة الطبية منها، كما يعتبر هذا المصطلح شائع الاستخدام والتداول في مجال الدراسات الأكاديمية والعلمية فهي تستخدم في مجال الإعلام والاتصال وخاصة البحوث الإعلامية، ونعتمد في هذا المجال مصطلح المعالجة باشتقاقاته المختلفة نذكر منها المعالجة الإعلامية، المعالجة الصحفية، المعالجة الإخبارية أين سيكون هذا الأخير المصطلح الذي ستنحور حوله الدراسة.

كما يرتبط مصطلح المعالجة بـ "معالجة المشاكل"، "معالجة القضايا"، ويقصد بالمعالجة بهذا الاستخدام "الإشارة إلى أي فعل مخطط نقوم به تحسبا لتضاعف مشكلة معينة، أو مضاعفات لمشكلة كانت قائمة أصلا، وذلك بغرض الإعاقة الجزئية أو الكاملة للمشكلة، أو لمضاعفاتها، أو المشكلة والمضاعفات معا".² أم اصطلاح المعالجة في قاموس اللغة الفرنسية فقد عرّف بأنه "من الفعل عالج وهو يحتمل عدة معاني منها العناية بالمريض، أيضا التصرف باتجاه شخص ما بطريقة خاصة ومعينة، وتناول موضوع أو قضية أو مشكلة معينة بطريقة خاصة أو بحذر، وهو عملية تحويل لفحوى المادة".³

4-1-2-الخبر

أ- لغة:

قبل تناول مفهوم الخبر أو الأخبار التي ستكون محور دراستنا علينا التطرق إلى ماهية الخبر في لغتنا العربية.

¹ ابن منظور، لسان العرب، تحقيق عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب عبد الله، هاشم محمد الشاذلي، ج4، دار المعارف، دت، ص 2404.

² قدة حمزة، معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة الغير شرعية في الجزائر، تحليل محتوى لعينة من الصحف، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2011، ص 4.

³ -dictionnaire de langue française :

<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/traitement/>

فالخبر لغة هو ما ينقل عن الغير وهو مرادف النبأ، والنبأ خبر مقيد لكونه عن أمر عظيم.¹ والخبر مفرد أخبار وهو ما أتاك من نبأ عمن تستخير، و تخبر الخبر واستخير يعني سأل عن الأخبار ليعرفها.² ويقال من أين خُبرتَ هذا الأمر؟ أي من أين علمت خبره وداخله، وأخبره الشيء يعني أعلمه إياه.³ ومن خلال ما تناولناه آنفا حول الخبر فيمكننا القول أن الخبر هو العلم بالأحداث أو الأنباء وحتى المعلومات، وخبرنا هذا الأمر أو الموضوع أو الحادثة بمعنى علمنا بهذا الخبر أو علمنا بحدوثه أو أصبحنا على علم به وبحيثياته.

وقد ورد الخبر في القرآن الكريم باشتقاقاته المتعددة والمختلفة " 52 " مرة. كقوله تعالى " إِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِأَهْلِهِ إِنِّي آنَسْتُ نَارًا سَآتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ " ⁴ وقوله تعالى " يَوْمَئِذٍ تُحَدِّثُ أَخْبَارَهَا، بِأَنَّ رَبَّكَ أَوْحَىٰ لَهَا " ⁵

كما ورد الخبر في مواضع أخرى في القرآن الكريم بمعنى النبأ وهو ما اتفقت عليه كثير من المصادر، والخبر " هو العلم بالأشياء المعلومة من جهة الأخبار وخبرته وأخبرت أي علمت بما يحصل، وقيل المعرفة ببواطن الأمور. ⁶ وأشار أيضا مفسرون كثيرون إلى أن كلمتي خبر ونبأ مترادفتين لغويا وتحيلان إلى ذات المعنى، فيما انفرد الممارسون الإعلاميون باستعمال كلمتي أنباء وأخبار بذات الصيغة وقرنوها بالمعاني التطبيقية لهما. ⁷

ب- اصطلاحاً:

اختلفت مفاهيم وتعريفات مصطلح الخبر منذ عصور مرّت باختلاف الإطارين الزماني والمكاني نظرا إلى مواكبة مفهوم الخبر للتطور التكنولوجي الحاصل أو لتأثير ذلك التطور على حدود المفهوم في حد ذاته، إضافة إلى مجالات اعتماد المصطلح ذلك أن المفاهيم التي وضعت وحددت إطار عام وشامل لمفهوم الخبر بتداخل فيها مجال تخصص الباحثين والمنظرين وتباين المنطلقات الفكرية التي تناولوه بها.

¹ محمد مرتضى الحسني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق عبد الكريم العزاوي، ج11، مطبعة حكومة الكويت، الكويت، دت، ص 125

² ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق، ص 1090

³ بطرس البستاني، معجم محيط المحيط للغة العربية، مكتبة لبنان، دت، ص 214.

⁴ سورة النمل : الآية 7

⁵ سورة الزلزلة : الآية 4

⁶ عبد الله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط1، دار المكتبي دمشق، سوريا، 2002، ص 22.

⁷ عبد الحي عبد السميع، الخبر في القرآن الكريم، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010، ص 26.

وهنا وجب التطرق إلى تعريف " اللورد نورث كليف " الذي نشره سنة 1865 والذي يعتبر من أقدم تعريفات مصطلح الخبر أين قال " أن الخبر هو الإشارة والخروج عن المؤلف... فعندما يعرض الكلب رجلا فليس هذا بخبر... ولكن عندما يعرض الرجل كلبا فهذا هو الخبر."¹

بينما عرفت الدكتورة إجلال خليفة الخبر بأنه " ما يهم أكبر عدد من القراء معرفته لأسباب تختلف من قارئ إلى آخر تبعا لاختلاف أسس تكوينه الشخصي والثقافي والفكري، أو هو تقرير عن حدث لم يكن معروفا عند الناس من قبل، جمع بدقة من مصادر موثوق بصحتها، على أن يتناول كتابته محررون متخصصون في العمل الصحفي."² ويرى الدكتور فاروق أبو زيد أن أفضل تعريف للخبر هو " تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتماماتهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته."³

أما محمد جمال الفار فقد عرّف الخبر في كتابه معجم المصطلحات الإعلامية أنه " حدث وقع في وقت معين يهم أو يؤثر في أكبر عدد من الناس على أن يقدم بطريقة مفهومة لهم."⁴ كما يعرف كارل وارين الخبر أنه " بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهم الرأي العام ويفيده ويضيف إلى معلوماته شيئا جديدا."⁵ أما وليم مولسبي فقد عرّف الخبر بأنه تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول واقعة جديدة تهم القراء⁶ ويعرّف الخبر أيضا أنه " الوصف الدقيق والصادق لحادثة أو واقعة أو فكرة ترتبط بمصالح الناس وتثير اهتمامهم."⁷

¹ سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1998، ص 20.

² إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص12.

³ عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 49.

⁴ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 1998، ص 100.

⁵ كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط1، دار الشروق، جدة، 1988، ص 35.

⁶ عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 57.

⁷ خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، بانتة، 2001، ص 86.

واللغة الفرنسية فقد ورد مصطلح الخبر في موسوعة علوم الإعلام والاتصال على أنه " Nouvelles " وتعني الإعلان عن حدث، جمعه أخبار وهي معلومات عن حالة أو وضعية، أو معلومات حول الأحداث والوقائع في العالم اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيرية.¹

وكان لظهور التلفزيون أحد تحولات مفهوم الخبر خاصة بعد انتشار هذا الجهاز وشيوعه لدى عامة أفراد المجتمع وسهولة التعرض له، ما أدى إلى ظهور مصطلح الخبر التلفزيوني الذي عرف بعض الإضافات الخاصة بتقنية استخدام الجهاز وكيفية عرضه وتناوله للخبر، فالخبر التلفزيوني الذي يتمحور عليه موضوع الدراسة عرّف أنه " خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتولى أطقم التصوير الإخبارية نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط (VTR)، ويتكون الخبر التلفزيوني من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو الأخرى مرتبطة معا."² ويعرف أيضا أنه " أحداث اليوم في كلمة موجزة مدعمة بالصور والحركة واللون، تثبت بهدف إشباع حاجة الجماهير في معرفة ما يحدث حولهم."³ ما يعني أن مفهوم الخبر التلفزيوني هو ذاته المفهوم التقليدي لهذا المصطلح في سياقه الوظيفي من ناحية محاولة نقل الأحداث والقضايا الهامة التي تهم المجتمع إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير، وما يختلف عنه مفهوم الخبر التلفزيوني هو ذلك التلوين التقني والفني، باستعانة صاحب الخبر بتقنيات وتكنولوجيات الاتصال الحديثة في إخراج الخبر في أفضل حلة ممكنة من أجل إيصاله لتلك الجماليات الفنية التي أتى بها التلفزيون.

❖ المعالجة الإخبارية:

تعرف المعالجة الإخبارية أنها " القرارات التي يتخذها المصدر بالنسبة للطريقة التي سيقدم بها المضمون، فالمصدر قد يختار معلومة معينة ويتجاهل معلومة أخرى، وقد يكرر الدليل الذي يثبت به رأي، وقد يلخص ما يقوله في البداية أو في النهاية، ويستطيع المصدر أن يذكر كل الحقائق في الرسالة، وقد يترك للمتلقي مهمة تكملة الجوانب الذي لم يذكرها في الرسالة، ويتخذ كل فرد القرارات التي تحقق أهدافه بأفضل شكل متاح."⁴

¹Bernard Lanjet , Ahmed Silem, **dictionnaire encyclopédique des sciences d l' information et de la communication**, édition ellipses, Paris, 1997, P 414.

² محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 18.

³ جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، ط2، دار مجدلاوي، عمان، 2001، ص 206.

⁴ حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص 49.

وعرفها عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب أنها " الطريقة المهنية التي يتم من خلالها تناول المادة الصحفية من خبر وتقرير وحديث ومقال لتعبر من خلالها على الأحداث والموضوعات، وهي بذلك تشمل المضمون والشكل الإخراجي والتحرير".¹ وتعرف أيضا أنها " كيفية تناول القناة التلفزيونية لقضية ما، أي اتجاه المضمون الإخباري تجاه قضية ما والسياسة الإخبارية الخاصة بها ومدى التوازن أو التحيز الذي قد تتناول به القضية أو الحدث".²

من خلال ما سبق ذكره نستنتج أن المعالجة الإخبارية هي العلمية الأم في خريطة صناعة الأخبار لدى المؤسسات الإعلامية بصفة عامة والقنوات التلفزيونية بصفة خاصة، وهي المرحلة الأهم التي يتم فيها وضع بصمة الوسيلة الإعلامية أو القائم بالاتصال على الخبر أو الحدث، وكيفية تناوله للمواضيع والمضامين الإعلامية بما يتماشى مع ركائز عدة تؤخذ بعين الاعتبار كمبادئ المهنة الإعلامية أو قيم المجتمع وتقاليدته أو حتى السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية.

4-2- القنوات المتخصصة:

قبل اللجوء إلى مفهوم القنوات المتخصصة وجب التطرق إلى مصطلح التخصص لإضفاء الصبغة العلمية الواجبة على مصطلح " القنوات المتخصصة "، وقد ورد مصطلح التخصص في لسان العرب لابن منظور في الاشتقاق اللغوي من الفعل " خصّص " ويقال خصّه بالشيء وخصّصه واختصّه، بمعنى أفرد به دون غيره. أي بمعنى آخر التحول من العام إلى الخاص، أو التخصص في شيء مصدره عام أو أصله عام، إما علم أو مجال معين، وفي سياق بحثنا فالتخصص هنا يقصد به مجال معين من مجالات الإعلام والاتصال وهو المجال الرياضي أو جمهور خاص من الجمهور العام لوسائل الإعلام والاتصال وهو أيضا الجمهور الرياضي.

وهذا ما رآه عاطف عدلي العبد أن الطفرة التكنولوجية التي حصلت في السنوات الأخيرة أدت إلى إحداث ثورة رقمية على مستوى البث الفضائي وظهر ما يسمى بالقنوات الفضائية المتخصصة التي تعمل على تقديم مضامين إعلامية خاصة بمجال معين سواء سياسي، ثقافي اجتماعي... الخ، وأيضا قنوات

¹ عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب، معالجة الصحف السعودية للأخبار الرياضية دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2015، ص ص216-218.

² إبراهيم حبزطي، المعالجة الإخبارية لقضايا حقوق الإنسان في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2018، ص28.

خاصة بجمهور معين مثل القنوات النسائية على سبيل المثال. ولخص هذا في القول " تتنوع القنوات التلفزيونية إلى قنوات متخصصة في المضمون وقنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه وقنوات ترفيهية وقنوات تثقيفية وقنوات إخبارية وقنوات الخدمات.¹

وقد عرّفت منى الحديدي وشريف درويش اللبان هذه القنوات المتخصصة على أنها " القنوات التي تقدم الوجبة الإعلامية بشكل مباشر دون الانتظار لخريطة برمجية متّخمة بالمواد المتنوعة، كما تقدم المضمون المفضل لكل فئة أو مجموعة بشكل مستمر وبكثافة على مدار ساعات اليوم.²

كما اعتبرها هذان الأخيران قنوات تستهدف الجمهور من خلال تركيزها على نمط ومجال معين كالأخبار، الرياضة، المنوعات، الدراما، الموضة، المال والتجارة... تقدمه على مدى ساعات إرسالها وغالبا ما يكون دون توقف على مدى 24 ساعة وتأخذ هذه المحطات والقنوات أو الشبكات بنظام تكرار بث موادها وفقراتها بما يتفق مع ظروف مشاهديها، ومثل هذه القنوات تنسم جماهير مختلفة الخصائص ولكنها متشابهة في الاهتمام وأجندة الأولويات.³

في حين وُصفت القنوات المتخصصة أنها " القنوات التي تقدم نوعيات متخصصة من البرامج لفئة نوعية من الجمهور.⁴

في ذات السياق فقد قسم عديد الباحثين هذه القنوات المتخصصة إلى قسمين: قنوات متخصصة في المضمون: هي القنوات التي تقدم نوعية معينة من البرامج، وقنوات متخصصة في الجمهور: هي صنف القنوات التي تنظر إلى الجماهير نظرة عمودية وتحاول الوصول إلى فئة الجمهور التي تتشارك في الميولات والسمات والخصائص.

4-3- الإعلام الرياضي:

قبل التطرق إلى مفهوم الإعلام الرياضي وجب الخوض في مصطلح الرياضة الذي عرّفه قاموس أكسفورد بأنه " نشاطات ومهارات بدنية، يتنافس من خلالها الفرد أو الجماعة بغرض التسلية.¹

¹ عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقيتها، دار الإيمان للطباعة، مصر، 2006، ص 98.

² منى الحديدي، وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 164.

³ منى الحديدي، وشريف درويش اللبان، نفس المرجع السابق، ص 169.

⁴ عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية النشأة والتطور والآفاق المستقبلية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 66.

وقد عرّف " ماتفييف - MATVEYEV " الرياضة بأنها " نشاط ذو شكل خاص جوهره المنافسة المنظمة من أجل قياس القدرات وضمان أقصى تحديد لها.² فيما عرّف " لوشن سيج - LOSHEN SEEJ " الرياضة بأنها " نشاط مفعم باللعب تنافسي داخلي وخارجي المردود أو العائد، يتضمن أفراداً أو فرقاً تشترك في مسابقة، وتقرر النتائج في ضوء التفوق في المهارة البدنية والخطط.³

أما فيما يخص مفهوم الإعلام الرياضي فهو " يمثل علماً له خصائصه الفردية من خلال العلاقة المميزة بين المرسل والمستقبل فيما تزال قنواته العديدة تشكل ظاهرة اجتماعية، فالمجتمع الذي يفتقر إلى وسائل الإعلام المؤثرة والفعالة يفتقد إلى الملامح الجماهيرية الصحيحة وهذه الوسائل لها فعلها في حقل اتجاهات وميول الجماهير وتحديد ما هو مهم وما هو صحيح...⁴، فالمقصود هنا بالملامح الجماهيرية الصحيحة هو الرؤية الكاملة والواضحة للجمهور بسماته وخصائصه وميولاته، على اعتبار أن الجمهور الرياضي هو أحد أكبر الشرائح داخل المجتمعات ومن الواجب أن يكون له مضامين وبرامج إعلامية مخصصة له لتكتمل بذلك الصورة البانورامية للجمهور، وهي إحدى النقاط التي تترجم أهمية الإعلام الرياضي في المجتمعات الحالية.

كما يعتبر الإعلام الرياضي أحد الفروع الهامة للإعلام بشكل عام، يهتم بجميع الجوانب المتعلقة بالممارسة الرياضية سواء على الصعيد التنافسي أو الترويحي أو الممارسة من أجل الصحة، إضافة إلى أنه أحد العناصر الأساسية والمهمة المساهمة في تطوير الرياضة بمختلف أوجه ممارستها، ويعد المدرسة العامة التي تقوم بعمل ذي أهمية كبيرة من خلال تواصلها الدائم والمستمر مع المؤسسات الرياضية ومصادر صنع القرار الرياضي والأندية الرياضية ومراكز الشباب من خلال تقريب وإزالة الفروق بين شرائح المجتمع لما يقوم بنشره بينهم من خبرات ومعلومات وآراء تساهم مساهمة فعالة في تعديل السلوكيات بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.⁵

¹www.oxfordlearnersdictionaries.com

²Lev Pavlovic Matveyev, **fundamentals of sports training**, progress pub,mosco,1981, p 26.

³ أمين أنور الخولي، **الرياضة والمجتمع**، عالم المعرفة، الكويت، 1996، ص 25.

⁴ قاسم حسن حسين، **الموسوعة الرياضية والبدنية الشاملة**، ط1، دار الفكر للنشر، عمان، 1998، ص 89

⁵ لاوسين سليمان، موفق صالح، **العنف والشغب الرياضي من المنظور الإعلامي التلفزيوني الخاص البرامج الرياضية المثبة على قناة الشروق الجزائرية أنموذجاً**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة باتنة، المجلد 21، العدد 1، جوان 2020،

ص ص 134-135.

وقد تطرق كل من خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم إلى هذا المصطلح في كتابهما الإعلام الرياضي وعرفاه على أنه " العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي للجمهور، قصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي.¹ في حين يرى محمد الحماحمي أن الإعلام في المجال الرياضي هو " تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال قصد تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تتم بتوضيح الرؤيا العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال.²

كما يعرف الإعلام الرياضي أيضا أنه " مجموعة أخبار وحقائق ومعلومات رياضية وفق قوانين وضوابط وقواعد خاصة بالنشاط الرياضي يتم تداولها وإيصالها من جهة إلى جهة أخرى عبر وسائل متنوعة مقروءة ومسموعة ومرئية بغرض الإعلام والإخبار عن المعلومة الرياضية.³ فيما عرفه أديب خضور أنه " نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر الثقافة بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.⁴

4-4- نشرات الأخبار:

ورد مفهوم نشرات الأخبار في معجم المصطلحات الإعلامية للدكتور كرم شلبي على أنه " اصطلاح إذاعي يطلق على فترة زمنية تخصصها محطات الإذاعة ومحطات التلفزيون، لتقديم فيها أهم ما وقع من الأخبار...تقدم في مواعيد ثابتة يوميا وتشمل النشرات والتعليقات والمواجز والتحليلات السياسية ورسائل المراسلين.⁵

¹ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ج1، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص 22.

² إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، مصر، 1985، ص 79.

³ موقع كوورة، الإعلام الرياضي، في 12 أبريل 2021، مسترجع بتاريخ 09 نوفمبر 2020، أنظر الرابط

<https://forum.kooora.com/?t=27301021>

⁴ أديب خضور، الإعلام الرياضي دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية دمشق، سوريا، 1994، ص85.

⁵ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1987، ص 236.

أما الباحث الخلفي طارق أحمد في معجمه المصطلحات الإعلامية (انجليزي - عربي) فقد تناول التعريف اشتقاقاً من المصطلح الشائع لنشرة الأخبار باللغة الانجليزية **NEWS** وعرفها أنها " مجموعة من الأخبار المتنوعة والمهمة، تقدم للمستمع أو للمشاهد خلال فترة زمنية تتراوح غالباً ما بين 10 و 15 دقيقة ولها مواعيد ثابتة يوميا على خريطة المحطة التلفزيونية".¹

وتعرّف نشرات الأخبار أيضاً أنها " سلسلة من الأخبار والقصص الإخبارية والأحداث الحاصلة التي تصف واقعة ما، تقدم للجمهور بصورة متكاملة بعد مرورها بعدة مراحل وهي عبارة عن جهود متضافرة بين الطاقم الإخباري، ومن سماتها الوضوح والتسلسل في عرض الأخبار بهدف التأثير في المتلقي وجذب انتباهه وذلك باستخدام كلمات التشويق وتناول أخبار حديثة، إضافة إلى تلك الميزة التي ينفرد بها التلفزيون وهي الجمع بين الصوت والصورة والنص لتقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام الجمهور وتغطي انشغالاته وتضعه في الصورة دون تعقيد".²

فيما عرفها الدكتور محمد شطاح أنها " شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية من خلال الإذاعة والتلفزيون وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين المراسلين في الداخل والخارج والتصاريح التي يحصلون عليها، حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار إلى جهد جماعي يستهدف في المقام الأول تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المستمع والمشاهد وربطه بكل ما يدور حوله محلياً وعالمياً، بحيث يعيش أحداث عصره ومجتمعه والتفاعل معها".³

أما نشرات الأخبار التلفزيونية التي ستنحور حولها الدراسة فقد عرفت الباحثة **Marline Colomb Gully** أنها " الجريدة المصورة، الأخبار أو الثامنة هي أسماء لبرنامج إخباري يهتم بما يقع في العالم من مجريات وأحداث، وتعد أهم موعد إخباري على مدار الأربع والعشرين ساعة، أين تذاع مساءً في آخر النهار".⁴

¹ الخلفي سيد طارق أحمد، معجم مصطلحات الإعلام الانجليزي عربي-انجليزي، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 119.

² حمدي محمد الفاتح وعارضة عبد القادر، إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2012، ص 20.

³ محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007، ص 9.

⁴ Marlène Colomb Gully, *les information télévisées*, edit/ P U F, collection que je sais?, Paris, 1995, P 14.

➤ المفهوم الإجرائي لمصطلحات الدراسة:

❖ المعالجة الإخبارية:

هي الإجراءات المهنية التي تقوم بها المؤسسة الإعلامية أو القائم بالاتصال في مرحلة صناعة الخبر أو إنتاجه وذلك على مستوى هيئة التحرير التي تُوكّل لها مهمة القيام بهذه الإجراءات، ويتم فيها تناول الخبر أو المضمون الإعلامي بما يتماشى مع المعايير التي تعتمدها المؤسسة الإعلامية، سواء تمثل الأمر في التعديل، الحذف أو الإضافة.

والمعالجة الإخبارية في هذه الدراسة هي الطريقة التي تتناول من خلالها قناة الهدف الرياضية المواضيع والقضايا الرياضية قبل بثّها، أي كل الإجراءات المهنية والصحفية التي تعتمدها القناة عند صياغتها للأخبار والمضامين الإعلامية من حيث الشكل والمضمون والتي تتناولها في نشرات أخبارها قبل إخراج الخبر بما يتماشى والمعايير التي تعتمدها القناة.

❖ القنوات المتخصصة:

هي القنوات التي تخاطب فئات نوعية ومحددة من الجماهير تحمل هذه الأخيرة ذات السمات والخصائص والميولات، وتقدم له نوعا خاصا من البرامج والمضامين الإعلامية التي تتماشى ورغباته، وذلك على مدار ساعات بثّها، فهي القنوات التي تبحث عن حاجيات ورغبات الجماهير قبل أن تعمل على إشباعها من خلال تقديم مضامين إعلامية متخصصة في مجال معين تخلق التواصل والتفاعل بين القناة والجمهور. والقنوات المتخصصة في دراستنا هذه هي القنوات الجزائرية التي تختص بمخاطبة الجمهور الرياضي وتقدم على مدار الـ 24 ساعة البرامج والمضامين الإعلامية الرياضية استجابة لرغبات الجمهور الرياضي الجزائري.

❖ نشرات الأخبار:

هي برامج تختص بالوظيفة الإخبارية داخل الوسيلة الإعلامية سواء محطة إذاعية أو قناة تلفزيونية، أين يتم تقديمها في مواعيد ثابتة من اليوم تتناول فيها المؤسسة الإعلامية جميع الأحداث والمواضيع المحلية، الإقليمية والعالمية التي تهم المجتمع، عادة ما يكون بث الموعد الإخباري الرئيسي مساء والذي يبدأ دائما بشريط عناوين تتناول فيه القناة أهم الأخبار التي ستنناولها النشرة باستعمال مختلف القوالب الصحفية. فيما ستكون نشرات الأخبار في دراستنا هي نشرة الأخبار الرئيسية التي تقدمها قناة الهدف الرياضية بداية من الساعة الثامنة مساء والتي تخصّصها لجميع المستجندات الرياضية المحلية والعالمية.

❖ الإعلام الرياضي:

هو النشاط الإعلامي الذي يختص بالمجال الرياضي انطلاقاً من تقديم أهم الأخبار الرياضية العالمية والمحلية إضافة إلى تناول كل ما يخص اللعبة والرياضيين والمنافسات الرياضية، بينما يتميز هذا المجال من الإعلام بللمسة المؤسسية الإعلامية فيما يخص تحليل وتفسير المواضيع الرياضية التي تتناولها.

وتختص هذه الدراسة بالإعلام الرياضي المرئي في الجزائر والممثل بقناة الهدف محل الدراسة التي تشمل القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر.

والإعلام الرياضي المرئي في الجزائر من منظور هذه الدراسة هي البرامج الإخبارية ونشرات الأخبار التي تقدمها قناة الهدف الرياضية على مدار ساعات بثها والتي تتناول فيها أهم الأخبار الرياضية المحلية والعالمية.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها:

1-1 - نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسة الوصفية التحليلية، والتي تستهدف وصف وتحليل المضامين الإعلامية الرياضية التي تبثها قناة الهدف الرياضية عبر نشرات أخبارها، والكشف عن الكيفية والطريقة التي تعالج بها القناة تلك المواضيع الرياضية من أجل معرفة أولويات هذه المؤسسة الإعلامية والمعايير التي تعتمد عليها في ذلك إلى جانب مدى ممارسة مسؤوليتها الإعلامية والاجتماعية عند أداء وظيفتها الإخبارية.

فهدف الدراسات الوصفية هو توضيح خصائص الظاهرة، وتفسير الأوجه البارزة لها، وهذا ما يفترض المعرفة المسبقة بمشكلة الدراسة.¹ وتعرّف الدراسات الوصفية على أنها "بحوث تدرس واقع الأحداث والظواهر والموقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره، وهي تمثل فهماً للحاضر يستهدف توجيه المستقبل."²

¹ لارمي وفالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ت فضيل دليو وآخرون، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2004، ص 241.

² أحمد عمر، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1، جامعة قار يونس - بنغازي، ليبيا، 1994، ص 210.

وعموما تستخدم البحوث الوصفية لتحقيق الوظائف التالية:¹

- وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة.
- تقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين داخل مجتمع ما.
- تحديد درجة الارتباط بين المتغيرات.
- الخروج بنتبؤات.

كما يمكننا تصنيف هذه الدراسة أيضا ضمن خانة الدراسات الكمية، والتي تعتمد على الدلالات الكمية والبيانات الرياضية في شكل الجداول والنسب والفئات إلى غير ذلك، وتنتمي الدراسات الكمية هذه إلى التيار الوضعي الذي ينبثق من مقاربات عدة أبرزها البنائية الوظيفية.

وتوصف الدراسات الكمية أنها " البحوث التي تستخدم الأرقام في تحليل بياناتها وتخضع لشروط الصدق والثبات، وتعالج بياناتها هذه إحصائيا، يمكننا بعدها تعميم بياناتها على المجتمع الأصلي، وهي تعتمد على البحوث المسحية التي تعني بجمع البيانات من خلال استعمال أدوات قياس كمية".²

1-2- منهج الدراسة:

تساعد عملية تحديد نوع الدراسة في اختيار المنهج المناسب الذي يقودنا إلى نتائج علمية دقيقة، ونظرا إلى طبيعة الموضوع الذي نحن بصدد دراسته فقد اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي الذي يندرج تحت إطار البحوث الوصفية، فيما دعمنا هذه الدراسة بأسلوب تحليل المضمون كأداة من أدوات التحليل.

وقد عرف أحمد بدر منهج المسح الوصفي أنه " جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للمفردات المكوّنة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدارسة، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين، أو لتحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها أو إعدادها".³

¹ شيماء ذو الفقار زغيب، **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2009، ص 89 - 90.

² باديس لونيس، **الآثار الثقافية للإنترنت على جمهور الطلبة الجزائريين دراسة ميدانية بجامعة الشرق الجزائري**، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام والاتصال السمي البصري، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 37.

³ أحمد بدر، **أصول البحث العلمي ومناهجه**، ط5، وكالة المطبوعات، الكويت، 1981، ص 279.

كما يعرف منهج المسح أيضا على أنه " المنهج الذي يلجأ فيه الباحث إلى جمع البيانات ميدانيا بوسائل متعددة ومتنوعة، بغرض الوصف أو التحليل أو الكشف".¹ وهو أيضا " جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموع الظواهر موضوع البحث التي تضم عددا من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها".²

وعلى ضوء هذه الرؤية العلمية للباحثين والمتخصصين في المجال، فإن منهج المسح الوصفي هو المنهج الأكثر ملاءمة للبحوث الوصفية التحليلية كما هو الحال مع دراستنا هذه، التي سنقوم فيها بإتباعه من أجل دراسة المضامين الإخبارية لنشرات الأخبار الرئيسية لقناة الهدف الرياضية للوصول إلى الدلالات الكمية التي نريد تحليلها وتفسيرها، بما أنه سيساعد هذه الدراسة في التعرف على شخصية الوسيلة الإعلامية وبالتحديد المنظومة الإخبارية للقناة، وخصائصها ومميزاتها من حيث الشكل أو المضمون أو حدود التأثير، عن طريق مسح حلقات وأعداد برامج نشرات الأخبار التي تبث عبر قناة الهدف الرياضية للوقوف على كيفية وأسلوب المعالجة الإخبارية التي تعتمد عليها القناة تجاه المواضيع الرياضية التي تتناولها في نشرات أخبارها.

وهذا ما تناوله الباحث أحمد بن مرسل في كتابه **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال** الذي وصف فيه المنهج المسحي بأنه الطريقة العلمية التي تمكننا من التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة فيها كما هي في الواقع وضمن ظروفها الطبيعية الغير مصطنعة، وهذا عن طريق جمع المعلومات المحققة لذلك.³

¹ خالد الهادي وقدي عبد المجيد، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 1996، ص 43.

² حسين سمير، **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات، 1999، ص 163

³ أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 286.

2- مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث والمجتمع العام يعني جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها فقد يكون مجموعة من البشر، أو يكون المجتمع في تحليل المحتوى هو جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التي يتم اختيارها خلال فترة الدراسة، أو جميع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، أو الأفلام التي عرضت خلال فترة التحليل.¹

وقد عرّف الباحث محمد عبد الحميد مجتمع الدراسة في تحليل المحتوى على أنه " جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، والمجتمع الكلي في بحوث التحليل هو مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيه المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث."²

ويتمثل مجتمع الدراسة أو المجتمع الكلي للدراسة في هذا البحث في جميع المواعيد الإخبارية على القنوات الجزائرية المتخصصة في الرياضة، وبما أن قناة الهدف هي القناة الرياضية الوحيدة المتخصصة في المجال الرياضي فيصبح لنا المجتمع المتاح في الدراسة هي جميع البرامج الإخبارية التي تبث على قناة الهدف الرياضية في إطار زمني أو من خلال فترة زمنية محددة تم اختيارها وفقا لاعتبارات ضرورية لتحقيق أهداف الدراسة والتي كانت بين 01 أبريل 2022 إلى غاية 30 سبتمبر 2022، فيما وقع الاختيار على النشرة المسائية الرئيسية التي تبث على قناة الهدف الرياضية بداية من الساعة الثامنة مساء بالنظر أنها تمثل أبرز عرض إخباري رياضي على المستوى المحلي.

وقد كان اختيار هذه الفترة الزمنية لعدة اعتبارات هي:

- الفترة الزمنية تشمل فترة نهاية المواسم الرياضية (الثلاثة أشهر الأخيرة) خاصة في الرياضات الجماعية وعلى رأسها كرة القدم، وهي فترة تشهد الكثير من الإثارة والحماس على مستوى الرياضات على اختلاف أنواعها أين تسعى مختلف الأندية والفرق الرياضية على تحقيق أهدافها المسطرة لنهاية الموسم، ما يخلق العديد من المواضيع الرياضية المتنوعة والخروج من السرد الروتيني لأخبار نتائج المنافسات أو المباريات.

- الإطار الزمني للدراسة يشهد أيضا فترة بداية المواسم الرياضية لعديد الرياضات وهي الفترة التي تكثر فيها أخبار التحضيرات والانتقالات والانتدابات (الميركاتو الصيفي)، وهي من أهم الفترات التي يرتبط

¹ عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1993، ص 156.

² محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 96.

فيها المشاهد أكثر بالقناة من أجل معرفة آخر التطورات الرياضية على مستوى الانتقالات والانتدابات وما وصلت إليه التحضيرات، ما يجعل العمل على المستوى الإخباري في القنوات التلفزيونية أكثر حيوية.

• كما تشمل هذه الفترة الزمنية أيضا على الفترة الصيفية التي تشهد كبرى الأحداث والمنافسات الرياضية الدولية والعالمية وفي مختلف الرياضات سواء الجماعية أو الفردية، أين تكون القنوات في ذروة عطائها واهتماماتها بمثل هذه المنافسات التي لها طابع خاص من طرف المتابعة الجماهيرية. كل هذه المعايير التي أخذت بعين الاعتبار في اختيار الفترة الزمنية تمنح للدراسة أكثر شمولية وتنوع في المواضيع الرياضية والمعالجة الإخبارية في النشرة الرئيسية لأخبار القناة.

3- عينة الدراسة:

عادة ما يتم اللجوء إلى استخدام العينة في مجال البحوث العلمية والاجتماعية منها، فيعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تقي بالغرض النهائي للدراسة، وتسري هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع البحث.¹

يستوجب تحقيق أهداف الدراسة تحديد عينة الدراسة تحديدا دقيقا والتي تمثل جزءا من المجتمع الكلي للدراسة أو مجتمع البحث، فهي تعتبر مجموعة من المفردات الممثلة لمجتمع الدراسة الكلي أو كما يصفها البعض الآخر مجموعة جزئية من المجتمع الكلي، أين يتم اختيارها بطريقة معينة لإجراء الدراسة عليها. فالعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولوية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.²

ولم تعد البحوث المعاصرة تعتمد على طريقة المسح الشامل لمجتمع البحث، بل تعتمد على طريقة العينة المختارة أو المسحوبة من المجتمع الكلي، فطريقة العينات لا تدرس جميع وحدات مجتمع البحث بل تدرس جزءا صغيرا من هذا المجتمع بعد اختياره بطريقة منتظمة وعشوائية، إذن فالعينة هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته.³

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 99.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 133.

³ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 91.

تتمثل أولى الخطوات لاختيار العينة هي تحديد وحدة العينة ووحدة العينة هي العناصر التركيبية التي تتكون منها العينة، وهذه العناصر ينبغي أن تكون متشابهة في شكلها الخارجي وفي سماتها الموضوعية، أما وحدة العينة في دراستنا هذه هي أعداد برامج نشرة الأخبار الرئيسية الممثلة لجميع البرامج الإخبارية على قناة الهدف الرياضية محل الدراسة.

وقد لجأ الباحث إلى اختيار قناة الهدف الرياضية الجزائرية لعدة اعتبارات هي:

- كون قناة الهدف هي القناة الرياضية الجزائرية الوحيدة المتخصصة في الإعلام الرياضي المرئي.
 - تعتبر التجربة الجزائرية في القنوات المتخصصة هي تجربة فنية من نوعها إذا ما قارناها بباقي الدول العربية وخاصة العالمية، وهو ما يضيف على الدراسة أهمية كبيرة في مجال دراسات وبحوث الإعلام والاتصال، وخاصة باعتبار نوع الدراسة أنها تحليلية لمحتوى البرامج الإخبارية للقناة.
 - نوعية البرامج الإخبارية المقدمة من طرف القناة على اعتبار أن قناة الهدف الرياضية تقدم مجموعة من البرامج الإخبارية التي تتناول فيها مختلف المواضيع الرياضية المحلية والعالمية.
 - القاعدة الجماهيرية الكبيرة والواسعة التي تتمتع بها القناة على المستوى المحلي والتي تعتبر المصدر الإعلامي التلفزيوني الأول المختص بالشؤون الرياضية المحلية بالنسبة للجمهور الرياضي الجزائري.
 - غياب الدراسات والبحوث الأكاديمية التي اختصت بمجال المعالجة الإخبارية لمضمون البرامج الإخبارية في المجال الإعلامي الرياضي المرئي في الجزائر.
- بالمقابل فقد تم اختيار نشرة الأخبار الرئيسية لقناة الهدف مراعاة لبعض المعايير المنهجية وأهداف الدراسة أهمها:

- أهمية وموقع النشرة الرئيسية على خريطة البرمجة الإخبارية في القناة.
 - الطابع الشمولي والعام في تناول المواضيع الرياضية البارزة.
 - تعتبر النشرة الرئيسية للقناة هي النشرة الوحيدة محلًا التي تبث على قناة متخصصة في الرياضة.
 - تنوع المواضيع الرياضية المحلية والعالمية.
 - تعتمد فيها القناة على جميع القوالب الصحفية في معالجاتها الإخبارية.
- وعلى أساس ما تناولناه آنفاً وقع الاختيار على قناة الهدف والنشرة الرئيسية للقناة من أجل دراسة المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تناولتها القناة عبر نشرات أخبارها.
- وسنعرض من خلال هذا الجدول البطاقة التقنية الخاصة بالنشرة.

البطاقة التقنية الخاصة بالنشرة الرئيسية لقناة الهدف
■ العنوان: النشرة الإخبارية الرئيسية ■ دورية البث: يومي ■ توقيت البث: الثامنة مساء ■ مدة البث: من 30 دقيقة حتى 40 دقيقة ■ نوع البث: مسجل ■ مكان البث: مقر قناة الهدف ■ إنتاج: قناة الهدف الرياضية ■ مقدمو النشرة: محمد رمام/كمال عصماني/يسري عبدش/رضوان عناني ■ مخرج النشرة: مهدي شروق/عادل جواله/حمزة سليمي ■ محتوى النشرة: تقدم النشرة الرياضية الإخبارية لقناة الهدف الرياضية آخر الأخبار والمستجدات الخاصة بالرياضة المحلية والعالمية، وتركز في أغلب مضامينها الإخبارية حول رياضة كرة القدم، من خلال تزويد المشاهد بآخر الأخبار والنتائج الخاصة بالمنتخب الوطني والنادي الجزائري والمنافسات المحلية الممثلة بالرابطة المحترفة الأولى والثانية. وأخبار أبرز المنافسات الرياضية العالمية.

جدول رقم (01): يمثل البطاقة التقنية الخاصة بنشرة أخبار قناة الهدف

وفي هذا النوع من الدراسات يتم اختيار العينة بشكل عشوائي، شريطة أن تحقق أغراض الدراسة التي نحن بصدد انجازها، وهو ما يتوافق مع القناة محل الدراسة التي تعتبر كما ذكرنا سابقا القناة الرياضية الوحيدة النشطة في المجال (تم اختيارها باعتبارها القناة الجزائرية الوحيدة المتخصصة في الرياضة).

أما فيما يخص اختيار مفردات العينة المتمثلة كما تناولنا سابقا في نشرة الأخبار الرئيسية التي تعتبر وحدة العينة، ونظرا لصعوبة القيام بمسح شامل على أساس أن مجتمع الدراسة كبير فقد تم الاعتماد على العينة العشوائية الدورية بالاعتماد على أسلوب الأسبوع الصناعي في اختيار مفردات العينة التحليلية، بداية من نشرة اليوم الأول من الأسبوع الأول، مروراً لليوم الثاني من الأسبوع الثاني، فالיום الثالث من الأسبوع الثالث إلى غاية اكتمال النصاب. وهو ما يضمن لنا عدم تكرار التواريخ أو الأيام من نفس الشهر.

وبعد تطبيق أسلوب الأسبوع الصناعي جاءت مفردات العينة كما يوضحه الجدول التالي:

رقم العدد	يوم وتاريخ البث	توقيت البث	مدة البث	ملاحظة
01	الأحد 2022/04/03	08:00	27 د و 20 ثا	/
02	الاثنين 2022/04/11	08:00	24 د و 13 ثا	/
03	الثلاثاء 2022/04/19	08:00	33 د و 15 ثا	/
04	الأربعاء 2022/04/27	08:00	29 د و 40 ثا	/
05	الخميس 2022/05/05	08:00	37 د و 6 ثا	/
06	الجمعة 2022/05/13	08:00	27 د و 15 ثا	/
07	السبت 2022/05/21	08:00	32 د و 20 ثا	/
08	الأحد 2022/05/29	08:00	28 د و 46 ثا	/
09	الاثنين 2022/06/06	08:00	30 د و 55 ثا	/
10	الثلاثاء 2022/06/14	08:00	34 د	/
11	الأربعاء 2022/06/22	08:00	25 د و 55 ثا	/
12	الخميس 2022/06/30	08:00	46 د و 32 ثا	عدد خاص بالألعاب المتوسطة
13	الجمعة 2022/07/08	08:00	23 د و 15 ثا	/
14	السبت 2022/07/16	08:00	26 د و 20 ثا	/
15	الأحد 2022/07/24	08:00	32 د و 43 ثا	/
16	الاثنين 2022/08/01	08:00	22 د و 53 ثا	/
17	الثلاثاء 2022/08/09	08:00	27 د و 12 ثا	/
18	الأربعاء 2022/08/17	08:00	29 د و 30 ثا	/

19	الخميس 2022/08/25	08:00	31 د و 27 ثا	/
20	الجمعة 2022/09/02	08:00	30 د و 35 ثا	/
21	السبت 2022/09/10	08:00	25 د و 38 ثا	/
22	الأحد 2022/09/18	08:00	32 د و 18 ثا	/
23	الاثنين 2022/09/26	08:00	28 د و 30 ثا	/

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أعداد النشرة الإخبارية حسب تاريخ النشرة، يوم النشرة، مدة البث، توقيت البث

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن أعداد العينة المشكلة للدراسة بلغ 23 عددا موزعة على 23 أسبوع في الفترة الزمنية المخصصة للدراسة بين 01 أبريل 2022 إلى غاية 30 سبتمبر 2022، وهو الجدول الذي يوضح بشكل دقيق يوم العدد (النشرة الإخبارية) وتاريخ النشرة، وقت البث ومدة البث لكل نشرة، إضافة إلى بعض الملاحظات التي تميز بعض الأعداد من عينة الدراسة. وانتهى مجموع مفردات العينة بعد جمع الحجم الساعي لكل نشرات الأخبار (23 عدد) المكونة لعينة الدراسة إلى 687 دقيقة و38 ثانية، وهي المساحة الزمنية الإجمالية لعينة الدراسة التي سنقوم بتحليلها.

4-أداة جمع البيانات:

اعتمدت دراستنا هذه في إطار المنهج المسحي على تقنية تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات الكمية والنوعية، وذلك بغرض الإجابة على أكبر قدر ممكن من التساؤلات المطروحة التي انطلقت منها هذه الدراسة، المعنونة بمعالجة المواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة - دراسة تحليلية على قناة الأهداف الرياضية، والممثلة بالتساؤل الرئيسي: كيف عالجت قناة الأهداف المواضيع الرياضية على نشرات أخبارها من حيث الشكل والمضمون؟ المتفرعة منه مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تختص بشكل ومضمون المعالجة التي تعتمد عليها القناة من خلال نشرات أخبارها على موضوع البحث.

• أداة تحليل المضمون (المحتوى)

يعتبر تحليل المضمون أو تحليل المحتوى كما عرّفه " بيرنارد بيرلسون - Perlson " الذي يعتبر من الأوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المحتوى أنه " أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية، وصفا موضوعيا وكميا ومنهجيا".¹ ويرى لازويل أن تحليل المضمون يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين.²

وقد اهتم بيرلسون بالجانب المنهجي في تحليل المضمون والذي كان يقصد به الاعتماد على خطة عمل مصممة مسبقا تكون موضوعية في اختيار المضمون المراد تحليله، يتم من خلالها وصف المحتوى كميًا (عن طريق الاعتماد على أسلوب التكرارات في جداول وأشكال ونسب) ووصف موضوعي (باعتدال قواعد واحدة يعتمد عليها الباحث دون التحيز في عملية التحليل)، بحيث يمكننا الوصول إلى ذات نتائج البحث إذا قام باحث آخر بتحليل نفس المحتوى.

وتحليل المضمون الإعلامي معناه دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف الكشف عن ما تريد هذه الوسيلة أن تبلغه لجمهورها، ودراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة على هذا الجمهور.³ كما قدم كلود كريندوف أحد أحدث التعريفات لتحليل المضمون الإعلامي ووصفه أنه " أحد الأساليب البحثية

¹ عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 46.

² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص16.

³ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، دت، ص 132.

التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى الاستدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل¹.

وتفيد دراسة تحليل المضمون في التعرف على مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة عامة ومدى اهتمام كل وسيلة بنوعيات معينة من موضوعات، أو مدى الأهمية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها، مع التعرض في هذا المجال للمساحات والأوقات الخاصة بكل موضوع وللوحدات الشكلية وطرق العرض التي تتبناها، ما يعكس إلى حد كبير درجة الاهتمام النسبي بهذه الموضوعات، كما أن تحليل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية يسهل التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية وما يركز عليه من اتجاهات، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة أو الإيحاء به من أفكار ومقاصد خاصة.²

ومن خلال هذا التناول المفاهيمي لتحليل المضمون فإننا نصل أن هذه الأداة تستخدم في البحوث والدراسات الإعلامية من أجل توصيف مضمون المواد الإعلامية من ناحيتي شكل هذه المواد ومضامينها، للوصول إلى إجابات حول تساؤلات الدراسات العلمية عن طريق تفكيك المادة الإعلامية بما فيها من كتابات وصور ورموز وإشارات إلى غير ذلك إلى وحدات يمكننا قياسها وهذا للوصول إلى نتائج علمية صحيحة. وقد تناول الباحث يوسف تمار خصائص أداة تحليل المضمون في النقاط التالية:

- تحليل المحتوى يخص المواد اللغوية وغير اللغوية أي الصور التعبيرية المكتوبة، المسموعة والمرئية.
- تحليل المحتوى يهتم بالمحتوى الظاهر أي ما كتب أو قيل بصراحة من خلال هذا المضمون.
- يمكن أن يتناول الرموز الساكنة مثل النصوص المكتوبة أو النصوص المتحركة مثل الأفلام والموسيقى.
- هي تقنية بحث تؤكد ما لا تستطيع مناهج وتقنيات أخرى الوصول إليه فهو يختص بتحليل وسائط (مهما كان شكلها) تحمل رسائل يمكن ملاحظته محتواها ومنه تحليلها.

• اعتماد الأداة في الدراسة:

بعد كل ما قمنا باستعراضه حول أداة تحليل المضمون (المحتوى) فقد بات واضحاً أن هذه الأداة هي الأنسب في دراستنا هذه، خاصة وأنها تتوافق مع منهج الدراسة وطبيعتها الكمية، بالإضافة أنها من بين

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص6.

² نفس المرجع السابق، ص133.

الأدوات الأصلح والأبرز للاستخدام عندما يتعلق الأمر بدراسة محتوى الرسالة الإعلامية، كما أنها تخدم وبصفة مباشرة تساؤل الدراسة الرئيسي وتساؤلاته الفرعية.

عَمَد الباحث إلى تطبيق إجراءات تحليل المضمون في هذه الدراسة من أجل تحليل المواضيع الرياضية التي تعرضها قناة الهدف الرياضية كعينة من القنوات الجزائرية المتخصصة (قناة الهدف هي القناة الجزائرية الرياضية الوحيدة الناشطة في المجال) وبالتدقيق من أجل تحليل نشرات أخبار القناة، وهذا بعد أن حدّدنا إشكالية الدراسة بشكل دقيق وتبلورت لدينا صورة واضحة عن محتوى وشكل المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية بشكل عام وقناة الهدف محل الدراسة بشكل خاص، وهو الاختيار الذي تمّ تحت عدة اعتبارات أبرزها الشكل العام للنشرة الإخبارية على اعتبار أن النشرة الإخبارية الرئيسية على قناة الهدف هي أبرز وأشمل البرامج الإخبارية الجزائرية التي تعالج مختلف القضايا والمواضيع الرياضية، لتكون نشرات الأخبار المقدمة على قناة الهدف أنموذجاً حياً على البرامج الجزائرية التي تعالج الأخبار الرياضية.

قام الباحث بدراسة استطلاعية سبقت العمل على المستوى التطبيقي، وقد استعان الباحث بخبراته في مجال علوم الإعلام والاتصال ومجال الإعلام الرياضي، في التوجه إلى أبرز المحاور الواجب مراقبتها والاطلاع عليها قبل البدء في عملية إعداد الاستمارة والتحليل، وقام الباحث ضمن الدراسة الاستطلاعية بمشاهدة العديد من القنوات الجزائرية المتخصصة إضافة إلى العشرات من نشرات الأخبار الرياضية على مختلف تلك القنوات، قبل أن يتوجه إلى دراسة قناة الهدف كمحطة أولى في توجه الدراسة، ثم إلى تحديد النشرة الرئيسية للقناة كمحطة ثانية، ليباشر بعدها الباحث ويتأطير من الأستاذ المشرف أ.د بن زروق جمال في إعداد نسخة أولوية حول استمارة تحليل المضمون والمحاور والفئات الواجب التطرق لها.

وبدأ الباحث بعدها عملية التحليل المبدئي لأعداد مختلفة من نشرات الأخبار الرياضية على القناة محل الدراسة والتي مكننتا من الوقوف على أهم محاور وسمات المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية، ليتم بعدها إعداد استمارة تحليل المضمون في صورتها الأولية قبل النهائية، أين قمنا بالإجراءات العلمية الخاصة باختبار الصدق، حيث تم تحويل الاستمارة إلى المراجعة العلمية والمنهجية من خلال عرضها على الأستاذ المشرف ومجموعة من الأساتذة في الاختصاص الإعلامي. لتكون الاستمارة جاهزة في صورتها النهائية بعد القيام بكافة التعديلات والملاحظات التي نوّه إليها المحكّمون.

5- فئات ووحدات التحليل:

تعتبر مرحلة تحديد فئات ووحدات القياس أهم خطوة في عملية تحليل المضمون، أين نتطرق فيها إلى ترجمة المحتوى المراد تحليله إلى فئات محددة حسب الأهداف التي نصبو إليها من خلال الدراسة، وهي الفئات التي سيكون بإمكاننا قياسها مباشرة، أو القيام بعد الوحدات التي تشير إليها. ويعتبر التصنيف الذي يضعه الباحث لفئات التحليل ووحدات التحليل هو الأساس الذي تركز عليه هذا النوع من الدراسات لاسيما في مجل علوم الإعلام والاتصال.

❖ فئات التحليل:

تعتبر عملية تحديد فئات التحليل أبرز وأهم خطوة في عملية تحليل المضمون، لذلك يكون على الباحث أن يتعامل مع هذه العملية بحذر شديد وأن يمنحها الكثير من الاهتمام والتدقيق، لأن الإعداد الجيد والدقيق لها (فئات التحليل) تصل بالباحث إلى نتائج صحيحة ومتميزة، أما الإعداد السيئ لها فقد يحيد الدراسة عن طريقها ولا يؤدي بطبيعة الحال إلى نتائج علمية دقيقة.

ويعرف المشهوان فئات تحليل المضمون بأنها "مجموعة من التصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف البحث في وصف المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور".¹ في حين يرى يوسف تمار أن وحدات التحليل جاءت لتسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، فعملية وضع الفئات هدفها تنظيم الإطار، الأشياء، أو الأشخاص من نفس الطبيعة، كما تهدف إلى تقسيم المحتوى المراد تحليله إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة بإشكالية الدراسة وتخدم أهداف الدراسة، ومنه تجنب الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات، فاختيار فئات التحليل عملية تتوقف على إشكالية البحث وأهدافه، كما تتوقف على طبيعة المحتوى المراد تحليله وطبيعة الدراسة وكميتها.²

ومن هنا فإن فقد عمدنا في هذه المرحلة على ربط فئات التحليل سواء الخاص بالشكل أو بالمضمون التي سنعتمدها مع الإطار النظري لمشكل البحث وأهدافه، وحاولنا تحويل مضمون المادة الإعلامية (نشرات أخبار قناة الأهداف) إلى أجزاء تحمل خصائص مشتركة نتمكن من خلالها بالقيام بعملية العد والقياس، وهذا

¹ سعد سلمان المشهواني، **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017، ص126.

² يوسف تمار، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، مرجع سابق، ص42

عن طريق الأخذ بعين الاعتبار معايير التصنيف التي ستصل بنا إلى الأهداف المراد تحقيقها من خلال هذه الدراسة.

1- الفئات الخاصة بالشكل:

نريد من خلال هذه الفئة الكشف عن الشكل الذي قدم به المحتوى في النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف، وسنحاول من خلال هذا العنصر الإجابة عن سؤال رئيسي هو " كيف قيل "، من خلال عدة فئات شكلية اعتمدها الباحث على وجه الخصوص لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات الفرعية لها، عن طريق رصدنا للتكرارات الخاصة بكيفية تقديم أو عرض المحتوى في المادة المراد تحليلها وحساب نسبتها انطلاقاً من الوحدات التحليلية واستمارة التحليل التي سنعتمد عليها في هذا البحث.

1-1- فئة القوالب الفنية (الصحافية) المستخدمة في معالجة المواضيع الرياضية في نشرة الأخبار:

يرى سمير محمد حسين أن فئة القوالب الفنية تستخدم للترقية بين الأنماط أو الأشكال التي تكون عليها المادة الإعلامية في وسائل الإعلام.¹ وفئة القوالب الفنية تعني بفنون الكتابة الصحفية أو أي نوع آخر من الكتابات، تسعى إلى تقسيم المحتوى المراد تحليله إلى أنواع كتابية مثل: الخبر، المال، التحقيق... إلى غير ذلك من الأنواع المختلفة من تقنيات التحرير.²

وقد قام الباحث بتقسيم فئة القوالب المستخدمة في نشرة أخبار قناة الهدف إلى فئات فرعية تتضمن أبرز القوالب المعتمدة في الإخراج الإخباري والتي يعتمدها القارئون على نشرة الأخبار في عملهم الإعلامي، وتم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية موضحة أدناه: (*)³

- الخبر
- القصة الإخبارية
- التقرير الإخباري
- الروبورتاج
- التحقيق الإخباري

¹ سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص 268.

² يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين مرجع سابق، ص 52.

³ (*) تم التطرق إلى القوالب الفنية والصحافية المستخدمة في المجال الإخباري في الإطار النظري ضمن الفصل الثالث المبحث الثالث.

- المقابلة الإخبارية
- التعليق الإخباري
- التحليل الإخباري
- البث المباشر (بغية تقديم الخدمة الإخبارية)
- أخرى

1-2- فئة طبيعة المادة الخبرية:

نعني بهذه الفئة طبيعة المادة الإعلامية التي تعتمد عليها القناة في معالجة المواضيع الرياضية وقسمنا هذه الفئة إلى ثلاثة فئات رئيسية هي:

- مادة إخبارية مرفقة بصور: التي تعرف قراءة النص الإخباري مدعما بصورة إخبارية.
- مادة إخبارية مرفقة بفيديو: التي تعرف قراءة النص الإخباري مدعما بفيديو إخباري.
- مادة إخبارية فقط (من دون صور أو فيديوهات): قراءة النص الإخباري من دون صور أو فيديوهات.

1-2-1 أنواع الصور الخبرية: تهتم هذه الفئة بطبيعة الصور الإخبارية المتضمنة في نشرة الأخبار وهذا باعتبار أن " الصورة الخبرية هي امتداد طبيعي ومتطور للغتي الإذاعة والسينما، فاللغة التلفزيونية أخذت سمات اللغة الإذاعية ووظفت عناصرها المختلفة لخدمة التوصيل التلفزيوني لرسائله الإعلامية ووظفت بالتالي عناصر الصوت البشري والموسيقى، والمؤثرات الصوتية وطرق تقديم هذه العناصر".¹ وستسمح لنا هذه الفئة بالتحديد الدقيق لنوع الصور المعتمدة في تقديم نشرة الأخبار والمتمثلة في الفئات الفرعية الثانوية التالية:

- صور المنافسات الرياضية
- صور شخصية
- صور فوتوغرافية
- صور رسوم وكاريكاتير
- صور الرموز والشعارات

¹ محمد نصر مهنا، في تنظيم الإعلام الفضائيات العربية العولمة الإعلامية المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009، ص 05.

➤ صور هاوية مجهولة المصدر

➤ أخرى

1-2-2 أنواع الفيديوهات الخبرية: هي فئة كسابقتها تهتم بطبيعة الفيديوهات الإخبارية التي تضمنتها

نشرات الأخبار والتي قسمت بدورها إلى:

➤ الفيديوهات الخاصة بالقناة

➤ الفيديوهات الخاصة بالقنوات الأخرى

➤ فيديوهات هاوية مجهولة المصدر

➤ أخرى

1-2-2-1 الفيديوهات الخاصة بالقناة: وتشمل هذه الفئة مجموعة من الفئات تمثلت فيما يلي:

➤ فيديوهات المنافسات الرياضية

➤ فيديوهات التغطية الإعلامية لتدريبات وتقلات الأندية والفرق

➤ فيديوهات الندوات الصحفية

➤ فيديوهات التصريحات والمقابلات

1-3- فئة زمن المعالجة الإخبارية:

وهي أحد الفئات الأكثر استعمالاً في بحوث الإعلام والاتصال خاصة المتعلقة بتحليل المادة الإعلامية المرئية وهو ذات الشأن في هذه الدراسة، وهي فئة تسمح لنا بمعرفة طبيعة المعالجة الزمنية للمواضيع الرياضية من خلال المساحة الزمنية التي تمنحها القناة في النشرة، والزمن في دراستنا هذه سيتم قياسه في مجال زمني محدد بالدقيقة. وقسمت الفئات الفرعية في هذه الدراسة على النحو التالي:

➤ المعالجة الإخبارية التي لا تتجاوز دقيقة (1د ≥)

➤ المعالجة الإخبارية من دقيقة إلى دقيقتين (1د-2د)

➤ المعالجة الإخبارية من دقيقتين إلى ثلاثة دقائق (2د-3د)

➤ المعالجة الإخبارية من ثلاثة دقائق إلى أربعة دقائق (3د-4د)

➤ المعالجة الإخبارية من أربعة دقائق إلى خمسة دقائق (4د-5د)

➤ المعالجة الإخبارية التي تتجاوز خمسة دقائق (5د ≤)

1-4- فئة اللغة المستخدمة:

تهدف هذه الفئة إلى التعرف على النمط اللغوي السائد في نشرة أخبار القناة، لأنها تمكننا من التعرف على " مدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف في المادة الإعلامية."¹ كما أنها تسمح لنا بالتعرف على مدى الرسمية التي تتعامل بها القناة مع المواضيع الرياضية وكما يرى الباحث يوسف تمار أن تحليل اللغة في مضمون وسائل الإعلام يعد في غاية الأهمية بما أن اللغة وطبيعتها تجعل لكل رسالة ارتباط مع طبيعة الموضوع والفكرة المراد إيصالها. وتم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية

- لغة عربية فصحي: وهي اللغة الرسمية الأولى في الجزائر والمعتمدة في أغلب القنوات التلفزيونية.
- لغة عربية ممزوجة (عربية فصحي وعامية): ونقصد بالعربية الممزوجة نوع اللغة التي تحمل اللهجة المحلية العامية والعربية الفصحى، وهي أيضا نمط لغوي معتمد في بعض القنوات التلفزيونية.
- لغة أجنبية: ونقصد بها اعتماد اللغات الأجنبية على اختلافها وتنوعها في تقديم النشرة الإخبارية.

1-4-1 فئة أنواع اللغات الأجنبية

- لغة فرنسية
- لغة انجليزية
- لغات أخرى تذكر

1-5- فئة أنواع العناوين:

يتمثل العنوان الوجه البارز وأيقونة كل موضوع إخباري وهو الواجهة التي يفتتح به القائم بالاتصال موضوعه. "ويقوم العنوان بدور هام في تحديد أهمية الأخبار عبر الكلمة أو الكلمات المعبرة عن موضوع من المواضيع أو خبر من الأخبار، أو عن واقعة من الوقائع أو عن حادثة إعلامية.. وتساعد هذه الفئة الباحث في تحليل الكيفية التي تعالج بها المواضيع من حيث طبيعة العناوين."² وقد قسمنا هذه الفئة إلى فئات فرعية تمثل أنواع العناوين الخبرية المعتمدة في نشرات الأخبار التلفزيونية كما يلي:

- العنوان الخبري البحت
- العنوان الوصفي
- العنوان الاقتباسي

¹ سمير حسين محمد، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 31.

² يوسف تمار، مرجع سابق، ص 56.

- العنوان التفسيري
- العنوان المقارن
- العنوان التأكيدى أو النفي
- العنوان الساخر
- العنوان الاستفهامى أو التعجبى
- العنوان الساخن

2- الفئات الخاصة بالمضمون:

2-1- فئة الموضوع: تعتبر فئة الموضوع واحدة من أهم فئات تحليل المحتوى انتشارا لأنها تجيب عن تساؤل رئيسي حول ما تدور عليه مادة الاتصال؟ وعلى الباحث أن يبتكر فئات الموضوع الرئيسية والفرعية، لذلك فلا توجد فئات جاهزة.¹ وهي أحد الفئات الرئيسية التي تستهدف الإجابة عن محاور أساسية في الدراسة حول الأهداف التي انطلقت منها هذه الدراسة، وضمن هذه الفئة قمنا بتقسيم المواضيع إلى أهم المحاور والنقاط التي من الممكن أن ترد في نشرة الأخبار وتتمثل فيما يلي:

- تحضيرات وتدريبات الأندية والرياضيين
- نتائج ومواعيد المنافسات الرياضية
- الانتقالات والتعاقدات والإقالات
- الهياكل الإدارية الرياضية
- العنف في الملاعب
- الفساد داخل المنظومة الرياضية
- اقتصاد واستثمارات رياضية
- مشاكل وأزمات رياضية
- الجوائز والتكريمات الرياضية
- القضايا القانونية والعقوبات
- الهياكل والمنشآت الرياضية

¹ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام-الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص52.

➤ المنشطات والممنوعات

➤ أسرار وكواليس

➤ نجوم ومشاهير

➤ أخرى

2-2- فئة الألعاب الرياضية: نقصد بهذه الفئة تحديد نوع الألعاب الرياضية الأكثر ظهورا في نشرة

الأخبار، وهي فئة تضم أغلب الرياضات الشعبية وأبرزها ممارسة سواء الفردية منها أو الجماعية، وقد حاول الباحث في هذه الفئة حصر أبرز الرياضات التي يتم تناولها في المجال الإعلام الرياضي، وجاءت على النحو التالي:

2-2-1 الألعاب الجماعية:

➤ كرة القدم

➤ كرة اليد

➤ كرة السلة

➤ كرة الطائرة

2-2-1-1 كرة القدم:

بالنظر إلى غزارة المادة الإخبارية في نشرات الأخبار والتي تختص برياضة كرة القدم بما أنها الرياضة الشعبية الأولى في العالم والجزائر، فقد توجه الباحث إلى تقسيم فئة رياضة كرة القدم إلى فئات فرعية من أجل تحديد أبرز المحاور والمواضيع الخاصة بهذه الرياضة ليكون القياس هنا أعمق وأدق من الاكتفاء بعرض نتائج رياضة كرة القدم بسطحية. وقسمت على النحو التالي:

➤ المتعلقة بالمنتخبات الوطنية

➤ البطولات المحلية

➤ البطولات الإفريقية

➤ البطولات الأوروبية

➤ البطولات العالمية

➤ البطولات العربية

➤ أخرى

2-2-1-1-1 البطولات المحلية:

فيما تم تقسيم فئة البطولات المحلية بدورها إلى فئات فرعية ثانوية أخرى لتحديد اهتمامات القناة في معالجتها لرياضة كرة القدم المحلية بأكثر دقة وجاءت كما يلي:

➤ الرابطة المحترفة الأولى

➤ القسم الثاني

➤ الأقسام الهاوية

➤ كأس الجمهورية

➤ كأس السوبر

➤ الفئات الشبانية

➤ أخرى

2-2-2 الألعاب الفردية:

➤ ألعاب القوى

➤ السباحة

➤ التنس

➤ الملاكمة

➤ الجيدو

➤ الكاراتيه

➤ المصارعة

➤ تنس الطاولة

➤ الجمباز

➤ رفع الأثقال

➤ أخرى

2-3- فئات المنافسات الرياضية:

تعتبر هذه الفئة (المنافسات الرياضية) من أكثر الفئات ظهوراً في مجال الدراسات الإعلامية الخاصة بتحليل المضمون في المجال الرياضي، وهي فئة تسمح لنا باكتشاف أهم المنافسات التي تهتم القناة عبر نشرة أخبارها بتغطيتها ومعالجة أخبارها، وقمنا بتقسيمها إلى منافسات محلية، قارية، عربية وعالمية كما يلي:

- منافسات محلية
- منافسات إفريقية
- منافسات عربية
- منافسات أوروبية
- منافسات عالمية

2-3-1 فئة المنافسات المحلية:

في ذات السياق ولتكون دراستنا أكثر دقة قمنا بتقسيم فئة المنافسات المحلية إلى فئات فرعية ثانوية للحصول على نتائج أكثر دقة ومثلناها بمنافسات وطنية، جهوية وولائية.

- منافسات وطنية
- منافسات جهوية
- منافسات ولائية

2-4 فئة موقع المواضيع الرياضية في نشرة الأخبار:

هي فئة تهتم بموقع الموضوع أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة، فالموقع له أهمية كبيرة في تأثير المحتوى على القارئ أو المستمع أو المشاهد، لذلك فإن موقع المادة له دلالة مقصودة لوضعها في موقع دون الآخر.¹ ومن المؤكد أن المواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة كموضوع رئيسي تبلغ أهمية كبيرة بالنسبة للقناة مقارنة بالمواضيع التي تظهر في منتصف النشرة والتي بدورها أهم من المواضيع التي تكون في مؤخرة النشرة، لذلك حاول الباحث تقسيم هذه الفئات إلى فئتين فرعيتين بين مقدمة النشرة ومؤخرة النشرة لمعرفة أبرز المواضيع التي تراها القناة تستحق أن تكون على رأس أولويات النشرة الإخبارية مقارنة بباقي المواضيع، وكانت هذه الفئات كما يلي:

¹ يوسف تمار، مرجع سابق، ص 50.

➤ المواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة:

وهي الفئة الفرعية التي سنكتشف من خلالها الموضوع الأول والثاني اللذان يحتلان صدارة المواضيع التي تعالجها النشرة، والذي سيعكس أبرز المواضيع التي تراها القناة تستحق أن تكون الموضوع الرئيسي وعلى رأس اهتماماتها وفي مقدمة النشرة.

➤ المواضيع التي تظهر في آخر النشرة:

وهي الفئة التي ستظهر لنا الموضوعين الأخيرين اللذان تعرضهما النشرة في فقراتها، ويعكسان اهتمامات النشر تجاههما مقارنة بالمواضيع الرياضية الأخرى التي تعرضها النشرة سواء في مقدمتها أو منتصفها.

2-5 فئة المصادر التي اعتمدت عليها القناة في معالجتها الإخبارية: تفيد فئة مصدر المعلومة للكشف

عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة، كالأشخاص، الصحف، وكالات الأنباء... الخ.¹، ونقصد بهذه الفئة جميع المصادر التي اعتمدت عليهم في القناة في أعداد نشرة الأخبار سواء كانت مصادر داخلية أو خارجية. وتم تقسيم هذه الفئة كما هو موضح أدناه:

➤ الطاقم الصحافي للقناة

➤ وسائل الإعلام الأخرى

➤ مواقع التواصل الاجتماعي

➤ مصادر مجهولة

➤ أخرى

2-5-1 فئة مصادر وسائل الإعلام الأخرى:

وهي المصادر التي اعتمدت عليها القناة والتي لا تنتمي إلى مصادر القناة الداخلية الخاصة بالطاقم الصحافي للقناة أو مواقع التواصل الاجتماعي وتتضمن ما يلي:

2-5-1-1 وسائل إعلام جزائرية:

هي مختلف وسائل الإعلام الجزائرية التي اعتمدت عليها القناة في نشرة أخبارها وتتمثل فيما يلي:

➤ صحف محلية

➤ قنوات وإذاعات محلية

➤ مواقع الكترونية محلية

¹ عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 51.

➤ وكالة الأنباء الجزائرية

➤ أخرى

2-1-5 وسائل إعلام أجنبية:

هي مختلف وسائل الإعلام الأجنبية التي اعتمدت عليها القناة في نشره أخبارها وتتمثل فيما لي:

➤ صحف أجنبية

➤ قنوات وإذاعات أجنبية

➤ مواقع الكترونية أجنبية

➤ وكالات الأنباء الأجنبية

➤ أخرى

2-6 فئة الفاعلين:

نصبو من خلال هذه الفئة إلى البحث عن الصناع الحقيقيين للحدث أو الممثل الرئيسي له حسب المعطيات التي تقدمها القناة عبر نشره الأخبار. " ..وتبحث هذه الفئة عن المحركين الأساسيين في المضمون، أي مجموعة الأشخاص أو الهيئات أو الأحزاب أو المنظمات التي تصنع الحدث في المضمون محل التحليل.¹ وقد حاول الباحث حصر أبرز الفاعلين في الساحة الرياضية والذين يتصدرون المشهد الإعلامي على النحو التالي:

➤ رياضيون

➤ طواقم فنية (مدربون)

➤ طواقم إدارية (رؤساء ومسيرو النوادي والجمعيات الرياضية)

➤ حكام

➤ مسؤولو ورؤساء الهيئات الرياضية

➤ محللون

➤ إعلاميون

➤ جماهير

➤ وكلاء اللاعبين

¹ يوسف تمار، نفس المرجع السابق، ص 67.

➤ شخصيات حكومية

➤ أخرى تذكر

2-7 فئة الأهداف التي تصبو لها القناة من خلال نشرات أخبارها:

عمدنا في هذه الفئة البحث عن الأهداف التي تصبو إليها قناة الهدف من خلال نشرات أخبارها والتي تريد بلوغها من خلال معالجتها للمواضيع والمضامين الرياضية، وهي مجموعة من النقاط التي حددها الباحث من خلال الدراسات السابقة بالإضافة إلى اطلاعه الأولي على مضامين النشرة وتمثلت في النقاط التالية:

➤ تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين

➤ تحسيس المشاهد بالمظاهر السلبية للرياضة ومكافحتها

➤ نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين

➤ نقد برامج أو نتائج التمثيل الرياضي الوطني

➤ نقد البرامج الحكومية الرياضية

➤ دعم البرامج الرياضية الحكومية وتدعيم سياساتها في سبيل تطوير الرياضة

➤ الترويج للمنافسات والأحداث الرياضية التي تحتضنها البلاد

➤ تعزيز روح المواطنة

➤ أخرى

2-8 فئة القيم:

من المفيد جدا دراسة القيم في مضمون وسائل الإعلام لأنها تظهر في الكثير من الأحيان حركية القيم في أي مجتمع، أي الكيفية التي تظهر بها بعض القيم والكيفية التي تختفي بها أخرى،... والقيمة في تحليل المضمون ترتبط بعاملين أساسيين هما العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله، والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير وضوابط المجتمع.¹ وتستخدم فئة القيم للتعرف على القيمة التي يسعى من خلالها القائم بالاتصال إلى تحقيقها، وقد وصف يوسف تمار فئة القيم بأنها الفئة الأكثر صعوبة في التناول. وانطلاقا من الخبرات السابقة للباحث والدراسات التي تناولت مثل هكذا مواضيع فقد قمنا بتقسيم القيم إلى فئتين هما: فئة القيم الإيجابية وفئة القيم السلبية، والتي ستخدم أهداف الدراسة لتحتوي كلا الفئتين على فئات فرعية ثانوية أخرى على النحو التالي:

¹ يوسف تمار، مرجع سابق، ص 69.

2-8-1 قيم إيجابية:

هي القيم التي تظهر من خلال المعالجة الإيجابية للمواضيع الرياضية على نشرة الأخبار والتي تكون في خانة الصالح العام والمجتمع على غرار الروح الرياضية، الروح الوطنية وجاءت الفئات كما يلي:

- تدعيم الروح الوطنية من خلال الرياضية
- تعزيز الروح الرياضية للرياضيين وبين الأنصار
- التحسيس بخطورة مظاهر العنف والشغب في الملاعب
- التحسيس بالفساد الرياضي
- خلق روح المنافسة الشريفة
- تدعيم التنمية المستدامة
- إبراز القدرات والمواهب

2-8-2 قيم سلبية:

هي القيم التي تظهر من خلال المعالجة السلبية للمواضيع الرياضية وتظهر ما يتنافى مع الصالح العام للمجتمع والضوابط التي تحكمه ولا تكون في صالح الخدمة الإعلامية ومسؤولية القناة الإعلامية تجاه المجتمع وتمثلت فئاتها فيما يلي:

- خلق حساسية بين النوادي والرياضيين والأنصار
- الجهوية والعنصرية
- العنف
- تغذية التعصب الرياضي
- تجريد الرياضة من ضوابطها الأخلاقية

2-9 فئة الاتجاه:

تهدف فئة الاتجاه بصفة عامة في بحوث تحليل مضمون وسائل الإعلام إلى معرفة اتجاه الوسيلة في حد ذاتها تجاه الموضوع أو الحدث أو القضية المعالجة، ويصنف الاتجاه حسب الباحثين في هذا المجال حسب اتجاه الوسيلة بتأييدها أم معارضتها للموضوع أو الحدث.

أما ما يصبو إليه الباحث من خلال هذه الفئة يتعلق باتجاه معالجة المضامين الرياضية ذاتها. ويرى يوسف تمار أن الكثير من الدراسات تتبنى فئات التأييد، المعارضة والمحايدة لمعرفة اتجاه الوسيلة ووصفها بالنسبية لأن التأييد والمعارضة وحتى الحياد يبقى نسبي باختلاف وجهات النظر. ورغم كل تلك الاختلافات إلا أن

دراسة الاتجاه في تحليل المضمون يبقى في غاية الأهمية لما سيكشفه لنا من توجه القناة تجاه مختلف المضامين الرياضية التي تعالجها.

ولأن دراستنا لا تتعلق بدراسة موضوع محدد بعينه تتناوله القناة فلا يمكننا اكتشاف أو دراسة التأييد أو الحياد وحتى المعارضة تجاه هذا الموضوع أو القضية، وإنما يتعلق بمعالجة المواضيع الرياضية المختلفة، لذلك فقد تطرقنا إذا إلى تصنيف فئات الاتجاه إلى: الاتجاه الإيجابي، الاتجاه السلبي، الاتجاه المتوازن والتي سنحاول من خلالها اكتشاف اتجاهات نشرة الأخبار من خلال معالجتها لمختلف المواضيع الرياضية من الناحية الإيجابية أو الاكتفاء بتناولها من زاوية سلبية أو تناولها بطريقة متوازنة أين ستوافق الشقين الإيجابي والسلبي الذي تتضمنه، وكانت فئات الاتجاه كما يلي:

➤ **المعالجة ذات الاتجاه الإيجابي:** عن طريق إبراز الجوانب الإيجابية من الخبر

➤ **المعالجة ذات الاتجاه السلبي:** الذي يتم فيه تناول الخبر بعرضه من نواحي سلبية

➤ **المعالجة ذات الاتجاه المتوازن:** بعرض الخبر كما هو في الواقع دون حياد.

❖ **وحدات التحليل:**

عند إتباع تقنية تحليل المضمون فإن الباحث يسعى إلى تحويل الدلالات الكيفية الظاهرة في المادة المراد تحليلها إلى دلالات كمية يمكننا قياسها، وهذا يتم عن طريق اعتماد وحدات لقياس ورود وتكرار الظاهرة في المادة المراد تحليلها ومن هنا فإن " وحدات التحليل تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل البحث في المادة المدروسة.¹

وحسب متطلبات أداة تحليل المضمون فإن الباحث اتجه إلى الاعتماد واستعمال أكثر من وحدة للتحليل أي عدة وحدات، وذلك بالنظر إلى أهداف البحث بصفة عامة وأيضاً احتياجات فئات التحليل التي اعتمدنا عليها في استمارة تحليل المضمون بصفة خاصة، وتمثلت وحدات التحليل فيما يلي:

وحدة الزمن:

بالنظر أن موضوع الدراسة يتمثل في محتوى إعلامي سمعي بصري فهذا يفرض علينا الاعتماد على وحدة الزمن كأحد وحدات القياس وهي أيضاً الوحدة المعمول بها في مثل هذه البحوث.

¹ أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص108.

وحدة الفكرة:

تعتبر وحدة الفكرة أكثر الوحدات استعمالاً في الدراسات التي تعتني بتحليل المادة الإعلامية وتعتمد على أداة تحليل المضمون، وهي وحدة تتماشى وتخدم عدة فئات في تحليل المضمون، خاصة وأن الموضوع الواحد بإمكانه احتواء أكثر من فكرة، هذا وإن أخذنا بعين الاعتبار أن الفكرة تعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون وفهم معانيه.

وحدة العبارة:

من بين وحدات العد المعتمدة في دراسات تحليل المضمون نجد فئة العبارة التي استعان بها الباحث أيضاً في عملية التحليل الخاصة ببضع الفئات.

وحدة المشهد:

استعان الباحث بهذه الفئة التي تخدم بعض فئات التحليل التي قام بها وأهمها فئة طبيعة المادة الخبرية والتي يكون فيها المشهد كفيل بمعرفة الطبيعة التي يأخذها المحتوى.

وحدة الشخصية:

هي أحد الفئات المستخدمة في بحوث تحليل المضمون والتي يتم استعمالها في الأغلب فيما يخص فئة الفاعلين أو الشخصيات الفاعلة.

وحدة التكرار:

تم الاعتماد أيضاً على التكرار كوحدة للعد والقياس، لما تساهم به في حصر عدد ظهور فئات التحليل في المادة المراد تحليلها، وفي مثل هذه البحوث تصبح الفئات نفسها وحدات للعد عن طريق رصد تكرار ظهورها.

6- اختبارات الصدق والثبات

في سبيل السعي من أجل أن تصبح أداة القياس المعتمدة في التحليل أكثر مصداقية، يلجأ الباحثون في هذا المجال إلى إجراء مجموعة من الإجراءات المنهجية والعلمية لتأكيد صدق الأداة للهدف التي صممت لأجله، وأيضا للتأكد من دوام ثباتها في العملية التحليلية، وهي خطوة أساسية ومهمة في دراسات تحليل المضمون.

أ- إجراءات صدق الأداة: إن المقصود بصدق التحليل صلاحية أداة القياس لما وضعت لقياسه، وهنا يجب عرض استمارة تحليل المحتوى على مجموعة من الخبراء والمختصين.¹ وقد اقترح المختصون في هذه المرحلة من البحوث الخاص بتحليل المضمون طريقة صدق المحكمين **Trustees Validity** التي تعتبر أكثر الطرق اعتمادا وأشهرها استخداما لدى الباحثين في المجال، من أجل التأكد من صحة الأداة وكذلك تناسبها والقياس أو الهدف الذي صممت لأجله. ولتحقيق ذلك قام الباحث بالإجراءات التالية:

- عرض الاستمارة بعد تصميمها على الأستاذ المشرف.²(*)
- إرسال الاستمارة إلى مجموعة من الأساتذة المختصين،³(**) وقد راعينا من خلال ذلك التخصص في مجال علوم الإعلام والاتصال والإعلام الرياضي.
- التحديد الدقيق للفئات والوحدات المستخدمة في الدراسة
- ليقوم الباحث بعد ذلك بإجراء التعديلات اللازمة على أدواته من خلال الملاحظات التي قدمها الأستاذ المشرف والأستاذة المحكمون.

ب- إجراءات الثبات: تعتبر إجراءات ثبات الأداة أهم المراحل التي تقود الدراسة إلى نتائج علمية دقيقة فيما يخص الأهداف التي تصبو لبلوغها ويرى يوسف تمار "ثبات التحليل في أوسع معانيه هو طبيعة وسيلة

¹ عاطف عدلي العبد، زكي عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص220.

²(*) الأستاذ المشرف: أ.د. بن زروق جمال أستاذ علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20 أوت سكيكدة.

³(**) تم تحكيم الاستمارة من طرف:

أ.د. طيبي منير أستاذ في علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي - تبسة.

أ.بوقرة سامية، أستاذة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار - عنابة.

أجلال صلاح الدين، أستاذ في الإعلام الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية-جامعة المسيلة.

القياس التي إذا ما استعملت من طرف باحثين آخرين وفي نفس الظروف تعطي نفس النتائج، بمعنى صحة تحليل المحتوى تتوقف على مدى استقلالية أدواته عن ذاتية المرمزين والباحث أيضا.¹ ونعني بإجراء الثبات على أداة تحليلنا في هذه الدراسة هو إثبات قدرة الأداة على الوصول إلى النتائج ذاتها، إذا ما أعدنا القياس أكثر من مرة، أو تولى القياس طرف آخر.

واعتمد الباحث طريقة الاختبار وإعادة الاختبار من أجل التأكد من مدى صلاحية الأداة عن طريق صحة النتائج وثباتها في عمليات الاختبار، وبلغت نسبة العينة التي أخضعها الباحث للاختبار (10%) أي (3) أعداد للنشرة الرئيسية لقناة الهدف البالغ عددها (23) عينة تحليل في الدراسة ككل، وقد تم اختيار هذه العينة بطريقة عشوائية عن طريق القرعة.

وقد لجأنا في هذه المرحلة إلى باحث آخر في مجال الإعلام الرياضي(*)² لإعادة تحليل العينة الفرعية من عينة الدراسة التي قمنا بإجراءات الثبات عليها، مع إرفاقها بكل ما يلزم من دليل التعريفات الإجرائية، تساؤلات الدراسة وحتى أهدافها، من أجل إزالة كل غموض من شأنه أن يؤثر على عملية إعادة الاختبار.

اعتمد الباحث في حساب ثبات الأداة على المعادلة التي قدمها دانييلسون لمعامل الثبات من خلال حساب النسبة المئوية للاتفاق **The aveage percentage of agreement** عن طريق نتيجة نسبة عدد القصص التي يتفق عليها المرمزان إلى العدد الكلي للقصص التي عمل عليها المرمزان.³ وقد بلغ العدد الإجمالي للفئات التحليلية (الفئات الرئيسية والفرعية والفرعية الثانوية) للدراسة (177) فئة من حيث الشكل والمضمون والتي خضعت كلها لاختبار الثبات، وبعد مقارنة نتائج التحليل المتحصل عليها ببعضها البعض، كانت النتائج على النحو التالي:

اتفق المرمزان على مجموعه (148)

اختلف المرمزان على مجموع (29)

وبتطبيق معادلة دانييلسون على النتائج التي تحصلنا عليها نتحول إلى العملية الحسابية التالية:

$$\text{النسبة المئوية للاتفاق} = 100 \times \frac{148}{177} = 83\%$$

¹ يوسف تمار، مرجع سابق، ص 100.

² ذيب يوسف، طالب دكتوراه تخصص إعلام واتصال، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي.

³ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، السعودية، 1983، ص 217.

وبالتالي فمعامل الثبات لأداة الدراسة هو (00.83)، وهو معامل ثبات عالي في الدراسات الإعلامية، حسب ما يراه المختصون.

الفصل الثاني: التراث النظري للدراسة

المبحث الأول: النظريات الموظفة في الدراسة

4- نظرية ترتيب الأولويات

5- نظرية المسؤولية الاجتماعية

6- توظيف النظريات المفسرة للدراسة

المبحث الثاني: الدراسات السابقة المشابهة للدراسة

3- الدراسات السابقة المشابهة

4- مناقشة الدراسات السابقة المشابهة

المبحث الأول: النظريات الموظفة في الدراسة

تمثل هذه الدراسة مزيجا بين مدخلين نظريين يستعملان في دراسة الظواهر الإعلامية، هما نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، وقد تم الاعتماد على هاتين النظريتين بالنظر أنهما يهتمان أولا بدراسة الوسيلة الإعلامية ونشاطها داخل المجتمع، وثانيا تعنتي بمضامين الوسيلة المقدمة للجماهير المتلقية والأدوار الواجب تأديتها داخل المنظومة الاجتماعية، بالإضافة إلى توافق النظريات الموظفة مع أهداف البحث التي تريد تحقيقها والإطار العام الذي تسير عليه هذه الدراسة، من خلال اكتشاف الأجندة أو الخريطة الإخبارية لقناة الهدف الرياضية عن طريق معرفة القضايا والمواضيع التي تكون على قمة هرم اهتماماتها، إضافة إلى مدى ممارسة القناة لمهنتها الإعلامية والتزامها بمسؤوليتها الإعلامية والاجتماعية داخل المجتمع الذي تنشط داخله.

1- نظرية ترتيب الأولويات (نظرية تحديد الأجندة):

تعتبر نظرية تحديد الأجندة هي النظرية الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت، وكذلك عدد البلدان التي أعدّ فيها اختبار فرضياتها، وإذا كان بعض الناس ينسبون نظرية تحديد الأجندة إلى باحثين اثنين لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بطريقة وأدوات أكثر دقة، ففي واقع الأمر أن جذور النظرية تعود إلى عشرينات القرن الماضي...، وكذلك هناك مرحلتان تميزان هذا المقترح: ما قبل ثمانينات القرن الماضي وما بعدها، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن تحديد الأجندة تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية ومفتوحة وفي عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام، وزيادة على ذلك فإن مرحلة الثمانينات أتت بمفاهيم جديدة ساهمت في إثراء المنظور ككل على غرار التآطير والاستهلاكية والانتباه والسمة البارزة في الخبر.¹

وينظر العديد إلى نظرية ترتيب الأولويات أنها أحد النظريات المتكاملة لاهتمامها بالاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري بصياغة نموذج وضع الأجندة وانتقال المعلومات عبر مرحلتين مما يحقق للأفراد إدراكا وفهما لمحيطهم الاجتماعي بأكثر واقعية، بعد التعرض لمضامين وسائل الإعلام والنقاشات

¹ بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص 85.

الناجمة عن الاتصال الشخصي بزعامة قائدي الرأي.¹ وقد أتت نظرية ترتيب الأولويات لتؤكد على وجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور هامًا، أي أن دور وسائل الإعلام والاتصال يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، ومن ثم فإن وسائل الإعلام والاتصال بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية.²

هذا وقد عرّفها ستيفن بتروسن على أنها "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، عبر إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما يتعرض لها سوف يكيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة."³

ووجب التنويه أن لدراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجيهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات، فيما تهتم الدول الغير ديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يرد له التفكير فيها.⁴

أ - الخلفية التاريخية لنظرية ترتيب الأولويات :

تعود الجذور التاريخية الأولى لنظرية ترتيب الأولويات إلى مرحلة ما قبل ظهور التلفزيون أين أشار إليها الصحفي والباحث الأمريكي " وولتر ليبمان - W.Lippmann "، من خلال كتابه الذي اشتهر في تلك الحقبة " Public Opinion - الرأي العام " الذي تم إصداره سنة 1922 من خلال عنوانه أحد فصوله " العالم الخارجي والصور في أذهاننا " والذي انطلق من افتراض رئيسي أن وسائل الإعلام تعتبر المصدر

¹ أماني فهمي، الاتجاهات العلمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 4، جامعة القاهرة، 1998، ص 341.

² مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص 283-284.

³ منال المزاهرة، بحوث الإعلام نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 332.

⁴ حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 208.

الرئيسي للصور التي تتكون في أذهاننا حول العالم الخارجي وكل ما يتعلق بالشؤون الخارجية،¹ ومفاد هذا الافتراض أن وسائل الإعلام تقدم للجماهير صورة نمطية عن العالم الذي لا يمتلك عليه أفراد المجتمع أفكاراً مسبقة فتتكون في أذهانهم تلك الصور التي يكون مصدرها في الأصل هي وسائل الإعلام، أي بصيغة أخرى أن الجماهير تكتسب أفكاراً حول العالم يكون مصدرها الصور التي تريد وسائل الإعلام نقلها إلى الجماهير، ومن هنا أتى جوهر نظرية ترتيب الأولويات فيما تناوله **لييمان** قبل قرابة القرن من الزمن.

بمعنى "إن عناصر السمات البارزة في صور وسائل الإعلام حول العالم، يتم نقلها إلى عناصر الموجودة في أذهان الجمهور وبلغة تحديد الأجندة هذا يعني أن أولويات وسائل الإعلام تصبح أولويات الجمهور".²

قبل أن تمر النظرية بمرحلة فراغ سنوات الثلاثينيات والأربعينيات من القرن الماضي بعدما تم تجاهل الطرح والنموذج الذي قدمه **لييمان** إلى غاية نهاية الخمسينيات، أين تم إحياء البحوث والدراسات في هذا المجال ومن ذات الزاوية. أين أرجع الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة "ترتيب الأولويات" ظهرت عام 1958، في مقال لـ "نورتون لونج - Norton Long".³

ليعيد الباحث "برنارد كوهين - Bernard Cohen" إعادة إحياء وجهة نظر **لييمان** من خلال كتابه "الصحافة والسياسة الخارجية" سنة 1963 حين زعم أن وسائل الإعلام لا تتجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تتجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكرون فيه (المعلومات).⁴ أي أن وسائل الإعلام حسب كوهين تعمل على توجيه الجمهور وتحويل اهتمامهم إلى القضايا التي تريد هذه الأخيرة التركيز عليها من خلال نوعية هذه القضايا والمواضيع التي تثيرها، والتي تمثل في ذات السياق أولوية بالنسبة للوسائل الإعلامية ومن خلال الخاصية التبادلية التي أتى بها طرح نظرية الأجندة ستتحول هذه المواضيع إلى أولوية بالنسبة للجمهور المتابع، ومن هنا يأتي دور الوسائل الإعلامية في رسم خريطة أولويات الجماهير حسب ما أتت به النظرية.

¹ صابر لامية، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، قسم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص 40.

² بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص 86.

³ Maxwell E. McCombs & Donald L. Shaw, **The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas**, The Agenda Setting Journal, Journal of Communication, Vol 43(2), 1993, P58.

⁴ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 289.

وقد دُعِمت هذه الفكرة من خلال أن "وسائل الإعلام هي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد باعتبارهم أعضاء في الحشد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي أن يشعروا به."¹

قبل أن ترى نظرية ترتيب الأولويات النور على يد الباحثان "ماكمبوس وشو - Mc combs & Show" في دراسة لهما حول دور وسائل الإعلام والاتصال في الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية عام 1968 إلى غاية 1972، ووصلوا إلى أن وسائل الإعلام والاتصال ترتب الأولويات (تضع الأجندة) للحملة السياسية بالتأثير على بروز الاتجاهات نحو القضايا السياسية. من هذا المنظور قدم الباحثان حججهما قائلان "يمكن أن لا تملك وسائل الإعلام القوة من أجل تغيير ما يفكر فيه الناس، بمعنى تغيير آرائهم بخصوص القضايا المطروحة، لكنها تستطيع أن تؤثر على ما يفكر فيه الناس، أي أن القضايا المطروحة للنقاش تصبح مهمة في نظرهم."²

إضافة إلى قيام الباحثان بعمل تقييمي للبحوث والدراسات التي اختصت بنظرية ترتيب الأولويات ومدى تطورها على مجال زمني حدده الثنائي السابق ذكره بـ 20 سنة أين بعد مرور 20 سنة عن أول بحث قاما به فيما يخص هذا الطرح النظري، أين انتهت أبحاث الثنائي إلى عمق التصور الفكري في الدراسات الحديثة، والتي حكموا عليها أنها كانت كافية للإجابة عن التساؤل من يضع أجندة وسائل الإعلام بدلا من الإجابة عن التساؤل من يضع أجندة الجمهور.

ويؤكد عالما السياسة "كوب وإلدر - Ckob & Eilder" على أهمية وضع الأولويات في تحديد القضايا التي يتم الاختيار من بينها، والتي تلعب دورا مهما في وضع تلك الأولويات للناس.³ أين قسم الباحثان الأوليات إلى نوعين :

الأولى: اعتبروها مجموعة عامة من الاختلافات السياسية التي تقع في مدى الشرعية والتي تتعلق باستحواذ اهتمام الجمهور.

¹ حسن عماد مكاوي و عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007، ص 393.

² حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 289.

³ مي العبد الله، مرجع سابق، ص 290.

الثانية: الأولويات المؤسساتية ويضعها أصحاب القرار في مؤسسة ما، وهي عبارة عن الموضوعات المبرمجة لسبب جاد وفعال.

وقد كان أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية تحديد الأجندة هو الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وكان هذا المفهوم قد ابتكره " كيرت لوين - Kurt Lewin " سنة 1947 حول قرارات ربات البيوت بخصوص شراء مواد غذائية، حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوي على " مناطق بوابات "، ما إذا كان يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول، أو التواصل في القناة.¹

وقد عرفت نظرية تحديد الأجندة وأولوياتها نجاحا معتبرا في وقتها، وما زالت إلى حد الآن، واختبرت في شكلها التقليدي في بلدان كثيرة والنتائج كانت متباينة من مكان لآخر وفق السياق الذي اختبرت فيه، ومن الدراسات المهمة من حيث كونها أول دراسة تختبر فرضية تحديد الأجندة في الجزائر هي دراسة يوسف تمار حول : العلاقة بين الجمهور الجزائري والصحافة المكتوبة الجزائرية أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 في الجزائر، بخلفية فرضية الأجندة سيتينغ.

ب- مفهوم وفروض ترتيب الأولويات:

إن هذا المفهوم الخاص بعلاقة وسائل الاتصال بالجمهور يرى أن وسائل الاتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة، فإن مجرد النشر في حد ذاته يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات، بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات.² وبناء على ذلك تسهم وسائل الإعلام كثيرا في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه المجتمع، فمن خلال التركيز على قضايا معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد والمجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة داخل البيئة الاجتماعية.³

¹ لامية صابر، مرجع سابق، ص 41.

² أحمد زكرياء، نظريات الإعلام، ط1، المكتبة المصرية للنشر، القاهرة، 2009، ص 09.

³ محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، جامعة الكويت، 2003، ص 45.

وانطلاقاً من هذا الفرض فإن وسائل الإعلام من منظور نظرية ترتيب الأولويات تساعد أفراد المجتمع أو الجمهور على التفكير في القضايا التي تبثها عبر مضامينها الإعلامية، وهي عبارة عن العملية التي يتم من خلالها إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة على أنها القضايا الأهم والتي تستحق أن تكون على رأس الخريطة البرمجية لوسائل الإعلام وتستحق ردود فعل من طرف السلطة، ما دام أن الرأي العام نحو القضية قد تشكل عن طريق وسائل الإعلام.

ذكرت " نسرین حسونة " نقلاً عن " هيلسينجين سانومات " افتراضات أخرى خاصة بنظرية ترتيب الأولويات " الأجندة " وتتمثل فيما يلي:¹

- تبني نظرية الأجندة على افتراض أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.
- الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.
- تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة تماماً.

• العوامل المؤثرة في وضع الأولويات :

و يمكن تحديد العوامل التي تؤثر في ترتيب الأولويات على مستوى الفرد و على مستوى وسائل الاتصال بما يلي:²

أولاً: على مستوى الفرد: تتمثل أهم العوامل التي تؤثر في ترتيب الأولويات على مستوى الفرد في حاجة الفرد إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة، ومعدل تعرضه للنقاشات الشخصية، ومستوى تعرض الفرد لوسائل الاتصال ثم اتجاهاته المسبقة عن الحدث.

ثانياً: على مستوى وسائل الاتصال: تتمثل هذه العوامل في طبيعة النظام العام، وأيضاً طبيعة القضايا المطروحة في وسائل الاتصال المختلفة، ومستوى تغطية وسائل الاتصال، ثم نوع هذه الوسائل.

ويتأثر ترتيب الأولويات أيضاً بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أم مجردة، ودرجة فضول الجمهور نحوها، وأهمية القضايا أيضاً بالنسبة للمجتمع، الخصائص الديمغرافية للجمهور، مدى استخدام الاتصال المباشر، توقيت إثارة القضية، نوع الوسيلة الإعلامية

¹ نسرین حسونة، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو حقوق الإنسان المدنية والسياسية دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإعلام بالجامعة الإسلامية غزة، 2014، ص 51-52.

² محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الفرزدق للنشر والتوزيع، الكويت، 2003، ص 271.

المستخدمة، المدى الزمني المطلوب لإحداث التغيير، وذلك من خلال تحليل دراسات ترتيب الأولويات خلال الفترة ما بين 1977 إلى غاية 1991.¹

فيما يرى الباحث "عبد الجواد ربيع" أن تأثير الأجندة يتحدد من خلال المستويات الآتية:²

- مستوى خلق الوعي بأهمية القضية.
- محاولة ترسيخ القضية في أجندة الجمهور من خلال التغطية المكثفة.
- استمرار التغطية المكثفة بهدف خلق الاتجاه وتبني السلوك تجاه القضية، ووفقا لذلك تتجح وسائل الإعلام بكفاءة في تعريف الجمهور فيما يجب أن يفكروا فيه، ولكنها لا تتجح في تعريفهم كيف يفكرون.
- عناصر عملية ترتيب الأولويات:

وتعتبر عملية ترتيب الأولويات جملة من العناصر المتصلة فيما بينها لإحداث الأثر على المجتمع وعلى الرأي العام نلخصها فيما يلي

- ✓ القضايا أو الأحداث: وهي مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام من قضايا، مواضيع وأحداث تريد إبرازها.
- ✓ اختيار الخبر: أي اختيار القائم بالاتصال لخبر معين من بين جملة من الأخبار التي يرى أنها مهمة وتستحق النشر، وهنا تلعب أهمية الوسيلة دورا كبيرا في تحديد الأولويات، ويعني أن الخبر الذي ينشر في وسيلة إعلامية لها شعبية كبيرة و متابعة واسعة يكتسب أهمية أكبر من الذي ينشر في وسيلة أخرى.
- ✓ نوع الوسيلة الإعلامية: أين يلعب نوع الوسيلة المعتمدة دور كبير أيضا في تحديد أولويات الجمهور بالنظر إلى امتلاك كل وسيلة إعلام واتصال جماهيرية خصائص معينة تحدد بدورها نوع الأثر الذي قد تحدثه في الجمهور.
- ✓ نوع الحدث أو القضية: أي أن الأحداث أو القضايا المرتبطة بالظروف الهامة أو الراهنة سواء السياسية أو الاجتماعية التي تمر بالمجتمع تكون أكثر جذبا للجمهور مقارنة بغيرها من القضايا الأخرى.
- ✓ درجة تركيز الوسيلة على الحدث: أي درجة الاهتمام الذي توليه الوسيلة للحدث مثل وقت الفترة المخصصة للحديث عن القضية، أو حجم التغطية الإعلامية التي تقوم بها الوسيلة تجاه الحدث.

¹ حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 293.

² عبد الجواد ربيع، دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي دراسة تحليلية ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 31، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2008، 346.

- ✓ الاهتمام أو الخبرة السابقة: أي أن الشخص الذي يتابع تلك القضية تشجعه على البحث عن معلومات متعلقة بها في وسائل الإعلام أو أن لديه معرفة بالحدث أو القضية ويرغب في مزيد من التعرف عليها.
- ✓ الحاجة إلى التوجيه: بمعنى حاجة الجماهير إلى اكتساب معارف ومعلومات أكثر حول قضية معينة وذلك ما يدفعهم إلى التوجه إلى وسائل الإعلام لتغطية نقائصهم.
- ✓ مصدر المعلومة: ومعنى ذلك أن جمهور الوسيلة الإعلامية لابد أن تكون لديهم وسائل الحصول على المعلومة، سواء كانت من وسائل الإعلام أو من الأفراد الآخرين في المجتمع، وهذه الفئة تمثل مصدرا للمعلومة عن الحدث أو القضية، وقد تكون معلوماً إما مكمل لما نشرته وسائل الإعلام أو مناقضة له.¹

ج- الاتجاه الكلاسيكي والحديث لنظرية ترتيب الأولويات:

• الاتجاه الكلاسيكي لنظرية ترتيب الأولويات

وهو الاتجاه النظري الذي صاغه في الأساس الباحثان " ماكنبوس وشو - Mc combs & Show "، أين وضعاً أواخر الستينات الفرض الأساسي أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع المواضيع والقضايا التي تخص المجتمع، وإنما يقوم القائمون بالاتصال باختيار المواضيع التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، فتثير هذه المواضيع اهتمام الناس تدريجياً وتجذب انتباههم وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وبالتالي تصبح هذه المواضيع تمثل أهمية أكبر لدى الجماهير مقارنة بالموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

وأصبحت هذه النظرية هي النظرية الأساسية والرئيسية للدراسة على نطاق ضيق لأخبار حملة الانتخابات الرئيسية الأمريكية 1968، وكيف كان الناس يرون أهمية الموضوعات المثارة، ليتم إعداد تحليل مضمون لكيفية تقديم التلفزيون والصحف والمجلات للأخبار السياسية عن المترشحين والموضوعات التي يناقشونها طوال فترة ممتدة، وتم إجراء استقصاء صغير لتقييم " معتقدان الذين استجابوا للبحث حول الأهمية التباينية للموضوعات المثارة التي غطتها وسائل الإعلام."²

ومن خلال هذا العرض لنظرية تحديد الأولويات في شكلها التقليدي، يتضح أنها ركزت، كما يشير الباحث " دافيس وروبينسون - Davis & Robeinson " على مظهر واحد من تحديد الأجندة وهو : المدى الذي

¹Kamieniaki, Sheldon, **testing alternative theories of agendas setting**, policy studies journal, vol 28, 2000, p 181.

² لامية صابر، مرجع سابق، ص 43.

تؤثر به وسائل الإعلام فيما يفكر الناس حوله.¹ بينما كان هناك نطاق واسع لتأثيرات معرفية مشابهة تناولها الدكتور بومعيزة نقلا على الباحثان السابق ذكرهما.

والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:²

في من نفكر؟ ويعني أن الدرجة التي يتم بها تغطية بعض الأفراد والجماعات في القصص الخبرية، تساهم في تضخيم أهميتهم وتضفي عليهم مرتبة اجتماعية.

إلى أين يتجه تفكيرنا؟ فالمكان الذي يقع فيه الحدث يمكن أن يؤثر أيضا في إدراك أهميته كخبر محلي. فإذا كان هذا المكان تقع فيه الكثير من الصراعات والمجاعات والكوارث، فالمشاهدون يشعرون في الرغبة في عدم التواجد بأنفسهم في مثل ذلك المكان. والتأثير المباشر على الجمهور لهذا النمط قد يكون متعلقا فيما إذا كان الجمهور يرى الأحداث المحلية أو الأجنبية على أنها تستحق اهتماما أكثر أم لا، فهذا يتوقف على تغطية وسائل الإعلام لكلتا القصتين الإخباريتين.

متى نفكر في قصة إخبارية؟ هنا أيضا يعبر الجمهور الاهتمام للقصص الإخبارية في الوقت الذي تحظى فيه باهتمام وسائل الإعلام. فالكثير من القصص الإخبارية تتوفر على عنصر الموسمية القوي (العطل والاحتفالات بالذكرى والأحداث الرئيسية) والدورية (تقديم إحصاءات حكومية والانتخابات وتقرير المداخل) الذي يؤثر في متى يفكر الجمهور في هذه المسائل.

لماذا نفكر حول (القصة الخبرية)؟ القدر الذي يبلغ به هذا العنصر في القصص الخبرية، فهذا أيضا ينبغي أن يكون مقرونا بما يفكر به الجمهور حول القصص الخبرية لدرجة مقبولة، أي هل القصة الخبرية تم نقلها لأنها تعكس تغيرا واسعا ومهما يحدث في المجتمع، أم أنها بسبب خرقها لبعض الافتراضات والقيم المشتركة حول الحياة؟

وقد شكلت كل هذه الانشغالات الطريق الممهّد لظهور قصور حول نظرية تحديد الأجندة ليظهر دافع جديد لعدد من الباحثين والمنظرين الذي أكدوا على ضرورة توسيع أفاق البحوث في إطار هذا الطرح النظري وكشفت عن تبصيرات ذات أهمية ودلالة أكثر بخصوص التأثير المعرفي لوسائل الإعلام، وهو ما سنحاول عرضه أيضا في حديثنا عن الاتجاه الحديث لنظرية ترتيب الأولويات.

¹ بومعيزة السعيد، مرجع سابق، ص 90.

² نفس المرجع السابق، ص 90-91.

• الاتجاه الحديث لنظرية ترتيب الأولويات

إن تقسيم أبحاث تحديد الأجندة إلى مقترب تقليدي وآخر حديث، هو في الواقع، تقسيم لمستويين من التركيز والاهتمام : المستوى الأول، والذي تم استعراضه ويتعلق الأمر بالفرض الأساسي للنظرية الذي وضعه الباحثان "ماكمبوس وشو - SHAW & MCCOMBS"، وكان يهتم بالإجابة على الأسئلة التقليدية الخمسة من؟ وماذا؟ وبأية وسيلة؟ ولمن؟ وبأي تأثير؟ والإجابة على هذه الأسئلة وحسب، أظهرت محدودية فرضية تحديد والأجندة، بالرغم من التبصيرات المهمة التي ساهمت بها في فهم عملية التأثير التي تقوم عليها وسائل الإعلام على الجماهير والرأي العام.

ففي العصر الحالي أو عصر ما بعد الاتصال الجماهيري كما يوصف تساؤل الباحثون والمنظرون عن موقع نظرية الأجندة في بحوث الاتصال السياسي والرأي العام في عصر المعلومات وهل بالفعل تخضع لنفس الظروف والمتغيرات التي خضعت لها منذ سنوات فارطة، فالنظرية العلمية هي في المقام الأول نتاج بيئة متكاملة يحكمها دائما الإطارين الزماني والمكاني، قبل أن تؤدي تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى تهيئة الجمهور وتقسيمه وأيضا تجزئته إلى قطاعات عديدة متنوعة و أصبح من المستحيل أن تسيطر أحد الوسائل الإعلامية لوحدها على تلك السوق الإعلامية الضخمة التي تغرق بالمعلومات والأخبار، وهو الشيء الذي حوّل الجمهور إلى أفراد متباعدة قادرة على التعرض لعشرات المصادر ومئات المضامين الإعلامية، إلّا أن الإشكال هو أية مصادر ستبقى في ذهن الأفراد مقارنة بباقي المصادر الأخرى إضافة إلى نوع الوسيلة التي تعرض لها، ناهيك عن خاصية التفاعل التي تحملها اليوم وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري التي تزيد من تعقيد العملية الاتصال ككل مقارنة بالاتصال التقليدي للوسائل التقليدية، فالمتلقي أصبح بإمكانه أن يتعرض لمئات المصادر التي يختارها ويتفاعل معها لحظة بلحظة، والأكثر صعوبة هو أن يقوم الباحث كما كان يفعل من قبل في دراسات وضع الأجندة بتحليل مضمون وسائل الإعلام التي يريد أن يكشف عن أثرها في وضع وترتيب اهتمامات الرأي العام.

ويرى حمادة بسيوني أنه ومع هذا التغيير الكبير إلا أن وسائل الإعلام لم تفقد دورها في هذا العصر التي تكاثرت فيه وسائل الاتصال وانشطرت فيه قطاعات الجماهير إلى أجزاء صغيرة، فلا زلنا نذكر نجاح وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية في وضع أجندة الرأي العام العالمي بشأن أحداث الحادي عشر من سبتمبر، الأمر الذي يشير إلى بقاء الدور والتأثير القديم.¹

¹ حمادة بسيوني، مرجع سابق، ص 209.

د- أنواع بحوث واستراتيجيات وضع الأجندة:

حدد " شاو ومارتن - Shaw & Martin " سنة 1992 أربعة أنواع لقياس ترتيب الأولويات وهي:¹

1- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور، وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام اعتماداً على المعلومات التجميعية.

2- نموذج يركز على مجموعة من القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.

3- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور، انطلاقاً من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر.

4- نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة التحليل

وقد تنوعت البحوث التي اختصت في مجال المضامين الإعلامية ودراسة أولويات وأجندة هذه الوسائل بين أحد النماذج التالية خاصة في نهاية القرن الماضي، أين كانت البحوث الإعلامية التي توجهت لدراسة الأجندة تعتمد وتتبنى أحد النماذج السابق ذكرها لتفكيك وتحليل بنية المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام.

وتناولت الباحثة منال المزاهرة إستراتيجيتين لوضع الأجندة هما:²

- الإستراتيجية الأولى: تقوم على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور إما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين.
- الإستراتيجية الثانية: تقوم على دراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة.

وتمثل هاتين الإستراتيجيتين أهم وأشهر الاستراتيجيات المتبعة في الدراسات المتعلقة ببحوث ترتيب الأولويات وتحديد الأجندة، أين تم الاعتماد عليهما منذ بروز النظرية منتصف القرن الماضي، ويتم الاعتماد على إحدى هاتين الإستراتيجيتين في دراسة مضامين وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية إما على فترة زمنية واحدة يتم التركيز فيها على دراسة مختلف القضايا والمواضيع المطروحة، أو التوجه لدراسة موضوع أو

¹ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 291.

² منال المزاهرة، مرجع سابق، ص 335.

قضية واحدة على فترات زمنية أطول قد تكون دون انقطاع أو متقطعة وهو ما يطلق عليه مصطلح الدراسات الممتدة، ويعتبر النوع الأول من الدراسات هو النوع الشائع والأكثر اعتماداً في بحوث الإعلام والاتصال.

وحددت العديد من الدراسات التي أجريت في الربع الأخير من القرن العشرين، مجموعة من المتغيرات والعناصر التي تؤثر في ترتيب الأولويات والتي تتمثل في طبيعة القضايا وأهميتها وتوقيت إثارها والخصائص الديمغرافية والوسيلة المستخدمة إضافة إلى المدى الزمني لصياغة الأولويات.¹

وتتمثل الإجراءات المنهجية لتوظيف نموذج وضع الأجندة في ثلاثة:²

1- دراسة المضمون الاتصالي بعد نشره، وهذا يتم بتحديد الخصائص الواقعية التي تنتم بها الأجندة، ويبرز أداء تحليل المضمون.

2- دراسة آراء واتجاهات القائمين بالعمليات الانتقائية والقائمين على وضع أجندة هذه الوسائل، وذلك من خلال المقابلات والاستبيان، ويمثل هذا المدخل أضيق المداخل لأنه يدرس آراء وتصورات حراسة البوابة وقد لا يكون بعضها صحيحاً.

3- دراسة بنية العمل الإعلامي من الداخل، بحيث يتم استخدام الملاحظة بالمشاركة لرصد معايير الانتقاء والاستبعاد.

هـ - الانتقادات الموجهة لنظرية وضع الأجندة :

- قلة مرجعياتها النظرية وضيق الفضاء الحركي لبحوثها، إذ ينبغي توسيعها لتشمل مجمل جوانب الموضوعات المطروحة، وضرورة احتوائها على مجمل الأساليب الموجودة في منهجيات البحوث الاتصالية ومتغيراتها المختلفة، التي ينبغي تحديدها إذا ما أريد الوصول إلى النتائج المتوقعة.³
- إغفال بعض الأحداث السريعة التي قد تؤثر في صياغة أولويات الوسائل الاتصالية والجمهور معاً، والتركيز على الموضوعات المتخصصة والابتعاد عن غيرها من الموضوعات الموجهة لأغلبية الناس عبر الوسائل الاتصالية المختلفة.⁴

¹ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته مبادئه وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 31-37.

² ندية القاضي، إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية دراسة في تأثير الشخص الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الآداب جامعة القاهرة، 2008، ص 242-243.

³ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002، ص 275.

⁴ فريال مهنا، نفس المرجع السابق، ص 275.

- انتقدت النظرية بشأن اتصافها بأن تأثيراتها قصيرة الأجل ولو بشكل نسبي، إذ يلزم على وسائل الإعلام الإخبارية أن تصيد التأكيد على عرض القضية كي لا تتعرض ذاكرة الجمهور بشأن هذه القضية للذبول أو النسيان، كما يختلف المدى الزمني لاستمرارية هذه التأثيرات بحسب اختلاف الوسيلة حيث تدوم تأثيرات الضعف لوقت أطول، وكذلك بحسب نوع القضية، فمن الطبيعي أن تسقط بعض القضايا من أجندتي الوسائل والجمهور مع التغطية الإخبارية التي تقوم بإبراز بعض القضايا الجديدة.¹
- غياب الأسس النظرية التي تركز عليها هذه البحوث لأنها تركز على موضوعات وقضايا متخصصة، بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس، حيث تكمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد الموضوعات المثيرة للجدل من بين سياق أكبر من المواضيع العامة.²
- كان البحث في النظرية منذ نشأتها إلى غاية سنوات الثمانينات مقتصرًا أكثر على دور وسائل الإعلام والاتصال التقليدية في وضع الأجندة، وأغلب البحوث اختصت بمجال الصحافة المطبوعة، أما الفترة الحالية ومع التطور والطفرة التكنولوجية التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال من حيث الأجهزة، الوسائل، الأدوار والوظائف، لم يبق الجمهور مخلصا لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية، وأصبح يبحث بنفسه عن الوسيلة التي يختارها والمصدر الذي يعتمد، أي أن الجمهور في ظل هذه الظروف بات يتمتع بأجندة خاصة تمنحه أولوية الاختيار بين الوسائط العديد المتنوعة والمتوفرة لديه، بعيدا عن ذلك الكبح الكلاسيكي للوسائل التقليدية.
- تعرضت النظرية أيضا للنقد من جانب أنه ليس هناك علاقة نسبية بين الأهمية التي تضيفها وسائل الإعلام على القضية المثارة، ومدى أهمية هذه القضية بالنسبة للجمهور، بمعنى أنه ليست بالضرورة أن تكون القضية مهمة للجمهور، كما تعتقد وسائل الإعلام ومن ثم فإن الدراسات التي قامت على هذه الفرضية دون التأكد من مصداقيتها تثير نتائجها كثيرا من الشكوك المنهجية وهو ما يشكك في التراكم النظري الذي قامت عليه نظرية ترتيب الأولويات، وهذا ما حذا بالباحث " دنيس ماكويل - Mcquail Dennis " إلى أن يؤكد أن نظرية ترتيب الأولويات مقبولة علميا، لكنها لا تزال تحتاج إلى تأكيد مصداقيتها.³

¹ محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مطبعة نانسي دمياط، القاهرة، 2009، ص 68.

² حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 298.

³ محمد بن سعود بشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، جامعة الكويت، 2008، ص 53.

➤ وقد تناولت الباحثة لامية صابر أحد أهم الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات نقلا عن الباحثين " روجرس وديرينج - Dearing & Rogers " وهو افتقار النظرية إلى مناهج بحثية متعددة ومختلفة، فبالرغم من تجاوز عدد البحوث في مجال وضع الأولويات 350 بحث إلا أن هناك أسئلة لا تزال تبحث عن إجابات تتعلق بالعملية الإعلامية التي يتم من خلالها ترتيب الأولويات، ومن هذه الأسئلة:¹

* ما المؤسسات الإعلامية الأخرى التي تؤثر في ترتيب أولويات الجمهور؟
* من يسهم في تحديد المدى الزمني الذي تظل فيه القضية تتصدر اهتمامات الناس كما تعرضها عليهم وسائل الإعلام؟

* كيف تصاغ قضية معينة للنشر قبل عرضها على الجمهور؟ وما هي المعايير التي يتم بها تحديد حجم التغطية الإعلامية لقضية معينة بحيث تختلف في أهميتها عن القضايا الأخرى؟، فمثل هذه الأسئلة تحتاج إلى إجابات تفرض مناهج بحثية متعددة ولا تقتصر على منهج واحد.

2- نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية أحد التيارات الحديثة في البحوث الغربية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، وهي النظرية التي أنت كتهذيب للطرح الليبرالي ونظرية الحرية بعدما تقاوم سوء استخدام الحرية في العمل الإعلامي، إضافة إلى إفراط وتبجيل الفرد على الصالح العام أو المجتمع، والأهم من كل هذا هو تحرير الأفراد من أي مسؤولية أخلاقية تربطهم بقيم المجتمع الذي ينتمون إليه، تلك القيم الأخلاقية الواجب الحفاظ عليها من أجل البقاء ضمن سياق اجتماعي موحد يحفظ أساسيات وقيم وثوابت المجتمع الذي تنتمي إليه الأفراد ووسائل الإعلام أيضا ونشأ على إثر كل هذا تحوّل مهنة الصحافة إلى صناعة حرّة هدفها الربح بمعزل على الصالح العام للمجتمعات.

كل تلك العوامل كانت بمثابة عجلة الدفع الأولى لعربة النظرية المسؤولية الاجتماعية التي ولدت من رحم النظرية الليبرالية التي انتقدت على عدة مستويات أهمها كان التقصير الواضح والجليّ تجاه المجتمع والحرية والمصلحة العامة، لتحمل هذه النظرية مسؤولية النهوض بالمجتمع والخروج من القوقعة التي كانت من صنيع وأحد إفرازات النظرية الليبرالية إلى وسائل الإعلام، وارتكزت على أن الحرية التي تمنح لوسائل الإعلام ورجال الإعلام يجب أن تكون مقيدة بمعايير عدة أولها التزام الفرد ومسؤوليته تجاه نفسه وتجاه مجتمعه إضافة إلى أن هدف وسائل الإعلام والمهنة الإعلامية بصفة عامة هو الحفاظ على قيم المجتمع.

¹ لامية صابر، مرجع سابق، ص 52.

أ- الخلفية التاريخية لنظرية المسؤولية الاجتماعية :

يجمع الباحثون أن نظرية المسؤولية الاجتماعية وظهرها كان كرد فعل على سلبيات نظرية الحرية، التي أساءت استخدام مفهوم الحرية، والإفراط في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، والمبالغة في منح الفرد الحق في التحرر من أي مسؤولية اجتماعية أو قيم أخلاقية، وهناك انتقل الإعلام من المهنة إلى التجارة ومن الهدف الوظيفي إلى الهدف المادي الذي طغى عليه جمع الأموال.

ويرجع نشوء نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى عام 1947 في الولايات المتحدة الأمريكية، أي بعيد الحرب العالمية الثانية، حيث صدرت دراسة أمريكية بتمويل من مجلة " تايم - TIME " إضافة إلى " دائرة المعارف البريطانية " تحت عنوان " صحافة حرة مسؤولة " من قبل ما عرف بلجنة البروفيسور " هوشنر " وعدد من الشخصيات الإعلامية الأمريكية ودراسة أخرى أيضا بعنوان " حرية الصحافة إطار مبدأ"، انتهت هذه الدراسات إلى تقارير نبهت فيها إلى أن التجاوزات التي تحصل من قبل الإعلام والصحافة لها أكبر ضرر على المجتمع، ويعتبر هذا التقرير أساس نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة.¹

كما أقرت لجنة هوشنر أنه من غير المعقول أن تبقى حرية الصحافة سائبة على غرار الصحافة الصفراء إذ لابد من مسؤولية محددة من قبل المجتمع، فالصحفي لديه مجموعة من المبادئ والقيم والأخلاق ولا يصح أن يستغل حريته المطلقة في الإساءة للمجتمع، ودعت اللجنة إلى تفعيل مجلس الصحافة " Press Council " الذي يتشكل من الصحفيين أنفسهم والذي يشرف على الصحافة إذ فلتت من المسؤولية أو إن بدأت باسم الحرية تنتشر فضائح وتطارد النجوم.²

إضافة إلى الأصوات المرتفعة بالنقد لوسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية ما وجّهه " تيودور بترسون - Tiodhoor Petterson " والذي استنكر فيه استغلال وسائل الإعلام لقوتها المؤثرة لخدمة أهدافها الخاصة والترويج لآراء وأفكار أصحابها على حساب الآراء المعارضة، كذلك فإنها وضعت نفسها في خدمة الأهداف الرأسمالية الكبيرة فهيمن المعلنون على سياستها التحريرية، كما أنها وقفت بالضد من أية محاولة

¹ كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام التطور، الخصائص، النظريات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010، ص 261.

² كامل خورشيد مراد، نفس المرجع السابق، ص 261.

لتغيير نمط المجتمع، فضلا عن اهتمامها بالأمور التافهة والسطحية والترفيهية، ووصفها بأنها تقتحم حياة الأفراد الخاصة دون مبرر وتعرض الأخلاق العامة للخطر.¹

ولقد ولدت هذه الدعوات الناقدة لحرية الصحافة المطلقة مناخا مطالبا بتحديد حرية الصحافة بالشكل الذي يحدد هدف الصحافة بخدمة الصالح العام وأن يتم النظر إلى الصحافة بأنها تؤدي خدمة عامة ذات طبيعة مهنية تخدم المجتمع.

ومهدت كل هذه الانتقادات لفتح الباب واسعا أمام موجة الأصوات المطالبة بوضع القيود على الصحافة وإيجاد مجموعة موثيق أخلاقية توازن بين حرية الصحافة ومصلحة المجتمع وبدأ الحديث آنذاك عن - الحرية المسؤولة - والمطالبة بإخضاع الصحافة لرقابة الرأي العام والقانون.²

هذا وقد أكمل التأسيس النظري لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة الرواد "إدوارد جيرالد - Gerald"، "تيودور بترسون - Petterson"، "وليام ريفيرز - Rivers"، "جون ميرل - mirrell" وغيرهم، وصولا لمنظريها المحدثين "ديني إليوت - Elliot" و "كليفورد كريستيانز - Cristians".³

فيما وضع بعض الباحثين مجموعة عناصر اعتبروها عوامل لنشوء نظرية المسؤولية الاجتماعية ويمكن تلخيصها فيما يلي:⁴

- أولا: دور ثورة تكنولوجيا الاتصال والإعلام في تغيير الكثير من معالم الحياة.
- ثانيا: النقد المرير الموجه للصحافة الغربية ووسائل الإعلام المختلفة التي تحولت إلى عنصر ضغط على الحكومات بعد تنامي احتكاراتها وتوسع حجمها وازدياد أهميتها.
- ثالثا: الجو الفكري الجديد وضع حرية الصحافة تحت المجهر وراجع آثارها وخطورة انفلاتها.
- رابعا: إرساء قواعد مهنة الصحافة وتبلور تقاليدها المهنية والأخلاقية والحاجة إلى أخلاقيات إعلامية تصون هذه المهنة وتحمي قيم المجتمع.

¹ محمد متولي و لطيف عبد القادر، الإعلام وحرية المجتمع، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1987، ص 101-102

² Harold Evas, **Social Responsibility**, William Heinemann L.T.D, London, 1983, PP. 33-34.

³ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 18.

⁴ كامل خورشيد مراد، مرجع سابق، ص 263.

ب- المسؤولية الاجتماعية في الإعلام :

قبل الخوض فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في الإعلام وجب التطرق إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية كمصطلح اجتماعي بعيدا عن المجال الإعلامي، فكثيره من المفاهيم الاجتماعية خضع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للعديد من التفسيرات التي مثلت مراحل تطور هذا المفهوم، فهي تنطلق من الفرد كعضو داخل مجموعة من الأفراد يشكلون المجتمع ثم إدراكه لمتطلبات هذا المجتمع باعتبار انتمائه له وتنتهي بممارسة هؤلاء الأفراد لمسؤوليتهم تجاه المجتمع كل على حدة ووفق تصرفات واتجاهات وسلوكيات معينة تترجم التزام جميع الأفراد إزاء الجماعة.

وتمثل المسؤولية الاجتماعية امتداد يبدأ بالمسؤولية عن النفس فالأسرة فالمجتمع المحلي فالوطن حتى تنتهي بالعالم كله، فهي تمثل ممارسة سلوكية دالة على المسؤولية نحو المجتمع الإنساني من دون أن تقف عند حدود معينة.¹

وعلى الرغم من أن المسؤولية هي تكوين ذاتي يقوم على الضمير الاجتماعي ويمثل رقبيا داخليا، إلا أنها في الوقت ذاته تمثل نتاجا اجتماعيا، لأن المجتمع هو صاحب الفضل في تعليمها وإكسابها، كما أنها تتشكل من خلال نمو تدريجي عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية². ولذلك تترتب على الفرد مسؤولية داخل المجتمع تتمثل في الالتزام بالواجبات التي يتطلبها المجتمع مثلما تترتب عن المجتمع مسؤولية إعداد أفرادهِ إعداد صحيحا ليمارسوا دورهم الفاعل في البناء والتطور.³

وقد عرّف الشافعي المسؤولية الاجتماعية أنها "جميع النظم والتقاليد الاجتماعية التي يلتزم بها الإنسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وتقبله لما ينتج عنها من محمودة على سلوك محمود أم مذمة على سلوك مذموم".⁴

أما على المستوى الإعلامي قدم الباحثون منذ ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية عددا من وجهات النظر التي حاولوا من خلالها وضع رؤيا واضحة وشاملة للمسؤولية الاجتماعية في الإعلام من بينها:

¹ حميد سالم خلف الجبوري، المسؤولية الاجتماعية لدى أبناء الريف والمدينة، رسالة ماجستير، كلية الآداب جامعة بغداد، 1996، ص 17-18.

² حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط5، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص 233.

³ حميد سالم خلف الجبوري، مرجع سابق، ص 20.

⁴ محمد إبراهيم الشافعي، المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم، مطبعة السنة المحمدية، القاهرة، 1986، ص 39.

"المسؤولية الاجتماعية في الإعلام هي مجموعة المهام التي ينبغي أن تلتزم بتأديتها الصحافة أمام المجتمع في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والتي يجب أن تعكس الأوضاع الحضارية والتاريخية والآنية على المستويين المحلي والدولي شرط أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام العقل والمنطق والقانون والرأي العام والمصلحة العامة."¹

ويرى محمد حسام الدين أنها "أداء مجموعة من الوظائف الإعلامية والصحفية بشرط مراعاة الالتزام بالقيم المهنية المتمثلة في الصدق، الدقة والموضوعية إضافة إلى مدى أو ضرورة التزام الصحفيين بهذه القيم."²، وقد أراد الباحث حسام الدين التنويه أن ما جاءت به نظرية المسؤولية الاجتماعية هو عبارة عن كبح وتهذيب لتلك الحريات التي كان عليها الإعلام سابقا في خضم الحقبة الليبرالية وضرورة التقيد بالمعايير المهنية التي تضمن تقديم العمل الإعلامي في قالب يحمل كل الجدية في الحفاظ على القيم الاجتماعية والثقافية والدينية السائدة داخل المجتمع، وأكد هذا الأخير أن للصحفي والقائم بالاتصال أدوار هامة في العملية الإعلامية ككل في نظر المسؤولية الاجتماعية للإعلام على أساس أن تحلي هذا الأخير بالقيم المهنية المتمثلة في الموضوعية، الدقة والصدق.. الخ ستحفظ السير الحسن للعملية الإعلامية أين ستحافظ هذه القيم على تماسك المجتمع.

في حين يرى الباحث الانجليزي " دنيس ماكويل - Dennis McQuail " المسؤولية الاجتماعية في الإعلام أنها " تشمل أداء مجموعة من الوظائف بشرط مراعاة الالتزام بقيم مهنية معينة...إضافة إلى الحفاظ على التعدد والتنوع داخل المجتمع وضرورة عكس كل الثقافات الموجودة للحفاظ على وحدته وثنائه، فالمسؤولية الاجتماعية متبادلة بين الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية والمجتمع العام... فهي التزام داخلي خاص بأفعال ذات طبيعة اجتماعية أو يغلب عليها التأثير الاجتماعي كما في الاتصال بين الأفراد والجماعات فمن غير المتصور وجود جبر أو إلزام للأفراد لتحقيق مسؤوليتهم ولا يمكن إنجاز الحق في الاتصال الذي يستلزم مشاركة كاملة من جانب السواد الأعظم من الناس للإسهام في صنع القرار الإعلامي والاتصالي على كافة المستويات إلا بتوافر مجموعة من القيم المهنية لدى القائم بالاتصال كالدقة والموضوعية والصدق، فالموضوعية مثلا قيمة سابقة على الحق في الاتصال وملازمه له والتي توفر

¹ زهراء حسين جبار، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الالكترونية دراسة في مواقع الجزيرة نت والبي بي سي، مجلة أهل البيت، المجلد 01 العدد 24، جامعة أهل بيت، العراق 2019، ص 441.

² محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص 18-19.

للمجتمع عرض طيف الآراء والأفكار على الساحة الإعلامية وقيام نقاش متوازن ونزيه حول هذه الأفكار والآراء كما يستدعي توازن بين المرسل والمستقبل بجعل الاتصال في اتجاهين وكذلك بين الجماعات الفرعية للمستقبلين باختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.¹

ت- المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

تتطوي نظرية المسؤولية الاجتماعية على عدة مبادئ هي:²

- ✓ قيام وسائل الإعلام بالتزاماتها الاجتماعية في خدمة المجتمع وأفراده، وإتاحة الفرصة أمام مختلف الآراء للتعبير عن نفسها، ووضع معايير مهنية لنقل المعلومات من الصدق والدقة والتوازن.
- ✓ وسائل الإعلام لديها التزامات تجاه المجتمع يجب أن تضطلع لها لتحصل على ثقة الجمهور.
- ✓ تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع وحقوق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر، مما يجعل الجمهور يتوقع إنجازا راقيا لوسائل الإعلام، حيث أنها تتيح الفرصة الكاملة لكافة المواطنين للاطلاع على المعلومات اللازمة، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.
- ✓ يجب ألا تقل مسؤولية الإعلاميين والمهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم أمام الملاك.
- ✓ إلتزام الوسائل الإعلامية بمجموعة من القوانين ومواثيق الشرف الأخلاقية والمعايير المهنية بحيث تتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى.
- ✓ إن للحكومة حق التدخل لحماية ورعاية المصلحة العامة.
- ✓ ضرورة الإلتزام من جانب وسائل الإعلام بتقديم صورة ممثلة للمجتمع وفئاته، وأن تتجنب الصور النمطية خاصة السلبية منها تجاه فئات المجتمع المختلفة.
- ✓ أن تقوم وسائل الإعلام بتعيين نقاد داخليين لتقييم المضمون الذي تقدمه إلى الجمهور.
- ✓ يجب على وسائل الإعلام أن تعبر عن وجهات النظر وأن تطرح القضايا الخلافية للنقاش، وعلى الجهات الحكومية المختصة أن تراقب قيامها بهذا الدور.

¹Dennis McQuail, **Mass Communication Theory**, 5Edi, Sage Publication, London, 2005, P 189.

² هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، مطبوعة قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية، القاهرة، د ت، ص141.

ومن خلال هذه الطرح فإن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام تمثل جملة من المهام أو الواجبات التي تكون فيها وسائل الإعلام والقائمين عليها مطالبون بتأديتها أمام المجتمع وفي كل المجالات التي تنشط فيها تلك الوسائل، والتي يجب أن تعكس في نفس الوقت تحلي المؤسسات الإعلامية على اختلافها بما فيها من كوادرات بشرية بمسؤولياتهم المهنية والأخلاقية في ممارسة المهنة بكل موضوعية.

ث- أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

تعتبر الركيزة الأساسية لظهور المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام هو إدراك تلك الوسائل لمسؤوليتها داخل المجتمع، من خلال تأدية وظائف الرقابة وتعزيز الفائدة العامة إضافة إلى الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، من خلال البحث عن الصالح العام للمجتمع عبر المضامين الإعلامية التي تقدمها للجمهور، الذي تعتبر مهام توجيهه وتكوينه من مهام وسائل الإعلام من منظور المسؤولية الاجتماعية.

ترتكز المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسية يتمثل البعد الأول منها في الوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، أما البعد الثاني هو معايير الأداء، فيما يختص البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي. فبالإضافة إلى الوظائف التي تكون وسائل الإعلام مطالبة بتأديتها فيما يخص البعد الأول للنظرية، فإن البعد الثاني المتعلق بمعايير الأداء يقصد به أن النظرية تهتم بوضع معايير أخلاقية للأفراد إضافة إلى معايير وسائل الإعلام وموائيقها الأخلاقية والتي تشكل في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة في الحق في الخصوصية، الحق في محاكمة عادلة، والموضوعية. أما البعد الثالث المتعلق بالقيم المهنية فالمقصود به السلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم.¹

ج- الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

طالت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بعض الانتقادات كغيرها من النظريات التي سبقتها، ولو أنها لم تلقَ حجم الاهتمام والدراسة والتطبيق من طرف الباحثين كغيرها من النظريات التي تصدرت المشهد في

¹ هشام رشدي خير الله، نفس المرجع السابق، ص 138.

بحوث الإعلام والاتصال لعقود من الزمن، ويمكننا طرح جملة من الانتقادات الموجهة لهذه النظرية في النقاط التالية:

لا يمكن الحكم بالمطلق على مدى ممارسة والتزام الوسيلة الإعلامية والقائمين عليها والصحفيين لمسؤولياتهم الأخلاقية والمهنية تجاه جميع المواضيع والقضايا الاجتماعية التي يعالجونها، بالنظر أن هذا المنطلق يعتبر نسبي ويتداخل مع عديد المعايير التي تحكم الممارسة الإعلامية، إضافة إلى اختلاف تلك المعايير باختلاف الأنساق الاجتماعية والمجتمعات.

رغم ما جاءت به النظرية من مبادئ تلزم الوسائل الإعلامية بالمسؤولية أمام المجتمع، إلا أنها غير قادرة على إصلاح العمل والأداء الإعلامي، في ظل كثرة المتغيرات التي تحكم أو تؤثر على الممارسة المهنية بداية من السلطة في حد ذاتها.

يرى الكثيرون أن ما نادت به نظرية المسؤولية الاجتماعية ما هو إلا كبح للحريات التي بحثت عنها الصحافة منذ نشأتها، وعملت على تأسيس إطار عام لممارسة الإعلام وفق مبدأ الحرية الذي يسمح لها بمعالجة مختلف القضايا أو المواضيع بغض النظر على درجة حساسيتها بالنسبة للفرد أو للمجتمع.

بما أن النظرية وليدة المجتمع الغربي وبالتحديد الأمريكي بالعودة إلى النشأة والظهور، فإن العديد من الانتقادات طالتها بسبب أن وسائل الإعلام لا يمكنها التحرر من كل عناصر الإكراه، وأن الظروف التي تعمل بها وسائل الإعلام الأمريكية هي مغايرة تماما لحقيقة الإعلام وممارسة وظائفه وتأدية واجبه داخل مجتمعات أخرى لا تزال تعاني من تبعات السلطة الحكومية.

3- توظيف النظريات المفسرة للدراسة:

3-1- توظيف نظرية الأجندة في الدراسة:

ينظر إلى وسائل الإعلام في إطار نظرية الأجندة على أنها أحد الوسائل التي تعمل على توجيه الجماهير المتابعة والمتلقية لمضامين تلك الوسائل نحو مواضيع محدّدة على حساب مواضيع أخرى، بهدف ترتيب أولوياتهم بأن تصبح تلك القضايا والمواضيع على رأس اهتماماتهم، وإثارتهم نحوها ومن ثم تشكيل رأي سائد إزاءها، فهي أحد أشكال المقاربة البنائية الوظيفية.

وعلى أساس هذه النظرة التي ترى من خلالها نظرية الأجندة العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الجماهير، سيكون الإسقاط هنا منطقي، ما إن أردنا النظر من زاوية المجال الرياضي وبالتحديد المنظومة الإخبارية الرياضية، بما فيها من تنوع للقضايا والمواضيع الرياضية المختلفة والمتجدّدة التي تعمل وسائل الإعلام على تغطيتها وتقديمها للجماهير، وهذا يكون ضمن رسائل إعلامية تخضع لعدة اعتبارات بالنسبة للوسيلة كالمعايير المهنية، المعايير ثقافية، المعايير اجتماعية وحتى الخط التحريري للوسيلة، في حد ذاتها، وبين ما يُقدم وما يُقصى، وبين ما يُعدل وما يُبث كما هو، بين ما يقدم كموضوع رئيسي وما يقدم آخراً، والعديد من المعايير التي تحكم ما نطلق عليه ضمن إطار هذه النظرية بأولويات أو أجندة الوسيلة.

وبالحديث عن العلاقة التي فرضتها النظرية بين وسائل الإعلام وبين الجماهير، فالحديث هنا يقودنا إلى جدول الأعمال الرياضي الذي تعمل عليه وتعتمده الوسيلة، والذي هو ما يُعرض من موضوعات رياضية لكي يبدو للجماهير بأنها أولوية وأهم من غيرها من المواضيع، فحينما ينشر الإعلام الرياضي رسائل معينة فإنه يوحي للمتلقين بأنه لا شيء يستحق الاهتمام أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد، كما أن الحيز الذي يوفره في جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل على أهمية هذا الموضوع، فالتركيز مثلاً على رياضة معينة ككرة القدم يجعل الأفراد يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي أهم من هذه المباريات وأخبارها.¹

وقد كانت هناك عديد الدراسات التي اعتنت بدراسة جدول الأعمال الرياضي، وذكر "ماكومبس" أن تحديد هذا الجدول يتم من خلال بث الأخبار والأحداث الرياضية الفعلية على المباشر، لاسيما مع ظهور القنوات الرياضية المتخصصة، ويشرح "جون فيرتيناو" مثالا عن ذلك ما اعتمدته رابطة كرة السلة الأمريكية

¹ فاطمة الزهراء زيدان، المعالجة الصحفية لموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي - دراسة تحليلية على عينة من

جريدة الخبر الرياضي الجزائري، أطروحة دكتوراه، معهد علوم النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد خيضر بسكرة،

الجزائر، 2018، ص 10.

NBA من استراتيجيات حول وضع جدول أعمال لبناء وزيادة جمهور وشعبية هذه الرياضة، وأدى تحديد أوقات البث بعناية لأفضل الفرق ونجوم كرة السلة إلى زيادة تعزيز الرياضة لدى الجماهير، من خلال بث المباريات والمقابلات مع اللاعبين والمدربين وإعادة اللقطات ومختلف العناصر الاتصالية التي قدمت كرة السلة بطريقة مثيرة، وفي النهاية كانت النتيجة اجتذاب 14 فريقها من الدوري الأمريكي للمحترفين لـ 4.3 مليون معجب جديد ووصل الرقم موسم 2000/1999 إلى 20.1 مليون معجب، إضافة إلى زيادة مداخيل البث التلفزيوني من 10 ملايين دولار إلى أكثر من 2 مليار دولار في موسم واحد.¹

ومن خلال ما تناولناه سابقا حول نظرية الأجندة ورؤيتها للوسيلة الإعلامية وطريقة عملها داخل المجتمع ومخاطبتها لجمهور المتلقين، فسأخذ المضامين الإخبارية التي تعرضها قناة الهدف الرياضية عبر نشرات أخبارها على أنها مادة إعلامية تُقدّم وفق جدول أعمال وخريطة محددة مسبقا من طرف القناة، بمعنى أنها تستجيب لأجندة هذه القناة التي نرغب في اكتشافها وفق ما تمليه أهداف الدراسة وما انطلقت منه الإشكالية، وهذا عن طريق إبراز أهم المواضيع والقضايا الرياضية التي تعرضها نشرات الأخبار وأيضا موقع تلك المواضيع ضمن أجندة القناة، وفقا لعملية قياس علمية ومنهجية اعتمدها الباحث من خلال الشق التحليلي للدراسة الذي يختص بأعداد نشرات الأخبار الرئيسية لهذه الوسيلة، خاصة من خلال عمليات التحليل والتفسير الخاص بالبيانات المتحصل عليها ومناقشتها.

3-2- توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في الدراسة:

تعتبر المبادئ التي نادت بها نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بمثابة التزام ذاتي من جانب الإعلام بمجموعة من المواثيق المهنية والأخلاقية التي تتعلق بالوسيلة والإعلاميين على حد سواء، ويكون كلاهما ملزم بالتحلي بها في تأدية الممارسة الإعلامية، فتلك القيم والمواثيق تستهدف التوازن بين حرية الفرد المتمثلة في المنطلقات الصحافية والإعلامية والوسيلة وفي الجهة المقابلة مصالح المجتمع أو الجمهور العام الذي تقدم له وسائل الإعلام مضامينها.

ومن خلال هذه المنطلقات الفكرية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، فيمكننا الآن إسقاطها على المجال الرياضي الجزائري، أين تتوجه الدراسة لتسليط الضوء على الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر الممثل بالقناة الوحيدة التي تنشط في المجال وهي قناة الهدف الرياضية، التي تعتبر الوسيلة الإعلامية التي

¹ ذيب يوسف، المضامين الرياضية عبر المواقع الإلكترونية المتخصصة - دراسة تحليلية لموقع الهدف، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2023، ص 75.

تعتني الدراسة في البحث عن مدى ممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية داخل المجتمع الرياضي الجزائري. وهذا من خلال دراسة وقياس المضامين الإخبارية التي تقدمها القناة عبر نشرات أخبارها من أجل اكتشاف مستوى الممارسة المهنية للوسيلة في تناولها للأخبار الرياضية، ومدى إلتزامها بجملة المعايير المهنية والأخلاقية التي تحافظ من خلالها على المجتمع الذي يستوجب أولاً الحفاظ على الصالح العام وتوازن نسق المجتمع الرياضي الجزائري المتابع للشأن الرياضي، والذي ستكشفه أهداف وقيم واتجاهات الوسيلة من خلال عرضها للمضامين الإخبارية عبر نشرة الأخبار الرئيسية لها، ما يتوافق مع الإشكالية التي انطلقت منها الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال هذا البحث.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة المشابهة للدراسة

1. الدراسات السابقة المشابهة

إن العودة إلى الدراسات السابقة والاطلاع عليها يعتبر أحد أهم الخطوات العلمية في البحوث الخاصة بمجال الإعلام والاتصال، فهي تمنح للباحث أفضلية معرفة موقع بحثه من مجمل البحوث الذي سبقته وعالجت موضوع بحثه من زوايا مختلفة، وتمكننا هذه الخطوة من اكتشاف آخر النتائج البحثية التي لامست الدراسة في أحد جوانبها كما تساعدنا في تفسير الظواهر محل البحث.

فمرحلة الاطلاع على الدراسات السابقة تجعل الباحث يدرك جيدا دراسته وحدودها وتمكنه من وضعها في الإطار الصحيح، من أجل تفادي إضاعة الوقت أو التكرار فيما يخص المواضيع التي درست سابقا بإسهاب، كما تمكنه من بلورة مشكلة دراسته جيدا وتحديد أبعادها، إضافة إلى التزود بالمراجع التي يمكنه الاستفادة منها، وتجنب الأخطاء التي وقع فيها من سبقه.¹

حاول الباحث الوصول إلى دراسات حول المعالجة الإخبارية في مجال الإعلام الرياضي، لكنه اكتشف ندرة في المواضيع المتعلقة بالمعالجة الإخبارية للمضامين الرياضية خاصة فيما يخص الإعلام المرئي، وكموضوع محدد بذاته في الوطن العربي بصفة عامة ومحليا بصفة خاصة لم تكن هناك الكثير من الدراسات التي عالجت بالتحديد هذا النوع من المواضيع أو لامست أحد زواياه، رغم أهمية الإعلام الرياضي المرئي في العصر الحالي إضافة إلى حداثة الموضوع بالنسبة للتجارب الإعلامية الحديثة في مجال الإعلام الرياضي سواء في الجزائر أو في الوطن العربي، واقتصرت معظم البحوث والدراسات الأكاديمية حول المعالجة الإعلامية الرياضية على الصحافة المكتوبة وأيضاً المواقع الإلكترونية، إضافة إلى دراسات تحليلية أخرى لبعض الحصص والبرامج أو حتى المواضيع التي لم تكن في السياق الإخباري، مما صعب على الباحث الوصول إلى دراسات أكثر تخصصا لامست موضوع الدراسة بصفة مباشرة، ورغم هذا فقد تمكنّا من الوصول إلى بعض الدراسات التي تخدم موضوع البحث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

وبعد إجرائنا لبحث استطلاعي لأهم الدراسات والأدبيات العلمية التي ترتبط مضامينها بالإعلام الرياضي والمعالجة الإخبارية تم توزيع الدراسات السابقة إلى:

¹ ناريمان حداد، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2019، ص99.

- المحور الأول: الدراسات المتعلقة بمعالجة الإعلام الرياضي.
- المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالمعالجة الإعلامية والإخبارية.

قسم الباحث الدراسات السابقة على هذا النحو حسب رؤيته الخاصة لتلك المواضيع التي تخدم البحث بصفة مباشرة أو جانب من جوانبه، وتتوعدت هذه الدراسات لتشمل مواضع أخرى غير الرياضية كالسياسية مثلا نظرا لأهمية دراسة المعالجة الإعلامية أو الإخبارية للمضامين الإعلامية في هذا المجال، ومدى استفادة الباحث من كيفية تناول موضوع المعالجة الإخبارية. كما تطرق الباحث أيضا لهذه الدراسات بالنظر إلى كونها دراسات تحليلية تشبه إلى حد بعيد موضوع الدراسة، وقد لاحظ الباحث أن التطرق إلى دراسات تحليل المضمون ستبلور أكثر الفكرة الرئيسية لموضوع الدراسة وطريقة البحث فيه من أجل الوصول إلى الأهداف التي يريدها.

المحور الأول : الدراسات المتعلقة بمعالجة الإعلام الرياضي.

1- معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضي. دراسة تحليلية 2015¹

هي دراسة قام بها الباحث غسان محمد دياب محيسن، انطلقت من إشكالية ضرورة التعرف على طبيعة معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لقضايا التعصب الرياضي، ودورها في الحد من مظاهر التعصب الرياضي أو زيادتها أو تعميقها، أين هدفت إلى وصف شكل ومضمون المضامين الإعلامية التي تقدمها تلك المواقع الإلكترونية ، وكان أبرز أهداف الدراسة هو التعرف على الدور الإيجابي أو السلبي للمواقع في طبيعة تناولها لقضايا التعصب الرياضي.

فيما تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسح الإعلامي باستخدام تحليل المضمون كأداة للدراسة، مجتمع الدراسة تكوّن المواضيع الإلكترونية بصفة عامة، وقد تطرق الباحث إلى اختيار عينة قصدية انحصرت في ثلاث مواقع قامت عليها الدراسة لجمع المعلومات هي :

موقع كووورة / موقع يلا كورة / موقع أقصى سبور

قام الباحث بدراسة وتحليل مضامين هذه المواقع في الفترة التي امتدت بين 01 جانفي 2015 إلى غاية 31 مارس 2015، وذلك عن طريق استمارة تحليل المضمون. ومن أبرز نتائج الدراسة نذكر:

¹ غسان محمد دياب محيسن، معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضي، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية غزة، جامعة الأزهر، فلسطين، 2015.

- أظهرت نتائج الدراسة أن دور المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لا تؤثر في ازدياد ظاهرة التعصب بصورة واضحة.
- هناك أدوار إيجابية لابد أن تلعبها المواقع الرياضية العربية في نشر الوعي بين القراء والجمهور الرياضي حول الآثار السلبية لمظاهر التعصب الرياضي.
- يمكن أن تلعب الموقع الإلكترونية الرياضية العربية كجزء من الإعلام الرياضي بشكل عام دور الرقيب على أطراف المنافسة الرياضية.
- منح حرية التعبير من خلال التعليق على المواضيع المعالجة، لكن بشروط تضمن عدم الإساءة للآخرين.
- عدم اهتمام المواقع الرياضية العربية بالفنون الصحفية والاقتصار في معظم تناولها لمواضيع التعصب الرياضي على الخبر الصحفي.
- يوجد مسؤولية لدى المواقع الإلكترونية الرياضية العربية تمنعها من الانجرار وراء أحداث التعصب أو تحديد موقفها من أطراف التعصب الرياضي.
- كرة القدم هي اللعبة الأكثر إثارة للتعصب وأحداث الشغب مقارنة بباقي الألعاب الأخرى.

2- الصحافة الرياضية في الجزائر وظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية - دراسة وصفية تحليلية

لجريدة الهدف الرياضية. 2012¹

قام بهذه الدراسة الباحث براهيم محمد، وانطلقت من إشكالية الدور الذي تلعبه الصحافة الرياضية المكتوبة في مواجهة ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية للدوري المحترف الأول، والتعرف على الكيفية التي تتم بها التغطية الإعلامية لموضوع العنف في الملاعب من طرف جريدة الهدف الرياضية. وطرح هذا البحث التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف تناولت الصحافة الرياضية الجزائرية ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية للموسم الكروي 2010/2011 من خلال نموذج جريدة الهدف، وما هو موقفها من ظاهرة العنف في الملاعب وكيف تعاملت معها؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة الرياضية الجزائرية في مواجهة ظاهرة خطيرة تمثلت في العنف في الملاعب وموقعها ضمن المنظومة الإعلامية الرياضية في الحد من تجليات وامتدادات الظاهرة

¹ براهيم محمد، الصحافة الرياضية في الجزائر وظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية - دراسة وصفية تحليلية لجريدة "الهدف" الرياضية اليومية نموذجا، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 03، سيدي عبد الله، الجزائر، 2012.

على الملاعب الجزائرية وخطورتها على هذه الرياضية محليا. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت أداة استمارة الاستبيان وأيضا تحليل المحتوى، من خلال المسح الشامل لجميع أعداد الموسم الكروي 2010/2011 التي تناولت فيه الجريدة موضوع العنف في الملاعب في ظل مشروع الاحتراف. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها:

يعتمد الإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر والمتمثل بجريدة الهدف محل الدراسة على الموضوعية والحياد في تناولها ومعالجتها للأخبار الرياضية الجزائرية. لا يقتصر اهتمام جريدة الهدف الرياضية على نقل الأخبار الرياضية للجمهور وإنما يمتد أيضا لمعالجة ظاهرة العنف في ملاعب بأدوات وأنواع صحفية عديدة.

3- دور الإعلام العراقي في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد الرياضي المركزي لكرة القدم من وجهة

نظر المدربين. 2018¹

هذه الدراسة قام بها الباحث مصطفى محمد محسن، تمحورت إشكالية هذه الرسالة حول التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام (المرئي، المكتوبة، الالكتروني) في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد العراقي لكرة القدم، وهل لهذا الدور مساحة من الاهتمام لدى مدربي كرة القدم في العراق، وهدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الأساسي التي تلعبه وسائل الإعلام في معالجة الأزمات التي تمر على كرة القدم العراقية، إضافة إلى بناء مقياس للأزمات الرياضية قيد الدراسة، وأيضا التعرف على أهم تلك الأزمات ونظرة المدربين لها. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي، وارتكزت الدراسة على أكثر من وسيلة لجمع ومعالجة المعلومات أبرزها: استمارة استبيان، المقابلة، الملاحظة، استمارة الاستبيان لتحليل المضمون. مجتمع البحث تكون من قسمين اثنين هما: مدربي النخبة في العراق، ووسائل الإعلام الرياضية. عينة الدراسة اختارها الباحث قصدية وتكونت من فئتين اثنتين هما: عينة مدربي كرة القدم، عينة وسائل الإعلام الرياضي، اعتمد الباحث في دراسته لوسائل الإعلام المراد تحليلها على الفترة الممتدة بين 10 جانفي 2017 إلى غاية 10 أفريل بواقع ثلاثة أشهر. واستخلصت الدراسة النتائج التالية :

- إن للإعلام الرياضي دور كبير ومهم في إدارة الأزمات في الاتحاد العراقي لكرة القدم وهذا الدور في أغلب الأحيان يكون مباشر وقوي.

¹ مصطفى محمد محسن، دور الإعلام العراقي في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد الرياضي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين، رسالة ماجستير، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة جامعة القادسية، العراق، 2018.

- إن الإعلام الرياضي وبما يقدمه من أنماط صحفية وفئات مختلفة على أيدي ذوي الخبرة والرأي العام يستطيع أن يقدم لمتخذي القرار مجموعة من البدائل والحلول المقترحة قد تساعد على اتخاذ القرار المناسب عند حدوث الأزمات.
- لوسائل الإعلام دور كبير في عرض الأزمات التي حدثت في الاتحاد العراقي لكرة القدم.
- نتيجة ضغط وسائل الإعلام وتسلطها الضوء على أبرز الأزمات اضطر الاتحاد على اتخاذ قرارات فيما يخص تلك القضايا، أبرزها انسحاب الأندية من الدوري، أزمة تراخيص الأندية، اختبار الأرض المفترضة (الأزمة مع السعودية)، تداعيات نتائج المنتخب في تصفيات كأس العالم ومبارياته التصفية في ذات المنافسة.

4- المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة. 2016¹

الدراسة قام بها الباحث مهند معين مصطفى دلول، تمحورت إشكالية الدراسة حول الكشف على الواقع الذي تعيشه المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، من خلال المواضيع والألعاب التي تهتم بها، الشخصيات والمصادر التي تعتمد عليها، إضافة إلى الوقوف على أوجه الاختلاف والتشابه بين المواقع الرياضية، أيضاً التعرف على أداء ومواقف القائمين بالاتصال في هذه المواقع والعوامل المؤثرة في السياسات التحريرية المتبعة، كما هدفت إلى التعرف على واقع عمل المواقع الإلكترونية في فلسطين، وخاصة التعرف على ترتيب أولويات النشر لدى مواقع الدراسة وتسلط الضوء على القائم بالاتصال في المواقع الرياضية المختلفة.

تدخل هذه الدراسات ضمن البحوث الوصفية واعتمد الباحث فيها على منهجي: الدراسات المسحية ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وتمثل مجتمع البحث في الموقع الإلكتروني الرياضية الفلسطينية والمحررين الصحفيين العاملين بهذه المواقع، اختار الباحث عينة قصدية بالنسبة للمواقع الرياضية الفلسطينية وهما: "أطلس سبور" و "بال جول"، أما بالنسبة لعينة القائم بالاتصال فقد اعتمد الباحث على المسح الشامل نظراً لقلة العاملين بالمواقع الإلكترونية والتي قدر عددهم بـ 62 صحفياً. وكانت فترة الدراسة بين 01 سبتمبر 2013 إلى غاية 31 مارس 2014. وتمثلت نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

- تتميز المواقع الإلكترونية الرياضية بقدرات وإمكانات فنية متوسطة المستوى.

¹ مهند معين مصطفى دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الصحافة الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2016.

- تميزت المواقع بالسرعة والدقة في نقل المعلومات والأخبار، من خلال حرصها على تقديم أبرز المستجدات الرياضية.
- تمثل الصعوبات المادية والفنية أبرز العقبات التي تواجه المواقع الرياضية الفلسطينية، إضافة إلى غياب الحوافز والطموح نتيجة عدم حصول العاملين بهذه المواقع على مقابل مادي.
- أبرز احتياجات المواقع الإلكترونية تأهيل العاملين بها وتطوير قدراتهم عبر التدريب، وأيضاً تحسين سلم الأجور من أجل منحهم فرصة للإبداع في هذا المجال.

5- المعالجة الصحفية للأزمات الرياضية وعلاقتها باتخاذ القرار - دراسة تحليلية. 2012¹

قام بهذه الدراسة الباحث محمد عبد المحسن أحمد محمود، وانطلقت من إشكالية ضرورة التعرف على المعالجة الصحفية المصاحبة لبعض الأزمات الرياضية وعلاقتها باتخاذ القرار والوقوف على نقاط قوة وضعف هذه المعالجات وتأثيرها على اتخاذ القرار عند حدوث الأزمة، تساؤل الدراسة الرئيسي تمحور حول : ما هي أهم الأزمات التي واجهت المجال الرياضي في الفترة الممتدة بين 2006 و 2008 واتجاه صحف الدراسة وموقفها من الأزمات خلال المعالجة الإعلامية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على أهم هذه الأزمات وهدف المضمون الصحفي من المعالجة الإعلامية وأيضاً دور الصحافة الرياضية في اتخاذ القرارات تجاه هذه الأزمات.

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية واستخدم الباحث المنهج الوصفي، مجتمع البحث تمثل في الصحف الرياضية التي عالجت الأزمات الرياضية إضافة إلى مسؤولي الهيئات الرياضية. اختار الباحث عينة عشوائية تمثلت في رؤساء ومسيري الهيئات الرياضية وبلغ قوامها 35 مفردة، وعينة طبقية عمدية في الصحف والمجلات الرياضية، اعتمد فيها الباحث على جريدتي مصر اليوم ومجلة الأهرام الرياضي. واعتمد في جمع البيانات على أداة استمارة تحليل المضمون والمقابلة الشخصية، استمارة استطلاع الرأي وعالج الباحث دراسته من خلال جمع المعلومات في الفترة الممتدة بين 2006 إلى غاية 2008. واستخلصت الدراسة النتائج التالية :

- تعد الصحافة الرياضية واحدة من أهم المؤثرات على اتخاذ القرار عند حدوث الأزمات، حيث تكون لديها بعض التأثيرات الإيجابية والسلبية على اتخاذ القرار، المر الذي يتطلب ضرورة وضعها في الاعتبار والحرص في التعامل مع الصحفيين بصفة خاصة والإعلام بصفة عامة عند حدوث الأزمات.

¹ محمد عبد المحسن أحمد محمود، المعالجة الصحفية للأزمات الرياضية وعلاقتها باتخاذ القرار. دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية جامعة أسيوط، مصر، 2012.

- الصحافة الرياضية ذات تأثير على اتجاهات الرأي العام الرياضي نحو الأزمة، وهذا ما اتفق مع نتائج الدراسة التحليلية التي قدمت مجموعة من مسارات البرهنة الصحفية المستندة على بعض اللوائح والقوانين القادرة على إقناع الرأي العام الرياضي باتجاه ما نحو الأزمة بصورة علمية.
- الصحافة الرياضية تقدم مجموعة من البدائل والحلول التي تساعد في اتخاذ القرار ما يتفق مع نتائج الدراسة التحليلية التي أكدت على حصول " التقرير الصحفي " و " المقال الصحفي " و " العمود الصحفي " على مراتب متقدمة بين الأنماط الصحفية المستخدمة في المعالجة الصحفية مما يدل على تقديم العديد من البدائل عن طريق ذوي الخبرة والرأي والكتاب الصحفيين العالميين في هذه الصحف.
- أكدت نتائج الدراسة الميدانية على الصحافة الرياضية تستمر في تقديم المعلومات لمتخذي القرار طبقاً لتطورات الأزمة، وهذا ما يتفق مع نتائج الدراسة التحليلية والتي أكدت على حصول " الخبر الصحفي " على مراتب متقدمة بين الأنماط الصحفية المستخدمة في المعالجة الصحفية مما يؤكد حرص الصحافة على الاستمرار في تقديم المعلومات لمتخذي القرار.

6- دراسة مقارنة لقضايا النقد الرياضي في بعض الصحف المصرية. 2010¹

هذه الدراسة قام بها الباحث وليد عطا أحمد حسين، انطلقت إشكالية الدراسة من اهتمام الصحف الرياضية بمجال كرة القدم وإهمالها للقضايا والمواضيع الرياضية الأخرى بما في ذلك باقي الألعاب الرياضية وكذلك قضايا النقد الرياضي واعتبر الباحث هذه الأخيرة أهم النقاط التي تسهم في الارتقاء بالرياضة، وهدفت الدراسة إلى محاولة تحليل الصحف القومية قيد البحث لمحاولة التعرف على تناولها للقضايا الرياضية : التربية، الفنية والإدارية في النصف الثاني من عام 2008.

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج المسحي، وكان مجتمع البحث الصحف المصرية، في حين اختار الباحث عينة قصدية تمثلت في الصحف اليومية ووقع الاختيار على ثلاثة جرائد يومية هي : صحيفة الأهرام / صحيفة أخبار اليوم / صحيفة الجمهورية.

اعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون وقام الباحث باستعراض تلك الصحف لتحليل مضمون المقالات النقدية في المجال الرياضي وذلك عن طريق الحصر الشامل للأعداد الأسبوعية لكل صحيفة خلال الفترة الممتدة بين 01 جويلية 2007 إلى غاية 31 ديسمبر 2007. وأهم النتائج التي استخلصتها الدراسة هي:

¹ وليد عطا أحمد حسين، دراسة مقارنة لقضايا النقد الرياضي في بعض الصحف المصرية ، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة بنها، مصر، 2010.

- بلغ إجمالي تكرار قضايا النقد الرياضي التي تمت معالجتها في الصحف عينة البحث من خلال مقابلات النقد الرياضي قيد البحث خلال النصف الثاني من عام 2007 بـ " 194 " تكرار.
- تعددت الهيئات الرياضية التي تم توجيه النقد إليها في مقابلات النقد الرياضي بالصحف عينة الدراسة، حيث جاءت الأندية في الترتيب الأول ثم الاتحادات ثم المجلس القومي، وفي الأخير اللجنة القومية.
- تعددت الشخصيات الرياضية التي تم توجيه النقد إليها في مقالات النقد الرياضي، وجاءت الجماهير في الترتيب الأول، ثم اللاعبين ثم المدربين ليلهم الحكام وفي الترتيب الأخير الإعلاميين.
- جاءت القضايا التربوية والإدارية في المرتبة الأولى في مقالات النقد الرياضي للصحف المدروسة تليها القضايا الفنية وقضايا مقارنة أخرى.

7- تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية. دراسة وصفية لجمهور الإذاعة

المحلية بالجلفة، حصة النقاش الرياضي نموذجاً. 2012¹

دراسة قام بها الباحث دروازي مصطفى تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول ضرورة التعرف على التفاعل القائم بين الجمهور الرياضي وبين الحصص الإذاعية التي تركز على الحوار انطلاقاً من الجانب الخدماتي التي تتميز به الإذاعة كوسيلة إعلامية، وتمثل التساؤل الرئيسي في ما مدى تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية بالجلفة؟، هدفت إلى التعرف على مستوى التفاعل الحاصل بين الجمهور الرياضي والحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية إضافة إلى معرفة هذه العلاقة القائمة بين هذين الأخيرين وأيضاً التعرف على سيكولوجيا الجمهور الرياضي ومعرفة محتوى الحصص الحوارية الرياضية على الإذاعة المحلية ومدى استجابتها لمتطلبات الجمهور الرياضي.

اعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي، مجتمع البحث كان الأشخاص الذي هم في تواصل مع حصة النقاش الرياضي على مستوى ولاية الجلفة وعليه كانت العينة عشوائية مقدرة بـ 25% من إجمالي المستمعين، مستخدماً الاستمارة كأداة جمع المعلومات. وانتهت الدراسة على النتائج التالية:

- ثبوت الفرضية المطروحة في بداية البحث أن هناك فعلاً جمهور رياضي يتذوق مواضيع رياضية في حين كانت البرامج الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية وسيلة لاكتشاف هذا الذوق.
- مثلت فئة الذكور النسبة الأكبر لمتابعي البرامج الحوارية الرياضية على الإذاعة.

¹ دروازي مصطفى، تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية دراسة وصفية لجمهور الإذاعة المحلية

بالجلفة، حصة النقاش الرياضي نموذجاً، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2012.

- كانت الفئة العمرية الشبابية (بين 17 سنة و 35 سنة) هي الفئة الأكثر متابعة وتفاعلا مع البرامج الحوارية الرياضية التي تبثها الإذاعة المحلية بالجلفة.
- كان المستوى الثانوي هو المستوى التعليمي الغالب على متابعي تلك البرامج الحوارية الرياضية.
- للصحفي المنشط والموضوع الرياضي أثر على مستوى الحصص الرياضية الحوارية في تفعيل الجمهور الرياضي.

8- المعالجة الصحفية لموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي، دراسة تحليلية على عينة من

جريدة الخبر الرياضي الجزائري. 2018¹

قامت بهذه الدراسة الباحثة فاطمة الزهراء زيدان وانطلقت من إشكالية طبيعة المعالجة الصحفية لجريدة الخبر الرياضي الجزائرية لموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي ودور الجريد في هذا المجال الرياضي الخاص بالمرأة، وهدفت إلى التعرف على أهم المواضيع المثارة حول ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي التي ركزت عليها الجريدة، وخاصة معرفة اتجاه جريدة الخبر الرياضي نحو موضوع ممارسة المرأة للنشاط الرياضي وأيضا معرفة الأطراف الفاعلة التي عرضتها الجريدة حول الموضوع.

اعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي، وكان مجتمع البحث يتكون من جميع الأعداد الصادرة عن جريدة الخبر الرياضي اليومي التي حملت أخبار وموضوعات تتعلق بموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي في الفترة الزمنية الممتد بين 14 جانفي 2016 إلى غاية 14 جانفي 2017، واعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل للعينة، بينما تم الاعتماد على أداتي استمارة تحليل المضمون والمقابلة لجمع وتحليل المعلومات. واستخلصت الدراسة النتائج الآتية :

- اهتمام صحيفة الدراسة بتغطية أخبار الرياضات الجماعية أكثر من الرياضات الفردية وبالأخص رياضة كرة القدم بنسبة 50% وإغفال باقي الرياضات الأخرى أثناء التغطية الإخبارية الرياضية بالرغم من النتائج المشرفة للسيدات فيها.
- الخبر الصحفي الرياضي من أكثر الفنون الصحفية الرياضية التي يتم التركيز عليها في معالجة الموضوع، وأعطت الصحيفة اهتماما منطقياً لموضوعات الرياضة من حيث استخدامها للصور، حيث أن هناك موضوعات كانت تخلو من الصور.

¹ فاطمة الزهراء زيدان، المعالجة الصحفية لموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي دراسة تحليلية على عينة من جريدة الخبر الرياضي الجزائري، رسالة دكتوراه، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2018.

- أوضحت الدراسة أن الموضوع يطرح بنسبة كبيرة في الصفحات المتخصصة وكان بنسبة 81.81 % وقد وُجدت أغلب هذه المواضيع في أسفل يسار الصفحة بنسبة 29.411%.
- كما عولجت أغلب المواضيع في دراستنا هذه بنمط الخبر الصحفي بنسبة 76.47% على خلاف الأنماط الصحفية الأخرى، التي نالت أقل نسبة.
- 9- الصحافة الرياضية في الجزائر - دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهدف والخبر الرياضي.

2019¹

- قام بهذه الدراسة الباحث رضوان بوحيلة، وانطلقت من إشكالية واقع التحرير والتغطية الصحفية للشؤون الرياضية الجزائرية عبر يوميتي "الهدف" و "الخبر الرياضي" والخصائص المهنية للصحفيين في ظل ظروف العمل السائدة، وطرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات كان أبرزها:
- ما هو واقع تحرير الأنواع الصحفية والصور المصاحبة لها في يوميتي الهدف والخبر الرياضي في الفترة الممتدة بين 01 جانفي 2012 إلى غاية 31 ديسمبر 2012؟
- ما مدى المعالجة الصحفية للمواضيع والصور المصاحبة لها التي تناولتها الهدف والخبر الرياضي حسب مستوى المنافسة الرياضية؟
- ما مدى المعالجة الصحفية للمواضيع والصور المصاحبة لها التي تناولتها الجريدتين حسب نوع اللعبة الرياضية؟
- ما واقع معالجة يوميتي الهدف والخبر الرياضي للمواد الصحفية من خلال الوجهة السلبية في الحدث الرياضي؟
- تم هذا البحث من خلال تحليل المضامين الصحفية للجريدتين ومعالجة ما يتم نشره من مقالات صحفية، اعتمدت الدراسة منهج المسح الوصفي، وأداة تحليل المحتوى للمضمون الذي نشرته جريدة الهدف والخبر الرياضي على مدار سنة كاملة (2012)، عن طريق عينة قدر حجمها بـ 24 عددا. ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة في شقها التحليلي ما يلي:
- الهيمنة المطلقة للمواد الخبرية والتقريبية على حساب مواد الرأي.

¹ رضوان بوحيلة، الصحافة الرياضية في الجزائر دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهدف والخبر الرياضي، أطروحة دكتوراه، قسم الدعوة والإعلام والاتصال جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2019.

- شبه غياب لمواد الرأي في الجريدتين مع اختلاف إفراد الهدف في استخدام التعليق بـ 0.40%، بالإضافة إلى غياب كلي للتحقيق في صحيفتي الدراسة. مع وجود توازن في استخدام الصور في التكرار والمساحة مع كل نوع صحفي مصاحبة له.

- الاهتمام الشبه المطلق بتغطية كرة القدم على حساب الألعاب الرياضية الأخرى للجريدتين.
- اعتماد الصحيفتين على المصادر المجهولة (بدون توقيع).

- طغيان قيمة الصراع في تغطية ومعالجة المواد الصحفية من الوجهة السلبية في التركيز على خلافات ومشاكل بين مختلف الأطراف الفاعلة ومعالجتها من الباب الشخصي والمادي ولا من باب الطرح العميق للقضايا والرهانات.

10- المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد الرياضي في الصحافة المكتوبة الجزائرية - دراسة

تحليلية بالعينة على جريدة الهدف. 12021

قدمت هذه الدراسة الباحثة صونيا عفان التي بحثت حول كيفية معالجة الصحف المكتوبة الجزائرية لقضايا الفساد الرياضي في الجزائر، من خلال تحليل مضمون واحدة من أهم الصحف الجزائرية في المجال الرياضي ذات الانتشار الواسع ألا وهي صحيفة الهدف الرياضية. وبحثت الدراسة حول القوالب الإعلامية التي اعتمدتها الجريدة في معالجتها لقضايا الفساد وأيضاً المضامين التي ركزت عليها حول هذا الموضوع. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وتمثل مجتمع البحث في مجموع أعداد جريدة الهدف لثلاثة أشهر (سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر) من سنة 2020، استخدمت الدراسة العينة العشوائية وأسلوب المسح بالعينة لتنتهي إلى 12 مفردة قامت بالدراسة التحليلية عليها لتصل إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد الرياضي في الصحافة المكتوبة الجزائرية من خلال جريدة الهدف فإنها مارست مهنتها بحيادية وفقاً لما تنص عليه نظرية البنائية الوظيفية من حيث احترام النسق الاجتماعي للحفاظ على الصالح العام.

- تعتبر الصحافة المكتوبة الجزائرية ممثلة بجريدة الهدف أنموذجاً مسؤولاً فاعلاً في الحد نوعاً ما من ظاهرة الفساد الرياضي بحيادية غير مبررة في بعض الأحيان.

- معظم فئة القوالب الصحفية المعالجة لموضوع الفساد الرياضي في جريدة الهدف جاءت لصالح الخبر.

- معظم فئة اتجاه مضمون جريدة الهدف نحو قضايا الفساد الرياضي كانت لصالح محايد.

¹ صونيا عفان، المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد الرياضي في الصحافة المكتوبة الجزائرية - دراسة تحليلية بالعينة على جريدة الهدف أنموذجاً، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد 12، العدد 01 مكرر، جامعة المسيلة، الجزائر، 2021.

-معظم فئات الأهداف التي يسعى مضمون جريدة الهدف لإظهاره في تناول ظاهرة الفساد الرياضي كانت لصالح الهدف الإخباري.

11- معالجة الصحف السعودية للأخبار الرياضية - دراسة تحليلية. 2015¹

قام بهذه الدراسة عبد الملك من العزيز الشلهوب، وتمحورت الإشكالية فيها حول طريقة المعالجة الإخبارية في الصفحات الرياضية في الصحف السعودية اليومية شكلا ومضمونا عن طريق دراستها تحليليا، واكتشاف طبيعة المعالجة التي استخدمتها هذه الصفحات في عرض الأخبار. وهدف هذا البحث إلى التعرف على الأداء الإخباري للصحف السعودية في المجال الرياضي والكشف عن واقعها والكيفية التي تتناول بها الصحف السعودية المواضيع والقضايا الرياضية.

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، وتمثل مجتمع البحث في الصحف السعودية اليومية أين وقع الاختيار على أربعة جرائد يومية، مثلت بعينة عشوائية منتظمة قدرت مفرداتها بـ 88 عددا، حصرت في الفترة الزمنية المحددة بـ 06 أشهر بداية من نوفمبر 2012 إلى غاية أبريل 2013. لتنتهي الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية اهتماما كبيرا من قبل صحف الدراسة بالأخبار الرياضية.
- ضعف اهتمام الصفحات الرياضية في الصحف السعودية بالموضوعات الرياضية، واقتصرت معالجة الأخبار الرياضية في تلك الصفحات على موضوعين اثنين هما: أخبار الأندية السعودية وأخبار المسابقات الرياضية.
- كشفت الدراسة التحليلية أن رياضة كرة القدم هي أكثر الألعاب الرياضية التي اهتمت بها الصفحات الرياضية في صحف الدراسة الأربعة.
- تهتم الصحف السعودية في معالجتها للأخبار الرياضية عبر صفحات جرائدها بالإطار المحلي، وكانت جل الأخبار التي تناولتها هي أخبار محلية.
- ضعف استخدام الصفحات الرياضية في الصحف السعودية للصور الداخلية ولعناصر الإبراز.

¹ عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب، معالجة الصحف السعودية للأخبار الرياضية - دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، 2015.

12- المضامين الرياضية عبر المواقع الإلكترونية المتخصصة - دراسة تحليلية لموقع الهدف.¹2023

قام بالدراسة الباحث ذيب يوسف، وانطلق من إشكالية ضرورة التعرف على أبرز الأنشطة الرياضية التي تحظى بالألوية في التغطية من قبل الموقع، وأبرز الموضوعات والقضايا التي يتم تناولها ويعالجها، والوسائط المتعددة التي يدعم بها محتوياته، والمصادر التي يعتمد عليها والأنواع الصحفية ونوعية العناوين التي يستخدمها، هدفت الدراسة إلى التعرف على سمات موقع قناة الهدف وأقسامه والخدمات التي يقدمها للمستخدمين والتعرف والكشف على طبيعة شكل المضامين الرياضية المنشورة عبر موقع الهدف.

اعتمدت الدراسة على منهج الوصف المسحي، مجتمع الدراسة تمثل في المضامين الرياضية للموقع الرياضي "الهدف" خلال سنتي 2019 و 2020، اختار البحث عينة عشوائية منتظمة قدرت بـ 787 موضوعاً، طبق عليها الباحث تحليله عن طريق أداة تحليل المضمون ليصل إلى النتائج التالية التي نعرض أبرزها فيما يلي:

- اهتم الموقع بالرياضات الجماعية بنسبة شبه كلية، واحتلت رياضة كرة القدم النسبة الأكبر بين الرياضات التي يعتني المواقع بمعالجة أخبارها.
- اهتم الموقع بمنافسات الأندية أكثر منه بمنافسات المنتخبات فيما يتعلق برياضة كرة القدم.
- هيمنة منافسات الأندية الجزائرية على غيرها من باقي الدول المغاربية والإفريقية من ناحية تغطية واهتمام الموقع محل الدراسة.
- مثل هدف اطلاع مستخدمي الموقع على آخر الأخبار ومستجدات الساحة الرياضية أبرز الأهداف الذي يسعى الموقع إلى تحقيقها.

¹ ذيب يوسف، مرجع سابق.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالمعالجة الإعلامية والإخبارية

1- المعالجة الإخبارية للأزمة السورية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية: دراسة تحليلية

مقارنة لقناتي (روسيا اليوم وفرانس 24) أنموذجاً. 2019¹

قام بهذه الدراسة موسى سالم الكساسبة، وتمحورت الإشكالية فيها حول رصد وتحليل ودراسة أطر المعالجة الإخبارية للأزمة السورية وسمات هذه المعالجة، من خلال مقارنة هذه المعالجة بين قناتي " روسيا اليوم " و " فرانس 24 ". قسم فيها الباحث أسئلة الدراسة بين الأسئلة المتعلقة بتحليل المضمون وأسئلة خاصة بتحليل الأطر الإعلامية الخاصة بالأزمة السورية، أهداف الدراسة كانت دراسة وتحليل المعالجة الإخبارية المقدمة بنشرات الأخبار بالنسبة للأزمة السورية لقناتي " روسيا اليوم " و " فرانس 24 "، اتجاهات وحجم هذه التغطية مقارنة بالتغطية العامة والأهمية المعطاة لهذه الأزمة. إضافة إلى التحليل الكيفي للأطر الرئيسية والأطر الفرعية في معالجة الأزمات من حيث الكلمات المحورية الأكثر بروزاً والعناصر المستخدمة في إبراز الخبر والشخصيات المحورية التي ركزت عليها المعالجة.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي، مجتمع البحث في الدراسة كانت جميع النشرات الإخبارية المقدمة على قناتي روسيا اليوم وقناة فرانس 24 خلال الفترة الممتدة بين 01 أكتوبر 2018 إلى 28 فيفري 2019. اعتمد الباحث على أسلوب الأسبوع الصناعي وتحصل الباحث على 20 نشرة إخبارية لكل قناة أين كانت عينة البحث 40 نشرة أخبار. واستخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون واستمارة تحليل الأطر الإخبارية من أجل تحليل الأخبار التي تداولتها القناتين محل الدراسة. انتهت الدراسة إلى النتائج التالية :

- ركزت القنوات محل الدراسة في نشرات أخبارها على المواضيع السياسية المتعلقة بالأزمة السورية في نشرات الأخبار وتصريحات الدول حول تداعيات هذه الأزمة.
- اتجاهات المعالجة الإخبارية للأزمة السورية في النشرات الإخبارية على قناة "فرانس 24" اتصفت بالحيادية، بينما كانت اتجاهات المعالجة لقناة "روسيا اليوم" تميل للتأييد.
- غلب استخدام التقارير الإخبارية في نشرات الأخبار على قنوات الدراسة حول الأزمة السورية من بين الأنماط الإعلامية المستخدمة أين جاءت بنسب مرتفعة وتلتها الأخبار، بينما أهملت القنوات استخدام كل من الريبورتاج والتحقيق.

¹ موسى سالم الكساسبة، المعالجة الإخبارية للأزمة السورية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية دراسة تحليلية مقارنة لقناتي روسيا اليوم وفرانس 24 أنموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019

- اعتمدت قناة "فرانس 24" على مندوبي القناة بشكل شبه كلي في معالجتها للأزمة السورية وغاب استخدامها للمراسلين، بينما اعتمدت قناة "روسيا اليوم" على مراسليها في معالجة الأزمة ولم تعتمد على المندوبين.
- تصدر استخدام الإطار السياسي بين الأطر المرجعية في معالجة الأزمة السورية على قنوات الدراسة في نشرات الأخبار.

2- المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق - تحليل مضمون مجلة نيويورك تايمز - النسخة

العربية. 2009¹

هي دراسة قام بها الباحث استبرق فؤاد وهيب، تمحورت إشكالية الدراسة حول ضرورة التعرف على المعالجة التي قدمتها الصحافة الأمريكية لقضية احتلال العراق وذلك من خلال تحليل مضمون مجلة نيويورك الأمريكية، لمعرفة الدعاية الأمريكية قبل وبعد احتلال بغداد وما هي المنطلقات التي يتم استخدامها لتلك الدعاية من خلال رصد وتحليل الأطر الإعلامية التي تبنتها مجلة نيويورك تايمز، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مكونات الصورة العامة التي قدمتها مجلة نيويورك تايمز عن العراق في هذه الفترة، كما هدفت إلى الكشف عن عناصر الدعاية المقدمة في المجلة.

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستهدف الباحث وصف وتحليل الدور الذي تلعبه الصحافة الأمريكية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور على المستويات المحلي، الإقليمي والدولي. مجتمع البحث في هذه الدراسة تمثل في الصحافة الأمريكية المطبوعة ممثلة بمجلة نيويورك تايمز، في حين اختار الباحث عينة قصدية لكل أعداد المجلة التي تناولت موضوع البحث في الفترة الممتدة بين 24 ديسمبر 2002 حتى 30 جوان 2003، بينما اعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون عن طريق استمارة تحليل المحتوى.

دلّت نتائج البحث على الدور الذي لعبته مجلة نيويورك تايمز في المساهمة بالدعاية الأمريكية لاحتلال العراق وحشد الرأي العام العالمي ضده، من خلال الدور المتحيز لوجهة النظر الأمريكية التي استخدمت حجج وذرائع لاحتلال العراق وإسقاط نظام الحكم فيه، ثبت للعالم لاحقاً أنها مزيفة وغير حقيقية مشاركة بحملة التضليل الإعلامي التي قادتها الولايات المتحدة الأمريكية قبل الحرب لتشويه صورة العراق وقيادته وعدم إظهار وجهات النظر الأخرى المعارضة للسياسة الأمريكية اتجاه العراق، سواء لدول لها ثقل عالمي أو

¹ استبرق فؤاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق تحليل مضمون مجلة نيويورك تايمز النسخة العربية ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2009.

لمنظمات دولية أو إقليمية أو حتى للرأي العام العالمي مما أضر بمصداقية المجلة ومدى موضوعيتها التناول الإعلامي للمواضيع المنشورة فيها.

3- صياغة الأخبار بين المعايير المهنية والقيود السياسية. قناة الجزيرة أنموذجاً. 2009¹

قام بهذه الدراسة الباحثة دينا عبد الحميد صابر وانطلق البحث من إشكالية المصداقية والفورية التي أتى بها الإعلام الخاص في مجال تقديم الأخبار ما أدى بالمشاهد إلى التحول إلى الفضائيات الإخبارية الخاصة التي استعاض بها عن القنوات المحلية، وضرورة دراسة المتغيرات التي أدت إلى حدوث هذا التحول الجذري لدى المشاهد العربي، وهدفت الدراسة إلى إلقاء المزيد من الضوء على التطور الذي لحق بالجوانب الفنية التحريرية المتعلقة بالأخبار التلفزيونية، والتركيز على العوامل المؤثرة في اختيار ومعالجة الأخبار التلفزيونية كالمعايير المهنية العامة التي تفيد العمل الإعلامي والسياسات الخاصة بكل قناة على حدا، إضافة على التعرف على الأجندة الفكرية لوسائل الإعلام.

اعتمد الباحث في دراسته على إتباع المنهج الوصفي التحليلي في دراسة صياغة الأخبار، واستخدمت الدراسة نظام العينة العشوائية المنتظمة وذلك من خلال دراسة حالة للأخبار السياسية المقدمة عبر نشرات قناة الجزيرة داخل إطار زمني محدد على فترتين، وقد تنوعت عينتا الدراسة التحليلية فقد كانت الأولى عبارة عن تغطية إخبارية متكاملة لأحداث العمليات العسكرية الإسرائيلية على غزة، أما العينة الثانية فكانت عبارة عن نشرات أخبار متفرقة عشوائية وممتدة للإحاطة بنشرات الأخبار الرئيسية لقناة الجزيرة، فيما تم استخدام استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع وتحليل البيانات.

انتهت الدراسة إلى النتائج التالية :

- هناك طفرة فيما يتعلق بالخدمات الإخبارية المقدمة من قبل القنوات الفضائية الخاصة والمتخصصة كما في حالة قناة الجزيرة.
- تعتمد الخدمات الإخبارية المقدمة الآن على الأسلوب الغربي في بناء نشرات الأخبار القائم على القصص الإخبارية وثرء النشرات بالتقارير المصورة والمقابلات أو المداخلات ما يعطي للخبر حقه في العرض والتحليل.
- تولي قناة الجزيرة أهمية خاصة وكبيرة بالشأن العربي والإسلامي واعتبارها للقضية الفلسطينية قضية العرب الأولى، وهو ما يعد أجندة سياسية وفكرية تحكم عمل القناة.

¹ دينا عبد الحميد صابر، صياغة الأخبار بين المعايير المهنية والقيود السياسية، قناة الجزيرة أنموذجاً ، رسالة ماجستير ، قسم الإعلام، جامعة الخرطوم، السودان، 2009.

- أبرز نتائج التحليل لنشرات أخبار الجزيرة أكدت أن القناة تحقق نسبة متساوية من العدل والموضوعية في عرض الأحداث الجارية ولكنها تتحيز عندما يتعلق الأمر بالقضية الفلسطينية.
- تقدم قناة الجزيرة نشرات أخبارها بإبراز الأحداث العالمية الجارية أولاً بأول غير أن عناوينها الرئيسية تقتصر في أغلب الأوقات على القضية الفلسطينية وأهم مجريات الأحداث المتعلقة بالشأن العربي الإسلامي.
- تقوم قناة الجزيرة على إبراز ثلاثة عناوين رئيسية، وتشكل هذه العناوين مواضيع القضايا الرئيسية التي ستقوم النشرات بعرضها مضافاً إليها التقارير ولقاءات الخبراء أو المسؤولين السياسيين إضافة إلى أخبار أخرى لكنها ليست بذات الأهمية والأولوية.

4- المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية

المتخصصة. دراسة تحليلية مقارنة بين قناة " الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية. 2012¹

انطلقت إشكالية هذه الدراسة من فهم الطريقة والكيفية التي تعالج بها الفضائيات الإخبارية العربية الممثلة بقناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية لظاهرة الإرهاب بعد أحداث 11 سبتمبر، وهدفت الباحث من خلال دراسته لتحقيق أهداف معينة أهمها ضرورة التعرف عن الأطر الإخبارية التي توظفها الفضائيتين الإخباريتين الجزيرة والعربية في تناولهما للقضايا الإرهابية البارزة بعد أحداث الحادي عشر سبتمبر، ودراسة كيفية انعكاس السياسية التحريرية الخاصة بكل فضائية محل الدراسة على أسلوب تناولهما للأحداث الإرهابية إضافة إلى مقارنة توجهات كل قناة حيال ظاهرة الإرهاب، والكشف عن مدى فاعلية البرامج الحوارية في طرح ومعالجة الأحداث الإرهابية البارزة بعد أحداث 11 سبتمبر وتحديد موقف القناتين من الإرهاب. تندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي مدعماً بأسلوب تحليل المضمون كأداة من أدوات التحليل، وتكوّن مجتمع الدراسة من مضمون حلقات البرامج الحوارية في الفضائيتين الإخباريتين الجزيرة والعربية وهي الحلقات التي تطرقت للأحداث الإرهابية البارزة وتداعياتها بعد الحدث الإرهابي الكبير في الولايات المتحدة الأمريكية يوم 11 سبتمبر 2001. في حين تم الاعتماد على العينة القصدية. استخلصت الدراسة النتائج التالية:

- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن هناك اتفاقاً بين قناتي الدراسة فيما يتعلق بالقوى الفاعلة المحركة لقضايا الإرهاب خلال فترة الدراسة، لكنها تختلف من حيث دورها وسماتها. أين كان هناك تباين واضح أفرزته

¹ نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناة " الجزيرة " القطرية وقناة " العربية " السعودية "، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 3، 2012.

السياسيتين التحريريتين في تقديم أمريكا كقوة فاعلية بين الدور السلبي للولايات المتحدة الأمريكية الذي أظهرته قناة الجزيرة والدور الإيجابي الذي تناولته قناة العربية في معالجتها للقضايا الإرهابية، فيما انتقيا في الدور السلبي للدول الأوروبية.

- استخلصت الدراسة عدم وجود توافق بين القناتين في تقديمهما للدول العربية كقوى فاعلة، فالجزيرة ركزت على استعراض الدور السلبي للدول العربية الخاضعة والمستسلمة للسياسة الأمريكية، بينما قدمت قناة العربية الدول العربية في صورة واضحة، في حين اتفقتا القناتان في إبراز الدور السلبي للحكام العرب في ممارسة القمع والاضطهاد ضد شعوبهم الضعيفة.
- لم تتوافقا القناتين حول نوعية وطبيعة الشخصيات المستضافة لمناقشة لقضايا الإرهاب، فقد عمدت قناة الجزيرة استضافة شخصيات عربية، أمريكية، أوروبية، إسرائيلية وحتى شخصيات غير حكومية معارضة لحكوماتها الأصلية، بينما اكتفت قناة العربية في استضافة الشخصيات العربية خاصة السعودية ومحللون نفسانيون وخبراء في الاقتصاد من أجل معالجة الظاهرة من الناحية النفسية والاقتصادية والأمنية. لتستخلص الدراسة أن القناتين تعمدتا استضافة شخصيات تتماشى وتتوازى مع أفكارهم وتوجهاتهم التحريرية.
- أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود توافق في موقف قناتي الدراسة من الإرهاب، فقد جاء موقف قناة الدراسة مؤيدا للإرهاب وللإرهابيين ومعاديا لسياسة الغرب، كما تبنت وجهة نظر معارضة للطرح الأمريكي والأوروبي فيما يتعلق بمفهوم الإرهاب والإرهابيين وتكون بذلك القناة قد تحولت إلى منبر دعائي لتمرير أهداف الإرهابيين والدعاية لأعمالهم من خلال المساهمة في نشر وتعريف بأفكارهم.

2- مناقشة الدراسات السابقة المشابهة

كانت كل الدراسات التي تناولناها سابقا والتي تعتبر دراسات سابقة ومشابهة لموضوع هذا البحث تخدم دراستنا في أكثر من جانب، بداية من كونها جلّها دراسات تحليلية استخدمت أداة تحليل المضمون لمعالجة المضامين الإعلامية والإخبارية، اعتمادها على المنهج المسحي المطبق في هذه الدراسة، إضافة أنها مست متغيرات الدراسة في صورة الإعلام الرياضي والمعالجة الإعلامية والإخبارية، ومن بينها أيضا من اعتنت بدراسة ذات الوسيلة أو المؤسسة الإعلامية وهي مجمع الأهداف كوسيلة إعلامية خضعت للدراسة، سواء الجريدة اليومية أو الموقع الرسمي في صورة دراسات: براهيم محمد (2012) رضوان بوحيلة (2019)، صونيا عفان (2021)، ذيب يوسف (2023) وهي دراسات اقتربت إلى حد بعيد من دراستنا بما أنها اختصت بتحليل المضامين الإعلامية التي قدمها الموقع الرسمي للأهداف أو الجريدة الرياضية الأهداف ومعالجة ما يتم نشره وتحريره ضمن هذه المواد، بالمقابل فقد عالجت زوايا مختلفة مما تقدمه الوسيلة من مضامين في صورة الفساد الرياضي أو العنف في الملاعب أو المضامين التي تقدمها بصفة عامة.

إضافة إلى دراسات عربية بحثت في المعالجة الإعلامية والإخبارية للمضامين الصحفية أو المواقع الإلكترونية من خلال تحليل مضامينهم كدراسة عبد الملك عبد العزيز (2015) غسان محمد (2015)، مصطفى محمد محسن (2018)، مهدي معين (2016)، وليد عطا احمد (2010)، محمد عبد المحسن (2012)، وهي جملة من البحوث التي مست قضايا ومواضيع رياضية متنوعة كالأزمات الرياضية، قضايا النقد الرياضي، وما تقدمه المواقع الإلكترونية من مضامين، وهي دراسات تتطابق مع دراستنا بما في اعتمادها على تحليل ما تقدمه تلك الوسائل من جوانب مختلفة.

فيما كانت هناك دراسات مشابهة بحثت في الإعلام الرياضي بصفة عامة كدراسة دروازي مصطفى (2012)، دراسة فاطمة الزهراء زيدان (2018)، ودراسات أخرى مشابهة بحثت في المعالجة الإعلامية أو الإخبارية في صورة دراسة نصيرة تامي (2012)، استبرق فؤاد (2009)، دينا عبد الحميد (2009)، سالم الكساسبة (2019)، ورغم أنها كانت دراسات اختصت بالمجال السياسي وليس الرياضي إلا أنها تتوافق مع متغير هام في دراستنا ألا وهو المعالجة الإعلامية أو الإخبارية للمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام منها التلفزيونية ومنها المقروءة، ما سمح لنا بأخذ صورة أوضح حول المعالجة الإعلامية والإخبارية لعنصر الرسالة التي تقدمها وسائل الإعلام وطريقة التداول والتعامل مع تلك المضامين الإعلامية في سبيل تحقيق

الأهداف التي انطلقت منها دراستنا حول المعالجة الإخبارية للمضامين التي تقدمها قناة الهدف الرياضية عبر نشرات أخبارها.

• جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة

✓ استفاد الباحث من الدراسات السابقة فيما يخص ضبط مشكلة الدراسة خاصة الدراسات التي اعتنت بتحليل محتوى والمضمون الإعلامي الرياضي، والتي تنتمي لنفس المؤسسة الإعلامية محل الدراسة رغم اختلاف نوع الوسيلة (جريدة الهدف، موقع الهدف).

✓ الاستفادة من الإجراءات المنهجية لما اعتمدته الدراسات السابقة سواء المتعلقة بالمعالجة الإخبارية والإعلامية أو التي تعلقت بالإعلام الرياضي، والتي سنقوم بتوظيفها أثناء تناولنا للإطار المنهجي للدراسة، وأيضا نتائج تلك الدراسات التي سنستفيد منها أثناء تحليلنا لنتائج الدراسة ومقارنتها بما توصلنا إليه.

✓ نظرة الباحثين السابقين لتحليل المضامين الرياضية لوسائل الإعلام والتي ستفيدنا في مرحلة إعداد استمارة تحليل المحتوى وبالتحديد فيما يتعلق بفئات الشكل والمضمون أين سيتم توظيف تلك الملاحظات كخبرات مسبقة قبل الإعداد النهائي للاستمارة.

✓ استفاد الباحث من الدراسات السابقة كونها تمثل مراجع ثمينة للدراسة فيما يخص الجانب التوثيقي للدراسة بما أنها اختصت بدراسة الإعلام الرياضي الذي تبحث فيه دراستنا، إضافة أنها حملت مجموعة من المراجع والمصادر التي تمكن الباحث من الوصول إليها بفضل تلك الدراسات.

✓ تشترك جل الدراسات السابقة التي توصلنا لها وتناولناها في هذا الإطار في أكثر من متغير في الدراسة ألا وهما الإعلام الرياضي والمعالجة الإخبارية، إضافة إلى الرؤى المختلفة والمتنوعة لهؤلاء الباحثين للمنظومة الإعلامية الرياضية وكيفية نشاطها، وأيضا المضامين الإعلامية التي تقدمها، ما سيقدم لنا إضافة كبيرة حول رؤيتنا للوسيلة محل الدراسة أو المضامين التي تقدمها وطريقة معالجتنا لمضامينها.

الفصل الثالث: الإعلام الرياضي طبيعته، أنواعه وخصائصه

المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي

- 1- مفهوم الإعلام الرياضي
- 2- وظائف وأهمية الإعلام الرياضي
- 3- أنواع الإعلام الرياضي
- 4- خصائص الإعلام الرياضي
- 5- أهداف الإعلام الرياضي
- 6- عناصر الإعلام الرياضي

المبحث الثاني: المنظومة الإعلامية الرياضية

- 1- مفهوم المنظومة الإعلامية الرياضية
- 2- عوامل استقلال المنظومة الإعلامية الرياضية عن المنظومة الإعلامية العامة
- 3- عناصر المنظومة الإعلامية الرياضية

تمهيد

تمكن الإعلام الرياضي اليوم من الوصول إلى درجة كبيرة من الأهمية من طرف الجماهير الواسعة التي أصبح يطلق عليها بالجماهير الرياضية وكذلك من طرف المؤسسات الإعلامية بمختلف تخصصاتها سواء المكتوبة، المسموعة أو المرئية، وقد تنامي هذا الاهتمام مع مرور السنوات ليمسّ مختلف دول العالم، ويحتل اليوم مكانة كبيرة لا يستهان بها على مستوى الفضاءات الإعلامية المتنوعة، إن النّظر إلى هذا النوع الإعلامي من زاوية أخرى يؤكد أن الاهتمام ودرجة الأهمية التي بلغها الإعلام الرياضي اليوم ليس وليدة الصدفة وإنما هذا الأمر أصبح طبيعياً ومنطقياً بالنظر إلى حجم الشعبية التي باتت تتمتع بها الرياضة عند كل الشعوب واهتمام الملايين من الأفراد بالرياضة ومفرازاتها التي تقدمها وسائل الإعلام، فالرياضة اليوم أصبحت صناعة تقوم على مناهج علمية واستراتيجيات كثيرة من أجل التسيير والتسويق والإعلان والحصول على عقود رعاية، أي تحول الرياضة مما كانت عليه سابقاً إلى تجارة تعود بأرباح كبيرة على مستثمريها، وخير دليل على ذلك هي الدرجة التي وصلها اليوم الاتحاد الدولي لكرة القدم أين أصبح هذا الأخير مؤسسة تشرف على عديد الهيئات في كل بلدان العالم وتقدر ميزانيّتها بملايين الدولارات.

إن كل هذا الحديث الذي يتمحور حول الخصائص الحديثة للرياضة وما وصلت إليه يجرّنا إلى دور الإعلام اليوم والرهان الكبير الذي ينتظره ليصل إلى المكانة التي وصلت إليها الرياضية، والتحدي الذي ينتظره من أجل السير بموازاة هذا التطور الذي بات يميّز الرياضة، ليكون الإعلام بمستوى تطلّعات الجماهير الكبيرة التي تنتظر منه الكثير ليقدم لها كل ما يحتاجه ويشبع رغباته، ولن يتحقق هذا إلا بمهنية، موضوعية واحترافية الإعلام الرياضي، والأهم من كل هذا هو المساهمة الجدية في تطوير الرياضة من خلال القيام بمهنة الإعلام على أكمل وجه سواء تعلق الأمر بالخدمة الإخبارية الرياضية أو نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي في المجتمع إضافة إلى العمل على تطوير الأداء الرياضي في حد ذاته.

فالحديث هنا عن الإعلام الرياضي لا يقيدنا بالضرورة إلى التغطية الإعلامية لمختلف الرياضات والمنافسات والأحداث الرياضية فحسب، وإنما للطريقة التي تعالج بها أيضا المؤسسات الإعلامية والإعلاميون الرياضيون المواضيع الرياضية من خلال عمليات التحليل والنقد والدراسة المتعمقة أثناء العمل الإعلامي في هذا المجال، والرياضة ليست فقط كرة القدم وإنما جميع الرياضات الجماهيرية والفردية وحتى النسوية منها.

المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي

1- مفهوم الإعلام الرياضي

أ- الإعلام

تناول عديد الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال منذ عقود مضت العديد من التعريفات التي خصّت الإعلام كمفهوم علمي، ولعل من كثرة تداول هذا المصطلح في جميع مجالات الحياة اليومية وانتشارها الواسع جعلها تبدو واضحة المعالم في أذهان الجميع، ولكنها في الحقيقة ليست على تلك الشاكلة بالنظر إلى تعدد المفاهيم والزوايا التي وضعت على ضوءها تلك التعاريف.

فالإعلام لغة

كلمة مشتقة من الفعل علم حسب جميع القواميس العربية والأجنبية، وجاء في قاموس المعجم الوسيط "أعلم فلانا الخبر أي أخبره به"¹، بينما في قاموس لسان العرب جاء " علم بالخبر، ويقال ما علمت بخبر قدوم فلان، واستعلم لي خبر فلان حتى أعلمه وعلم الرجل بمعنى أخبره وأحب أن يعلمه أي يخبره."² وفي معجم المعاني الجامع جاء الإعلام من الفعل علم، ويقال أعلمه الأمر بمعنى أخبره به وعرفه إياه وأعلمه بما يحدث.³ أمّا في اللغة الفرنسية فقد جاء في قاموس "La rousse - لاروس" أنّ مصطلح الإعلام يعني "information" وهو اسم مشتق من الفعل "informer" ويعني "إيصال الأخبار والمعلومات والأحداث إلى العامة وجعلهم على علم بها"⁴

أما اصطلاحاً

فيعرف الإعلام عند الكثير من المختصين أنه العملية التي يتم من خلالها نقل وإيصال الأخبار والمعلومات والأحداث إلى الجماهير، وتتم هذه العملية عبر آليات واستراتيجيات تقدوها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، وعرفت هذه العملية تغيرات كبيرة على مر السنين مستفيدة من التطور التقني والتكنولوجي الذي مس وسائل الاتصال. فالإعلام أحد المفاهيم الشائعة في العصر الحالي والذي عرف

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط1، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2011، ص 624.

² ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 3083 ص 3084.

³ معجم المعاني النسخة الإلكترونية: www.almaany.com

⁴ Encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne, www.larousse.fr

مفهومها تطورا كبيرا تماشيا مع اختلاف الرؤى العلمية للباحثين والمختصين وسنعرض فيما يلي البعض من التعريفات الشائعة لهذا المفهوم.

يعرفه سمير حسين أن " كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عند القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية."¹ وهو المفهوم الذي انطلق منه الباحث من العملية الاتصالية التي اعتبرها أساس ومنطلق رئيسي في العملية الإعلامية ككل، وهو ذات الطرح الذي انطلق منه العديد من الباحثين والمختصين في هذا المجال.

في حين ركّز الباحث عبد اللطيف حمزة على المعلومة كوحدة أساسية في الإعلام وأن العملية ككل تقتضي أن يصل الجمهور لمعلومات وأخبار صحيحة تتسم بالدقة وأيضاً الموضوعية واعتبرها واحدة من خصائص وأساسيات الإعلام. وعرّف الإعلام على أنه " تزويد الجمهور بالحقائق الواضحة والمعلومات الصحيحة."²

واتفق إبراهيم إمام في تعريفه للإعلام مع سابقه واعتبره عملية تهدف إلى نشر الأخبار والحقائق والأفكار وحتى الاتجاهات والآراء بوسائل مختلفة، ويرى هذا الأخير أن الإعلام هو عبارة عن " نشر الأخبار والحقائق والأفكار والآراء، ويتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض، من خلال أدوات ووسائل محايدة بهدف تكوين فكرة خاصة."³

في حين عرّف عويس وعبد الرحيم الإعلام بأنه " تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق والأفكار والآراء بين الجماهير من خلال وسائل الإعلام المتنوعة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والندوات والمؤتمرات، وذلك بهدف توعية هذه الجماهير وإقناعهم والحصول على تأييدهم فيما بينهم ومخاطبتهم به."⁴ الإعلام بالأساس هو عملية اتصالية جامعة، تنطلق من الوصول إلى المعلومة التي تتمثل في الأخبار والحقائق والأحداث والآراء والأفكار وحتى الاتجاهات، ومن ثم نقلها وإيصالها إلى الجماهير عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة والتقليدية سواء كانت مكتوبة، مرئية أو مسموعة، وهذا من أجل تزويدهم

¹ سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص22.

² عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص 23

³ إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1969، ص133.

⁴ عطا حسين عبد الرحيم، مرجع سابق، ص20.

بكل ما يحدث من حولهم من مواضيع وقضايا، وهذا لأبعاد تعليمية أو توعوية أو إقناعية أو حتى توحيد الرأي العام.

ب- الرياضة

- لغة :

جاء في قاموس المحيط للفيروز أبادي أن الرياضة من الفعل راض ويقال " راض المهر رياضاً ورياضةً بمعنى ذلله فهو راض من راضٍ ورواضٍ وارتاض المهر صار مروضاً".¹ وتناول قاموس المعاني مصطلح الرياضة وجاء أن الرياضة أتت من المصدر راض وجمعها رياضات، وهي عبارة عن ذلك النشاط الذي يتضمن الجهد والمهارة الجسدية معاً، يمارسها الأشخاص على نحو تنافسي، وتحكمها قوانين وعادات.²

ويرى أهل اللغة بأن الرياضة في اللغة العربية كلمة مشتقة في أصل من راض بمعنى رياضاً ورياضة، أي طوعه وكيفه وهي استبدال الحال المذمومة بالحال المحمودة. وهي تعني التسلية والترويح، والحركة التي نشعر من خلالها بالتعب للمحافظة على الصحة.³ في حين عرّف جبران مسعود في معجمه الرائد الرياضة على النحو التالي " التمارين المنظمة والألعاب ذات أصول وقواعد تهدف إلى تقوية الجسم، وتغذية العقل وتهذيب النفس بإكساب المرء صفات حميدة كالمتابعة واللين.⁴ وفي المجمل تعني كلمة الرياضة لغويًا ترويض وتهذيب النفس وتعني بالمفهوم العام صحة وسلامة ووقاية ومناعة وحصن وحرز عن الأمراض والشيخوخة المبكرة.⁵

- اصطلاحاً:

تناولنا فيما سبق وبالتحديد في عنصر تحديد المفاهيم أن الرياضة عبارة عن مجموعة من النشاطات البدنية والعقلية التي تهدف إلى تحسين أداء الفرد من الناحية البدنية والعقلية، ويكون هذا النشاط في قالب تنافسي بالنسبة للفرد سواء مع ذاته أو مع غيره، تحكم هذه المنافسة مجموعة من القواعد والقوانين التي تضمن

¹ الفيروز أبادي، القاموس المحيط، تحقيق انس محمد الشامي وزكرياء جابر أحمد، دار الحديث للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008 ص 682.

² قاموس المعاني، النسخة الإلكترونية، <https://www.almaany.com>

³ موقع كورة، <https://forum.kooora.com/f.aspx?t=33630013> مسترجع بتاريخ 2021/09/07.

⁴ جبران مسعود، معجم الرائد، ط7، دار العلم للملايين، بيروت، 1992، ص 408.

⁵ محمد علي عبد المعبود، التربية البدنية، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 51.

السير الحسن لهذا التنافس، وقد شملت العديد من التعريفات مفهوم الرياضة على أنها النشاط الذي يقوم به الفرد، فيما كانت هناك بعض الإضافات من طرف عديد المختصين والباحثين الذين شرّحوا هذا المصطلح من زوايا عديدة ومنحوه أبعاد أخرى، وسنحاول التطرق فيما يلي إلى أبرز تلك التعريفات.

فقد عرّف المفكر والعالم الرياضي الروسي "ماتفييف" أحد أبرز الباحثين والمختصين في المجال الرياضي أن الرياضة عبارة عن " نشاط ذو شكل خاص جوهره المنافسة المنظمة من أجل قياس القدرات وضمان أقصى تحديد لها" فيما تناولت كوسولا الرياضة بأنها " التدريب البدني من أجل تحقيق أفضل نتيجة ممكنة في المنافسة، لا من أجل الفرد الرياضي فقط وإنما، بل من أجل الرياضة في حد ذاتها".¹

وقد أضافت الباحثة كوسولا لهذا التعريف سمة اعتبرت أساسية ولصيقة لمفهوم الرياضة ألا وهي سمة التنافسية واعتبرتها سمة رئيسية ملازمة للرياضة كمفهوم لأنها حسب الباحثة تضيف عليها طابعا اجتماعيا ضروريا، وتستدل هذه الأخيرة بذلك بالنظر أن الرياضة نتاج ثقافي للطبيعة التنافسية للإنسان بما أن الإنسان يعتبر كائن اجتماعي وثقافي في نفس الوقت، أي أن الرياضة وممارستها بعيدا عن طابع المنافسة يجعل مفهومها قريبا إلى أبعد الحدود لمفهوم اللعب الذي يمارسه الجميع ربما حتى دون علم بأنها رياضة على أساس أن الأطفال الصغار يمارسون أنشطة بدنية وحركية وعقلية تحمل صيغة الرياضة، ناهيك أن الكائن الحيواني الذي يلعب هو الآخر دون علم له بأنه يمارس في نشاطات بدنية تحت مسمى الرياضة، وهنا تكمن أهمية وخاصية المنافسة التي أضافتها كوسولا إلى مفهوم الرياضة.

يرى فاروق عبد الوهاب أن "الرياضة وسيلة فعالة لتربية وتعديل السلوك، وخطوة لاكتساب الصحة واللياقة البدنية، وهي بمثابة جرعة من الصحة يجب أن ينالها كل شخص مهما كان عمره أو عمله، كما تعتبر جزءا من الأمن القومي".² في حين يرى باحثون آخرون أن الرياضة هي وسيلة لاكتساب اللياقة البدنية ومن ثم التمتع بالصحة الجيدة.³ بينما يرى خالد الحشوش أن "الرياضة تعني امتلاك الإنسان حالة صحية جيدة تساعده على أداء الأنشطة اليومية بكفاءة وحيوية".⁴

¹ أمين الخولي، الرياضة والمجتمع، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت، 1996، ص 112-120.

² فاروق عبد الوهاب، الرياضة صحة ولياقة بدنية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1995، ص ص 13-17.

³ محمد الخزاعلة وآخرون، الرياضة وعلم النفس، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 15.

⁴ خالد الحشوش، عالم الرياضة والصحة، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، 2009، ص 145.

فيما ربط علي يحي المنصوري الرياضة بالأداء الرياضي والنشاط البدني وعرفها أنها المهارات والمعلومات والاتجاهات التي يكتسبها الفرد دون سن معين، يوظف ما تعلمه في تحسين نوعية الحياة نحو المزيد من تكيف الفرد مع بيئته ومجتمعه، حيث أن ممارسة النشاط البدني والرياضي لا تقتصر فيها المنافع على الجانب الصحي والبدني فقط، بل يتم التأثير الإيجابي على جوانب أخرى النفسية منها والاجتماعية، المعرفية، العقلية، فنية، وكل هذه الجوانب تشكل شخصية الفرد شاملا منسقا متكاملًا.¹ إن هذا مفهوم تم التركيز فيه على الإضافات التي تقدمها ممارسة الرياضة على جسم الإنسان وصحة البدن والنفس، وأيضاً على الأدوار الإيجابية والمميزات التي تعود على الفرد بمجرد ممارسته للرياضة.

تناول الباحث غسان محمد مفهوم الرياضة نقلاً عن المجلس الدولي للرياضة والتربية وبالتعاون مع اليونسكو أن الرياضة هي " كل نشاط بدني له صفة اللعب، ويتضمن صراعاً مع الذات أو مع الغير أو في مواجهة الطبيعة".² وهو مفهوم قريب جداً للذي قدمته الباحثة كوسولا من ناحية المنافسة على أساس الصراع مع الذات أو الغير أو الطبيعة الذي تم تناوله في هذا المفهوم هو في الأصل منافسة مع الآخرين ومع الطبيعة وحتى مع الذات.

ج- الإعلام الرياضي

لقد كانت الشعبية التي تتمتع بها الرياضة في السابق من أهم الأسباب إلى أدت إلى ظهور ما يعرف اليوم بالإعلام الرياضي والذي كان في السابق عبارة عن مقالات صحفية تنشر من أجل إبلاغ الجماهير والمجتمعات بالمنافسات الرياضية التي كانت أغلبها منافسات ودية بين رياضيين في بعض الألعاب، قبل أن تجد تلك المقالات صدًى واسعاً في المجتمعات خاصة الفرنسية والانجليزية بعدما اتسمت الرياضة بطابع المنافسة الرسمية المحلية والدولية، وكانت الصحافة المكتوبة آنذاك السبّاقة إلى اعتماد مساحة صحفية في الجرائد تتناول فيها أخبار الرياضة وخاصة منها كرة القدم، بالنظر إلى الشعبية الكبيرة التي تتمتع بها هذه الرياضة إلى يومنا هذا، قبل أن يتطور العمل الإعلامي في هذا المجال مع تطور وسائل الاتصال لتستفيد الرياضة من مساحة أكبر أين حُصص لها صفحات خاصة وتتحول إلى تصدر عناوين لصفحة الأولى، لتستفيد بعدها من تكنولوجيات الاتصال الحديثة ليصبح الإعلام في المجال الرياضي يحظى بنفس الأهمية

¹ علي يحي المنصوري، الثقافة الرياضية العامة، ج1، ط1، الإسكندرية، 1971، ص 209.

² غسان محمد، معالجة المواقع الالكترونية الرياضية العربية لظاهرة التعصب الرياضي دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، 2015، ص19.

التي يتمتع بها اليوم المجال السياسي والاقتصادي، وعلى مدار هذا الخط الكرونولوجي كانت هناك عديد التعريفات لمفهوم الإعلام الرياضي سنحاول فيما يأتي سرد الأهم منها.

عرّف حسين عمر سليمان الإعلام الرياضي منطلقاً من الأخبار كوحدة أساسية ووصفه بأنه " تلك الرسائل الإعلامية في المجال الرياضي التي تكمن وظيفتها في إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة والواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين حالة أو رأي في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع مهم يتعلق بالمجال الرياضي".¹

ولعل أبرز تعريف لمفهوم الإعلام الرياضي في الوطن العربي قدمه الباحثان خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم في كتابهما الإعلام الرياضي، وهو واحد من بين أبرز وأوائل الكتب العربية التي تناولت موضوع الإعلام الرياضي وكان ذلك سنة 1998، أين عرّفاه على أنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي".² وهو مفهوم لقي صدًى واسعاً لدى الباحثين والدارسين في هذا المجال داخل الوطن العربي، وبالنظر أن الكتاب من أوائل الكتب كما قلنا آنفاً فقد تم اعتماده في الكثير من الدراسات التي اختصت بالرياضية والإعلام، أين وجدنا هذا المفهوم في العديد من الدراسات التي اعتمدها الباحث في إثراء هذا العمل العلمي.

وهو تقريبا نفس المفهوم الذي اعتمدته الباحثة نشوى إمام إبراهيم التي عرّفت الإعلام الرياضي على أنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية ... وهو بمثابة المدرسة العليا التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوز لتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة".³

¹ حسين عامر سليمان الهروتي، التعرض لوسائل الإعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والأداء الرياضي، ط1، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 5-6.

² خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص 22.

³ نشوى إمام إبراهيم، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة القاهرة، 2003، ص 7 - 11.

ويرى أديب خضور أن الإعلام الرياضي يعتبر جزءا من الإعلام الخاص لكونه إعلاما خاصا يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين، ناهيك عن عملية نشر الأخبار الرياضية المتعلقة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بما في ذلك شرح قوانين وقواعد المنافسة التي تهم الجمهور المتابع للرياضة.¹ ويعتبر الباحث أديب خور من بين السباقين في دراسة مجال الإعلام الرياضي وركز في مفهومه هذا الجانب الإخباري لوسائل الإعلام وعلاقته بالرياضة بصفة عامة، كون هذا التعريف وضعه خضور قبل أكثر من عقدين من الزمن ولم يكن الإعلام الرياضي يهتم إلى هذه الدرجة كما هو عليه اليوم بنقل كل ما يخص الرياضة إلى الجماهير سواء تعلق المر بالأخبار أو بالأحداث والمنافسات والدوريات الرياضية التي تلاقي رواجاً كبيراً لدى المتابعين للشأن الرياضي في العالم.

في حين يرى عوض الله المدني أن الإعلام الرياضي هو ذلك المجال الخاص من الرياضة الذي يعالج أساساً المواضيع الرياضية والتي توجه أساساً إلى الجمهور المعني بالرياضة المختص أو المهتم أو المعني أو الهاوي أي أنه يتوجه إلى هذه الشرائح المختصة والمعنية بالنشطة الرياضية.²

من جهة أخرى يرى الباحث والإعلامي فيل أندروز أن الإعلام الرياضي هو الإعلام الذي يهتم بنقل الأخبار والأحداث الرياضية إلى شريحة عريضة من الجماهير التي تهتم بالرياضة بشكل خاص، ويرى هذا الأخير أن الإعلام الرياضي وسيلة تسويقية هامة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية خاصة شبكات التلفزيون التي تعمل ببث الأرقام الصناعية وأيضاً المواقع الإلكترونية أين يساهم الإعلام الرياضي في زيادة دخل تلك المؤسسات الإعلامية ما يزيد من الممارسة التجارية والمتعلقة بالرياضة، ومن هنا فإن وسائل الإعلام غيرت الطريقة التي تعمل بها الرياضة خاصة الاحترافية منها.³

وهو أحد التعريفات الحديثة والشاملة للإعلام الرياضية التي تناول فيها الباحث نقل الأخبار وأيضاً الأحداث بالإضافة إلى تناوله الجانب التجاري والاقتصادي الذي يربط بين المجالين باعتباره أحد الأعمدة الذي تقوم عليها المؤسسات الإعلامية ويحفظ استمرارها، وكيف تستغل تلك المؤسسات المجال الرياضي من أجل تقديم الخدمة الإعلامية إلى الجماهير من جهة ومن جهة أخرى الحفاظ على استمراريتها وتواجدها على

¹ أديب خضور، الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.

² غازي زين عوض الله المدني، الصحافة الرياضية النشأة والتطور، ط2، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، 2006، ص15.

³ فيل أندروز، الصحافة الرياضية، ت بدران حامد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 49.

الساحة الإعلامية من جهة أخرى، بالإضافة إلى تناوله دور الإعلام الرياضي في تطوير المؤسسات الإعلامية فنياً ومادياً وأيضاً فضلها في تطوير الرياضة بصفة خاصة والثقافة الرياضية ونشرها بصفة عامة. ويرى الباحث أن الإعلام الرياضي هو ذلك الإعلام المتخصص الذي يهتم بالمجال الرياضي ويخاطب جمهوراً واسعاً داخل المجتمع وهو الجمهور الرياضي، بهدف نقل الأخبار والمواضيع والقضايا الرياضية وأيضاً الأحداث والمنافسات والمناسبات الرياضية لمتابعيها وحتى شرح القوانين والقواعد الخاص بالمنافسة، بهدف تحقيق الوظيفة الإخبارية الأساسية للإعلام في المجال الرياضي وأيضاً من أجل خلق الوعي العام للمجتمع بأكمله حول الرياضة، إلى جانب خلق فضاء ترفيهي لأفراد المجتمع.

د- عوامل ظهور الإعلام الرياضي:

تعتبر العوامل التي أدت إلى ظهور وبروز الإعلام الرياضي كمنظومة مستقلة بذاتها عن المنظومة الإعلامية العامة هي تقريباً ذات العوامل التي عملت وتسبب في استقلال بقية المجالات الإعلامية الثقافية، الاقتصادية، الدينية.. الخ، وسنحاول فيما يلي تلخيص أبرز تلك العوامل في العناصر التالية:

- يعكس الإعلام الرياضي الوزن الحقيقي للرياضة وتطورها في مجتمع، ويحتل الإعلام الرياضي المكانة ذاتها التي تحتلها الرياضة داخل المجالات والفعاليات الأخرى في هذا المجتمع. وأدى بروز الرياضة في مرحلة ما من مراحل تطورها في المجتمع، إلى أن تلعب دوراً متميزاً وأن تتمتع بقدر من الاستقلالية على الصعيدين النظري والعملي وإلى أن تصبح نشاطاً واسعاً ومعقداً.¹

- اختلاف نظرة المجتمعات إلى الرياضة وذلك بالنظر إلى التطور العام داخل المجتمعات، تلك النظرة التقليدية المحدودة للرياضة كوسيلة للترفيه لا كحدث محلي، إقليمي أو قاري يجلب أنظار العامة للاهتمام به ومتابعته كحركة ومنافسة ونتائج تستحق اهتمام إعلامي أكثر، لتتحول الرياضة في المجتمعات الحديثة إلى فضاء ومجال واسع بالغ الأهمية يكون بمثابة أحد الدعامات الأساسية التي تشكل ملامحه بما أنه المرأة التي تعكس مدى تطور المجتمع، فقد تحولت الرياضة إلى صناعة وسياسة واقتصاد وثقافة.. الخ ولها تراث نظري غني، وعلم قائم بذاته كأبي علم من العلوم، وهي أحد النقاط الأساسية التي قام عليها الإعلام الرياضي.

تحول الرياضة اليوم إلى عدد غير محدد من الاختصاصات الرياضية فقد تعددت وتنوعت، فالرياضات ذات الطابع العالمي توطدت وانتشرت وازدهرت، والرياضات العامة، الجماعية منها والفردية أيضاً

¹ عيسى الهادي، دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، المجلد 01 العدد 11، الجزائر، 2017،

ترسّخت ونمت، والرياضات ذات الطابع المحلي الخاص أيضا وجدت مكان لها على الساحة الرياضية هذا كله أدى إلى ازدياد ونضج وتعقيد الخارطة الرياضية وكان ذلك أساسا جديدا لظهور وتطور الإعلام الرياضي.¹

- الجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المحدودة من عدد من الشباب الباحث عن الترفيه، بل اتسع وتنوع وتبدل جذريا كما ونوعا. وكان لذلك منطلقا جديدا لظهور الإعلام الرياضي بما أن تلك الجماهير الغفيرة اليوم المتابعة لمختلف الرياضات أصبحت تجذب أنظار واهتمام المؤسسات الإعلامية لتخصيص مضامين وسياقات خاصة بالرياضة.

- تطوّر الرياضة وتحولها إلى صناعة وزيادة طابعها الاقتصادي وبروز سماتها التجارية في بعض الأزمنة، زاد من أهمية الوصول إلى المتابع وزاد من تنوّع وأهمية الرسالة الإعلامية المطلوب إيصالها في وقتها بمستوى وشكل مضبوط.

- ظهور وسائل إعلامية جديدة تمتلك خصوصية تكنولوجية معينة فتحت المجال لمخاطبة الجماهير الرياضية بالوسائل والطريقة المناسبة، وتمتلك الطريقة والأسلوب واللغة التعبيرية المختلفة وآلية إيصال وتأثير مختلفة، هذا كله أوجد فرصة انتشار إعلام رياضي متخصص يتناسب ويتلاءم مع هذه الوسائل الجديدة.

¹ عيسى الهادي، مرجع سابق، ص 96

2- وظائف وأهمية الإعلام الرياضي

2-1 وظائف الإعلام الرياضي

في الحقيقة أنه لا يمكننا فصل وظائف الإعلام الرياضي عن الوظائف العامة للإعلام إلا أنها تختلف في تخصصها في نقاط ومحاور بذاتها، فوظائف مثل الإخبار، التوجيه، الإرشاد والترفيه وغيرها من الوظائف التي يقوم بها الإعلام العام هي ذاتها الوظائف التي يقوم بها الإعلام الرياضي، إلا أن الاختلاف في توظيفها داخل مجال خاص كالمجال الرياضي يختلف عن ذلك التوظيف في المجالات الأخرى كالمجال السياسي أو الاقتصادي، فهي تهدف إلى تحقيق أهداف أساسية كنشر الأخبار الرياضية وتوسيع المعلومات، توجيه الأفراد، توفير الخدمات الترفيهية وحتى نشر الوعي، ومن هنا فإن وظائف الإعلام الرياضي وأدواره وإن كانت تعتمد على ما هو متعارف عليه في مجال الإعلام بشكل عام إلا أن تفاصيلها وأدوارها ومتطلباتها تختلف في المجال الرياضي بسبب طبيعة الرياضة وأشكال اهتمام الجمهور الرياضي بها وأيضاً حاجاته واهتماماته في هذا المجال الذي يعتبر مجالا واسعا ومتشعبا.

ويرى الباحث أن مصطلح الوظائف يرتبط ارتباطا وثيقا باختلاف الظروف والسياقات الاجتماعية الاقتصادية وخاصة الثقافية للمجتمعات، فبالندقيق في سيولوجيا الجماهير الرياضية نجد اختلافات عريضة فيما بينها، فهي في الأصل نابعة من اختلاف التركيبة الثقافية للمجتمع وأيضاً التركيبة الاقتصادية والاجتماعية وعادة السياسية أيضاً، فيقودنا هذا الحديث إلى ضرورة التنويه إلى الفروقات الموجودة في الوظائف التي يقوم بها الإعلام الرياضي في المجتمعات على اختلاف ثقافتها، خصوصاً بعد أن تحولت الرياضة اليوم إلى تجارة وامتدتها احترافاً لا هواية، والثراء الفاحش الذي تعود به على هؤلاء النجوم الرياضيين أو حتى المؤسسات الإعلامية في مختلف الألعاب ما يمهّد لبوادر الاختلاف في وظائفه بين المجتمعات من الناحية الاقتصادية، إضافة إلى كل هذا فإن البنية الاجتماعية لبعض المجتمعات التي لا تتابع الرياضة أو على الأقل بعض الرياضات تجعل من مهام ووظائف وسائل الإعلام هو التعريف بالرياضة بصفة عامة أو بعض الرياضات التي لا تلاقي الاهتمام الكبير كنوع آخر من الرياضات مثلاً على العكس تماماً تؤدي وسائل الإعلام وظائف أخرى تجاوزت بها التعريف بالرياضة إلى ضرورة مواكبة الحدث الرياضي ونقل الأحداث والمنافسات والأخبار والحقائق وأسرار النجوم حتى إلى الجماهير المتابعة بصفة مستمرة نظراً لأهمية الرياضة في تلك المجتمعات وحجم اهتمام متابعيها، وهنا تكمن مساحة الفرق الشاسع بين ما يجب على الإعلام ووسائل الإعلام القيام به في مجتمعات مختلفة، وبعيداً عن كل هذا فإن الإطار

الزمني يفرض اختلافات أخرى على وظائف وسائل الإعلام التي تؤديها داخل المجتمعات في فترات وأزمنة مختلفة. ولكن يمكننا تحديد أهم وظائف الإعلام الرياضي كالآتي:

➤ الوظيفة الإخبارية:

تتمثل هذه الوظيفة عموماً بنقل الأخبار سواء كانت محلية دولية أو إقليمية ومهما كان نوعها سياسية أو فنية أو رياضية وذلك لمتابعة ما يجري حول المرء في عالم الصغير والكبير وتهدف الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي الغير الشخصي وتزويده بما يستجد من أخبار.¹

ومن هنا فإن الوظيفة الأساسية للإعلام الرياضي تكمن في إحاطة الجمهور علماً بكل ما هو جديد في المجال الرياضي سواء تعلق الأمر بالأخبار، نتائج المنافسات، معلومات، حقائق إلى غير ذلك، ولابد أن تحمل هذه الوظائف تلك الخصائص الخاصة بالمهنة واحترام مبادئها بإيصال الأخبار الصحيحة بكل موضوعية، تقديم الحقائق الثابتة كما هي، والمعلومات الصادقة. فالتوافق عليه أن من المبادئ الرئيسية في الخبر هو الموضوعية وخاصة عدم خلطه بالرأي وإلا ستتحول عملية تغطية الأحداث الرياضي إلى عملية نشر أنصاف الحقائق والاقتراحات. فضلاً عن تقديم المعارف والمعلومات والقوانين الخاصة بتنظيم المنافسات والرياضيات.

وينبثق كل هذا من قوانين الإعلام التي ارتكزت على الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وحرية كل شخص في الرأي والتعبير واستقاء الأنباء والأخبار لتتدرج منه حقوق أخرى كالحق في الإعلام وفي الحصول على المعلومة كما جاء في المواثيق الدولية كمبدأ أساسي. وتناول الإعلان الرسمي لحقوق الإنسان ذلك في المواد التي نصت على حرية الرأي والتعبير وتضمنت " حرية الإنسان في التماس مختلف ضروب المعلومات وتلقيها ونقلها دون اعتبار للحدود."² وهذا يمس بطبيعة الحال كافة أنواع المعلومات في مختلف المجالات بما في ذلك المجال الرياضي.

لخص الباحثان عويس وحسن عبد الرحيم الوظيفة الإخبارية في " إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة والواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في وقاعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام بتعلق بالمجال الرياضي."³

¹ صالح خليل أبو أصبع، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ط1، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 63.

² بلال البرغوتي، الحق في الاطلاع أو حرية الحصول على المعلومة، الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، غزة، 2004، ص 19.

³ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 25.

➤ وظيفة الشرح والتفسير والتحليل:

تتمثل أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للإعلام الرياضي في تقديم الأحداث والمواضيع والقضايا الرياضية بدلالات مختلفة تساعد على إدراك المتابعين لهذه القضايا والمواضيع وفهمها وتكوين أفكار وآراء ووجهات نظر حولها. وقد لخصت الباحثة فاطمة الزهراء زيدان وظيفة الشرح والتفسير بأن " تحقيق هذه الوظيفة لن يتم إلا من خلال وضع تلك الأحداث والمواضيع الرياضية في البناء العام للأحداث وباستخدام أشكال صحفية مختلفة، من خلال شرحها وتفسيرها وتحليلها ليسهل فهمها.¹

إن المرور على وظيفة الشرح والتفسير والتحليل بالنسبة للإعلام المرئي هو في الحقيقة مرور على عنصر التوضيح فيما يخص مختلف المواضيع الرياضية التي يتناولها الإعلام، وتبرز أهمية التوضيح في منح الأخبار والأحداث الرياضية حجمها من الاهتمام من خلال النظر إليها من زوايا مختلفة وتفسيرها تفسيراً واضحاً وجلياً بطريقة لا تسمح بتشكيل أي غموض أو إبهام بالنسبة لجمهور المتابعين والمتلقين، خاصة وأن الزخم الإعلامي الكبير الذي تعج به الحياة اليوم يترك الكثير من الآراء المختلفة والأخبار المتضاربة، ناهيك عن الإشاعات التي كثيراً ما تحملها الوسائط الجديدة خاصة من خلال منصات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى غموض بعض الأحداث والقضايا الرياضية الخاصة برياضات ومنافسات لا تلقى حجم الاهتمام والشرح الكافي لدى الجماهير. كل هذا لن يتحقق إلا بشرح وتفسير وخاصة تحليل المواضيع والأخبار والقضايا التي تعالجها وسائل الإعلام الرياضية بما أن هناك فئة عريضة داخل الجمهور الرياضي تميل كثيراً إلى عنصر التحليل وتبحث عن برامج ومضامين إعلامية تحليلية لمختلف القضايا الرياضية.

➤ الوظيفة الترفيهية للإعلام الرياضي:

إن النظر إلى وظائف الإعلام يربطنا دائماً بوظيفة الترفيه التي ارتبطت بظهور الإعلام والصحافة على مر التاريخ، بالنظر إلى حاجة الفرد إلى الترفيه عن النفس خارج أوقات العمل، لذلك فإن وجود الرياضة بصفة عامة والمضامين الإعلامية الرياضية بصفة خاصة يعتبر امتيازاً بالنسبة للإعلام بما أنه سيوفر لنا عاملي التسلية والترفيه للجمهور الرياضي الذي يبحث عن ما يواسيه بعد أوقات العمل أو بسبب ضغوط الحياة اليومية، خاصة بالنسبة للفئة الرياضية المدمنة على الرياضة التي تبحث على وجه الخصوص على كل ما هو رياضي من أجل متابعته ويعتبر الملاذ الوحيد لها للترفيه عن النفس.

¹ فاطمة الزهراء زيدان، المعالجة الصحفية لموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي - دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية - جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018، ص 62.

ولا تعتبر وظيفة الترفيه في الإعلام الرياضي وليدة اليوم بالنظر أنها بمثل أقدمية ظهور وسائل الإعلام التقليدية ووظائف الإعلام بصورة عامة، لا بل أصبحت الرياضة أحد أبرز أوجه الترفيه التي تقدمها وسائل الإعلام إلى جانب السينما والمنوعات، وقد تناول السياسي الفرنسي فرانسيس بال هذه النقاط بعمق أكثر في كتابه les médias حين قال " بعد سنة 1950 تحول التلفزيون إلى وسيلة اتصال للجميع وأنشأ صناعة ترفيهية، خاصة مع ظهور آلات التصوير في الملاعب وفي القاعات...واختراع كرة القدم والبث لرياضي...وهنا يكمن سحر التلفزيون..."¹

إن انتشار ظاهرة المناسبات والأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم لكرة القدم والدورات الأولمبية، رافق ذلك اهتمام متزايد من قبل وسائل الإعلام في مقدمتها التلفزيون بالرياضة باعتبارها لون من ألوان الاستعراض والفرجة... فبالإضافة إلى تكنولوجيات التصوير والإخراج الأمر الذي أضفى على الرياضة الكثير من أشكال الجماليات والسحر، وأصبحت المشاهدة والمتابعة للعديد من الرياضات منها كرة القدم حالة من الإدمان تدفع الجماهير لمشاهدتها الكثير من الأموال إشباعا لحاجاتها من التسلية والترفيه.²

في حين يرى الباحث أديب خضور أن الإعلام الرياضي يساهم في الترويج عن الجماهير وأفراد المجتمع بطريقة أو بأخرى وذلك من أجل التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي والابتعاد عن الروتين اليومي وعجلة الحياة التي جعلت الناس لا يفكرون في أي شيء آخر سوى لقمة العيش.³

➤ وظيفة النقد والتعليق وطرح الرأي:

يعتبر الإعلام الرياضي أحد مجالات الإعلام التي يتمتع فيها الإعلامي والمؤسسة بمساحة أوسع لإبداء رأيه والتعليق حتى وإن كان بصدد نقل الخبر، وهو ما تفتقده أوجه الإعلام الأخرى التي تخضع لرقابة شديدة وتتميز بجدية وصرامة أكثر بالنظر إلى الطابع الذي تعمل فيه، كما يكون لدى الإعلامي الرياضي أيضا فضاء أوسع من حرية الإعلام على عكس بعض المجالات الأخرى كالإعلام السياسي والاقتصادي مثلا، وهذا راجع لكون الرياضة وسيلة للترفيه والترويج قبل أن تكون عمل وتجارة وصناعة، وهو ما يفسح المجال لعديد المبادرات في هذا المجال كإبداء الرأي دون أية مخاوف وحتى نقد الأشخاص ومسؤولي الهيئات الرياضية والبرامج الحكومية الرياضية، وهو ما يغيب عن كثير الدول في المجال السياسي مثلا والتي تهدف

¹ فرانسيس بال، الميديا، ترجمة فناد شاهين، ط1، دار الكتاب الجديد، بيروت، 2008، ص 75.

² محمد شطاح، مرجع سابق، ص2

³ أديب خضور، الإعلام والأزمات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص 22.

بدرجة أولى إلى تحسين الأداء الرياضي، والرقي بالرياضة في البلد إلى مستويات أعلى، على شرط أن يكون ذلك النقد بناء ومبنياً على دلائل صحيحة هدفها الدفع بعجلة تطوير الرياضة.

ويتوقف القدر الذي تمارس به الصحافة هذا الدور على مدى تمتعها بالحرية في التعبير عن الآراء المختلفة، إذ أن الصورة المثلى هو أن تقوم الصحافة الرياضية بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات والتيارات في أي مجتمع وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في هذا المجتمع.¹

➤ الوظيفة التثقيفية ونشر الثقافة الرياضية:

وصف الإعلامي والباحث فيل أندروز هذه الوظيفة بعبارة " تحظى وسائل الإعلام بدور هام ومتزايد في ثقافة الشعوب المتقدمة... وأن وسائل الإعلام لا تعكس فقط الثقافة التي تعمل في محيطها والاهتمامات الخاصة بقرائها ومشاهديها، إنها تساعد أيضا في تشكيل تلك الثقافة وهذه الاهتمامات."² وقد أراد الباحث توضيح مدى أهمية الإعلام الرياضي في التأثير على ثقافة الشعوب خاصة وأن الإعلام الرياضي لا يشمل فقط ثقافة تلك الشعوب وإنما يعمل على تكوين سياقات وقوالب ثقافية لها، وهو ما نراه كثيرا في المنافسات الدولية عند اختلاط كل الأجناس من أجل متابعة فعالية دورة أولمبية أو منافسة عالمية ككأس العالم لكرة القدم التي تسمح بتبادل الثقافات والاطلاع على ثقافة الشعوب الأخرى بمجرد متابعة برنامج رياضي أو رياضات تتألق فيها بعض الدول المجهريّة على الخريطة العالمية كدولة فيجي في رياضة الريغبي على سبيل المثال لا الحصر.

من جهة أخرى فالإعلام الرياضي يقدم للمجتمعات وال جماهير الثقافة الرياضية والتراث الثقافي الرياضي من جيل لآخر، ويساهم في تعريف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي للمجتمع والمشكلات التي واجهته، " كما يستخدم الإعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارة الشعوب لما يعكسه من مقياس للرقى."³

➤ وظيفة التوثيق للبيانات والمعلومات الرياضية:

يعتبر المجال الرياضي من بين مجالات الحياة التي تحتاج دائما إلى توثيق كل البيانات والمعلومات الخاصة بالأحداث والمواضيع والمناسبات الرياضية، فتلعب وسائل الإعلام اليوم دورا كبيرا في تقديم هذه الخدمة سواء لأفراد المجتمع أو للهيئات والمؤسسات المهمة أو التي تشرف على هذه الأحداث الرياضية،

¹ محمد عبد المحسن أحمد محمود وخالد محمد عبد الجبار الخطيب، ط1، الإعلام الرياضي وإدارة الأزمات، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، ص48.

² فيل أندروز، مرجع سابق، ص18.

³ على عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص45.

فيما كانت الصحافة المكتوبة سابقا أو ما يعرف بالإعلام الرياضي المكتوب يقف على رأس الهرم المعني بتوثيق البيانات الرياضية وما تتبعه من خدمات، لتقدم لنا اليوم الصحافة المكتوبة الرياضية أرشيفا مميزا ولا غنى عنه في المجال الرياضي خاصة إذا تعلق الأمر في البحث عن أحداث ومواضيع رياضية مرّ على حدوثها سنوات عديدة.

وقد تناول على عبد الفتاح هذه النقطة ومنحها أهمية كبيرة كأحد الوظائف الأساسية التي يقوم بها الإعلام الرياضي " تساهم وسائل الإعلام وخاصة المكتوبة منها في توثيق المعلومات والبيانات بشكل كلي أو جزئي أو انتقائي وفق ما تحدده إدارة المؤسسة الإعلامية الخاصة أو الحكومية أو العامة أو الحزبية، من خلال نقلها للمعلومات والخدمات المتعددة على مدار فترات زمنية متعاقبة أو متقطعة.¹

➤ التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات:

يقوم الإعلام الرياضي كغيره من مجالات الإعلام الأخرى بأدوار أساسية في مكافحة الفساد بشتى أنواعه من خلال البحث عن الخروقات الموجودة داخل الهيئات والمؤسسات الرياضية والكشف عليها، وينطبق عليه ما ينطبق على الإعلام العام من خلال القيام بتحقيقات بغية اكتشاف بؤر الفساد سواء داخل النوادي أو المؤسسات أو الهيئات المخوّل لها بتسيير النشاطات الرياضية.

إن الصحافة الرياضية التي تنشط في المجتمعات التي تملك الديمقراطية تقوم بمهام ودور الرقيب على الهيئات الرياضية المختلفة سواء أندية أو مؤسسات، من أجل محاولة الكشف عن الانحرافات إن وجدت داخلها....، إذا أن مساعي الصحافة الرياضية دائما هو التحري عن القضايا الرياضية أو المواقف والمواضيع التي قد تحدث في المجتمع الرياضي عامة خاصة جوانب الفساد منها، وتمثل الحرية والحماية التي يمنحها إياها القانون الركيزة التي تساعد للقيام بمهامها من أجل التصدي للانحراف والفساد وبطش المسؤولين أو السلطات.²

¹ علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 160.

² ماهر عودة الشمايلة ومحمد عزت اللحام وآخرون، الصحافة المتخصصة، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 41-43.

➤ وظيفة تحقيق التكامل بين أفراد المجتمع الرياضي:

يمثل الإعلام الرياضي تلك الأداة التي يمكن من خلالها توحيد أفراد المجتمع وراء منطلق واحد كتشجيع نادي معين أو فريق وطني أو رياضي يمثلهم، وهو يمثل الوقوف وراء نادي معين أو رياضة بحد ذاتها بمثابة الانتماء إلى فئة معينة، حيث يغطي ذلك الانتماء حاجات، رغبات وميولات هؤلاء الأفراد. حيث يمكن للصحافة الرياضية أن تكون أداة للتكامل والوحدة بين أفراد المجتمع الرياضي بانتماءاتهم ورغباتهم في المشاركة في النهوض بالرياضة على جميع المستويات.¹

➤ وظيفة نقل التراث الرياضي من جيل إلى آخر:

يمثل الإعلام الرياضي أهم وسيلة تعتمد عليها الشعوب والمجتمعات في التزود بالمعلومات والبيانات الخاصة بالمجال الرياضي في حقبة زمنية معينة، وهو يعتبر تلك النافذة التي يمكننا من خلالها الإطلال على الثقافة الرياضية التي كانت موجودة خلال فترة معينة لمجتمع واحد أو عديد المجتمعات، وذلك من خلال اعتبار أن الإعلام الرياضي يعتبر أداة هامة في مجال التوثيق الرياضي فبمجرد العودة إلى الأرشيف الرياضي لمؤسسة إعلامية سنجد الأحداث والمناسبات الرياضية التاريخية وحتى أهم القضايا والمواضيع في تلك الفترة وهو ما يعتبر تراث رياضي بالنسبة للمجتمعات، وهنا يكمن دور الإعلامي الرياضي في نقل هذا التراث عبر أجيال كثيرة.

" فالإعلام الرياضي يقوم بتعريف الأجيال المختلفة بالأبطال الرياضيين الذين أثروا في المجتمع الرياضي بما حققوه من انجازات رياضية، وتوضيح القيم والتقاليد الرياضية السائدة حتى يمكن المساهمة في عملية التنشئة الرياضية للأجيال المقبلة."²

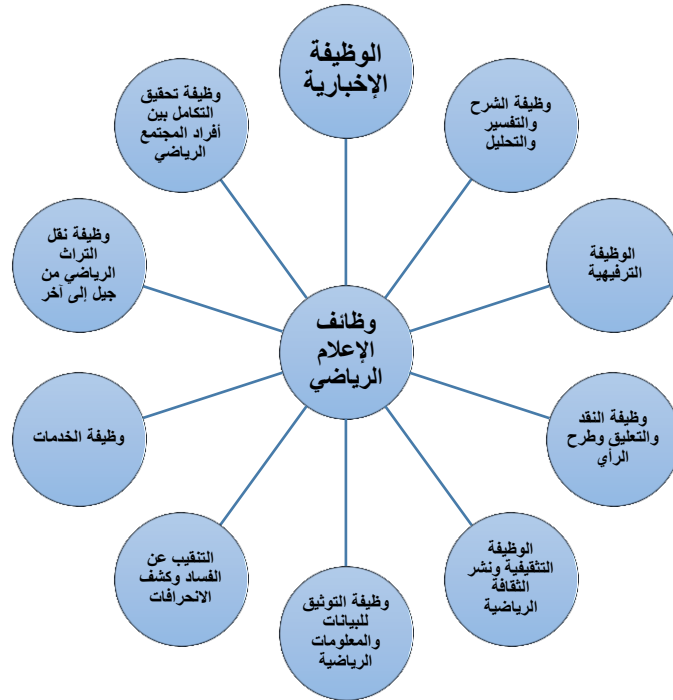
فوظيفة الإعلام الرياضي هنا لا تكمن فقط في نقل ذلك التراث الرياضي وإنما المحافظة عليه والعمل على الاستفادة منه، من خلال نشر تلك القيم الإيجابية التي واكبت الانجازات الرياضية أو حتى التي كانت سائدة في ذلك المجتمع، إضافة إلى أن التراث الرياضي يعتبر في حد ذاته مكسبا لمجتمعات معينة وأيضاً فخراً لهم لذلك فوجب التنويه أن وظيفة الإعلام الرياضي هنا ليست فقط نقل ذلك التراث وإنما العمل على الاستفادة منه والاستثمار فيه على الأجيال القادمة.

¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 106.

² نفس المرجع السابق، ص 106.

➤ وظيفة الخدمات:

يقدم الإعلام الرياضي أيضا العديد من الخدمات التي تواكب النشاط الإعلامي في هذا المجال، فالإعلام الرياضي يخصص فقرات ومضامين إعلامية من أجل تزويد المتبعين بخدمات عديدة مثل الاستفسارات الخاصة بالأحداث والمناسبات الرياضية الكبرى، أيضا مواعيد وكيفية تنقل الأنصار مثلا كما حدث في لقاء أم درمان في السودان بالنسبة للمنتخب الوطني الجزائري سنة 2009 والخدمات الكبيرة التي قدمها الإعلام آنذاك عن كيفية التنقل إلى السودان وما الذي يجب على المناصر القيام به وأماكن المبيت والأكل والجلوس في الملعب إلى غير ذلك، بالإضافة إلى خدمات أخرى كثيرة ومتنوعة كإقتناء التذاكر وأماكن طرحها، وحتى الخدمات الخاصة بالمجال الطبي أين يقدم الإعلام الرياضي استفسارات حول الطب الرياضي، أشهر الإصابات، كيفية تفاديها وعالجتها، من خلال تخصيص برامج خاصة بهذا المجال.



شكل رقم (01): وظائف الإعلام الرياضي¹

وقد أضاف على ذلك الباحثان عيسى الهادي وسليمان لاوسين وجهة نظر أخرى فيما يخص الوظائف وركزا على مدخلين أساسيين في وظائف الإعلام الرياضي في كتابهما المنظومة الإعلامية الرياضية نلخصها فيما يلي:¹

¹ المصدر: من إعداد الباحث

- **دو الإعلام الرياضي في تثقيف الفئة الرياضية:** يلعب الإعلام الرياضي دورا كبيرا في تثقيف المشاهدين خاصة الفئة الصغرى، ويوجه الأطفال إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا.
- **الدور التربوي لوسائل الإعلام الرياضية:** إن وسائل الإعلام ما هي إلا نظم للاتصال الجماهيري وبذلك فهي تتناول جوانب الحياة في المجتمع، الجوانب الاجتماعية، الجوانب السياسية، الجوانب الاقتصادية، الجوانب التعليمية، وكذا الرياضية، وتلعب وسائل الإعلام دورا حيويا هاما في التأثير على الأفراد وتوعيتهم وتوحيدهم والربط بمجتمعهم وتشكيل الرأي العام.

2-2- أهمية الإعلام الرياضي:

قبل الحديث عن أهمية الإعلام الرياضي كوظيفة إعلامية في حد ذاتها، وجب التطرق إلى أحد النقاط الهامة في هذا الموضوع وهي أن أهمية الإعلام الرياضي تتبع من أهمية الرياضة في حد ذاتها، وما أصبحت عليه اليوم وتحولها إلى تجارة تعود بأرباح ضخمة على ممارسيها والمستثمرين فيها إلا دليل على ذلك، وهي أهمية تتطلق من الفرد فالمجتمع وصولا إلى المؤسسات الكبرى سواء اجتماعية أو حكومية إلى غير ذلك، الأمر الذي دفع إلى زيادة الاهتمام بالمجال الرياضي في الإعلام ومنحه مساحات كبيرة سواء على الصحافة المقروءة، المسموعة أو المرئية، بعد أن صارت لهذا النوع الإعلامي جماهير عريضة عبر كل أنحاء العالم خاصة منها في الوطن العربي والنزوح الكبير نحو متابعة الرياضة عبر جميع الوسائل.

وقد تناول الباحث والإعلامي بلال البداع نقلا عن أمين الخولي " أن وسائل الإعلام الجماهيرية أسهمت في تغيير عالم الرياضة بشكل كبير، حيث حولته من مجرد منافسات ترفيهية للهواة في القرن التاسع عشر إلى تكنولوجيا وأعمال تركز على المشاهد في القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين".² فقد تحول الإعلام الرياضي اليوم إلى أحد الأجزاء الهامة التي تشكل المنظومة الاجتماعية ككل من خلال عمليات كثيرة كخلق الوعي بين الجماهير، رفع مستوى الثقافة الرياضية في المجتمع وخاصة إيجاد العلاقة المتميزة بين الأفراد والمجتمع وبين الرياضة بصفاتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة به.

وسنحاول فيما يلي وضع أبرز العناصر التي تمثل أهمية الإعلام الرياضي:

¹ عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2015، ص-ص 56-58.

² بلال عبد الحميد بداع، دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في نشر الثقافة الرياضية بين الشباب العربي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 2014، ص 381.

- يعتبر الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنتشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.¹

- يلعب الإعلام الرياضي دوراً كبيراً في التغلب على صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار الرياضية، بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه²

- يرى عديد الباحثين أن الإعلام الرياضي له دور متشعب في المجتمع تجلّى ذلك بعد انتشاره على نطاق واسع بعد القرن العشرين، لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص له الصحافة المكتوبة، والإذاعات والقنوات التلفزيونية لتوجيهها نحو أهدافها الداخلية وهذا من خلال رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة وعيهم الرياضي إضافة إلى تعريفهم بدور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

- تناول الباحث حسين عمر سليمان أن الإعلام الرياضي تتبلور أهميته في التقدم التطور التكنولوجي الحاصل وبما يمكن تقديمه في المجال للجمهور الرياضي في هذا المجال من ترفيه ومعلومات وثقافة رياضية، بما أن التطور التكنولوجي يلزم الإعلام السير موازاة مع احتياجات المجتمع والتي تعتبر الرياضة أحد أبرز تلك الاحتياجات في هذا العصر.³

- يلبي الإعلام الرياضي رغبة الجمهور في رؤية المتنافسين في مختلف المسابقات الرياضية، ومعرفة من يفوز فيها، وهل سيكون الفائز هو الشخص أم الفريق المفضل لدى المشاهد أم لا ؟ هذا بالإضافة إلى دوافع المشاهدة من أجل التعلم والترفيه عن النفس، أو التنفيس عن المشاعر المكبوتة، وأحياناً المشاهدة من أجل إيجاد شيء يمكن التحدث فيه مع الأصدقاء.⁴

- يشير إكرامي عبد العاطي أن الإعلام الرياضي في الدول العربية يعد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات المرتبطة بالأحداث والشخصيات والهيئات والمؤسسات الرياضية وتحليلها، وكذلك التعبير عن

¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص22-23.

² أحمد فاروق، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم إقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني 1995-2000، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2002، ص24-25.

³ حسين عمر سليمان الهروتي، مرجع سابق، ص 24.

⁴Lawrens and wanner, **MEDIASPORT**, routledge, London, 1998, p 236.

آراء المهتمين بالمجال الرياضي، حيث أصبح الإعلام الرياضي مرآة تعكس اتجاهات المجتمع نحو الرياضة على الصعيدين المحلي والعالمي.¹

- تتبأ بوف مير مؤسس صحيفة LE MONDE الفرنسية بتحول الصحف الرياضية الكبرى في يومها ما إلى مؤسسات صناعية وتجارية كبرى، على شرط أن لا تكتفي بذلك فقط فهي تعتبر وسيلة الفرد في الحصول على المعلومات وتساهم في منحه فرصة الحكم على الأمور. فقد تناول الباحث ياسين فضل ياسين وحسب توقعات مير السابق ذكرها " أن الإعلام الرياضي بصفة عامة تبرز أهميته في قدرته على التأثير وبشكر فعال على كل من الجمهور والعاملين في الحقل الرياضي من خلال عناصر لخصها فيما يلي:²

✓ الحاجة الملحة لمتابعة الأحداث والأخبار الرياضية في كل مكان في العالم، وذلك بفضل انتشار وسائل الإعلام.

✓ زيادة تدفق المعلومات الرياضية ومصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية، سياسية أو اجتماعية.

✓ استغلال الرياضة من طرف الحكومات لتحقيق أهداف داخلية وخارجية، ما يؤكد أن للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع.

من جهة أخرى فقد لخص الباحثان علي عويس وعطا حسن أهمية الإعلام الرياضي داخل المجتمع في العناصر التالية:³

- للإعلام الرياضي أثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي.
- الإعلام الرياضي يلعب دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم من إزالة ما بينهم من فوارق طبيعية.
- الإعلام الرياضي يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها.
- الإعلام الرياضي يستطيع أن يلعب دورا فعّالا في خلق الحافز وإرادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والاقتداء به، كما أنه يستطيع أن يلعب دورا حيويًا في توضيح الطرق التي يمكن بها تحريك هؤلاء

¹ إكرامي عبد العاطي معبد، معالجة الصحافة في الوطن العربي للدورة الحادية عشر - دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2009، ص 37.

² ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 47-48.

³ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 76-77.

اللاعبين وال جماهير بهدف الوصول إلى مستوى البطولة وتحقيق الانجازات الرياضية على المستوى الأولمبي والدولي بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع الأم.

- الإعلام الرياضي له تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة لو أحسن استغلاله وفق طرق وأساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة.

- الإعلام الرياضي السليم قادر على ربط الفرد الرياضي والمجتمع بعقيدته وهو قادر أن يشدّه دائماً إلى القيم الرياضية العليا والأخلاق الرياضية الكريمة وينفّره من التعصب والانحراف والشغب والعنف والمخدرات والسقوط أيّا كان.

يرى الباحث أن الإعلام الرياضي على اختلاف أنواعه فهو يعتبر أهم عناصر الجذب بالنسبة لأفراد المجتمع على وجه العموم وفئة الشباب بشكل خاص، فهو يقوم بتقديم الأخبار والمعلومات في المجال الرياضي ويعمل على تكوين الفرد لآرائه وتشكيل اتجاهاته وخبراته في عديد المواضيع الرياضية، بالإضافة أنه يقدم للفرد حاجاته ويلبي رغباته في متابعة الشؤون الرياضية المختلفة، ناهيك عن دوره في ترسيخ القيم الرياضية لدى الجماهير العريضة المتابعة ومنها إلى المجتمع.

3-أنواع الإعلام الرياضي

يتفق الباحثون أن وسائل الإعلام الرياضي هي جميع وسائل الإعلام المتاحة لممارسة المهنة الإعلامية في المجال الرياضي، ليكون هدفها الوحيد هو نشر الأخبار وإيصال المعلومات والحقائق والبيانات ونقل الوقائع والأحداث الرياضية إلى الجمهور الرياضي المتابع لهذا الشأن، مستغلين كل وسيلة ناشطة في مجال الإعلام سواء مكتوبة، سمعية أو سمعية بصرية، لنضيف إلى ذلك أحد مفرزات الطفرة التكنولوجية وهي الوسائل التكنولوجية الحديثة والوسائط الجديدة التي يتم استخدامها والاعتماد عليها بكثرة في السنوات الأخيرة، والتي تعتبر هي الأخرى أحد أحدث أوجه الإعلام الرياضي والذي لاقى متابعة وشعبية كبيرة من طرف الجمهور الرياضي الذي وجد ملاذه لدى تلك الوسائط الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي.

أجمع عديد الباحثين نقلا عن عبد الفتاح أن للإعلام الرياضي أربعة أنواع هي كالآتي:¹

أ- **الإعلام الرياضي المقروء:** وهو الإعلام الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة، مثل الصحف اليومية أو الدورية، الكتب، المجلات، النشرات والملصقات.

ب- **الإعلام الرياضي المسموع:** وهو كل وسيلة إعلامية تعتمد على سمع الإنسان، وعلى رأسها الراديو، إضافة إلى بعض الأمثلة الأخرى كأشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء.

ج- **الإعلام الرياضي المرئي:** وهو النوع الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو، وشبكة المعلومات (الانترنت)، وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

د- **الإعلام الرياضي الثابت:** وهي التي يتوجه إليها الناس بغرض الاطلاع عليها مثل المعارض الرياضية، المؤتمرات الرياضية، وحتى المسارح التي تحتضن النشاطات الرياضية المختلفة.

في حين ذهب جمهور آخر من الباحثين إلى تصنيف الإعلام الإلكتروني كنوع آخر من أنواع الإعلام الرياضي (الإلكتروني) مضافا للأنواع الأربعة السالف ذكرها، موضحين أن الإعلام الإلكتروني الذي يعتبر مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من خلال التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، أصبح من الضروري اليوم تصنيفه كنوع آخر وأساسي بالنظر إلى أهمية هذا الصنف في المجتمعات المعاصرة.

هـ- **الإعلام الرياضي الإلكتروني:**

¹ على عبد الفتاح، مرجع سابق، ص6

فقد أصبح هذا النوع من الإعلام الرياضي ينافس بقية الأنواع الأخرى الأقدم والأكثر توفراً على الإمكانيات والوسائل وحتى الخبرة، إلا أن المزايا التي بات يحملها اليوم الإعلام الإلكتروني في البيئة الحديثة جعله ينصب نفسه كأحد أعمدة الإعلام الرياضي.

فيما يوجد توجه بحثي آخر وضع تصنيف ثاني لوسائل الإعلام الرياضية يمكن تلخيصها حسب الباحثين محمد عبد المحسن وخالد جابر إلى ما يلي:¹

✓ وسائل مباشرة: وتتمثل في " اللقاءات، الندوات، المؤتمرات، المناظرات، المحاضرات، المعارض، الملتقيات، الحوار، الحديث...الخ"

✓ وسائل إلى مباشرة: وتنقسم هذه الأخيرة إلى:

أ- وسائل سمعية: مثل "الإذاعة، التلفون، وكالات الأنباء"

ب- وسائل بصرية: مثل "الصحف، المجلات، الدوريات والنشرات، لوحات الإعلانات، الكتب، المراجع العلمية، الفاكس...الخ"

ج- وسائل سمعية بصرية: مثل "التلفزيون، الفيديو، الكمبيوتر، شبكات الاتصال الإلكترونية (الانترنت) شاشات العرض."

د- مصغرات فيلمية: مثل " الصور الفيلمية، الفوتوغرافية، الأسطوانات المضغوطة."

هـ- الصحافة: والتي تعتبر أحد أهم وسائل الإعلام في المجتمع فهي رئة الشعوب التي تتنفس من خلالها وتعبر عن فرحها وآلامها، فمن خلال صفحاتها تغضب وتسعد فتعلن عن رضاها أو رفضها من خلال تحقيق أو مقال أو كلمة ساخرة أو كاريكاتير ساخن، وهي في نفس الوقت واحدة من القوى التربوية المؤثرة في تشكيل وجدان واتجاهات ومعارف الجماهير كما لا يمكن تجاهل دورها في تشكيل وتوجيه دفة النظام الرياضي في مجتمع ما إلى الوجهة التي ترتضيها، فالصحافة الرياضية لها من الإمكانيات الكثير ولها من القدرات ما يجعل الوسيلة فعالة لإحداث التغيير المنشود في المجتمع الرياضي بشرط أن يتم استغلالها على أسس علمية وفنية سليمة.

¹ محمد عبد المحسن احمد محمود وخالد محمد عبد الجابر الخطيب، مرجع سابق، ص 44.



شكل رقم (02): أنواع الإعلام الرياضي¹

4- خصائص الإعلام الرياضي

سنتناول فيما يلي أهم الخصائص التي حلمها الإعلام الرياضي منذ ظهوره وهي تقريبا ذات العناصر التي تحدّث عنها جل الباحثين في هذا المجال، محاولين الإلمام بها في العناصر التالية:

إن الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، كما يتميز بأنه جماهيري وله القدرة على تغطية جغرافية واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير بكافة فئاتها العمرية والعقلية والبيئية.²

الإعلام الرياضي يتميز بالجماهيرية حيث يملك القدرة على الوصول إلى الآلاف من الجماهير الرياضية الوفية والمتابعة للشؤون الرياضية بتغطيته لمساحات شاسعة عبر العالم.³ فمثلا نجد برنامج إذاعي موجّه لمحبي كرة القدم، ومجلة رياضية متخصصة في الرياضات الميكانيكية، ومباراة تلفزيونية نهائية في كرة اليد، كل هذه الأحداث تجمع حشود كبيرة من الجماهير الرياضية العريضة لذلك فإن خاصية الجماهيرية التي يتمتع بها الإعلام الرياضي من أبرز الخصائص التي ساهمت في فاعلية الإعلام في هذا المجال وحتى في سرعة انتشاره واكتسابه لمزيد من المتابعين والمحبين، فهو يملك القدرة على تغطية مناطق جغرافية شاسعة عبر أقطار العالم ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير على اختلاف خصائصهم الاجتماعية والديمغرافية.

¹ المصدر: من إعداد الباحث

² منال فاضل بزدوغ، دور وسائل الإعلام الأردنية في القطاع الرياضي المشكلات والحلول، رسالة ماجستير، كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، عمان، 2013، ص 25.

³ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 25.

التخصص في المجال الرياضي في حد ذاته، فهذا التخصص نابع من كثرة وتعدد الألعاب الرياضية وامتلاك كل منها لقوانين خاصة تختلف عن بقية الرياضات الأخرى، دون نسيان خصائص التجديد والانتشار والتعقيد.¹ فقد تعمّد الإعلام الرياضي الذهاب إلى أكثر من التخصص في الجمهور والمضمون وبحث عن تفتيت الجماهير إلى أكثر من ذلك وصنع مضامين إعلامية وحتى وسائل إعلامية مستقلة في حد ذاتها متخصصة في رياضة واحدة كالرياضات المائية، أو رياضيات الفروسية إلى غير ذلك، وهي عوامل زادت من شعبية الإعلام الرياضي بما أن كل فرد من هذا الجمهور سيجد ما يبحث عنه فيما يخص رياضته المفضلة أو مضامينه الرياضية المحبّدة عبر الإعلام الرياضي، فالإعلام الرياضي يعتبر من المجالات القليلة الذي لامست مثل هكذا تنوّع في التخصص مقارنة بباقي المجالات الأخرى.

الطبيعة الخاصة بالحدث الرياضي والذي يأخذ خصائصه وسماته من الجانب العلمي والمعرفي من الرياضة وهو ما يميز مجال الرياضة عن باقي المجالات ومن أبرز خصائص الحدث الرياضي والتي تميز بدورها الإعلام الرياضي فإننا نجد:²

- ميزة الديناميكية التي تميز الحدث الرياضي الذي يمثل سلسلة من المواقف المتلاحقة والمتغيرة وحتى المختلفة.
- الحدث الرياضي من الأحداث التي يسعى الفرد دائماً إلى متابعتها والاطلاع عليها ومعرفتها.
- يمثل الحدث الرياضي سلسلة حلقة ضمن سلسلة متكاملة ومتواصلة.
- يتغيّر المشهد الرياضي بسرعة أي أن حياة المشهد الرياضي قصيرة ما يثير اهتمام الأفراد والجماهير الرياضية بشكل مؤقت وربما لحظي.
- يقع الحدث الرياضي خارج أو على هامش الاهتمامات المصيرية الجديدة للجماهير، ما يجعل متابعة الإعلام الرياضي حتى من طرف الأفراد الغير شغوفة بالرياضة أمراً سهلاً لا مانع في ممارسته.
- تمثل لغة الإعلام الرياضي واحدة من أبرز الخصائص التي تميز الإعلام الرياضي عن باقي أنواع الإعلام الأخرى، تتميز هذه اللغة بالحيوية والعفوية والبساطة والجاذبية، والتي تكون في غالب الأحيان مزيج بين اللغة الفصحى والعامية، والتي تزيناها أكثر تلك المصطلحات التي تعبر عن الصراع والمنافسة، الأمر

¹ مهند معين دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الصحافة الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص 76.

² نجيب بن عباس الدرويشي، الضغوط المهنية التي تمارس الصحفيين العالمين في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة الملك سعود، 2005، ص 57-58.

الذي يجذب أكثر متابعين ويجعل الجماهير الرياضية على اتصال دائم بتلك المضامين الرياضية، إضافة إلى المصطلحات الفنية الخاصة باللعبة والتي تزيد من الوعي الثقافي لها بالنسبة للمتابعين، مع استخدام الألفاظ العامة والمألوفة في الأوساط الرياضية.

الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى الفئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.¹

فيما كان للباحث أديب خضرة نظرة مخالفة لخصائص الإعلام الرياضي أين فصل تلك الخصائص إلى مجموعة المحاور ضمت:²

- المجال الرياضي
- مجال الإعلام الرياضي
- مجال الجمهور الرياضي
- مجال لغة الإعلام الرياضي
- مجال الصورة في الإعلام الرياضي
- مجال حرية التعبير والإبداع

ويمكن تلخيص ما تناوله أديب خضرة من عناصر فيما يلي:

أ- **المجال الرياضي:** تحوّل المجال الرياضي بعد منتصف القرن العشرين إلى حياة كاملة غنية تضم أو تلامس جميع جوانب الحياة الأخرى سواء السياسية، الاقتصادية، وثقافية إلى غير ذلك، وخير دليل على ذلك تحول الرياضية اليوم إلى ثقافة وتجارة وانعكاسها على المعاملات الدبلوماسية وما لها من تأثير لها وعليها. ويتفوق المجال الرياضي على غيره من المجالات الاجتماعية الأخرى على مستوى الجمهور الذي طوّر من نفسه بذات الطريقة والتسارع بفضل وسائل الإعلام.

ب- **موضوع الإعلام الرياضي:** إن موضوع الإعلام الرياضي هو موضوع شامل وملم بجميع معطيات الحياة الرياضية بجوانبها المختلفة، سواء كممارسة أو كعلم نظري وأكاديمي أو كجمهور مستقطب أو حتى كصناعة وهواية وتربية ... الخ، وأشار خضرة في هذه النقطة أن رغم التطور النوعي والشامل للرياضة

¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص25.

² أديب خضرة، الإعلام المتخصص، ط2، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 2005، ص189-190.

اليوم ، فإنها لم تتجذر كما يجب ولم تصبح حاجة وضرورة وما زالت إلى هذا الحد أو ذاك تقع ضمن صناعة الترفيه، وما زالت النظرة إليها بحاجة إلى المزيد من العمق والجدية، هذا كله انعكس على موضوع الإعلام الرياضي.

ج- جمهور الإعلام الرياضي : وضع خضورة أبرز سمات الجمهور الرياضي وحددها على أنه:

- جمهور ضخم وواسع
- جمهور متنوع وغير متجانس
- جمهور مبادر وإيجابي
- جمهور يهتم معظمه بما هو إخباري وآني ومثير وسطحي أو شخصي على حد سواء
- جمهور شاب، تتكون الكتلة الرئيسية منه من الشباب المتابع للشؤون الرياضية دون سواها.

د- لغة الإعلام الرياضي: ربط أديب خضور خاصية اللغة بالإعلام بخاصية الحدث الرياضي في حد ذاته المتميز بالديناميكية والحركية ، وخاصية الجمهور الرياضي الذي يتميز بدوره بالمزاجية والحيوية والشباب، وما خلفاه من تأثيرات على لغة الإعلام الرياضي المترجمة بالأسلوب والطريقة في المعالجة الإعلامية للأحداث الرياضية، وأبرز سمات اللغة الإعلامية الرياضية حسب خضورة:

- الحيوية والعفوية والرشاقة والبساطة والجاذبية.
- غلبة الجمل الفعلية في العناوين والمثون.
- 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.

هـ- الصورة في الإعلام الرياضي: نظر خضورة إلى الصورة في الإعلام الرياضي نظرة مغايرة إلى الصورة في المجالات الأخرى وهي تتعاضد وتتسارع باستمرار خاصة بعد التطور التكنولوجي والرقمي في مجال الطباعة والتصوير الذي زاد من إمكانات الصورة.

و- هامش أوسع من حرية التعبير والإبداع: منح الباحث خضورة خاصية حرية التعبير والإبداع للإعلام الرياضي بالنظر إلى ابتعاد الرياضة نسبياً عن القضايا الحساسة (السياسية والاجتماعية والاقتصادية)، وهو ما يتيح للإعلامي الرياضي هامش أوسع من الحرية في معالجة المواضيع الرياضية.

خصائص الإعلام الرياضي

المجال الرياضي	موضوع الإعلام الرياضي	جمهور الإعلام الرياضي	لغة الإعلام الرياضي	الصورة في الإعلام الرياضي	هامش أوسع من حرية التعبير والإبداع
تحول الرياضية اليوم إلى ثقافة وتجارة وانعكاسها على المعاملات الدبلوماسية	موضوع شامل ولملم بجميع معطيات الحياة الرياضية بجوانبها المختلفة، سواء كمناسبة أو كعلم نظري وأكاديمي أو كجمهور مستقطب أو حتى كصناعة وهواية وتربية ... الخ	- ضخم وواسع - متنوع وغير متجانس - إيجابي ومشارك - شاب وفعال	- السرد مع التحليل - المصطلحات الفنية الخاصة باللعبة - ألفاظ مألوفة في الوسط الرياضي - الحيوية والعفوية والبساطة	الصورة المباشرة أو الحية التي تتعاطف باستمرار مع التطور التكنولوجي	له حرية أكبر في التعبير والإبداع بالنظر إلى ابتعاده نسبياً عن القضايا الحساسة

شكل رقم (03): خصائص الإعلام الرياضي حسب أديب خضرة¹.

¹ المصدر، من إعداد الباحث

5-أهداف الإعلام الرياضي:

حصر الباحثان خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم أهداف الإعلام الرياضي في أربعة عناصر رئيسية هي:¹

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
 - تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي المتفقة مع تلك القيم والمبادئ.
 - نشر الأخبار والقيم والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها.
 - الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.
- وهي الأهداف الأساسية التي بني عليها معظم التراث النظري في مجال الإعلام الرياضي الذي انطلق من الأهداف الأربعة التي عالجها الثنائي السابق ذكرهما منذ 1998، ولم يقدم الباحثون وما قاموا به من أبحاث ودراسات التي أتت من بعدها الإضافة على مستوى أهداف الإعلام الرياضي إلى غاية العشرية الأولى من القرن الواحد والعشرون، وبالتحديد إلى غاية سنة 2009 تاريخ إصدار الباحثان جورج كلاس وميشال سبع كتاب "الإعلام المتخصص فنون وتقنيات" عالج فيه أهداف الإعلام الرياضي بطريقة أكثر تفصيلا وحددا فيه وظائف أخرى للإعلام الرياضي خاصة وأن الكتاب أخذ بعين الاعتبار التطور التكنولوجي الحاصل في الفترة الحالية والذي مَسَّ الرياضة والإعلام على حد سواء، وأيضا متطلبات المرحلة الراهنة بعد تحوّل الرياضة إلى صناعة تعود بأموال طائلة على محيطها، التنافس الكبير بين وسائل الإعلام وبين وسائل ذات التخصص كالفنونات الرياضية في حدا ذاتها، الانتقال من المنافسة الهاوية إلى مصاف الاحتراف ودخول معطيات جديدة على الرياضة ككل، ارتباط الرياضة بمجالات الحياة الأخرى خاصة الاقتصادية، السياسية إلى غير ذلك.

وسنحاول عرض أبرز الأهداف التي جاء بها جورج كلاس وميشال سبع فيما يلي:²

- إرضاء رغبات الجمهور والاستجابة لمتطلباته كزبون للوسيلة الإعلامية.
- الاهتمام بالموضوع التنافسي بين وسائل الإعلام.

¹خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص24.

²جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص فنون وتقنيات، منشورات الجامعة اللبنانية في قسم الدراسات الإعلامية، بيروت، 2009، ص ص 106-108.

- تلبية متطلبات المحترفين والأندية والهواة والمعلنين والرعاة.
 - تنمية الروح الرياضية والتعريف باللعبة وقوانينها والترويج لها.
 - محاربة الفساد في القطاع الرياضي والعمل على إصلاح اللعبة وحمايتها.
 - تحسين ومراقبة السلوك الرياضي وتنمية الحسّ الرياضي عند الناس.
 - 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 نشر الروح الرياضية بين الناشئة والتأكيد على ضرورة التحلي بها.
 - الإسهام في تفعيل الاقتصاد الرياضي وما يوفره من فرص عمل ومداخل.
- فيما حملت اجتهادات بعض الباحثين إضافات أخرى على مستوى أهداف الإعلام في المجال الرياضي وسنحاول تلخيصها فيما يلي:
- نشر الوقائع الرياضية بأسرع وقت ممكن، ونشر الثقافة الرياضية فضلا عن دوره في الحيلولة دون وقوع أعمال العنف والشغب أثناء ممارسة المسابقات الرياضية.¹
 - تكوين الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين أفراد الجمهور الرياضي.
 - إيجاد العلاقات الإيجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفاتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع.
 - الترويج عن أفراد المجتمع بشكل عام والجمهور الرياضي بشكل خاص من خلال تقديم وعرض المضامين الإعلامية المتعلقة بالمنافسات والأحداث الرياضية بالأشكال أو الطرف التي تخرجهم من تلك الضغوطات التي يعيشونها في حياتهم اليومية.
 - توجيه وإرشاد أفراد المجتمع والجمهور الرياضي والرياضيين والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية.

¹ عادل عصام الدين، دور وسائل الإعلام في أمن الملاعب الرياضية، ورقة بحثية ضمن أبحاث الندوة العلمية أمن الملاعب الرياضية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2000، ص 45.

6- عناصر الإعلام الرياضي

أجمع الباحثون في مجال الإعلام الرياضي على ستة عناصر للإعلام الرياضي تشترك في عملية الإعلام بصفة عامة والتي يمكننا إيجازها في النقاط التالية:

أ- المرسل: وهو صاحب الرسالة الإعلامية، أو بصيغة أخرى هو الجهة التي تصدر منها المضامين الإعلامية الرياضية الموجهة إلى المستقبل.¹

ب- المستقبل: وهو الجهة المقابلة التي تستقبل الرسالة القادمة من المرسل، أو هو الجهة التي تتلقى تلك المضامين الإعلامية الصادرة من المرسل، وهنا يمكننا التتويه بأن المستقبل هو طرف قد يكون فرداً أو جماعة.

ج- الوسيلة (الأداة): هي قناة الاتصال التي تربط بين المرسل والمستقبل وتحمل الرسالة الإعلامية الرياضية، قد تكون جريدة، قناة تلفزيونية، إذاعة... الخ.

د- الرسالة: هي المضمون الذي تريد الجهة المرسله إيصاله إلى الجهة المستقبلية،² وهي مضامين إعلامية رياضية قد تكون، مكتوبة، سمعية، بصرية أو الكترونية.

هـ- رجع الصدى: وهو عنصر تتعكس فيه الأدوار ويكون الاتجاه عكسياً من المتلقي إلى المرسل، من أجل التعبير عن موقفه من الرسالة أو مدى فهمه لها وحتى استجابته أيضاً.

و- التأثير: وهذا يظهر من خلال تثبيت القيم والأخلاق والمبادئ الرياضية والوصول إلى أنماط السلوك.³ وهو الهدف الرئيسي الذي تسعى لتحقيقه الوسائل الإعلامية من خلال كل العناصر السابق ذكرها، ويكون هذا التأثير متفاوتاً من فرد إلى آخر حسب معايير عديدة.

¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 22.

² خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، نفس المرجع السابق، ص 22.

³ على عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 7.

المبحث الثاني: المنظومة الإعلامية الرياضية

1- مفهوم المنظومة الإعلامية الرياضية:

تعتبر المنظومة الإعلامية الرياضية امتداد للمنظومة الإعلامية بصفة عامة، فهي تختص في مجال معين من مجالات الإعلام الأخرى فهي تعتبر منظومة إعلامية فرعية متخصصة في المجال الرياضي وتضم هذه المنظومة ذات ونفس الوسائل التي تحتويها المنظومة الإعلامية العامة وتكون وسائل إعلام متخصص في المجال الرياضي (تلفزيون، إذاعة، صحافة مكتوبة، إعلام الكتروني) إضافة إلى الدعائم المادية، التقنية أو الفنية، وتتمثل بالتحديد في كل المواد التي تنشرها الصحافة المحلية والعالمية، والمضامين الرياضية التي تنشرها القنوات التلفزيونية الرياضية والغير الرياضية، محطات الراديو، وكالات الأنباء المضامين التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت إلى غير ذلك، فيما تلعب الموارد المالية للمؤسسة الإعلامية دورا هاما في جودة المضامين التي تقدمها الوسيلة وحجم الجماهير المتابعة لها. وتعرف المنظومة الإعلامية على أنه " جزء من المنظومة الإعلامية العامة، فهي فرعية متخصصة في موضوع معين وهو الرياضة أساسا، 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.¹ فالمنظومة الإعلامية الرياضية هي المنظومة المتكونة من الوسائل المادية والتقنية والدعائم الفنية التي تهتم بتغطية ونقل الأحداث والمنافسات والمناسبات الرياضية إلى الجماهير الرياضية المهتمة بالمجال الرياضي على اختلاف ميولاتهم المتخصصة في الرياضة (أنواع الرياضات الموجودة)، أين يتم تخصيص المساحة الإعلامية اللازمة لهذا الحدث سواء من الجانب الإخباري أو الترفيهي وتقديم المضامين التحليلية والتقييمية بما يتناسب مع تلبية حاجات ورغبات الجماهير المتابعة.

ويرى الباحث محمد سيد محمد " إن الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام ويتميز في كونه إعلاما خاصا بقضايا الرياضة والرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام.²، أي أن المنظومة الإعلامية العامة هي ذاتها المنظومة الإعلامية الرياضية إلا أنها تختص فقط بالجانب الرياضي عن بقية المجالات الأخرى، ويكون إعلاميها هم إعلاميون رياضيون مختصون بدورهم في الرياضة ويملكون الميل الرياضي

¹ عيسى الهادي، سليمان لاوسين، مرجع سابق، ص 63

² محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988، ص 45.

أو الثقافة الرياضية أو التكوين الرياضي الذي يسمح لهم بتأدية مهامهم الإعلامية الرياضية على أكمل وجه، وفي نفس الوقت فإن هذه المنظومة (المنظومة الإعلامية الرياضية) تخاطب الجمهور الرياضي على وجه الخصوص من دون جماهير وسائل الإعلام الأخرى وهي الجماهير ذات الميول الرياضي التي تبحث عن تلبية حاجاتها ورغباتها الرياضية في متابعة هذه المنظومة.

2- عوامل استقلال المنظومة الإعلامية الرياضية عن المنظومة الإعلامية العامة:

أدت في نظر الباحث مجموعة من العوامل إلى استقلال منظومة الإعلام الرياضي عن المنظومة الإعلامية العامة سنحاول إيجازها فيما يلي:

-أسهم نجاح نقل وقائع الألعاب الأولمبية التي أقيمت في ميونخ في 25 يونيو 1972 وقبل أن تمر خمسة سنوات على إطلاق أو قمر للاتصال بدور كبير في فتح الطريق، والتمهيد لإمكان قيام تبادل على المستوى الدولي وليس الإقليمي فقط، عن طريق أقمار الاتصال فقد أصبح نقل الأحداث الرياضية المهمة، وخاصة دورات الألعاب الأولمبية والبطولات العالمية، من البرنامج الروتينية الثابتة بالنسبة للتبادل العالمي ويتم الحجز لها عبر أقمار الاتصال قبل انعقادها بأشهر، وقد يصل إلى سنة.¹ وهو الحدث الأبرز تاريخيا الذي حوّل الوجهة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية للاستثمار في المجال الإعلام الرياضي بصفة مستقلة والخروج عن المنظومة الإعلامية العامة، بعد وقوف تلك المؤسسات على حجم الاهتمام الذي توليه الجماهير الرياضية إلى الرياضة والأحداث والمنافسات الرياضية على وجه الخصوص، ما أجبرهم على صناعة منظومة إعلامية رياضية خاصة تختص بالمجال الرياضي سواء تعلق الأمر بالصحافة المكتوبة آنذاك أو المحطات الإذاعية والتلفزيونية.

-بروز الرياضة في مرحلة ما من مراحل تطور المجتمع، وقيامها بدور متميز وفعال في حياة الشعوب، ما جعلها نشاطا واسعا ومعقدا له نظامه الخاص.² وهي المرحلة التي تطورت فيها الرياضة بشكل لافت للانتباه واستقلالها كنشاط وعلم قائم بذاته وتحوله إلى صناعة وتجارة تعود بأموال باهظة على مستثمريها بداية من الرياضيين، مروراً بالقائمين عليها وصولاً إلى وسائل الاعلام مع ازدياد طابعها الاقتصادي في المجتمعات

¹ عثمان محمود شحادة، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 21، العدد 04، جامعة اليرموك، عمان، 2013، ص 323.

² بلال بداع عبد الحميد، مرجع سابق، ص 392.

التي كانت تشهد تطور اجتماعي واقتصادي وتكنولوجي ما سمح لهم بالتحول السريع إلى الاستثمار والاستقلال في مجال الإعلام الرياضي.

-التغير الذي حصل على المجتمعات في نظرتهم إلى الرياضة في سياق ذلك التطور العام الذي شهدته المجتمعات المعاصرة في أواخر القرن الماضي الشيء الذي ساهم في تحويل الرياضة في تلك المجتمعات إلى مجال واسع وغنيّ له نفس الأهمية التي يحظى بها المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي ..الخ، ما وجب استقلال جانب إعلامي خاص بها ومنظومة إعلامية كاملة كما حدث في المجال السياسي.

-التطور التكنولوجي الذي حصل منذ نهاية القرن الماضي ومساهمته في النقلة النوعية بالنسبة للإعلام على المستوى المادي، التقني والفني وسمح بظهور وسائل وتقنيات حديثة تسهل من عملية الاهتمام بالمجال الرياضي والأحداث والمنافسات الرياضية ونقلها بتقنية المباشر في وقتها بالشكل الذي يجعل من العلمية الإعلامية ناجحة إضافة إلى ميزات نقل الأخبار والبرامج الرياضية المتنوعة والثريّة وأيضاً التحليلية، كلها عوامل ساهمت في ظهور منظوم إعلامية رياضية خاصة بذاتها لديها مؤسسات ووسائل وصحفيون مستقلون عن المنظومة الإعلامية العامة.

3- عناصر المنظومة الإعلامية الرياضية:

3-1- المنظومة الرياضية الصحفية (الصحافة الرياضية)

3-1-1 مفهوم الصحافة الرياضية:

كانت الصحافة الرياضية أولى المجالات التي عنت بدراسة المجال الرياضي وتناول عديد الباحثين الصحافة الرياضية من زوايا عديدة ومختلفة، فالصحافة الرياضية هي الصحافة التي تهتم بالمجال الرياضي من دون المجالات الأخرى وتهتم بأخبار أحد الرياضات أو جميعها وأبرز الأحداث والمنافسات الرياضية، وتوجه مضامينها بشكل الخصوص إلى جمهور رياضية لديه ميولات واهتمام رياضية.

وعرّف غازي زين عوض الصحافة الرياضية على أنها "الصحافة التي تعالج أساسا الموضوعات الرياضية وتوجّه أساسا إلى الجمهور المعني بالرياضة المختص أو المهتم أو المعني أو الهاوي".¹

3-1-2 نشأة الصحافة الرياضية:

أجمع الباحثون في المجال الإعلامي أن الصحافة الرياضية ظهرت مع ظهور الصحف ذاتها وكانت معظم الصحف الناشطة مع ظهور الصحافة بصفة عامة تخصص مساحات للمجال الرياضي وتنقل أبرز الأحداث الرياضية التي كانت تلعب آنذاك، وكانت أبرز تلك الأحداث هي المنافسات الرياضية الماراطونية أو التحديات بين الرياضيين المشهورين في كل حقبة زمنية. وتتناول فاروق أبو زيد نشأة الصحافة الرياضية فيما يلي:

" ظهرت أخبار الرياضة في الصحف مع نشأة الصحف نفسها في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في غرب أوروبا، وإن لمك تحتل الرياضة نفس أهمية أخبار التجارة والمال والبنوك وحرمة السوق، وخاصة أن ظهور الصحافة ارتبط بازدياد نفوذ الرأسمالية الأوروبية واهتمامها الطبيعي بالنشاطات الاقتصادية... وقد ظلت الشؤون الرياضية تحتل مرتبة أقل أهمية من الشؤون الاقتصادية في صحافة القرن التاسع عشر، لكن ما لبثت أخبار الرياضة أن عرفت طريقها إلى الصفحات الأولى من الصحف مع بداية القرن الـ 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، 2006، ص 15.

² فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1986، ص76.

ثم لجأت الكثير من المؤسسات الصحفية إلى إصدار ملاحق رياضية أسبوعية توزع مع الصحيفة لزيادة توزيعها، قبل أن تتطور هذه الملاحق فيما بعد لتتحول إلى صحف مستقلة كانت بداية ظهور الصحافة الرياضية، اهتمت آنذاك بنشر الأخبار الرياضية والمنافسات والأحداث الرياضية ونشر حوارات مع مشاهير الرياضيين خاصة اللاعبين والمدربين منهم في مختلف الرياضات التي تثير إقبال الجماهير.

3-1-3 أهمية الصحافة الرياضية:

يرى الباحث **حسين شفيق** أن الصحافة الرياضية 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... إضافة إلى ذلك للصحافة الرياضة دور هام في نشر الثقافة الرياضية وفي تدعيم وترسيخ القيم التربوية والاجتماعية في استئثار الدافعية عند الأفراد نحو ممارسة الرياضة من خلال تكوين اتجاهات إيجابية نحوها.¹

يرى الباحثان **خير الدين علي عويس** و**عطا حسن عبد الرحيم** أن الصحافة الرياضية تساهم في صناعة وقيادة الرأي العام الرياضي في آن واحد، لذلك فهي تعتبر من أقوى وسائل الإعلام الرياضية في تكوين الرأي العام الرياضي، وتؤثر في ذلك عن طريق الخبرة تارة أو التعليق أو العمود تارة أخرى أو عن طريق الأحاديث والتحقيقات الصحفية الرياضية أو الصور والرسوم الكاريكاتورية.²

3-1-4 أهداف الصحافة الرياضية:

يمكننا تلخيص أهداف الصحافة الرياضية في النقاط التالية:³

- الأخبار والإعلام حيث تقوم بتزويد الجماهير بالأخبار اللازمة، لتكون حكماً على الموضوعات العامة.
- التعليق على الأنباء الرياضية.
- تعكس آراء الآخرين في المواضيع الرياضية والتعليق عليها من خلال عرض آراء القراء ووجهات نظرهم.
- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية.
- التعريف بالأبطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة.
- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية

¹ حسين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية رؤى جديدة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 223.

² خير الدين علي عويس و**عطا حسن عبد الرحيم**، مرجع سابق، ص 103.

³ خير الدين علي عويس و**عطا حسن عبد الرحيم**، نفس المرجع السابق، ص 103.

- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين أبناء الوطن.
- التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية.
- توعية وتنقيف الجماهير رياضيا.
- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية.

3-1-5 وظائف الصحافة الرياضية:

ويمكننا تلخيص أبرز تلك الوظائف كما تناولها الشمايلة، اللحام وكافي في النقاط التالية:¹

- أ- **الإخبار والإعلام:** وذلك بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقي، وإن تُقدم الصحافة في نفس الوقت دائرة واسعة من المعلومات والمعارف والقوانين الرياضية.
- ب- **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 صحافية مختلفة.
- ج- **النقد والتعليق وطرح الرأي:** وهذا يتوقف على مقدار الحرية التي تتمتع بها الصحافة الرياضية حيث تقوم بطرح كل الآراء التي تعكس كل الاتجاهات الرياضية في المجتمع الرياضي وتناقش كافة الرياضة والمشكلات الرياضية المثارة فيه.
- د- **تحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع:** حيث يمكن للصحافة الرياضية أن تكون أداة للتكامل والتوحيد بين أفراد المجتمع الرياضي.
- هـ- **نقل التراث الرياضي من جيل لآخر:** وذلك بتعريف الأجيال المختلفة بالأبطال الرياضيين الذين حققوا انجازات في مختلف المناسبات، بالإضافة إلى تعريف هذه الأجيال بالقيم والتقاليد السائدة حتى يمكن المساهمة في عملية التنشئة الرياضية للأجيال القادمة
- و- **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.
- ز- **التسلية 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.

¹ ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، **الصحافة المتخصصة**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 41-42.

ح- تقديم الخدمات: وذلك من خلال تقديم بعض المعلومات الرياضية والصحية التي تفيد القراء مثل التعريف بمواعيد المنافسات وأماكن إقامتها والإعلان عن مواعيد بثها سواء في الإذاعة أو التلفزيون.

ط- التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات: حيث تقوم الصحافة الرياضية في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب عن الأندية والاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة ومحاولة الكشف عن الانحرافات التي قد تحدث فيها.

وهي الوظائف التي تتطابق إلى حد بعيد مع وظائف الإعلام الرياضي خاصة من خلال المحاور الأساسية لوظائف الإعلام، بما أن الصحافة المكتوبة أو الرياضية هي أحد الأعمدة التي يقوم عليها الإعلام، ووظائف مثل الإخبار، الترفيه والتسلية، التفسير، النقد وتقديم الخدمات لا يمكن أن يقوم الإعلام أو وظيفة الإعلام في حد ذاتها من دون تلك الوظائف.

3-1-6 أنواع الصحافة الرياضية:

قدم الباحثون أنواع مختلفة للصحافة الرياضية كل حسب توجهه أو رؤيته العلمية أو العملية، واحتكموا في هذا التقسيم إلى معايير مختلفة. سنتناول أبرز تلك التقسيمات فيما يلي:

أولاً: تصنيف من حيث دورية الصدور: ونجد في هذا التصنيف الذي اعتمده عديد الباحثين:

الصحف الرياضية اليومية: التي تصدر كل يوم.

الصحف الرياضية الأسبوعية: وهي الصحف التي تصدر بصفة أسبوعية أي مرة كل سبعة أيام.

الصحف الرياضية النصف شهرية: وهي الصحف التي تصدر بشكل دوري كل أسبوعين ويطلق عليها أيضاً في الغالب اسم الصحف الرياضية النصف شهرية.

الصحف الرياضية الشهرية: وهو النوع الذي يصدر مرة كل شهر.

الصحف الرياضية الربع سنوية: هي الصحف الرياضية التي تصدر بشكل دوري كل ثلاثة أشهر.

ثانياً: تصنيف من حيث التغطية الجغرافية: نقصد بهذا المعيار مدى تغطية الصحيفة ووصولها إلى قرائها ونجد فيها:¹

أ- الصحف الرياضية المحلية: يغطي توزيعها محافظة أو إقليم معين.

ب- الصحف الرياضية القومية: توزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء إلى إقليم أو محافظة معينة.

ج- الصحف الرياضية الدولية: هي الصحف الرياضية القومية تصدر طباعات خاصة لتوزع خارج الدولة.

¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 107.

ثالثا: تصنيف من حيث المضمون:

- أ- الصحف الرياضية العامة: هي الصحف التي تتناول وتعالج الرياضات المختلفة بصفة عامة.
- ب- الصحف الرياضية المتخصصة بريضة معينة: وهي الصحف التي تختص بمضمون رياضة واحدة وأبرز تلك الأنواع وأكثرها شهرة هي الصحف الرياضية المتخصصة في رياضة كرة القدم.
- ج- الصحف الرياضية الخاصة بنوع من الرياضات: وهو الأقل شهرة ويهتم بمجال محدد من الرياضات مثل الرياضات الميكانيكية، الرياضة الجامعية، الرياضات القتالية، الرياضة العسكرية...الخ.

رابعا: تصنيف من حيث الشكل الفني للصحيفة:¹

- أ- الجريدة الرياضية: هي عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف، وقد تأخذ الحجم الكبير أو الحجم النصفى، ولا تزيد دورية صدورها عن الأسبوع، وتركز على ما حدث في تغطيتها للأخبار.
- 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 حدث؟ وكيف حدث؟ وتهتم المجلة بالصور، الألوان وتجويد عملية الإخراج واستخدام أنواع من الورق أكثر جودة من الجريدة.

خامسا: تصنيف من حيث حجم التوزيع:

- أ- الصحف الرياضية الجماهيرية: هي الصحف ذات التوزيع الضخم وتكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات الرياضية التي تهم القارئ العادي.²
- ب- الصحف النخبوية الرياضية: هي صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية في تناولها للأخبار والأحداث الرياضية، وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الرياضية الجادة، ويكون توزيعها أقل ولكن مستوى مادتها الرياضية أعمق وغالبا ما تكون مرتفعة الثمن مقارنة بالصحف الأخرى.³

¹ ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 176.

² خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 108-109.

³ نور العابدين قوجيل، واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من ممارسي الإعلام الرياضي، رسالة دكتوراه، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2020، ص 174.

أنواع الصحافة الرياضية

تصنيف من حيث دورية الصدور: اليومية، الأسبوعية، النصف شهرية، الشهرية، الربع سنوية

تصنيف من حيث التغطية الجغرافية: المحلية، القومية، الدولية

تصنيف من حيث المضمون: العامة، المتخصصة، الخاصة بمجال رياضي معين، الخاصة ذات الصلة

تصنيف من حيث الشكل الفني: الجريدة الرياضية، المجلة الرياضية

تصنيف من حيث حجم التوزيع: النخبوية، الجماهيرية

تصنيف من حيث جهة الصدور: صحف الأندية الرياضية، صحف الاتحادات الرياضية

شكل رقم (04): أنواع الصحافة الرياضية¹

3-2- المنظومة الرياضية الإذاعية:

3-2-1- مفهوم الإذاعة:

الإذاعة تعني بالمعنى اللغوي "الإشاعة" وهي بمعنى النشر العام وذبوع ما يقال إن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتف السر أنه رجل " مذيع "، فيقال " فلان للأسرار مذيع ولأسباب مضياغ"، ويمكن تعريف الإذاعة أنها الانتشار المنظم أو المقصود وهذا بواسطة الراديو من خلال المواد الإخبارية والثقافية والتعليمية وتجارية ورياضية وغيرها من البرامج بحيث يلتقطها المنتشرون حول العالم في وقت واحد وهذا باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.² ويعتبر مصطلح الإذاعة من المصطلحات الشائعة في ميدان الإعلام والاتصال وشهدت مجهودات الباحثين وضع مفاهيم عديدة للإذاعة الذين تناول البداية هذا المصطلح في السياق التقني والتكنولوجي للوسيلة وما أضافته لميدان الإعلام والاتصال بفضل التقنية، قبل تغذية ذلك المفهوم بالجانب العملي الإعلامي وما قدمته هذه الوسيلة من إضافات وتغييرات وتأثيرات على العلمية الاتصالية وعلى الحياة الاجتماعية للأفراد والمجتمعات.

¹ المصدر: من إعداد الباحث

² إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، دمشق، 1985، ص 256.

وسنحاول فيما يلي تقديم أبرز التعريفات التي تناولها الباحثين في الوطن العربي:

بداية بما قدّمه طارق الخلفي في كتاب فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية "الراديو أو الإذاعة المسموعة هو أحد وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري، وكلمة راديو تعني الإرسال أو الاستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربية والاتصال بالراديو هو إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لا سلكياً".¹

فيما عرفها فضيل دليو في معجمه الإعلامي أنها "ما يبيث عن طريق الأثير باستخدام الموجات الكهرومغناطيسية التي بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع ومن ثم فقد شاركت مع التلفزيون خاصة وسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عالم عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه".²

وعرّفها عبد العزيز شرف أنها "عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وأدوار تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناسّ يتكوّن من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة".³

3-2-2- نبذة تاريخية عن نشأة الإذاعة:

ظهرت الإذاعة نتيجة لعوامل اجتماعية أوجدت الحاجة إلى الاتصال الفوري، وجاءت نتيجة لسلسلة من الاختراعات والانجازات العلمية المتراكمة التي قام بها العلماء من جنسيات مختلفة ففي عام 1867 وضع العالم الاسكتلندي جاك كلارك ماكسويل نظرية شاملة للأمواج الكهرومغناطيسية مبينا قرابته من الأمواج الضوئية. وفي 1887 أثبت الألماني هنريش هارترز نظريات ماكسويل بإنتاجه أمواج هيرتزية. وفي باريس استكمل إدوارد بيرنلي آراء الإيطالي أونسي وضع المكشّفات للأمواج الهيرتزية عام 1890. أمام الانجليزي أوليفير لهودج فهو أول من توصّل إلى النقاط الأمواج الهيرتزية في مختبره عن بُعد قدره 36 متر وتم ذلك سنة 1894. لكن النجاح الفعلي لالتقاط الأمواج كان سنة 1885 حيث قام كوكيلو ماركوني بتبادل الإشارات الهيرتزية على بعد 400 متر ثم على بعد 200 متر. وازدادت المسافة شيئاً فشيئاً، إلى أن توصل سنة 1899 من تحقيق مواصلة بين مدينتي دوفر وغيمور بالقرب من بولون حيث المسافة بينهما 46 كيلومتر. وأعظم انتصار لماركوني عام 1901 حيث رسم موجات الراديو عبر المحيط الأطلسي بين

¹ طارق سيد احمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 23.

² فضيل دليو وآخرون، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 40.

³ عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص 403.

كورنولو نيو فنلندا وتقدر المسافة بينهما بحوالي 3200 كيلومتر، بدأ ماركوني الإرسال الإذاعي من بيته في لندن سنة 1921 وبعد أشهر اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل النظام الإذاعي في بريطانيا من خلال شركة واحدة وهي **BBC**، ثم الإرسال من ثلاثة محطات وهي لندن برمنغهام ومانشستر، ثم تضاعف عدد المحطات بعد إثبات نجاح الراديو أو البث الإذاعي.¹

في حين تناول الباحث عبد الفتاح كنعان نشأة الإذاعة في كتابه الإعلام والمجتمع وقال " تعود 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 الأمريكية الدولة الأولى التي أجريت فيها أول التجارب في هذا الحقل وتبعتها بريطانيا وفرنسا ألمانيا، لكن الإذاعة لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1920 حيث بدأ الدكتور فرانك كونراد المهندس في شركة ويستنجهاوس في بنسلفانيا بتشغيل أول محطة راديو واعتاد إذاعة الموسيقى المحلية المسجلة ونتائج مباريات الرياضية، كما تمت إذاعة وصف صوتي لمباريات في الملاكمة والبيسبول إلى جانب الشعار الدينية من الكنائس.²

ومن خلال ما تناولناه سابقا فإننا نتأكد أن الإعلام الإذاعي الرياضي ظهر مع ظهور وبدايات الإذاعة في عمليات إذاعة الأخبار والنقل الصوتي بعض الأحداث والمنافسات الرياضية التي كانت أكثر شهرة مقارنة مع الرياضات الأخرى قبل أن يتأصل الإعلام الإذاعي الرياضي مع مرور الوقت والتطور الحاصل وتنوع البث الإذاعي وتغطيته مساحات أكثر وسهولة استقطابه واستقبال موجهاته مما يسهل عملية البث الإذاعي الرياضي المتنوع سواء الإخباري أو البرامجي المتنوع أو البث.

3-2-3- الخصائص الإعلامية للإذاعة:

يمكننا إيجاز الخصائص التي ينفرد بها الإعلام الإذاعي عن باقي وسائل الإعلام فيما يلي:

- سرعة انتشار الكلام والمساحة الشاسعة التي يغطيها الراديو من جهاز الإرسال إلى أجهزة الاستقبال، " كما أن موجات الإذاعة تستطيع أن تتخطى جميع العقبات التي تمنع أكثر وسائل الاتصال الأخرى من القيام بوظيفتها أو تحجبها، فالإذاعة لا تحتاج إلى وسيط والرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع."³، إلا أن سلبية هذه الخاصة أن أفضلية سهولة تخطي الإذاعة للعقبات مقارنة بباقي الأجهزة

¹ إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 106.

² علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 15-16.

³ محمود أدهم، فن الخبر، مكتبة المجلس الأعلى للصحافة، القاهرة، 1979، ص 180.

تلاشت مع التطور التكنولوجي الحاصل في السنوات الأخيرة وظهرت وسائل وتقنيات حديثة سهلت من مهام بقية الوسائل الاتصال في الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور المستقبل في أقل وقت.

- موجات الأثير تحدد الزمان والمكان وأصبح العالم كقرية صغيرة بحيث تصل هذه الموجات إلى الملايين من المستمعين متحدية المكان الجغرافي ومستوياتهم العلمية الثقافية وهذا ما أدى إلى تحطيم تسلك المعوقات الطبوغرافية أو السياسية في تلاحم الشعوب وتبادل الأفكار كما تعمل على إقامة قاعدة اتصال فعالة.¹
- التزاوج الحاصل بين الإذاعة وبين تقنيات الاتصال الحديثة والوسائط الجديدة، أين أصبح اليوم بإمكاننا مشاهدة البث المباشر لبرنامج إذاعي أو حوار أو حتى نشرة الأخبار صوت وصورة، ما سهل أكثر عملية انتشار الراديو والوصول إلى ملايين المستمعين والمشاهدين على الهواتف النقالة على مختلف مواقع الاتصال الاجتماعيين إضافة إلى قالب البث الجديد الذي تميزه التفاعلية أين بإمكان المستمع اليوم مشاهدة الراديو وليس سماعه فقط إضافة إلى فرصة وأفضلية التفاعل عن طريق الإعجاب أو الرفض أو وضع تعليق إبداء رأي وحتى المشاركة في البرامج الإذاعية.

3-2-4- وظائف الإذاعة:

- تقوم الإذاعة كغيرها من وسائل الاتصال الأخرى بعدة وظائف داخل المجتمع ورغم تقارب تلك الوظائف من حيث المنطلقات والأهداف إلا أن هناك بعض الاختلافات البسيطة في وظائف الإذاعة مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى والتي يمكننا إيجازها في النقاط التالية:²
- المساهمة في نشر العلوم والثقافة بين أفراد المجتمع.
- معالجة المشكلات الاجتماعية من خلال البرامج الإذاعية التي تتغلغل داخل المجتمع وتكشف مشاكله الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية إلى غير ذلك وتقديم حصص وبرامج تحاول فيها الاقتراب من المواطن قدر الإمكان بفضل الإعلام الإذاعي الجوّاري ومحاولة حل تلك المشاكل التي يعاين منها الأفراد.
- إيصال الأخبار المحلية والعالمية للأفراد وتنوير الرأي العام، وهو ما ينطوي تحت غطاء الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام بصفة عامة.
- تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية.

¹ مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1997، ص

² رحمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 139.

- الترويج عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم، وهو ما ينطوي أيضا تحت غطاء الوظيفة الترفيهية والتسلية لوسائل الاتصال.

3-2-5 - الإعلام الرياضي الإذاعي:

كانت للرياضة تأثير كبير على تطوير وتنويع المنظومة الإعلامية الإذاعية كما حصل ذلك في مجال الصحافة المكتوبة والتلفزيون وبقية وسائل الإعلام والاتصال الأخرى، فقد كان لزاما على الراديو أن يتأقلم ومتطلبات الحياة الاجتماعية للأفراد والمجتمعات بما ذلك الجمهور الرياضي الذي وضع الإذاعة أمام حتمية تخصيص مساحة للرياضة بمختلف مجالاتها، من هنا كانت الانطلاقة نحو إعلام رياضي إذاعي، حيث تقوم فيه الإذاعة بالدور الأبرز في ذلك الوقت في نقل وتقديم الأحداث والمنافسات الرياضية عبر أثر الإذاعات التي حققت نجاحات كبيرة بفضل الرياضة، خاصة وأن الرياضة شاعت إلى حد يصطف فيه الجميع أمام جهاز الراديو من أجل الاستماع للنقل المباشر للألعاب الأولمبية أو نزال في رياضة الملاكمة. ومع مرور الوقت أصبحت الرياضة أحد المجالات والمواد الدسمة التي تكثف فيها الإذاعة نشاطاتها من أجل القيام بدورها ووظيفتها تجاه الجمهور الرياضي من جهة ومن جهة أخرى توسيع قاعدة المستمعين واستقطاب فئات جديدة من المجتمع بالاهتمام بكل الرياضات، وكل هذا من أجل تحقيق السياسة العامة للإذاعة.

وبالنظر إلى أهمية الرياضة في حياة المجتمعات والشعوب فقد خصصت المحطات الإذاعية العامة وحتى المحلية مساحات أكثر للمواضيع والقضايا الرياضية، وقد تزايد اهتمام الإذاعة بالحياة الرياضية المحلية والعالمية، وأصبحت المادة الرياضية أحد الجسور الهامة التي تقمها الإذاعة من أجل توثيق علاقتها بجمهور المستمعين، وتحولت الرياضة إلى المجالات الهامة بالنسبة للمحطات الإذاعية التي وجب الاهتمام بها وتغطية أحداثها ومنافساتها.

كما ساهمت الرياضة في تحديد طبيعة البث الإعلامي في القرن الحادي والعشرين، فقد أنشأت محطات الإذاعية متخصصة في المجال الرياضي، وأصبحت أوجه التعاون بين الرياضيين والإعلاميين متعددة وتتعلق أساسا بالإشهار، تغطية النشاطات والمنافسات الرياضية، شراء حقوق البث وغيرها، وهذا ما يؤكد وجود مصالح مشتركة بين الرياضة وبين وسائل الإعلام الأخرى.¹

¹ نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص 176.

3-2-6- أهداف الإعلام الرياضي الإذاعي:

- تسعى الإذاعة كغيرها من وسائل الاتصال والإعلام الأخرى إلى تحقيق أهداف معينة منها:¹
- تحقيق أول تماس بين المستمع وبين الحدث الرياضي، من خلال محاولة أخذ الأسبقية في كونها السباقة إلى نقل أبرز الأخبار والأحداث الرياضية إلى المستمع مقارنة بباقي وسائل الاتصال الأخرى.
- محاولة إيجاد وخلق وعي لدى المستمع بما يجري على الساحة الرياضية.
- تقديم ما يجري على الساحة الرياضية في موقف معين وبرؤية معينة تعكسان السياسة العامة للإذاعة.
- تحقيق أقصى قدر من الفائدة المادية من خلال الإعلانات الإشهارية أو التمويل للحصص الإذاعية.

3-3- المنظومة الرياضية التلفزيونية

3-3-1- مفهوم التلفزيون:

يعتبر التلفزيون أحد أبرز وسائل الإعلام في العصر الحالي كأحدث وسيلة إعلامية ذات الخصوصية التكنولوجية، والذي لا يزال إلى غاية كتابة هذه الأسطر في مرحلة التطوير من أجل إخراج أفضل صورة للمشاهد، واعتمد التلفزيون على انسجام وتناسق عديد العوامل أبرزها العوامل التقنية الممثلة في التكنولوجيا في حد ذاتها، إضافة إلى العوامل الفنية الممثلة لعامل الزاد البشري الذي يعتبر أهم دعائم التلفزيون وهو العامل الذي تقف عليه جودة المضمون المرئي الذي سيصل إلى المشاهد.

والتلفزيون **Télévision** هو كلمة مركبة من مقطعين هما: **Télé** ومعناها باليونانية عن بعد و**vision** معناها باللاتينية الرؤية.² فالترجمة الحرفية لهذا المصطلح إلى العربية تعني الرؤية عن بعد، كما يطلق عليه أيضا في المجتمعات العربية الشاشة الصغيرة (الشاشة الكبيرة هي السينما)، بالإضافة إلى أن تداولها باللغة العربية كان على عدة مصطلحات أخرى منها : الرائي، الإذاعة المرئية إلى غير ذلك. أما قاموس المصطلحات الإعلامية فقد عرّفه أنه: " جهاز لنقل الصورة المتحركة وعرضها، كما ينقل الراديو الأصوات، وهو يتكون من جهاز الانقاط كالألة السينمائية يصوّر المشاهد المراد تصويرها، ثم ينقلها في الهواء بطريقة لاسلكية فتلتقطها أجهزة الاستقبال لتعكس هذه الصورة عل لوح من الزجاج..³، فيما عرّفه

¹ علي طاهر مبارك، الإذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضية في عصر التحديات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2007، ص 121.

² نور الدين بليل، الإعلام وقضايا الساعة، دار البعث، قسنطينة، 1984، ص 18.

³ محمد فريد محمود عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 333.

معجم مصطلحات الإعلام أنه وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهو أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بال جماهير عن طريق بث برامج معينة.¹

فالنظام التلفزيوني بصفة عامة هو طريقة إرسال واستقبال الصور المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق الموجات الكهرومغناطيسية، تتحول تلك الصور والأصوات في مجملها لتكوّن المادية الإعلامية أو المضامين الإعلامية التي تُقدّم على شكل برامج وحصص تبث على هذا الجهاز ليستقبلها ويشاهدها ملايين المشاهدين من الأفراد عبر العالم، خاصة بعدما استفاد التلفزيون من التطور التكنولوجي الهائل الذي ساهم في تحسين جودة الصوت والصورة والبث بصفة عامة، وسهل من عملية استقطاب القنوات على الجهاز.

3-3-2- نبذة تاريخية عن نشأة التلفزيون:

وقد بدأت فكرة اكتشاف التلفزيون استنادا إلى القاعدة العلمية نقل الصورة بواسطة تيار كهربائي معين، وقد ظهرت البدايات الأولى لهذه الفكرة عند العالم جوزيف ماري، حيث اكتشف عنصر يختصّ في نقل وتحويل القوة الكهربائية إلى صورة.² ثم جاءت تجريب نيكوف في إرسال صورة متحركة عام 1884 باستخدام القرص الميكانيكي الماسح، والمكوّن من سلسلة ثقوب في شكل حلزوني بحيث تسمح تلك الثقوب مع دوران الأسطوانة بظهور تفاصيل الصور كلها في دور واحدة، ونجح في هذه الفترة ماركوني الإيطالي في إرسال واستقبال الأصوات سلكيا ولاسلكيا، واخترع العالم فيروف ارتتروم الكاميرا التلفزيونية، وطوّر العالم آلان ديمونت شاشات الاستقبال، واخترع لول أجهزة استقبال منزلية. وفي عام 1926 تمكن العالم البريطاني جون بيرد من إخراج فكرة التلفزيون من حيّز النظريات إلى الواقع العلمي الملموس بحيث توصل إلى وضع أول تصميم عملي للتلفزيون الميكانيكي.³

3-3-3- خصائص التلفزيون:

يعتبر التلفزيون أحد أهم الاختراعات في تاريخ الإنسان والعصر الحديث وكذلك أحد أبرز وسائل الاتصال الجماهيرية في مجال الإعلام والاتصال، وذلك لما حمله التلفزيون من مزايا تقنية وفنية لم تكون موجودة من قبل وهي التي جعلته في صدارة وسائل الإعلام الأخرى سواء صحافة، كتب، راديو... الخ.

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1994، ص 160.

² عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق، عمان، 1990، ص 39.

³ رحيمة الطيب عيساني، مرجع سابق، ص 141.

وترى الباحثة عيساني رحيمة في كتابها مدخل إلى الإعلام والاتصال أن أهم ميزتين تفرد بهما التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى هما:¹

- الصورة المرئية الجذابة.
- الاستجابة الفورية للأحداث.

وهما الخاصيتان اللتان سمحتا للتلفزيون بتحقيق الشهرة والانتشار الذي هو عليه الآن إضافة إلى قدرته الكبيرة في التأثير على الأفراد وتوجيه الجماهير العريضة التي تستقبل مضامينه، بالنظر إلى الاستمرارية التي يقوم به في عرض وتقديم المضامين الإعلامية والسياسية الهائلة من تدفق للتوجهات والأفكار والمعلومات والقيم.... الخ في تلك المضامين التي يقدمها للمجتمع على مدار الساعة.

إن قدرة التلفزيون على المزج بين الصورة والصوت، أمكن من تقديم المعلومات والأفكار والسلوكيات في صورة حيّة واقعية قريبة من مدارك المشاهد، وتعد الصورة الحيّة أحسن وسائل الإقناع، خاصة وأنها لغة عالمية تفهمها كل الشعوب، وقد ساعد هذا على توسيع رقعة الاتصال والتخاطب وتبادل الأفكار والقيم الاجتماعية. كما يمتاز التلفزيون بتنوع أساليب عرض برامجه التي تثير اهتمام مشاهديه وهو وسيلة جامعة، توفرت لها خلاصة إمكانات وسائل الإعلام جميعها.²

يعتبر التلفزيون واحدة من أسرع وسائل الاتصال الجماهيرية حالياً إلى جانب الانترنت فهو يتفوق على كثير من بقية الوسائل في سرعة وصول الخبر سواء على شريط الأخبار أو في موجز إخباري، ليصل في ذات اللحظة إلى كافة أنحاء العالم. إضافة إلى أن التلفزيون وسيلة تقنية متطورة تساعد على مواجهة المشكلات التعليمية والتربوية، فهو وسيلة تربوية ناجحة، ووسيط جيد في مساعدة الطلاب على اكتساب مهارات علمية وإبداعية.

ويرى سليم عبد النبي أن للتلفزيون مجموعة من الخصائص التي تميزه عن وسائل الاتصال والإعلام الأخرى ممثلة في العناصر التالية:³

- يعتمد على السمع والبصر لذا يؤثر على الناس.
- يعتمد على الحركة المرافقة لعرض الصورة والصوت.
- يختصر الزمان بين حصول الحدث وموعده عرضه للناس.

¹ رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص 141.

² رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص 144.

³ سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 27.

- له قدرة كبيرة على الانتشار وجذب الانتباه والاهتمام.

- له القدرة على تركيز اهتمام الناس على أشياء محددة.

3-3-4- أهمية التلفزيون في المجال الرياضي:

• يمكن الاستفادة من التلفزيون في المجال الرياضي لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي أو كجزء من الثقافة العامة والبناء الوطني والقومي، ووسيلة لبناء الإنسان الكفاء المتوازن نفسيا وجسديا، وهناك أنظمة تستخدم التلفزيون والرياضة لتحقيق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين الطابع الثقافي والتربوي وطابعها الاقتصادي والتجاري.¹

• إحاطة الأفراد علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلا عن تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها، وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية نتيجة التقدم التكنولوجي في عالم الإعلام مثل الأقمار الاصطناعية وانتشار الانترنت.²

• رفع مستوى الثقافة الرياضية للمجتمع من خلال تقديم مضامين إعلامية لمختلفة الرياضات سواء من أجل تزويد الجماهير بأخبار حول الأحداث والمنافسات الرياضية، أو التعريف بالرياضات أخرى غير مشهورة داخل مجتمعات معينة، خاصة وأن التلفزيون هو أبرز الوسائل الإعلامية التي تجد متابعة كثيفة من كل فئات المجتمع، وتكون متاحة عبر مختلف الفضاءات.

• غرس قيم السلوك الرياضي والروح الرياضية لدى الجماهير الرياضية خاصة تلك الرياضات التي تشهد حالة من الحساسية بين جماهيرها، وهي أحد النقاط التي تشكل مجالا خصبا للباحثين لدراساتها، وأجمعت جل تلك الأبحاث عن أهمية التلفزيون في تأدية هذه الوظيفة مقارنة بباقي وسائل الاتصال والإعلام الأخرى.

• العمل على تلبية حاجات ورغبات الجماهير الرياضية العريضة المتواجدة عبر أقطار العالم من خلال الرفع من حجم الاهتمام بالرياضة وتخصيص ساعات طويلة لبث البرامج الرياضية المختلفة حسب رغبات فئات الجمهور الرياضي والرياضة التي يريد متابعتها حسب شعبيتها داخل ذلك المجتمع.

¹Stamiris Gianni, **Sociology of Sport**, Second Renewed Publication, Publication Zita, Athens, 2000, P 237.

² أحمد فاروق، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم - إقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني للفترة من 1995 - 2000، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، حلوان، القاهرة، 2002، ص 24-25.

- ويرى سمير المهدي عن أهمية التلفزيون في المجال الرياضي في النقاط التالية:¹
- 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 إلى الجمهور في وقت حدوثها.
 - يثير التلفزيون دافعية مشاهديه نحو ممارسة النشاطات الرياضية الترويحية، كما يوضح أهمية النشاط الرياضي في أوقات الفراغ من خلال البرامج والفقرات 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.

3-3-5 - الإعلام الرياضي التلفزيوني:

بعد حقبة الصحافة وسنوات الإذاعة جاء الدور على التلفزيون ليأخذ دوره على قمة هرم وسائل الاتصال الجماهيرية الأكثر رواجاً بين المجتمعات، وما لبث هو الآخر حتى تمكّن من الاستحواذ على مكانته كأكثر الوسائل الإعلامية اهتماماً بالرياضة بمختلف مجالاتها وهذا بفضل التفوّق التقني والتكنولوجي الذي يتمتع به هذا الجهاز مقارنة بباقي الوسائل التي سبقته، وأضحت الرياضة أحد أبرز اهتماماته إلى غاية يومنا هذا، خاصة بفضل تقنية البث المباشر بالصوت والصورة الحية وبتقنية عالية الجودة ليس فقط للأحداث والمنافسات الرياضية وإنما حتى للنشرات الإخبارية وبقية المضامين الرياضية سواء البرامج الرياضية، الحصص التحليلية، الحصص الحوارية التي تستضيف نجوم ومشاهير الرياضة، كل تلك العوامل وضعت التلفزيون سريعاً على واجهة الإعلام الرياضي وهو المستحوذ على أغلبية متابعي الرياضة عبر العالم.

إضافة إلى ظهور قنوات رياضية متخصصة حظيت باهتمام الجمهور، نتيجة لما يتمتع به التلفزيون من قوة تأثيرية تفوق وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى، مثل الصحافة والإذاعة والسينما بامتلاكه مميزات وإمكاناتها جميعاً، إذ يمكن من خلال شاشته تقديم المعلومات التي يتعسر نقلها بالاتصال الشخصي، أو عن

¹ سمير المهدي، الإعلام الرياضي المرئي في الواقع المعاصر، إدارة المطبعة الحكومية، وزارة الإعلام، مملكة البحرين، 2005، ص 56-57.

طريق الكلمة المكتوبة، أو الصورة الثابتة أو الصوت، إذ استعمل كل منها بمفرده.¹ فإمكان التلفزيون نقل الصوت والصورة بشكل فوري، كما أثبت التلفزيون تفوقه بشكل كبير في النقل الفوري للأحداث الرياضية لحظة وقوعها أو بعد وقوعها بوقت قصير، فالكثير من البطولات والسباقات تنقلها محطات التلفزيون، من خلال البث الحي المباشر الذي يعني نقل صورة الحدث لحظة وقوعها إلى المتلقي.²

فمع مرور الوقت أصبح التلفزيون مصاحبا للرياضة، والرياضة بدورها مصاحبة للتلفزيون لكونه أقوى وسائل الاتصال الجماهيرية، أين لن تجد الرياضة وسيلة أفضل من التلفزيون لتقديم نفسها والانتشار عبر العالم وبين مختلف الشعوب على اختلاف ثقافتهم، ومع تنامي حجم الاستثمارات والأموال في هذا المجال ازدادت ملازمة التلفزيون للمنافسات والأحداث الرياضية نظرا لدخول رؤوس أموال ضخمة لمجال الرياضة والإعلام المرئي، واعتماد الهيئات الرياضية والاتحادات الدولية وحتى المنتخبات والأندية لعائدات النقل التلفزيوني للمسابقات الرياضية في أي رقعة جغرافية من العالم وفي أي اختصاص رياضي ممكن بغض النظر على شعبيته وانتشاره داخل بلدان معينة مقارنة ببلدان أخرى.

3-3-6- توجه الجماهير نحو الإعلام الرياضي التلفزيوني:

إن ما أتى به التلفزيون من خصائص وسمات فنية وتقنية زاد من أهميته بالنسبة للجماهير على مستوى الوظائف الإعلامية التي بإمكان التلفزيون القيام بها داخل المجتمع، وبالتحديد فيما يخص تقديم الأخبار الرياضية، إحاطة المشاهدين علما بكل ما يحدث في المجال الرياضي محليا وعلى المستوى العالمي، وأيضا المساهمة في نشر وتطوير الرياضة والثقافة الرياضية، كل تلك العوامل ساهمت في ازدياد حجم وتعلق الجماهير الرياضية به التي باتت تختاره وتبجله في متابعة الرياضة مقارنة بما سبقه من وسائل إعلام.

وبالنظر أن التلفزيون نقل الرياضة إلى مستوى ثاني بفضل الخصائص التي يتمتع بها وحجم انتشاره في العالم، فقد أصبح يمثل الوسيلة الأولى التي لا غنى عنها في سبيل متابعة الشأن الرياضي عند الجماهير الرياضية، وتجاوز بقية وسائل الاتصال الجماهيرية من ناحية الوظيفة الترفيهية التي يقدمها، خاصة على مستوى نقل الأحداث والمسابقات الرياضية الكبرى، لاسيما بعد استفادته من تقنية البث المباشر التي تسمح للجماهير الرياضي بمشاهدة كل الأحداث الرياضية مباشرة من مكان حدوثها صوتا وصورة وكأن المشاهد في

¹ هاني الرضا ورامز محمد عمار، الرأي العام والدعاية والإعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998، ص 16.

² بلال بداع عبد الحميد، مرجع سابق، ص 389.

قلب الحدث، وهو ما زاد من أهميته بالنسبة للمجتمع الرياضي الذي يفضل مشاهدة الأحداث والمنافسات الرياضية بدلا من متابعة أخبارها على أوراق الجريدة أو عبر أمواج الإذاعة.

ويمكننا تلخيص أسباب توجه الجماهير الرياضية نحو التلفزيون في النقاط التالية:

- يقدم التلفزيون عديد البرامج المتخصصة في الرياضة لجميع فئات المجتمع، ما يساهم في تنمية الثقافة الرياضية لدى المشاهدين.¹
- يؤثر التلفزيون على حاستين من حواس الإنسان في توقيت واحد لذا فتعلق الجماهير به يكون أكبر مقارنة ببقية الوسائل وتأثيره أيضا يكون أقوى.
- للتلفزيون القدرة على نقل الأحداث الرياضية العالمية الكبرى إلى الجمهور في وقت حدوثها وهو ما يريده ويبحث عنه المشاهد الرياضي من خلال التلفزيون.
- يثير التلفزيون دافعية مشاهديه نحو ممارسة النشاطات الرياضية والترفيهية، كما يوضح أهمية النشاط الرياضي في أوقات الفراغ من خلال البرامج وال فقرات.
- وتشير 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 والترفيه عن الذات.²

3-4- المنظومة الرياضية الالكترونية:

إن الحديث المنظومة الإعلامية الرياضية لا يجب أن يمر مرور الكرام عن الإعلام الالكتروني بصفة عامة، وهو أحد مفرزات طفرة التكنولوجيا التي سمحت بظهور وسائل جديدة ووسائط حديثة تلعب دور وسائل الإعلام، أخذت مكانتها هي الأخرى في الساحة الإعلامية بفضل المزايا التي تمتلكها (التكنولوجيا) وبالأخص الدعمة الأساسية لهذا النوع الإعلامي وهي شبكة الانترنت التي قلبت الموازين رأسا على عقب لصالحها، لاسيما مع ما نراه اليوم من الانتشار الواسع المنقطع النظير لهذه الوسائط الحديثة والاعتماد اللافت للانتباه عليها من طرف أفراد المجتمع وحتى وسائل الإعلام التقليدية في حد ذاتها، وهو يجبرنا على الوقوف على هذه المنظومة الإعلامية الحديثة في جانبها الرياضي.

¹ نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص 178.

² سهير المهدي، مرجع سابق، ص 57.

3-4-1- الصحافة الرياضية الإلكترونية:

أ- نشأة الصحافة الإلكترونية:

بعد المجهودات الحثيثة في الولايات المتحدة الأمريكية من أجل إخراج الانترنت من الفكر النظري للباحثين إلى التطبيق والاستفادة منها كانت هنا عديد المحاولات لإدخال العمل الإعلامي إلى شبكة الانترنت وتحويل ذلك الإعلام التقليدي إلى إعلام الكتروني يعتمد على الانترنت كدعامة رئيسية له.

وقد كانت هناك العديد من التجارب للنشر الالكتروني للصحف بدأت في حقبة التسعينات من القرن الماضي، وبرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ نشوء أول صحيفة الكترونية، لكن يمكن القول: " إن صحيفة هيلزنبج داجبلاد السويدية هي أول صحيفة الكترونية في العالم تنشر الكترونيا بالكامل على شبكة الانترنت عام 1990".¹ وهو ما أجمع عليه جل الباحثين في هذا المجال الذين أكدوا من خلال دراساتهم وبحوثهم أن هذا الأخيرة كانت التجربة الإلكترونية الأولى في عالم الصحافة.

ثم توالى بعد ذلك إنشاء الصحف الالكترونية في العالم، وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، ففي عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين " أول صحيفة الكترونية على شبكة " أميركا أونلاين ".²

فيما يرى فيصل أبو عيشة أن الصحافة الإلكترونية، ظهرت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البداية الفعلية لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقت بضلالها على الصحافة المطبوعة، وبدأت تتكون حسب نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر المحلية أو الدولية وما تضمنته من بث إعلامي، يعتمد على وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم تكد تمضي سنوات على ظهور الانترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بعشرات المواقع التي تعتبر نسخا الكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.³

ب- مفهوم الصحافة الرياضية الإلكترونية:

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 13.

² علي عبد الفتاح كنعان، نفس المرجع السابق، ص 13.

³ فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 102.

تناول الباحث الألماني أوليفير براون أحد أبرز المفاهيم الشاملة حول هذا المصطلح أين عرّفها أنها "مجموعة من الخدمات والمعلومات الرياضية المنشورة عبر موقع إلكتروني أو عبر نافذة إلكترونية، والمحدثة باستمرار والمتاحة للجميع، التي تعتمد على أحداث رياضية حقيقية يتم تقديمها للجمهور بقوالب مختلفة".¹ إذا فمفهوم الصحافة الرياضية الإلكترونية يتطابق إلى حد بعيد مع مفهوم الصحافة الذي تناولناه سابقا فهي ذلك النوع الإعلامي الذي يتخصّص في المجال الرياضي ويقدم مضامين إعلامية في هذا المجال يخاطب بها فئة من الجماهير الذين يملكون ميولات ورغبات رياضية ويبحثون عن تلبيتها في هذا النوع من الصحافة، فيما تركز الصحافة الرياضية الإلكترونية في عملها على التكنولوجيا وشبكة الانترنت في فضاء إلكتروني تعرض فيه الصحافة الرياضية مضامينها عبر منصاتها الإلكترونية، أو تنشط من خلالها صحافة رياضية لا تمتلك النسخة الورقية ويقتصر نشاطها الصحافي في المجال الرياضي على العمل داخل هذا الفضاء الإلكتروني.

ج- أنواع الصحافة الرياضية الإلكترونية:

ميّز الباحثون في مجال الإعلام الإلكتروني أنواع الصحافة الإلكترونية بنوعين اثنتين هما:

- **النسخ الإلكترونية من الجريدة الورقية:** وهو نوع يتمثل في النسخ الإلكترونية من الطبعة الورقية على شبكة الانترنت.
- **الصحف الإلكترونية الكاملة:** وهي الصحف التي تحمل عادة الاسم المهني للصحافة الورقية، إلا أنها تقدم خدماتها بصورة أفضل من النسخة الورقية كاستمرارية في مواكبة الأحداث، الآنية في نقل الأخبار، الخاصية التفاعلية بفضل شبكة الانترنت إلى غير ذلك.

ويمتاز هذا النوع الأخير حسب الباحث نور العابدين قوجيل ب:²

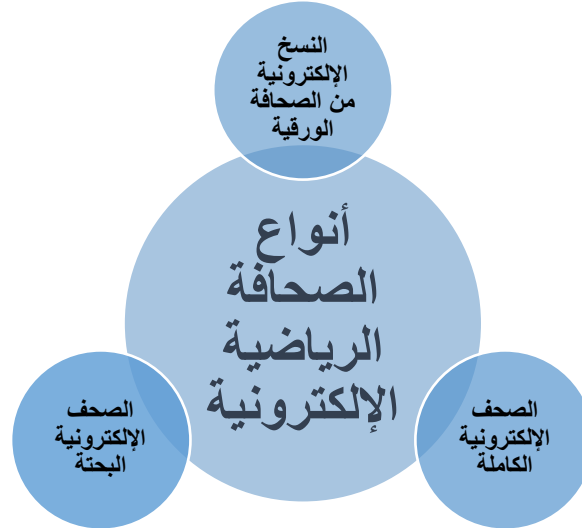
- تقديم الخدمات الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها.
- تقديم خدمات صحفية وإعلانية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيح الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة، أو في شبكة الويب، بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري.

¹Lange kristen, **sport and new media, A profile of internet sport journalists in Australia**, school of human movement, faculty of human development, Victoria university, Australia, 2010, P57

²نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص 182.

فيما أضاف بعض الباحثين نوع ثالث للصحف الإلكترونية وهو النوع الذي ينشط إلا على شبكة الانترنت.

- الصحف الإلكترونية البحتة: وهو النوع الصحفي الذي ليس له صحيفة مطبوعة وتدار عادة بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار كافة.¹



شكل رقم (05): أنواع الصحافة الرياضية الإلكترونية²

د- أبرز الصحف الرياضية الإلكترونية الجزائرية:

تاريخ التأسيس	الموقع	الصحيفة
2000	https://www.elheddaf.com	الهداف 
2003	https://www.lebuteur.com	Le Buteur 

¹ ماهر عودة الشميلة وآخرون، مرجع سابق، ص 193.

² المصدر: من إعداد الباحث

غير متاح	https://www.elheddaf.com	الهداف الدولي 
غير متاح	https://www.competition.dz	Compétition 

جدول رقم (03): يوضح أبرز الصحف الرياضية الإلكترونية الجزائرية¹

يوضح الجدول أعلاه أبرز الصحف الرياضية الجزائرية الإلكترونية، والتي هي في الأصل صحف ورقية، نشأت كصحافة مكتوبة من أجل العمل في المجال الرياضي بصفة مستقلة، قبل أن تطوّر تلك الصحف من ذاتها بفعل التطور التكنولوجي الحاصل وتنشئ صحفها الإلكترونية الخاصة بها التي لا تكتفي فيها بعرض نسختها الورقية وإنما أيضا بنشر ومواكبة كل الأحداث الرياضية أولا بأول.

3-4-2- المواقع الرياضية الإلكترونية:

أ- مفهوم المواقع الرياضية الإلكترونية:

تعرف المواقع الإلكترونية أنها رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الانترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب، ويتخذ الموقع الإلكتروني شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص الفائق المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسية واجهة لها، ويتم التنقل بينها بوساطة وصلات عادية أو تفاعلية وتقدم الرسائل التواصلية بشكل منفرد (نص أو صوت أو صورة أو فيديو) أو بشكل متعدد (الوسائط المتعددة) وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي.²

¹ المصدر: إعداد الباحث.

² محمد الأمين أحمد، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، مؤتمر صحافة الانترنت والواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 2005، ص 2-3.

أما المواقع الإلكترونية الرياضية فتعرّف أنها المواقع الإلكترونية التي تتخذ من الرياضة بأنواعها المختلفة مادة رئيسية لها. كما تعرّف أيضا أنها " مواقع إخبارية تختص بالشؤون الرياضية وتتميز باهتماماتها الرياضية، يمكن الوصول إليها عبر عنوان إلكتروني محدد، تمتلك هيئة محررين وشبكة مراسلين".¹

ب- نشأة المواقع الرياضية الإلكترونية:

أطلقت شركة ESPN الإعلامية أول موقع رياضي في العالم تحت اسم " ESPNSPORTZONE " وذلك شهر أبريل عام 1995 وكان يقدم الأخبار الرياضية ونتائج المباريات وكان حينها يعد من ضمن 25 موقع الأكثر زيارة على المستوى العالمي وذلك وفقا لما أعلنته شركة متخصصة في قياس حركة المرور على شبكة الانترنت.²

بعد تجربة شركة ESPN مع المواقع الرياضية الإلكترونية كانت الفرصة سانحة لشركات أخرى من أجل الدخول إلى عالم الصحافة الإلكترونية عن طريق مواقع الواب لمنافسة هذا الأخير، وأولى تلك التجارب كانت من طرف شركة SILICOM VALLEY VENTURE CAPITAL في أوت سنة 1995 بإنشاء وإطلاق موقعها الرياضي الذي سمي " SPORTSLINEUSA "، تلتها الشبكة الإخبارية الأمريكية CNN والصحيفة الرياضية الورقية SPORTS ILLUSTRATED بإطلاق ثالث موقع رياضي في العالم باسم " CNN/SI " وذلك شهر أوت 1997 وهو يعمل على تقديم الأخبار الرياضية ونتائج المباريات على غرار الموقعين السابقين.³

ج- أنواع المواقع الرياضية الإلكترونية:

بعد اطلاع الباحث على الموضوع وإلمامه لزوايا الإعلام الإلكتروني، فقد لاحظنا تنوع المواقع الرياضية الإلكترونية حسب الوسيلة الإعلامية كأول تصنيف يجذب الانتباه العامة، فنجد أبرز تلك المواقع الرياضية الناشطة في هذا المجال هي مواقع تابعة لمؤسسات إعلامية كبيرة ولها شهرة واسعة، وتمثل تلك المواقع الإلكترونية امتداد إلكتروني للمؤسسة الإعلامية في حد ذاتها للبقاء على مقربة من جماهيرها وتلبية رغباتهم خاصة الفئة التي تحبذ الإطلاع على الأخبار في الفضاء الإلكتروني، لتأتي بعدها المواقع الرياضية الخاصة

¹ مهند معين دلول، المواقع الإلكترونية الرياضية في فلسطين، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص 109.

² نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص 183.

³ كريم محمد عادل عبد العظيم، تصميم المواقع الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء لها دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر، 2015، ص 46-47.

بالاتحادات الرياضية والهيئات المنظمة للمنافسات والنوادي والمنتخبات ..الخ، والتي توفر خدماتها الإعلامية والاتصالية على موقعها على الواب أين يكون بإمكان الجماهير الاطلاع على آخر أخبار تلك الهيئات الرياضية وقراراتها، ثم تأتي المواقع الرياضية الالكترونية التي تتخصص في مجال رياضي واحد أو رياضة معينة أو تكون مواقع تختص بالرياضة بصفة عامة.

كانت هذه نبذة عن أشهر أنواع المواقع الرياضية الالكترونية التي نتعرض لها في كل مرة يقودنا البحث عن كل ما يتعلق بالرياضة في الفضاء الالكتروني. وسنحاول توضيح هذه الأنواع في العناصر التالية:

1- مواقع الوسائل الإعلامية الرياضية: وهو الفضاء الالكتروني الذي توفره الوسيلة الإعلامية لمتابعيها على شبكة الانترنت ويكون بمثابة واجهة إلكترونية لها ومن أبرز تلك المواقع نجد مواقع: **BEINSPORT, EUROSPORT, MARCA, RMCSport, ESPN**

2- مواقع الهيئات الرياضية الرسمية: وهي المواقع التي تنشئها الاتحادات الرياضية المختلفة أبرز تلك الأمثلة نجد: **FIFA, FAF, FORMULA1, IAAF, CAF**.

وسنعرض في هذا الجدول أبرز مواقع الهيئات الرياضية الرسمية في الجزائر

اسم الهيئة	الموقع الإلكتروني
الاتحادية الجزائرية لكرة القدم	http://www.faf.dz
رابطة كرة القدم المحترفة	https://lfp.dz
وزارة الشباب الرياضية	https://www.mjs.gov.dz
اللجنة الأولمبية والرياضية الجزائرية	https://olympics.com/cio/algerie

جدول رقم (04): يوضح مواقع الهيئات الرياضية الجزائرية الرسمية¹

¹ نور العابدين قوجيل، مصدر سابق، ص ص 222-226.

3- المواقع الرياضية الخاصة والعامة: وهي مواقع تهتم بالرياضة واحدة كأخبار النوادي والمنتخبات، النتائج، الانتقالات ...الخ، أو تكون عامة تهتم بالمجال الرياضي بصفة عامة وتتناول كل المواضيع الرياضية عبر العالم على اختلاف أنواعها، مثال على ذلك نجد: **SPORTINGNEWS, TUTTOMERCATO, SPORTDIRECT, NBASTREAM, OYMPICS.**

إضافة إلى هذه الأنواع هناك أنواع مواقع رياضية إلكترونية أخرى تختص في بعض المجالات منها:

4- المواقع الخاصة بالمشاهير من الرياضيين.

5- المواقع الرياضية التجارية.

6- المواقع الخاصة بالمشجعين والأنصار.

7- مواقع المنتديات الرياضية.

أنواع المواقع الرياضية الإلكترونية

مواقع المشاهير الرياضيين - المواقع الرياضية التجارية - مواقع المشجعين والأنصار - مواقع المنتديات الرياضية	المواقع الرياضية الخاصة والعامة	مواقع الهيئات الرياضية الرسمية	مواقع الوسائل الإعلامية الرياضية
--	------------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------

شكل رقم (06): أنواع المواقع الرياضية الإلكترونية¹

د- أبرز المواقع الرياضية الإلكترونية الجزائرية:

اسم الموقع	الرابط	سنة التأسيس
DZ Foot 	https://www.dzfoot.com	2000

¹ المصدر: من إعداد الباحث

2006	https://algerie.football	Algérie Football 
2009	http://ww1.elmaidane.com	الميدان 
2011	https://lagazettedufennec.com	La Gazette Du Fennec 
2014	https://www.kooradz.com	Koora dz 
2016	https://www.sport-dz.com	Sport-dz 
2016	http://algeriateam.com	Algeria team 

جدول رقم (05): يوضح أبرز المواقع الرياضية الجزائرية المتخصصة¹

3-4-3- الإذاعة والتلفزيون الإلكتروني:

كان لزاما على وسائل الإعلام التماشي والتطور التكنولوجي الحاصل والتكيف مع التغيرات الحاصلة على مستوى المنتج الإعلامي، لذلك فلم ننتظر طويلا حتى امتد المشهد الإعلامي الخاص بالإذاعة والتلفزيون إلى الفضاء الإلكتروني وأصبحت لهم محطات يعملون عليها داخل الفضاء الإلكتروني للبقاء على تواصل مع متابعيهم حتى بعيدا عن شاشة التلفاز وجهاز الراديو.

¹ نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص- ص 228، 229.

فقد تغيرت كميّة بث محطات الإذاعة لبرامجها وكميّة إنتاجها لها، كما غيرت ما يرغب المستمعون في سماعه ومتى يرغبون في ذلك، لذلك لم يكن غريباً أن يمتد التنافس بين وسائل الإعلام إلى الفضاء الإلكتروني الذي أوجدته الشبكة العنكبوتية، واللافت للنظر هو انتشار الإذاعات الإلكترونية التي تبث إرسالها على الانترنت 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

وترى مروي عصام صلاح أن مع التوسّع في مجال الإعلام المرئي وانتقاله إلى نسخة أكثر عصرية وتفاعلية، إلتبس مفهوم التلفزيون الإلكتروني على العديد، إلا أن المعنى الأساسي له هو "إمكانية بث ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الانترنت، سواء كانت هذه المواد مسجلة أو مباشرة"، وليتضح هذا المفهوم أكثر يجب معرفة آلية البث التي تعرف باسم البث التلفزيوني عبر الانترنت **iptv** والتي تتم باستخدام بروتوكول الانترنت **ip** عبر شبكات الكمبيوتر دون الحاجة إلى الاستعانة بالأقمار الاصطناعية.²

وقد ظلت الإذاعة والتلفزيون تواكب اهتمامات فئات جمهورها حتى على شبكة الانترنت من خلال تخصيص المضامين الرياضية على الإذاعات والتلفزيون، ومنحت لهم أفضلية مشاهدة أو استماع البرامج الرياضية أو الأحداث الرياضية سواء بتقنية البث المباشر أو المسجل حتى وإن كانوا بعيدين على جهاز التلفزيون أو لا يملكون الراديو، وأيضاً لا يملكون حقوق الاشتراك في الباقات التلفزيونية الرياضية.

3-4-5- مزايا المنظومة الرياضية الإلكترونية:

هناك عديد المزايا التي تتفرد بها المنظومة الإلكترونية الرياضية سنحاول تلخيصها في النقاط التالية:
تعدد الوسائط: إمكانية توفير الخدمات التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى في آن واحد وفي لحظة وقوعها بالصوت والصورة أو بالنص المقروء ومشاهدة الحدث الرياضي بتقنية البث المباشر والاطلاع على نتائج المنافسات الرياضية.

التفاعل والمشاركة: بفضل المنظومة الرياضية الإلكترونية أصبح بإمكان الجماهير الرياضية متابعة المضامين والأحداث الرياضية والتفاعل معها لحظة وقوعه عن طريق التعليقات وإبداء الرأي، والاطلاع على الآراء وتبادل الأفكار والمعلومات ومشاركتها فيما بينهم.

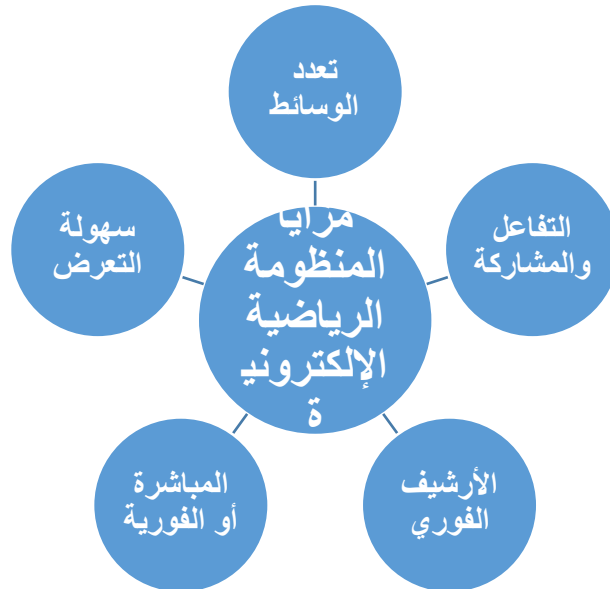
¹ طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 225.

² مروي عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 201.

سهولة التعرض: والذي يقتضي فقط الحصول على شبكة الانترنت المتوفرة حاليا على معظم أقطار العالم وهاتف ذكي يسمح بالولوج إلى الانترنت من أجل متابعة ما يريد من أحداث ومنافسات رياضية.

الأرشيف الفوري: وهو أبرز المزايا التي تقدمها المنظومة الإلكترونية أين يمكن للفرد الاطلاع على كل الإحصائيات والنتائج والقراءات الرياضية في ظرف ثواني فقط، خاصة وأن الجماهيري الرياضية عادة ما تهتم كثيرا بالأرشيف ومنهم فئة كبيرة مهووسة بالإحصائيات الحالية أو السابقة.

المباشرة أو الفورية: أحد أهم المزايا التي تستقطب الجماهير الرياضية إلى المنظومة الإلكترونية الرياضية هي الفورية في الحصول على الخبر الرياضي أو مشاهدة الأحداث الرياضية مباشرة، وهو ما يجعل العديد من الجماهير الرياضية تتوجّه نحو هذه المنظومة لتلبية حاجاتهم الرياضية لحظة وقوعها.



شكل رقم (07): مزايا المنظومة الرياضية الإلكترونية¹

¹ المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الرابع:

الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر نشأته وتطوره

المبحث الأول: الإعلام المرئي في الجزائر

- 1- نشأة الإعلام المرئي في الجزائر
- 2- الإعلام المرئي في الجزائر تطوره وهيكله التشريعي
- 3- واقع وتحديات القنوات الفضائية الجزائرية
- 4- القنوات الفضائية الجزائرية

المبحث الثاني: الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر

- 1- نشأة الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر
- 2- أولى البرامج الرياضية في الجزائر
- 3- القنوات الرياضية المتخصصة في الجزائر

تمهيد

مرّ الإعلام الجزائري بصفة عامة والإعلام التلفزيوني المرئي بصفة خاصة منذ نشأته بمراحل عديدة ومتقلّبة، وبالتحديد منذ إنشاء الاستعمار الفرنسي المحطة التلفزيونية بالجزائر العاصمة في الرابع والعشرين من ديسمبر سنة 1956، إلا أن المؤكد من كل هذا أن الإعلام التلفزيوني المرئي في الجزائر سار في منحى تصاعدي على الرغم من بطئ وتيرة تسارعه ونموّه مقارنة بباقي الدول العربية، وكان على الجزائر الانتظار إلى غاية سنة 2012 تاريخ إعلان الحكومة الجزائرية عن فتح قطاع السمعي البصري.

إن السيرة البطيئة التي مر بها الإعلام المرئي الجزائري كان نتيجة عدة الأسباب من بينها غياب الإمكانيات المادية في مرحلة ما بعد الاستقلال مباشرة، بالإضافة إلى افتقار الإمكانيات الفنية والتقنية في مرحلة معيّنة، ويبقى السبب الرئيسي إلى تأخر الجزائر في هذا المجال هو احتكار الحكومة لمجال السمعي البصري والإبقاء على اعتماد المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، والتي كانت المؤسسة الإعلامية الوحيدة الناشطة في مجال السمعي البصري في الجزائر إلى غاية سنة 2012.

وقد كان التلفزيون الجزائري على مدار كل تلك السنوات أهم جهاز إعلامي في الجزائر والذي كان يضمن تغطيته لكل التراب الوطني.

وبعد أن سمح المشرّع الجزائري في القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 والمتضمن منح الضوء الأخضر للمؤسسات الإعلامية لدخول مجال السمعي البصري والاستثمار فيه، نشهد اليوم ثورة فضائية جزائرية في هذا المجال وإنشاء عشرات القنوات الفضائية المتنوعة، منها ما كان امتداد لمؤسسات إعلامية خاصة بالصحافة المكتوبة ومنها ما كان مشاريع استثمارية من رجال المال والأعمال ومنها أيضا ما كان مشاريع إعلاميين جزائريين، تنوعت تلك القنوات في مجال تخصصها سواء في المضمون أو في الجماهير التي تخاطبها.

المبحث الأول: الإعلام المرئي في الجزائر

1- نشأة الإعلام المرئي في الجزائري

بالتطرق إلى نشأة الإعلام المرئي في الجزائر أو التلفزيون الجزائري على وجه الخصوص فالجميع يتفق أن المؤسسة الإعلامية الأولى التي نشطت في مجال الإعلام المرئي في الجزائري هو التلفزيون الجزائري والذي نشأ في كنف الاستعمار الفرنسي، ويعود أول نشاط رسمي للتلفزيون في الجزائر إلى سنة 1956 بعد اندلاع الثورة التحريرية بسنتين، نظرا إلى دور الإعلام وخاصة التلفزيون في تلك الحقبة في توجيه الرأي العام، وهو ما رآه المستعمر سيلعب دورا كبيرا في مواجهة الثورة الجزائرية. وتعود بدايات التلفزيون الفرنسي الذي كان ينتمي إليه نظيره الجزائري إلى سنة 1944 تحت اسم La RTF، ولم تكن مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري آنذاك والتلفزيون الفرنسي سوى محطة جهوية تابعة للديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون المنشأ لاحقا باسم ORTF وتعمل وفق مبادئ وأسس الإعلام الفرنسي.

وبالضبط عرفت الجزائر لأول مرة التلفزيون والبريد التلفزيوني في 24 ديسمبر 1956 بتأسيس المحطة التلفزيونية بالجزائر العاصمة من طرف الاستعمار الفرنسي، وتضمن التلفزيون الجزائري في بداياته الذي كان تحت إشراف استعماري برامج تلفزيونية إخبارية عن فرنسا وما يحدث فيها من مختلف النشاطات السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية، والواقع أن إحراق فرنسا الاستعمارية البث التلفزيوني في الجزائر سنة 1956 يعتبر أو بث تلفزيوني في الوطن العربي إلى جانب العراق التي عرفت التلفزيون في نفس السنة، أي بعد حوالي 11 سنة من تمكن قيام الفرق التلفزيونية الفرنسية من إذاعة برامج إخبارية بفرنسا في 24 مارس 1945 في استوديوهات شارع "كونياك جاي" بعد التخلص من الإشراف الألماني على البث التلفزيوني في فرنسا.¹

وقد تناول الباحث الجزائري زهير احداون بدايات التلفزيون الجزائري " كان تلفزيون محدود البث ومحدود المتابعة من طرف المشاهدين، فقد كان يبث برامجه عبر محطات إرسال تتواجد برأس "تمنقوت، ماتيفو" على بعد 20 كلم من مدينة الجزائر، وكانت قوة الجهاز تقدر بـ 03 كيلواط في البداية ثم وصلت إلى 20 كيلواط سنة 1957، ولم تكن تُستقطب إلا في مدينة الجزائر وضواحيها القريبة ببث تلفزيوني لا يتجاوز 31

¹ بيبير ألبير وآخرون، تاريخ الإذاعة والتلفزة، ت محمد قدروش، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 62.

ساعة في الأسبوع باللغتين العربية والفرنسية لنفس الصورة، وكان المشاهد يختار اللغة التي يريد بها بواسطة جهاز وضع داخل كل جهاز استقبال.¹

وقد ظل محور تطوير البث التلفزيوني في الجزائر بطيئا نظرا إلى المعطيات التي كانت تواكبه وبلوغ الثورة الجزائرية ذروتها في تلك الحقبة، إلى غاية تاريخ استقلال الجزائر واسترجاع السيادة الوطنية من الاستعمار الفرنسي. ورغم خروج المستعمر الفرنسي من الجزائر إلا أن جذوره ظلت ممتدة في الجزائر إلى ما بعد ذلك، وكان التلفزيون الجزائري أحد أبرز وجوه هذا الامتداد والتبعية الإعلامية التي عانى منها الإعلام المرئي في الجزائر ما بعد الاستقلال لعدة أسباب على رأسها الأمور السياسية والاتفاقيات التي كانت بين الحكومتين بعد الاستقلال.

وخلال مفاوضات الاستقلال شهد موضوع الإذاعة والتلفزيون خلافات حادة، وكرست اتفاقيات "إيفيان" تبعية الإذاعة والتلفزيون للسلطات الفرنسية ونصّت على تأجيل الموضوع إلى مرحلة لاحقة لحساسيته خاصة من جانبه اللغوي، وقد جاء في الفصل الأول من الاتفاقية في البند 10 النقطة "هـ" التي نصت على ما يلي " تخصص الإذاعة والتلفزيون جزءا من إذاعتها باللغة الفرنسية ما يتناسب وهذه اللغة في الجزائر. " لذلك فإن الجزائر أكدت منذ السنة الأولى للاستقلال على ضرورة استكمال مظاهر الاستقلال على الصعيدين الثقافي والإعلامي وخاصة على مستوى التلفزيون، فرأت السلطة أن استمرار العمل ببنود اتفاقيات إيفيان في هذا المجال يتناقض ومبدأ استرجاع السيادة، وأمام عدم وضوح الرؤية حول المدة الانتقالية قام الجيش الشعبي الوطني بالاحتلال على مبنى الإذاعة والتلفزيون في أكتوبر 1962 وحددت الجزائر أسباب ذلك وأكدت أن هذه الإجراءات طالما ترقّب الشعب وقوعها بفارغ الصبر، وأن العملية تندرج ضمن إرادتها الساعية إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري الأليم داخل البلاد. وأضافت السلطة الجزائرية " أنه ليس من قبيل المنطق وقد استرجعت الجزائر سيادتها الوطنية أن تسمح بوجود أجهزة إعلامية تعرف المواقف التي تبنتها إبان الاحتلال.²

أما على مستوى انتشار البث التلفزيوني الجزائري عبر أقطار الوطن فقد كان محدودا إلى حد بعيد وحسب المعلومات التي تحصلنا عليها من مصادر ومراجع مختلفة فإن إلى غاية عام 1962 لم يكن إلا قلة فقط من

¹ زهير احداذن، الإذاعة والتلفزة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 108.

² محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص 101.

يملكون جهاز تلفزيوني وهذا بالنظر إلى المستوى الاقتصادي والاجتماعي والأوضاع المادية التي كان يعاني منها الشعب الجزائري الذي أنهكه الاستعمار والثورة.

وتناول الباحث الحاج تيطاوني عن هذا الشأن بأرقام وإحصائيات " إلى غاية استقلال الجزائر سنة 1962 لم يكن سوى 05 جزائريين من أصل 1000 جزائري يملكون جهاز تلفزيون، وهي نسبة تتساوى مع العراق وتفوق إيران ومصر (02 لكل ألف) وتفوق يوغسلافيا التي كان بها جهاز واحد لكل ألف مواطن وهذا في فترة كان بالولايات المتحدة الأمريكية 297 جهاز تلفزيون لكل ألف مواطن أمريكي و218 جهاز لكل ألف مواطن كندي و41 جهاز لكل ألف فرنسي و33 لكل ألف ألماني.¹ وهي إحصائيات تؤكد أن الإعلام المرئي في الجزائر كان بعيد كل البعد على الأقل على مستوى انتشاره مقارنة بالدول الأوروبية وأمريكا بالنظر إلى الظروف المعيشية والاقتصادية للبلاد، ورغم ذلك فقد كان انتشاره موازيا ولعله أفضل من كثير الدول العربية التي كانت تعاني من قلة انتشار التلفزيون في تلك الحقبة لظروف مختلفة.

وشهدت الجزائر في فترة ما بعد الاستقلال هجرة جماعية للصحفيين والتقنيين الفرنسيين ضمن حصار إعلامي كان الهدف منه هو إفشال أية محاولة لتسيير محطة الإذاعة والتلفزيون وصاحب ذلك أيضا قطع كل أشكال المساعدة، فضلا على الاستيلاء على أرشيف التلفزيون الجزائري لفترة ما قبل الاستقلال.² بالمقابل فقد وجدت الحكومة الجزائرية نفسها أمام وضع اجتماعي حرج في هذه الفترة، أهم ما يميزه وجود أزيد من 80% من الجزائريين في حالة أمية مطلقة لا يحسنون لا القراءة ولا الكتابة، مع هيمنة مطلقة لصحافة مكتوبة فرنسية بالجزائر، بالإضافة إلى تمركز البث التلفزيوني في المدن الكبرى فقط مع وضع داخلي يقتضي التعامل معه بما يتماشى والعهد الجديد الذي دخلته الجزائر بعد 132 من الاحتلال.³

وهي معطيات تؤكد أن الحكومة الجزائرية وجدت نفسها في فترة معينة أمام مسؤولية تسيير محطة الإذاعة والتلفزيون التي ورثتها من فرنسا وسط كل المشاكل التي خلفها الاستعمار، وبعد سنوات من التخبّط تمكنت الجزائر مطلع سنوات السبعينات من وضع المحطة على السكة الصحيحة مع بداية استقرار الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وهو ما انعكس على الإنتاج الإعلامي الذي كانت تقوم به على مستوى

¹ الحاج تيطاوني، جمهور وسائل الإعلام في عصر العوملة وواقع مشاهدة القنوات الفضائية في الجزائر، رسالة ماجستير

كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002، ص98.

² محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 101.

³ الحاج تيطاوني، مرجع سابق، ص101.

القناة الأولى أين كانت القناة التلفزيونية الجزائرية الوحيدة الناشطة في مجال الإعلام المرئي. وبما أن التلفزيون لم ينتشر آنذاك بالشكل المطلوب، فقط كرّست الحكومة الجزائرية مجهودات كبيرة في سبيل تحديث الوسائل التقنية وتوسيع عملية وتقنية البث من أجل الوصول إلى تغطية التراب الوطني وهو أمر لم يتحقق بسهولة واحتاجت البلاد لسنوات عديدة للوصول إليه سنوات الثمانينات.

وظل التلفزيون الجزائري بقناته الوحيدة يقدم برامجه المتمثلة في مزيج بين البرامج المنتجة بالجزائر وأخرى مستوردة من البلدان العربية والجزء الباقي برامج أجنبية خاصة في مجال الدراما والخيال والمسلسلات والمنوعات وأفلام الكرتون والأشرطة الوثائقية. وتحولت سياسة الحكومة في مجال الإعلام المرئي إلى عملية تقليص المادة الإعلامية المستوردة بغرض عرضها على التلفزيون خاصة الأجنبية منها، وأشارت الإحصائيات إلى تراجع البرامج الأجنبية في التلفزيون الجزائري إلى 26.78% بما فيها البرامج المستوردة من البلاد العربية.¹

هذا وقد حرصت الحكومة الجزائرية على إبقاء مجال البث التلفزيوني والإعلامي المرئي بين أيديها، رغم كل المعطيات التي واكبت التحولات التكنولوجية والانفتاح السمي البصري الذي شهده العالم وأيضا الدول المجاورة، إلا أن الحكومة كانت لها نظرة أخرى فيما يخص سياستها الإعلامية في مجال الإعلام المرئي ولم تمنح الحكومة أية تراخيص للراغبين في الاستثمار في المجال وظل القطاع التلفزيوني حكرا على الحكومة والقناة الأولى حتى بداية التسعينات، بالمقابل دفعها ذلك إلى التفكير في كيفية توسيع نطاق عملها وانفتاحها بذاتها على العالم بأكثر من قناة.

ظل تاريخ ونشأة التلفزيون والإعلام المرئي في الجزائر حكرا على المؤسسة العمومية للتلفزيون التي كانت المؤسسة الوحيدة الناشطة في المجال بقناتها الأولى، وبذلت جهود في سبيل هيكلة المؤسسة على مدار سنوات، تمكنت خلالها من التحول على أكثر من هيكل إداري بداية من آر تي في RTF تلفزيون الجزائر (1956-1962) إلى الإذاعة والتلفزيون الجزائري RTA (1962-1986)، ثم المؤسسة الوطنية للتلفزيون (1986-1991) ENTVA، وصولا إلى مسمى المؤسسة العمومية للتلفزيون EPTV منذ 1991.

¹ عيسات سمية، التطور التاريخي للقنوات الفضائية الجزائرية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، جامعة الوادي، العدد 14، 2017، ص 427.

ومن أهم الانجازات التي حققتها المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري مع بداية التسعينات إنشاء قنوات تعبر الحدود وتكون أداة تواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج، ولهذا كان ميلاد قناة كنال الجيري CANAL ALGERIE في أكتوبر 1994، وقد بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على الساعة السابعة مساءً.¹ بعدها بسنوات قليلة عرفت الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عريسات وهو المشروع الذي يعود إلى نوفمبر 1998، تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2002، وكذا القناة الأمازيغية وقناة القرآن الكريم وهذه الأخيرة تأسست عام 2009، واستمرت المؤسسة العمومية للتلفزيون بإنشاء قنواتها الخاصة في السنوات الموالية وهي قناة المعرفة التي كانت حيز الخدمة بتاريخ 10 ماي 2020 تزامنا مع الذكرى الـ 64 ليوم الطالب، ثم القناة الجزائرية السادسة انطلق التي بثها في 19 ماي 2020 تقدم برامج متنوع للعائلة الجزائرية، وهو ما واكبه تغيير في برامج بقية القنوات أبرزها تحول القناة الثالثة إلى قناة مخصصة للبرامج الإخبارية.

كان هذا عرض تحصيلي لنشأة وتحول التلفزيون الجزائري منذ بداياته ونشاطاته التي كان يتصدر فيها المشهد التلفزيوني في الجزائري لسنوات عديدة مع احتكار الحكومة الجزائرية لهذا المجال الإعلامي ورفضها الانفتاح السمعي البصري ومنح الضوء الأخضر للمؤسسات الراغبة في الاستثمار في هذا المجال، وهذا بما أن الحكومة كانت تنتظر إلى مجال الإعلام المرئي في الجزائري نظرة تحمل الكثير من الحساسية من الإعلام نظرا لما مرت به من تجارب سيئة كان آخرها العشرية السوداء، فقد أعفت مناقشة وفتح المجال لإعلام المرئي من جميع قوانينها، وأبقت القطاع تحت وصايتها خشية فتحه والمفرزات التي ستنتج عنه. وهو الموضوع الذي سنتعرض إليه في لاحقا.

وبعيدا عن مؤسسة التلفزيون الجزائري فقد كانت التجربة الجزائرية الإعلامية الأولى في الإعلام التلفزيوني والتي لم تكن تحت وصاية الحكومة هي إطلاق قناة الخليفة سنة 2002 من العاصمة الفرنسية باريس من طرف مجمع الخليفة الذي كان يرأسه عبد المؤمن خليفة (المجمع كان يضم: الخطوط الجوية الخليفة، وبنك الخليفة)، إلا أن عمر القناة لم يدم سوى ثمانية أشهر قبل غلقها بسبب نشاطها من دون رخصة من طرف الهيئات الإعلامية والقانونية الفرنسية، بالإضافة إلى المشاكل التي طالت رئيسها الذي كان محل تحقيقات من طرف الحكومة الجزائرية، وأعلنت القناة إغلاقها بسبب الإفلاس.

¹ سعيد مراح ومحمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، جامعة احمد دراية - أدرار، العدد 39، الجزائر، 2015، ص349.

بعد ذلك بعشرة سنوات ونتيجة التطور الذي شهده العالم في شتى المجالات كان لابد من إحداث عصرنه وتعديل القوانين الجزائرية والإعلامية منها خاصة من أجل مواكبة العوملة والانفتاح الإعلامي العالمي الحاصل في تلك الفترة، وجاء القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 الذي فتحت فيه الحكومة الجزائرية المجال للشركات الراغبة في الاستثمار والنشاط في مجال الإعلام التلفزيوني والتي كانت نقطة تحول تاريخية للإعلام المرئي في الجزائر، ونصّت المادة 61 من القانون الحق للمؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري بممارسة النشاط الإعلامي في المجال السمعي البصري.¹

لتظهر بعد هذا القانون عديد القنوات الخاصة التي كان الكثير منها ينتظر الضوء الأخضر من الحكومة من أجل النشاط في هذا المجال، والدليل على ذلك إطلاق أول تلك القنوات في ذات السنة وبالتحديد في 06 مارس 2012 وهي قناة النهار التابعة آنذاك لصحيفة "النهار الجديد" تحت إدارة أنيس رحمانى كان مقرّها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان، تلتها مباشرة قناة الشروق التي كانت هي الأخرى عبارة عن امتداد لصحيفة الشروق الورقية وانطلق بثّها الذي كان من الأردن هي الأخرى بتاريخ 15 مارس 2012، في ذات السنة وبالتحديد في 11 ديسمبر 2012 ظهرت قناة نوميديا نيوز والتي كانت أول قناة إخبارية خاصة بالجزائر، لتبدأ بعد ذلك ظهور عديد القنوات الجزائرية الخاصة الناشطة في مختلف المجالات والتي كان أبرزها دزابر تي في، الجزائرية، الهقار تي في ، الهدف تي في، جرجرة، الباهية...الخ

¹ محمد الطيب سكيرفة، التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012 دراسة قانونية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة حمه لخضر الوادي، المجلد 13، العدد 04، الجزائر، 2021، ص550.

2-الإعلام المرئي في الجزائر تطوره وهيكله التشريعي

2-1-1- مراحل تطور الإعلام الجزائري منذ الاستقلال:

إن الحديث عن التطور التاريخي والقانوني للإعلامي التلفزيوني بالجزائر (قطاع السمعي البصري) يجزّنا بالضرورة إلى الحديث عن تطوّر القطاع الإعلامي بصفة عامة في الجزائر منذ الاستقلال إلى غاية كتابة هذه الأسطر، وقد أجمع الكثير من الباحثين أن خريطة تطور هذا المجال مرّت بخمسة مراحل أساسية كانت الأساس في بناء الإعلام الجزائري وبلوغه ما هو عليه الآن والواجهة الإعلامية التلفزيونية التي يرى منها العالم الجزائر اليوم. وسنحاول في هذا العرض تلخيص أهم ما مرّ به الإعلام الجزائري من مراحل.

2-1-1- المرحلة الأولى (1962-1965):

لم تكن هذه المرحلة هي الفترة التي شهدت تغيرات كبيرة على وضعية الإعلام الجزائري بصفة عامة بالنظر إلى قصرها، إلا أنها كانت مرحلة حسّاسة لما شهدته من سعي الحكومة إلى فض سيطرة وشراكة المستعمر الفرنسي على وسائل الإعلام التي كانت ناشطة في تلك الفترة لاسيما المكتوبة منها والتلفزيون الذي كان تحت إشراف ووصاية الحكومة الفرنسية كما نصت عليه معاهدة ايفيان، وتمكنت الحكومة الجزائرية من تحرير مختلف الوسائل الإعلامية سواء من حيث الملكية أو من حيث الإدارة. ومن هنا فقد مثلت هذه المرحلة الإرهاصات الأولى لبناء إعلام جزائري مستقل بذاته بأهداف حكومية تساهم من خلالها في بناء الجزائر وتحقيق التنمية المنتظرة من قطاع حساس هو قطاع الإعلام والاتصال.

ويجب الإشارة أن هذه المرحلة شهدت ميلاد وتأسيس وزارة الإعلام التي تعتبر كلبنة أولى للتنظيم والتسيير وذلك من خلال المرسوم رقم 63-210 المؤرخ في 18 أفريل 1963 الذي يكلف الوزارة بإدارة وتسيير الإعلام الوطني، انطلاقا من هنا تدخل في عهد جديد وهو عهد بناء هياكل الدولة، فنلاحظ ذلك من خلال المرسوم 63-293 المؤرخ في 14 جوان 1963 الذي نصّ على تنظيم إدارة وسائل الإعلام، التي تضع تحت وصايتها قطاع الاتصال والإعلام.¹

2-1-2- المرحلة الثانية (1965-1976):

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، ص 103.

" تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام، وألغي العمل بالقوانين الفرنسية، التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية.¹ وقد شملت هذه المرحلة مجرد مراسيم جزئية مست القطاع الإعلامي ككل لكنها ظلت مبهمة فيما يخص القوانين التنظيمية والعملية، وقد حددت سنة 1976 كتاريخ لنهاية المرحلة بالنظر إلى أن السنوات التي سبقت هذا التاريخ لم تكن هناك أية قوانين رسمية تخص القطاع (قوانين إعلامية).

وواكبت هذه الفترة غموض كبير بشأن ممارسة النشاط الإعلامي بسبب غياب الإطار القانوني المخول له بتسيير القطاع ووصف إحدان هذه المرحلة " فترة الفراغ القانوني الذي كانت له انعكاسات سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام، الأمر الذي جعل أحد المختصين يصف المرحلة بمرحلة البيات الشتوي la période d'hibernation².

2-1-3 - المرحلة الثالثة (1976-1990):

بعد حوالي 14 سنة من الاستقلال كانت الحكومة الجزائرية قد خطت خطوة كبيرة نحو بناء وهيكل مؤسسات الدولة سواء الحكومية، السياسية وحتى الاقتصادية، ووسّعت دائرة اهتمامها لمجالات لم تكن ضرورة قصوى بالنسبة لها بعد الاستقلال مباشرة، ومن بين تلك المجالات نجد قطاع الإعلام والاتصال الذي بدأت معالمه تتضح مع سنة 1976 تاريخ صدور الميثاق الوطني 1976، والذي نوّهت فيه الحكومة الجزائرية إلى دور الإعلام والاتصال في خدمة البلاد والأهداف الإستراتيجية، وأوصى هذا الميثاق إلى ضرورة سنّ قوانين وتشريعات جديدة تؤطرّ العمل الإعلامي سواء من الناحية التكوينية أو من الناحية الإنتاجية ليكون القطاع في مستوى تطلعات المجتمع الجزائري.

عرفت هذه المرحلة مناقشة الجزائر لأول مرة ملف السياسة الإعلامية، مع صدور أول قانون للإعلام في تاريخ الجزائر الحديثة بتاريخ 06 فيفري 1982 وتم فيه التوضيح بأن الجزائر بلد ينتمي إلى النظام الاشتراكي والعالم الثالث، ما جعلها تقوم على مبدأ الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام " .. فالإعلام جزء لا

¹ محمد شطاح، السمي - بصري في التشريع الإعلامي الجزائري - قراءة في القوانين والمشاريع، مجلة المعيار، الجامعة الإسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة، المجلد 6، العدد 12، الجزائر، 2006، ص 290.

² زهير احدان، Evolution de la presse écrite en Algérie depuis l'indépendance، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر 3، المجلد 2، العدد 3، 1989، ص 22.

يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط...¹

وقد حمل هذا القانون الوظائف الأساسية التي حددتها الحكومة للإعلام الجزائري داخل المجتمع وتمثلت في خمسة عناصر أساسية هي:

- التربية والتكوين والتوجيه
- التوعية والتجنيد
- التعبئة
- الرقابة الشعبية
- التصدي للغزو الثقافي.

2-1-4- المرحلة الرابعة (1990-2011):

بدأت هذه المرحلة من دستور 1989، بعد إبداء الشعب والحكومة على حد سواء رغبتهم في إجراء تغيير وتعديل على مستوى التعددية الحزبية نتيجة الضغوطات التي واكبتها أحداث أكتوبر 1988، وجاء في أعقابها القانون رقم 07/90 المؤرخ في 03 أبريل 1990 المتعلق بالإعلام والذي فتح المجال أمام تعددية إعلامية. ومنح هذا القانون الحرية لإنشاء مؤسسات إعلامية جديدة تنشط في مجال الصحافة المكتوبة، في حين بقي مجال السمع البصري حكرا على الحكومة وتحت إشرافها إلى إشعار آخر.

وصدر في هذه المرحلة مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام سنتي 1998 و2002، واللذان تناولوا قطاع السمع البصري بشيء من التوسع والتركيز، إلا أن حساسية القطاع وخاصة التلفزيون جعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة والمستقلة إلى جانب التردد في إصدار قانون جديد للإعلام يحدد بوضوح وضعية القطاع في الخريطة الإعلامية.²

وتميزت هذه المرحلة بانفتاح إعلامي جزائري لم يكن مسبوqa منذ الاستقلال، وهذا بفضل قانوني الإعلام السابق ذكرهما وبروز مؤسسات إعلامية عديدة ناشطة في مجال الصحافة المكتوبة وحتى المسموعة بعدما وضعت الحكومة الجزائرية بفضل هذه القوانين مجال وحدود نشاط هذه المؤسسات وقوانين تحكمها

¹ حزب جبهة التحرير الوطني، المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب، الجزائر، 1982، ص 34.

² محمد شطاح، مرجع سابق، ص 293.

وتحميها وتسير عليها. إلا أن هذا لم يكن كافيا بالنسبة للحكومة والمجتمع الجزائري على حد سواء من منظور إعلامي بالنظر إلى التطور التكنولوجي الحاصل والتوسع الكبير الذي بلغه مجال الإعلام المرئي في العالم أجمع وخاصة في البلدان العربية التي سبقت الجزائر جُلّها في فتح هذا المجال للشركات الخاصة وساعد ذلك على بروز قنوات عالمية وعربية يستقبلها المجتمع الجزائري وتقدم له مضامين إعلامية تجذبه ليصبح متابعا لها، وما لها من تأثيرات جانبية على المجتمع خاصة منها السياسية والثقافية، وهو ما وضع الحكومة الجزائرية في وضع حرج وأمام الأمر الواقع لفتح مجال السمع البصري للخواص بشروط معينة سنّتها في قوانين الإعلام التي تلت ما تناولناه آنفا. لتكون هذه المعطيات هي البوادر الأولى لدخول الجزائر في مرحلة جديدة من الإعلام الذي تصدره الإعلام المرئي والتلفزيوني.

2-1-5- المرحلة الخامسة (2012 إلى يومنا هذا):

نتيجة للتطور الذي شهده العالم في شتى المجالات كان لابد من القيام بعصرنة وتعديل للقوانين الجزائرية وإحداث قفزة نوعية في المجال الإعلامي وإصدار قوانين تتماشى والقوانين الإعلامية الدولية، فعرفت هذا المرحلة صدور قانونين للإعلام: القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012، وقانون النشاط السمع البصري رقم 04/14 المؤرخ في 24 فيفري 2012.¹

وهي أبرز القوانين الإعلامية التي صدرت عن الحكومة الجزائرية منذ الاستقلال بعدما منحت هذه الأخيرة الضوء الأخضر للشركات الخاصة للنشاط في مجال السمع البصري الذي لطالما أبدت الحكومة تخوّفها من فتحه للعامة وأبقت عليه حكرا لها. ووصفت هذه المرحلة بمرحلة الإصلاحات الإعلامية الكبرى بما أن الحكومة رفعت احتكارها عن المجال الإعلامي الأبرز والأكثر تأثيرا على المجتمعات، وأوضحت الحكومة في هذه القوانين إمكانية ممارسة نشاط الإعلام السمع البصري من طرف الشركات والمؤسسات الخاصة شريطة خضوعها للتشريع الجزائري والقوانين التي تنظم السير الحسن الذي يخدم الحكومة والشعب معا وهذا في المادة رقم 59 من الفصل الأول للقانون العضوي 05/12. وهو ما أفرز بروز قنوات فضائية جزائرية خاصة عديدة ومتنوعة تنشط في المجال وتؤطرها سلطة الضبط السمع البصري والتي اعتبرتها الحكومة سلطة مستقلة مهمتها مراقبة عمل المؤسسات الناشطة في المجال.

¹ محمد الطيب سكريفة، مرجع سابق، ص 550.

2-2- التطور التاريخي والتشريعي للإعلام المرئي في الجزائر:

إن الحديث عن الإعلام المرئي وتطور هذا القطاع في الجزائر لن يعيدنا إلى عهد الاستقلال، بالنظر إلى أن مجال الإعلام المرئي كان محصورا في القناة الوطنية الوحيدة التي تصدرت الساحة منذ الاستقلال حتى نهاية القرن الماضي. وهذا نظرا لظروف عديدة كُنّا قد تناولناها سابقا في تطور الإعلام في الجزائر. ولكن الحديث هنا يتعلق ببداية ظهور وبنادر إنشاء إعلام مرئي وفتح قطاع السمع البصري في البلاد، وهو الحديث الذي يعيدنا إلى الإرهاصات الأولى التي تناولت فيها الحكومة هذا المجال (السمع البصري) وأبدت رغبتها وجاهزيتها في إطلاق القطاع وتسريحه من الاحتكار الحكومي الذي كان عليه منذ الاستقلال. ويرى الباحث محمد شطاح أن الحديث عن تطور الإعلام والمرئي وقطاع السمع البصري في الجزائر يجب أن يراعي فيه النقاط الآتية:¹

- إن إقامة إعلام وطني، كان لابد أن يمرّ عبر إعادة النظر في مختلف التشريعات والنصوص الإعلامية التي كانت تسيّر القطاع السمع البصري وقد كشفت بصراحة غداة الاستقلال عن تناقضها مع طبيعة المرحلة ومع تطّاعات المجتمع الجزائري الجديد والدولة الجزائرية الجديدة.
- ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفة عامة والقطاع السمع البصري بصفة خاصة وتدعيم مختلف البنى القاعدية، والتوسع فيها بالشكل الذي يساعد على خدمة أهداف الأمة وفي مقدمتها القضاء على التخلف وتحقيق التنمية.
- إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في المجهود الوطني، وتحقيق أهداف المجتمع في إعلام وطني مستقل يعبر عن الاهتمامات والرغبات الإعلامية.
- تكيف القطاع الإعلامي - السمع البصري - مع ما يشهده الوطن والعالم من تطورات سواء على مستوى النصوص التشريعية أو البنى القاعدية أو على مستوى الخدمة المقدمة من قبل هذه الوسائل.

وهو حديث مفهومه أن التطرق إلى موضوع الإعلام المرئي في الجزائر وقطاع السمع البصري لديه خصائصه وسماته الخاصة لما مرّت به البلاد والحكومة الجزائرية عبر تاريخها وكذلك بعد الاستقلال والظروف التي واكبت سنّ القوانين الإعلامية التي تراها الحكومة ملائمة للنهوض بالإعلام من أجل خدمة المجتمع، لاسيما وأن قطاع الإعلام المرئي الجزائري ظل حكرا على الحكومة حتى 10 سنوات مضت، بسبب مخاوفها من فتح هذا المجال الحساس إلى المؤسسات والشركات الخاصة وتكليف نشاط إعلامي بهذا

¹ محمد شطاح، مرجع سابق، ص 291-292.

أهمية لأيدي ليست حكومية والذي كان رهانا بالنسبة للحكومة، ما يترجم ترددها وغموضها في تناول قوانين مجال الإعلام المرئي عبر كل قوانينها الإعلامية حتى 2012.

تعود البدايات الأولى لبوادر ظهور الإعلام المرئي في الجزائر (إن استثنينا القناة التلفزيونية الأولى) إلى ميثاق 1976 أين بدأت تبرز معالم السياسة الإعلامية لقطاع السمعي البصري، وأشاد الميثاق على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المتنوعة في خدمة الجزائر والذي انطوى من خلاله إصدار أول قانون للإعلام في الجزائر سنة 1982 تحت رقم: 01/82 المؤرخ في 06 فيفري 1982 المتضمن قانون الإعلام. والمتفحص لهذا القانون يرى أنه قد خطى خطوة كبيرة بتناوله مختلف جوانب النشاط الإعلامي، كما حدّد مفهومه العام وعدّد مصادره بدءا بالميثاق الوطني 1976 وجل التوصيات الصادرة عن مؤتمرات الحزب الواحد معتبرا الإعلام جزءا من السيادة، وأشار هذا القانون إلى حرية الممارسة الإعلامية بشرط أن تكون ضمن السياسة الإيديولوجية المتبعة من طرف النظام القائم وهو ما أكدته المادة 03 من هذا القانون.¹

وبالنظر إلى أن هذا القانون كان قد تطرق في أغلب مواده إلى تسيير قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة بشكل عام ولم يتطرق إلى الإعلام المرئي والوسائل السمعية البصرية إلا بشكل سطحي وعام، وهو ما جعله موضعاً للنقد من طرف الخبراء الإعلاميين والمختصين الذين أعابوا عليه اهتمامه الشبه كلي بمجال الصحافة المكتوبة وإهماله أحد المحاور الأساسية في الإعلام آنذاك وهو الإعلام المرئي (التلفزيوني). وهي الانتقادات التي وضعت الحكومة والوزارة أمام خياران أولهما فتح المجال أمام الشركات الخاصة الراغبة في الاستثمار فيه، والخيار الثاني هو الإعلان عن غلق هذا المجال تماما وعدم منح التراخيص لأي مؤسسة إعلامية للنشاط في المجال السمعي البصري.

• قانون الإعلام 1990

تكرّر الأمر في قانون الإعلام 1990 تحت رقم 07/90 المؤرخ في 03 أفريل 1990 والذي يعود إلى دستور 1989 أين لم يتطرق بشكل واضح إلى قطاع السمعي البصري وكان إنشاؤه نزولا عند رغبة الشعب بتحقيق التعددية الحزبية والتي استوجبت تحقيق التعددية الإعلامية، ونص هذا القانون على حرية الممارسة الإعلامية في المادة الثالثة 03 " يمارس الحق في الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية

¹ محمد الطيب سكريفة، مرجع سابق، ص 547.

ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني.¹ في حين وضحت المادة الرابعة 04 الوسائل المخول لها ممارسة هذا الحق من خلال ما يلي:²

- عناوين الإعلام وأجهزة القطاع العام.
- العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري
- ويمارس من خلال أي سند كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزيوني.

ورغم المطالب العالية التي أرادت من الحكومة فتح مجال السمع البصري والاستثمار في مجال الإعلام المرئي في الجزائر إلا أن قانون 1991 استثنى مجددا قطاع السمع البصري بعدما قيّد هذا القانون حريات قنوات السمع البصري في المادة 56 منه بنصها على " يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودقتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام".³

وعرفت الجزائر في الفترة ما بعد قانون 1991 إطلاق ثاني قناة تلفزيونية في الجزائر بعد القناة الأولى، وهي قناة كنال ألجيري Canal Algérie وبالتحديد في شهر أكتوبر 1994، وقد بدأت القناة بنشرة أخبار واحدة تُبث على الساعة مساءً وبعض البرامج المحلية التي تعني المواطن الجزائري، فيما وجهت اهتماما كبيرا بالجالية الجزائرية بالخارج، وكانت القناة بمثابة الخطوة الأولى للمؤسسة العمومية للتلفزيون للتوسع أكثر في المجال الإعلام المرئي والخروج من قوقعة القناة الواحدة والوحيدة الناشطة في المجال، لاسيما وأن تلك الفترة والتي تلتها عرفت انفتاح عديد الدول العربية على مجال البث التلفزيوني الفضائي وإطلاق عشرات القنوات التي بدأ المواطن الجزائري في استقطابها.

فيما أطلقت ذات المؤسسة في نوفمبر 1998 مشروع إنشاء القناة الجزائرية الثالثة كامتداد وتوسع لقنوات التلفزيون الجزائري وقد بدأ تنفيذ المشروع في ديسمبر 1999، إلا أن القناة رأت النور بصفة رسمية في 05

¹ القانون العضوي رقم 07/90، الخاص بالمشروع التمهيدي للقانون العضوي المتعلق بالإعلام، الصادر بتاريخ 03 أفريل

1990، الجريدة الرسمية، العدد 14، 04 أفريل 1990، ص4.

² نفس المرجع السابق، ص 4-5.

³ نفس المرجع السابق، ص 16.

جويلية 2001.¹ وهي التجربة المرئية الثالثة للجزائر في هذا المجال والتي زادت بالمقابل من الضغوطات على الحكومة لفتح المجال للخصوصية وتعالى الأصوات المطالبة بفتح المجال بنص قانوني واضح يسمح للشركات الإعلامية الخاصة والراغبة بفتح قنوات تلفزيونية النشاط كغيرها من القنوات العربية والعالمية التي يتلقى المجتمع الجزائري بثها عبر الأقمار الصناعية.

وفي ظل كل هذه الظروف كان لزاما على الحكومة الجزائرية مواجهة أحد أبرز المشاكل التي واجهتها الوزارة المعنية في المجال منذ الاستقلال، ألا وهو معالجة قضية الإعلام المرئي بين الرضوخ لمطالب الإعلاميين والخبراء والمجتمع بفتح القطاع للخواص كما في العالم أجمع وخاصة العربي، وبين استمرار احتكاره خوفا مما ستؤول إليه الأمور بالنسبة للبلاد وفي مرحلة حساسة كانت تمر بها الجزائر إبان العشرية السوداء، وقد بدأت الانفتحات الأولى في هذه المرحلة على مناقشة موضوع الإعلام المرئي وقطاع السمعي البصري من طرف الحكومة ترى النور أواخر التسعينات، ورغم أنها لم تفتح المجال آنذاك إلا أنها كانت جاهزة لمناقشة الملف ووضع أهم النقاط والمحاور الأساسية لهذا القطاع في المشروعين التمهيديين الخاصين بقانون الإعلام هما قانون الإعلام لسنة 1998 و 2002 اللذان ناقشت فيهما الحكومة ووضحت كل ما يخص ويتعلق بشأن الإعلام المرئي.

• المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 1998

أول ما تناوله هذا القانون هو تأكيده على حرية ممارسة المهنة بما أنه أعلن ضمنا أنه يضمن حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري، وفي المادة الثانية 02 منه قدم القانون مفهوم دقيق للإعلام السمعي البصري أنه " يقصد بالاتصال السمعي البصري كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد أساليب الاتصال السلكي واللاسلكي من رموز وإشارات وحروف خطية، صور أصوات أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها والتي ليس لها طابع المراسلة الشخصية."² فيما أعلمت الوزارة عبر هذا القانون أن التراخيص الخاصة بممارسة نشاط الإعلام السمعي البصري هي مسؤولية موكلة لهيئة المجلس الأعلى للاتصال في صورة هيئة استشارية لكنها مستقلة تتمتع بالاستقلالية على المستويين المالي والإداري ومن مهامها:

- ضبط جميع الاتفاقيات الخاصة بالسمعي البصري.

¹ نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 143.

² المشروع التمهيدي للقانون العضوي المتعلق بالإعلام، وزارة الاتصال والثقافة، مارس 1998، ص 2.

- الرقابة الإعلامية على المواد الإشهارية التي تبث عن طريق القنوات الإعلامية السمعية البصرية وأيضاً برامجها.

بالمقابل فقد أبدت الحكومة ممثلة بالوزارة المختصة رغبتها في إبقاء القطاع تحت وصايتها مرة أخرى وعدم فتح الباب للاستثمار في القطاع من طرق الخواص، وكان هذا واضحا في المادتين 28 و 29 تواليا بنصها في المادة 28 على مايلي " يمكن للمؤسسات العمومية للبث الإذاعي المسموع والمرئي أن تفتح رأس مالها في إطار الشراكة لمؤسسات متخصصة تابعة للقطاع العام وفقا للتشريع المعمول به".¹ في حين أكملت في المادة الموالية " تمارس الأنشطة ذات الصلة بالبث التلفزيوني للتغطية الوطنية من قبل المؤسسات العمومية المختصة فقط".²

والملاحظ أن المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 1998 تجاوز قانون الإعلام 1990 من ناحية حريات ممارسة الإعلام، وتناول أيضا لأول مرة موضوع قطاع الإعلام المرئي والسمعي البصري من نواحي عديدة كمفهومه، طبيعته، حدوده، كيفية النشاط والاستثمار فيه بالنسبة للمؤسسات الراغبة في ذلك.

• المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002

تناول هذا القانون للمرة الثانية تواليا موضوع الإعلام المرئي وقطاع السمعي البصري وهذا في المادة الثانية 02 بنصها " يقصد بنشاط الإعلام في مفهوم هذا القانون، وضع معلومات تحت تصرف الجمهور أو فئات منه عبر كل الدعائم سواء كانت مسموعة، مرئية أو إلكترونية وكذلك بصفة دورية".³ وتطرق في الباب الثاني منه في المادة 34 إلى الاتصال السمعي البصري " يقصد بالاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون، وضع تحت تصرف الجمهور أو فئات منه، علامات، صور، إشارات، أصوات، أو بلاغات أيا كانت طبيعتها والتي ليس لها صفة المراسلة الشخصية، وذلك عن طريق المواصلات السلوكية واللاسلكية".⁴ في حين القانون حدد آليات ممارسة نشاط القطاع السمعي البصري من طرف مؤسسات وهيئات القطاع العام، والمؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص.

¹ نفس المرجع السابق، ص 7.

² نفس المرجع السابق، ص 7.

³ المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002، ص 1.

⁴ نفس المرجع السابق، ص 11.

ويرى محمد شطاح أن أحكام هذا القانون والقوانين اللاحقة أيضا تدخل في إطار حدود العوائق التقنية والمتعلقة بالموجات الكهروإذاعية، وكان المشروع يوحي بأن النشاط الإعلامي السمعي البصري حرّ ولا عائق أمامه وممارسة الإعلام المرئي إلا العوائق التقنية. وهو أمر يتنافى مع حقيقة الوضع وواقع الإعلام المرئي في الجزائر مع عدم وجود قوانين واضحة وصريحة لممارسة النشاط، لاسيما وأن القانون تحدث في المادة 38 بأن " خضوع الممارسة الإعلامية في القطاع السمعي البصري الخاص لترخيص من قبل المجلس السمعي البصري"¹. فيما تناول الفصل الثاني الحديث عن المجلس السمعي البصري وحدد القانون المادة 42 للحديث عن مهام هذا المجلس.

وتعتبر الفترة الممتدة بين 1990 و 2011 مرحلة حسّاسة في تاريخ تطور الإعلام بالنظر إلى التطورات والتغييرات التي مسّت العديد من الميادين والمجالات ومن بينها الميدان الإعلامي، وأصبح قانون 1990 لا يكفل متطلبات الصحافة الجزائرية، وأضحت من الأوليات إصدار قانون إعلامي جديد يتماشى مع طموحات الصحافيين خصوصا في ظل العولمة والعصرنة.²

وبالحديث عن التشريعات القانونية التي أعدتها الوزارة من أجل النهوض بقطاع الإعلام المرئي، فإننا نلمس فعلا رغبة الحكومة والجزائر في مواكبة التطور العالمي الحاصل على مستوى المحطات التلفزيونية واستعادة جماهيرها المشتتة بين القنوات الأجنبية وتلبية رغباتها وإشباع حاجياتها، إلا أنّ هذا اصطدم مع مخاوف الحكومة في فتح هذا القطاع الحساس وإبقائه حكرا عليها حتى إشعار آخر. قبل أن يشهد العقد الأول من القرن الحالي انفجار منقطع النظير على مستوى البث الفضائي التلفزيوني وظهرت آلاف القنوات العالمية المتنوعة في المضمون والجمهور واللغة والتي تحمل العديد من السمات والخصائص التي كانت تفتقر لها ما تقدمه القنوات الوطنية الثلاثة، ما شكّل هجرة كبيرة للجمهور الجزائري إلى القنوات الفضائية الأجنبية وحتى العربية منها التي عرفت هي الأخرى تطورا متسارعا خاصة منها المصرية والعربية الآسيوية، كل تلك العوامل زادت من حجم الهوة بين الجماهير الجزائرية وإعلامها المرئي، وشكلت ضغطا إضافيا على الحكومة الجزائرية من قبل المجتمع، المختصين والخبراء ووضع الوزارة المعنية أمام الأمر الواقع وضرورة مناقشة ملف فتح مجال السمعي البصري بطريقة أكثر جدية، وهو ما لمسناه في قانون الإعلام 2012.

• المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2012:

¹ نفس المرجع السابق، ص 12

² عبد المؤمن بن صغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع الإعلامي الجزائري (مراحل التطور)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 10، العدد 19، 2018، ص 404.

جاء القانون العضوي 05/12 الصادر رسميا بتاريخ 12 جانفي 1012 بعد 50 سنة من الاستقلال، في وقت فهمت فيه الحكومة الجزائرية أن صورة الجزائر أصبح غير مرئية على الساحة الإعلامية العالمية والعربية، وبسبب الغموض وأيضا الفراغ الذي يحيط بمجال السمع البصري في القوانين الإعلامية السابقة. وتضمن القانون 133 مادة موزعة على 12 باب، وتم تخصيص المادة الرابعة لتفصيل قطاع السمع البصري من خلال فصلين ب 9 مواد (6 مواد في الفصل الأول و 3 مواد في الفصل الثاني).

تطرق المادة 58 إلى المقصود بالنشاط السمع البصري أنه " كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور أو فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي، أو بث إشارات أو علامات أو أشكال مرسومة أو صور أو أصوات أو رسائل مختلفة لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة".¹ وأوضحت المادة 60 خدمة الاتصال السمع البصري " كل خدمة اتصال موجهة للجمهور لاستقبالها في آن واحد من قبل الجمهور كله أو فئة منه، يتضمن برنامجها الأساسي حصصا متتابعة ومنظمة تحتوي على صور و/أو أصوات".² في حين تناولت المادة 61 منه الجهات المسموح لها ممارسة النشاط البصري وهي:³

- هيئات عمومية
 - مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي
 - المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.
 - يمارس هذا النشاط طبقا لأحكام هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به.
- وهو القانون الذي شكل أبرز منجزات تطور مجال الإعلام المرئي في الجزائر بعدما منحت الحكومة أخيرا الضوء الأخضر للمؤسسات الراغبة في الاستثمار في هذا المجال والتي تخضع للقانون الجزائري، بالمقابل فقد أوضح القانون في مادته 63 على أن عقد اتفاقية عمل بين المتعامل وسلطة الضبط السمع البصري من أجل الاستفادة من الترخيص، ونص القانون أيضا أن سلطة الضبط السمع البصري هي سلطة مستقلة متمتعة بالشخصية المعنوية.

• قانون النشاط السمع البصري 2014:

¹ القانون العضوي رقم 05/12 المتضمن قانون الإعلام، صادر بتاريخ 12 جانفي 2012، الجريدة الرسمية، العدد 2، 15

جانفي 2012، ص 27.

² نفس المرجع السابق، ص 27.

³ نفس المرجع السابق، ص 27

يعتبر قانون النشاط السمعي البصري رقم 04/14 الصادر بتاريخ 24 فيفري 2014، هو الأول من نوعه الذي يحمل صفة التخصص في هذا المجال، من خلال احتوائه على 113 مادة تناولت جميعها بصفة رئيسية الإعلام المرئي والسمعي البصري في الجزائر. جاء هذا القانون بعد بداية ظهور قنوات فضائية جزائرية خاصة تنتمي إلى شركات ورؤوس أموال خاصة والتي استفادت مما نص عليه قانون الإعلام 2012، وبداية مزاوله العمل في المجال والتي كانت تجربة أولى وفريدة من نوعها بالنسبة للجزائر للوقوف على تسيير القطاع والسير الحسن لتلك القنوات الفضائية وتسجيل مكامن النقص والاختلالات الموجودة في هذا النشاط من أجل تصحيحها، وسنّ قانون خاص بهذا القطاع مفصّل في 133 مادة تناولت فيها الوزارة أهم المحاور الرئيسية التي تضمن تسيير الإعلام المرئي الجزائري في زمن الخصوصية.

وقد خصّص القانون مادته السابعة لضبط المفاهيم والمصطلحات الجديدة بالنسبة لقوانين الإعلام السابقة والتي مسّت الإعلام المرئي بصفة مباشرة وكان أبرزها:1

- **الاتصال السمعي البصري:** الاتصال السمعي البصري هو كل ما يقدم للجمهور من خدمات إذاعية أو تلفزيونية مهما كانت كفاءات بثّها بواسطة الهرتز أو الكابل أو الساتل.
- **القناة التلفزيونية:** هي كل خدمة اتصال موجهة للجمهور بوسيلة إلكترونية تلتقط في آن واحد من طرف عموم الجمهور أو فئة منه ويكون برنامجها الرئيسي مكوّنًا من سلسلة متتابعة من الحصص التي تحتوي على صور وأصوات.
- **القناة العامة:** القناة العامة تحتوي تشكيلتها برامج تلفزيونية أو سمعية موجهة إلى الجمهور الواسع، تحتوي على حصص متنوعة في مجالات الإعلام والثقافة والتربية والترفيه.
- **القناة المشفرة:** هي خدمة البث التلفزيوني التي تكون إشارتها مرمّزة جزئيا أو كليا بواسطة وسيلة ترقيم بغرض التحكم في النفاذ إلى المحتوى.
- **اقتناء عبر التلفزيون:** هو بث عروض مباشرة للجمهور بغرض تزويده مقابل التسديد، بسلع أو خدمات بما فيها أملاك عقارية وما يترتب عنها من حقوق والتزامات.

وأبرز ما جاء في هذا القانون أن المادة 23 تناولت أنه لا يمكن للشخص الطبيعي أو المعنوي أن تكون مساهمته في أكثر من خدمة واحدة في المجال من أجل تطبيق مبدأ تكافؤ الفرص وتقادي الاحتكار،

¹ القانون رقم 04/14 المتضمن للنشاط السمعي البصري، صادر بتاريخ 24 فيفري 2014، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014، ص 8.

وأوضحت المادة 26 كيفية الاستفادة من التراخيص للاستثمار في المجال وذلك من خلال مقابل مالي لكل صاحب رخصة، وحددت المدة بـ 12 سنة لاستغلال البث التلفزيوني، واستكمالاً لما سبق فالمادة 30 حددت طريقة العمل باستغلال الرخصة وأوضحت ضرورة استغلالها من الطرف المستفيد دون سواه، بمعنى آخر يمنع تأجير الرخصة أو تحويلها أو بيعها، والمادة 46 تناولت أنه لا يمكن منح رخصتين لنفس الشخص من أجل استغلال خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني.¹

لنشهد الساحة الإعلامية المرئية في الجزائر انفتاح منقطع النظير في العقد الماضي بعدما فتحت الحكومة الاستثمار في المجال بصفة قانونية وواضحة، وتساهلت مع عديد النقاط التي كانت غامضة فيما سبق وشكلت حواجز للراغبين في فتح قنوات فضائية في الجزائر، ولا يختلف اثنان أن فتح الحكومة للمجال السمعي البصري في الجزائر يعتبر أبرز منعرج تاريخي لتطور الإعلام بصفة عامة منذ الاستقلال، لاسيما وإن نظرنا إلى وزن الإعلام المرئي في العالم خاصة منذ مطلع القرن الحالي ودوره في خدمة المجتمعات واستغلاله من طرف الحكومات من عديد النواحي، خاصة من الجانبين السياسي والثقافي، وقد كانت رحلة الإعلام المرئي الجزائري شاقة ومليئة بالمطبات ليصل المشاهد الجزائري إلى ما يشهده اليوم من تنوع وتخصص في القنوات الفضائية الجزائرية التي تعمل على تقديم الوجبة الإعلامية المناسبة لكل فئة إعلامية، بغض النظر على النقائص التي لا تزال موجودة في القنوات الفضائية الجزائرية.

¹ نفس المرجع السابق، ص 11-12

3- واقع وتحديات القنوات الفضائية الجزائرية

أ- واقع القنوات الفضائية الجزائرية

إن الحديث عن واقع القنوات الفضائية الجزائرية هو في الحقيقة حديث عن حقيقة تجربة إعلامية فنية في مجال الإعلام المرئي، بالنظر أننا نتحدث عن قنوات لم يمر على إنشاء أقدمها سوى عقد من الزمن، وهي فترة قصيرة جدا ما إذا قارناها مع القنوات العالمية التي تميزت عن قنواتنا بفضل عامل الوقت والإمكانيات، بما أنها تنشط في المجال منذ عشرات السنين وتملك من التجربة ما يجعلها تقدم الأفضل من الناحية الفنية والتقنية أيضا، وهو يجعلنا نبدأ من منطلق أن القنوات الفضائية الجزائرية المتنوعة إن استثنينا قنوات التلفزيون العمومي هي قنوات حديثة النشأة ولا تزال تبحث عن حيز مكانة لها على الأقل بين القنوات الجزائرية والعربية.

تختلف وجهات النظر تجاه المضامين الإعلامية التي تقدمها القنوات الجزائرية الخاصة والمتخصصة بين من يراها في مستوى قضايا ومواضيع المجتمع الجزائري التي تعمل على معالجته، وبين من يراها لا تزال بعيدة عن المستوى الفني والتقني التي تعمل به حتى القنوات العربية المجاورة ناهيك عن القنوات العالمية، وبين من يراها تعيش تنافس فيما بينها حول تحقيق نسب مشاهدة أعلى بعيدا عن أبجديات العمل الإعلامي وضوابطه المهنة والمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمع كان ينتظر منها أكثر من الذي تقدمه، وهي وجهات نظر كثيرة من طرف مختصين وإعلاميين جزائريين أurdوا تقييم التجربة الإعلامية الجزائرية في هذا المجال بعد فترة من انطلاقتها.

تشهد القنوات الفضائية الجزائرية صراعا وتنافسا كبيرا، هدفه تحقيق سبق الصحفي الذي كان سابقا هدفا للمؤسسات الإعلامية الخاصة بالصحافة المكتوبة، وقد أدى تنافس القنوات الجزائرية فيما بينها حول الخدمات الإخبارية خاصة منها المحلية إلى تطوير مجال التغطية الإخبارية في الجزائر على جميع الأصعدة سواء التقنية وحتى الزمنية، وأصبح بإمكان المشاهد اليوم متابعة الخبر وفي أزمنة مختلفة عن طريق تغطية مسجلة أو مباشرة للحدث والتي تكون عادة مرفوقة بتحليلات المختصين في مجالات مختلفة، وهي ميزة كان المجتمع الجزائري يفتقر لها سابقا وكان عليه انتظار بث النشرة الإخبارية لقنوات التلفزيون العمومي، أما اليوم فهناك نشرات عديدة على مدار اليوم سواء لقناة واحد أو عديد القنوات، إضافة إلى البرامج الإخبارية المختلفة التي تعرضها تلك القنوات على مدار الساعة.

وأول ما يمكننا ملاحظته في القنوات الفضائية الجزائرية أنها تحاول الاقتراب من المجتمع الجزائري ومن حدوده الدنيا والقصى، خاصة إذا تعلق الأمر بمناقشته لقضايا شائكة كانت في وقت قريب ممنوعة أو مرفوضة اجتماعيا بالنظر إلى الضوابط الاجتماعية التي يعيشها المجتمع الجزائري، خاصة تلك المواضيع السياسية، أو الاجتماعية التي تمثل خطا أحمر لكل فئة أو جانب من المجتمع، وهو الاقتراب الذي تجاوزت به هذه القنوات الحدود التي رسمتها سابقا القيم الاجتماعية للمجتمع، وبات اليوم مشاهدتها وحتى الحديث عليها من الأمور العادية لحيل كامل من المشاهدين صُقلت معالمهم على اعتيادية وطبيعة ما تقدمه الكثير من القنوات الجزائرية اليوم حتى وإن كان يتنافى ما قيم جيل كامل لم ينشأ على ما تقدمه الفضائيات.

لو ننظر بدقة إلى المشهد الإعلام المرئي الجزائري في هذه الفترة، فإننا نلمس أن هذه القنوات تتنافس فيما بينها، لكنه ليس تنافس من أجل الرفع من مستوى الجودة الإعلامية، وإنما في الحقيقة هي تتنافس على الوصول إلى المجتمع وتقديم نفسها بطريقة تحاكي واقعه، تعالج قضاياها وتلامس تطلعاته ومن ثم حصد نسب مشاهدة أعلى. ويرى أستاذ الإعلام بوسعد لزيلة في تصريح له لموقع إلترا صوت أن "التلفزيونات الجزائرية الخاصة تعيد أخطاء الصحافة المكتوبة الخاصة في بداياتها...وبعد مرور سنوات عن مكسب حرية التعبير في الصحافة المكتوبة، هناك ما يسمى بالعطش الكبير في قطاع السمعي البصري، أين شهدنا تنافس لتأسيس قنوات من قبل ملاك الجرائد الخاصة مثل النهار والشروق... وهو التنافس الذي أفرز عدة أخطاء في بيئة إعلامية غير معهودة وغير مسبوقة".¹ وهي نقطة في غاية الأهمية أثارها هذا الأخير بالنظر أن حدة التنافس بين القناتين والتي أثّرت سلبا على الارتقاء بمضامينها الإعلامية خاصة من الناحية الفنية، وظلت البرامج التي تقدمها هاتين القناتين حبيسة الإطار الواقعي ونقل ما يحدث داخل المجتمع الجزائري حتى المواضيع التي لا ترتقي لكي تكون على هرم أولويات قناة تلفزيونية، ولا تصلح لتكون قضايا يعالجها الإعلام المرئي بقدر ما هي مواضيع تصلح للصحافة المكتوبة وهو مثال عن الإفرازات السلبية التي باتت تمثل امتدادا لتنافس المؤسستين من الصحافة المكتوبة إلى المرئية.

وهو نفس التوجه الذي ذهب إليه الإعلامي محمد يزيد أين عبر أن "تجربة الإعلام الخاص السمعي البصري في الجزائر لا تزال فنية وبحاجة إلى التطوير، سواء تعلق الأمر بالجانب التقني وجماليات الصورة، أو من ناحية الكفاءات والطاقات المعتمدة في المجال الصحافي والتقديم... فقد كان بالإمكان الاعتماد على

¹فتيحة زماموش، الإعلام المرئي في الجزائر .. تجربة في صعود، موقع إلترا صوت، 27 ديسمبر 2016، مسترجع بتاريخ 12 فيفري 2022، أنظر الرابط <https://2u.pw/bb53KU>

خبرات الإذاعة والتلفزيون الرسمي، في تأطير الشباب الملتحقين بهذا الفضاء السمعي البصري الخاص، والذي يقترب أكثر من أسلوب الصحافة المكتوبة فيما يخص المواد المقدمة، وللأسف فإن عرض هذه القنوات الخاصة تعمل على إثارة قضايا دون المستوى، مع غياب اعتمادها على مصادر ومراجع ثابتة، مما يثير التساؤلات حول جدية هذه القنوات.¹

وهي نظرة أوسع من ذات الزاوية التي تحدثنا عنها فيما سبق حول طريقة عمل والمواد التي تقدمها، والسبب في تردي (حسب المختصين) نوعية وجودة البرامج المقدمة، خاصة وأن العمل عليها يشابه كثير عمل الصحافة المكتوبة بسبب صبغة الإعلاميين والصحافيين الذين تعتمد عليهم معظم القنوات وأيضاً إلى حداثة التجربة، وخاصة غياب التكوين الحقيقي في هذا المجال الذي يكفل على الأقل تقديم كفاءات إعلامية جاهرة لحمل المشعل والتألق في هذا المجال الذي تعتبر فيه الجزائر متأخرة كثيراً مقارنة بالقنوات العالمية والإعلام المرئي العالمي وحتى العربي. وهو ما تحدثت عنه الباحثة ليليا عين سوية عن القنوات الجزائرية الخاصة وقالت " .. القنوات الجزائرية تبقى بعيدة عن تلك التطورات التكنولوجية ذلك ما يظهر جليا من خلال برامجها وسياساتها الإدارية، وحتى تستطيع تلك المؤسسات الاستمرار يجب عليها الاهتمام بتدريب مواردها البشرية لضمان الارتقاء بمستوى كفاءة أداء عمالها ومدى المساهمة في تفعيل جودة المنتج أو الخدمة المقدمة من طرف المؤسسات الإعلامية، فهذه الأخيرة أدركت أن العامل الوحيد الذي يوفر لها الميزة التنافسية يكمن في الموارد البشرية التي تملكها."²

وفي ذات السياق دائما وحول نقطة الكفاءات المهنية العاملة في المجال فقد أكد الأستاذ محمد سليم حمادي " نجاح أو فشل هذه القنوات مرتبط أساسا بالقدرات المادية وكذا التقنية والأكثر من ذلك الفنية سواء في الطاقم الصحفي أو التقني وغيرها من المجالات الأخرى المرتبطة بالمادة التلفزيونية."³ وهي ذات الخلاصة التي انتهت لها الباحثة ليليا عين سوية حول جدية التعامل مع الكفاءات العلمية من أجل ضمان محتوى أفضل من الناحية الفنية بالنسبة للقنوات الجزائرية الناشطة حاليا وانتهت في نتائج بحثها القائم حول الكفاءات الإعلامية الفنية وتدريبهم وعلاقته بتطوير القنوات الجزائرية " القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

¹ سعيد مراح ومحمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، جامعة أدرار 2017، ص 356.

² ليليا عين سوية، إسهامات التدريب، في تطور القنوات التلفزيونية الجزائرية دراسة ميدانية، مجلة الإنسان والمجال، جامعة نور البشير الأبيض، المجلد 01، العدد 02، الجزائر، ص 124.

³ فتيحة زماموش، مرجع سابق.

اليوم أمام حتمية التطور والتجديد لضمان استمراريته وبقائها، لذا وجب عليها توفير المورد البشري المؤهل والعمل الدائم على تدريبهم للارتقاء بمستواهم وكفاءتهم لضمان نجاحها وتطورها، فالتغيرات التي يشهدها عالم المؤسسات الإعلامية اليوم يفرض عليها تبني التجديد إذا أرادت التقدم والاستمرار في ظل المنافسة الشديدة على الساحة الإعلامية.¹

وذهب الباحث دحمار نور الدين إلى تناول الزاوية الاقتصادية والتجارية للقنوات الجزائرية وتحدث عن دور الأهداف التجارية للقناة في التأثير على جودة القنوات وبرامجها وقال في هذا الشأن " تسعى هذه القنوات إلى تحقيق الربح لأنها تعتمد على مصادر التمويل الذاتي، فالطابع التجاري لهذه القنوات قد يجعلها تتجه نحو الترفيه السهل، ويزداد الأمر خطورة عندما تسعى إلى تقليد بعض القنوات الأجنبية في برامجها."² وهو الواقع الذي نراه اليوم على برمجة القنوات الجزائرية التي تستهدف برامج التسلية التي تستقطب بدورها نسب عالية من المشاهدين، وهذا دون مراعاة عامل القيم والمبادئ الاجتماعية للمجتمع الجزائري، بما أن هذا التنوع من البرامج هو الأنسب لتحقيق عقود إشهار ورعاية جيدة بالنسبة لها من أجل تحقيق أهدافها التجارية.

وكما عبّر على ذلك الباحث حميدة العربي " إن الأهداف التجارية للقنوات التلفزيونية يجعلها قاصرة بقصد أو بدون قصد عن نشر الوعي الاجتماعي والثقافي والعلمي ولم تسهم في تغيير عقلية المجتمع نحو البناء والإنتاج والتقدم الحضاري."³ وأضاف هذا الأخير " امتلأت الفضائيات المتخصصة بالمواد الجاهزة كالأفلام والمسلسلات والبرامج الوثائقية والأغاني، تعرضها دون مناقشة أو تحليل أو نقد أو إضافات مبتكرة، بل أن الكثير من برامجها مأخوذة من نسخ عالمية دون تغيير أو تعديل، كالقنوات الموسيقية والدرامية مثلا تعرض ما يسمى بالمواد الشبابية على مدار الساعة دون التفكير في نقدها وتشخيص أسباب ردايتها وهبوط مستواها، ولا تقارن بين الجيد والرديء في الغناء..."⁴ وهو واقع الحال الذي تعاني منه قنواتنا التي تقدم مضامين إعلامية تساهم في هدم القيم العربية والإسلامية وحتى المجتمعية التي بني عليها سابقا المجتمع الجزائري، فهي بطريقة ما أو بأخرى تساهم في نشر نوع الثقافة الجماهيرية الهابطة التي لن تضيف للمجتمع

¹ ليليا عين سوية، مرجع سابق، ص149.

² دحمار نور الدين، التجربة الجزائرية في مجال القنوات الفضائية المتخصصة دراسة تقويمية، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 06، العدد 02، الجزائر، ص200.

³ حميدة العربي، القنوات المتخصصة جدوى وجودها ومدى تأثيرها، موقع صحيفة المدى، 11 مارس 2015، مسترجع بتاريخ

01 أكتوبر 2022، أنظر الرابط <https://almadapaper.net/view.php?cat=123698>

⁴ حميدة العربي، نفس المرجع السابق.

ولن تسهم في تقدمه وبنائه بقدر ما تسارع في هدم مجتمع بدأ يتغير ويتقصر ألوان ثقافية غربية ستتم مع الوقت قيمنا الخاصة.

من جهة أخرى فإن قصر المدة التي ظهرت فيها القنوات الجزائرية إلى الساحة والتسابق نحو إنشاء قناة وتقديم نفسها إلى الجمهور الجزائري كان سببا في تدني مستوى ودرجة المضامين الإعلامية المقدمة، بما أن هدفها الأول كان الخروج إلى الساحة، وهو ما يخلق نوع من التسرع الذي يضع القنوات في أخطاء خاصة على مستوى البرمجة، في ظل غياب شبكة برامج حقيقية مسطرة ومخطط لها من قبل، الشيء الذي جعل تلك القنوات تقع في فخ الشعبوية، خاصة عندما يفكر مسيروها بطريقة التوقع أولا واكتساب نسب متابعة ومشاهدة عالية حتى لو كان ذلك على حساب رداءة المحتوى أو الاصطفاف السياسي أو الإيديولوجي.

في حين تحدث أستاذ العلوم السياسية سليم حمادي عن طبيعة المجتمع الجزائري ودوره في التأثير على المحتوى المقدم من طرف القنوات الفضائية " التجربة الجزائرية في المجال جديدة وتتحكم فيها عدة عوامل أثرت على طبيعة المادة الإعلامية التي تقدمها، فبالنظر إلى البرامج التي تبثها القنوات الجزائرية على اختلاف أنواعها، سياسية، اقتصادية، ثقافية واجتماعية طغت على المشهد كونها مرتبطة بالظروف المجتمعية المعقدة في الجزائر وأيضاً إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي لا يزال غامضاً في عمقه الاجتماعي وتفاعلاته الداخلية وتركيبته السوسولوجية، التي أفرزتها الكثير من الظروف التاريخية والسياسية والاقتصادية وكذا الأمنية.¹ وهو ما يؤكد ما تحدثنا عنه في الفقرة التي سبقته حول أهمية دراسة المجتمع الجزائري من أجل تقديم محتوى إعلام يتوافق ويتناسب مع ما من شأنه تقديم الإضافة لهذا المجتمع، وتأثير عاملي الوقت والتخطيط للبرمجة من أجل الارتقاء بمستوى ما تقدمه القنوات الجزائرية. وهو عكس ما نعيشه اليوم مع القنوات الجزائرية بعد إطلاق معظمها في وقت وجيز مقارنة مع ما يتطلبه الحال لإطلاق قناة تلفزيونية لها أهداف تخدم المجتمع وتهدف إلى التنمية الحقيقية.

أما على مستوى المادة الإعلامية المقدمة من طرف القنوات فقد عبّر عنها حمادي بأنها " لا تلبي بدرجة كبيرة رغبة المشاهد كونها تنطلق من التقليد بدل الإبداع والمتناغم والمنسجم مع البيئة الفعلية لمجتمعنا"²

¹ فتيحة زماموش، مرجع سابق.

² فتيحة زماموش، نفس المرجع السابق

في ذات السياق فقد عبر مهنيو القطاع في الجزائر في تصريحات متفرقة لموقع إترا صوت عن المضامين الإعلامية التي تقدمها القنوات الجزائرية "...إن بعض القنوات الجزائرية لا تحمل أي لون بالنظر إلى حداثة التجربة التي لم تجد إلى حد اليوم لونا خاصا بها فإما تمارس الإثارة من خلال الترويج لأخبار مختلفة وهذا يضعها في خانة الإعلام الأصفر، وإما يذهب البعض منها نحو الترويج للتطرف والعنف رغم تلقيها عدة تحذيرات من سلطة الرقابة، إضافة إلى الشعبوية من خلال الألفاظ المستعملة في بعض القنوات".¹ ورغم هذا الانتقادات التي لامست واقع القنوات الجزائرية إلا أنها لا تنفي وجود بعض القنوات الجزائرية التي تسعى جاهدة لتقديم محتوى ذات جودة يحمل الإضافة للمجتمع، وكذلك سعيها للالتحاق بركب القنوات العالمية.

في المقابل فقد ساهم تعدد وتنوع القنوات الفضائية الجزائرية المتنوعة في إشباع الجماهير الجزائرية، بالنظر أن هذا التنوع سيعطي نوع من الاختيارات المتعددة للجماهير الجزائرية، سواء كان هذا التعدد على مستوى الأفكار أو الإيديولوجيات التي تطرحها القنوات، أو على مستوى الترفيه والتسلية، أو حتى على مستوى الخدمات التي كان ينتظرها منذ عشرات السنوات ما يسهم في اطلاعه على كافة المستجدات، بما أن المجتمع الجزائري ظل لسنوات عديدة حبيس ما يقدمه التلفزيون العمومي من الناحية الإعلامية، ما جعله يتوجّه بوقت ليس بالبعيد إلى تغطية حاجياته الإعلامية وإشباع رغباته إلى قنوات أجنبية سواء عربية أو عالمية.

وفيما يخص الإمكانيات المادية والميزانيات التي تركز عليها القنوات الجزائرية فهي تبقى ميزانيات محدودة لا ترتقي بها لمنافسة القنوات العالمية، وهو ما يؤثر بصفة مباشرة على القناة والمحتوى المقدم، خاصة في المجالات الإعلامية الواسعة كالمجال الإخباري مثلا أين ينحصر معظم نشاط القنوات الجزائرية في تغطية الأخبار المحلية التي لا ترتقي جميعها إلى مستوى الأهمية بالنسبة لشرائح واسعة من المجتمع، ولا تستطيع بذلك منافسة القنوات العربية الناشطة والمسيطر على هذا المجال، بالنظر إلى الميزانيات الضخمة التي يضعها المستثمرين وملاك القنوات تحت تصرف مسيربها إعلاميها من أجل العمل على إيذاع أبرز الأخبار العالمية وإنشاء أستديوهات بجودة أفضل ونشر مراسليها عبر أقطار العالم، واستقطاب أبرز الوجوه الإعلامية في المجال، وهي أمثلة بسيطة تترجم حجم الأموال الضخمة التي تجعل القنوات الجزائرية تنافس نظيرتها العربية. وتؤثر الإمكانيات المادية أيضا على مستوى البرامج سواء المستوردة أو المصنعة بما أن ذلك

¹ فتيحة زماموش، نفس المرجع السابق.

يتطلب أموال كثيرة لصناعة برامج ذات مستوى فنيا وماديا لاستقطاب المشاهدين، وهو عامل يوجه القنوات الجزائرية لاستيراد برامج أجنبية لا تجذب المشاهد سواء قديمة أو سيئة الجودة، أو صناعة البرامج الحوارية والتي تعتمد على النقاش في مواضيع مختلفة لتغطية ساعات البث، وهي أبرز الأنواع التي ينفر منها المشاهد الجزائري.

فالقنوات الفضائية التلفزيونية حديثة النشأة خاصة منها العربية انطلقت وتوسعت في ساعات البث دون ميزانيات مناسبة لشراء العتاد المطلوب وإنتاج المواد الإعلامية، وهو ما تسبب في ضعف مستوى ما تقدمه هذه القنوات، سواء تعلق هذا بالشكل أو بالمضمون، وتطلب عليها الأمر العمل بالحد الأدنى من المطلوب بحيث توازن ما تنفقه من صرف رخيص على برامج الأغاني والترفيه ومع ما تنفقه على برامج الفكر والثقافة والإبداع لما تتصف برامج الفضائيات بالرداءة تعكس الإعداد الضعيف لهذه البرامج.¹

ويقول الإعلامي أمين مليط في هذا الشأن "الإمكانيات المادية لا تزال عائقا أمام القنوات الفتية الجزائرية على تقديم مادة إعلامية متميزة مقارنة بنظيراتها العربية، رغم بعض المحاولات الجديرة بالاحترام."² وهو اعتراف من إعلامي جزائري ناشط في المجال منذ عديد السنوات ويعرف جيدا خبايا القنوات التلفزيونية الجزائرية وما تعيشه وتعانيه من عراقيل أو ما من شأنه أن يؤثر على تطورها وتحسين مستواها. وتناول مليط أيضا نقطة أخرى اعتبرها هامة ويعيشها واقع الإعلام المرئي في الجزائر والقنوات الفضائية وهو عامل الخبرة وقال "أغلب مهني قطاع السمعي البصري هم من خريجي الجامعات وحديثي التجربة الإعلامية ويفتقرون إلى الخبرة اللازمة في مجال كهذا يتطلب قدرات بشرية ومادية وتكنولوجية كبيرة."³

رغم ما قدمته القنوات الجزائرية إلى غاية اليوم من إضافة إلى المجال الإعلامي وللجماهير الجزائرية، إلا أنها لم ترتقي بعد إلى سقف طموحات المشاهد الجزائري، ولا تزال بعيدة عن ما تقدمه القنوات العالمية وأيضاً العربية الرائدة في المجال، والتي تملك ميزانيات كبيرة تسمح لها بصناعة إعلامية ذات جودة عالية، وهو الشيء ما تفتقر إليه القنوات الجزائرية التي لا تزال بعيدة عن الاحتراف، وخاصة عن تقديم صورة إعلامية ومضامين تلفزيونية تليق باسم الجزائر، ما يدعي إلى ضرورة إعادة النظر في الهيكل الإعلامي التلفزيوني

¹ فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص13.

² فتيحة زماموش، مرجع سابق

³ فتيحة زماموش، نفس المرجع السابق.

الجزائري الخاص سواء من الناحية المادية أو البشرية والتفكير في النهوض بالقطاع، من أجل إعادة عملية استقطاب الجماهير الجزائرية التي توجّهت إلى قنوات أخرى وتقديم وجبة إعلامية ترضي المشاهد الجزائري.

ب- تحديات القنوات الفضائية الجزائرية:

بعد انتهاء عهد الاحتكار الذي مارسه الحكومة الجزائري على قطاع الإعلام المرئي وفتح المجال إلى المؤسسات الخاصة لإنشاء قنواتها التلفزيونية الخاصة، لا يجب الوقوف اليوم عند هذا الحد بعد إطلاق عديد القنوات الجزائرية التي تقدم مضامين ومحتوى متنوع، ولكن يجب النظر إلى أبعد من ذلك وكيفية تطوير القنوات ومجال الإعلام المرئي الجزائري من أجل الانتقال إلى مستويات أعلى والارتقاء بالقنوات الجزائرية إلى مصاف الاحترافية.

صحيح أن انطلاقة القنوات الجزائرية الفضائية الخاصة كانت انطلاقة متواضعة من جميع النواحي خاصة التشريعية، الفنية والإمكانيات المادية، بحكم الظروف التي واكبت إطلاق معظم تلك القنوات، ولكن هذا لا يجب أن يحجب الرؤية حول التطلع لرؤية ما فهو أفضل منها، في ظل منافسة قوية للقنوات الجزائرية في حد ذاتها من نظيرتها العربية والعالمية في جميع مجالات الإعلام، السياسية، الثقافية، الرياضية، الترفيهية... الخ. فالقاعدة تقول أن التقدم إلى الأمام يتطلب الوقوف ومشاهدة أخطائنا الماضية من أجل تصحيحها والانطلاق مجددا بدون إعادة أخطائنا السابقة، وهو ما ستكون عليه القنوات الجزائرية مطالبة بالقيام به من أجل التطور والوصول إلى مستوى تستطيع من خلاله مقارعة القنوات العربية والعالمية التي استحوذت على أغلب المتابعين والمشاهدين الجزائريين. ناهيك عن عامل التكنولوجيا اليوم والذي يتحكم ويسيطر على طريقة عمل القنوات ومضامينها، لاسيما مع الخصائص والميزات التي يقدمها مقارنة بالقنوات التلفزيونية من بينها سهولة الحصول إلى المعلومة ومختلف المضامين الإعلامية، السياسية، الترفيهية، الدرامية... إلى غير ذلك.

إن كل ما تكلمنا عليه فيما سبق يعتبر عراقيل وحواجز تواجه القنوات التلفزيونية الفضائية الجزائرية ومسيرها وتقف في وجه تطورها وتحسين جودتها، وهذا ما لن يتحقق إلا برفع تحدّ جديد على القنوات الجزائرية الوصول له. وسنتحدث فيما يلي حول تلك التحديات التي تنتظر هذه القنوات والتي يمكننا تصنيفها إلى العناصر التالية:

- التحديات المادية

من أبرز ما تعاني منه القنوات الجزائرية الفضائية هو نقص الموارد المادية التي تمكن أي مؤسسة إعلامية في هذا المجال من تطوير وترقية إمكاناتها المادية، التقنية وحتى الفنية باستقدام وجوه إعلامية متمكنة ومبدعة بإمكانها نقل القناة إلى مستويات أعلى، إلا أن العائق المادي يقف في وجه كل القنوات الجزائرية بما يتطلبه هذا النوع من مجالات الإعلام من أموال، لاسيما في العصر الحالي أين يتطلب المضي قدما في هذا المجال وضع خط استراتيجي واضح وآمن في نفس الوقت على الأقل للمدى المتوسط من أجل ضمان توفر الموارد المادية للقناة على مدار سنوات قادمة، وهي أحد الأخطاء الشائعة التي وقعت فيها بعض القنوات الجزائرية التي لم تستمر في العطاء لأشهر قبل أن تعلن إغلاقها بسبب الإفلاس وغياب التمويل. إضافة إلى المشاكل التقنية التي سببها الأول هو عدم المقدرة على تغطية تكاليف شراء أجهزة حديثة وعدم وجود استوديوهات بمعايير عالمية، حتى أن جل تلك القنوات تبث من شقق متواضعة، وهي كلّها مشاكل على القنوات معالجتها من الأساس وهو التفكير في كيفية تمويل ذاتي يكون في مستوى رغبة كل قناة في تحقيق النجاحات التي تحلم بها.

وتناول الباحثان عبد الله ثاني محمد النذير والطبيب عبد القادر جانبا آخر من التحديات المادية التي تنتظر القنوات التلفزيونية الجزائرية الفضائية "أن هناك ضغط حكومي على المستويين المادي والمعنوي في مجالات البث والإرسال، وهو ما سيكلف تلك القنوات في المستقبل الكثير من الأموال وحتى إمكانية إغلاقها أو إفلاسها، الأمر الذي يتطلب منها إستراتيجية وتخطيط مادي ناجح لاعتمادها في المستقبل".¹ وهي رؤية واقعية ناجمة عن تجارب سابقة للإعلام المرئي الجزائري، لذلك يتطلب على القنوات التخطيط جيدا من الناحية الاقتصادية، ووضع حلول استعجالية إن تطلب الأمر لتفادي السيناريوهات السابقة.

من جانب آخر تعي القنوات الجزائرية جيّدا أن نجاحها واستمراريتها يمر عبر الصناعة الإعلامية لا عن طريق شراء البرامج المحلية أو استيراد المضامين الأجنبية والذي سيكلف من دون شك خزintها أموال باهضة، في ظل غياب خط تمويل واضح والاعتماد على مداخيل الإعلانات والإشهارات فقط التي ستظل أرقام محتشمة مقارنة بما يتطلبه الأمر من مصاريف خاصة بالقناة، ناهيك عن استيراد وشراء برامج أخرى (ما يجبرها على التحول لصناعة برامج الأساليب المبتذلة والمستهلكة). وهنا تكمن أهمية الصناعة الإعلامية

¹ عبد الله الثاني محمد النذير والطبيب عبد القادر، آفاق فتح القطاع السمعي البصري في الجزائر قراءة استشرافية للمشهد السمعي البصري في الجزائر، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 05، العدد 17، جامعة أحمد بن بلة وهران، 2016، الجزائر، ص38.

والتحول إلى الإنتاج بدل الشراء والاستيراد، وهو أمر سيضع القنوات الجزائرية بين وضعين اثنين لا ثالث لهما الأول متعلق بالبقاء أو الركض وراء تسيير المصاريف بين مداخيل القناة وشراء البرامج أو الاكتفاء ببرامج الحوار والنقاش التي ينفر منها المجتمع الجزائري، والوضع الثاني هو التحول إلى صناعة وإنتاج إعلامي راقى وذو جودة عالية تستفيد من خلاله باستقطاب الجماهير والمتابعين الجزائريين وتوسيع نطاق الاستفادة الإشهارية وأيضا إمكانية بيع منتوجها لقنوات جزائرية أو عربية أخرى (إذا حمل ما يكفي من الجودة الفنية والمادية)، وهي النقطة التي تكمن فيها أفضلية التحول نحو الإنتاج الإعلامي مقارنة بالبقاء والسير مع القطيع الذي لم ولن يساهم بالارتقاء بمستوى الفضائيات.

يمكن للقنوات الجزائرية أيضا العمل بطريقة ازدواجية على إنتاج البرامج التلفزيونية ما يقلل من حجم المصاريف التي ستضخها كل قناة في سبيل هذا الإنتاج، وهي أحد التحديات أو الحلول التي تناولتها الباحثة هبة شاهين " التوسع في عمليات الإنتاج البرمجية المشتركة بين هذه القنوات... وهي عملية من شأنها أن تعود بالفائدة على القناتين لاسيما وأنها ستجنبنهم استنزاف أموالهم في الإنتاج ويمكنهم من عرض المنتج على القناة ثم التفكير في تسويقه أيضا..¹ وهي أحد التحديات أو الأفكار التي على القنوات الجزائرية التفكير في تجربتها على الأقل بالنسبة للقنوات التي ترغب في التوجه إلى الإنتاج وتعاني في ذات الحين من قلة الموارد المالية.

- التحديات المهنية

1- الكفاءة المهنية:

على القنوات الفضائية التلفزيونية الجزائرية والجهات المعنية والمكلفة بالتكوين أن تعي الأولوية التي يتوجبها الوضع تجاه برامج التكوين، التدريب وحتى التأهيل المهني الخاص بالصحافيين والإعلاميين والعاملين بالمجال من أجل مواكبة التطورات الإعلامية والتكنولوجية الحديثة، وأيضا من أجل تكوين أشخاص أكفاء بإمكانهم المساهمة في صناعة إعلام يرتقي إلى مستوى العالمية، خاصة وأن التكوين الإعلامي في الجزائر كان ولا يزال محل انتقاد المختصين والإعلاميين بالنظر إلى افتقار برنامج تكوين وأكاديمي واضح يكون إعلاميين، مقدمين، منشطين، مراسلين، مخرجين إلى غير ذلك ليكون الانتقاء أكثر جدية مع استهداف جميع المناصب التي تساهم في تقديم ما يجب من دون الخلط في استخدام كوادر إعلامية لشغل مناصب تقنية

¹ هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 405.

أو العكس كما يحدث في القنوات الجزائرية، لأن الارتقاء بأداء المؤسسة في ظل المنافسة الشديدة مرهون بقدر كبير بأداء مختلف عمّالها.

فلذلك يتعين على مسيري المؤسسات الإعلامية تحديد الكفاءة، أي بين تلك التي يمتلكها الأفراد والمفترض امتلاكهم لها للقيام بواجباتهم، ثم العمل على ملأ هذه الفوارق بواسطة التدريب الذي يتم بناؤه انطلاقاً من أهداف دقيقة ومحددة.¹ وبالتالي تحتاج القنوات الفضائية إلى امتلاك يد عاملة أساسها الخبرة والمهارة حتى تتمكن من تحقيق أهدافها المخطط لها والحفاظ على مكانتها في ظل المنافسة الشديدة في المجال الإعلامي.² وهو ما يترجم دور وأهمية التكوين والتدريب في المجال الإعلامي خاصة وأن هذا ينعكس وبصورة مباشرة على نوع ومستوى المضامين الإعلامية المقدمة، في وقت تستقطب فيه العديد من القنوات خيرة الكفاءات المهنية في المجال من أجل تقديم أفضل ما لديها، وبهذا سيكون أحد أروقة المنافسة هي انتقاء أفضل الإطارات الإعلامية المهنية وحتى التقنية من أجل منافسة بقية القنوات على الأقل من الناحية الفنية في ظل صعوبة مجارات ميزانياتها الضخمة.

2- تجاوز حدود الإعلام التقليدي:

إن نوع الإعلام الذي تمارسه القنوات الفضائية الجزائرية لا يرتقي إلى مستوى العالمية أو الاحترافية، بسبب اعتماد جل تلك القنوات على الإعلام التقليدي الإيديولوجي الذي يركّز مثلاً على الأخبار الرسمية الموجهة والأنماط الإعلامية التي ينفر منها المجتمع الجزائري بسبب ما عاشه لعقود من السنوات مع التلفزيون العمومي، خاصة وأن تلك القنوات تركّز على الأخبار الرسمية وتعالج المواضيع والقضايا الراهنة معالجة سطحية، في وقت يسير فيه عالم الإعلام بصفة عامة إلى التوسع خاصة فيما يخص الإعلام المرئي وتنوع القنوات التي تمنح المواضيع ما تستحق من مساحة إعلامية وعمق في المعالجة، لتغذيها أيضاً بمواد مصورة وآراء مختلفة نحو الموضوع وتحاليل مختصين وخبراء، ناهيك عن عامل التكنولوجيا الذي زاد من تدفق المعلومات نحو الجماهير، وهي كلّها معطيات على القنوات الجزائرية النظر إليها بعمق والخروج من قوقعة الإعلام التقليدي المسيطر عليها.

إن هذا النوع الإعلامي المنمّط هو في الأصل أحد مفرزات سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام الجزائري، الشيء الذي أفقده القدرة على التغريد خارج السرب والعمل بأكثر حيوية وحرية والتعامل كما يجب

¹ سهيلة محمد عباس، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 2006، ص56.

² ليليا عين سوية، مرجع سابق، ص131.

مع ما يجب تناوله بعمق أو بسطحية، وبالتالي الحدّ من قدرة تلك القنوات على الوصول والتأثير بالطريقة التي يجب أن تعمل بها القنوات الخاصة والمتخصصة.¹

3- السعي وراء حرية الإعلام

رغم رفع الحكومة منذ حوالي عقد من الزمن احتكار قطاع السمعي البصري لصالح القطاع الخاص، إلا أن الجميع يعي حجم الرقابة والضغوطات التي يعمل تحتها الإعلام المرئي الجزائري بالنظر إلى خصوصية النظرة التي تحملها الحكومة نحو الإعلام المرئي والقنوات التلفزيون خاصة، بسبب مخاوفها من انفلات هذا القطاع الذي يعتبر غاية في الأهمية بالنسبة لها وإلا لما كانت احتكرته لعشرات السنين، إلا أن رغم فتح القطاع والسماح للمؤسسات الخاصة بممارسة النشاط، لا تزال تلك القيود الإعلامية تعيق عمل القنوات وتشكل حواجز بالنسبة لهم لممارسة المهنة بحرية أكثر.

إن العراقيل التي تعترض القنوات الفضائية الجزائرية والتي تختص بحرية الإعلام تؤثر بصفة كبيرة ومباشرة على ممارسة تلك القنوات لنشاطها بصفة يضمن لها الحرية في الوصول إلى المعلومة ونشرها والعمل في وسط أساسه النزاهة العملية في التعامل مع المواضيع وإيصال الحقيقة للمواطن وهي عراقيل من شأنها أن تكبح جماح الإعلام التلفزيوني الجزائري بطريقة زائدة عن اللزوم ولا يمكن من خلالها ممارسة المهنة بالطريقة التي تستوفي معايير العالمية والاحترافية.

وفي هذا الشأن يرى الباحث سامي الشريف أن على القنوات التلفزيونية الخاصة العمل على إصدار ميثاق شرف إعلامي تلتزم به يتضمن:²

- دعم الحرية المهنية التي يتمتع بها الصحفيين.
- ضمان حصول المواطن على إعلام موضوعي متوازن.

- التحديات التكنولوجية:

ويتمثل أبرزها في ظهور شبكة الانترنت كمصدر عالمي للمعلومات مما طرح العديد من التحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية، من أهمها تكريس الخلل الإعلامي والمعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها وكذا نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة) فضلا عن الخلل التقني المتكرر سواء انقطاع

¹ سعيد مراح ومحمد قارش، مرجع سابق، ص 358.

² سامي الشريف، قضايا في الإعلام الدولي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009، ص 192-193.

الصوت أو الصورة وغيرها من المشاكل التقنية التي تواجهها.¹ إن النقطة التي تناولتها الباحثة هالة إسماعيل هي في الحقيقة أحد العوائق التي تمس جل الفضائيات العربية الحديثة والتي تعاني منها الفضائيات الجزائرية كغيرها من القنوات حديثة النشأة التي لا تملك الميزانيات الكبيرة من أجل تجاوز عائق امتلاك التكنولوجيا وهو العائق الذي يخلق أخطاء تقنية متكررة ومعتادة نراها في عديد المناسبات على القنوات الجزائرية. ناهيك عن عامل اكتساب التقنية وكيفية الاستفادة منها. حتى أن جل القنوات الجزائرية الناشطة اليوم لا تبث بجودة عالية (HD) باستثناء بعض القنوات، وهو أحد الأسباب توجّه المشاهد الجزائري إلى قنوات تبث بجودة أفضل.

إن عامل التكنولوجيا وكيفية الاستثمار فيها والاستفادة منها يعد أبرز التحديات التي تنتظر القنوات الجزائرية وملاكها وحتى العاملين عليها، وكيفية خلق التوازن بين المضمون الإعلامي المقدم وبين مواكبة التطور التقني الحاصل وظهور الوسائط الحديثة التي استفادت هي الأخرى من التكنولوجيا وأصبحت تنافس تلك القنوات الجزائرية. إضافة إلى ضرورة تأهيل الكفاءات التي تملكها القناة من الناحية التكنولوجية، سواء تعلق الأمر بالإعلاميين الفنيين أو بالتقنيين الذي عليهم التجاوب مع متطلبات العمل الإعلامي العصري للتأقلم وتقديم مضامين إعلامية قادرة على منافسة المضامين العربية والعالمية من ناحية الجودة التقنية.

¹ هالة إسماعيل بغدادية، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح، المكتب الجامعي الحديث، د ت، ص 12-13.

4-القنوات الفضائية الجزائرية

بعد فتح قطاع السمعى البصري في الجزائر سنة 2012، برزت إلى الساحة الإعلامية الجزائرية العديد من القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والمتخصصة سواء من ناحية الجمهور أو المضمون، وسنحاول في العرض التالي الحديث عن أبرز القنوات الفضائية الجزائرية السبّاقة للنشاط في المجال منذ فتحه.

- **قناة النهار تي في (النهار TV):** انطلق بث قناة "النهار تي في" في يوم 06 مارس 2012 بإدارة مديرها أنيس رحمانى، كان مقر القناة آنذاك في العاصمة الأردنية عمان، وكانت القناة امتداد للمؤسسة الإعلامية النهار التي تنشط في مجال الصحافة المكتوبة تحت مسمى النهار (اسم الصحيفة) وحافظت القناة على ذات الاسم منذ دخولها عالم التلفزيون، اهتمت القناة في بداياتها بالدرجة الأولى بالمجال، وكانت عبارة عن مرآة لنشاط النسخة الورقية منها.

- **قناة الشروق تي في (الشروق TV):** تعتبر قناة الشروق تي فيمن أبرز القنوات الجزائرية الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية، انطلق البث الرسمي للقناة يوم 15 مارس 2012، بإشراف مديها فضيل رشيد رغم أن البداية الفعلية للبث التجريبي للقناة كان في نوفمبر 2011 أين اختارت القناة تاريخ الاحتفال بعيد الثورة المجيدة المصادف لمطلع شهر نوفمبر كموعِد إطلاق البث التجريبي للقناة، وكان ذات التاريخ الموافق للذكرى الـ 11 لإنشاء جريدة الشروق، والتي تعتبر القناة امتداد للجريدة والنسخة الورقية شأنها شأن قناة النهار تي في.

- **قناة بور تي في (Beur TV):** ينظر إلى قناة بور تي في أنها قناة فرنسية أكثر من كونها جزائرية بالنظر أن القناة تخضع للقانون الفرنسي وكان مقرها في البداية العاصمة الفرنسية باريس، تحصّل مدير القناة آنذاك ناصر كتان على رخصة البث سنة 2001 والتي كانت عبارة عن مشروع قناة موجه للجالية الجزائرية في فرنسا قبل أن تشرع في البث 01 أبريل 2003، وقد انطلق بث القناة الرسمي في 01 أوت 2011 في صورتها الجديدة، ويوجد مقر القناة الفرعي في الجزائر بعنابة قبل أن تتوسع القناة وتفتح فروع أخرى لها في مدن أخرى أبرزها تيزي وزو.

- **قناة دزاير شوب (Dzair Shop):** تعتبر قناة دزاير شوب أول قناة جزائرية تجارية متخصصة في المجال الإعلاني والإشهاري، انطلق بث القناة في أكتوبر 2011 من خارج الجزائر.

- **قناة الهقار تي في (الهقار TV):** تعتبر قناة الهقار أيضا من أبرز القنوات الجزائرية التي دخلت المجال التلفزي الجزائري منذ فتح القطاع، وشرعت في بثها منذ شهر ماي سنة 2012، بإشراف مديرها علي

قايدي، تعود ملكية القناة لحسان بومعروف ومحمد مولودي، قبل أن تتوقف عن البث صيف 2015، لتتحول ملكية القناة بعد شرائها من طرف علي بوجمعة رفقة شريكين اثنين هما كمال عوادي وعلي قايدي.

• **قناة الجزائرية وان (El djazairia one):** اختارت هذه القناة تاريخ الاحتفال بعيد الاستقلال في 05 جويلية سنة 2012 موعد إطلاق بثها الرسمي تحت شعار " قناة كل الجزائريين ".

• **قناة نوميديا نيوز (نوميديا News):** هي أحد القنوات الجزائرية المتخصصة في المجال الإخباري، وانفردت بهذا اللون مقارنة بالقنوات الجزائرية الأخرى منذ إطلاقها في 11 ديسمبر 2012.

• **قناة جرجرة تيفي (Djurdjora TV):** تعتبر قناة جرجرة تي في أول قناة جزائرية متخصصة وموجهة للأطفال، انطلق بث القناة في أفريل من سنة 2013، بإشراف مديرها محمد مولودي الذي كان المؤسسين والمالكين لقناة الهقار تي في.

• **قناة دزاير تي في (Dzair TV):** انطلق بث قناة دزاير تي في في 08 ماي سنة 2013، وتعود ملكيتها لرجل الأعمال الجزائري علي حداد، بداية القناة كان مع بث مضامين رياضية وأيضاً مباريات الدوري الجزائري على موقعها في شبكة الانترنت، قبل أن تطلق مشروعها التلفزيوني في 2013.

• **قناة سميرة تي في (Samira TV):** تعتبر قناة سميري تي في أول قناة جزائرية متخصصة في المجال النسائي، انطلق بث القناة في أوت 2013، بإشراف مديرتها سميرة بزواوية والتي تعتبر مالكة القناة، سميت القناة على اسم مالكتها.

• **قناة وفاق سطيف تي في (ESS TV):** يعتبر فريق وفاق سطيف أول نادي جزائري يقوم بمبادرة إطلاق قنواته التلفزيونية الخاصة والمتخصصة بالرياضة وبالتحديد في كل ما يخص النادي وأخباره، وكان ذلك في أوت 2013.

• **قناة كي بي سي (KBC TV):** انتظرت مؤسسة الخبر الإعلامية الخاصة بالصحافة المكتوبة حتى ديسمبر 2013 للحاق بركب مؤسستي النهار والشروق في مجال الإعلام المرئي، وأطلقت قنواتها كي بي سي كامتداد لجريدتها المقروءة، يشرف على القناة المدير علي جري، ويقع مقرها بالجزائر العاصمة.

• **قناة البلاد تي في (Elbilad TV):** شرعت القناة في البث رسمياً بتاريخ 19 مارس 2014، بإشراف مديها العام يوسف جمعة، مقر القناة يتواجد بالجزائر العاصمة.

• **قناة الهداف تي في (الهداف TV):** انطلق بث قناة الهداف تي في في شهر جوان لسنة 2014 موازاة مع تأهل المنتخب الوطني لكرة القدم إلى منافسة كأس العالم التي أقيمت بالبرازيل، وهي عبارة عن قناة تابعة لمؤسسة وجريدة الهداف الرياضية، يقع مقرها بالجزائر العاصمة وتبث عبر القمر المصري نايل سات

بإشراف المدير نبيل عمرة، تعتبر أول قناة جزائرية متخصصة في المجال الرياضي وهي الوحيدة الناشطة في هذا المجال.

- **قناة الفجر تي في (الفجر TV):** تعتبر قناة الفجر تي في أحد القنوات الخاصة والمتنوعة الجزائرية، انطلق بثها في 11 أكتوبر 2015، وتعود ملكيتها إلى ابن الشنفرى مقرها في مدينة سيدي بلعباس.
 - **قناة الحياة تي في (الحياة TV):** انطلق بث قناة الحياة في 2018، وتعود ملكيتها إلى حبيب حناشي الذي سلم أمور إدارة القناة إلى ابنته هبة حناشي، يقع مقرها في الجزائر العاصمة.
- حاولنا فيما سبق عرض أبرز وأشهر القنوات الجزائرية وخاصة أقدمها والتي كانت السبّاقة للاستثمار في المجال، رغم أننا لم نعرض كل القنوات الجزائرية نظرا لعددها وكثرتها خاصة منها التي لم تعمّر كثيرا ولم تنشط لسنوات مقارنة بالتي تمكنت من الصمود والبقاء في الواجهة وتطوير ذاتها مع مرور السنوات.

المبحث الثاني: الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر

قبل الحديث عن الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر ومن خلال ما سبق حول حادثة التجربة الجزائرية في مجال الإعلام المرئي والقنوات التلفزيونية، وجب التنويه أن الجزائر لا تزال تشهد بداياتها في مجال البث الفضائي في شتى مجالاتها ولا يزال ميدان السمع البصري في مرحلة التطور والتكوين، خاصة من ناحية التخصص وبما أن التجربة الجزائرية في الإعلام التلفزيوني لا تزال حديثة فإن تجربتها في الإعلام التلفزيوني المتخصص ستكون حديثة هي الأخرى، لذلك فقد وجب أخذ هذه النقطة بعين الاعتبار قبل الغوص في الحديث عن الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر وخاصة وأنها ستكون أمر ضروري على اعتبار خصوصيات حادثة التجربة مقارنة بدول أخرى شهدت التجربة من عقود من الزمن أو أيضا تجربة الجزائر في الإعلام الرياضي المكتوب.

1-نشأة الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر:

بعد نشأة التلفزيون الجزائري إبان حقبة الثورة الجزائرية الذي كان تلفزيونا تابعا للتلفزيون الفرنسي وبالتحديد للديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون، اهتم التلفزيون الجزائري كأى تلفزيون آخر بالجانب الرياضي نظرا لأهمية هذا المجال وارتباطاته بالوظائف الإعلامية كونه أحد أوجه التسلية والترفيه وحتى التثقيف، فقد توجه التلفزيون الجزائري الذي كان بإشراف فرنسي إلى فتح المجال الرياضي كأحد أقسام التلفزيون، رغم أنه لم يرقى في ذلك الوقت لكونه قسم إعلامي داخل تلفزيون لا من الناحية الفنية لافتقاره للإعلاميين والصحافيين المؤطرين لهذا الاختصاص، ولا من الناحية التقنية نظرا للوضع الاقتصادية للتلفزيون ولوضع البلاد ككل.

وكان الهدف من النشاط الرياضي للتلفزيون آنذاك هو إشباع رغبات وحاجات المتابعين الفرنسيين الذين يقطنون بالجزائر في تلك الحقبة، بالإضافة أن التلفزيون كان مطالبا بإتباع التخطيط الإعلامي الذي كان يسير عليه التلفزيون الفرنسي والذي كان يخصص مساحة زمنية للمجال الرياضي والتغطية الإخبارية لأبرز النشاطات الرياضية. وقامت إدارة التلفزيون في ذلك الوقت بتخصيص إعلاميين فرنسيين من الذين ساهموا في إطلاق التلفزيون الجزائري أوكلت لهم مهام نقل أخبار الأنشطة الرياضية، في حين انتظر الصحافيون الجزائريون العاملون بالقناة فترة من بعد ذلك ليمنح لهم الضوء الأخضر من أجل ممارسة النشاط الإعلامي الرياضي.

تعتبر سنة 1957 الولادة الأولية للقسم الرياضي حيث عينت إدارة التلفزيون آنذاك " سعيد علي باب عمر " مسؤولا على الصحافيين الرياضيين العاملين بالقسم الرياضي أمثال المرحوم نصر الدين العاصمي،

محمد زيتوني ومحمد 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 بعد نشرة الثامنة.¹

وبعد الاستقلال واجه التلفزيون الجزائري بصفة عامة والقسم الرياضي بصفة خاصة عديد الصعوبات التي تتعلق بضرورة العمل الإعلام في قسم الرياضة، بالنظر إلى هجرة معظم الإعلاميين والتقنيين الفرنسيين الذين عملوا بالقسم الرياضي، وبالنظر أن الظروف كانت صعبة لاستخلاف هؤلاء برجال جزائريين مختصين في هذا المجال وحتى تقنيين، فقد واصل نفس الصحافيين الرياضيين الجزائريين العمل مثلما كان عليه الحال قبل الاستقلال من أبرزهم نصر الدين العاصمي الذي ترأس تحرير الأخبار في الإذاعة والتلفزيون ومحمد زيتوني، بن يوسف وعدية، عبد الله بن يخلف، عبد القادر رحمان.²

وقد عاش القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري صعوبات عديدة في سبيل القيام بعملهم بالنظر إلى عديد العراقيل التقنية والفنية التي تعيق أداءهم لمهامهم على أكمل وجه، ومن بين أبرز تلك المشاكل غياب الإطارات الإعلامية خاصة في فترة خرجت منها الجزائر من الاستعمار والتلفزيون من كنف الفرنسيين، إضافة إلى غياب الأجهزة والمستلزمات التقنية لتغطية النشاطات الرياضية المختلفة، ناهيك عن هيكلة قسم الرياضة في حد ذاته، بالنظر إلى أن العمل في التلفزيون كان عبارة عن مشاركة الصحفيين للأجهزة والبلاتوهات الخاصة بالتلفزيون بالنسبة لجميع الأقسام الإعلامية.

كل تلك المعطيات استدعت استئجار التلفزيون برجال من خارج الإطار الإعلامي لتدعيم القسم الرياضي وكانت أبرز تلك الوجوه هو المعلق الرياضي عبد الرزاق زواوي الذي كان يعمل على مستوى وزارة الشباب والرياضة، إضافة إلى مصطفى هيمور بطل الملاكمة السابق، شريف زروالة أيضا الذي كان يعمل موظف في الإذاعة والتلفزيون، ليجد هؤلاء أنفسهم في القسم الإعلامي الرياضي بالتلفزيون الجزائري، إضافة إلى قرارات الحكومة بتعريب القطاع بداية السبعينات أين انضم عدد آخر من الصحافيين أمثال لحبيب بن علي وبشير محرز وإدريس دقيق. لتكون بمثابة الهيكلة الفعلية لقسم الرياضة في التلفزيون الجزائري خاصة مع تطور التلفزيون ودعمه بأجهزة ووسائل وأصبح القسم الرياضي يقدم في عمل يليق بالتلفزيون الجزائري مع

¹ عبد القادر قطشة، إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الألعاب الرياضية العربية العاشرة أنموذجا دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 81.

² نفس المرجع السابق، ص 82.

برمجة حصص يومية وأخرى أسبوعية تعنتي بالرياضة إضافة إلى تغطية معظم النشاطات الرياضية الجزائرية خاصة منها تلك الرياضات الشعبية التي تحظى بمتابعة الجمهور الجزائري.

أما القسم الرياضي من الناحية الإدارية، فكان قبل قرار إعادة الهيكلة عبارة عن دائرة للرياضة تابعة مباشرة لمديرية الأخبار، لكن بعد قرار إعادة الهيكلة في 01 جانفي 1987 أصبح القسم الرياضي قائما بذاته له رئيس تحرير تمثل آنذاك في شخص "بن يوسف وعديّة".¹

فيما ظل الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر مقتصرًا على حصص وبرامج وما يعرضه التلفزيون العمومي، بحكم أنه كان المؤسسة الوحيدة الناشطة في المجال التلفزي، بعد احتكار الحكومة لمجال السمعي البصري منذ الاستقلال، رغم بداية ظهور القنوات الرياضية المتخصصة على المستوى العالمي مع نهاية التسعينات، وفي الدول العربية مع العشرية الأولى من القرن العشرين وانتشار تلك القنوات واشتغال التخصص في الرياضة.

واقصر نشاط الإعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في كل تلك الفترة على ما يعده وما يقدمه القسم الرياضي بالتلفزة الجزائرية، وبالتحديد على بعض الحصص الرياضية والبرامج التي تمكن بعضها من الاستمرار لوقت طويل، فيما لم تتمكن بقية البرامج من الصمود ومتابعة نشاطها لفترة طويلة، ومنها أيضا برامج لم تتعدى أن تكون حبرا على ورق لمشاريع خطّط لها القسم الرياضي إلا أنها لم ترى النور أبداً، ومن أبرز تلك البرامج التي اختفت مع الوقت حصة "المجلة الرياضية" فيما استمرت برامج أخرى لوقت طويل مثل حصص "الأسبوع الرياضي"، "أرقام وتعليق"، "مباشرة من الملاعب".²

بينما كان أبرز البرامج الرياضية على التلفزيون الجزائري نهاية التسعينات وبداية الألفية برنامج "ملاعب العالم" الذي كان من إعداد وتقديم الإعلامي والمعلق الرياضي حفيظ دراجي (قدمها قبله الإعلامي لحبيب بن علي لكنها لم تلقى الشهرة والنجاح)، وهو برنامج كان يعرض كل يوم اثنين بداية من الساعة السادسة والنصف مساءً في الفترة بين 1990 إلى غاية 2002، ترأس خلالها حفيظ دراجي القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري لحوالي 5 سنوات. وكان برنامج ملاعب العالم يعتني بتقديم أبرز الأخبار والمستجدات الخاصة بالحصص الرياضية الأسبوعية المحلي والعالمي مع التركيز على رياضة كرة القدم المحلية والأوربية وأخبار المنتخب الوطني، وهو أكثر البرامج شهرة في الجزائر في مجال الإعلام الرياضي.

¹ نفس المرجع السابق، ص 83.

² قويدر فيجل، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في التقليل من العنف في الميادين الرياضية من خلال برامج التلفزيون الجزائري، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 59.

وقد ظل برنامج ملاعب العالم بمثابة الواجهة الإعلامية المرئية بالنسبة للجزائر، خاصة مع نجاح البرنامج في نسخ متتالية مع مرور السنوات، قبل أن يفقد البرنامج لمعانه مع انسحاب حفظ دراجي وتولي الإعلامي سامي نور الدين تقديمه.

إضافة إلى برنامج السهرة الأوربية الذي كان يُبث هو الآخر على التلفزيون الجزائري سهرة كل يوم أربعاء وكان مخصصاً لعرض وتحليل مباريات منافسة كأس رابطة أبطال أوروبا (تغير اسمها اليوم إلى دوري أبطال أوروبا)، تولى تقديم البرنامج في بداية الأمر حفيظ دراجي قبل أن يتحول إعدادها وتقديمها للإعلامي سامي نور الدين. وقد لاقى هذا البرنامج أيضاً نجاحاً كبيراً بالنظر إلى أن الهيئة المعنية آنذاك قامت بشراء حقوق بث بعض المباريات لعرضها سهرة الأربعاء وعادة يوم الثلاثاء، وهما أبرز البرامج التي مثلت الواجهة الإعلامية الرياضية التلفزية في حقبة لم يكن المجتمع الجزائري يعرف فيها قنوات رياضية أو قنوات متخصصة في الرياضة.

واستقر الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر على حاله إلى غاية رفع الحكومة الاحتكار على قطاع السمعي البصري وإطلاق عديد القنوات الجزائرية التي باشرت هي الأخرى نشاطها مباشرة في مجالات عديدة كالسياسة، الاقتصاد، الدراما إلى غير ذلك، ومن بين المجالات التي ركزت عليها تلك القنوات نجد المجال الرياضي، التي حاولت من خلاله القنوات الجزائرية حديثة النشأة الاقترب به إلى المشاهد الجزائري وجذب أقدّر قدر ممكن من الجماهير، لاسيما وأن تلك الفترة شهدت صحوحة المنتخب الوطني على المستوى القاري والعالمي وتأهله إلى كأس العالم 2010 بجنوب إفريقيا. ومشاركته المستمرة في كأس أمم إفريقيا لكرة القدم. ويرى بعض المتابعين والمختصين أن ما حدث من هالة إعلامية بين الجزائر ومصر بين 2009 و 2010 على خلفية التنافس بين المنتخبين آنذاك على ورقة التأهل إلى كأس العالم 2010 كان له أثر كبير على الحكومة الجزائرية خاصة بعد الضغوطات التي وُجّهت لها من طرف جهات كثيرة، بما أن الإعلام التلفزي المصري الذي كان يضم عشرات القنوات منها المتخصصة في الرياضة تفنّن في تلك الفترة في الدعاية لمنتخبه ودعمه بشتى الطرق حتى على حساب العامل النفسي سواء للمنتخب الوطني لكرة القدم أو حتى لمشجعيه، وتحولت تلك القنوات إلى منابر لدعم فريقهم على حساب احترام اللعبة والمنافس والروح الرياضية وحتى العلاقة بين الشعبين وشاهد المواطن الجزائري كل أنواع الاستفزاز اللفظي والرياضي الذي مسّ حتى شهداء الثورة من طرف مقدمي البرامج في تلك القنوات، وإعلاميين، وضيوف إلى غير ذلك ممّن حاولت القنوات المصرية الخاصة والمتخصصة استخدامهم كوسيلة لدعم مشروعها في القضاء على أحلام المنتخب الوطني لكرة القدم والخط من عزيمنتهم في الذهاب إلى المونديال الإفريقي.

ولم تمر سنتين على ما حصل في تلك الفترة حتى رفعت الحكومة الاحتكار على قطاع السمعي البصري وأطلقت الجزائر سنة 2012 عديد القنوات التلفزيونية التي اعتمدت فيها على المجال الرياضي كأحد الوسائل لتقريبها للمواطن وجذبه لها على حساب القنوات المنافسة، وقدمت تلك القنوات عشرات البرامج الرياضية المتنوعة بين التحليلية، الحوارية، التاريخية... الخ، وبين برامج رياضية عامة وأخرى متنوعة وبين محلية وعالمية، وهي الفترة الحقيقية لبروز إعلام رياضي مرئي في الجزائر بالمقاييس التي كان يبحث عنها المجتمع الجزائري قبل عهد الاحتكار.

ومن بين أبرز تلك البرامج التلفزيونية للقنوات الخاصة الجزائرية نجد برامج مثل "بلانيت فوت" الذي كان يبث قناة "الشروق" ويقدمه الإعلامي "رضوان بن دالي"، "ستاد النهار" على قناة "النهار" بمقدمه "حكيم بلقيروس"، و 45 دقيقة بتقديم "معمر جبور" على نفس القناة، أيضا برنامج "90 دقيقة" على قناة "البلاد" الذي كان يقدمه "مراد بوطاجين" وبرنامج "الجزائرية فوت" على قناة "الجزائرية وان" من تقديم "محمد يزيد جمعة"، بالإضافة إلى عديد البرامج الرياضية التي أقدمت القنوات الجزائرية الخاصة في تقديمها للمشاهد الجزائري والتي لاقت استحسان الجمهور الرياضي لاسيما وأنها تنوّعت في مضامينها وقولبها وأيضا المواضيع التي كانت تعالجها.

أما فيما يتعلق بالقنوات الرياضية المتخصصة فقد عرفت فترة رفع الاحتكار على قطاع السمعي البصري إطلاق بعض القنوات الرياضية المتخصصة في تجربة جديدة كانت الأولى من نوعها في الجزائر والتي لفتت الأنظار إليها كثيرا بالنظر إلى مكانة الرياضة لدى الشعب الجزائري وتعلقه بها، وكانت قناة وفاق سطيف "ESS TV" أول تجربة جزائرية في مجال الإعلام الرياضي التلفزيوني والمتخصص في المجال الرياضي، واعتنت القناة بكل ما يخص النادي من أخبار ومستجدات وتدريبات الفريق وحتى نقل ملخصات مباريات النادي بكل مجالاته الرياضية وفتاته الشبانية. وكانت الفكرة آنذاك تابعة لفكرة المشروع الاحترافي للنادي السطايفي الذي كان ينافس ويحصد الألقاب المحلية والقارية ورغبة القائمين بالنادي على الارتقاء بالوفاق إلى مصاف العالمية وإبراز صفة الفريق العالمي على النادي بامتلاكه قنواته الخاصة كما يملكها كبار الأندية العالمية، خاصة وأنها كانت التجربة الإفريقية الثالثة فقط من نوعها ولم يسبقها إلى ذلك إلى نادبي الأهلي والزمالك المصريين اللذان كانا يملكان قنواتهما الخاصة. إلا أن القناة أغلقت بعد ذلك بفترة وجيزة (حوالي ثلاثة أشهر) بسبب خلافات مالية داخل الإدارة.

أطلق الإعلامي الرياضي مراد بوطاجين والذي سبق له العمل لسنوات بالتلفزيون العمومي على مستوى القسم الرياضي أواخر سنة 2013 ثاني قناة رياضية جزائرية على القمر المصري نايل سات وأطلق عليها

اسم "كواليس" والتي كانت قناة متخصصة في الرياضة وأيضاً الكوميديا، بما أن تجربة القناة منذ البداية كان من الصعب على مؤسسيها ملاً ساعات البث بالبرامج والحصص الرياضية، وهي قناة تابعة ليومية كواليس الرياضية.¹ إلا أن القناة لم تدم طويلاً قبل أن تغلق بعد أقل من ستة أشهر من إطلاقها.

وهي ذات التجربة التي عاشتها قناة "ستاد نيوز" التابعة لجريدة ستاد نيوز الرياضية والتي تعود ملكيتها للوزير السابق عز الدين آيت جودي الذي سبق له وأن عمل كمحلل رياضي في عديد القنوات بالنظر إلى خبرته كمدرّب، وقد شجع تخصص الصحيفة على إطلاق تجربة تلفزيونية بذات اسم الجريدة سنة 2014، ورغم أن القناة جندت إمكانات بشرية ومادية لا بأس بها إلا أن هذه الأخيرة لم تنجح في تحقيق الأهداف التي أنشأت من أجلها وكان مصيرها الزوال كسابقتها من القنوات الرياضية.

بعد تلك القنوات التي تحدثنا عليها، أتى الدور في جوان 2014 على أبرز تجربة جزائري في مجال الإعلام الرياضي المرئي في صورة قناة "الهداف" الرياضية وهي أيضاً امتداد لجريدة الهداف التي تعتبر واحدة من أبرز الصحف الرياضية الجزائرية والعربية، ولا تزال القناة إلى غاية اليوم تستحوذ على السوق الإعلامية الرياضية التلفزيونية في الجزائرية، وقد انطلقت القناة بفضل خبرة الصحافيين الذين كانت تضمهم الجريدة منذ انطلاقتها سنة 1998، والذين كان لهم فضل كبير في وصول القناة إلى ما هي عليه اليوم.

ولا يزال المشهد الإعلامي الرياضي المرئي في الجزائر إلى غاية كتابة هذه الأسطر تتصدره قناة الهداف الرياضية وأيضاً ما يقدمه التلفزيون العمومي من مضامين رياضية، في ظل غياب قنوات رياضية أخرى خاصة لخلق الجو التنافسي في هذا المجال والذي يعود تأثيره بالإيجاب على مستوى وجودة القنوات ومضامينها نظراً إلى أن التسابق نحو اكتساب المتابعين وتحقيق نسب مشاهدة عالية يتطلب تقديم محتوى أفضل من الذي تقدمه المؤسسات المنافسة. ولا يملك المشاهد الجزائري خياراً آخر سوى متابعة قناة الهداف الرياضية أو البرامج الرياضية على التلفزيون العمومي أو القنوات الخاصة، أو التوجه نحو متابعة القنوات الأجنبية خاصة العربية منها.

¹ بوهني عبد الله، شاهد قناة كواليس الرياضية الجزائرية، موقع ديزاد مودرن، 31 أوت 2013، مسترجع بتاريخ

2022/10/15، أنظر الرابط <https://www.dz-modern.com/2013/08/kawaliss-tv-algerie-frequency-channel.html>

[channel.html](https://www.dz-modern.com/2013/08/kawaliss-tv-algerie-frequency-channel.html)

2-أولى البرامج الرياضية على القنوات الجزائرية

تنوعت البرامج الرياضية الجزائرية التي قدمتها وتقدمها القنوات الجزائرية الخاصة والمتخصصة منذ ظهور أولى المضامين الرياضية الجزائرية التلفزيونية على التلفزيون العمومي، واختلفت تلك البرامج في المواضيع التي تعالجها أو في الجمهور الذي تخاطبه أو في طريقة عرضها لحصصها من الناحية الفنية أو التقنية، وتمثلت هذه البرامج في حوصلة مجهودات العاملين في المجال وخبراتهم التي استثمروها في إنتاج برامج رياضية مختلفة من إنتاج أفكارهم أو تقليدا لبعض البرامج الرياضية العالمية التي لاقت نجاحات كبيرة، وأبرز تلك الأنواع البرمجية التي تعرضها القنوات الجزائرية هي البرامج التحليلية والحوارية، التي تستهدف فيها القناة عرض المادة الإعلامية المصورة لحصاد الرياضات المحلية أو العالمية.

وتبقى النشرات الإخبارية الرياضية أبرز شكل برامجي تستثمر فيها القنوات الجزائرية مجهوداتها وإمكاناتها بالنظر إلى أهمية المادة الإخبارية المتمثلة في الأخبار، والمعلومات، والنتائج والبيانات في العالم الرياضية وحاجة الجمهور للاطلاع عليها، فتتنوع الأشكال الإخبارية على القنوات الجزائرية من حيث الشكل والمضمون والمساحة والأولويات والمواعيد الإخبارية.

فمعظم القنوات العامة وحتى المتخصصة تخصص مساحة من ساعات بثها لتناول المضامين الرياضية وتختلف تلك المساحة حسب نوع القناة وتوجهها وأيضاً تخصصها، ناهيك عن أهمية الحدث الرياضي بصفة عامة، وهي العوامل التي تتحكم في نوع البرنامج الرياضي الذي تعرضه ومن أهم مميزات هذا النوع من البرامج:¹

- يقدم حصيلة الأسبوع العام من المنافسات الرياضية المختلفة والمتنوعة، حتى في طريقة العرض الصحفية، وكذا الصحفي الذي يقدم الحصة واهتماماته.
- بنية البرنامج (كالأركان، أخبار رياضية سريعة وموجزة."
- تعقد آلية إدارة البرنامج (كاللقاءات الدورية لتحديد مضمون الحصة المقبلة والمخبرون والمحرون والمصورون والفنيون والمخرج...الخ)
- يسهم في نشر الوعي بالثقافة الرياضية ترابطا بالمجالات الحيوية الأخرى " سياسة، اقتصاد، ثقافة...الخ."

وسنتناول فيما يلي أبرز البرامج الرياضية على القنوات الجزائرية المتنوعة منذ نشأتها.

¹ عبد الله بوجلال، الأخبار التلفزيونية للجمهور والمشاهدين، ديون المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 21.

أ- البرامج الرياضية على التلفزيون الجزائري:

بعد تأسيس القسم الرياضي في التلفزيون الجزائري سنة 1987 أصبح التلفزيون العمومي أمام إمكانية إعداد وإنتاج برامج رياضية متنوعة، بحكم المسؤوليات والإمكانات وحتى الحرية التي منحت له، سواء من الناحية الفنية أو المادية، وتمكن التلفزيون في فترة وجيزة من تثبيت أقدامه في هذا المجال وإطلاقه العديد من البرامج المتنوعة، كما تمكن بعد ذلك من عقد صفقة شراكة مع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم ووزارة الشباب والرياضة في بعض الفترات، وهي العقود التي سمحت له بتطوير المحتوى الذي يقدمه مستفيدا من نقل المنافسات والرياضات المحلية خاصة منها كرة القدم، ما سمح له بالحصول على عقود إخبارية كان لها فضل كبير في زيادة الرفع من جوده البرامج التي يقدمها على مر السنوات.

وسنعرض فيما يلي أبرز البرامج الرياضية الخاصة بالتلفزيون الجزائري:¹

■ **أرقام وتعليق رياضية:** نشأت فكرة هذا البرنامج سنة 1984 من اقتراح يوسف وعدية، بث أول أعداده في 3 مارس من نفس السنة، وكان في البداية عبارة عن فقرة تابعة لبرنامج الجريدة المصورة لا تتعدى الخمسة 5 دقائق تهتم بعرض النتائج رقميا. قبل أن تعرف تغييرات جذرية بعد إنشاء القسم الرياضي أين تم تمديد وقتها إلى حوالي ساعة كاملة وأصبحت تعرض تلك النتائج والأرقام بطريقة مفصلة.

■ **من الملاعب:** هي حصة رياضية أسبوعية تبث نهاية الأسبوع على القناة الأرضية والقناة الثالثة بداية من الساعة 14:00 إلى غاية الساعة 17:00 طيلة الموسم الرياضي، وهي عبارة عن برنامج يعتني بنقل حدث مباشر يكون في أغلب الأحيان مباريات البطولة الوطنية الأولى وعادة الثانية، كما تعرض أيضا أهم المباريات في المنافسات الرياضية الجماعية الأخرى مثل كرة اليد أو كرة السلة أو الكرة الطائرة، كانت تسميته سابقا "مباشرة من الملاعب" وكانت تبث يوم الخميس بعد الظهيرة، أيام كانت البطولة الوطنية تلعب مبارياتها يوم الخميس، وكانت الحصة تقدم في ختامها حصيلة لعرض أغلب النتائج الرياضية المحلية.

■ **ملاعب العالم:** هي حصة أسبوعية كانت تبث مساء يوم الاثنين من تقديم حفيظ دراجي الذي قدم فكرة الحصة نهاية سنة 1988 بمشروع تحت عنوان "العالم الرياضي"، اهتم البرنامج بمختلف النشاطات الرياضية الدولية وأيضاً المحلية منها: البطولات الأوربية لكرة القدم، ألعاب القوى، بطولة العالم للدراجات النارية ومختلف الرياضات، قبل أن يطغى عليها نشاط كرة القدم منذ أن تولى حفيظ دراجي تنشيطها.

¹ نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص ص 211-215

- **السهرة الأوروبية:** حصة كان يقدمها حفيظ دراجي وعبارة تعاليق وتحاليل حول المقابلات الأوروبية، وتبرمج الحصة مقابلة أو مقابلتين أوروبيتين للنقل المباشر.
 - **في المرمى:** هي حصة أسبوعية كل مضمونها يدور حول رياضة كرة القدم من خلال تقديم مختلف لقاءات بطولة الرابطة المحترفة.
 - **مراسلون رياضيون:** هي حصة من إعداد إسماعيل ميلودي ظهرت سنة 2019، وهو برنامج أسبوعي دخل الشبكة البرمجية سنة 2019، يسلط خلالها الضوء هذا الأخير ويضع تحت المجهر كل ما يخص المشهد الرياضي في الجزائري في مختلف الرياضات عن طريق تقديم التحقيقات والبورتريهات والروبورتاجات التي يعدها مراسلو التلفزيون عبر كافة ولايات الوطن.
 - **أستوديو المحترفين:** هي حصة أسبوعية تبث كل يوم سبت بداية من الساعة 21:00 عبر القناة الأرضية والجزائرية الثالثة تهتم بمباريات الرابطة المحترفة الأولى والثانية وأيضاً كأس الجمهورية من خلال تقديم النتائج والأهداف والتعليق عليها بحضور فنيين ومختصين.
 - **دوري المحترفين:** هي حصة أسبوعية تبث عبر القناة الثالثة A3 من تقديم يوسف رزيق وكريم آيت عثمان، تهتم بالحديث عن مستجدات البطولة الوطنية المحترفة الأولى والثانية لكرة القدم من خلال بث ملخصات لكل المباريات بالإضافة إلى التطرق لأخبار المنتخب الوطني الجزائري.
- ولقد تناولنا فيما سبق أهم البرامج الرياضية التي بثت أو لا تزال تبث إلى غاية اليوم، فيما هناك العديد من البرامج الأخرى التي لم نذكرها بالنظر أنها لم تلقى الشهرة والنجاح أو الدعم مثل البرامج التي تحدثنا عنها. فيما كانت هناك برامج رياضية أخرى على القناة الجزائرية الثالثة الناطقة بالفرنسية " Canal Match a l'affiche, 52chrono, Sport week end, Canal Foot, Télé Sport.

ب- البرامج الرياضية على القنوات التلفزيونية الخاصة والمتخصصة:

بعدما شهدت سنة 2012 فتح قطاع السمي البصري في الجزائر وإطلاق عديد القنوات الجزائرية الخاصة والمتخصصة، كان نصيب الإعلام الرياضي منها وفيما مقارنة بما كان عليه الحال قبل فتح القطاع، وهذا بالنظر إلى علم المتابعين والمختصين إلى حاجة الجماهير الرياضية والمجتمع الجزائري ككل إلى هذا النوع الإعلامي الذي يحظى بمتابعة قاعدة جماهيرية كبيرة، وبدأنا نشاهد عديد البرامج الحصص الرياضية

المتنوعة في قوالبها وفي مجالات الرياضية التي تعالجها وأيضا في مضامينها، وسنعرض فيما يلي أبرز تلك البرامج الرياضية التي عرضت أو لا تزال تعرض على القنوات الجزائرية الخاصة.

▪ **البرامج الرياضية على باقة الشروق:** تقدم باقة الشروق عددا من البرامج والحصص الرياضية التي تعالج فيها مواضيع رياضية محلية وعالمية تتمثل أبرزها في:

✓ **برنامج ستوديو فوت:** هو برنامج أسبوعي يبث كل يوم أحد بداية من الساعة التاسعة مساء على قناة الشروق نيوز، يقدم البرنامج الصحفي حمو بلحمر ويدوم البرنامج لحوالي ساعة و النصف من الزمن، يختص بمعالجة مواضيع وقضايا الكرة المحلية، يستضيف البرنامج ضيوف في الميدان الكروي المحلي ومختصين وخبراء، وأيضا محلّلين رياضيين متعاقدين مع القناة.

✓ **برنامج بلانات فوت Planète foot:** هو ثاني البرامج الرياضية التي تقدمها القناة، كل يوم أحد بداية من الساعة العاشرة ليلا، يقدم البرنامج الصحفي رضوان بن دالي، وتدوم الحصة بين الساعة والساعة والنصف من الزمن، يعالج البرنامج رياضة كرة القدم العالمية والأوربية إضافة إلى الكرة المحلية.

✓ **برنامج منبر الجماهير:** يعتبر هذا البرنامج أحد البرامج الرياضية الشهيرة والتي تقدمها قناة الشروق نيوز، عن طريق الإعلامي خالد توهامي كل يوم ثلاثاء بداية من الساعة التاسعة مساء ويدوم لحوالي ساعة من الزمن. ويعتبر أيضا أول البرامج الرياضية الجزائرية، الذي يهتم بالأحداث الرياضية التي تتعلق بالنوادي والمنتخبات الجزائرية، ويحمل البرنامج خصوصية مميزة وهو أنه موجه للأنصار والجماهير ويكون بمثابة منبر لهم لنقل آراءهم وانطباعاتهم وانشغالاتهم بكل حرية.

والى جانب تلك البرامج تقدم باقة الشروق برامج وحصص رياضية أخرى في صورة: برنامج البطولة، درب الأبطال، ساعة سبور.

▪ **البرامج الرياضية على باقة النهار:** تقدم باقة النهار مجموعة من البرامج الرياضية تتمثل أبرز تلك البرامج في:

✓ **برنامج داخل الـ 18:** يعتبر برنامج داخل الـ 18 أحد أبرز البرامج الرياضية التي تبث على قناة النهار تي في، من تقديم الإعلامي ياسين العسلوني، تهتم الحصة بكرة القدم المحلية والمنتخب الوطني، تستضيف القناة مختصين وممارسين للرياضة من الكرة المحلية يعالجون القضايا الكروية.

✓ **برنامج هجوم معاكس:** هو أحد البرامج الرياضية التي لاقت نجاحا كبيرا على قناة النهار تي في، قدم البرنامج في بداياته الإعلامية خولة منصوري قبل أن ينضم لها إسلام بوقريعة، يتناول البرنامج المواضيع الرياضية المتنوعة المحلية والعالمية.

✓ **برنامج ستاد النهار:** هو أبرز البرامج الرياضية على القنوات الجزائرية الخاصة والذي لاقى نجاحا ومتابعة كبيرة من طرف الجمهور الرياضي الجزائري وخاصة جمهور كرة القدم، والذي يعده القسم الرياضي بقناة النهار ويقدمه الإعلامي حكيم بلقيروس، يتناول البرنامج شؤون كرة القدم المحلية خاصة الرابطة المحترفة الأولى، يستضيف البرنامج في كل عدد ضيوف يمثلون النوادي الجزائرية. كما قدمت وتقدم القناة إلى غاية اليوم العديد من البرامج الرياضية التي تتابعها الجماهير الرياضية مثل: معرض الصحافة الرياضية، هجوم معاكس، كوكتال سبور، 45 دقيقة إلى غير ذلك.

■ البرامج الرياضية على قناة الهدف:

✓ **برنامج الفريق الدولي:** أحد أبرز البرامج الرياضية على القنوات الجزائرية بصفة عامة، خاصة بعد الشعبية التي بات يلقاها البرنامج مع توالي السنوات، يقدم البرنامج الإعلامي محمد شيخي، يبث كل يوم اثنين بداية من الساعة التاسعة مساء، يعالج البرنامج مواضيع كرة القدم العالمية والأوربية، ويتطرق إلى أخبار المنتخب ومحترفيه، يستضيف البرنامج عددا من المحللين والخبراء المتعاقدين مع القناة.

✓ **برنامج Foot 100%:** أحد أبرز برامج قناة الهدف، يقدمه الإعلامي رضوان بوحنيكة كل يوم أحد بداية من الساعة التاسعة مساء، تعالج الحصة مواضيع كرة القدم المحلية والأوربية وأيضا المنتخب الوطني، يملك البرنامج مجموعة من المختصين والخبراء الذي ينشطون البرنامج ويعالجون تلك القضايا.

✓ **برنامج Var الهدف:** أحد البرامج الرياضية الحديثة على قناة الهدف يقدمه رضوان بن دالي رفقة بعض الوجوه الإعلامية الأخرى التي عادة ما تتولى تقديم البرنامج، يبث البرنامج سهرة يوم أربعاء، يعالج فيه مختلف القضايا الكروية خاصة التي تشوبها الكثير من الأحاديث والأقاويل والتي تكون محط اهتمام الجمهور الرياضي الجزائري في تلك الفترة والتي تحتاج إلى أن تتوجه إليها الأنظار.

إضافة إلى هذه البرامج فقناة الهدف تقدم باقة متنوعة من البرامج الرياضية المتنوعة الخاصة بكرة القدم خاصة في جانبها المحلي والعالمي أبرزها: حصة بالمكشوف، أخبار الكرة، كاباتشينو، قضايا رياضية.

■ البرامج الرياضية على قناة البلاد:

✓ **برنامج أحكي بالون:** هو أبرز برنامج رياضي في القناة يبث سهرة كل يوم ثلاثاء بداية من الساعة الثامنة والنصف، يقدمه الإعلام كمال مهدي، وهو برنامج قدمه سابقا زميله وليد مرجاوي، يناقش البرنامج القضايا الرياضية المحلية وأيضا الخاصة بالمنتخب الوطني مع تناول الرياضات الأخرى خاصة منها التي تتعلق بالمنتخبات الوطنية.

إضافة إلى هذا فالقناة سبق لها وأن نجحت في تجربة سابقة مع حصة بعد الـ 90 التي قدّمها أحد أقدم الإعلاميين الرياضيين في الجزائر مراد بوطاجين وأيضاً برنامج البلاد سبورت، إضافة إلى حصص رياضية أخرى متفرقة تسعى من خلالها قناة البلاد الحصول على متابعين جدد وحصد أكبر نسب المشاهدة.

▪ البرامج الرياضية على قناة Beur tv:

✓ برنامج ناس بالون: هو أحد أحدث البرامج الرياضية التي تبث على القنوات الجزائرية الرياضية، يعتني البرنامج بالمواضيع الكروية المحلية والخاصة بالمنتخب الوطني ولاعبيه المحترفين وأيضاً بعض الرياضيات الشعبية في الجزائر ككرة اليد وألعاب القوى، يبث البرنامج كل يوم اثنين بداية من الساعة التاسعة وخمسة دقائق، يقدمه الإعلامي محمد سليمان رفقة مجموعة من المحللين والخبراء.

✓ برنامج الحدث الرياضي: هو برنامج أسبوعي يبث سهرة كل يوم ثلاثاء، يقدمه الإعلام عصام عيسى إضافة إلى سمير لعلام، يتناول البرنامج الرياضة المحلية وعلى رأسها كرة القدم والرابطة المحترفة الأولى وكل ما يخص نتائج البطولة والمنافسات القارية التي تخوضها الأندية الجزائرية.

في حين كان للقناة العديد من البرامج الرياضية التي بثت منذ بداية نشاط القناة نذكر منها: كل الرياضات، كواليس الأندية، معرض الصحافة إلى غير ذلك من البرامج التي عرضت أو لا تزال تعرض على القناة.

▪ البرامج الرياضية على قناة الجزائرية one:

✓ برنامج الجزائرية foot: يقدم هذا البرنامج الإعلامي محمد يزيد جمعة وبيث سهرة كل يوم اثنين، يعتني البرنامج بالمواضيع والقضايا الكروية في الجزائر وخاصة الرابطة المحترفة الأولى والثانية، يملك البرنامج مجموعة من المحللين والمختصين في كرة القدم الجزائرية والذين يساهمون في إثراء البرنامج والقضايا الكروية المطروحة.

تملك القناة بعض البرامج الرياضية الأخرى منها من لاقى شهرة واسعة ومنها من انتهى به المطاف إلى مغادرة المشهد التلفزيوني من بين تلك البرامج حصة Talk Foot التي يقدمها أيضاً محمد يزيد جمعة.

▪ البرامج الرياضية على قناة الخبر KBC:

برنامج سايف سبور Safe Sport: يعتبر برنامج سايف سبور أحد البرامج الرياضية المميزة التي تبثها القنوات الجزائرية المتخصصة، وهو برنامج يبث صبيحة كل يوم سبت بداية من الساعة العاشرة صباحاً، يقدمه المحاضر البدني ياسر بلغربي، يعتني البرنامج باللياقة البدنية سواء الهواة أو المحترفين، هو أحد

الحصص التي لاقت استحسان عدد كبير من المتابعين الرياضيين ، أين يقدم البرنامج مضامين متنوعة عن الجانب البدني وتحسين مدى الجاهزية الرياضية وكيفية الاعتناء بالجسم من الناحية الرياضية، وقد انفردت قناة الخبر بهذا النوع من البرامج.

هذا إلى جانب بعض البرامج الرياضية الأخرى التي بثت على القناة في فترات زمنية مختلفة كان أبرزها: الملف الرياضي، مقهى الرياضة، الزاوية 90.

▪ البرامج الرياضية على قناة نوميديا تي في:

✓ برنامج الهدرة فوت: هو أحد البرامج الرياضية الذي تبثه القناة سهرة كل يوم اثنين يقدم البرنامج الإعلام سمير بادي، ويناقش المواضيع الرياضية الخاصة بكرة القدم خاصة منها المحلية والمتعلقة بالمنتخب الوطني، بضيافة خبراء ومحلي القناة.

✓ برنامج أستوديو الرياضية: هو برنامج أسبوعي يبث على قناة نوميديا تي في كل يوم أحد، البرنامج يقدمه محمد بوخمينة، وتتم فيه معالجة مختلف المضامين الرياضية المتنوعة المحلية والعالمية، وهو أحد البرامج المحلية التي تقدمها القنوات الجزائرية الخاصة والمتخصصة والذي يعتني بمختلف أنواع الرياضات الشعبية بالنسبة للجمهور الرياضي الجزائري.

هذا وقدمت القناة العديد من البرامج الرياضية مثل: أسبوع البالون، الرابطة المحترفة، أستوديو الخضر... الخ.

▪ البرامج الرياضية على قناة الحياة تي في:

✓ برنامج الحياة سبور: يقدم هذا البرنامج أحد أبرز الإعلاميين الجزائريين في المجال الرياضي مراد طاجين، يبث سهرة كل يوم ثلاثاء ويتناول أبرز الأحداث الرياضية المحلية، خاصة كرة القدم والمواضيع المتعلقة بالمنتخب الوطني والرابطة المحترفة الأولى والثانية.

كما سبق للقناة وكانت لها تجارب أخرى في مجال البرامج الرياضية، كان أبرزها برنامج فوتبول، في حضرة إفريقيا، Top Sport.

▪ البرامج الرياضية على قناة الباهية تي في:

✓ **برنامج باهية سيور:** هو برنامج رياضي أسبوعي يبث على قناة الباهية تي في سهرة كل يوم جمعة بداية من الساعة التاسعة والنصف ليلا، البرنامج من إعداد وتقديم الإعلامي فؤاد بوعزة، يعرض مجموعة من المضامين الرياضية المتنوعة وعلى رأسها كرة القدم المحلية والخاصة بالمنتخب الوطني. وسبق وأن عرضت القناة مجموعة من البرامج الرياضية الأخرى كحصة أستوديو الباهية فوت، الحصد الرياضي.

3- القنوات الرياضية المتخصصة في الجزائر

لم يمر فتح المجال السمعي البصري من طرف الحكومة الجزائرية مرور الكرام على المؤسسات والشركات الإعلامية وحتى رجال الأعمال الذين لطالما رغبوا في الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي المرئي، أين بدأت المساعي منذ سنة 2012 تاريخ افتتاح القطاع لإنشاء أولى التجارب الجزائرية في المجال المرئي الخاص بالإعلامي الرياضي، وإطلاق قناة جزائرية متخصصة بالمجال الرياضي وتختص فقط بالمواضيع والمضامين الرياضية.

ولو توقفنا قليلا في القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة من بين أهم الآليات التي تحفز المؤسسات الاقتصادية على الاستثمار في المجال الرياضي، فالإعلام الرياضي له دور كبير في ترويج وتحفيز المؤسسات الاقتصادية لدخول الاستثمار في المجال الرياضي، كما هو عليه الحال في أوروبا مثلا أين تلعب القنوات الرياضية دور كبير في تقريب رؤوس الأموال من الرياضة ودخول رجال الأعمال عالم الرياضة وشراء الأندية وتمويل مختلف البطولات.¹

فالبرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الرياضية تساهم في كثير من الأعمال ذات الصبغة الإعلامية مثل تغطية ومتابعة المنافسات والأنشطة الرياضية المختلفة، بالإضافة إلى معالجتها عن طريق النقد والتحليل محققنا بذلك أهداف الإعلام الرياضي في الإعلام والتوجيه والتفسير، من خلال عدة قوالب برمجية مختلفة من الأخبار أو التقارير أو التعاليق أو التحقيقات أو البرامج الحوارية.²

¹ سعيد بن يمينه وعمرون مفتاح، تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية ودورها في تحفيز قيمة الاستثمار في الرياضة، مجلة تعليمات، المجلد 03، العدد 01، جامعة المسيلة، 2004، ص 268.

² منير طيبي، دور البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص 58-59.

فكل ما تناولناه يؤكد دور القنوات التلفزيونية الرياضية في خدمة الرياضة كنشاط اجتماعي واقتصادي وحتى ثقافي في الجزائري، وأيضا في خدمة الإعلام كوظيفة داخل المجتمع، لذلك لم يدم الأمر طويلا حتى تم إطلاق أولى هذا النوع من القنوات (في السنة الأولى من رفع الاحتكار عن القطاع) لأول مرة بالجزائر. وسنتحدث فيما يلي عن أبرز تلك القنوات الجزائرية المتخصصة في المجال الرياضي رغم قلتها وحدانتها:

❖ **قناة وفاق سطيف ESS SETIF:** تمثل قناة وفاق سطيف تي في أول تجربة مرئية في الجزائر بالنسبة للإعلام الرياضي، وهي قناة خاصة بنادي وفاق سطيف الرياضي، انطلق بث القناة في شهر أوت نهاية موسم 2012/2013 وهو أول نادي جزائري يأخذ غمار التجربة الاحترافية باكتساب قناة رياضية خاصة به تمثل الواجهة الإعلامية للنادي ككل، وقد خصّصت القناة ساعات بثها لنقل كل ما يخص النادي السطايفي بجميع فئاته من ملخصات المباريات، تدريبات، آخر الأخبار والمستجدات، التحليل والتقارير الخاصة بالفريق ومبارياته، ولم تكتفي بعرض برامج وحصص كرة قدم النادي فقط وإنما كانت عادة ما تبث مضامين إعلامية تخص الرياضات الأخرى التي يملك فيها النادي أندية منافسة، خاصة الرياضات الجماعية، ورغم أن القناة حققت نجاحات على الأقل في الجانب المحلي إلا أن القناة وبسبب مشاكل وخلافات ينسبها الكثيرون أنها خلافات مالية، أغلقت بثها قبل اكتمال الشهر الرابع بعد إطلاقها، ويعيد بعض المقربين من النادي وإدارة الفريق أن إيقاف القناة كان بسبب خلاف مالي بين إدارة النادي وشريكها في المشروع الإعلامي " ساحلي سمير".

❖ **قناة كواليس الرياضية KAWALISS TV:** تعتبر قناة كواليس ثاني قناة رياضية متخصصة في الجزائر بعد قناة وفاق سطيف (ess tv) انطلقت في البث أواخر سنة 2013، تعود ملكيتها للإعلامي الرياضي مراد بوطاجين.¹ تعتبر القناة امتداد لنسخة الجريدة الورقية إلا أنها كانت خاصة بالرياضة، وخصصت منذ إطلاقها بتاريخ 12 ديسمبر 2012 ساعات بثها للمضامين الرياضية، وقدمت أيضا برامج خاصة بالألعاب والمسابقات الرياضية للجماهير، وركزت أيضا القناة على تغطية كرة القدم المحلية بجلّ منافساتها وأقسامها وخصصت لذلك الكثير من المراسلين عبر أقطار الوطن، فيما كانت القناة تخصص مساحة من ساعات بثها أيضا للحصص والبرامج الكوميدية من أجل تغطية ساعات البث، بما أن الميزانية لم تكن تسمح بتغطية الكثير من الرياضات والبرامج والحصص الخاصة بالرياضة المحلية أو العالمية. قبل أن تغلق القناة بعد أشهر فقط من إطلاقها بسبب العجز المالي وفشل المشروع.

¹ نور العابدين قوجيل، مرجع سابق، ص 219.

❖ **قناة ستاد نيوز تي في STADE NEWS TV:** هي قناة رياضية أطلقت في شهر مارس من سنة 2014، مشروع القناة كان استكمالاً للمشروع الإعلامي للجريدة الرياضية ستاد نيوز، تهتم القناة في برامجها وحصصها على تغطية المنافسات والأحداث الرياضية المحلية خاصة كرة القدم، وركزت على البطولات الكروية المحلية وبالأخص في أقسامها السفلى التي كانت تنفقر إلى التغطية الإعلامية التي تقدمها القناة، كما كان لديها العديد من البرامج والحصص الرياضية الخاصة بالمنتخب الوطني والرابطة المحترفة الأولى وأيضاً البطولات الأوربية، كما اهتمت أيضاً بالدوريات الكروية الأقوى عبر العالم خاصة منها الأوربية بنقل آخر الأخبار والنتائج والمستجدات، كما كانت لها تجارب في بث بعض مباريات كرة القدم المحلية. لكن القناة واجهت مشاكل وعوائق كثيرة حالت دون استمرارها.

❖ **قناة الهدف تي في ELHEDDAF TV:** هي أبرز قناة فضائية جزائرية تختص بالمجال الرياضي، تم إطلاق القناة في جوان من سنة 2014 موازاة مع مشاركة المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم في كأس العالم بالبرازيل، تهتم بالمجال الرياضي خاصة كرة القدم، وتعالج في برامجها وحصصها كل ما يتعلق بكرة القدم الجزائرية برابطتها الأولى والثانية، وأخبار المنتخب الوطني والدوريات الأوربية الكبرى، كما تقوم بتغطية خاصة لتمثيل الجزائري الكروي في المنافسات القارية والعالمية، كما تركز على البرامج التحليلية التي تستضيف فيها مجموعة من المختصين والمحليين وحتى ضيوف للوادي الرياضية من أجل إثراء البرامج التي تعرضها أكثر، كما تبث القناة مجموعة من نشرات الأخبار الرياضية على مدار اليوم، إضافة إلى شريك الأخبار الرياضي الذي تنتشر فيه القناة كل جديد يتعلق بالأخبار الرياضية وخاصة المحلية منها، كما يعرض أيضاً مختلف النتائج للمنافسات الكروية. وهي القناة الرياضية الوحيدة التي لا تزال تحافظ على نفسها في الساحة الإعلامية المرئية الرياضية في الجزائر.

وتمكنت القناة في فترة وجيزة من وضع نفسها في مقدمة القنوات الجزائرية الأكثر متابعة في الجزائر في ديسمبر 2020 وذلك حسب المعهد الجزائري MMR (Media & Market Research sarl) المتخصص في بحوث الميديا الجديدة والوسائط الالكترونية أين كانت ضمن القنوات العشرة الأوائل التي يشاهدها المواطن الجزائري من بين جميع القنوات التي يستقطبها المجتمع الجزائري بما في ذلك القنوات الأجنبية، وبلغ معدل مشاهدة قناة الهدف أسبوعياً أكثر من 4 مليون مشاهدة.¹ وهو رقم محترم جداً مقارنة

¹ القنوات الأكثر مشاهدة في الجزائر، موقع ألجيريا فور أول algeria4all، 06 جانفي 2020، مسترجع بتاريخ 17/10/2022، أنظر الرابط <https://www.algeria4all.com/2020/01/institute-MMR-2020.html>

بالمنافسة المحتدمة بين القنوات الجزائرية فيما بينها وبين القنوات الأجنبية المتنوعة والتي تقدم محتوى أكثر جودة من الناحية الفنية والتقنية مقارنة بنظيراتها الجزائرية.

ولا تزال قناة الهدف الرياضية تتصدر المشهد الإعلامي التلفزيوني والرياضي في الجزائر بحكم أنها القناة الرياضي الوحيدة الناشطة في المجال محليا.

الفصل الخامس: نشرة الأخبار على القنوات الرياضية

المبحث الأول: البرامج الرياضية التلفزيونية

- 1- مفهوم البرامج الرياضية
- 2- أنواع البرامج الرياضية
- 3- عناصر البرنامج الرياضي
- 4- خصائص البرنامج الرياضي التلفزيوني

المبحث الثاني: النشرة الرياضية التلفزيونية

- 1- مفهوم النشرة الإخبارية الرياضية
- 2- خصائص النشرة الإخبارية الرياضية على القنوات الرياضية
- 3- الأشكال الإخبارية الرياضية المستحدثة على القنوات الرياضية

المبحث الثالث: الأخبار الرياضية على النشرة الإخبارية في القنوات الرياضية

- 1- مفهوم الخبر الرياضي التلفزيوني
- 2- خصائص الخبر الرياضي على نشرة الأخبار التلفزيونية
- 3- العناوين الإخبارية الرياضية في نشرة الأخبار
- 4- القوالب الفنية للأخبار الرياضية في النشرة
- 5- مصادر الأخبار في النشرة الرياضية
- 6- القيم الإخبارية على نشرة الأخبار في القنوات الرياضية

تمهيد

استفاد التلفزيون من الطفرة التكنولوجية بشكل مثالي وكان تسارع التنامي الذي شهده التلفزيون يستحق الوقوف له فعلا، لأنه تحوّل اليوم إلى وسيلة قوية تقدم وظائف وأدوار كبيرة داخل المجتمع، كالتثقيف، التعليم، للتسلية، الترفيه... الخ مع أنه في الأساس هو وسيلة إعلامية حتى من حيث النشأة، ولكنّه استطاع في السنوات القليلة الماضية من الوصول إلى ما هو عليه الآن بفضل التكنولوجيا.

وقد استغل التلفزيون التكنولوجيا أفضل استغلال ومكّن من تطوير أجهزته تقنيا وفنيا، خاصة تقنية " الفيديو تيب " التي تستعمل في تسجيل العروض والأحداث، وصولا إلى أحدث وأجود أنواع الصوت والصورة وسهولة الاستقطاب على الشاشات من شتى أنواع العالم، دون نسيان تنوع وتخصص البثوث التي أصبحت موجودة اليوم بفضل الأقمار الاصطناعية، وتعدد الخيارات التلفزيونية بالنسبة للمشاهد الذي لن يجد تلك العراقيل التي كانت سابقا في البحث عن المضامين الإعلامية التي يريدّها وتلبّي حاجياته.

فقد حقق التلفزيون بفضل كل هذا نجاحات باهرة على مرّ التاريخ خاصة على مستوى توفير المتعة وإشباع الرغبات للمشاهدين، وكانت الرياضة أبرز العوامل والأحداث التي أوصلت التلفزيون إلى ما هو عليه الآن، فقد وصل بفضل الرياضة اليوم أو فيما ما مضى إلى تحقيق نجاح باهر خاصة عندما تعلق الأمر بأولى بدايات التغطية التلفزيونية لأبرز الأحداث الرياضية العالمية كحدث كأس العالم لكرة القدم أو حدث آخر بذات الأهمية بالنسبة للجماهير يتمثل في الألعاب الأولمبية.

ومع مرور السنوات وتوالي الأحداث الرياضية كل موسم، بات التلفزيون هو الجهاز الأبرز لمتابعة المنافسات والأحداث الرياضية عبر العالم، وتمكن من أن يصبح دعامة أساسية للرياضة، بالمقابل أصبحت الرياضة أحد الركائز الأساسية للإعلام شأنها شأن بقية مجالات الإعلام الأخرى، ومن شأنها أن تحوّل القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة إلى مؤسسات إعلامية ناجحة والأمثلة كثيرة في هذا الشأن. واليوم يسير العمل التلفزيوني في المجال الرياضي بكل احترافية بالنسبة للقنوات الرياضية التي تخصص بثها على مدار اليوم للمضامين الرياضية والتي تكون أبرزها العروض الإخبارية التي تخصصّها القناة لمعالجة وبث أبرز الأخبار والمستجدات الرياضية لجماهيرها.

المبحث الأول: البرامج الرياضية التلفزيونية

1- مفهوم البرامج الرياضية

بعدما شهدت الساحة الإعلامية العالمية والعربية انتشار لافتا للقنوات الرياضية والتنافس الشديد الذي أصبح يلزم هذا التطور في مجال الإعلام الرياضي، فقد توجهت القنوات الرياضية إلى تحسين الجودة البرمجية والرفع من المستوى الفني والتقني لتلك البرامج من أجل الفوز بخطوات استباقية مقارنة بقنوات أخرى، ومع مرور الوقت تنوعت القوالب البرمجية لمختلف القنوات الرياضية والعالمية لاسيما وتوجه الجماهير لمتابعة مختلف البرامج الرياضية المعروضة في القنوات الرياضية، بالإضافة إلى زيادة الوعي والاهتمام بالصحة واللياقة العامة، وأيضا دخول رجال المال والأعمال للاستثمار في الإعلام الرياضي، كل تلك العوامل كان لها دور كبير في التطور البرمجي الذي نشهده اليوم على مستوى البرامج الرياضية المقدمة في القنوات الرياضية.

وقد عرف هذا المجال توجه الكثير من الباحثين لدراسته من جوانب مختلفة وتناولوا مصطلح البرامج الرياضية التلفزيونية من زوايا مختلفة سنحاول فيما يلي عرض أبرز تلك المفاهيم.

عرّف الباحث الزواوي أحمد المهدي البرامج الرياضية أنها " بالأساس حصص تعني بالشأن الرياضي، وهي برامج تركز على مواضيع محدّدة أو متنوّعة في المجال الرياضي".¹ وتناول الباحث غسان عبد الوهاب البرامج الرياضية التلفزيونية أنها " البرامج التي تقوم على أسس رياضية من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الرياضية والنقل الخارجي للمباريات الرياضية.. الخ".²، فيما عرّف مجموعة من الباحثين المصريين البرامج الرياضية وعلى رأسهم محمد إسماعيل أنها " اصطلاح عام المقصود به المضمون الرياضي، المقدم بالقنوات الفضائية الرياضية بأشكاله ومحاوره المختلفة، سواء أخبار، أو نقلا للمباريات الرياضية، أو إعلانات رياضية أو بطولات رياضية وغيرها وكل ما يتصل بالأنشطة والممارسات

¹ الزواوي أحمد المهدي، الإعلام الرياضي بالتلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008، ص 35.

² غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، ط1، دار أسامة للنشر، بيروت، 2006، ص 175.

الرياضية واللاعبين والقائمين على الرياضة وغيرهم.¹ من جهة أخرى فقد عرّفها الباحث أفنان أنها " البرامج التي تعني بنشر وتغطية موضوعات وأخبار وأنشطة الرياضة المختلفة المحلية الإقليمية والدولية والألعاب الأولمبية والمباريات على اختلاف أنواعها على المستوى المحلي والدولي.² وهي مجموعة من أبرز المفاهيم التي أحاط بها الباحثون العرب في هذا المجال.

فالمتابع للقنوات الرياضية في العقدين الأخيرين يلاحظ التطور الحاصل على مستوى البرامج المقدمة مقارنة بما كان عليه الحال سابقاً، والاختلاف الذي طرأ على مقدمين والعاملين في القنوات الشيء الذي ينعكس مباشرة على جودة البرامج الرياضية المقدمة، بداية من شريط الأخبار وصولاً إلى تغطية الأحداث والمناسبات الرياضية الكبرى، وأبسط مثال على ذلك هو تواجد موفدين ومراسلين لتلك القنوات الرياضية في قلب الحدث وشتى بقاع العالم، الأمر الذي لم نكن نشهده في السابق، وهو ما يؤثر بصفة مباشرة على طبيعة ونوع وثراء البرامج المقدمة، بما أن المشاهد سيتحول إلى القناة التي تبث البرامج التي تجعله يشعر بأنه في قلب الحدث.

فقد اكتسبت البرامج الرياضية اهتمام أغلبية الفضائيات التلفزيونية وتعمل على تخصيص الاستوديوهات المختصة بالرياضية من ديكورات ومقدمين متخصصين في ميدان الرياضة وهي بذلك تتفق مبالغ طائلة عليها وتخصيص مراسلين في أغلب دول العالم لتغطية الأولمبياد العالمية والمباريات في أقصى بقاع الأرض، مما يكسبها عنصر الإثارة وال جذب والتشويق لأنها تمتاز بالحيوية والحركة والنشاط.³ وتوفّر هذه البرامج الرياضية أيضاً الزاد المعرفي الذي يتمثل في مجموعة العلوم والمعلومات والمعارف من مختلف المجالات الرياضية التي تعرضها، وهي مواد يكتسبها الفرد ويتزوّد من خبراتها عن طريق المشاهدة التي عادة ما تؤدي إلى الممارسة.

وخلاصة لما تناولناه سابقاً فإن القنوات الرياضية إن أرادت أن تصل إلى بلوغ أهدافها فهي مطالبة ببذل جهد كبير والعمل على تحسين البرامج التي تقدمها للمشاهد سواء من ناحية الشكل أو من ناحية المضمون والأمر هنا يتعلق بالناحية التقنية والاستفادة من التكنولوجيا، فالقائمون والعاملون في القنوات الرياضية

¹ محمد حسن إسماعيل وآخرون، العلاقة بين كثافة تعرض طلاب الجامعة للقنوات الفضائية الرياضية وعلاقتها باتجاههم نحو ممارستهم للرياضة، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 16، العدد 59، كلية الدراسات العليا للطفولة، القاهرة، 2013، ص 81.

² أفنان محمد شعبان، فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب - دراسة ميدانية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، جامعة بغداد، بغداد، 2018، ص 135.

³ أفنان محمد شعبان، مرجع سابق، ص 136.

مسؤولون على تحسين جودة البرامج المقدمة، وتقديم قالب إعلامي متنوع تلامس فيه تلك القنوات جميع احتياجات ورغبات الجماهير الرياضية، سواء من ناحية تنوع الرياضة المحبذة أو تنوع شكل البرامج في حد ذاتها فهناك من يريد متابعة البرامج التي تعني ببث المباريات أو المنافسات مباشرة، وهناك من يبحث عن البرامج التحليلية، وهناك من يريد مشاهدة البرامج الرياضية التاريخية.. الخ.

2-أنواع البرامج الرياضية:

بالنظر أن موضوع أنواع البرامج الرياضية لم يكن ذلك الموضوع الخصب الذي تناوله الباحثون في كتبهم ودراساتهم، لذلك ارتأى الباحث إلى محاولة عرض أبرز تلك الأنواع حسب رؤيته الخاصة.

2-1 البرامج الرياضية الإخبارية:

هي البرامج التي تختص بالأخبار الرياضية لمختلف الرياضات، فهي برامج تعنى بعرض الأخبار المختلفة وفق أجندة القناة التي ترتب أولوية الرياضات الواجب عرض أخبارها، ومع التطور الحاصل في هذا المجال أصبح العمل لا يقتصر على تقديم الأخبار فقط وإنما القيام بالتغطية المتكاملة للحدث والمعالجة الإخبارية له، وأصبحت البرامج الرياضية الإخبارية تقدم الأخبار الرياضية في سياقها العام إضافة إلى عرض التحليل والتفسير، تجند القناة الرياضية فريقا إعلاميا كاملا من صحفيين ومختصين ومحلّلين وحتى رياضيين، من أجل العمل على جمع ومعالجة وتقديم الأخبار في قالب معين، ومن أبرز أنواع البرامج الرياضية التلفزيونية نجد نشرات الأخبار الرياضية، معرض الصحافة الرياضية، شريط الأخبار الرياضية.. الخ.

2-2 البرامج الرياضية الخاصة بالنقل المباشر للأحداث الرياضية:

وهو أحد أبرز أنواع البرامج الرياضية التلفزيونية، التي تقوم فيه القناة بتخصيص مساحة زمنية لنقل حدث رياضي بتقنية المباشر، ليكون المتابع مواكب للحدث، ويمكنه من خلال هذا البرنامج مشاهدته الرياضي كما لو أنه في قلب الحدث، وتعمل القنوات التلفزيونية في هذا المجال على ضمان شراء حقوق بث المنافسات الرياضية التي تراها تستحق النقل المباشر وتمكنها من تحقيق نسب مشاهدة عالية، وتتصدر كرة القدم هرم هذا النوع من البرامج نظرا لشعبية الرياضة على المستوى العالمي من خلال النقل المباشر لمختلف البطولات العالمية، إضافة إلى فعاليات الألعاب الأولمبية ورياضات أخرى تقيمها القناة أنها تستحق النقل المباشر.

2-3 البرامج الرياضية التحليلية:

تسلط القناة الضوء في هذا النوع من البرامج على رياضة معينة من أجل الغوص فيها وعرض أخبارها وأهم مستجداتها والقيام بتحليل أهم ما يطرأ عليها، مع تقديم مختلف وجهات النظر من طرف الإعلاميين والمحليين العاملين على البرنامج، وأهم ما يميز هذه النوع من البرامج أنها مواكبة لحدث رياضية معين تعمل على تقديم الإضافة المعمقة لما تقدمه القناة في النشرة الإخبارية حول موضوع معين أو حدث رياضي، يعرف هذا النوع من البرامج استضافة محللين ومختصين في تلك الرياضة من أجل إثراء الموضوع المعالج بغية التعمق في معالجته وإفادة المشاهدين.

2-4 البرامج الرياضية الحوارية:

هي البرامج القائمة على الحوار، أين يستقطب هذا النوع من البرامج ضيفا يكون أحد ممثلي المشهد الرياضي والغوص معه في حوار غالبا ما يكون مطول، يكون هذا الضيف رياضيا مشهورا في اختصاصه أو نجما رياضيا في مجتمع أو مسؤولا رياضيا، يهدف الحوار إلى عرض الحياة الرياضية أو الخاصة للضيف، أو يكون هدفه مناقشة ملف رياضي مفتوح، وهو نوع محبذ لفئة كبيرة من المتابعين الذين يرغبون في الاطلاع على حياة الرياضيين.

2-5 البرامج الرياضية الثقافية:

هي البرامج التي تتناول جوانب ثقافية عديدة من منافسة رياضية أو حدث رياضي أو رياضة معينة، يكون الهدف من هذا النوع من البرامج القيام بالتغذية المعرفية والثقافية للجمهور الرياضي في مجال أو محور رياضي معين، من خلال تقديم كم هائل من المعلومات، عادة ما يعتني هذا النوع من البرامج بالجانب التاريخي لمنافسة عالمية أو رياضي مشهور أو حدث رياضي تاريخي، وهو أحد البرامج التي تعتمد عليها القنوات الرياضية المتخصصة في نوع معين من الرياضيات.

3- عناصر البرنامج الرياضي:

- حاول الباحثان عويس وعبد الرحيم إيجاز عناصر البرنامج الرياضي فيما يلي:¹
- المرسل: وهو الجهة التي تصدر منها الرسالة الإعلامية المتمثلة في مضمون البرنامج الرياضي ونطلق عليه أيضا صاحب الرسالة الإعلامية. ويتمثل المرسل عادة في البرنامج الرياضي أو مقدمه.
 - المستقبل: هو الجهة أو الطرف التي تستقبل رسالة أو مضمون البرنامج الرياضي المقدم في القنوات الرياضية، ويكون المستقبل في معظم الأحيان هنا هو الجمهور الرياضي المتابع لتلك لقنوات والمنتظر لبرامجها.
 - الرسالة الإعلامية: هو مضمون أو بصفة أخص مضمون البرامج الرياضية التي تقدم القنوات، وتكون هذه الرسالة على شكل بث منافسة مباشرة، برنامج إخباري، أستوديو تحليل تقدم فيه مختلف الآراء والتحليل..إلى غير ذلك من المضامين الرياضية التي تعرض في البرامج الرياضية.
 - الأداة: هي الوعاء الذي تقدم فيه الرسالة أو المضمون الرياضي، أي البرنامج ونوعه الذي تعرضه القناة للجماهير الرياضية المستقبلية.

¹خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، 1998، ص 22.

4- خصائص البرنامج الرياضي التلفزيوني:

إن لهذا النوع من البرامج خصائص مميزة أبرزها:¹

- طريقة التقديم والتي يقوم بها صحفيون متمرسون ورياضيون محترفون (في العادة ختموا مشوارهم الاحترافي) ليس كما يحدث في الأخبار الرياضية التلفزيونية السريعة، فهو الذي يعد النوع الصحفي الملائم للحدث المعروف، وللجو العام الذي ينبغي أن يعيش فيه المشاهد والجمهور ككل.
- التخطيط قبل العرض في غرفة تحرير الحصة بالنظر أن البرنامج الرياضي هو برنامج مختص في مجال واحد ويخاطب جمهور خاص بما يعني أن المساحة الزمنية ستكون أوسع وهذا ما يتطلب تحضير جيد من قبل الفريق الإعلامي المختص في ذلك.
- يقدم البرنامج الرياضي التلفزيوني الإخباري الأحداث الرياضية ضمن سياقها العام مع عرض التحليلات والتفسيرات والتقييم والأسباب للتنبؤ بالنتائج والآثار.
- لا يقدم الأحداث المجردة بل يدعمها بآراء الخبراء والمحللين والمختصين، وحتى المشاهدين والرياضيين أنفسهم والمدربين بهدف تعميق المعرفة.
- يتكون جمهور هذا البرنامج من المشاهدين المختصين النوعيين والمهتمين.
- المادة الحية هي العمود الفقري لهذه الحصص أين يتم تقديم تغطية حيّة بالصوت والصورة للحدث الرياضي المقدم.

¹ عبد الوهاب زواوي، أثر التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري على جمهور المنتخب الوطني لكرة القدم خلال نهائيات كأس العالم - دراسة ميدانية لطلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2010، ص 76.

المبحث الثاني: النشرة الرياضية التلفزيونية

1- مفهوم النشرة الإخبارية الرياضية:

تعود أولى البدايات لظهور أول نشرة أخبار تلفزيونية في العالم إلى سنة 1954 وبالتحديد في بريطانيا عن طريق هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" في قصر ألكسندر، أذيعت تلك النشرة بالأبيض والأسود على شكل صور ثابتة يرافقها صوت القارئ والذي كان الإعلامي "ريتشارد باكير"¹ كان المجالين السياسي والعسكري أبرز المضامين الإعلامية التي كانت تبث في النشرات آنذاك، قبل أن يتحول الاهتمام إلى مجالات أخرى أبرزها الاجتماع والثقافة والرياضة التي ما لبثت حتى حظيت بمكانتها مع أبرز الاهتمامات التي توليها القنوات التلفزيونية في نشرات أخبارها.

وقد وجب التنويه أن الخبر التلفزيوني ونشرة الأخبار التلفزيونية بصفة عامة مرّت بمراحل عديدة قبل أن تصل إلى ما هو عليه الآن من خلال درجة الأهمية وكذلك التطور الفني والتقني الذي نراه اليوم في نشرات الأخبار وهو ما عبر عليه الباحث محمد عوض حين قال " إن أخبار التلفزيون مرّت بتغيير كبير في الكم والكيف، حتى أصبحت من أهم المواد التي يقدمها التلفزيون، فأصبحت أساس البرامج التلفزيونية وزادت الوقت المخصص لها وتضاعفت القوى البشرية العاملة فيها."² لاسيما بعدما ازداد الاهتمام بجميع مجالات الحياة الأخرى سواء الاجتماعية، الرياضية، الاقتصادية، الثقافية إلى غير ذلك، في وقت كانت الأهمية تقتصر في السابق على الأخبار السياسية والعسكرية.

أما عن العلاقة بين التلفزيون والرياضة فهي تركز بالأساس على حجم مواكبة ومتابعة القنوات الرياضية للأحداث الرياضية العالمية بجميع أنواعها، وهذا نزولا عند رغبة الجمهور الرياضي الذي ينتظر من القنوات الرياضية القيام بدورها فيما يخص إشباع حاجياته ورغباته الرياضية من خلال الحصول على آخر الأخبار الخاصة بالرياضة معينة، وسواء كانت هذا المتابعة مكثفة أو موجزة فقد كان لزاما على القنوات الرياضية برمجة نشرات إخبارية خاصة بالجانب والوظيفة الإخبارية من أجل تزويد المشاهدين بكل المستجدات الرياضية بصفة دورية ومستمرة، للبقاء على مقربة من متابعيها.

¹ فاطمة جنان، من أول نشرة إعلامية إلى الأسطورة الإعلامية، 05 جويلية 2017، مسترجع بتاريخ 2022/06/12، أنظر

الرابط <https://2u.pw/gMFAIw>

² محمد عوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، د ت، ص 118.

بدأت هذه النشرات الرياضية الإخبارية في الظهور أولاً على النشرات التلفزيونية العامة أين كان يُخصص لها فقرة خاصة ومساحة زمنية في آخر النشرة يتناول فيها مقدم النشرة وعادة إعلامي رياضي أبرز الأخبار الرياضية على الساحتين المحلية والعالمية، قبل أن تتحول النشرة الإخبارية الرياضية كبرنامج خاص مستقل بذاته، وزاد ظهور القنوات الرياضية المتخصصة من أهمية تلك النشرات الرياضية الإخبارية التي تقدم حوصلة عامة على ما تقدمه تلك القنوات من برامج على مدار الساعة، تعالج فيها معظم الأحداث الرياضية العامة، وتقدم النشرات الإخبارية الرياضية أهم الأخبار والمستجدات الرياضية سواء بصفة وجيزة في القنوات العامة أو بصفة معمقة ومطوّلة في القنوات الرياضية المتخصصة.

والنشرة الرياضية تختص ببث أخبار المجال الرياضي وتتميز بالحركة والسرعة والحيوية وتعد النشرات الرياضية من أمتع الفقرات التي تقدم في نهاية النشرات الإخبارية.¹ وكون نشرة الأخبار الرياضية في القنوات العامة تقدم في آخر النشرة فلا يمكن منحها مساحة زمنية كبيرة مقارنة مع النشرة الإخبارية ككل، وتكتفي معظم القنوات العامة بتخصيص مساحة لا تتجاوز عادة ربع المساحة الزمنية المخصصة للنشرة ككل.

وتناول الباحث عمار طاهر النشرة الإخبارية الرياضية على أنها " مجموعة من الأخبار الرياضية مصحوبة غالباً بوسائل إيضاح ومواد فلمية تقدم وفق تسلسل معين، تهدف إلى تغطية آخر الأحداث الرياضية، ترافق نشرة الأخبار الرئيسية أو تكون بشكل مستقل لا تزيد مدتها عادة على 5 دقائق".²، وهو مفهوم عام تناول من خلاله الباحث النشرة الرياضية التي تعرض على نشرة أخبار القنوات العامة والقنوات الرياضية المتخصصة على حد سواء، وما وجب التنويه له على ضوء هذا التعريف أن نشرة الأخبار الرياضية في القنوات التلفزيونية العامة تعرض مرة واحدة أو مرتين على الأغلب وبطريقة وجيزة أين لا يمكن فيها تقديم عرض كامل ومفصل مرفق بالتحاليل، الصور والفيديوهات لكل الأحداث الرياضية العالمية.

ويمكننا حصر مفهوم النشرة الرياضية الإخبارية على القنوات الرياضية المتخصصة أنها واحدة من أهم البرامج الرياضية التي تبث على هذا النوع من القنوات أين يتم فيها عرض إخباري مفصل حول كل الأحداث

¹ محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020، ص 88.

متاح على الرابط: <https://pedia.svuonline.org/>

² عمار طاهر، التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 6-7، جامعة بغداد، بغداد، 2009، ص 158.

الرياضية سواء المحلية أو العالمية بمساحة زمنية كبيرة قد تصل إلى نصف، هدفها الرئيسي رصد الحركة الرياضية على اختلاف أنواعها ومجالاتها ومتابعتها وتغطيتها بصفة آنية ومستمرة بأقصى سرعة ممكنة مرفقة بالتقرير المصورة والفيديوهات التحليلية، وعادة ما يتم ربط الإرسال المباشر مع موفدين ومراسلين رياضيين من مكان الحدث الرياضي، يكون الغرض من النشرة الإخبارية الرياضية إشباع حاجات شرائح واسعة من الجمهور الرياضي المتابع للشأن الرياضي المحلي والعالمي والذي يرغب بالحصول على الأخبار الرياضية.

إذا ومن خلال ما سبق فالنشرات الرياضية الإخبارية على القنوات الرياضية المتخصصة تتفوق على نظيرتها في القنوات العامة كونها تمتاز بمساحة زمنية أوسع، ما يمكن فريق الإخراج من التطرق إلى جميع الأخبار الرياضية المحلية، العربية والعالمية وعرضها بصورة مفصلة ومرفقة بكل المعطيات الخاصة بالحدث خاصة التحليل والتعليقات المصاحبة للخبر، وهي الخاصية التي يتميز بها ويتفوق بها أيضا الخبر الرياضي على نشرة الأخبار في القنوات الرياضية المتخصصة مقارنة بالخبر الرياضي على القنوات العامة الذي يفتقر إلى الحركية وعوامل الجذب.

2- خصائص النشرة الإخبارية الرياضية على القنوات الرياضية:

نجد الكثير من القنوات الرياضية تتنافس في مجال التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية سواء المحلية أو العربية أو العالمية وهذا يعد بمثابة الخط الفاصل الذي يبين إمكانات كل قناة، سواء الإمكانيات المادية أو نوعية الكوادر المؤهلة للعمل في المجال الإعلامي الرياضي أو القدرات الفنية التي تتمتع بها كل قناة على الأخرى وأيضا على مستوى المصادر، ولو ألقينا نظرة أكثر شمولية عما تقدمه القنوات الرياضية نجد أن الاهتمام الأكبر ينصب نحو اللعبة الجماهيرية الأولى في العالم وهي كرة القدم، لذا فإن جميع القنوات الرياضية هدفها الأول التغطية البرمجية الكاملة للأحداث المهمة برياضة كرة القدم من مباريات ومناسبات وترويج الأبطال في جميع أنحاء العالم في محاولة لكسب رضا المشاهد الرياضي حتى وصلت في بعض الدراسات إلى نسبة 73.75%¹.

¹ حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 359.

وعلى ضوء هذا الحديث فإن النشرة الإخبارية الرياضية على القنوات المتخصصة في الرياضية لها مجموعة من الميزات التي تميزها عن باقي النشرات الرياضية التي تعرض على القنوات العامة والتي سنحاول حصرها في العرض التالي:

أ- **التنوع الإخباري:** يعمل الطاقم الإعلامي المسؤول على النشرة الإخبارية الرياضية في القنوات الرياضية على تغطية الأحداث الرياضية العالمية والمحلية، وتناول الرياضة بشتى أنواعها ومجالاتها عن طريق أخبار متنوعة وفي قوالب صحفية مختلفة، كأن تتطرق النشرة في بدايتها إلى أبرز حدث رياضي حاصل أو آني ثم إلى نوع رياضي آخر مختلف وأقل أهمية مما سبقه، وصولاً إلى نتائج منافسة رياضية محلية إلى أن تصل إلى الأحداث الرياضية التي لا تحظى بمتابعة وأهمية لدى الجمهور الرياضي، وهو مثال عن التنوع الموجود في النشرة الإخبارية الرياضية على القنوات الرياضية المتخصصة.

ب- **تقديم المادة الإعلامية الحية:** تعتبر المادية الإعلامية الممثلة بالفيديوهات والتقارير والريبورتاجات هي العمود الفقري الذي تستند عليه نشرة الأخبار الرياضية في القنوات الرياضية المتخصصة وهو ما يميزها عن النشرات الإخبارية الرياضية في القنوات التلفزيونية العامة، وتكون أخبارها مدعمة دائماً بعرض التقارير المصورة والتحليل المعمقة.

ج- **الاعتماد على طاقم من الإعلاميين الرياضيين المحترفين:** تتميز نشرات الأخبار الرياضية في القنوات الرياضية المتخصصة على اعتمادها على طاقم إعلامي رياضي محترف، متكون من صحفيين رياضيين محترفين وإعلاميين في المجال وحتى رياضيو النخبة، بداية من مقدم النشرة الذي يكون دائماً إعلامي رياضي متمرس، إضافة إلى استضافة محليين ورياضيين في نشرة الأخبار لزيادة ثراء النشرة، وهو ما يميز حتى تغطيتهم الإخبارية لمختلف التظاهرات الرياضية التي يعملون بها رفقة مراسلين وموفدين متخصصون في الرياضة.

د- **وحدة متكاملة مستقلة بذاتها:** تعتبر النشرة الإخبارية الرياضية في القنوات الرياضية المتخصصة وحدة متكاملة مقارنة بالنشرات الرياضية في القنوات العامة بداية من مرحلة إعدادها وإخراجها إلى غاية تقديمها، أين يشرف عليها طاقم إعلامي خاص متكون من تقنيين وفنيين وإعلاميين وحتى رياضيين يكون هذا الفريق بأكمله مسؤول على تقديم النشرة الإخبارية في أفضل حلة لها من أجل أن تكون مادة إعلامية جاهزة لعرض جميع الأخبار والأحداث الرياضية عبر العالم،

هـ- **الطابع الإخباري الغزير:** تعتمد نشرة الأخبار الرياضية في القنوات الرياضية المتخصصة على غزارة المادية الإعلامية الرياضية وكثافة عرضها مقارنة بالنشرات الرياضية على القنوات العامة، فلا تكتفي القناة

المتخصصة في الرياضة بعرض سريع لأبرز الأخبار وإنما تتعمق في معالجة الأخبار على تنوعها الموضوعي أو الجغرافي، فمثلا نشرة الأخبار في القنوات العامة تكتفي بعرض جدول مباريات البطولة أو نتائجها، في حين تقدم النشرة الرياضية في القنوات الرياضية نتائج تلك المباريات وملخصات متفرقة عن المباريات مرورا بتصريحات النذوات الصحفية من لاعبين أو مدربين وصولا إلى أبرز ردود الأفعال حول نتائج الجولة، وهنا يكمن الفرق الجوهرى بين النشرة الإخبارية في القنوات الرياضية والقنوات العامة.

و- عرض التحاليل والتفسير والتنبؤ بالنتائج والآثار: لا يخلو تقديم الأخبار في النشرة الإخبارية الرياضة على القنوات الرياضية المتخصصة من العرض المفصل للحدث الرياضي والتعمق فيه وتفسير جوانبه، وهذا بمساندة إعلاميين متمرسين ومختصين في الرياضة إلى جانب محللين، وغالبا ما تنتقل إلى قلب الحدث عن طريق تقنية الربط المباشر عبر الأقمار الاصطناعية لأخذ انطباعات وتصريحات ساخنة سواء قبل الحدث أو بعده، إضافة إلى محاولة تفسير وتحليل الأحداث الرياضية وحتى التنبؤ بنتائجها.

3- الأشكال الإخبارية الرياضية المستحدثة على القنوات الرياضية:

ساهم التطور التكنولوجي الكبير والذي مس مباشرة مجال الإعلام والاتصال لاسيما مع مطلع هذا القرن في ظهور أشكال إخبارية جديدة خارج الإطار العام للشكل الإخباري الكلاسيكي المتعارف عليه الممثل بنشرة الأخبار التي كانت ولا تزال العمود الذي تقف عليه الخدمة الإخبارية في القنوات بتنوعها وتخصصها. وتمثل هذه البرامج أشكال إخبارية مختلفة عن نشرة الأخبار خاصة من الناحية الفنية والتقنية، وهو ما يؤثر بطبيعة الحال على المجال الرياضي بصفته أحد المجالات العامة والحيوية بالنسبة لجمهور المشاهدين للقنوات الفضائية خاصة وأنه المحور الأساسي الذي تقوم عليه هذه الدراسة، لذلك وجب التطرق إلى أهم أشكال هذه البرامج المستحدثة في المجال الرياضي وأكثرها انتشارا.¹(*)

¹(*)، بالنظر إلى طبيعة المجال الرياضي وانتدائه إلى أحد المجالات الهامة في الحياة التي تعتني بها نشرات الأخبار وتملك قاعدة جماهيرية كبيرة من المتابعين، وجد الباحث صعوبة في فصل أشكال هذه البرامج الإخبارية الرياضية عن هيكلها الأم (الأشكال الإخبارية العامة)، لذلك سنحاول قد الإمكان إسقاط تلك الأشكال البرمجية الإخبارية على المجال الرياضية في صورة البرامج الرياضية الإخبارية المستحدثة. ناهيك عن الصعوبة التي وجدها الباحث في إيجاد مراجع تناولت بالتفصيل هذه الخدمة (البرامج الإخبارية الرياضية المستحدثة)، لذلك سنحاول تفصيل هذه الأشكال الإخبارية الرياضية استنادا إلى ما لدينا من مراجع قدر الإمكان.

أ- شريط الأخبار الرياضية: يمثل الشريط الإخباري بصفة عامة أبرز أوجه الأشكال الإخبارية المستحدثة والتي ظهرت مؤخراً مع التطور التكنولوجي الكبير الذي شهده العالم واستفاد منه مجال الإعلام والأخبار بصفة خاصة، " وقد بدأ استخدام الشريط الإخباري في أواخر التسعينات من القرن الماضي، وهو عبارة عن شريط ملون يظهر تحت الشاشة تبث عليه أهم العناوين والأخبار. وكان استخدام شريط الأخبار في البدايات الأولى من أجل بث البورصة والأخبار الاقتصادية بالقنوات الإخبارية المتخصصة، إلى أن اتسع استخدامه في معظم المحطات خاصة الإخبارية منها.¹

وقد ظهرت هذه الخدمة لأول مرة في حرب الخليج 1990 على شبكة CNN التي كانت السابقة إلى اعتماد هذه الخدمة في عرض أبرز الأخبار الخاصة بالحرب آنذاك، قبل أن تنتشر هذه الخدمة ويتم اعتمادها في بقية القنوات الإخبارية المتخصصة. وما يميز هذا النوع من الأشكال الإخبارية هو السرعة في نقل الأخبار وملاحقتها أولاً بأول دون الاضطرار إلى قطع البرامج التي تبث، إضافة إلى السرعة في التعرف على آخر الأخبار بنظرة سريعة في وقت قصير.²

وقد ظهرت هذه الخدمة في المجال الرياضي مباشرة بعد اعتمادها على القنوات الإخبارية المتخصصة، أين أصبحت الأخبار الرياضية تسجل حضورها هي الأخرى على الشريط الإخباري للقنوات الإخبارية أو الرياضية على حد سواء، وهي أحد الأشكال البرمجية التي لاقت استحسان كبير من الجماهير الرياضية التي تريد مواكبة الأحداث الرياضية وآخر الأخبار بسرعة وهو ما يتماشى مع الخصائص التي يقدمها الشريط الإخباري، وأبرز ما يعرض على هذا الشريط الرياضي خاصة في القنوات الرياضية المتخصصة نجد:

- نتائج المنافسات الرياضية خاصة التي تجرى في نفس وقت عرض الشريط.
- عرض الانتقالات الخاصة بالأندية واللاعبين.
- تقديم أهم الأخبار الرياضية اليومية الصباحية والمسائية أولاً بأول.
- عرض أبرز التصريحات الخاصة بالرياضيين والمسؤولين في مختلف الرياضيات.
- تقديم برنامج البث الخاص بالقناة ليكون المشاهد على علم بوقت عرض البرامج أو المنافسات.

ب- موجز الأخبار الرياضية: تلجأ الكثير من القنوات المتخصصة خاصة الإخبارية منها إلى تقديم برنامج موجز الأخبار الذي يتوسط توقيت عرض نشرات الأخبار وذلك لأسباب مختلفة أبرزها تباعد مواعيد

¹ محمد خالد مجد الدين، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين للطباعة، القاهرة، 2005، ص 119.

² نفس المرجع السابق، ص 119.

نشأت الأخبار، أو رغبة من القناة في البقاء على مقربة من مشاهديها وعرض موجز إخباري على رأس كل ساعة، وهو ما نشهده كثيرا في القنوات الإخبارية المتخصصة.

وهو أحد الأشكال الإخبارية الذي يتميز بصغر مساحته (وقتها) تقدم فيه الأخبار بشكل مختصر، وعادة ما يتناول هذا الموجز سوى العناوين الهامة في فترة زمنية لا تتجاوز الدقيقة.

ونشاهد اليوم القنوات الرياضية المتخصصة تركّز كثيرا على هذا الشكل الإخباري والذي تقدمه بين ساعة إلى ساعتين حسب التخطيط الذي تنتهجه القناة، ويعرض موجز الأخبار الرياضية أبرز الأخبار الرياضية التي توضع في خانة الأهم، إضافة إلى أهم النتائج المسجلة في مختلف المنافسات الرياضية، أو برنامج المنافسات التي ستلعب في ذلك اليوم، وعادة ما تركز القنوات الرياضية المتخصصة على رياضة كرة القدم في موجزها الإخباري لما لديها من متابعين وأهمية لأخبارها مقارنة بالرياضات الأخرى، وتختلف مدة عرض الموجز الإخباري من قناة رياضية إلى أخرى. إلّا أن القنوات الرياضية العربية تمدد في عرض الموجز ليصل عادة إلى حدود الستة دقائق في بعض القنوات كباقتي bein sport، و Elkaas، وحتى قناة Dubai Sport وغيرها من القنوات.

وتقدم هذه القنوات الرياضية كما ذكرنا سابقا موجزها الإخباري في قالب آخر تطلق عليه مسميات أخرى مثل: حصاد اليوم، حصاد الظهر، الحصاد الرياضي إلى غير ذلك من المسميات التي هي في الحقيقة عبارة عن موجز أخبار يعرض في أقل من دقيقتين.

ج- المجلة الإخبارية الرياضية: " تعرف المجلة الإخبارية أنها برنامج إخباري يجمع بين مختلف أشكال البرامج التلفزيونية من أحاديث ومقابلات، وأفلام وبرامج وصفية، لذلك يأخذ شكل المجلة، وهذا النوع من البرامج يحظى عادة بأكثر عدد من المشاهدين، لأنه يجمع بين أكثر من شكل، ويجذب اهتمام أكبر عدد من الناس.¹ ورغم أن المجلة الإخبارية كشكل إخباري قديمة الظهور، إلّا أنها لم تتطور ولم تصل إلى هذه النقطة إلّا بعد الطفرة التكنولوجية وما استفاد منه المجال الإعلامي لتصبح اليوم أهم شكل إخباري على الإطلاق، لما فيها من تغطية كبيرة ومعقدة لمختلف الأحداث، والتي تكون مرفوقة بتقارير وفيديوهات وآراء خبراء ومختصين في مختلف المجالات والمضامين المتناولة.

أما في المجال الرياضي، فالمجلة الإخبارية الرياضية قليلة الظهور على القنوات الرياضية حتى العالمية، نظرا إلى نوع المادة الرياضية الحية والآنية والتي تحتاج إلى معالجة آنية وعادة حية للمواضيع

¹ أميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، 2005، ص 197.

الرياضية، إضافة إلى خاصية الحدث الرياضي الذي تغطي عليه سمة المشاهدة، أين تريد الجماهير الرياضية الواسعة عبر العالم مشاهدة الحدث الرياضي ذاته مباشرة دون الخوض فيما يحيط به من أصداء وكواليس وحتى تحليلات.

وتعرض بعض القنوات الرياضية المجلة الرياضية بطريقة مختلفة ومغايرة نوعا ما للمجلة الإخبارية العامة والمتعارف عليها، ومثال على ذلك تقدم باقة Bein Sport مجلتها الرياضية بعنوان حصاد الأسبوع، وهو برنامج رياضي عام تعرض فيه القناة أهم الأحداث الرياضية الأسبوعية والنتائج والأخبار، إضافة إلى تحليلات تلك النتائج والأخبار عن طريق تقارير وريبورتاجات بحضور محلي القناة الذين يضيفون الكثير على الأخبار والنتائج المسجلة عن طريق تحليلاتهم لمختلف الأحداث الأسبوعية.

د- **برامج الإبراز:** تستهدف برامج الإبراز تقديم خدمة عامة للجمهور مثل تسليط الضوء على نشاط يقوم به أفراد المجتمع... ويتيح هذا النوع من البرامج فرص للمعد لكي يبتكر برامج عالية المستوى تقترب في حرفيتها من البرامج الوثائقية، ويتطلب هذا النوع من البرامج بحوث دقيقة، وكتابة فقرات الربط التي توجه إلى التفاصيل والعمق، وتبرز الفكرة بوضوح ووجهات النظر، خاصة بشخص أو منظمة أو فكرة أو موقف أو شيء¹. يتيح هذا الشكل الإخباري المزيد من التوضيحات والتعليقات والمناقشات، إضافة إلى أنه أكثر حرية من سرد الأخبار، وأعمق في معالجته للمواضيع وهو نموذج إخباري يقع بين التغطية الخاصة للأحداث وبين النمط الوثائقي.

تعتبر برامج الإبراز أحد الأشكال الإخبارية التي تستعملها القنوات الرياضية كثيرا خاصة في نشرات أخبارها، ويكون هذا النوع من الأشكال الإخبارية هو الشكل الملائم لتغطية المنافسات الرياضية الأكثر شهرة وشعبية، كأحداث كأس العالم، الألعاب الأولمبية إلى غير ذلك، ويستهل بها دائما نشرات الأخبار نظرا لأهميتها وتكون بمثابة أحد الفصول الرئيسية للنشرة الرياضية، ويواكب معالجة هذه المضامين دائما بفتح ملف الموضوع كقول مقدم النشرة الإخبارية " نستهل نشرة الأخبار بفتح ملف كأس العالم..." ويكون الحديث عن هذه الملفات موسعا وأكثر دقة وشمولية من بقية الأخبار، ويكون أيضا بشكل مستقل على النشرة الإخبارية، أين لا يكتفي فيه المقدم بعرض النتائج المسجلة للأحداث الرياضية وإنما للأحداث التي واكبت المنافسة قبلها وبعدها، إضافة إلى الكواليس التي لا يتسنى للمشاهد اكتشافها، ناهيك أنه يرفق بتقارير

¹ حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 223.

وفيدويوات وتحليلات وعرض مختلف الآراء والانطباعات المواقبة للحدث أو للنتائج المسجلة. وقد برز هذا الشكل كثيرا على القنوات الرياضية في تغطيتها لكأس العالم قطر 2022. ويتمثل هذا الشكل الإخباري في أنه أحد أبرز الأشكال الإخبارية الحديثة والأكثر استعمالا من طرف القنوات الرياضية في معالجتها وتغطيتها للأحداث الرياضية العالمية.

هـ- البث الحي أو البث المباشر: استفاد قطاع الإعلام في مجاله المرئي من تقنية البث المباشر بعد الثورة، وأصبح اليوم بإمكان القنوات التلفزيونية الاستفادة من هذه التقنية في نشرات أخبارها، خاصة عندما يتعلق الأمر بتغطية أحداث حية وراهنة وتستحوذ على اهتمام أفراد المجتمع.

" أصبح البث المباشر ظاهرة إخبارية هامة، وأحد القوالب المهمة لنقل الأخبار في التلفزيون سواء استغل كقالب أساسي لتقديم خدمة إخبارية وآنية، أو في النشرة الإخبارية، أو حتى البرامج الإخبارية الأخرى.¹ وهو ما نلاحظه اليوم في نشرات الأخبار في القنوات الإخبارية بصفة خاصة، أين أصبحت بعض تلك القنوات تبرمج نشرات أخبار وبرامج إخبارية مباشرة أو بتقنية البث الحي مع ربط الاتصالات عبر الأقمار الاصطناعية بمراسليها عبر العالم وفي قلب الحدث وأيضا بمختصين وخبراء ينتمون إلى المكان الذي تتم فيه التغطية.

" ويمكن القول اليوم أن البث الحي جعل العمل الإخباري التلفزيوني أكثر صعوبة من جهة بما أنه يعتني بتقديم الأخبار في أقصى درجات الآنية الممكنة، ومن جهة أخرى جعلته أكثر سهولة، بما أنه يمكن الفريق الإعلامي باختزال مراحل تقنية كثيرة في معالجة المادية الإخبارية، وذلك عن طريق نقلها نقلا حيا.² وله أهمية كبيرة في عالم الإعلام اليوم في المجال الإخباري من بينها:

- يعتبر أهم تقنية تمكن القناة من تزويد المشاهدين بآخر المعلومات والأخبار المتاحة.
- البث الحي يضيف عاملي الجودة والإثارة للنشرة الإخبارية والبرنامج الإخباري عن طريق بث أشياء تختلف عن الطريقة الكلاسيكية التي يتخللها سرد الأخبار المرفقة بالصور والفيدويوات.
- يعكس امتلاك الإمكانات المادية لاستخدام البث الحي في تقديم صورة أكثر جمالا وأهمية بالنسبة للقناة التلفزيونية لدى مشاهديها، وهذا يظهر بوضوح بين القنوات التي تملك التقنية مع القنوات التي لا تملكها.

¹ سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 153.

² سليم عبد النبي، نفس المرجع السابق، ص 153.

ويظهر اعتماد هذا النوع من الأشكال الإخبارية بوضوح في المجال الرياضي والقنوات الرياضية المتخصصة، وتعد الرياضة من أبرز المجالات الإخبارية التي يتم الاعتماد فيها على النقل الحي من قلب الحدث، خاصة في المنافسات الرياضية الكبرى التي تحظى بمتابعة جماهيرية كبيرة وتغطية إعلامية أكبر، وتقوم جل القنوات العالمية الكبرى المتخصصة في المجال الرياضي بربط الاتصال أو البث الحي على الأقل في واحدة من نشراتها عندما يتعلق الأمر بمنافسة رياضية كبرى، ويتم ذلك من أجل إضافة الجودة والآنية على الموضوع المعالج وتحويل المشاهد على عين المكان ومشاهدة آخر التطورات الخاصة بالمناسبة من على أرض الملعب أو المكان الذي تعرض فيه المنافسة، بالإضافة إلى أن اعتماد هذه التقنية أيضا في المجال الرياضي يكون في قبل الحدث لمشاهدة آخر المستجدات قبل بدء المنافسة وأيضاً بعدها لأخذ الانطباعات من طرف الرياضيين، المشاهدين، المنظمين وحتى الجماهير مباشرة.

المبحث الثالث: الأخبار الرياضية على النشرة الإخبارية في القنوات الرياضية

1- مفهوم الخبر الرياضي التلفزيوني:

إن الخبر في الإعلام هو أول تماس أو التقاء بين الفرد والموضوع أو الحدث كما يكون أول لقاء تعارف، على أن يتم في هذه المرحلة تقديم كل الحثيات الخاصة بالموضوع بكثير من الإيجاز والاختصار، وبأسلوب واضح وبسيط. فالخبر في المجال الرياضي يمثل الدعامة الأساسية والعصب الذي يقوم عليه الإعلام الرياضي بصفة عامة، إلا أنه في نفس الوقت لديه إطار مفاهيمي خاص به وسمات تميزه عن الخبر في المجالات الأخرى خاصة وأنه تحول مع مرور السنوات من المجالات الترفيهية للإنسان وفي حياة المجتمع إلى أحد المحاور الأساسية في العمل الإعلامي نظرا لارتباطه بمجالات الحياة الأخرى، سواء السياسية، الاقتصادية وأيضا الاجتماعية، وعملت المرحلة الانتقالية التي مرت بها الرياضة على وضع الخبر في مكانة يوازي بها أهمية المجالات الأخرى لدى وسائل الإعلام، خاصة وأنه يحظى بشعبية ومتابعة جماهيرية عريضة من المجتمع، جعلت مساحة العمل الإخباري الرياضي تزداد وتتضاعف على وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون، هي كلها معطيات وعوامل ساهمت في رفع أسهم الخبر الرياضي في الجانب العلمي والعملية.

فالخبر الرياضي لا يقتصر على تقديم أخبار مختصرة وحسب، وإنما يأتي بالتغطية الكاملة والمعالجة العلمية الجدية للحدث الرياضي، فلا يكون خبر مجرد بل تعتمد فيه القناة على تدعيمه بآراء الخبراء والمحللين وحتى الرياضيين أنفسهم بهدف تعميق المعرفة.¹

وقد عرّف عويس وحسن عبد الرحيم الخبر الرياضي أنه " كل ما يتعلق بصالح الرياضة وكل ما يهم الجمهور الرياضي أو يترك أثرا في علاقاتهم ونشاطهم وآرائهم وأخلاقهم وسلوكهم في المجال الرياضي".² وهو مفهوم عام حول الخبر الرياضي بغض النظر عن النوع الإعلامي الذي يحمله سواء خبر رياضي في الصحافة المكتوبة، في الإذاعة أو في التلفزيون.

في حين يعرف الخبر الرياضي التلفزيوني أنه " أحد أشكال الإعلام الشفهي الذي يعتمد على الكلمة المنطوقة لإيصال معنى أو رسالة الموضوع الرياضي المعالج إلى المشاهد، وهو الخبر الذي يعتمد في تقديمه على المذيع الذي يكون إعلاميا رياضيا ومختصا فيها يلعب هذا الأخير دورا هاما في عملية إيصال

¹ عبد الوهاب زواوي، مرجع سابق، ص 76.

² خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 155.

الخبر، فالخبر الرياضي التلفزيوني لا يصل المتلقي كوجود موضوعي مستقل وإنما يصله من خلال مقدم الأخبار والقالب التقني والفني الذي تعرضه القناة سواء تقرير، روبرتاج، صور... الخ¹

ومعروف حول الأخبار والتغطية الإخبارية أن المواضيع الرياضية والقضايا الإخبارية في كثير من الأحيان لا ينتهي العمل منها بمجرد إذاعة الخبر الرياضي في النشرة الرياضية، وإنما تحتاج إلى متابعة إعلامية وتغطية مستمرة، وعادة ما تمتد هذه التغطية الإعلامية لأيام أو أسابيع مثل منافسة رياضية مغلقة ككأس العالم مثلاً، بما أن هناك دائماً الجديد الذي يضاف إلى النشرة وإلى الموضوع الإخباري، وهو ما يحتاج إلى إمكانات مادية وفنية وكفاءات إعلامية لتكون النشرة في مستوى تطلعات الجماهير الرياضية التي تنتظر معالجة القناة الرياضية لموضوع رياضي معين.

فالخبر الرياضي في النشرة الرياضية على القنوات العامة يعتمد على مفهوم " الحدث الآني the action " بينما يعتمد الخبر الرياضي في نشرة الأخبار الرياضية على القنوات التلفزيونية المتخصصة على مفهوم " العملية the process "، فالحدث الآني يهتم بتقديم أجوبة صغيرة على الجزء الصغير المرئي من الحدث وليس على السياق العام الذي جرى فيه الحدث، حيث أن مفهوم الحدث الآني الذي تتبناه التغطية الإخبارية الرياضية في معظم القنوات التلفزيونية العامة يهتم بال لحظة الراهنة فيما يهتم مفهوم العملية في القنوات الرياضية بالأخبار التفسيرية التي تحيط بالحدث وتعمل على إشباع الحاجات الإعلامية للجمهور الرياضي، وعلى توسيع اطلاعه وتعميق معرفته بالظواهر والتطورات المصاحبة للحدث وذلك ما تقدمه القنوات الرياضية المتخصصة من خلال نشرات أخبارها.²

¹ عبد الوهاب زواوي، مرجع سابق، ص 79.

² أديب خضور، الإعلام الرياضي العربي أي واقع أي بديل - نظرة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، تونس، 2000، ص 29.

2- خصائص الخبر الرياضي على نشرة الأخبار التلفزيونية:

إن الخبر الرياضي الذي يعرض على القنوات الرياضية في نشرة الأخبار يعالج بطريقة خاصة أين لا يمكننا تجزئته أو اختزاله من النهاية أو في المنتصف أو في أي نقطة منه فهو وحدة متماسكة وبناء متجانس له استهلال ومتم وخاتمة، وكاتبه يتوخى الإيجاز والوضوح، إذ ليس له سوى طريقة واحدة لكي يصل بالمعنى الذي يقصده للمشاهد فضلا عن نقاط أساسية أخرى يتوجب مراعاتها وهي:¹

■ **خلفية الحدث:** يحتاج محرر الخبر التلفزيوني إلى فهم دقيق وشامل لخلفيات الحدث الرياضي وظروفه وعناصره بحيث تتكوّن لديه صورة واضحة عنه كي يتعامل معه بمهارة تدل على تمكنه من تحليل جوانبه المختلفة.

■ **التعبير المجازي:** يفضل استخدام التعابير المجازية في كتابة الخبر الرياضي إذ أن طبيعة التلفزيون الدرامية تفضل اللجوء إلى صياغة ذهنية تنشط خيال المشاهدين مع مراعاة عدم المبالغة في ذلك وان تكون الاستعارة مفهومة ولطيفة ولا تشذ عن الذوق والروح الرياضية.

■ **الانسجام بين الخبر والصورة:** يميل المشاهد إلى الوثوق بالصورة على أن تقدم الكلمات معلومات إضافية لتلك الصورة، لذا يفضل دائما مرافقة مادة فلمية حيّة للخبر الرياضي وعدم استخدام الأرشفة إلا عند الضرورة.

■ **اختيار الموسيقى المناسبة:** اختيار الموسيقى المصاحبة للخبر وللنشرة الرياضية عموما بشكل دقيق يتلاءم مع طبيعة الحدث الرياضي الذي يتسم بإيقاعه السريع والحيوي ويتناغم مع مشاهدي الأخبار الذين تكون أغلبيتهم من الشباب.

¹ هادي عبد الله، الإعلام الرياضي التلفزيوني في العراق - البرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية أنموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، 2004، ص 41.

3- العناوين الإخبارية في نشرة الأخبار الرياضية:

يتكون الخبر في التلفزيون وفي بقية وسائل الإعلام الأخرى من أربعة أجزاء أساسية بداية من العنوان مروراً بالمقدمة، ثم العرض أو مضمون الخبر وفي الأخير تأتي الخاتمة، إلا أن كل تلك الأجزاء المكوّنة للخبر من الممكن أن تفقد أهميتها إذا لم نضع لها العنوان الصحيح الذي يعطي للخبر الأهمية والقيمة التي يستحقها. ومن هنا تكمن لنا أهمية العناوين في الخبر وفي النشرة بصفة عامة، كون العنوان هو الواجهة الرئيسية لكل خبر ومن شأنه جذب المشاهدين له كما من شأنه أن يكون سبباً في نفور المشاهدين أو عدم اهتمامهم بالخبر، وهو ذات الشأن في المجال الرياضي أين يلعب العنوان في نشرة الأخبار المحطة الأولى التي يضع عليها المشاهد تركيزه وتجعله يتابع النشرة أو الخبر. وهناك بعض التصنيفات المعتمدة للعناوين الإخبارية التي سنحاول عرضها فيما يلي:

❖ العنوان الخبري البحت (العنوان المختصر)

وهو ما يطلق عليه بعض المختصين في المجال بالعنوان المختصر "ونقصد به العنوان الذي يكون في شكل خبر مختصر وهو ما ينطبق في معناه على العنوان المختصر"¹، وهو عنوان يختصر الخبر في أقل عدد ممكن من الكلمات يجيب مباشرة على الأسئلة الخاصة بالخبر. مثل: الجزائر تقطع تأشيرة موندiales البرازيل 2014.

❖ عنوان التساؤل

وهو العنوان الذي يأخذ صيغة السؤال ومن المنطقي الإجابة عليه في نص الخبر.² مثل: الانتخابات الرئاسية للفيفا، كيف فاز بلاتير بعهدة جديدة؟

❖ العنوان الطريف أو الساخر

هو العنوان الذي يستخدم من أجل وصف ظاهرة أو واقعة غريبة وطريفة أو مثيرة مثل: قطرة تسبب في إيقاف مباراة زيوريخ ويونغ بوز في الدوري السويسري.

❖ العنوان المقارن

هو العنوان الذي يقارن بين حقيقتين أو واقعتين أو أكثر.³ مثل: الريال إلى الدور الثاني من دوري الأبطال والبرصا يتوجه نحو الدوري الأوربي.

¹ ربيع إيمان، السمات اللغوية للعناوين الصحفية، مجلة دراسات أدبية، المجلد 10، العدد 02، ماي، 2018، ص 30.

² خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 158.

³ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، نفس المرجع السابق، ص 158.

❖ العنوان التأكيدي

وهو العنوان الذي يؤكد خبر أو معلومة أو توقعات مسبقة، مثل: بلماضي يؤكد بقاءه مع الخضر حتى 2024.

❖ عنوان الجملة المكتسبة

ويأتي على شكل عبارة عن لسان المصدر الذي يكون الشخصية التي صنعت الحدث. مثل: ليبرون جايمس يصرح بأنه سيغادر لوس أنجلوس لا يكرز نهاية الموسم.

❖ العنوان الوصفي

هو العنوان الذي يتضمن وصفا للأحداث في كلمة رصينة مع بعض التفاصيل المهمة، وهو من أكثر الأنواع استخداما في الإعلام الرياضي.¹ مثل: الريال يصل برشلونة مساء وتعزيزات أمنية مشددة في المطار و الملعب.

❖ العنوان البديع

هو العنوان الذي يستخدم فيه المحسنات البديعية كالجناس والطباق والسجع. مثل: نسور قرطاج تعجز عن التحليق في رادس.

فيما هناك أنواع أخرى للعناوين الخبرية غير التي تناولناه سابقا إلا أنها تختلف عنها في التسمية ولكنها توافقها المعني. منها ما يلي:

❖ العنوان الاقتباسي

وهو ذاته عنوان الجملة المكتسبة وعادة ما يكون مقتبس من تصريح مثل: الخليفي: ميسي سيبقى في باريس ومبابي ليس للبيع.

❖ العنوان الاستفهامي أو التعجبي

وهو ما يتطابق مع عنوان التساؤل ويأتي على شكل جملة استفهامية أو تعجبية مثل: سائق المرسيديس هاملتون يعتذر من جمهور مونزا !.

❖ العنوان المثير أو الساخن

هو العنوان الذي يحمل عبارات وكلمات قوية ومثيرة حسب الحدث مثل: مورينيو ينتقد تصريحات بيولي ويطالبه بالاعتذار.

¹ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، نفس المرجع السابق، ص 159.

❖ العنوان التفسيري

هو العنوان الذي يحمل صفة الشرح والتفسير أو التوضيح مثل: البرصا تجدد عقد شافي والتتويج الأوروبي سيكون الهدف الأساسي

فيما وجب التطرق في موضوع العناوين الإخبارية في نشرة الأخبار الرياضية، أن الباحثين لم يتناولوا أنواع محددة بذاتها بالنسبة للعناوين الرياضية في التلفزيون، وما عرضناه سابقا يعتبر اجتهدا من الباحث الذي حاول اسقاط وتقريب وجهات النظر بالنسبة للعناوين الخبرية ومجالات استخدامها في المجال الرياضية التلفزيوني.

4- القوالب الفنية للأخبار الرياضية في النشرة:

إن المقصود بالقوالب الفنية للأخبار هي الأشكال الصحافية الخبرية التي يوضع فيها الخبر من قبل صاحب الخبر أو القائم بالاتصال أو حتى الوسيلة الإعلامية قبل عرضه للمشاهد أو المستمع أو القارئ، وتختلف أشكال العرض الإخباري حسب الوسيلة، نوع المادة الخبرية، الغرض من عرض الخبر والكثير من المعايير التي تحكم الكيفية التي سيتم من خلالها عرض الخبر للجمهور، ورغم أنه لا توجد اختلافات كبيرة وجذرية بين الأنواع الخبرية التي تعرض على جميع وسائل الإعلام بما أن المعايير المهنية في الأخير هي التي تحكم القالب الإخباري العام المقدم، إلا أن التلفزيون له من الخصائص والسمات التي تكفي أن يكون شكل الخبر فيه مميزا عن باقي الوسائل. فهذه القوالب الفنية تتداخل فيما بينها وتكمل بعضها البعض إلا أن كل قالب منها يتبلور كقالب منفرد يملك خصائصه وسماته التي تميزه عن بقية القوالب الخبرية الأخرى.

فالانطلاقة الفعلية للتلفزيون والفضل الكبير لما أصبح عليه اليوم يعود بنسبة كبيرة لبداياته مع العرض الإخباري، فالأخبار كانت أحد أهم الأسباب التي أوصلت التلفزيون لحجم الانتشار والضخامة التي هو عليها اليوم، وما أضافه على الخدمة الإخبارية من ميزة الجدية التي تعرفها نشرات الأخبار على التلفزيون وصولا إلى الخصائص الفنية والتقنية التي يتمتع بها جهاز التلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام والاتصال الأخرى إلى غير ذلك، وقد استفادت الخدمة التلفزيونية الإخبارية من الرياضة كأحد مجالات الحياة التي تلقى اهتماما ومتابعة من طرف حشود كبيرة من الجماهير لاسيما أن الدراسات كشفت بأن التلفزيون لا تضاهيه وسيلة إعلامية أخرى في قدرته على تغطية الأحداث بالإضافة إلى متابعتها ونقلها وتقديمها للمشاهد بعرض احترافي، وهو ما يزيد من تنوع الميزات والخصائص التي تزين الأشكال الصحافية الخبرية، وسنحاول فيما يلي عرض أبرز الأنواع والأشكال الخبرية المستخدمة في النشرة الإخبارية الرياضية على التلفزيون.

• الخبر:

يعتبر الخبر التلفزيوني صناعة إعلامية قائمة بذاتها، وهو عرض سريع للأحداث يحمل في طياته الإجابة على عناصر الحدث بشكل مختصر دون الغوص في تفاصيل أعمق للحدث ويكون ذلك في سياق زمني قصير ومقتضب لكنه كافي للإجابة عن الأسئلة الستة التي تراود الجمهور. والخبر الرياضي يعرف أنه " كل ما يتعلق بصالح الرياضة وكل ما يهم الجمهور الرياضي أو يترك أثرا في علاقاتهم ونشاطهم وآرائهم وأخلاقيهم وسلوكهم في المجال الرياضي".¹

فالأخبار الرياضية تشكل عصب المادة الإعلامية الرياضية في الإعلام الرياضي، لذلك تخصص الصحف والإذاعات والتلفزيون بتخصيص قسم كبير من الوقت للتعطية الإخبارية الرياضية، فالخبر هو أساس كل الأنواع الصحفية من تقرير وتحقيق وتحليل...، كما يشكل الخبر دعامة أساسية للأنواع الصحفية غير الإخبارية كالتعليق.²

ويعتبر الخبر الرياضي التلفزيوني واحدا من الأنواع الصحفية التي يزداد الاعتماد عليها لنقل الأحداث الرياضية وتغطية منافساتها فهو أكبر الأنواع الصحفية ظهورا وانتشارا في الإعلام الرياضي التلفزيوني. ويرى الباحثان الهادي عيسى وسليمان لاوسين أن الخبر الرياضي التلفزيوني " هو الخبر الذي يدور حول حدث محدد ويتمتع بقدر محدود من الأهمية ويخصص له وقتا محددا وفقا لما إذا كان بسيطا أو مركبا...الخبر الرياضي البسيط لا تتجاوز مدة عرضه الدقيقة أو أقل كثيرا والخبر المركب تزداد مدته نسبيا وفق بعض المعايير العملية داخل النشرة".³

• التقرير الإخباري

الصورة في التقرير الرياضي التلفزيوني هنا هي الأساس، وخاصة المتحركة منها، فالصحفي الذي يستعد لإعداد تقرير تلفزيوني عن حدث رياضي ما يجب أن يقدم صورة بصرية له، أين يذهب إلى موقع الحدث برفقة طاقم تصوير كامل، وكذا فني الصوت...، يختلف عددهم حسب ضخامة الحدث وبالتالي حسب عدد الكاميرات، المصورين...، هذا الفريق يعمل بتوجيه من الصحفي المكلف بإعداد التقرير، ومن خلال التعاون

¹ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 155.

² نيل وتابلور، في غرفة الأخبار، ترجمة حمدي عباس، الدار الدولية للنشر، القاهرة، 1990، ص 173.

³ عيسى الهادي وسليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014، ص93.

والتنسيق مع أفراد الطاقم، بدءاً من تحديد موقع الكاميرات من طرف المخرج، كما يبين النقاط التي يجب التركيز عليها، كما يبين نوع اللقطات التي يجب أخذها، والأشخاص الذين يجري معهم لقاءات، وهذا الذي يقوم به المخرج ضمن توجيهات من قيادة العمل في التلفزيون بصدد تغطية الحدث وأهمية الأمر الذي يفرض على الصحفي أن ينقل لطاقم العمل معه هذا الفهم الخاص بالحدث، ويشرح لهم أسلوب التغطية والهدف منها التحقيق الإخباري.¹ وهي رؤيا تقنية للتقرير الإخباري من الناحية العملية إضافة إلى ما تناولناه فإن التقرير الرياضي التلفزيوني لا يقتضي بالضرورة الخروج إلى التغطية والعمل الميداني، بما أن هناك مواضيع لا تقتضي التغطية الإعلامية للحدث ويكتفي فيها المكلف بإعداد التقرير العودة إلى فيديوهات الأرشفة أو المادة المتوفرة له عن الحدث الرياضي أو المادة المتوفرة من الحدث (فيديوهات خاصة بالقناة أو من قنوات أخرى).

ويكون التقرير الرياضي أكبر من ناحية المساحة الزمنية من الخبر الرياضي التلفزيوني، نظراً إلى أنه لا يكتفي بعرض الخبر فقط وإنما يلامس جميع جوانب الحدث ويربطها بالقضايا الأساسية وظروف الحدث، ما يعني أن معالجة الخبر في التقرير الإخباري تكون أوسع وأعمق من الخبر، كما يحضر فيه قدر من الذاتية لأنه يقدم المادة الإخبارية من رؤية الصحفي أو الإعلامي.

فيما هناك من يقسم التقرير التلفزيوني إلى نوعين أساسيين هما تقارير التغطية الميدانية من موقع الحدث والتقارير الخاصة بالتغطية التسجيلية من داخل الاستوديو.

• التحقيق الإخباري

التحقيق الإخباري في المجال الرياضي هو أحد الأنواع الصحفية التي تتميز باستقلالية في التعامل ويستخدم في دراسة موضوع رياضي يحظى باهتمامات الجماهير الرياضية كأن يكون حدث رياضي هام تطور محدد في قضية رياضية، مشكلة رياضية ما...، إلى غير ذلك، على تكون المعالجة في التحقيق الإخباري معالجة موسعة، شاملة وعميقة، تنفذ عن طريق العرض والشرح والتفسير والتحليل والاستنتاج إلى غاية تقديم رؤية معمقة عن الموضوع.

والأساس في التحقيق الرياضي التلفزيوني هو القيم البصرية (المادة المصورة)، ثم يأتي النص ليدعم أو يكمل بوضوح ما لم تقله المادة المصورة، وتكمن مهمة التحقيق الرياضي التلفزيوني في عدم الخوض في مادة

¹ نفس المرجع السابق، ص 100.

معقدة وغامضة جداً، وتجنب التحليلات العميقة، والبعد عن سرد الأرقام والإحصائيات، والحرص على استخدام لغة واضحة وسهلة مناسبة لجمهور التلفزيون.¹

• المقابلة الإخبارية

عرف جون كورنور المقابلة الإخبارية "أنها أسلوب أساسي من أساليب الإنتاج الوثائقي التلفزيوني أو الذي يتناقض مع أسلوب المراقبة، نظراً لكونه يتداخل بشكل واضح وعلمي، وهذا التداخل يبرز بالكلام والصورة، من خلال توجيه الأسئلة، والمتحدث غالباً ما يخاطب الصحفي أو المقدم الذي يجري المقابلة والذي تظهر صورته على الشاشة"². ومن خلال ما سبق فالمقابلة الإخبارية في المجال الرياضي هي عبارة عن لقاء بين الصحفي أو الإعلامي وبين الطرف الثاني الذي قد يكون رياضي، مدرب، مسؤول... الخ، يأخذ هذا اللقاء طابع الحوار بين الطرفين الذي يهدف إلى حصول الصحفي على أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تخص موضوع ما أو قضية رياضية معينة أو حقائق ومعلومات أو أيضاً التعرف على وجهات النظر، وتكون المقابلة الإخبارية في بعض الأحيان بطلب من الطرف الرياضي (لاعب، مدرب، مسؤول، إداري... الخ) بهدف شرح موضوع ما، أو توضيح قضية غامضة تتطلب التوضيح، تكون هذه الأخيرة في سياق ندوة صحفية يحضرها أكثر من إعلامي وأكثر من قناة.

وتعتبر المقابلة الإخبارية في المجال الرياضي وسيلة أو أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات الرياضية للعديد من الأشكال أو الفنون الصحفية الأخرى كالخبر أو التحقيق أو التعليق.³ وما نحن بصدد الحديث عنه هو المقابلة التي تجمع الإعلام بالفاعلين في المجال الرياضية بهدف الحصول إلى المعلومات والأخبار التي تتيح للقناة تقديم المادة الإخبارية الشاملة بمصادرها الواضحة والمباشرة.

وللمقابلة الإخبارية في المجال الرياضية أهمية كبيرة بما أنها تقدم إجابات حول الأسئلة التي لدى الجماهير الرياضية، وبذلك إرضاء غريزة حب الاستطلاع، كما أنها تتيح للجمهور الرياضي فرصة التقرب من الشخصيات الفاعلة في المجال الرياضي خاصة المشاهير منهم أو التي يرونها قدوة لهم، وهي أحد الأشكال الصحفية الهامة في المجال الرياضي بما أنه تجعل المشاهد يشعر بالقرب من الحدث الرياضي ومن الشخصيات الفاعلة التي يدور حولها الحدث.

¹ نفس المرجع السابق، ص 106.

² مصطفى أحمد كظيم، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية 2007، ص 278

³ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 199.

• القصة الإخبارية

ينظر الكثير من الباحثين والمختصين في المجال الإعلامي إلى القصة الإخبارية أنها أحد الأشكال المستحدثة للقوالب الفنية الصحافية، وازداد مجال استخدامها مع التطور التكنولوجي الذي شهده التلفاز بصفة خاصة، وربطه بطريقة عرض الأخبار، أين تخرج القصة الإخبارية على ذلك النمط الكلاسيكي في المعالجة الإخبارية بالإجابة على الأسئلة الستة المتعلقة بالحدث.

ورغم تشابهها الكبير مع الخبر إلا أن القصص الإخبارية تميل أكثر إلى إثارة المشاعر الإنسانية واستخدامها في الإنتاج الإخباري بعيدا عن اللغة النمطية والجمود، بما أنها تصنع قالب خاص يركز على الوصف الدقيق للحدث في إطاره الزمني والمكاني، من خلال ترتيب وقائع الحدث وفق التسلسل الكرونولوجي لها في الواقع، أو حسب الأهمية، فالزمان يمنح القصة الإخبارية طابعا الخاص بها.¹

أما القصة الإخبارية الرياضية في التلفزيون فقد أصبحت كثيرة الاستعمال خاصة في القنوات المتخصصة في الإعلام الرياضي، لكون أخبارها تتميز بأكثر عمق في المعالجة والتحليل الإخباري، وتأخذ مساحة زمنية أكثر من النشرات الإخبارية في القنوات العامة. وتعتمد القنوات الرياضية كثيرا على القصة الإخبارية خاصة في معالجة الأخبار التي تتميز بمعطيات كثيرة وعادة ما تكون أخبار مترابطة ومتسلسلة وتصل إلى حد التعقيد، ليتم تقديمها في قالب قصة إخبارية يختزل عن طريقها الخط الزمني للوقائع والأحداث وتوضع في قالب بسيط يسهل على المشاهد فهمه، ومن أبرز المواضيع الرياضية التي تشهد القصة الإخبارية نجد المواضيع المتعلقة بالأحداث الخاصة في المنافسات الرياضية الكبرى وأيضا القضايا الشائكة في الرياضة أو الأحداث المعقدة والمترابطة بقضايا كثيرة، ومن أبرز الأمثلة على ذلك المباريات الكبيرة في كرة القدم، أين تلخص القناة أحداث المباراة من صبيحة اللقاء حتى نهايته بما في ذلك موضوع الجماهير مروراً إلى دخول الملعب، ما حصل قبل اللقاء، بين الشوطين، بعد اللقاء، احتفالات وتصريحات إلى غير ذلك هي كلها معطيات يقوم صانع الخبر بترتيبها وتلخيصها وفق تسلسل زمني مشوق يلخص من خلالها كل الأحداث والوقائع التي لامست الخبر بشكل مباشر أو غير مباشر.

¹ نبيل حداد، الكتابة الصحفية، دار الكندي، عمان، 2002، ص 62.

• التعليق الإخباري

التعليق الرياضي هو نوع صحفي فكري، مستقل ومتميز، يهدف أساساً إلى تقديم رأي صريح، وواضح ومحدد ومعلن إزاء حدث رياضي هام، يقدم الأدلة والحجج والبراهين والشواهد التي تؤكد صحة هذا الرأي، محاولاً بذلك تقديم مغزى ومعنى وقائع الحدث، وإيضاح علاقته المترابطة، وسياق تطوره، وأسبابه، وتقديره بشكل متماسك عضوياً تجعله يترسخ هكذا في ذهن المستقل.¹ والتعليق الرياضي في المجال الرياضي لا نقصد به التعليق على المباريات والأحداث الرياضية، وإنما التعليق على المواضيع والقضايا الرياضية في المجال الرياضي الإخباري، " فهو يهدف إلى نقل التفكير العقلاني والمنطقي إلى مستقبل الرسالة من خلال التحليل واستعمال الأدلة...، فالتعليق الرياضي نوع صحفي مستقل له خصائصه المتميزة وله معطيات وقيم بصرية تمكنه من تحرير تعليق على أساس هذه القيم وتحقيق تناسب وتزامن دقيقين بين عناصر المادة المنطوقة والمادة المصورة."²

وقد زاد الاهتمام بهذا الشكل الصحفي الإخباري في المجال الرياضي بعد التطور الكبير في اهتمام القنوات التلفزيونية بالشأن الرياضي والطابع الجدي الذي بات يميزه، إضافة إلى اتساع الجمهور المهتم بالرياضة، ونظرته الجدية والعميقة للمواضيع والقضايا الرياضية، ناهيك عن التعقّد والتشابك الذي بات يصاحب الأحداث والظواهر الرياضية والتطورات على الساحة الرياضية، أين أصبح المشاهد يتلقى كم هائل من الأخبار الرياضية ليدخل في مرحلة يكون فيها بحاجة إلى معالجة تكون أعمق وأشمل من مجرد سرد الأخبار، كما أن التعليق يساهم في تقديم تغطية شاملة ومتنوعة للحدث الرياضي.

• البث المباشر

إن البث الحي أو النقل المباشر في نشرة الأخبار في المجال الرياضي هو أحد الأشكال الصحفية المستحدثة في العمل الإخباري بصفة عامة، لما لديه من أهمية في إضفاء الجدة والآنية على الخبر، وكذلك وضع المشاهد في قلب الحدث وجعله يعيش الحدث الرياضي صوتاً وصورة من خلال نشرة الأخبار. وتعتمد اليوم الكثير من القنوات الإخبارية ليست فقط في المجال الرياضي على استخدام تقنية النقل المباشر في نشرة الأخبار، أين يربط فيها الاتصال بمراسل أو مندوب القناة في مكان الحدث لأخذ المزيد من المعلومات الحية من مكان وقوع الحدث الرياضي أو المنافسة الرياضية.

¹ أديب خضور، الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص334.

² عيسى الهادي وسليمان لاوسين، مرجع سابق، ص 110.

والنقل الحي والمباشر للمباراة الرياضية هو النوع الصحفي التلفزيوني الرياضي الإبداعي الذي تصل فيه القدرة الإبداعية التعبيرية التلفزيونية ذروتها، ذلك أن الصوت والصورة هما الركيزتان الأساسيتان في العمل الإعلامي... فالنقل المباشر والحي يمنح القناة القدرة على تقديم صورة دقيقة وفنية لكل ما يحدث، فالصورة التلفزيونية هي وسيلة لنقل الوقائع إلى المشاهد وهي وسيلة أيضا لوصف ما يجري، وجعلت مهمته الرئيسية التعليق على ما يحدث والتحليل الفوري للتطور الذاتي للحدث.¹

5- مصادر الأخبار في النشرة الرياضية

مصادر الأخبار في النشرة الرياضية هي الأدوات التي تحصل الوسيلة الإعلامية من خلالها على مادتها الإخبارية، وهذه المصادر قد تكون شخصيات كاللاعبين والمدربين والرؤساء... الخ وقد تكون جهات معينة مثل الهيئات الرياضية أو إدارة الأندية، أو تكون أيضا وسائل إعلامية أخرى كقنوات تلفزيونية أو وكالات الأنباء أو الجرائد ومواقع الانترنت.

إن اعتماد المصادر في الإعلام الرياضي بصفة عامة لا يختلف قطعا عن ما تسير عليه الأمور في بقية المجالات الأخرى، أي أن القنوات الرياضية التلفزيونية تمتلك نفس شبكة المصادر التي تعتمد عليها بقية وسائل الإعلام، وتختلف تلك المصادر بين ما يوصف بالداخل والذي يكون خاص بالقناة في حد ذاتها وبين ما يكون خارجي أي لا ينتمي إلى القناة.

ويمكن التمييز بين عدة أنواع من المصادر منها نوعين أساسيين هما المصادر صانعة الخبر والمصادر ناقلة الخبر، كما يمكن التقسيم على أساس الوسيلة الإعلامية، فهناك مصادر داخلية أي تعمل لحساب الوسيلة ومصادر خارجية لا تعمل لحسابها²، فالصحفي أو المراسل أو أيًا كان من يزاول المهنة يسعى للحصول على كافة المعلومات والحقائق المحيطة بالحدث وحصوله على هذه المعلومات والبيانات الخاصة بالموضوع وكافة الظروف الخاصة به والشخصيات المرتبطة به وكيف تم وأين ومتى؟ وغيرها من التفاصيل تجعل المادة الرياضية لديها من المقومات والعناصر التي تجعلها صالحة للنشر أو البث.³

¹ نفس المرجع السابق، ص 109.

² جمال عبد ناموس القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 65.

³ عبير محمد الفليت، واقع الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية دراسة تحليلية ميدانية، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص 83.

ولهذا يرى إسماعيل إبراهيم أن المحرر الرياضي ولكي يؤدي مهامه على أكمل وجه لابد أن يتعامل مع مجموعة من المصادر ذات الصلة الوثيقة بالمجال الرياضي، أن تكون له علاقات طيبة مع اللاعبين والمدربين والإداريين والمشرفين على النوادي الرياضية، وحتى الحكام من الدرجات المختلفة، وأعضاء الهيئات الرياضية كاتحاد كرة القدم وأعضاء اللجان الأولمبية والخبراء وقدامى الرياضيين وأساتذة الكليات والمعاهد الرياضية.¹

وفي المقابل يعتقد فاروق أبو زيد أن عملية تكوين هذا الكم من المصادر التي يستقي منها الإعلامي الرياضي معلوماته لم تعد سهلة كما يتصور البعض، وذلك لأن مجال عمل الصحفي الرياضي صار متسع النطاق ويضم بداخله العديد من التخصصات.² لكن تبقى القاعدة الذهبية في التعامل مع المصادر والحفاظ عليها هي الاحترام المتبادل والثقة المتبادلة بين الإعلامي الرياضي والمصادر التي يعتمد عليها، لاسيما أن المجال الرياضي تكثر فيه المنافسات والصراعات.³

ومن خلال هذا فإن مصادر المجال الرياضي هي ذات المصادر والطرق التي يسير عليها العمل في التلفزيون بصفة عامة، من خلال إتباع نفس طريقة العمل في عملية اعتماد المصادر، وفيما يخص تقسيمات وتفرعات هذه المصادر فهناك العديد من التقسيمات التي تحدّد نوعية المصادر سنحاول تلخيصها في النقاط التالية:

✓ تقسيم على أساس المصدر

■ **مضامين مجهولة المصادر:** بمعنى تقديم الخبر الرياضي في التلفزيون مع عدم ذكر المصدر تحديداً الذي أتى منه الخبر كأن يقدم الخبر بعبارة: صرحت مصادر مطلعة للقناة أن الناخب الوطني بلماضي ينوي فسح عقده مع الخضر نهاية شهر جوان.

■ **مضامين محددة المصدر:** وهي التي يتم من خلالها تقديم الخبر الرياضي مع تحديد مصدره بالتعيين أي ذكر المصدر صراحة، وهي المضامين الأكثر تداولاً في الإعلام بما أنها تزيد من مصداقية القناة وكذلك اعتمادها كمصدر للمعلومات من طرف المشاهدين مثل: صرح رئيس الاتحاد الجزائري لألعاب القوى فريد بوقايس في لقاء خاص مع القناة...

¹ إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص59.

² فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1986، ص80.

³ إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، مرجع سابق، ص60.

✓ **تقسيم على أساس طبيعة المصدر:** نعني بطبيعة المصدر ما إذا كان مصدر المضامين المقدمة رسمي أم غير رسمي فالمصادر على تنوعها تكون إما معلنة وإما غير معلنة وتتمثل في:

■ المصادر الرسمية

أين يتم الحصول على المضامين الرياضية من مصدر رسمي قد يكون حكومي، أو الهيئات الرياضية المختلفة أو الناطق الرسمي باسم النوادي الرياضية إلى غير ذلك من المصادر التي تمثل الجهة التي يتحدث عنها المضمون، مثل: أعلن الاتحاد الجزائري لكرة القدم عبر بيان رسمي نشر على موقع ...

■ المصادر الغير الرسمية

وهي الاعتماد أو الحصول على المضامين الإخبارية من مصدر مأذون، مصدر مقرب، مصدر شبه رسمي، مصادر متطابقة.¹ مثل علمت القناة من مصادر مقربة من إدارة نادي باريس جان جيرمان أن ميسي سيمدد عقده مع النادي إلى غاية 2025.

ومن بين أهم التقسيمات الخاصة بمصادر الأخبار وهو التقسيم الأكثر انتشارا الذي يفرق بين المصادر كونها داخلية وخارجية.

1- المصادر الداخلية

هي المصادر الذاتية التابعة للمؤسسات الصحفية سواء كانت متواجدة داخلها كالمحررين والصحفيين والمصورين أو خارجها كالمراسلين والمندوبين، وهذا النوع من المصادر يجعل المؤسسة الإعلامية مرتبطة أكثر بالوقائع الرياضية كونها تملك شبكة مصادر ذاتية جاهزة بمتابعة الأخبار والأحداث الرياضية بشكل مستمر وأني مثل: لمزيد من التفاصيل نربط الاتصال بمراسلنا من ملعب المباراة.

2- المصادر الخارجية

هي المصادر التي تلجا لها المؤسسات الإعلامية للحصول على الأخبار والمعلومات عن مختلف الوقائع خاصة تلك التي لم تتمكن من الوصول إليها من شبكة مصادرها الداخلية، وقد تكون تلك المصادر الخارجية عبارة عن: مواقع الكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، وكالات الأنباء، وسائل الإعلام أخرى قد تكون محلية أو دولية، وعادة ما يكون الحصول على تلك المعلومات يقابله مقابل مادي أو اشتراك خاصة فيما يخص وكالات الأنباء. مثل أعلن نادي مانشستر يونايتد عبر صفحته الرسمية على تويتر فسخ عقد مهاجمه البرتغالي كريستيانو رونالدو.

¹ محمد معوض وبركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1996، ص 15.

6-القيم الإخبارية على نشرة الأخبار في القنوات الرياضية:

إن الحديث على القيم الإخبارية في المجال الرياضية هو في الحقيقة حديث عن القيم الإخبارية في المجال الإعلامي ككل والتلفزيوني بشكل خاص، انطلاقاً من أن الرياضة هي أحد المجالات الداخلة ببقية المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية إلى غير ذلك، وربما هي أكثر ممارسة ومتابعة مقارنة بمجالات أخرى يهتم بها الإعلام، ولا يمكننا فصل القيم الخبرية الخاصة بالخبر والإعلام في الرياضة عن تلك القيم الخبرية التي يُعنى بها في ممارسة الخدمة الإعلامية والإخبارية مهما كانت الوسيلة التي يتواصل من خلالها القائم بالاتصال مع المجتمع. وتعتبر القيم الإخبارية في المجال الرياضي هي ذاتها تلك القيم الخبرية في المجال الإخباري بصفة عامة مع بعض الخصوصية التي تميز الرياضة عن باقي المجالات الأخرى.^{1(*)}

❖ مفهوم القيم الإخبارية التلفزيونية:

تعتبر القيمة الخبرية أو الإخبارية الأسلوب الذي يحدد الصيغة التي يبنى بها الخبر، ويميزها عن خبر آخر ليكون ذا معالم واضحة على وسائل الإعلام، فعند تفكيك التشكيل البنائي للخبر نجده تهيكلاً نتيجة اجتماع عدة عوامل ساهمت في صياغته، لذلك تعتبر القيم الإخبارية المرتكز الأساس في العملية الإعلامية وعصب حياة الخبر، وهذه القيم هي أول ما يسأل الصحفي نفسه عندما يحصل على مادة الخبر، فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر استمر في جمع المادة الخبرية.² وينظر إلى القيم الإخبارية من عدة زوايا من طرف الباحثين في المجال ولديها العديد من التعارف المتفق عليها وعلى أسسها بالنظر إلى توافرها مع خدمة الجانب الإعلامي والقيمي لعمل الوسيلة الإعلامية والإعلامي على حد سواء.

ويعرف " ستانلي جونسون " و "جوليان هاريس" القيم الإخبارية بأنها المقياس الذي تقاس به ضخامة الحدث.³ فيما يعرف الباحث نصر الدين العياضي القيم الإخبارية أنها " مجموعة المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث

^{1*} بالنظر إلى صعوبة إيجاد مصادر ودراسات تناولت القيم الإخبارية الرياضية في مجال الإعلام المرئي فقد توجّه الباحث إلى عرض القيم الإخبارية التلفزيونية والعمل على استخلاص أبرز القيم التي تتوافق بصفة خاصة مع الرياضة كأحد المجالات الإعلامية ذات الخصوصية، خاصة فيما يخص البث التلفزيوني، مع مراعاة عاملي المجال الرياضي والتكنولوجيا التي غيرت الكثير من طريقة العمل والمعايير الخاصة بالقيم الإخبارية.

² عرفات مفتاح معيوف، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، مجلة البقاء للبحوث والدراسات، جامعة طرابلس، المجلد 17، العدد 1، 2014، ص 174.

³ هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 66.

والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم.¹

ومن خلال ما سبق من عرض مفاهيمي للقيم الإخبارية نستخلص أن هذه القيم هي بمثابة الأساس التي تُبنى عليه العملية الإخبارية ككل، ومن أجل أن يرتقي الخبر لمصاف النشر والتقديم يجب أن يحتوى على مجموعة من الصفات والمعايير التي نطلق عليه الآن تسمية القيم، فكلما توقّرت بعضها أو جميعها في حدث معين كلما اتضحت معالمه أكثر ليتحول شيئاً فشيئاً إلى خبر ومادة إعلامية تستحق النشر. ولا تختلف المعايير التي يتم من خلالها الحكم على خبر معين بالنشر في قناة تلفزيونية من عدمه عن تلك المعايير التي تحكمه في وسيلة إعلامية أخرى، بالنظر إلى توافق وسائل الإعلام والاتصال جميعها في وظائفها وأدوارها داخل المجتمع وأيضاً في أهدافها خاصة في الميدان الإخباري.

القيم الإخبارية التلفزيونية في المجال الرياضي:

■ **الجدة أو الآنية:** ويقصد بالجدة أو الحداثة أن يكون الخبر جديداً، أي أن يكون الخبر معاصراً للأحداث ومواكباً لها لحظة بلحظة، فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على حدوثه...، ويطلق البعض على هاته القيمة مسمى الفورية.. فالخبر هو ميقات اللحظة التي نعيشها الآن.²

■ **الأهمية أو المنفعة الشخصية:** ونعني بهذه النقطة أن يحمل الخبر على حجم من الأهمية التي تغطي أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع، بغض النظر عن نوع هذه المصلحة أو الأهمية مادية، اجتماعية، سياسية الخ، وهذه الأهمية قد تكون في جانبين هما:

✓ عامة بالنسبة للجمهور كله الذي يعيش في المجتمع.

✓ خاصة بفئة معينة من الجمهور.

وتأتي أهمية الخبر من اهتمام أكبر عدد من الجماهير بالخبر وحاجاتهم الشخصية من العائد منه عليهم.³ وفي المجال الرياضي يكون العائد من أهمية عرض وتقديم الأخبار والقضايا والمواضيع الرياضية هي تلبية الرغبات والحاجات الرياضية بالنسبة للجماهير العريضة التي تملك ميولات نحو الرياضة، وتكون

¹ نصر الدين العياضي، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994، ص27.

² رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص112.

³ نفس المرجع السابق، ص113.

هناك أهمية بالنسبة لكافة الجماهير في المواضيع والأخبار الرياضية المتعلق بتمثيل وطني في رياضة معينة خاصة الرياضات الجماعية الشعبية، وعلى مستوى النوادي الرياضية خاصة في كرة القدم أو رياضة معينة بالنسبة لفئة من المجتمع.

■ **التوقيت:** إن توقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة أضعاف كثيرة، وقد يحدث العكس أي أن يقلل من هذه الأهمية أو يلغيها تماما، فالتوقيت المناسب يجعل للخبر بريق ولمعان وأهمية لدى الجمهور، ويضاعف من إمكانيات نشره وجعله محط اهتمام أكثر عدد من القراء.¹ ويجد المجال الرياضي منافسة كبيرة من قبل المجال السياسي والاجتماعي، على أساس أن أهمية المواضيع السياسية الأمنية والاجتماعية عادة ما تحظى بدرجة متابعة وأهمية أكبر من المجال الرياضي، لذلك يتعامل مع الأخبار الرياضية في نشرات الأخبار بالأخص في القنوات العامة بحرص شديد من أجل منح كل خبر أهميته، وتنعكس قيمة التوقيت في المجال الرياضي في جدولة الأخبار الرياضية وترتيبها وأيضا في عرضها بما يتناسب مع المعايير التي لا تظلم الخبر الرياضي في حد ذاته، ويمكن استغلال التوقيت في إضفاء أهمية إضافية على الخبر كما حدث في ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022 التي تزامن انطلاقها مع عيد الاستقلال الجزائري في 05 جويلية والذي زاد من أهمية الخبر الرياضي في ذلك الحدث.

■ **الضخامة أو العدد والحجم:** إن ضخامة الخبر تقاس بعدد أو بحجم الجمهور الذي يهتم بهذا الخبر ويتابعه، كذلك تقاس بموقع الخبر من حيث أهمية المكان، وفي المجال الرياضي تُربط الرسالة الإعلامية دائما بحاجات الجمهور وإشباعها، وتظهر لنا قيمة الضخامة والعدد في المجال الرياضي بمدى شعبية الرياضة في حد ذاتها أو شهرة الرياضي الممارس لرياضة معينة، لذلك نجد أخبار النجوم الرياضية تحظى بمتابعة أكبر على مختلف وسائل الإعلام أو شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من رياضة لا تحظى بشعبية ومتابعة كبيرة كرياضة الكريكيت في الجزائر مثلا، كما تظهر قيمة الضخامة والعدد في الأخبار التي تتعلق بالأحداث الكروية الكبيرة ككأس العالم أو المتعلق بالمنتخبات الوطنية في الرياضة الشعبية ككرة القدم.

¹ نفس المرجع السابق، ص 113.

■ **التشويق:** الخبر المشوق مثله مثل القصة البوليسية التي تجعل القارئ يتابع فصولها ويلاحق تطوراتها وأحداثها بلهفة وشوق. فالخبر المشوق يدفع القارئ إلى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره...، والخبر المشوق له مستويين:¹

- ✓ المستوى الأول يكون الخبر مشوق يجذب القارئ لإطلاع عليه وقراءته حتى النهاية.
- ✓ المستوى الثاني يكون الخبر في حد ذاته مشوقاً، لكنه يدفع القارئ لمتابعته في الأيام التالية وذلك للوقوف على أبعاده المختلفة.

والرياضة أحد المجالات الحياتية التي لا تخلو من التشويق لحكم التنافس الموجود فيها أو الاستمرارية الموجودة في منافسة الرياضية وبين النوادي الرياضة في كل الرياضات على اختلافها سواء منافسات مغلقة (الأولمبياد، كأس العالم لكرة القدم) أو المفتوحة (بطولات رياضية سنوية ككرة القدم).

■ **الصراع:** يعتبر الصراع من الغرائز الطبيعية لدى البشر، وهناك العديد من أوجه الصراع داخل أي مجتمع، كالصراع لأجل المادة، أو الصراع في مجالات الحياة المختلفة السياسية، الاجتماعية، الثقافية الخ وحتى الصراع من أجل النجاح، فالإنسان بطبيعته يهتم بالمحيط الذي من حوله بما فيه من صراعات وسباقات بين الأفراد والجماعات والمجتمعات ووسائل الإعلام تجد هذا النوع من الصراعات مادة خصبة لاستغلالها لجلب المشاهدين وإشباع. والمجال الرياضي ومختلف الرياضات هي أحد المشاهد العالمية التي تتمتع بصراعات كثيرة ومختلفة مهما كان نوع الرياضة، فالرياضة تقوم على أساس صراع وتنافس بين فريقين أو ناديين أو رياضيين إلى غير ذلك وحتى الرياضي أو اللاعب مع ذاته ونفسه من أجل تحسين نتائجه وأرقاه وهو القيمة الحقيقية للرياضة التي أنشأت من أجلها الرياضة كعلم.

■ **المنافسة:** تعتبر ركيزة الحياة الإنسانية، والمنافسة تختلف عن الصراع لأنها تسعى للبروز والتفوق وتأكيد رغبة الإنسان في تحقيق النجاح والانتصار، ويتمثل التنافس في أخبار المباريات الرياضية المختلفة، وكذلك أخبار الامتحانات والمسابقات، وقصص النجاح المختلفة بين أقران المهنة الواحدة.² فالمنافسة أحد القيم الأساسية التي تقدم عليها الأخبار الرياضية على أساس أن الرياضة في حد ذاتها تقوم على المنافسة. بالإضافة إلى أن الجماهير والمتابعين يبحثون دائماً على نتائج المنافسة الرياضية وما آلت إليه نتائج ومحصلة الفرق والرياضيين في رياضة معينة بعد كل موعد رياضي أو جولة معينة.

¹ نفس المرجع السابق، ص 113.

² رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص 113.

- **التوقع أو النتائج:** هناك جانب هام للخبر وهو مقدار ما يثيره لدى المتلقي من تحليل وتوقع وتساؤلات بغرض الوصول إلى نتيجة.¹ وتعتبر النتائج أحد الأعمدة الأساسية التي تقوم عليها الأخبار الرياضية على اختلاف وسائل الإعلام وليس فقط في مجال الإعلام المرئي، فلكل رياضة أو تنافس رياضي أو حدث رياضي نتائج معينة، انطلاقاً من مباراة في كرة القدم إلى منافسة كبيرة في ذات الرياضة، وبالأخص أن الرياضة تقوم على نتائج التنافس الموجود بين الرياضيين والنوادي والهيئات الرياضية.
- **الغربة والطرافة:** عنصر الغربة في الخبر يشير إلى الجانب الغير مألوف في مضمون الخبر وأن يقدم الخبر عكس ما اعتاد عليه الناس، ويهتم كثير من الجماهير بمعرفة الأشياء الغريبة، والواقع أن عنصر الغربة من العناصر التي تجذب الناس إلى الخبر، والأخبار الغريبة أو الطريفة هي التي تركز على كل ما هو غريب وطريف في الحياة.² وأحياناً ما يشهد المجال الرياضي بعض الأخبار الغريبة التي تحول موضوعه إلى مادة إعلامية قابلة للمعالجة الإخبارية في نشرة الأخبار في وقت لم يكن كذلك من دون عامل الغربة الذي أضفى عليه سمة وقيمة إضافية تجذب الجماهير إليه.
- **الشهرة أو المكانة الاجتماعية:** يهتم المشاهدون والمتابعون لوسائل الإعلام على اختلافها بتلك الفئة التي تحظى بالشهرة أو الشخصيات المرموقة في المجتمع، وتتابع ما تقوم به من نشاطات وتصريحات إلى غير ذلك وتصبح حياة تلك الفئة محور اهتمام من الجماهير المتابعة لها، لذلك فأهمية الخبر بالنسبة لوسائل الإعلام تزداد بازدياد مدى أهمية وشهرة تلك الفئة في المجتمع. وهو نفس الإسقاط الذي تقاس عليه نجومية وشهرة الرياضيين بالنسبة للجماهير وشعبيتهم أيضاً في تناول أخبارهم في النشرة.
- **القرب المكاني والنفسي:** الخبر لابد أن يكون قريب من حيث الزمان والمكان، فالقارئ أو المشاهد أو المستمع لديه دوائر اهتمام جغرافية تبدأ من مكان إقامته أي القرية أو الشارع لتتسع وتشمل المدينة والمحافظة ثم الدولة ثم الدول المجاورة.³ وتعالج نشرات الأخبار الرياضية المواضيع التي ترتبط بالدرجة الأولى بالرقعة الجغرافية التي تعمل فيها القناة أين تمنح أولوية للأخبار المحلية ثم تتوسع دائرة اهتمامها لتصل إلى المستوى العالمي، من ناحية أخرى فقد أسقطت بعض القنوات الرياضية هذه القيمة بالنظر إلى نشاطها الإقليمي أو العالمي أو أجندتها الرياضية في بناء النشرة.

¹ هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص25.

² رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص123.

³ نفس المرجع السابق، ص 128.

■ **الإثارة:** هناك بعض الأخبار تتميز عن غيرها من الأخبار بعنصر الإثارة، حيث أن كثير من أخبار الجنس والفصائح السياسية أو المالية أو الاجتماعية تثير المتلقين لمتابعتها لذلك فهي تتصف بعنصر الإثارة، وتوجهت وسائل الإعلام إلى جعل أخبارها مثيرة بحيث تركّز على مخاطبة غرائز المتلقين ببرامج كثيرة عن الجرائم وقضايا الاغتصاب والجنس والفضيحة المخالفة.¹ وتتمثل الإثارة في الجانب الرياضي في المواضيع التي تثير الجماهير وتجدها خارجة عن المألوف، وتختص أكثر بالأخبار التي تعالج المواضيع البارزة في الجانب الرياضي وتحظى بمتابعة جماهيرية كبيرة.

■ **مناسبة الخبر:** تعني مناسبة الخبر هي أن تتناسب الأخبار التي ينقلها المراسل مع احتياجات الجمهور المعني ووسيلة النقل، فهناك اختلاف بين القصة التي يمكن اعتبارها ملائمة لأخبار الشاشة وتلك التي تتناسب والمصادر المطبوعة.² وتتداخل هذه القيمة في المجال الرياضي مع قيم أخرى بالنظر أن الجانب الرياضي يختلف عن بقية جوانب الإعلام الأخرى ويختص بمعالجة رياضات معينة في مناسبات مختلفة، وتكون تلك المناسبات أسبوعية أو موسمية.

¹ هيم الهيتي، مرجع سابق، ص 25.

² نفس المرجع السابق، ص 68.

الفصل السادس: الدراسة التحليلية لنشرة أخبار قناة الهداف الرياضية

المبحث الأول: تحليل شكل النشرة الرئيسية لقناة الهداف الرياضية

1. على مستوى فئة القوالب الفنية الصحفية المستخدمة في المعالجة الإخبارية
2. على مستوى طبيعة المادة الإخبارية المعتمدة في نشرة أخبار القناة
3. على مستوى زمن المعالجة الإخبارية في نشرة الأخبار
4. على مستوى اللغة المستخدمة في نشرة الأخبار
5. على مستوى العناوين الإخبارية التي اعتمدت عليها نشرة الأخبار

المبحث الثاني: تحليل مضمون النشرة الرئيسية لقناة الهداف الرياضية

1. على مستوى المواضيع الرياضية في نشرات الأخبار
2. على مستوى الألعاب والرياضيات المعالجة في نشرة أخبار
3. على مستوى المنافسات الرياضية
4. على مستوى موقع المواضيع الرياضية في نشرة أخبار القناة
5. على مستوى المصادر التي تم الاعتماد عليها
6. على مستوى الشخصيات الفاعلة
7. على مستوى الأهداف التي تصبو إليها نشرة الأخبار
8. على مستوى القيم التي تناولتها النشرة
9. على مستوى اتجاهات المعالجة الإخبارية

بعدما تناولنا في الإطار النظري الخاص بالدراسة، كل ما يحيط بالإعلام الرياضي كأحد أعمدة الخدمة الإعلامية منذ التنوع والتخصص الذي ميز العمل الإعلامي في السنوات الفارطة، وأيضاً إلى أبرز ما يميّز الخدمة الإخبارية في المجال الرياضي، والتطرق أيضاً إلى لمحة نظرية عن طبيعة البرامج الإخبارية الرياضية المعتمدة في المجال الرياضية وعلى رأسها نشرات الأخبار. سنحاول في هذا الإطار التطبيقي في الدراسة المعنونة بـ " المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة - دراسة تحليلية على قناة الهدف الرياضية." تقديم دراسة تحليلية تختص بشكل ومضمون نشرة الأخبار الرئيسية لقناة الهدف الرياضية التي تعتبر القناة الجزائرية الرياضية الوحيدة والناشطة في المجال.^{1(*)}

وكما أوردنا في جزء سابق من الدراسة فإنه تم الاعتماد على تحليل 23 عدداً من النشرة الإخبارية الرئيسية للقناة والتي تبث بداية من الساعة الثامنة ليلاً، كانت هذه الأعداد موزعة على فترة الدراسة التحليلية وهي ستة (6) أشهر: أبريل، ماي، جوان، جويلية، أوت، سبتمبر، وقد راع الباحث في هذا الجانب أسلوب الأسبوع الصناعي، آخذين بعين الاعتبار أن البرنامج أو النشرة الرئيسية تبث بشكل يومي على القناة.^{2(**)}

وبعد إتمام الإجراءات الخاصة بتحديد العينة والوقوف على مفرداتها الممثلة بأعداد نشرة الأخبار الخاصة بالتحليل، توجه الباحث مباشرة إلى عملية التحليل الخاصة بالمعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تظهر على نشرة أخبار قناة الهدف.

^{1(*)} كما تناولنا سابقاً في الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة فقد تم الاعتماد على نشرة الأخبار الرياضية الرئيسية على قناة الهدف الرياضية لاعتبارات رئيسية أهمها أن القناة محل الدراسة هي القناة الرياضية الوحيدة النشطة في المجال الرياضية في الجزائر، بالإضافة أن نشرة الأخبار الرياضية الرئيسية على القناة هي أبرز شكل وبرنامج إخباري يتناول ويعالج المواضيع الرياضية.

^{2(**)} تم التطرق إلى أسباب اختيار الفترة الزمنية في الجانب المنهجي للدراسة، والذي أوضحنا من خلاله أن هذه الفترة هي أكثر فترات الموسم الرياضي غزارة من حيث المادة الإعلامية خاصة وأنها تشهد فترة بداية الموسم والتحضيرات له من ناحية الإعدادات والانتقالات، وأيضاً فترة نهاية الموسم التي تتميز بالحماسة والإثارة على مستوى جميع الرياضة، بالإضافة إلى الفترة الصيفية التي تشهد أبرز الأحداث الرياضية العالمية.

المبحث الأول: تحليل نشرة الأخبار الرئيسية على قناة الهدف الرياضية من حيث الشكل

1- على مستوى فئة القوالب الفنية الإخبارية المستخدمة في النشرة الرياضية:

يعتبر القالب الصحفي أو الفني في نشرة الأخبار من أبرز الفئات التي تميّز بحوث الإعلام والاتصال لما تقدمه للباحثين في التعرف على الناحية الشكلية للمحتوى المراد تحليله، وهي فئة تخدم دائما الباحث وتلامس أيضا أهداف الدراسات الإعلامية على اختلاف أنواعها.

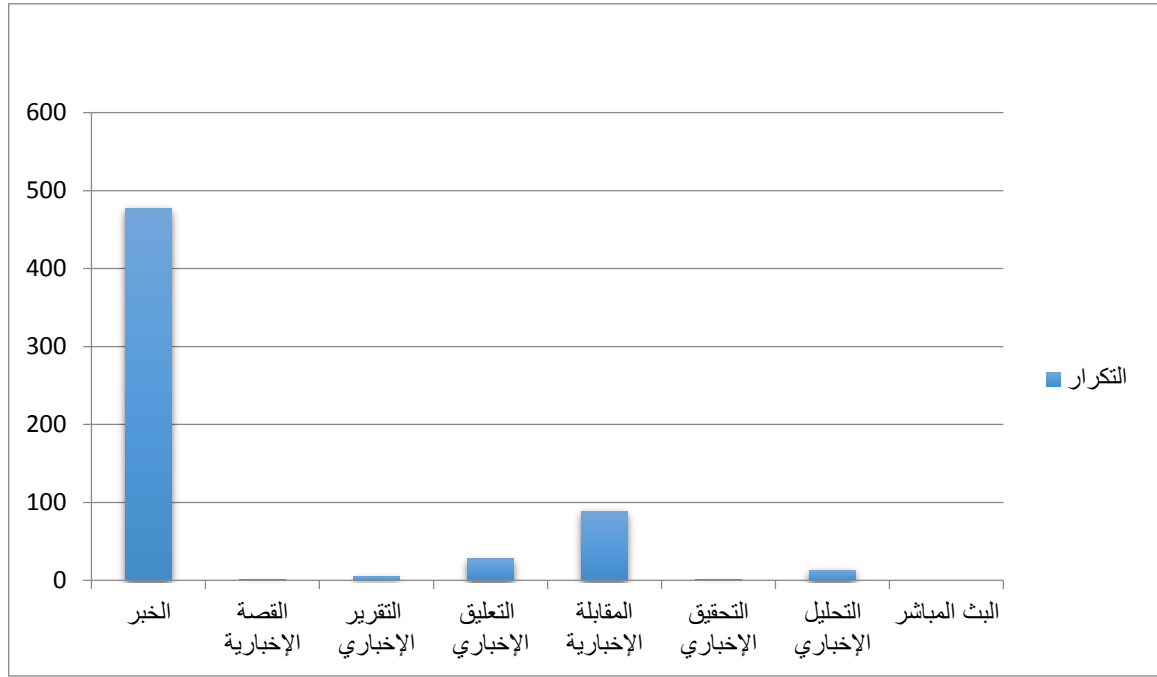
وتهدف هذه الفئة في دراستنا إلى التعرف على الشكل الصحفي أو الإخباري الأكثر استخداما في نشرة أخبار قناة الهدف، أي القالب الأكثر اعتمادا في معالجة نشرة الهدف الرياضية للمواضيع والقضايا الرياضية التي تطرحها.

ومن أجل أن تكون دراستنا أكثر دقة ووضوح في الإجابة هذا التساؤل، قام بالباحث بتقسيم فئة القوالب الفنية الإخبارية أو الصحافية إلى مجموعة من الفئات الفرعية التي تمثل بدورها أبرز القوالب الإخبارية الشائعة والمعتمدة في العمل الإعلامي الإخباري على مستوى التلفزيون ونشرات الأخبار، والتي تقدم بها القناة نشرات أخبارها، وقسمت إلى الفئات الفرعية الموضحة في الجدول أدناه:

جدول رقم(06): يمثل توزيع فئة القوالب الفنية الإخبارية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

النسبة %	التكرار	القوالب الفنية
77.69%	477	الخبر
00.16%	01	القصة الإخبارية
00.81 %	05	التقرير الإخباري
04.56%	28	التعليق الإخباري
14.50%	89	المقابلة الإخبارية
00.16%	01	التحقيق الإخباري
02.12%	13	التحليل الإخباري
00%	00	البث المباشر
100%	614	المجموع

الشكل رقم (08): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار القوالب الفنية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول السابق والرسم التوضيحي أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف لم تشهد تنوع كبير في الأشكال والفنون الصحفية المعتمدة في الإخراج الإخباري للنشرة، أين سيطر شكل الخبر التلفزيوني على بقية الأنواع الصحفية التي قدرت في مجملها بـ 614 شكلا صحفيا، وتعكس سيطرة الخبر على النشرة الرياضية للقناة الطابع الإخباري البحت الذي يتميز به البرنامج الإخباري بصفة عامة ونشرات الأخبار بصفة خاصة، وأيضا شكل النشرة الرياضية لقناة متخصصة في الرياضة. وسنعرض فيما يلي ترتيب الأشكال الصحفية المستخدمة في نشرة الأخبار من حيث الأكثر اعتمادا:

- احتل الخبر التلفزيوني صدارة القوالب الفنية المستخدمة في النشرة بتكرار قدر بـ **477** وحدة من إجمالي القوالب المعتمدة (**614**) ونسبة بلغت **77.69%** ليكون بذلك أكثر الأشكال الصحفية ظهورا في النشرة محور الدراسة.
- فيما حلّ قالب المقابلة الإخبارية في المرتبة الثانية بإجمالي تكرار وصل إلى **89** وحدة ونسبة بلغت **14.50%**.

- ويتكرر وصل إلى 28 وحدة ونسبة بلغت 04.56% احتل التعليق الإخباري المرتبة الثالثة ضمن مجموع القوالب الفنية المعتمدة في النشرة الإخبارية.
- وجاء التحليل الإخباري في المرتبة الرابعة بمجموع تكرارات بلغ 13 وحدة ونسبة 02.12% من إجمالي نسبة القوالب الإخبارية المستخدمة.
- فيما جاء التقرير الإخباري خامسا بعد الأشكال الصحفية السابق ذكرها بمجموع 5 وحدات ونسبة 00.81%.
- وقد حلّ الشكّلين الصحفيين التحقيق الإخباري والقصة الإخبارية في المرتبة السادسة مناصفة بعدما سجلا تكرار 1 ونسبة 00.16% جعلتهما يتبوعاً مؤخراً ترتيب الأشكال والقوالب الفنية المعتمدة في النشرة.
- أما بقية الأشكال الصحفية كالريبورتاج، البث المباشر، البورترى فقد سجلنا انعدامها على مستوى نشرات الأخبار محل الدراسة.

ولا شك أن سيطرة الشكل الصحفي للخبر التلفزيوني على الأشكال الصحفية المعتمدة والمستخدمه في نشرة أخبار قناة الهدف يعكس التوجه الإخباري لإخراج النشرة ونظرة القناة بصفة عامة إلى المعالجة الإخبارية، وحرص القائمين على النشرة في القيام بخدمة إخبارية تسيطر عليها الوظيفة الإخبارية على أساس أن النشرة الإخبارية هي أحد البرامج الإخبارية التي تتميز بالعرض الإخباري البحث الذي يستوجب عرض سريع ومتسلسل لأهم الأحداث الراهنة.

وإن عدنا إلى الحديث حول سيطرة الخبر التلفزيوني على النشرة الرئيسية للقناة مقارنة بباقي الأشكال الصحفية المستخدمة وبلوغه نسبة 77.69% وإجمالي تكرار 477 وحدة، فهذا تأكيد على أهمية الخبر كقالب إخباري يتم توظيفه في البرامج الإخبارية وعلى رأسها النشرات الإخبارية التي تتركز في الأساس على الخبر التلفزيوني الذي يعتبر العمود الفقري الذي تقوم عليه النشرات الإخبارية، وبغض النظر عن شكل الخبر المقدم سواء واكبته مادة فلميه ممثلة بفيديو أو صورة أو كان عبارة عن خبر تلفزيوني مقروء إلا أن احتلاله المرتبة الأولى من بين الأشكال والقوالب الصحفية المعتمدة يعتبر أمر طبيعي إن عدنا إلى طبيعة البرنامج (برنامج إخباري متمثل بنشرة أخبار) ونوع الوظيفة الإعلامية المقدمة فيه (الوظيفة الإخبارية)، على أساس أن الوظيفة الإخبارية هي أهم وظيفة إعلامية بالنسبة لوسائل الإعلام أجمع. فطبيعة الإعلام الرياضي المرئي

يتسم بالإيجاز والآنية فكل مواضيعه عبارة عن عرض نتائج مباريات أو منافسات، تحضير فريق لتظاهرة أو موعد رياضي، تنقل أندية، تصريح لاعبين ومدربين...الخ.

فالأخبار الرياضية تشكل عصب المادة الإعلامية الرياضية في الإعلام الرياضي عامة سواء الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون، هذا الأخير الذي يخصص حجم ساعي أكبر من أجل التغطية الإخبارية، فالخبر هو أساس كل الأنواع الصحفية من تقرير وتحقيق وتحليل، حتى أنه دعامة أساسية للأنواع الصحفية الغير إخبارية كالتعليق، فيرى الباحث أمين ساعتي أن الخبر هو "المادة الأساسية في أي وسيلة إعلامية وهو أساس كل مادة من المواد الإعلامية الأخرى، فلا تقرير ولا تحقيق ولا نقد ولا حديث دون خبر.¹ وهي الرؤية التي تعكس تناول واستعمال هذا الفن الصحفي ضمن جميع الفنون الصحفية أو القوالب الفنية الأخرى المستعملة والمعتمدة في وسائل الإعلام، فالخبر والخبر الرياضي هو ذات الفن الصحفي مع اختلاف المضمون بالنظر إلى تخصص الخبر الرياضي في المجال الرياضي، وهي قراءة تترجم سيطرة وحجم استعمال الخبر على نشرة القناة محل التحليل.

فمجال الإعلام الرياضي المرئي وبالأخص أخبار النشرة الرياضية تختلف عن مجالات الإعلام الأخرى بما أن هذا النوع من الإعلام الرياضي يعتمد على الآنية كأحد أبرز قيم الإعلام الرياضي، والأخبار الرياضية التلفزيونية تركز على الأحداث الرياضية التي حصلت اليوم (صباحاً أو مساءً) وحتى التي تحصل الآن مع عرض نتائجها بطريقة دقيقة وواضحة لكنها سريعة مع الغوص في التفاصيل التي واكبت أو أحاطت بالحدث بطريقة مقتضبة، أي الإجابة على الأسئلة البارزة في الخبر: من متى أين ماذا كيف لماذا؟ وهو ما لمسناه في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على نشرة أخبار القناة.

وقد تناول الباحث أديب خضور هذه النقطة في أحد مقالاته العلمية حول الإعلام الرياضي العربي لخصها في " إن معظم القنوات التلفزيونية تعتمد في التغطية الإخبارية للشأن الرياضي على مفهوم الحدث الآني **The Action** وليس مفهوم العملية **The Process** بمعنى تقديم أجوبة سريعة على الجزء الصغير المرئي من الحدث وليس على السياق العام الذي جرى فيه، حيث أن مفهوم الحدث الآني الذي تتبناه التغطية الإخبارية في معظم القنوات التلفزيونية العامة يهتم بمفهوم العملية الإخبارية التفسيرية التي تحيط بالحدث

¹ أمين ساعتي، أزمة الصحافة الرياضية الأسباب والعلاج، ط1، المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة، 1993، ص 79.

وتعمل على إشباع الحاجات الإعلامية للجمهور الرياضي وعلى توسيع إطلاعه وتعميق معرفته بالظواهر والتطورات المصاحبة للحدث وذلك ما تقدمه القنوات الرياضية المتخصصة.¹

بالإضافة إلى خصائص النشرة في حد ذاتها التي تعتبر نشرة رئيسية بالنسبة للقناة وهذا ما يستوجب إدراج ومعالجة أكبر قدر ممكن من المواضيع أو الأحداث الرياضية الراهنة من أجل تحقيق مبدأ التغطية الشاملة للقناة التي تعتبر القناة الرياضية الوحيدة المتخصصة في المجال الرياضي محليا، وعليها أن تكون على قدر ما ينتظره المشاهدون فيما يخص تغطية أهم الأحداث والمنافسات والرياضية، ما يتوافق مع قالب الخبر التلفزيوني الذي يعتبر أنسب شكل صحفي تعتمد القنوات التلفزيونية في نشرات أخبارها، خاصة فيما يتوافق بين المساحة الزمنية للنشرة مقارنة بما يسعه كل خبر في هذه النشرة.

إن الهيمنة التي سجلتها دراستنا التحليلية للخبر التلفزيوني على الأشكال الصحفية المعتمدة في النشرة الرياضية لقناة الهدف الرئيسية يعتبر في سياقه الطبيعي والعادي في مجال علوم الإعلام والاتصال لعدة اعتبارات علمية وعملية أهمها:

- الخبر التلفزيوني هو واجهة ومرآة القناة في نشرات أخبارها ومن خلاله تطرح القنوات التلفزيونية مواضيعها التي تعالجها.
- الخبر التلفزيوني يعتبر أبسط القوالب الصحفية المعتمدة في التغطية الإخبارية وفي النشرات الإخبارية على التلفزيون.
- الخبر هو أحد أهم الفنون الصحفية التي تعتمد عليها وتنتشر فيها جميع وسائل الإعلام، وكانت انطلاقا التلفزيون في رحلته التي وصل بها إلى ما عليه هو الآن يعود فيها الفضل إلى العمل الإخباري والوظيفة الإخبارية التي يقوم بها.
- الخبر التلفزيوني هو عماد أي تغطية إخبارية ناجحة بالنسبة للقنوات التلفزيونية.

وكغيره من الأشكال الصحفية والإخبارية المعتمدة في النشرات الإخبارية يتميز الخبر بمجموعة من السمات أهمها الجدة والآنية، الموضوعية، الدقة، فقد تجسد لنا الخبر التلفزيوني في النشرة الرئيسية لقناة الهدف بغض النظر عن ما يعترضه من السمات السابق ذكرها بثلاثة قوالب مختلفة تمثلت في:

¹ أديب خضور، الإعلام الرياضي العربي أي واقع أي بديل - نظرة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 04، تونس، 2000، ص 29.

📌 **ال قالب الأول:** هو الخبر الذي يقرؤه المذيع أو مقدم النشرة قراءة بسيطة من دون مادة إخبارية مصوّرة سواء صور صامتة أم فيديو، وهو أقل قالب خبري ظهوراً مقارنة بالقالبين الآخرين.¹(*)

📌 **ال قالب الثاني:** هو الخبر الذي يقرؤه المقدم والذي يكون مفروقاً بمادة إخبارية ممثلة بصورة صامتة، متنوعة بين الصور الفوتوغرافية، أو الصور الخاصة بالمنافسات الرياضية أو بالشخصيات الرياضية أو أي كان نوع الصور والتي تكون محلّ معالجة الموضوع المطروح.

📌 **ال قالب الثالث:** هو الخبر الذي يقرأه المذيع لموضوع معين ويكون مفروقاً ومدعماً بفيديو حول الموضوع الذي يريد من خلاله الإعلامي معالجته، سواء كان الفيديو يعرض مادة إعلامية حديثة تخص وتعلق بالموضوع بصفة مباشرة أم فيديوهات من الأرشيف. وهو القالب الذي يكون قريب أكثر من شكل التقرير الإخباري، بما أن مقدم النشرة يقرأ الخبر ويتناول في معظم الأحيان بعض التفاصيل المتعلقة بالخبر والتي تواكب سير الفيديو المتعلق بالموضوع.

وتتميز هذه القوالب الثلاثة لنوع الخبر التلفزيوني المعتمد في نشرة أخبار قناة الهدف بمجموعة من العناصر التي لاحظناها على مدار سيرورة العملية التحليلية لأنواع القوالب الفنية المستخدمة، ومن بين أبرز تلك المميزات:

- أن الخبر في نشرة قناة الهدف هو **خبر حركي** دائم التطور وكثير التحولات بالنظر إلى طبيعة الرياضة كنشاط تنافسي مستمر، أين أنه بعيد عن الجمود الذي تتميز به أخبار في مجالات أخرى، وكان هذا واضحاً على المواضيع التي تعالجها وتطرحها نشرة الأخبار بما أنها كانت حاضرة دائماً في عرض أبرز وأهم نتائج المنافسات والمناسبات الرياضية على رأسها كرة القدم سواء المحلية أو العالمية، وبغض النظر على الطريقة التي تعرض بها القناة آخر الأخبار والتطورات الرياضية إلا أنها تحرص على أن تطرح كل المواضيع وآخر التطورات الرياضية بطريقة حركية مع الاستعانة بمادة إخبارية مصورة وتقادي الجمود بمعالجة أخبار ساكنة من دون فيديوهات أو صور. وقد كان هذا واضحاً في معالجة أخبارها سواء تعلّق الأمر بنتائج المنافسات والمباريات أو ما يتعلق بتحضيرات الأندية والفرق تحسباً لمواعيدها الرياضية وأيضاً تصريحات الرياضيين والمسؤولين، وهو ما تسعى له القناة بأن يكون خبرها التلفزيوني حركي وثرى بالأحداث المرتبطة والمتسلسلة، ولأحظنا في كثير من الأحيان إضافة التصريحات والمقابلات على الأخبار، وهو أحد مميزات الأخبار

(*)¹ سنتطرق إلى طبيعة الخبر ومادته الخبرية بصفة عامة ونتائجها بالتفصيل في العنصر الثاني من هذا الفصل الخاص بفتة طبيعة المادة الخبرية.

الرياضية بصفة عامة بما أنها أخبار ثرية بالأحداث المترابطة والمتسلسلة والتي تحمل الكثير من الإثارة والتشويق على اعتبار عامل المنافسة التي يشهدها الشأن الرياضي بصفة عامة، هي كلها معطيات تجعل من الخبر الذي تعرضه نشرة أخبار قناة الهدف حركي إلى درجة كبيرة.

- إضافة إلى تميزه بالسرعة في عرض وتناول الأخبار وتطورها، وهي الطريقة التي تمت بها معالجة جل المادة الإعلامية والمواضيع الرياضية التي تم تناولها على مدار الفترة الزمنية الخاصة بالتحليل، لاسيما عندما يتعلق الأمر بفتح ملفات رياضية معينة، مثل ما تعرضنا إليه في أكثر من عدد أثناء عملية التحليل فيما يخص:

➤ ملف ألعاب البحر الأبيض المتوسط (فترة التحليل واكبت احتضان الجزائر لألعاب البحر الأبيض المتوسط) والتي يقوم فيها مقدم النشرة بعرض وقراءة مجموعة أخباره مستهلا كلامه بـ " وفي ملف ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022، توجّ السباح الجزائري جواد صيود بالميدالية الذهبية.....، فيما حققت الملاكمة النسوية الجزائرية انجازا ببلوغ كل من إيمان خليف إشراق شايب نهائي وزني....، وفي رياضة الكاراتي دو حقق البطل الجزائري أسامة زايد الذهب...." ويستمر الخبر ومعالجة النشرة للموضوع مرفوقا بصور حول المنافسة أو التتويجات، أو فيديوهات لتتويجات الأبطال أو تصريحاتهم التي يتم بها إثراء الخبر أين يحاول مقدم البرنامج عرض جميع الأخبار في هذا الملف بسرعة وحركة متوافقتان بالإضافة إلى التطرق دائما إلى التطور الحاصل في المنافسة مثل التذكير بعدد الميداليات الجزائرية في هذا تخصص وترتيبها العام وهو ما ظهر في ملف البحر الأبيض المتوسط بقول المذيع "...وبهذا أنهت الجزائر مشاركتها في هذه الدورة بحصيلة قياسية بلغت 53 ميدالية كاملة...أكبر حصيلة للجزائر في مشاركتها المتوسطية"، وبما أن الأمر قد يطول في هذا الشأن إن أرادت القناة التعمق والتدقيق في المنافسة وما يحصل في أغلب القاعات الرياضية، فيلجأ القائمون على النشرة إلى محاولة سرد أبرز النتائج الحاصلة بداية من المشاركة الجزائرية في الحدث ثم أبرز المنافسات المنتظرة اليوم بما في ذلك ما ينتظر التمثيل الوطني قبل عرض حصيلة وترتيب المنتخبات والميداليات في ختام معالجة هذا الملف.

➤ نفس المثال الذي نشهده عند فتح ملف البطولة الوطنية سواء فيما تعلق بنتائج الجولة أو التحضيرات للمباريات والمنافسات ويباشر المقدم حديثه " نمضي الآن إلى أحداث الجولة السادسة والعشرين من الرابطة المحترفة الأولى، أين انفرد نادي بارادو بوصافة الرابطة المحترفة الأولى بفوزه على ضيفه أولمبي المدية بنتيجة هدفين مقابل هدف، المحليين بادروا إلى التسجيل عن طريق..... مقلصا الفارق بينه وبين

المتصدر شباب بلوزداد إلى ستة نقاط." وهو خبر لم يستغرق أكثر من 30 ثانية تناول فيه المذيع نتيجة المباراة ومسجلي الأهداف وتطورات سلم الترتيب بعد الفوز والترتيب الذي بات عليه الفريقين.

➤ أيضا الملف الأوروبي. الذي يقرأ فيه المذيع أبرز الأخبار الخاصة بأقوى البطولات الأوروبية التي تحرص فيها القناة على عرض أهم وآخر الأخبار والتطورات عادة ما يصل الحجم الزمني فيها إلى دقيقتين عند تناول نتائج أبرز الأندية التي تحظى بشعبية واسعة في المحيط الرياضي الجزائري، يركز فيها مقدم النشرة على عرض أبرز نتائج المباريات، مسجلي الأهداف وأصحاب التمريرات الحاسمة، كنتناول موضوع نتائج الدوري الانجليزي في عدد 25 أوت من طرف المذيع " تمكن فريق مانشستر يونايتد من تحقيق انتصار صعب على الغريم التقليدي ليفربول بنتيجة هدفين لهدف وحيد، في ختام مباريات الجولة الثامنة من الدوري الانجليزي، الشاب سانشو افتتح مجال التهديد لليونايتد في الدقيقة.....، ليرتقي بذلك المان إلى المرتبة السابعة، فيما تجمد رصيد ليفربول في 14 نقطة."

كانت هاتين النقطتين ميزتين أساسيتين في المعالجة الإخبارية لنشرة أخبار قناة الهداف من حيث الخبر التلفزيوني الرياضي الذي تركز فيه على السرعة والحركة والتطور مع عرض أمثلة بسيطة عن طريقة معالجة مواضيعها الرياضية في قالب الخبر. وهي في ذات السياق السمات التي تحدث عنها أديب خضور والتي تميز الخبر الرياضي التلفزيوني عن الأخبار في بقية المجالات ومن بينها:

- الخبر الرياضي التلفزيوني في نشرة الأخبار يتميز بأنه يتمتع بقدر من الكثافة نصا وصورة.
- الخبر الرياضي في التلفزيوني يتميز بقدر من السرعة والتطور والإيقاع
- الخبر الرياضي التلفزيوني هو خبر حركي مصور
- يقدم الخبر الرياضي في التلفزيون جزءا محدودا مصورا من الحدث، لقطات معدودة، تفاصيل أساسية.

وقد حاولت القناة عبر نشرة أخبارها إبراز الخبر التلفزيوني كواجهة إخبارية لها في معالجتها الإخبارية للمواضيع والقضايا الرياضية التي تطرحها ما يعكس تصدره قائمة القوالب الفنية والإخبارية المستخدمة في القناة. وتتوّع القالب الإخباري لها بين الخبر الممزوج لمادة إعلامية ممثلة بصورة وبين المرفوقة بفيديو، أين يواكب المذيع أو مقدم النشرة قراءة الخبر موازاة مع صور المادة الفلمية الخاصة بالموضوع محل المعالجة.

وإن عدنا إلى المقابلة الإخبارية التي احتلت وصافة القوالب الفنية المستخدمة في نشرة الأخبار بـ 89 وحدة وبنسبة 14.50%، فهذا تأكيد على أهمية المقابلة الإخبارية كأحد القوالب الفنية المعتمدة في البرامج

الإخبارية وخاصة نشرة الأخبار في القنوات التلفزيونية، واعتماد قناة الهدف على المقابلة الإخبارية ما هو إلا سير على خطى ومنهجية العمل الإخباري في نشرات الأخبار التلفزيونية التي تكون هذه الأخيرة ثرية بالمقابلات مع أصحاب الحدث أو الفاعلين أو الممثلين الرئيسيين للموضوع، فالمقابلة على اختلاف أنواعها تعتبر أحد الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الإنتاج الإخباري خاصة وأنها تقوم على الحوار بين الإعلامي أو الصحفي وبين الشخصية، ويعتبر الحوار " أساس الحصول على المعلومة، ويتنوع الحوار من حيث هدفه إلى أنواع ثلاثة هي حوار المعلومات، وحوار الرأي وحوار الشخصية.¹ وهذا الأخير هو أكثر أنواع الحوارات أو المقابلات ظهوراً في نشرة الأخبار بما أن الأمر يتعلق بالحصول على المعلومات والأخبار من طرف الرياضيين والمدربين أو المسؤولين في الهيئات الرياضية، خاصة وأن حوار الشخصية يستهدف إلقاء الضوء على الشخصية من جوانبها المختلفة والحصول على انطباعات وآراء ومعلومات من مصدر أو مركز الحدث.

وضمن نشرة أخبار قناة الهدف كانت المقابلة أكثر القوالب الإخبارية حضوراً بعد الخبر ما يدل على أهمية وموقع هذا القالب في عملية الإنتاج الإخباري بالنسبة للنشرة الرئيسية لقناة الهدف، فيما كانت المقابلات التي بثت في النشرة جميعها مسجلة وليست مباشرة بالنظر إلى أن النشرة في حد ذاتها تُبث مسجلة، وفرضت نفسها كأحد القوالب الفنية الحاضرة في جميع النشرات وربما يفسر ذلك لعدة أسباب منها ما يلي:

- طبيعة العمل الإعلامي في المجال الرياضي الذي يختص بمعالجة المواضيع الرياضية المتنوعة بما في ذلك المنافسات والأحداث الرياضية والمباريات التي يكون ممثلوها عبارة عن رياضيين ومدربين وحتى رؤساء هيئات رياضية وإداريين وفي العادة ينظر إلى هؤلاء كنجوم بالنسبة للجماهير المتابعة، ويعتبر أخذ انطباعات هؤلاء أحد أساسيات العمل الإعلامي في المجال الرياضي، عادة ما يكون قبل المنافسة وفي معظم الأحيان بعدها، وهو شيء يشعر المشاهد بالقرب من الحدث ومن المصدر، ويضيف الكثير من المصادقية للقناة.

- طبيعة النشرة الإخبارية في حد ذاتها التي تعتبر برنامج إخباري والبرنامج الإخباري يعتمد بنسبة كبيرة على المقابلات والحوارات مع الشخصيات الفاعلة في الحدث، والجانب الرياضي يعرف الكثير والكثير من

¹ محمد معوض إبراهيم، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص 129.

الشخصيات الفاعلة من لاعبين، مدربين، إداريين، مسؤولين، جماهير وحتى إعلاميين وكل هؤلاء يرغب المشاهد والجمهور الرياضي في الإحساس بالقرب منهم، وهو ما يتم القيام به عبر أخذ تصريحاتهم وانطباعاتهم حول الحدث الرياضي أو المشاريع المستقبلية لهم، ناهيك عن رغبة أنصار الأندية والفرق في الاقتراب من نجومها وأنديتها، وتكون للنشرة الإخبارية الرياضية مهمة تقريب الحدث للجمهور.

- المقابلة تعتبر أحد الفنون الإخبارية التي تتسم بقربها من الجماهير، بما أنها تعتمد على الحديث والحوار المباشر وأخذ المعلومة مباشرة من المصدر، ليكون بإمكان أي جمهور استقاء كل ما يمكنه مشاهدته من المصدر أو نجمه مباشرة.

وإن كانت العناصر السابق ذكرها هي الأسباب التي تقف وراء كون المقابلة في وصافة القوالب الفنية المستخدمة في نشرة أخبار القناة، فإن اعتماد النشرة الرياضية للقناة على المقابلة في كثير من الأحيان في النشرة الواحدة مكنًا من تسجيل الملاحظات التالية:

■ إن اعتماد النشرة الرياضية للأهداف في معالجتها للمواضيع الرياضية على المقابلة الإخبارية بنوعين اثنين:

الأولى تكون مصدرها القناة ويقوم بها صحفيو ومراسلو القناة وظهرت في جلّ المواضيع الرياضية المحلية، أي المناسبات الرياضية أو الرياضات التي تكون داخل الوطن.

الثانية هي عبارة عن مقابلات مسجلة ومأخوذة من قنوات أجنبية تكون في أغلب الأحيان في المواضيع الرياضية الخاصة بمنافسات ورياضيات خارج الوطن، وبما أن القناة لا تملك شبكة مراسلين خارج الوطن فإنها تلجأ إلى الحصول على مثل هذه المقابلات لتغذية معالجتها لتلك المواضيع من مصادر أخرى.

■ تقدم القناة مقابلات مع الشخصيات الفاعلة في المواضيع الرياضية المحلية عن طريق التنقل إلى مكان الحدث وإجراء المقابلات الإخبارية المباشرة مع الشخصيات التي تراها مهمة وموضع دوران الحدث أو الموضوع المراد معالجته.

■ من أبرز النقاط السلبية التي تمت ملاحظتها على المقابلات الإخبارية التي عرضتها القناة في نشرات أخبارها أنها لم تنوّه بالمعلومات الشخصية للشخص المصريح أو الذي يقوم بالتصريح، وكانت كل المقابلات التي عرضتها خالية من الشريط الأفقي المعتمد في جلّ القنوات والذي يحمل في العادة التعريف بالشخصية التي تقوم بالتصريح كأن يكون على سبيل المثال شريط أسفل الشخصية عند التصريح يحمل

اسم: خير الدين زطشي رئيس الاتحاد الجزائرية لكرة القدم. ليكون المشاهد على علم بهوية المصريح ومكانته أو مهنته أو دوره في الموضوع المعالج.

■ تعتمد القناة عبر نشرة أخبارها في قالب المقابلة الإخبارية على تغذية وإثراء الأخبار التي تعالجها وعادة ما يتحوّل المذيع من الخبر الذي يقدمه إلى المقابلة الإخبارية من أجل توضيح الخبر أو تأكيده من مصادره وتوسيع دائرة الفهم والاستيعاب لدى المشاهدين.

■ تحرص النشرة على القيام بمقابلات إخبارية مع جميع الأطراف الفاعلة في الوسط الرياضي بما في ذلك: اللاعبين والرياضيين، الطواقم الفنية والإدارية للأندية والمنتخبات، الرؤساء والمسؤولين، وف بعض الأحيان الأنصار، وهي نقطة إيجابية تحسب للقناة بما أن هناك الكثير من القنوات التي تكتفي بعرض مقابلات مع الرياضيين المشهورين خاصة منهم لاعبي كرة القدم أو بعض المدربين والرؤساء.

■ تعرض القناة وتستخدم قالب المقابلة الإخبارية خاصة في المواضيع التي تشهد مشاكل أو أزمات رياضية محلية من أجل الوصول إلى المصدر الذي في العادة يكون مسؤول من أجل تدعيم الخبر الذي تقدمه وتعالج الموضوع من جوانب متعددة.

■ تقوم القناة بتغطية للمباريات الهامة في رياضة كرة القدم خاصة المحلية، أو المتعلقة بالمنتخب الوطني أو التمثيلات القارية للأندية الجزائرية وتحاول القناة عبر نشرة أخبارها عرض مقابلات مع اللاعبين أو المدربين وحتى المسؤولين قبل المباريات في سبيل تحضيرهم للقاءات الهامة أو بعد المباريات لأخذ انطباعاتهم حول اللقاء والنتيجة.

■ يحضر قالب المقابلة في جميع نشرات أخبار القناة عند معالجتها لمختلف المواضيع الرياضية ويكون حاضرا دائما عندما يتعلق الأمر بالتمثيل الوطني سواء للمنتخب الوطني لكرة القدم أو منافسات أخرى، أو الأحداث التي تشهد متابعة جماهيرية كبيرة، بالإضافة إلى معالجة أخبار النوادي الرياضية التي تملك قاعدة جماهيرية كبيرة.

■ يحضر قالب المقابلة الإخبارية في النشرة لتدعيم الخبر أو التقرير وحتى التعليق الذي تعرضه على موضوع بعينه.

وسنعرض فيما يلي بعض الأمثلة التي شهدت حضور قالب المقابلة الإخبارية في النشرة من زوايا معينة حسب الملاحظات التي قدمناها سابقا:

➤ في متابعتها لتحضيرات الأندية الجزائرية تحسبا لانطلاقة بطولة المحترف الأول تنتقل القناة في الغالب إلى أماكن تربية الأندية أو قبل تنقلاتهم لأخذ انطباعاتهم كما حصل في عدد 2022/08/17 أين

قرأ المذيع خبر تحضير فريق اتحاد بسكرة عند انهزامه في مباراة ودية وتحول بعدها إلى المقابلة التصريح الذي أخذه من المدرب وقال " انهزم اتحاد بسكرة وديا أمام جمعية الشلف بنتيجة هدف دون رد ضمن تحضيرات الفريق للموسم المقبل في لقاء جرى بخميس مليانة وسجل للشلفاوة... وعن اللقاء تحدث مدرب اتحاد بسكرة وقال..."

➤ وفي حرصها لمعالجة المواضيع التي تشهد مشاكل وأزمات رياضية تنقلت القناة إلى مقر إقامة محفوظ قرياج الرئيس السابق للرابطة الوطنية لكرة القدم لتسليط الضوء أكثر ومعرفة ما يحصل بالتحديد داخل أروقة الرابطة من مشاكل بين الأعضاء والمسؤولين وقال المذيع " ... وفي حوار خص به قناة الهدف استنكر محفوظ قرياج الرئيس السابق للرابطة الوطنية لكرة القدم ما حدث في الجمعية العامة العادية من فوضى وملاسنات وقال في الموضوع: ما حدث لا يشرف الرابطة من تصرفات سوقية قبل أن يعود المذيع ويقول رحب محفوظ قرياج بعودة الرئيس السابق للاتحادية الجزائرية محمد روراوة لرئاسة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم وقال قرياج"

➤ ومن بين المقابلات التي اعتمدتها القناة في نشرات أخبارها كانت المقابلة التي قامت بها القناة الرسمية للبطولة الإيطالية مع اللاعب الإيفواري حمد تراوري لاعب ساسولو الإيطالي عن زميله السابق وصديقه لاعب المنتخب الوطني لكرة القدم إسماعيل بن ناصر حول حياته المهنية والشخصية ومدى تعلق هذا الأخير بالأوان الوطنية وقال المذيع " نوه الدولي الإيفواري حمد تراوري بزميله السابق إسماعيل بن ناصر في حوار خص به القناة الرسمية للبطولة الإيطالية وقال...." ليتم عرض مقاطع من المقابلة الخاصة بالقناة الإيطالية والتي خصت اللاعب الجزائري إسماعيل بن ناصر.

ومن خلال ما سبق فيمكننا القول أن المقابلة الإخبارية تبقى أحد القوالب الفنية المعتمدة بشكل كبير في النشرات الإخبارية والمجال الإخباري بصفة عامة، واعتمدت قناة الهدف عبر نشرات أخبارها في تغذية المواضيع المعالجة والتي تراها بحاجة إلى مقابلة إخبارية مع أحد الشخصيات الفاعلة داخل الحدث من أجل إثراء الموضوع ومحاولة تقديم أوسع فكرة ممكنة عن الخبر، وهو ما يؤكد أن توجه القناة في معالجتها للمواضيع الرياضية يعتمد بنسبة كبيرة على المقابلات الإخبارية.

بالعودة إلى النتائج التي أظهرتها عملية تحليل فئة القوالب الفنية فيما يخص احتلال التعليق للمرتبة الثالثة بتكرار 28 وحدة وبنسبة 04.56%، فإن التعليق الإخباري لم يظهر في نشرات أخبار قناة الهدف بطريقة مستقلة أو كقالب تعليق إخباري مستقبلي عن حدث أو موضوع محدد، وإنما جاء التعليق في سياق يتماشى وما يمليه الخبر أو أهميته وخاصة تداعياته. فالتعليق هو أحد أشكال ما يسمى بصحافة الرأي، ويرى

منصف العياري أن التعليق الإخباري " هو الإعلان الصريح عن رأي وعن وجهة نظر إزاء حدث من الأحداث، ويتولّى المعلق الدفاع عن صواب رأيه، باعتماد الحجج ويمكن أن يكون المعلق صحفياً أو طرفاً خارجياً.¹

وقد حضر هذا المفهوم في نشرات أخبار القناة في شقه الخاص بتقديم الصحفي رأيه حول الموضوع، بما أن هناك نوع من الأخبار التي توصف بالمجردة قد لا تساوي شيء بالنسبة للمشاهد إذا لم يقدّم الإعلام بتغذيتها وإثرائها أو تفسيرها بآراء تعمل على إيصال وتحقيق الفهم الجيد لتفاصيل الموضوع وتداعياته، فالجمهور في بعض المواضيع الرياضية لا يكتفي بمعرفة الحدث وماذا حصل بقدر ما يريد معرفة معنى حدوثه أو ما هو تأويل حدوثه والتداعيات أو الآثار التي سيخلفها.

وقد حضر التعليق الإخباري ضمن بعض المواضيع التي عالجتها النشرة، وهي المواضيع التي يمكننا تصنيفها ثمن المواضيع الهامة بالنسبة للجمهور الرياضي، أي المواضيع التي تحظى بمتابعة قاعدة جماهيرية كبيرة، ومن أبرزها ما يلي:

- مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم فيما يخص المناسبات التي حظيت بمتابعة كثيفة للجماهير وهالة إعلامية كبيرة وكانت حولها علامات استفهام حول مستقبل المنتخب الوطني، أو مستقبل رئيس الاتحادية أو مشاركة المنتخب في العرس العالمي والمنافسات القارية.
- المشاكل والأزمات التي لازمت الاتحادية الجزائرية لكرة القدم لقرابة عام كامل بين استقالات وتكتلات داخل الاتحادية والمشاكل التي ألقت بضلالها على المنتخب الأول ونتائجه.
- التمثيلات الوطنية في مختلف الرياضات والمنافسات الإقليمية والعالمية وما حملته من إيجابيات وسلبيات على الألوان الوطنية.

• المشاكل التي تشهدها الأندية المحلية الكبيرة والتي تحظى بقاعدة جماهيرية ضخمة والتي تريد القناة توضيح بعض النقاط فيها خاصة فيما يتعلق بالحلول المستقبلية أو العقوبات المسلطة من طرف الهيئات الكورية.

هذا وقد تجسد التعليق ضمن نشرات الأخبار في شقين اثنين الأول بتبني مقدم النشرة لاتجاه معين حول القضية والثاني يقتضي بطرح تفسير وآراء مختلفة لقضية معينة قصد توضيح التداعيات الخاصة بالموضوع المطروح.

¹ منصف العياري، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 58، تونس، 2006، ص 20.

وفيما يلي بعض الأمثلة التي حملت قالب التعليق الإخباري لبعض المواضيع المعالجة في النشرة:

➤ في متابعة القناة لموضوع نهائيات كأس إفريقيا للأمم كوت إيفوار 2024 تناولت النشرة الموضوع وقال المذيع " لحساب قرعة كأس أمم إفريقيا كوت إيفوار 2023 يوم 19 أبريل في جنوب إفريقيا أين تم تقسيم المنتخبات الـ 48 المشاركة إلى 12 مجموعة من 04 منتخبات... ومن المنتظر أن تجرى جولتان من كأس أمم إفريقيا خلال شهر جوان المقبل بعدما كان مقررا 04 جولات إلا أن المنتخبات المتأهلة إلى المونديال تطالب بتأجيل ذلك من أجل السماح لها بالتحضير للمونديال... يذكر أن هناك من الأصوات من تطالب بتأجيل كان الكوت إيفوار إلى سنة 2024 خاصة وأن كوت إيفوار البلد المضيف غير جاهزة مائة بالمائة لاحتضان العرس الإفريقي في التاريخ المحدد...."

➤ فيما يخص المباراة الفاصلة للمنتخب الوطني التي كانت بين المنتخب الوطني الجزائري أمام نظيره الكاميروني لاقتطاع تأشيرة الذهاب إلى موندنال قطر حظر التعليق الإخباري في أكثر من مناسبة في هذا الموضوع ومن أبرز ما قدمته القناة في هذا الموضوع كان إثر التقرير الذي عالجت به النشرة الموضوع وقال صاحب التقرير " لا يزال عشاق المنتخب الوطني تحت الصدمة بعد إقصاء الخضر من التأهل إلى كأس العالم بقطر، إلى غاية نشر الاتحاد الجزائري لكرة القدم خبر مناقشة الطعن المقدم لها من طرف الفيفا والذي يمكن أن يسفر على نتيجة من الأربعة المحتملة.... وفي الاحتمال الرابع في حال إثبات تلقي الحكم رشوة وطرته في قضية فساد رياضي، هنا سيتم معاقبة الحكم مدى الحياة وتقصى الكاميرون مقابل تأهل الخضر على البساط، ليبقى الشعب الجزائري يتربص الواحد والعشرين من أبريل الجاري ويطلب الاتحادية الجزائرية باسترجاع الحق المهضوم ورفع العلم الجزائري في كورنيش الدوحة."

➤ أيضا موضوع غياب محرز عن أول تربص للمنتخب الوطني لكرة القدم بالجزائر تحسبا لمباراتي أوغندا وتنزانيا لحساب تصفيات كأس إفريقيا 2024، والأحاديث الكبيرة التي أثّرت حول الموضوع بين تهرب محرز من المسؤولية وتحججه بالإصابة للغياب عن التربص، وتيار آخر كان يقول أن محرز أراد الابتعاد عن الضغوطات بعد الإقصاء والكثير من الإشاعات التي أثّرت حول الموضوع علق مقدم النشرة في هذا الموضوع وقال " لن يشارك قائد الخضر رياض محرز في مبارتي تنزانيا وأوغندا... ونشر الاتحاد الجزائري لكرة القدم بيان أمسية الخميس برّر فيه غياب محرز باستلام هيئته رسالة من إدارة مانشتير سيتي فحواها أن طبيب النادي أكد عدم جاهزية قائد المنتخب عن المشاركة في اللقاءين... غير أن تقارير إعلامية كثيرة صادرة هنا وهناك أكدت أن رياض محرز طلب الإعفاء من التربص بسبب التعب والإرهاق عقب مشاركته مع السبتي في مباريات لا تعد ولا تحصى بالإضافة إلى المباريات التي خاضها

مع المنتخب الوطني، وتبقى هذه المعلومات في حاجة إلى تأكيد بما أن البيان الصادر عن الاتحادية يفيد بإصابة محرز... وبالتالي سيتجه الناخب الوطني بلماضي بنسبة كبيرة للاعتماد على نجم بيشيكتاش التركي رشيد غزال لتعويض محرز على الجهة اليمنى أو لاعب آخر، كل ذلك سيعود إلى خيارات الناخب الوطني خلال التبرص الذي سينطلق نهاية هذا الشهر يوم الـ 31 ماي...

ويمكننا تبرير ظهور التعليق بنسب منخفضة على نشرة قناة الهدف مقارنة بقالبي الخبر والمقابلة الإخبارية، بالنظر أن النشرة الإخبارية تحمل الطابع الإخباري الصرف والجدية في التعامل مع الأحداث والمواضيع الرياضية، وتعالج القناة هذه المواضيع بنوع من الموضوعية، بما أن نشرة الأخبار هي برنامج إخباري ملتزم بتقديم الخدمة الإخبارية بعيداً عن التعاليق وإبداء الآراء، إضافة إلى أن قالب التعليق الإخباري هو قالب يحضر في برامج إخبارية أخرى وبنسب كبيرة مثل برامج المجالات الإخبارية التي يكون حجمها الزمني كاف لمعالجة المواضيع بهذه الطريقة إضافة إلى تناول المجلة أنواع كثيرة ومتنوعة لمختلف المواضيع منها السياسية، الأمنية، الاجتماعية، الإنسانية، الرياضية إلى غير ذلك.

أما التحليل الإخباري الذي ظهر في 13 مناسبة في تحليل نشرة أخبار قناة الهدف وبنسبة ضئيلة لم تتجاوز 02.12%، فهذا يعكس نظرة وتوجه القناة إلى عملية معالجتها للمواضيع الرياضية في نشرة أخبارها، فلم يكن قالب التحليل الإخباري مهما في خريطة المعالجة الإخبارية التي تتبناها النشرة وهو ما يعكسه عدد ظهوره على طول 23 عدداً من النشرة التي قام الباحث بتحليلها في 13 وحدة فقط، ولعلّ ما يفسّر هذه النسبة هو انتماء أو استخدام قالب التحليل أكثر في نوع برامج أخرى كالبرامج الخاصة بالحوارات أو المجالات الإخبارية، أو الأعداد الخاصة التي ترمج من أجل مناقشة موضوع بعينه وعادة ما لا تنتمي تلك البرامج إلى النوع الإخباري، ورغم هذا فإن هناك بعض القنوات الرياضية الأجنبية ومنها العربية أيضاً من يستعين بمحللين ومختصين من أجل فتح المجال لمناقشة بعض المواضيع التي تحتاج إلى شرح أكثر وتعمق في المعالجة لإيصال الرسالة الإخبارية واضحة وسهلة الفهم بالنسبة للمشاهد، وهو ما لم يكن حاضراً في المعالجة الإخبارية لقناة الهدف للمواضيع الرياضية عبر نشرات أخبارها.

ويرى منصف العياري أن التحليل الإخباري كقالب فني ينتمي إلى ما يسمى بصحافة التفسير، التي تسعى إلى تحليل الخبر وحيثياته وتفسير مواطن اللبس فيه، ويمكن أن يحلّل الخبر صحفي من طاقم القناة التلفزيونية، أو الاستعانة بأحد المحللين المختصين لتسليط الضوء على الموضوع.¹ وقد اعتمدت القناة في

¹ منصف العياري، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، مرجع سابق، ص 22.

استخدامها لقالب التحليل الإخباري على صحفي القناة في معالجة المواضيع التي كانت تراها بحاجة إلى تحليل وتوضيح وجهات النظر وكان أغلبها تابعا لقالب الخبر التلفزيوني.

ويمكننا تفسير عدم استخدام النشرة لهذا القالب إلا في المناسبات المسجلة في التحليل لبعض الأسباب التي يمكن تلخيصها فيما يلي:

■ طبيعة النشرة الإخبارية التي تعتبر نوع برامجي إخباري صرف يهدف إلى عرض مجموعة من الأخبار المباشرة بطريقة سلسلة ومتراصة وبسيطة، بغية إيصال المعلومة أو الخبر إلى المشاهد، ولا تحتاج الأخبار التي تعالج في نشرة الأخبار إلى الكثير من التحليلات على أساس أن عملية تحليل بعض المواضيع الإخبارية هي في الأصل مهام برامج إخبارية أخرى على رأسها المجلة الإخبارية، وحتى برامج الحوار.

■ الحجم الساعي لنشرة الأخبار التي لا تتجاوز مدتها في المعتاد النصف ساعة، وهي مدة لا تكفي لعرض مواضيع مختلفة ومعالجتها بقالب التحليل الإخباري الذي يتطلب الاستعانة بمحللين ومختصين من أجل التعمق في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية وعرض أبرز معالمها وتطوراتها ونتائجها وحتى تأثيراتها وتداعياتها.

■ طبيعة الإعلام الرياضي في حد ذاته الذي يعتبر أحد المجالات الإعلامية التي تعالج المواضيع الرياضية المباشرة وهي نتائج منافسات، تحضيرات الرياضيين والمنتخبات، تصريحات إلى غير ذلك من المواضيع التي لا تحتاج في الغالب إلى عملية تسليط الضوء عليها كمواضيع تستحق التحليل والتعمق فيها.

■ تبتّ قناة الهدف الكثير من البرامج الحوارية والتحليلية التي تختص فيها بمعالجة المواضيع الرياضية التي تكون على رأس أولويات واهتمام المشاهد والجمهور الرياضي وتراها تستحق التعمق فيها وتكون مدتها أطول وتصل إلى أكثر من ساعتين في بعض البرامج كبرنامج بالمكشوف، وأيضا 100% فوت، ما يجعلها تكفي في نشرة الأخبار بعرض الأخبار الرياضية المتنوعة على أن تقوم بالغوص في حيثيات بعض المواضيع التي تراها تستحق التحليل في برامج أخرى.

ومن أبرز ما يميز ظهور قالب التحليل الإخباري على نشرات أخبار القناة ما يلي:

- يركز قالب التحليل الإخباري في القناة على الصحفي مقدم النشرة الذي يتطرق إلى تحليل بعض الأخبار وتسلط الضوء على جوانبها المختلفة في مدة لا تتجاوز الدقيقتين (2د).
- تستخدم القناة قالب التحليل الإخباري في المواضيع الهامة التي تشغل اهتمامات شريحة كبيرة من الجمهور الرياضي الجزائري، وتختص به خاصة في معالجتها للمواضيع الرياضية المحلية.

• تهدف القناة من خلال استخدام قالب التحليل الإخباري في نشرة أخبارها إلى تبسيط الموضوع وتسهيل عملية الفهم لجعل المشاهد أكثر إلماما في الموضوع.

وقد تجلّى استخدام نشرة القناة لقالب التحليل الإخباري في:

➤ موضوع عدم توجه أي شخص لرئاسة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم بسبب المشاكل المتتالية التي أصابت الفاف والرابطة الوطنية لكرة القدم وعالجت النشرة الموضوع بالاستعانة بمسؤول سابق داخل الاتحادية والرئيس السابق للرابطة الوطنية محفوظ قرياج واستهل المذيع حديثه عن الموضوع " لم يتقدم أي مترشح حتى الآن من أجل وضع ملف الترشيح لرئاسة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم، وذلك رغم فتح باب الترشيحات بداية من الجمعة 17 جوان الجاري وتواصل لجنة الترشيحات استقبال الملفات من أجل الترشيح لرئاسة الفاف إلى غاية الساعة الثامنة مساء من يوم الـ 26 من الشهر الجاري في انتظار معرفة من هي الأسماء التي ستكون في صراع وسباق خلافة شرف الدين عمارة على الاتحادية الجزائرية لكرة القدم...وفي حوار لقناة الأهداف استنكر الرئيس السابق للرابطة الوطنية لكرة القدم ما حدث في الجمعية العامة من فوضى وملاسات وقال في الموضوع....." وقد حاولت القناة تسليط الضوء على الحدث والمشاكل التي طالت الرابطة والاتحادية والتي ألفت بضلالها على الاتحاد الجزائرية لكرة القدم ومستقبلها، وأخذت انطباع ورأي مسؤول سابق في الاتحاد ورئيس الرابطة الوطنية لكرة القدم سابقا حول حقيقة ما يحدث داخل أروقة الفاف والرابطة والجوانب القانونية للموضوع، خاصة وأن قرياج عبر أنه من الغير المعقول إقصاء رؤساء الأندية من حضور فعالية الجمعيات العامة وهو أمر غير قانوني ما تسبب في مشاكل تطورت مع الوقت ووصل الأمر إلى عدم قدوم أي شخص لترأس الفاف، وقد حاولت القناة أخذ انطباع ورأي قرياج حول بعض الحلول من أجل الخروج من الأزمة.

➤ وفي ذات الموضوع الخاص بالمشاكل التي طالت الاتحادية الجزائرية لكرة القدم تناولت النشرة موضوع تدخل الوزارة في القضية وعالجت الموضوع بطرح تفاصيل أكثر وتداعيات ما قد يحصل لمستقبل الاتحادية الجزائرية والمسؤولين وقال المذيع في بداية معالجته للموضوع " أكدت مصادر مطلعة لقناة الأهداف أن وزارة الشباب والرياضة قد راسلت الاتحادية الجزائرية لكرة القدم وطالبتها بإرسال العدد الرسمي لأعضاء المكتب الفدرالي والذين قدّموا استقالاتهم مؤخرا... وهذا من أجل معرفة الخطوة المقبلة التي ستتخذ فيما يخص حلّ المكتب الفدرالي وفق للمرسوم التنفيذي الوزاري والذي يخص الجمعيات الرياضية...وأكدت مصادرنا أن رئيس الفاف المستقيل شرف الدين عمارة وبعد كل الاستقالات مؤخرا اجتمع مع الأمين العام للفاف منير دبيشي لساعات لإيجاد الحلول اللازمة من أجل الخروج من هذه الأزمة... لكن بالمقابل وفي

الشق القانوني فالوزارة الوصية هي التي ستتخذ قراراتها في هذا الخصوص على ضوء ما تنصّ عليه قوانين الهيئة المعنية."

وفيما يخص قالب التقرير الصحفي فقد كانت نسبته منخفضة وغير منتظرة أين لم يظهر إلا في 05 خمسة مناسبات وبنسبة 00.81% محتلا المرتبة الخامسة وهو مركز مجحف في حق أحد القوالب الفنية الرئيسية في المعالجة الإخبارية، ورغم أن قالب التقرير الإخباري هو أحد القوالب الإخبارية الشائعة الاستخدام في النشرات الإخبارية خاصة الرياضية منها، إلا أن القناة لم تعتمد على هذا القالب إلا في بعض المواضيع الرياضية الخاصة، وهو ما يعكس ويترجم توجه ونظرة القناة إلى المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على نشرات أخبارها التي لا تعتمد فيها على قالب التقرير الإخباري بصورة واضحة، رغم أن التقرير التلفزيوني الرياضي أحد الأشكال الصحفية التي ترتقي بالنشرة والقناة إلى مستوى آخر من الاحترافية من خلال معالجة المواضيع في تقارير متنوعة، لاسيما وأن الإعلام الرياضي أحد المجالات التي تتوافق في معالجتها مع طريقة العمل الإعلامي في التقرير، أين تقدم أبرز النتائج والأخبار والتصريحات في قالب تقرير مصور يعرض أبرز ما حصل في الحدث الرياضي من بداية المنافسة مروراً إلى أبرز ما جاء فيها إلى غاية أخذ التصريحات الخاصة بالرياضيين أو الفنيين في قالب مشوّق ومثير يجلب أنظار المشاهدين أكثر نحو الموضوع المعالج، بالإضافة إلى أنه أحد القوالب المعتمدة في جميع النشرات الإخبارية في القنوات الرياضية العربية والأجنبية.

وربما يعود عدم استخدام واعتماد القناة لقالب التقرير الإخباري في نشرات أخبارها إلى النقاط التالية:

➤ نظرة القناة إلى المعالجة الإخبارية في حد ذاتها، والتي تقوم فيها بقراءة الأخبار الرياضية موازاة مع عرض مادة إعلامية مصوّرة حول الحدث في عرض إعلامي يشبه إلى حد بعيد التقرير إلا أنه عبارة عن قراءة للخبر، والتي ربما تراها القناة الطريقة الأنسب لعرضها لإخباري وأنها ليست بحاجة إلى فصل بعض المواضيع الرياضية عن بعضها ووضعها في قالب تقرير مستقلّ، وهو ما يتطلب الكثير من الجهد والوقت في سبيل تحضير النشرة مقارنة بما تقوم به القناة في معالجتها للمواضيع الرياضية.

➤ نقص الكفاءات المهنية داخل الطاقم الإعلامي للقناة، بما أن الجميع يعلم أن العمل الإخباري والتحضير لنشرة أخبار يتطلب مجموعة كبيرة من المختصين والفنيين في المجال الإعلامي في شقيه الفني والتقني، ويتطلب هذا الكثير من الخبرة والإتقان من طرف هؤلاء، إلا أن حداثة نشأة القناة واقتارها إلى الخبرة وأيضاً الجانب المادي قد تكون كلّها أسباب تعكس طريقة معالجة القناة للمواضيع الرياضية في نشرة أخبارها.

ومن أبرز الملاحظات الممكن التنويه لها في عدد التقارير التي ظهرت على القناة ما يلي:

■ عدم ظهور المراسل في التقرير حول المواضيع التي عالجتها القناة وهو ما يجعل تلك المعالجة عبارة عن خدمة إخبارية غير مستحدثة.

■ استخدام الكثير من صور وفيديوهات الأرشيف في التقارير التي تعدّها وتعرضها النشرة، مع عدم وجود حوارات مع الشخصيات الفاعلة في الحدث.

■ تستخدم نشرة الأخبار قالب التقرير الإخباري في معالجتها لمواضيع مختلفة ومتنوعة وليست لأنها تحمل معايير أو قيم إخبارية محددة مثل معالجتها لموضوع المنتخب الوطني لكرة القدم وتداعيات قضية إقصائه في المباراة الفاصلة أمام الكامبيرون، معالجة موضوع مستقبل الاتحادية الجزائرية لكرة القدم، موضوع احتدام المنافسة في القسم الثاني. وهي مواضيع لا تحتكم لذات القيم أو الأهمية.

ومن هنا يمكننا القول أن قناة الهدف لا تعتمد على التقرير الإخباري كأحد القوالب الفنية الرئيسية في معالجتها للمواضيع الرياضية، وتكتفي بعرض وقراء إخبارية للأخبار الرياضية موازاة مع عرض صور فيديو للحدث الرياضي.

فيما كان نصيب التحقيق الإخباري والقصة الإخبارية من التحليل الشكلي لنشرة الأخبار هو ظهورهما مرة واحدة بنسبة قدرت بـ 00.16% لكليهما، ولا غرابة في هذه القراءة الإحصائية لقلبي القصة والتحقيق بما أن النشرة التلفزيونية لا تتميز بصفة عامة بظهور هذا النوع في كثير من المرات في النشرة الواحدة، بالمقابل فإن كثرة الاعتماد عليهم في المعالجة الإخبارية يعكس التطور الفني والاحترافي في المعالجة الإخبارية بالنسبة للقناة والعكس كذلك.

فقالب القصة الإخبارية كما يرى الباحث عاشور فني " ... التلفزيون الجديد يتجه إلى تغطية الحدث لا إلى شرح مجرياته.. مع الحرص على تقديم الحدث باعتباره قصة متميزة متكاملة منفصلة عما قبلها وعما يتلوها من قصص إخبارية.¹ وهو ذات الإسقاط الذي يمكننا تمثيله على التحقيق الإخباري من ناحية استغلاله وتطبيقه للارتقاء بالمعالجة الإخبارية في نشرات الأخبار القناة.

وظهرت القصة الإخبارية في نشرة أخبار القناة في:

➤ موضوع كرة القدم الأوروبية وبالتحديد انجاز المدرب البرتغالي جوزيه مورينيو مع فريقه نادي روما الإيطالي وتنتويجه بلقب دوري المؤتمر الأوروبي موسم 2022/2021 وهو اللقب الذي جعل التقني البرتغالي

¹ عاشور فني، التلفزيون الجديد وما بعد التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2013، ص55.

متوجًا بكل الألقاب الممكنة أوروبا مع الأندية وخصصت القناة قصة إخبارية لذلك منذ بدايات مورينيو التدريبية إلى غاية تتويجه الأخير واستهل المذيع حديثه عن الموضوع " بتتويجه الأوروبي الجديد أصبح القيصر جوزيه مورينيو السبب في أن قيصر أوروبا بأكملها، لا يعرف للخسارة عنوانا في طريقه لحصد الألقاب في النهائيات ولو اختلفت الفرق والتتويجات....فجوزيه مورينيو هو أول مدرب في تاريخ كرة القدم يتمكن من الفوز بالبطولات الأوروبية الثلاثة الأكبر على مستوى الأندية، وهو المتخصص في نفض غبار خزانة التتويجات عن الفرق التي دربها... فقد قاد تشليسي إلى الفوز بالدوري الانجليزي الممتاز بعد 50 سنة من الانتظار، والانتزاع للفوز بلقب رابطة أبطال أوروبا بعد 45 سنة كاملة، ليتوج مع ريال مدريد....مانشيستر يونايتد باليوروبالغ لأول مرة في تاريخ، ويختتمها في أول تتويج لفريق المدينة الخالدة الذي انتظر عشاقه 95 عاما وهو التتويج الذي جاء بعد انتصار النادي الإيطالي في النهائي على حساب نادي فينورد الهولندي.. " واختتمت القصة الإخبارية بعبارة " مورينيو يمكنك أن لا تعجبك تصريحاته ويمكنك أن تنزعج من شخصيته لكنك مجبرا على احترام تاريخه وتأثيره على كرة القدم الحديثة."

فيما ظهر التحقيق الإخباري في موضوع معالجة النشرة لقضية الاتحادية والأسباب التي كانت وراء تدهور الأمور داخل الاتحادية الجزائرية والرابطة الوطنية لكرة القدم واستهل المذيع التحقيق

➤ " رفض عضو المكتب الفدرالي عمار بهلول أي تعليق بخصوص اجتماع المكتب الفدرالي المقرر الأحد على الساعة العاشرة، بسبب تواجده في القاهرة بمهمة محافظة مباراة ربيع نهائي رابطة أبطال إفريقيا.... بينما يصر العضو الثاني المولدي عيساوي على حضور الاجتماع متحديا قرار رئيس الفاف شرف الدين عمارة رغم عقوبة الإبعاد... علما أن رئيس الاتحادية كان قد أصدر قرار بإبعاد العضوين عيساوي وبهلول واتهامهما بانتهاك قوانين الفاف بإدلاء تصريحات انتقدا فيها سياسية الفدرالية.... بعد عاصفة هوجاء هدمت أركان الاتحادية الجزائرية لكرة القدم عقب فشل المنتخب الوطني في بلوغ المونديال وما صاحبه من قبضة حديدية بين رئيس الفاف المستقيل شرف الدين عمارة وأعضاء مكتبه الذين يرفضون الرحيل ما أجعل فتيل حرب التصريحات بينهم...وحول الأسباب التي أوصلت الفاف إلى هذه الأزمة يقول..." مع أخذ تصريحات وتوضيحات في التحقيق من طرف عيساوي عضو المكتب الفيدرالي حول الأسباب التي كانت وراء القبضة الحديدية بين أطراف الفيدرالية، إضافة إلى رأي أحد الإعلاميين والمختصين في شؤون ومتابعة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم الذي أبدى رأيه قانونيا فيما يحدث من مشاكل وصراعات داخل الفاف. وواصل صاحب التقرير " لكن المعطيات قد تتغير سهرة الأحد بمواصلة شرف الدين عمارة على رأس الفاف مع تصفية مكتبه رغم أنه أقسم في أكثر من مناسبة عن أنه لن يتراجع عن

الاستقالة خاصة وأن محيطه يضغط عليه للتنحي بسبب الكابوس الذي عاشه بعد إقصاء الخضر". وأخذ التحقيق تصريح الرئيس شرف الدين عمارة حول رأيه في القضية ومستقبله في الاتحادية الجزائرية لكرة القدم، واختتم التقرير بتقديم اقتراحات حول مستقبل الاتحاد وأين ستؤول إليه الأمور خاصة بعد دخول الوزارة وزهور الأسباب الحقيقية للصراعات التي دامت طويلاً.

بالمقابل فقد أبانت الدراسة عدم اعتماد النشرة الرئيسية للهدف على البث المباشر، وهو أحد القوالب الفنية المستحدثة في الخدمة الإخبارية، ويفسر ذلك بالإمكانيات المادية للقناة بالدرجة الأولى والتي لا تسمح لها بالقيام ببث مباشر سواء في تغطيتها لموضوع رياضي على المباشر أو بربط الاتصال مع مراسليها في مواقع الحدث، وبالدرجة الثانية أن شبكة مراسلي القناة منتشرين أكثر داخل الوطن ولا تملك الهدف مراسلين دائمين خارج الوطن لتغطية المنافسات الرياضية التي تحدث هناك، إلا أن الأكيد من كل ما تناولناه أن نشرة القناة لا تضع البث المباشر كأحد القوالب التي تعتمد عليها في خدمتها الإخبارية ومعالجتها للمواضيع الرياضية التي تطرحها.

وفي ختام تناولنا لتحليل فئة القوالب الفنية الإخبارية المستخدمة في المعالجة الإخبارية لنشرات الأخبار الرئيسية لقناة الهدف يمكننا استخلاص نتيجة أن معالجة المواضيع الرياضية عبر القناة لا يعتمد على التنوع في القوالب الإخبارية المستخدمة وتعتمد القناة في المعالجة الإخبارية على القوالب الكلاسيكية المتمثلة في الخبر وبعدها المقابلة الإخبارية بنسبة أقل وهو ما تترجمه النسب العالية لهذين القالبين في التحليل الإحصائي للنشرات، فيما غابت القوالب الفنية الإخبارية المستحدثة في صورة القصة الإخبارية أو البث المباشر إلى غير ذلك وهي قوالب فنية تعكس حداثة ومدى تطور عملية المعالجة الإخبارية في قناة على حساب أخرى، ويعود ذلك إلى حداثة القناة وإمكانياتها المادية مقارنة بالقنوات الرياضية العالمية والعربية الأخرى التي تملك إمكانيات مادية كبيرة تسمح لها باستقطاب الكفاءات الصحافية وتقديم خدمة بجودة عالية من الناحيتين الفنية والتقنية.

2- على مستوى طبيعة المادة الإخبارية المعتمدة في نشرة أخبار القناة

تسعى هذه الفئة الخاصة بالجانب الشكلي من التحليل والتي اعتمدها الباحث من أجل التعرف على الصورة النهائية أو الشكل العام الذي تظهر به نشرة الأخبار الرئيسية لقناة الهدف من ناحية نوع وكيفية المادة الإعلامية المستخدمة، بما أن الصورة هي أهم جزء ومرحلة في عملية الإخراج في نوع البرامج الإخبارية وعلى رأسها نشرات الأخبار التلفزيونية. وتعتبر فئة تحليل المادة الإعلامية في دراسات تحليل المضمون في

وسائل الإعلام والاتصال من أهم الفئات التي تمنحنا إجابات دقيقة حول سؤال كيف قيل؟ وتناول يوسف تمار هذه الفئة واعتبرها " الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية "¹ أي الصورة النهائية التي ستقدم بها نشرة الأخبار أو التي تعالج بها مواضيعها المقدمة، ويرى دائما يوسف تمار أن لهذه الفئة أهمية كبيرة في التأثير على المتلقي من ناحية جذبه إلى المضمون خاصة وإن المادة الإعلامية التي تنتهي إليها الأخبار وتكون في مستوى ما ينتظره المشاهد ستكون أولى بمتابعتها من المواد التي لا تكون بذات المستوى. وهذه الفئة تقسم في دراسات تحليل مضمون المواد الإعلامية إلى عدة أنواع أو فروع بين الخاصة بالصورة وبين الخاصة بالصوت.

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على فئة طبيعة المادة الإعلامية في جانبها الخاص بالصورة بصفة عامة سواء كانت صور جامدة، صور متحركة أم صور فلمية وكيفية استخدامها في عملية المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تعرضها نشرة الأخبار، فالصورة بغض النظر على نوعها هي العمود الأساسي التي ترتكز عليه الخدمة التلفزيونية " فالخطاب الإعلامي التلفزيوني يتسم بعلاقة مشتركة تجمع بين اللفظي والبصري، هذه العلاقة تتصف بالمفارقة بين الكلمة المتقلبة المعاني والمتجددة مع كل سياق والضرورة إلى الصورة التي تستطيع أن تتفرد بقدرتها التعبيرية.² بالمقابل يرى الدليمي أن النص المنطوق المصاحب للخبر المصور يمكن استغلاله بحسب ما تريد الجهة الناقلة للصورة تحقيقه من مصالح...فيظل الخبر المصور رهين تكامل واتفاق مضمون النص ومضمون المادة الإخبارية المصورة.³

ولهذه الأسباب قام الباحث بالاعتماد على عنصر المادة الإعلامية للكشف عن نوع المادة المستخدمة في النشرة وفي معالجة المواضيع، كما ستوضح لنا أيضا طبيعة المادة المستخدمة سواء كانت صورا جامدة أم متحركة. أين تم تقسيم هذه الفئة إلى ثلاثة فئات رئيسية هي مادة إعلامية مرفقة بصور، مادة إعلامية مرفقة بفيديو، مادة إعلامية فقط (من دون فيديو أو صورة) كما قسمت فئتي الصور والفيديوهات إلى فئات فرعية ثانوية للوصول إلى نتائج دقيقة حول نوع الصور والفيديوهات المدرجة والمستخدم في المعالجة الإخبارية.

¹ يوسف تمار، مرجع سابق، ص 056.

² حسين الأنصاري، الخطاب المرئي والتفاعلية مع التحولات العربية الراهنة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2013، ص 72.

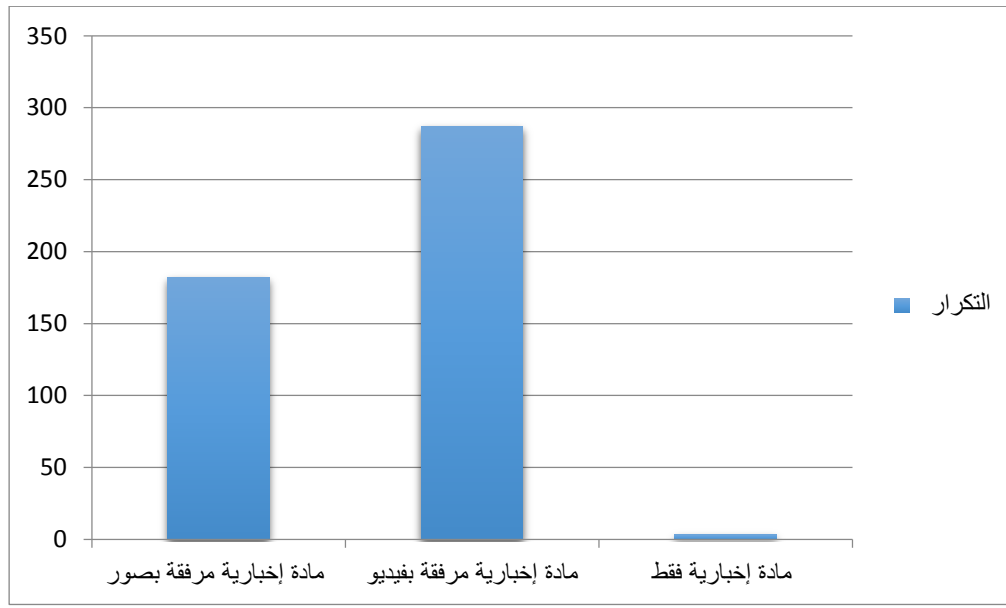
³ عبد الرزاق الدليمي، الأخبار التلفزيونية المستقبلية بين المصادقية وأخلاقيات المهنة، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، جامعة المسيلة، المجلد 02، العدد 03، 2021، ص 19.

وفيما يلي عرض تفصيلي لما انتهت عليه عملية تحليل فئة طبيعة المادة الإعلامية المستخدمة في المعالجة الإخبارية لنشرة أخبار قناة الهدف.

جدول رقم (07): يمثل توزيع فئة طبيعة المادة الخبرية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

النسبة %	التكرار	طبيعة المادة الخبرية
35.97 %	182	مادة إخبارية مرفقة بصورة
56.72 %	287	مادة إخبارية مرفقة بفيديو
07.31 %	37	مادة إخبارية فقط
100 %	506	المجموع

الشكل رقم (09): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار المادة الخبرية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال هذا الجدول والرسم الموضح أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف شهدت تنوع كبير من حيث طبيعة ونوع المادة الخبرية المستخدمة في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تناولتها، أين كان جل اعتماد النشرة على نوع المضمون الإعلامي الذي يمزج بين المادة الخبرية المرفقة بفيديو، وأيضاً التي تمزج بين المادة الإخبارية المرفقة بالصورة، وهما الفتتان اللتان سيطرتا على معالجتها

الإخبارية فيما كانت فئة المادة الخبرية التي تخلو من الصور والفيديوهات هي الأقل ظهوراً في عملية التحليل، ويعبر استحواذ فئتي المادة الخبرية المدعمة بصور أو فيديو على اعتماد القناة النشرة على تناول ومعالجة مواضيعها الرياضية التي تتميز بالطابع الحركي والتشويقي التنافسي عن طريق عرض إخباري مدعوم بالصورة أو الفيديو والابتعاد عن تقديم الأخبار الجافة.

وسنعرض فيما يلي القراءة الإحصائية التي أفرزتها عملية التحليل فيما يخص فئة طبيعة المادة الخبرية المعتمدة في النشرة:

- احتلت طبيعة المادة الخبرية المرفقة بفيديو صدارة أنواع المادة المستخدمة في معالجة مواضيع النشرة بتكرار **287** وحدة وموضوع تمت معالجتها باستخدام المادة المرفقة بفيديو وبنسبة بلغت الـ **56.72%**، لتتبع صدارة فئة طبيعة المادة الخبرية المستخدمة في المعالجة.
- وجاءت المادة الخبرية المرفقة بصورة في المركز الثاني خلف سابقتها بتكرار **182** وحدة وبنسبة وصلت **35.97%** من إجمالي المواضيع التي تمت معالجتها في النشرة
- فيما كانت فئة المادة الخبرية التي كانت من دون صورة أو فيديو في مؤخرة التحليل بتكرار **37** وحدة وبنسبة **7.31%** فقط من النسبة العامة لطبيعة المادة الخبرية.

إن الاكتساح الذي كشفت عنه الدراسة التحليلية لفئتي المادة الإخبارية المدعمة أو المرفقة بصور أو فيديو في طريقة معالجة القناة لمواضيعها الرياضية في نشرة الأخبار جاء ليؤكد أهمية الصورة الإخبارية بصفة عامة سواء كانت ثابتة أم فيلمية في البرامج والعمل الإخباري بصفة خاصة وفي المجال الإعلامي بصفة عامة، على أساس أن الصورة هي وسيلة اتصال بالغة الأهمية والقوة بالنظر إلى ما تستطيع إيصاله للمتلقى، ويتميز العمل الإخباري في مجال الإعلام باستخدام الصورة كأحد الأعمدة الأساسية التي تقوم عليه العملية الإخبارية والمعتمدة في جميع وسائل الإعلام خاصة المرئية منها وخاصة في مجال الأخبار، وما بلوغ المادة الخبرية المدعمة بفيديو أو صورة نسبة **92.69%** من مجمل المادة التي ظهرت في التحليل واستخدمتها القناة في تناول المواضيع الرياضية إلا تأكيد على سيرها على خطة المعالجة الإعلامية الحديثة التي تركز على الصورة أكثر من الكلام المنطوق.

"فالإعلام بالصورة يضيف الجاذبية على الأخبار ويساعد على عدم نفور المشاهدين حتى من أخبار أمس، فالصورة المتحركة لغة عالمية تفهمها كل الشعوب، ويميل المشاهد إلى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمات، فالصوت والصورة تستحثان الخيال بدرجة أقوى مما يمكن أن يستحثه الصوت وحده".¹

وقد جاءت سيطرة فئتي المادة الإعلامية المرفقة بصورة أو فيديو على طبيعة المادة الإخبارية المستخدمة في المعالجة الإخبارية للنشرة لعدة اعتبارات علمية ومهنية أبرزها:

■ التلفزيون كما هو معروف فرجة بعدما منحته الصورة إمكانية أن يكون أقرب بكثير من الشكل الشفهي وأكثر مباشرة في الاتصال، لاسيما مع ما تتميز به من تأثير يفوق المواد المسموعة والمطبوعة.²

ويعتمد في مخاطبته للجماهير على الصورة والصوت، الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة في صورة جذابة مبسطة، وهو ما يؤكد أن التلفزيون والخدمة التلفزيونية تركز بالأساس على الصورة المعروضة على الشاشة وما تقدمه من مميزات وخصائص تجعل التلفزيون يفوق وسائل الإعلام الأخرى في عمليات الجذب والاستحواذ على الجماهير، وهو ما يترجم اعتماد القناة الكبير على الصورة في معالجتها للمواضيع في نشرة أخبارها بما أن الصورة المرتكز الأول والأساسي للتلفزيون كوسيلة إعلامية.

■ الدور الكبير الذي تلعبه الصورة في عملية الإعلام التلفزيوني والبرامج الإخبارية فالإعلام والعمل الإخباري بالتحديد بواسطة الصورة يضيف جاذبية لا مثيل لها على الأخبار ويساعد على عدم نفور المشاهدين من الأخبار، فالصورة التي ترافق الخبر التلفزيوني هي التي تجعل الأخبار جديرة بالعرض التلفزيوني. وكما يرى الحديدي أن " بدون الصورة التي تسجل الحدث الإخباري في نشرات أخبار التلفزيون لا تكون الأخبار جديرة بالعرض في التلفزيون وأولى أن تذاع في نشرات الراديو الإخبارية".³ كما يرى أندرو بويد وآخرون أن " الصورة ليست مجرد زخرفة للأخبار، وإنما جزء من القصة".⁴

■ تركز المعالجة الإخبارية على نشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية بنسبة كبيرة على تغطية الحدث تغطية كاملة بالصوت والصورة، لاسيما عندما يتعلق الأمر بالجانب الرياضي بما أن المباريات والأحداث الرياضية تحتاج إلى الصورة الموثقة المتحركة أو الثابتة بما أنها الأنسب في معالجة هذا النوع من الإعلام،

¹ محمد معوض إبراهيم، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 66.

² عبد الرزاق الدليمي، *عولمة التلفزيون*، ط1، دار جرير، عمان، 2005، ص23.

³ محمد معوض إبراهيم، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 66.

⁴ Andrew Boyd Peter Stewart Ray Alexander, **Electronic Journalism : Technique on radio and Television News**, Routledge, UK, 2008, P 111.

فتغطية المباريات مثلاً تحتاج إلى تصوير الحثيات والتفاصيل كالمحاولات والأهداف والتصريحات إلى غير ذلك، ما يشعر المشاهد بالتواجد ضمن الحدث وإطلاعه على كامل حثياته. انطلاقاً مما تناوله الباحث آن هولفيلد وآخرون " للصور أهمية كبيرة في التلفزيون فهي تُستخدم في الخدمات الإخبارية التلفزيونية لتزويد الجمهور بالمعلومات الكاملة والإحساس بالتغطية الكاملة للأحداث.¹ وهو ما يجعل القناة تقوم على اعتماد شبه كلي في معالجتها للمواضيع الرياضية على الصورة الثابتة أو الفلمية.

■ أهمية الصورة الإخبارية بشكل عام في البرامج الإخبارية في التلفزيون فهي العنصر الأساسي في بنية الخدمة الإخبارية في التلفزيون، بما أنها نجحت في تحويل التلفزيون إلى وسيلة إعلامية أرقى وأفضل من باقي وسائل الإعلام الأخرى حيث تقوم على مزج الصوت والصورة في قالب تلفزيوني جذاب ومشوق. وهو ما نراه في مجال الإعلام الرياضي اليوم أين تقدم الأخبار الخاصة بالرياضة والتي تمتاز بالتنافس والإثارة والتشويق في قالب يركز على الصورة وطريقة امتزاجها بالقراءة الإخبارية التلفزيونية لتُقدم للمشاهد في طبق يجذبه إلى متابعة المواضيع الرياضية على التلفزيون كوسيلة إعلامية متكاملة تقوم على العرض بدلاً من وسائل الإعلام الأخرى.

وقد تجلّى لنا اعتماد القناة الكبير في معالجتها للمواضيع الرياضية على نشرات أخبارها على المادة الإخبارية المرفقة بفيديو من خلال مجموعة من الأخبار والمواضيع التي تتناولها في النشرة والتي يمكننا تلخيصها فيما يلي:

📌 تغطية الأخبار الخاصة بالرياضة المحلية:

تتمكن القناة بفضل إمكانياتها من تغطية الأحداث الرياضية المحلية وعلى رأسها بطولة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم أين تقوم بعرض فيديوهات لحوصلة مباريات البطولة مع التفصيل في أحداث المباريات حول ما حصل بداية من دخول الأنصار إلى من سجل للأهداف، تصريحات اللاعبين والمدربين، وأيضاً يظهر ذلك في تحضيرات تلك الفرق لمبارياتها في البطولة من خلال تنقل مراسلي القناة إلى مقر تدريبات الأندية وتقوم بتغطية تدريبات تلك الفرق وجديد تحضيراتها لمباريات البطولة. كما تغطي القناة أيضاً في نشرة أخبارها بقية الرياضات المحلية التي تتمكن من الحصول على حقوق تغطيتها ولو بصفة جزئية كما حصل

¹Ann Hollifield, Jan LeBlanc Wicks, George Sylvie, Wilson Lowrey, **Media Management: A casebook Approach**, Routledge, UK, 2015, P227.

في ألعاب البحر الأبيض المتوسط، أين ركّزت القناة في نشرات أخبارها على عرض تفصيلي لأبرز النتائج المسجلة خاصة على مستوى الأبطال الجزائريين والمشاركة الوطنية في المنافسة.

📌 تغطية أخبار الرياضية الخاصة بالتمثيل الوطني قاريا وعالميا:

و أحد المواضيع التي تحرص فيها القناة على عرض مادة إخبارية مرفقة بفيديو هو التمثيل الوطني لمختلف الرياضات والمنافسات على المستوى القاري والعالمي، سواء تعلّق الأمر باحتضان الجزائر للحدث أو خارجه، وظهر ذلك من خلال مرافقة المنتخب الوطني لكرة القدم في جميع مبارياته وتحضيراته وتنقلاته خارج البلاد، وهو نفس الشيء بالنسبة للأندية الجزائرية لكرة القدم التي تلعب منافسات قارية، أين تعرض القناة ملخصات المباريات والتحضيرات والتنقلات لتلك الأندية حتى خارج الجزائر بغض النظر عن مصدر الفيديوهات سواء كان من تصوير الفريق التقني للقناة أو مصادر أخرى، وأيضا إذا تعلّق الأمر بالمشاركة الجزائرية في مختلف المنافسات والرياضيات القارية، كالبطولة الإفريقية لألعاب القوى التي تمكنت القناة من الحصول وعرض فيديوهات تتويج الأبطال الجزائريين المشاركين في الحدث.

📌 تغطية المواضيع الرياضية العالمية والبارزة في رياضة كرة القدم

ورغم أن القناة لا تملك حقوق بث مباريات ومنافسات كرة القدم العالمية أو الأوروبية ولا الإمكانات للتنقل لتغطية تحضيرات الأندية والفرق هناك، إلا أنها تحرص في عديد المناسبات على عرض أبرز الأحداث والمباريات الخاصة بالمنافسات الأوروبية لكرة القدم أبرزها بطولة رابطة الأبطال الأوروبية التي تنقل بعض ملخصات المباريات الهامة منها أو الندوات الصحفية، كما تعرض في بعض الأحيان مادة إخبارية مرفقة بفيديو حول أبرز المباريات في الدوريات الخمسة الكبرى (الدوري: الانجليزي، الاسباني، الإيطالي، الألماني، الفرنسي). خاصة فيما يتعلق بالأندية التي تضم لاعبين جزائريين.

📌 تغطية الأخبار الخاصة باللاعبين المحترفين للمنتخب الوطني لكرة القدم

من أبرز المواضيع الرياضية أيضا التي تحرص القناة على معالجتها عن طريق استخدام المادة الإعلامية المرفقة بفيديو هي المواضيع الخاصة بمحترفي المنتخب الوطني في كرة القدم، أين تقوم القناة بعرض أبرز ما تقدمه هذه الفئة مع أندية الأوربية، رغم عدم امتلاكها لحقوق بث المباريات والملخصات إلا أنها تقوم بعرض فيديوهات ما يقدمه هؤلاء اللاعبين، خاصة وإن تعلّق الأمر بتألقهم في مبارياتهم أو تسجيلهم للأهداف. وأيضا تحضيراتهم تحسبًا للقاءاتهم المنتظرة، أو الحديث عن انتقالاتهم إلى أندية أخرى، وهنا تقوم النشرة بعرض فيديوهات حول اللاعب وناديه وأبرز ما جاء من أخبار على وسائل الإعلام حول انتقاله ورغبة

أندية في انتدابه. وهي أبرز المحاور أو المواضيع التي تتناولها القناة فيما يخص معالجتها الإخبارية لمواضيع محترفي المنتخب الوطني لكرة القدم الذي يستخدم فيه نوع المادة الإخبارية المرفقة بفيديو.

بالمقابل وفيما يخص اعتماد النشرة في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية على الصور الخبرية التي تحاكي وتترجم الموضوع أو الخبر المطروح، فهو يعكس أن القناة تنقاد إلى حد بعيد عرض الأخبار الجافة من دون مادة إعلامية مدعمة لها، خاصة في حال ما لم تملك القناة فيديوهات للأحداث الرياضية التي تريد معالجتها، ويمكننا تفسير اعتماد النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية على الصور الإخبارية من خلال أسباب مختلفة يمكننا تلخيصها فيما يلي:

✓ لا تملك قناة الهدف حقوق تغطية أو بث المنافسات الرياضية، ولا تمتلك الإمكانيات من أجل التنقل في كل مناسبة إلى أماكن مختلفة من العالم لتغطية تلك الأحداث والمناسبات خاصة المتعلقة بكرة القدم، أو المنافسات القارية، أو الأحداث الرياضية العالمية.

✓ الإمكانيات المالية الكبيرة التي يتطلبها الأمر لشراء حقوق بث المنافسات الرياضية الكبرى بما في ذلك أبرز المنافسات الرياضية، أو حتى بث ملخصات منها في نشرات الأخبار، وهو ما يحولها إلى الاعتماد على الصور المتعلقة بتلك المواضيع الرياضية.

✓ تكاليف تحويل المراسلين العاملين في القناة إلى كثير الأماكن عبر العالم بصفة دورية من أجل تغطية الأحداث الرياضية وتحضيرات الرياضيين، وخاصة تحضيرات نوادي كرة القدم الأوروبية وهي الأكثر متابعة في العالم والتي تكون منافساتها أسبوعية أو نصف أسبوعية، وهي تكاليف لا تستطيع القناة تحملها.

✓ تسارع الأحداث في بعض من فترات الموسم يضع القناة في وضعية عدم المقدرة على تغطية جميع الأحداث وتذهب في بعض الأحيان إلى اللجوء للاعتماد على الصور، وهذه النقطة تكون أكثر في المواضيع الرياضية المحلية.

وهي أسباب رئيسية تفرض نفسها على اعتماد القناة الكبير على الصور الإخبارية في النشرة والتي سنطرق لها بالتفصيل عند تحليل الفئة الفرعية الثانية الخاصة بأنواع الصور الخبرية.

ومن خلال ما تناولناه فيمكننا التأكيد أن نشرة أخبار قناة الهدف تعتمد في معالجتها الإخبارية على عرض الأخبار والمواضيع الرياضي مدعمة بصور أو فيديوهات أكثر مما تتناوله من أخبار رياضية جافة يقرأها مقدم النشرة.

وفي سعي الباحث للحصول على نتائج أكثر دقة فيما يخص أنواع الفيديوهات والصور الخبرية التي تعتمد عليها النشرة في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تتناولها، ذهب الباحث إلى تقسيم هذه الفئات

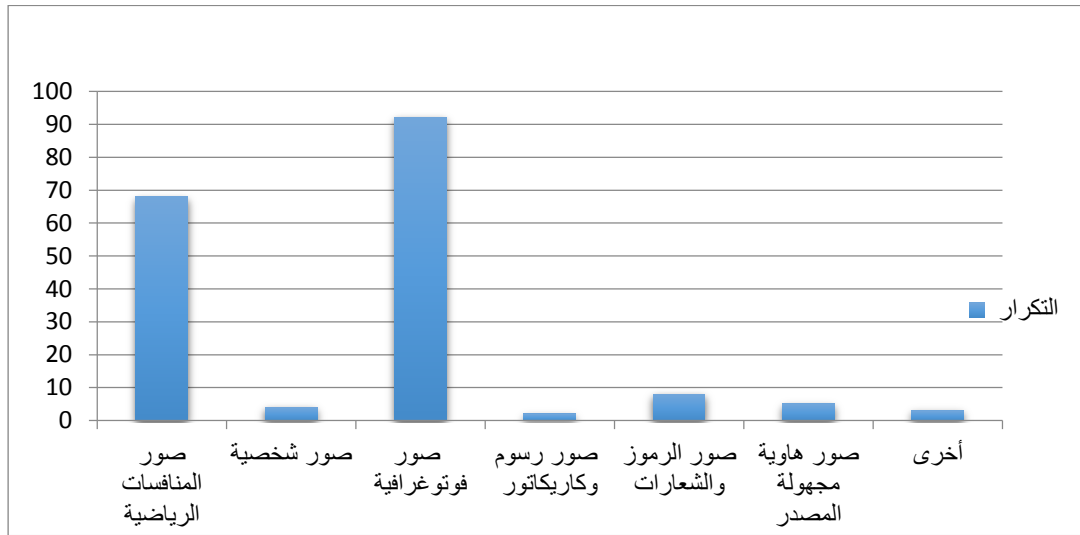
إلى فئات ثانوية أخرى تمنح لنا نظرة عمودية أكثر دقة وتفصيل والتي كانت نتائجها كما سنعرضه في العنصرين المواليين.

1-2 توزيع أنواع الصور الخبرية

جدول رقم(8): يمثل توزيع فئة أنواع الصور الخبرية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

النسبة %	التكرار	أنواع الصور الخبرية
37.36%	68	صور المنافسات الرياضية
2.20%	04	صور شخصية
50.55%	92	صور فوتوغرافية
1.10%	02	صور رسوم وكاريكاتور
4.40%	08	صور الرموز والشعارات
2.74%	05	صور هاوية مجهولة المصدر
1.65%	03	أخرى
100%	182	المجموع

الشكل رقم (10): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الصور الخبرية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال هذا الجدول والرسم الموضح أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف في سبيل اعتمادها على المادية الإعلامية المرفوقة بصورة شهدت تنوعا بين فئتين رئيسيتين هي الصور الفوتوغرافية والصور الخاصة بالمنافسات الرياضية، في حين شهدت بقية أنواع الصور الإخبارية حضورا بنسب ضئيلة ويتعلق الأمر بصور الرموز والشعارات والصور الشخصية وصور الرموز والكاريكاتور، ويعكس الظهور القوي لفئتي الصور الفوتوغرافية وصور المنافسات الرياضية بالنسبة لمجمل أنواع الصور الإخبارية بصفة عامة إلى أهمية وأنواع المواضيع الرياضية التي تهتم القناة بمعالجتها في نشرات أخبارها، وتستخدم فيها أنواع هذه الصور الإخبارية بغض النظر عن سبب ذلك.

وقد جاءت القراءة الإحصائية لظهور أنواع الصور الإخبارية في نشرة أخبار قناة الهدف كالتالي:

- احتلت الصور الفوتوغرافية صدارة أنواع الصور الإخبارية المستخدمة في المعالجة النشرة لمواضيع الرياضية بتكرار بلغ 92 وحدة من مجمل الصور المعتمدة وبنسبة بلغت 50.55%.
- فيما جاءت صور المنافسات الرياضية في المرتبة الثانية بتكرار 68 وحدة وبنسبة وصلت إلى 37.36% من إجمالي النسبة العامة للصور الإخبارية المستخدمة في المعالجة.
- أما بقية الصور الإخبارية التي ظهرت في المعالجة الإخبارية للقناة فقد كانت بنسب ضئيلة ومقاربة وممثلة كالتالي:

- صور الرموز والشعارات ظهرت في 08 مناسبة بنسبة 04.40%.
- الصور الهاوية مجهولة المصدر بـ 05 تكرارات وبنسبة 02.74%.
- الصور الشخصية ظهرت بـ 04 وحدات وبنسبة 02.20%.
- صور الرسوم والكاريكاتو سجلت تكرار 02 وحدتين بنسبة 01.10%.
- أما فئة الأخرى التي كانت عبارة عن صور لمقتطفات من وسائل التواصل الاجتماعي ظهرت في 03 مناسبات وبنسبة وصلت 01.65%.

وتعود سيطرة الصور الفوتوغرافية على أنواع الصور الإخبارية في المعالجة الإخبارية للقناة عبر نشرة أخبارها إلى أهمية الصور الفوتوغرافية في المجال الرياضي أولا وتخصص الإعلام الرياضي التلفزيوني ثانيا، على أساس أن هذا النوع من الصور (الفوتوغرافية) هو أكثر أنواع الصور ظهورا في جميع أنواع الإعلام الرياضي سواء المكتوب، التلفزيوني أو الإلكتروني. فالصور الفوتوغرافية بصفة عامة تترجم موقف أو حدث معين، شخصية داخل موضوع أو حدث، رسالة في حادثة أو مناسبة إلى غير ذلك من النقاط التي يمكن

للصورة الفوتوغرافية ترجمتها للمتلقي، وهي المعايير والأسس التي تجعل الصورة الفوتوغرافية كثيرة الاستخدام والظهور في الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص.

فاعتماد الصور الفوتوغرافية في المعالجة الإخبارية لنشرة القناة يكمن وراءه العديد من الأسباب المهنية التي تنطلق من كثرة استغلال الصور الفوتوغرافية في الرياضة إضافة إلى استغلالها لتغطية الحدث كاملة من خلال التمكن من التقاط جميع الجزئيات والتفاصيل التي تدور حول الحدث والتي يتم اعتمادها فيما بعد في مجال الرياضة في كثير من النقاط أهمها:

✓ توثيق الأحداث والمنافسات الرياضية

✓ توثيق الانجازات والأرقام

✓ توثيق الجو العام للحدث الرياضي

✓ تصوير وتوثيق الجزئيات التي لا تصورها كاميرات التغطية.

إلى غير ذلك من المجالات التي تستخدم فيها الصور الفوتوغرافية في الرياضة بصفة عامة وإضافة إلى ما سبق فالصور الفوتوغرافية تتحول إلى مادة إعلامية أولوية تستخدمها وسائل الإعلام المختلفة في تناولها ومعالجتها لمواضيعها الرياضية التي تطرحها على مختلف وسائلها. وبهذا فإن القنوات التلفزيونية هي أحد تلك الوسائل الإعلامية التي تستغل الصور الفوتوغرافية في عملياتها الإخبارية وعلى رأسها نشرات الأخبار. " فيمكن للصور أن تعزز القصة، وتوفر دليلاً بصرياً على الحدث والعواطف المرتبطة به، تلتقط الصور الفوتوغرافية الرياضية اللحظات الحاسمة التي يمكن استخدامها لتوضيح الحدث وأهميته، ويمكن استخدام الصور لإضافة عمق وسياق للقصة.. يمكن للصور أيضاً أن تضيف جاذبية بصرية لقسم الرياضة أو مواقع الويب.¹"

وهي عملية التحوّل التي تصل بالصور الفوتوغرافية إلى نشرات الأخبار كما يحصل في نشرة الأخبار الرئيسية لقناة الهدف، وبما أن الصور الفوتوغرافية التي تم التقاطها في المنافسات والأحداث الرياضية تترجم وتختزل الكثير من الأشياء للمرسل والمتلقي فإن اعتمادها في معالجة المواضيع الرياضية على القنوات التلفزيونية يسهل من عملية معالجة المواضيع ويضيف على تلك المواضيع الكثير من الوضوح، كما تساهم في عملية الشرح وتسهيل الفهم بالنسبة للمشاهد، بما أنها تحمل مقتطفات من الحدث الرياضي أو الموضوع الرياضي الذي تتناوله النشرة بالإضافة إلى الجمالية التي تضيفها على الخبر وإخراجها من الإطار

¹Stofer KT, Schaffer JR and Rosenthal BA, **Sports Journalism: An Introduction to Reporting and Writing**, Plymouth: Rowman & Littlefield Publishing, 2010, P36.

الصامت له، كما أنها تمنح حركية وثرأ موضوعي في المعالجة، وارتقت الصورة الفوتوغرافية في مجال استخداماتها في الإعلام الرياضي التلفزيوني لتصبح أحد المواد الأساسية التي تعتمد عليها القنوات الرياضية في تقديم محتواها بفضل السمات والمميزات التي تقدمها للقائم بالاتصال وكذلك الجمهور المتلقي. أما سيطرتها على باقي الصور الخبرية المتعلقة بطبيعة المعالجة الإخبارية في نشرة أخبار القناة يعود للأسباب التالية:

- الصور الفوتوغرافية هي أكثر الصور استعمالا في المجال الرياضي بصفة عامة والرياضة الجزائرية بصفة خاصة، أين يسهل الحصول على مادة مصورة خاصة بالأحداث الرياضية المحلية وهو ما تعتمد عليه القناة في عملية الإخراج الإخبارية والمعالجة الإخبارية للمواضيع التي تريد طرحها.
 - سهولة الحصول على الصور الفوتوغرافية لشتى أنواع المنافسات والمناسبات الرياضية المحلية والعالمية، وهو ما يتيح للقناة سهولة التعامل مع المواضيع الرياضية التي لا تتمكن من الحصول على فيديوهات مصورة لها.
 - السهولة في الحصول على الصورة الفوتوغرافية من الجانب المادي والتقني، أين لا يحتاج الحدث تغطية بالصورة كما يحتاجه التغطية بالفيديو من ناحيتي التكلفة أو الكفاءة، أين يقتصر الأمر في الصورة الفوتوغرافية على مصوّر، بينما يحتاج إلى فريق تصوير من صحفيين وتقنيين.
 - عدم مقدرة القناة ماديا على الحصول على حقوق بث المناسبات الرياضية أو حتى ملخصات المنافسات التي تخضع لمعايير رقابية وتجارية.
 - عامل الوفرة والإتاحة الذي تتميز به الصور الفوتوغرافية مقارنة بالمواد الإعلامية الفيلمية، والتي يمكن الحصول عليها من الوسائط الحديثة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال من دون مقابل وبجودة عالية، ناهيك عن فارق التكلفة المالية التي تمكننا من الحصول عليها مقارنة بفيديوهات المنافسات.
- وقد تجلّى استخدام الصور الفوتوغرافية في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية للنشرة فيما لي:

🚩 صور انجازات الرياضيين الجزائريين في مختلف الرياضات:

تستخدم النشرة الرئيسية للقناة الصور الفوتوغرافية في معالجة المواضيع الرياضية التي تتعلق بإنجازات الرياضيين الجزائريين في المحافل العالمية وحتى المحلية، كما تعتمد القناة أيضا في معالجة مواضيع انجازات التمثيل الوطني في المنافسات سواء على مستوى الأندية والمنتخبات أو المستوى الفردي، واتضح ذلك في تغطية القناة لموضوع المشاركة الجزائرية في الألعاب الإسلامية في تركيا..... أين عرضت صور الرياضيين المشاركين للتعريف بهم ومعالجة موضوع مشاركتهم في مختلف الرياضات.

📌 صور انتقالات وانتدابات اللاعبين في كرة القدم:

من بين المواضيع التي تعتمد فيها نشرة أخبار القناة على الصور الفوتوغرافية هو معالجتها لمواضيع الانتدابات وانتقالات الرياضيين في كرة القدم، أين تعرض القناة معظم هذه المواضيع مع صور لإمضاءات هؤلاء اللاعبين بما أنه يتعذر عليها التنقل لتغطية جميع تلك الانتقالات إلى مقر الأندية وحتى المحلية منها، ناهيك عن استعمالاتها في تغطية انتدابات انتقالات المدربين أيضا. بما أن فترة التحليل واكبت فترة الانتقالات الصيفية التي تعتبر أكثر فترة زمنية تشهد انتقالات اللاعبين بين الأندية.

📌 صور الشخصيات الرياضية:

تستخدم النشرة أيضا الصور الفوتوغرافية في تناولها للمواضيع الرياضية التي تمس الشخصيات الرياضية الكبرى في مختلف المحافل وتجلّى هذا من خلال معالجتها لمواضيع التتويجات والتكريمات أين تعرض صور الرياضيين الذين توجوا بألقاب مختلفة سواء في كرة القدم كموضوع جوائز الكاف لموسم 2021/2022 في كرة القدم، وأيضا المسؤولين الرياضيين في مختلف الهيئات الرياضية التي تتناول مواضيعها بغية التعريف بتلك الشخصيات لدى المشاهدين.

📌 صور النجوم والمشاهير:

تستخدم القناة أيضا في نشرات أخبارها الصور الفوتوغرافية حين تتناول المشاهير والمواضيع المتعلقة بهم، سواء كانت أحداث أو ظروف تمر بها تلك الشخصيات، أين عرضت القناة في إحدى مواضيعها صورة لاعب التنس الشهير نادال عندما انتقد ما يحصل في العالم من تقلبات سياسية تسببت في استبعاد اللاعبين الروس عن التظاهرات العالمية للتنس، وأيضا في موضوع الانتقادات التي طالت اللاعب كريستيانو وخروجه بمنشور عبر تويتر يعبر فيه عما يحصل في النادي، ومواضيع أخرى عالجت فيهم القناة مواضيع المشاهير عبر الصور الفوتوغرافية.

ويبقى الشيء المؤكد أن القناة وعبر نشرات أخبارها الرئيسية تتناول الصور الفوتوغرافية في المواضيع التي تتعذر عليها الحصول على مادة إعلامية مصورة بفيديو من أجل معالجة الموضوع، ويكون لجوؤها إلى الصور الفوتوغرافية كحل أولي ورئيسي في هذه الحالات وهو ما أثبتته الدراسة التحليلية لنشرات الأخبار بما أن جل تلك المواضيع كانت لمواضيع لم تستطع القناة توفير مادة إعلامية مرفوقة بفيديو.

أما فيما يخص استخدام القناة لصور المنافسات الرياضية بنسبة 37.36%، احتلت من خلالها المرتبة الثانية في إجمالي الصور الإخبارية المستعملة في المعالجة الإخبارية، فهذا راجع إلى سبب رئيسي وهو عدم تمكن

القناة من توفير التغطية الإعلامية اللازمة عن طريق مادة إعلامية مصورة، بالنظر إلى عدم أحقيتها بعرض فيديوهات المنافسة وحقوق البث، والسبب الثاني يكمن وراء عدم مقدرتها على توفير فريق العمل اللازم لتوفير المادة الفيلمية عن طريق التنقل وتوفير التغطية اللازمة، وتكتفي القناة فيما يخص تلك المواضيع بعرض صور المنافسة الرياضية التي تحل محل الصور الفيلمية.

ورغم أن جل القنوات الرياضية تعتمد أيضا على عرض صور المنافسات الرياضية في تغطيتها الإخبارية عبر نشرات أخبارها إلا أن تناول واستخدام قناة الأهداف لصور المنافسات الرياضية بهذا الحجم يترجم عجزها على تغطية جميع تلك المنافسات الرياضية سواء المحلية أم الأجنبية، وهذا راجع لأسباب مادية وهو أن أمر يتطلب أموال كبيرة لتوفير الإمكانيات المادية وفريق العمل والتصوير، وأيضا لعدم امتلاكها التعداد الصحفي الكبير الذي بإمكانه التنقل إلى كامل مواقع الأحداث والمنافسات الرياضية لتصوير ما يحدث عن طريق توفير مادة إعلامية فيلمية.

وقد كان استخدام صور المنافسات الرياضية في معالجة القناة للمواضيع الرياضية عبر نشرات الأخبار في المواضيع التالية:

🇪🇺 صور المنافسات الخاصة بكرة القدم الأوروبية

وهي أبرز المواضيع التي تستخدم فيه القناة صور خاصة بالمنافسات الرياضية، وكما نعلم فإن شراء حقوق بث مباريات كرة القدم الأوروبية أو ملخصات المباريات يتطلب رؤوس أموال كبيرة، فتلجأ القناة إلى عرض صور تلك المباريات التي تتناولها مرفقة بقراءة إخبارية لأبرز ما حدث في تلك المباريات، في محاولة من القناة لعرض وتوفير مادة إعلامية دسمة قدر الإمكان تمكن المشاهد من الاطلاع على حيثيات وتفاصيل تلك المباريات حتى عن طريق الصور. وقد تجلّى ذلك بوضوح في معالجة النشرة لمواضيع عرض أبرز نتائج ومباريات وحتى تحصيلات البطولات الأوروبية الخمسة الكبرى (البطولة: الانجليزية، الإسبانية، الألمانية، الإيطالية، الفرنسية).

🇵🇸 صور المنافسات الرياضية التي تكون خارج الوطن:

تكون المواضيع الخاصة بالمنافسات الرياضية التي تكون خارج الوطن أيضا من بين المواضيع التي تحتاج فيها القناة إلى عرض صور تلك المنافسات، بما أن توفير الفيديوهات الخاصة بالمنافسة سيتطلب شراء المضامين وعقود مع القنوات الناقلة لتلك الأحداث الرياضية وقد تجلّى ذلك من خلال مواضيع الألعاب الإسلامية أين تم عرض صور المنافسات الخاصة بالمشاركة الجزائرية في الحدث.

🇵🇸 صور المنافسات الرياضية الدولية التي تحتضنها الجزائر:

أيضا المنافسات الرياضية الدولية التي احتضنتها الجزائر تجلت فيها استخدام صور المنافسات الرياضية وهي التي شهدت عدد كبير من الألعاب والمواضيع، كما حدث في ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022 التي احتضنها الجزائر وشاركت فيها عديد الدول، وهي المناسبة الرياضية الكبيرة التي عجزت فيها القناة عن توفير جميع الفيديوهات للمواضيع التي تناولتها في تغطيتها، مما جعلها تلجأ إلى استخدام صور تلك المنافسات في تناولها لمختلف المواضيع الرياضية الخاصة بالمنافسة. خاصة مع ضيق وقت النشرة الإخبارية وأيضا المنافسات التي لا تحظى بمتابعة جماهيرية.

في حين كان استخدام باقي أنواع الصور المتمثلة في: صور الرسوم والكاريكاتور، صور الشخصيات، صور الرموز والشعارات والصور الأخرى في مناسبات قليلة بما يتماشى وطبيعة الخبر بغية تحقيق هدف معين من المعالجة والاستعانة بها كان في سبيل تغذية الخبر وإثرائه بكل البيانات والمعلومات اللازمة للخبر. وختام تحليلنا لفئة الصور الخبرية، فإن نوع الصور الفوتوغرافية وصور المنافسات الرياضية هي أبرز أنواع الصور الخبرية التي تدعمها النشرة في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية.

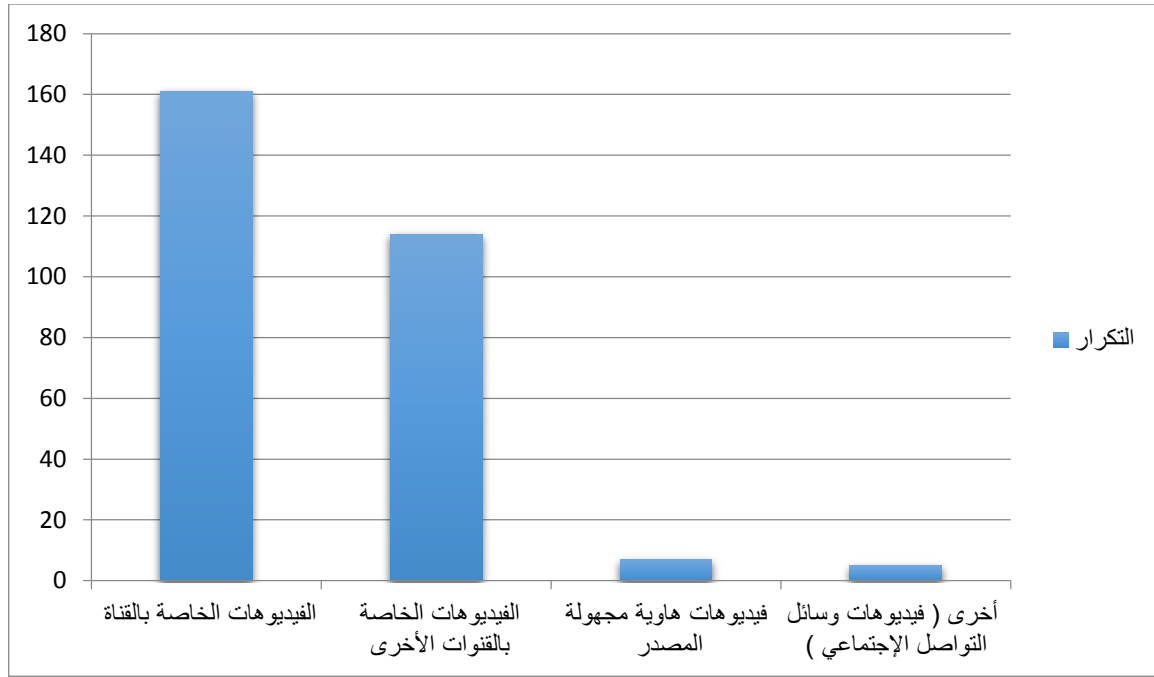
2-2 توزيع أنواع الفيديوهات الخبرية

جدول رقم(9): يمثل توزيع فئة أنواع الفيديوهات الخبرية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

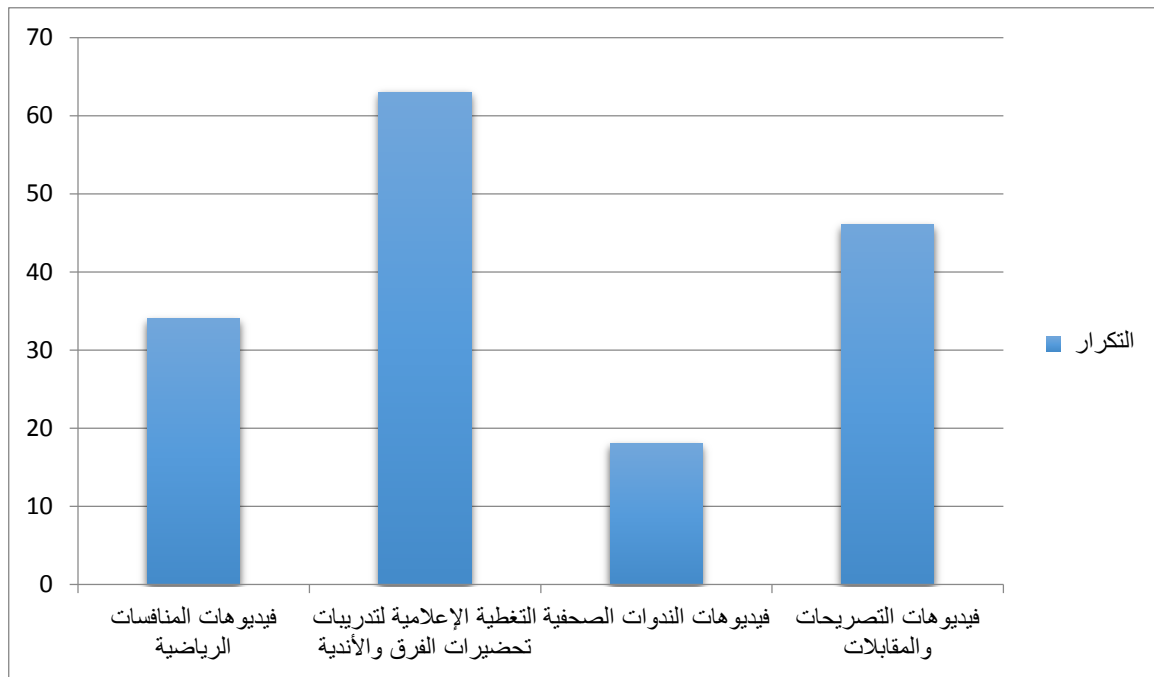
أنواع الفيديوهات الخبرية			التكرار	النسبة %
الفيديوهات الخاصة بالقناة		النسبة	التكرار	
	فيديوهات المنافسات الرياضية	21.12%	34	
	التغطية الإعلامية لتدريبات تحضيرات الفرق والأندية	39.13%	63	
	فيديوهات الندوات الصحفية	11.18%	18	
	فيديوهات التصريحات والمقابلات	28.57%	46	
	المجموع	100	161	56.10%
الفيديوهات الخاصة بالقنوات الأخرى			114	39.72%
فيديوهات هاوية مجهولة المصدر			07	02.44%

أخرى (فيديوهات وسائل التواصل الاجتماعي)	05	%01.74
المجموع	287	%100

الشكل رقم (11): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الفيديوهات الخبرية في النشرة



الشكل رقم (12): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الفيديوهات الخبرية الخاصة بالقناة في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يوضح لنا الجدول المبين أعلاه والشكل الموضح أسفله أن نشرة أخبار قناة الهدف الرياضية تعتمد في معالجتها للمواضيع الرياضية على المادة الإعلامية المرفوقة بفيديو والتي يكون مصدرها القناة في أكثر من نصف المواضيع التي عالجتها، في حين احتلت فيديوهات القنوات الأخرى نسبة كبيرة أيضا من بين الفيديوهات التي استخدمتها القناة وهي قراءة إحصائية تدل وتثبت أن قناة الهدف تعتمد في معالجتها الإخبارية في نشرة أخبارها في كثير من الأحيان على القنوات الأخرى في تدعيم وتغذية مضامينها الإخبارية التي تبثها، في حين كانت النسبة الأكبر للفيديوهات الخاصة بالقناة والتي تعتمد في معالجتها عبارة عن فيديوهات خاصة بتدريبات وتحضيرات الفرق والأندية والمنتخبات وحتى تنقلاتهم. وبنسبة معتبرة أيضا جاءت فيديوهات التصريحات والمقابلات التي تقوم القناة بتغطيتها وتوفيرها في سبيل الإعداد لنشرة الأخبار أو حتى لعرضها في برامجها الأخرى.

وسنعرض فيما يلي القراءة الإحصائية لما أسفرت عنها عملية تحليل أنواع الفيديوهات الإخبارية موضوع الدراسة:

- احتلت الفيديوهات الخاصة بالقناة صدارة أنواع الفيديوهات التي استخدمتها النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية بتكرار **161** وحدة وبنسبة بلغت **56.10%**.
 - وجاءت الفيديوهات الخاصة بالقنوات الأخرى في المرتبة الثانية من بين الفيديوهات التي اعتمدتها القناة بتكرار **114** وحدة وبنسبة وصلت **39.72%**.
 - في حين جاءت الفيديوهات الهاوية مجهولة المصدر بنسبة ضئيلة قدرت بـ **02.44%** وبعدها **07** تكرارات.
 - أما الفيديوهات الأخرى والتي تمثلت في فيديوهات مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في **05** مناسبات وبنسبة هي الأقل قدرت بـ **01.74%**.
- أما فيما يتعلق بالقراءة الإحصائية لأنواع الفيديوهات الخاصة بالقناة فقد جاءت كالتالي:
- تصدّرت فيديوهات التغطية الإعلامية الخاصة بتحضيرات وتدريبات الفرق والأندية ترتيب فيديوهات القناة بتكرار **63** وحدة وبنسبة وصلت **39.13%** من إجمالي فيديوهات النشرة المستخدمة في المعالجة.

- في حين جاءت فيديوهات التصريحات والمقابلات في وصافة ترتيب فيديوهات النشرة في معالجتها الإخبارية بتكرار 46 وحدة وبنسبة بلغت 28.57%.
- واحتلت فيديوهات النشرة الخاصة بالمنافسات الرياضية المرتبة الثالثة من بين فيديوهاتها بـ 34 وحدة وبنسبة بلغت 21.12%.
- وجاءت فيديوهات الندوات الصحفية في المرتبة الأخيرة بـ 18 تكرار وبنسبة 11.18% من إجمالي فيديوهات القناة المعتمدة في نشرة الأخبار.

إن سيطرة الفيديوهات الخاصة بالقناة على المادة الإعلامية الفيلمية في نشرات الأخبار يبدو شيئاً طبيعياً بحكم ملكية القناة واعتمادها على منتجها الخاص في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تتناولها، إلا أن الشيء الغير طبيعي هو احتلال فيديوهات القنوات الأخرى للمرتبة الثانية وبنسبة قدرت بـ 39.72% من إجمالي الفيديوهات التي ظهرت على مدار العينة محل الدراسة، وهو رقم كبير إذا اعتبرنا أنه يمثل نسبة تواجد واستخدام فيديوهات خاصة بقنوات أخرى على النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف. وهي أرقام تعكس بالتأكيد رؤية وتوجه القناة إلى المعالجة الإخبارية والتي ترى من خلالها أنه لا حرج في اعتماد قنوات وفيديوهات أخرى في نشرتها الرئيسية رغم أن النشرة الإخبارية تعتبر الواجهة الإعلامية الأولى ومرآة القناة بالنسبة للجماهير وبنسبة للقنوات المنافسة، وهو أيضاً شيء لا يليق بسمعة القناة باستخدام هذا الكم من الفيديوهات التي تخص وسائل تلفزيونية أخرى في معالجتها الإخبارية، وبما أن القناة لا تجد حرجاً في تناول واستخدام فيديوهات القنوات الأخرى فهذا مما لا شك فيه يترجم نظرة القناة والقائمين على نشرة أخبارها إلى المعالجة الإخبارية وكيفية التعامل معها من ناحية المادة الإعلامية الخاصة بالفيديو والتي تعرض في النشرة بصفة يومية.

وسنحاول في النقاط التالية تشريح الأسباب وراء هذا الاعتماد الذي يعتبر مبالغ فيه من طرف القناة على فيديوهات قنوات أخرى في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية في نشرة أخبارها:

■ عدم امتلاكها حقوق بث المنافسات والأحداث الرياضية:

لا تمتلك قناة الهدف ولا حقوق بث أية منافسات رياضية سواء محلية، قارية أو عالمية، وهي المعلومات التي حصلنا عليها من مصدرها الأصلي الممثل في الطاقم العامل في القناة،(*)¹ أي أن قناة الهدف

(*)¹ في حوارنا أجريناه مع الإعلامي بالقناة ومقدم النشرة محمد رمام الذي صرح لنا بأن قناة الهدف لا تمتلك حقوق بث منافسات رياضية محلية أو أجنبية.

الرياضية لم تتحصل بعد على حقوق بث منافسات رياضية، المحلية أو الأجنبية وهو ما يجعلها تعتمد على فيديوهات لقنوات أخرى فيما يخص هذه المنافسات بدل فيديوهات الخاصة.

■ غياب عقود واتفاقيات مع الملاك الأصليين للمنافسات أو الشركات التسويقية للبث التلفزيوني:

وهي العقود التي تكفل للقناة حق نقل وبث مضامين تلفزيونية خاصة بمنافسات رياضية مختلفة أو حتى ملخصات منها بما يكفله الحق القانوني لها، بما أن نقل فيديوهات تعود ملكيتها لقنوات أخرى يعتبر استسهادا إلا أنه من شأنه أن يصنع بعض المشاكل في ظل غياب اتفاقيات وعقود قانونية بين الطرفين. فغياب هذه الاتفاقيات يجعل قناة الهدف مجبرة على اعتماد فيديوهات لقنوات أخرى تملك حق تغطية الحدث الرياضي.

■ عدم امتلاكها للإمكانيات المادية:

إن الإمكانيات المادية من بين أهم الأسباب فيما يخص هذه النقطة أو تحليل فئة أنواع الفيديوهات الخبرية، بما أن الإمكانيات المادية تسمح للقناة بتوفير طواقم صحفية عديدة ومحترفة مكونة من صحفيين وفنيين مع توفير العدة اللازمة وكاميرات التصوير أيضا، أين يمكن على الأقل تغطية جميع الأحداث والمنافسات الرياضية المحلية، أو التنقل بتغطية المنافسات الأجنبية بدل الاستجداف فيديوهات قنوات أجنبية أو جزائرية أخرى وربما تكون تلك القنوات منافسة في المجال الرياضية في الجزائر.

■ عدم اعتماد تلك القنوات كمصادر:

من بين النقاط أيضا التي تجعل القناة تعتمد في نشرتها أخبارها على فيديوهات القنوات الأخرى هو عدم اعتماد تلك القنوات كمصدر لأخبارها، فلذلك ترى أنه لا حرج في أن يتم الاعتماد عليها فقط من أجل تدعيم الخبر وعرضه بحلة أفضل من ناحية الشكل الجمالي.

هذا وقد ظهر اعتماد القناة الهدف في نشرتها أخبارها على فيديوهات القنوات الأخرى في المواضيع الرياضية التالية:

🇩🇿 المواضيع الرياضية الخاصة بمحترفي المنتخب الوطني لكرة القدم:

تتناول القناة في نشرتها أخبارها مواضيع لاعبي كرة القدم الجزائريين المحترفين خاصة من يحمل منهم أو سبق وأن حمل قميص المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم، وتتابع القناة أخبار كل هؤلاء اللاعبين بكل التفاصيل سواء تحضيراتهم للمباريات، أو ما يقدمونه من مردود في لقاءاتهم وأيضا أخبار انتقالاتهم بين النوادي التي يحترفون بها، وهي المواضيع الأساسية التي تعالجها القناة عبر نشرتها أخبارها (سنتطرق إلى هذا في تحليل

فئة المواضيع)، وبما أن القناة لا تملك حقوق بث مبارياتهم أو ملخصات مبارياتهم أو الإمكانات المادية للتنقل وتغطية تحضيراتهم مع نواديهم فإنها تعتمد في ذلك على فيديوهات القنوات الأجنبية التي تعرض كل المضامين المتعلقة بمحترفينا.

المواضيع الخاصة بتغطية كرة القدم العالمية والأوروبية

وهو واحد من أبرز المواضيع التي تعالجها القناة عبر نشرة أخبارها، وبحكم حداثة القناة وعدم امتلاكها الإمكانات لإبرام اتفاقيات نقل مباريات بهذا الحجم فإنها تعتمد في ذلك على ما تنقله باقي القنوات الأجنبية التي تملك الحقوق التلفزيونية لبث المباريات أو ملخصاتها أو حتى الندوات الصحفية، وكانت كل الفيديوهات التي عرضتها القناة والمتعلقة بكرة القدم الأوروبية والعالمية هي عبارة عن مادة إعلامية تخص قنوات أخرى.

المواضيع الخاصة بتغطية بعض مباريات الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم

ورغم أن القناة تقوم بتغطية مباريات الرابطة المحترفة الأولى إلا أنها لا تغطي جميع تلك المباريات وتعالج مواضيع الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم عن طريق فيديوهات القناة الوطنية الأولى المالك الوحيد لحقوق بث مباريات بطولة كرة القدم الجزائرية، وتملك القناة اتفاق مع القناة الوطنية الأولى لعرض ملخصات المباريات وأبرز ما جاء فيها، وتقدم القناة بالمقابل مباريات أخرى في ذات المنافسة من تغطيتها الخاصة أين يتكفل فريق من صحفيو القناة بالتنقل إلى الملاعب من أجل تغطية تلك المباريات.

المواضيع الخاصة بالمشاهير والنجوم

فيما يخص المواضيع التي تتعلق بالمشاهير والنجوم الرياضيين فإن القناة تتناول المواضيع العالمية التي تخص تلك النجوم، عن طريق المادية الإعلامية (الفيديوهات) التي تعرضها قنوات أخرى، كحوار كريستيانو رونالدو الذي قام به مع قناة مانشستر يونايتد الرسمية والذي عرضته النشرة وعالجت من خلاله هذا الموضوع، وأيضا حفلات التكريمات والجوائز، أو انتقال المشاهير بين النوادي كالمعالجة الخاصة التي قامت بها في انتقال كاسيميرو من ريال مدريد الإسباني إلى مانشستر يونايتد الإنجليزي.

مواضيع تنقلات الأندية الجزائرية خارج الوطن

في سعيها أيضا لتغطية مواضيع تنقلات الأندية الجزائرية خارج الوطن سواء في سبيل تحضيراتها و تريضاتها أو تحسبا لخوض منافسات قارية، تعتمد القناة في بعض الأحيان على فيديوهات قنوات خاصة بتلك الأندية ومنصات على اليوتيوب، خاصة عندما يتعلق الأمر بالأندية الجزائرية ذات القاعدة الجماهيرية

الكبيرة وأفضل أمثلة على ذلك تنقلات اتحاد العاصمة إلى تونس لخوض تربصها أو مولودية العاصمة إلى تركيا، وبعض الأمثلة الأخرى التي استغلت فيها النشرة ما حضرته قنوات تلك الأندية وبثتها على منصات التواصل الاجتماعي الخاص بها.

بعض مواضيع الفرق الجزائرية في رياضات مختلفة

استخدمت نشرة أخبار قناة الهدف أيضا فيديوهات لقنوات أخرى في بعض المواضيع التي تخص الفرق الجزائرية والتمثيل الوطني في رياضات مختلفة، وهي المنافسات التي تكون خارج الوطن، ولا تستطيع القناة تغطية تلك المواضيع بفديواتها الخاصة، وهو ما حدث على سبيل المثال في الألعاب الإسلامية التي احتضنتها تركيا وأيضا في البطولة الإفريقية لألعاب القوى وبعض الأمثلة الأخرى.

ومن النقاط السلبية التي سجلتها الدراسة التحليلية لنشرات القناة فيما يخص فئة الفيديوهات الإخبارية التي استخدمتها النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية هو إبقائها على شعار أو لوغو القناة ضمن الفيديوهات التي تعرضها فيما يخص مواضيع تنقلات الأندية الجزائرية، وكانت بعض الفيديوهات تحمل اسم قناة اليوتوب وكان شعار قناة اليوتوب واضحا في النشرة مع جملة "أدعمونا باللايك والشير"، في واحدة من النقاط السلبية التي يلاحظها كل من يشاهد النشرة ولا تعطي صورة جيدة على القناة أو نشرة أخبارها.

بالمقابل وفيما يخص الفيديوهات الخاصة بالقناة التي استخدمتها في نشرة أخبارها فقد تنوعت بين مواضيع محلية مختلفة سيطرت عليها تغطية تحضيرات الأندية والفرق التي حضرت بنسبة 39.13%، وبدرجة أقل فيديوهات التصريحات والمقابلات والندوات الصحفية والمنافسات الرياضية الذي كان بنسبة 28.57%، وهي مواضيع محلية سعت القناة إلى توفير تغطيتها الخاصة لهذه المواضيع تغطية كاملة وشاملة من خلال التنقل إلى مقر النوادي ومكان خوض تدريباتهم وتحضيراتهم، وتصوير فيديوهات خاصة بتلك التحضيرات، إضافة إلى أخذ تصريحات بعض اللاعبين والمدربين، كما كانت القناة حاضرة في الندوات الصحفية للنوادي والمنتخبات في مختلف الرياضات في سبيل توفير أفضل تغطية إخبارية رياضية محلية، وهي نقطة إيجابية تحسب للقناة بما أنها تعمل على تغطية جميع الأحداث والمواضيع الرياضية المحلية بإمكاناتها الخاصة ولو أنها محدودة إلا أنها بذلت جهدا لتصل إلى قلب الحدث ونقل تفاصيل تلك المواضيع إلى المشاهد.

ومنه فيمكننا التأكيد أن أبرز الفيديوهات التي تعتمد عليها النشرة في معالجتها الإخبارية هي فيديوهات خاصة بالقناة وتكون أغلبها فيديوهات خاصة بتغطية تدريبات وتحضيرات الأندية والفرق، وبدرجة أقل

فيديوهات المقابلات والتصريحات، فيما تعتمد النشرة بنسبة كبيرة على فيديوهات القنوات الأخرى في معالجتها الإخبارية للمواضيع أو المنافسات الرياضية التي لا تتمكن القناة من تغطيتها.

ومن خلال الدراسة التحليلية لهذه الفئة فيمكننا القول أن قناة الهدف وعبر نشرة أخبارها تعمل على توفير تغطية كاملة وشاملة للمواضيع الرياضية المحلية قدر الإمكان، فيما تلجأ القناة إلى استخدام مادة إعلامية مرفقة بفيديو أو صور للمواضيع الرياضية التي لا يمكنها معالجتها بالتنقل إلى مكان الحدث خاصة العالمية أو الأوربية منها، إلا أنها توفر المعلومات اللازمة للموضوع وتفاصيله وتعالجه من نواحي مختلفة بغض النظر عن اعتمادها الكبير عن المادة الإخبارية المرفقة بصور أو فيديوهات القنوات الأخرى.

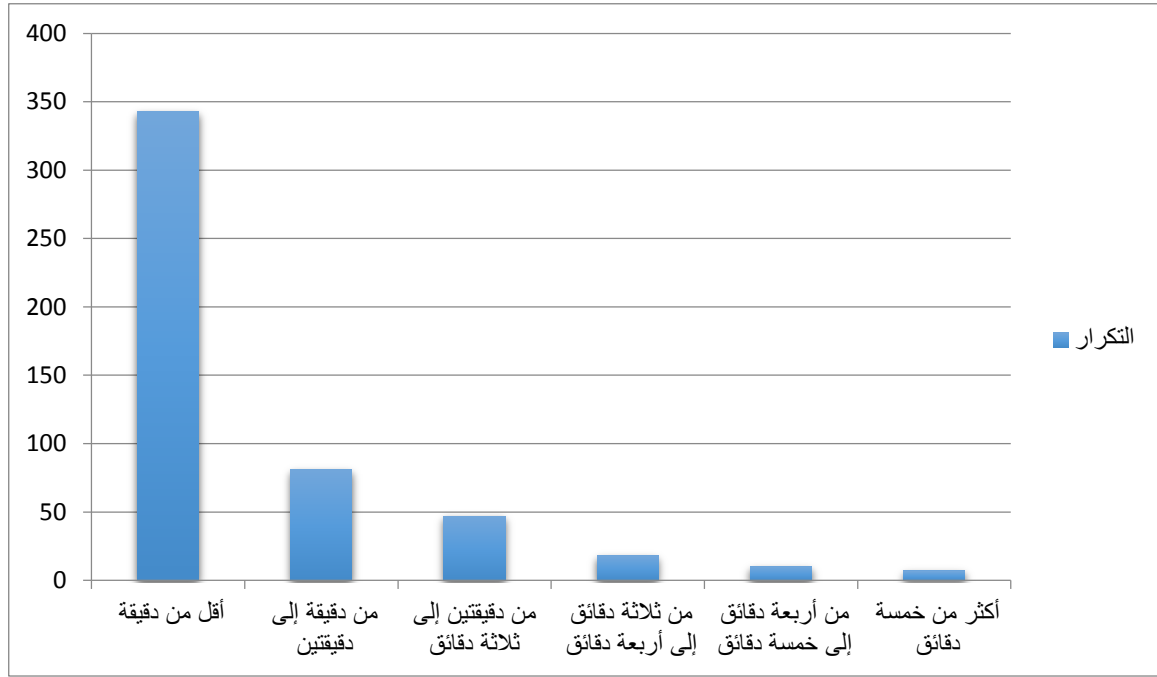
3- على مستوى فئة زمن المعالجة الإخبارية

تعتبر فئة الزمن من الفئات الشائعة الاستخدام في هذا النوع من الدراسات التي تختص بتحليل مضمون المواد الإعلامية المرئية أو التلفزيونية، وتقيدنا هذه الفئة في معرفة الطريقة التي تعالج من خلالها نشرة أخبار قناة الهدف المواضيع الرياضية التي تتناولها من حيث اكتشاف المساحة الزمنية الأبرز أو الأكثر استخداما في معالجة النشرة للمواضيع الرياضية التي تعرضها. وسنعرض فيما يلي ما أسفرت عنه نتائج تحليلنا لنشرات أخبار قناة الهدف على ضوء فئة زمن المعالجة.

جدول رقم(10): يمثل توزيع فئة زمن المعالجة الإخبارية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

زمن المعالجة الإخبارية	التكرار	النسبة %
أقل من دقيقة (≥1)	343	67.79%
من دقيقة إلى دقيقتين (1-2)	81	16.00%
من دقيقتين إلى ثلاثة دقائق (2-3)	47	9.29%
من ثلاثة دقائق إلى أربعة دقائق (3-4)	18	3.56%
من أربعة دقائق إلى خمسة دقائق (4-5)	10	1.98%
أكثر من خمسة دقائق (≤5)	07	1.38%
المجموع	506	100%

الشكل رقم (13): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار زمن المعالجة الإخبارية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يوضح لنا الجدول السابق والشكل التوضيحي المرافق له أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف اعتمدت في معالجتها للمواضيع الرياضية على مساحة زمنية لم تتجاوز الدقيقة (أقل من دقيقة) في معظم المواضيع التي تناولتها، وهي الفئة التي سيطرت وكانت أكثر ظهوراً مقارنة بباقي الفئات أو أزمنة المعالجة الزمنية، فمن مجمل 506 موضوعاً تعرضت لها الدراسة التحليلية لعينة البحث كان لفئة المعالجة الأقل من دقيقة نصيب الأسد بـ 343 موضوعاً عالجته القناة في أقل من دقيقة، في حين كان الفئة الزمنية الثانية الأكثر ظهوراً هي المواضيع التي عولجت في مساحة زمنية من دقيقة إلى دقيقتين.

وسنوضح فيما يلي ما أسفرت عنه القراءة الإحصائية لهذه الفئة:

- واحتلت فئة المعالجة الزمنية الأقل من دقيقة (1د) للمواضيع الرياضية المركز الأول بين باقي الفئات بجمعها 343 تكرار وبنسبة بلغت 67.79% من النسبة العامة للمواضيع التي عولجت في نشرة أخبار القناة.
- فيما جاءت فئة المعالجة الزمنية بين دقيقة ودقيقتين (1د-2د) للمواضيع الرياضية المرتبة الثانية بتكرار 81 وحدة وبنسبة وصلت إلى 16.00%.

- ويتكرر وصل إلى 47 وحدة ونسبة بلغت 09.29% احتلت فئة المعالجة الزمنية بين الدقيقتين والثلاث دقائق (2د-3د) المركز الثالث من بين بقية فئات زمن المعالجة الإخبارية.
 - وجاءت فئة المعالجة الزمنية بين الثلاث دقائق والأربعة دقائق (3د-4د) في المرتبة الرابعة بمجموع 18 وحدة ونسبة 03.56%.
 - وحلت فئة زمن المعالجة بين أربعة دقائق إلى خمسة دقائق (4د-5د) المرتبة الخامسة بـ 10 تكرارات ونسبة 01.98%.
 - فيما كانت فئة المعالجة الزمنية الأكثر من خمسة دقائق (5د+) في المرتبة الأخيرة والأقل استخداما بين فئات زمن المعالجة الإخبارية بـ 07 تكرارات ونسبة لم تتجاوز 01.38%.
- ومن خلال ما سبق يمكننا التأكد أن القناة وعبر نشرات أخبارها الرئيسية تتخذ مسار واضح في توجّوها لمعالجة المواضيع الرياضية من ناحية المساحة الزمنية وهو معالجتها في وقت قصير لا يتجاوز الدقيقة الواحدة (≤1د) وهي الطريقة التي عالجتها بها نشرة الأخبار 343 موضوعا من بين المواضيع محل الدراسة، وهو ما يؤكد تبنيها هذا المسار في تناولها لمواضيعها في نشرتها الرئيسية مقارنة بباقي الفئات التي سجلت حضورها ضئيلا إذ ما قارناها بعدد المواضيع التي عولجت في أقل من دقيقة.
- وهو فعليا ما يهّمنا من تحليل وتحديد فئة زمن المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تطرحها النشرة، بعد أن أسفرت هذه الدراسة التحليلية على توجّه واضح كان مسيطر على بقية الفئات الخاصة بمعالجة النشرة لمواضيعها، وما هو زمن المعالجة الذي حدّدته القناة في معالجة أخبارها ضمن النشرة والمحدد بأقل من دقيقة (≤1د) في معظم مواضيعها إلا تأكيد على توجّوها الإخباري الذي تتبناه في معالجتها الإخبارية.
- ولم يتحدد لنا ضمن هذه الفئة نوع معين ومحدد بذاته للمواضيع التي تطرحها القناة وتعالجها ضمن فئة المعالجة الزمنية الأقل من دقيقة، وكان مجموعة المواضيع التي عالجتها النشرة ضمن هذه الفئة هي مواضيع متنوعة ومختلفة سنتطرق لها في فئة المواضيع المعالجة والتي أظهرت لنا أبرز المواضيع التي وتظهر كثيرا ضمن نشرة الأخبار.
- وبالعودة إلى أسباب تبني القناة هذا التوجه الذي يعتبر أبرز التوجهات الإخبارية في معالجة القنوات الفضائية سواء العامة أو المتخصصة لمواضيعها الإخبارية، فإن نشرة قناة الهدف تعتمد تناول ومعالجة أكبر قدر ممكن من المواضيع الرياضية التي تراها هامة وتستحق أن تكون حاضرة على خريطة المواضيع التي

تعرضها وهو ما يجعلها أمام حتمية تقليص حجم معالجتها للمواضيع التي تطرحها في نشرتها قدر الإمكان، من أجل التمكن من تناول بقية المواضيع، بالإضافة إلى أسباب مهنية أخرى سنلخصها في النقاط الآتية:

■ خصوصية الإعلام الرياضي:

إن الخصوصية التي تحيط وتميز الإعلام الرياضي تلقي بضلالها دائما على الطريقة التي تعالج بها المواضيع الرياضية على جميع وسائل الإعلام بصفة عامة وعلى القنوات التلفزيونية بصفة خاصة، فهو المجال الإعلامي الذي يقتضي بتوفير الخدمة الإخبارية بشكل مبسط وسريع عكس بقية المواضيع الاجتماعية أو السياسية، إضافة أن بقية البرامج الرياضية غير نشرة الأخبار هي من توفر للمشاهد والجمهور الرياضي مساحة زمنية أكبر للتحليل والنقاش، وعلى ضوء هذا فإن كلما كانت الأخبار الرياضية ملخصة سريعة ومبسطة كلما وقرت الخدمة الإخبارية كما يبحث عنها المشاهد.

■ الحجم الزمني للنشرة:

وهو أهم الأسباب المهنية وراء تبني أي قناة توجه معين فيما يخص طريقة معالجتها الزمنية للمواضيع التي تعرضها، فوقت النشرة الرئيسية لقناة الهدف عادة فقط ما يتجاوز حاجز الثلاثين دقيقة (30د) (*)¹، وهي مساحة زمنية عادية بالنسبة لقناة متخصصة في الرياضة تطرح العديد من المواضيع المتعلقة بالجانب الرياضي، ولا يمكنها معالجة المواضيع التي تطرحها في أكثر من دقيقة وإلا لن يكون بإمكانها عرض جميع الأخبار والمواضيع التي تريد معالجتها في نشرتها.

بالإضافة إلى أن نشرة أخبار قناة الهدف تثبت بطريقة دورية في اليوم الواحد وفي أكثر من مناسبة ما يعني أن المواضيع التي تتناولها هي مواضيع سبق وأن تناولتها في النشرة التي سبقتها، لذلك تحاول قناة الهدف عبر نشرتها الرئيسية أن تكون الأخبار شاملة، مختصرة وملخصة من أجل أن يتسع الحجم الساعي أو الزمني المخصص للنشرة الرئيسية لتناول جميع المواضيع ومعالجتها بالطريقة التي تتناسب وأهمية الخبر أو الموضوع المطروح.

■ خصوصية الجمهور الرياضي واهتماماتهم:

يعتبر المجال الرياضي من المجالات الإعلامية الذي لا يحتاج إلى الغوص كثيرا في التفاصيل، على اعتبار أن حيثياته وتفاصيله واضحة، فهو يهتم بتناول أبرز نتائج المنافسات، جديد الأندية والمنتخبات والرياضيين، تحديد مواعيد المنافسات أو تسليط الضوء على حدث معين أو تصريح هام، وهي مواضيع لا

(*)¹ أنظر الجدول رقم (**) الخاص بمفردات العينة محل التحليل في الإطار النظري ضمن عينة الدراسة في الصفحة رقم

تحتاج بالضرورة إلى الغوص في تفاصيلها في زمن كبير، ناهيك أن الجمهور الرياضي هو من الجماهير الذي يبحث عن معرفة النتائج والأخبار الهامة والأساسية فيما يخص المنافسات الرياضية المختلفة أو الفرق أو نجومهم، فهو جمهور يهتم بأهم الأخبار وأحدثها، وهو ما يتوافق مع تبني نشرة قناة الهدف الرئيسية للمعالجة الزمنية الأقل من دقيقة لمواضيعها الرياضية، أي أن اهتمامات الجمهور والمشاهدين وخصوصية الجمهور الرياضي بصفة عامة يلعب دورا كبيرا في تحديد الحجم الزمني لمعالجة الأخبار والمواضيع، بالإضافة أنه يمكن النشرة من تناول جميع المواضيع وتوفير تغطية كاملة لأبرز الأحداث الرياضية الراهنة.

■ الوظيفة الإخبارية لنشرة الأخبار:

من المنطق عليه أن نشرة الأخبار على اختلاف تخصص وتنوع مجالاتها فإنها تهتم بالوظيفة الإخبارية بدرجة أولى وأساسية فهي تقدم الخبر جاهزا مبسطا ومختصرا، ولا يمكنها تناول تفاصيل جميع المواضيع التي تطرحها ما من شأنه أن يؤثر بصفة مباشرة على حجمها الزمني وبالتالي سيتسبب ذلك في نوع من النفور للمشاهد الذي لا يستطيع الجلوس لساعة كاملة مقابل الشاشة لمعرفة الأخبار الرياضية التي يمكنه التحصل عليها اليوم على الوسائط الحديثة بفضل تكنولوجيات الاتصال الجديدة، وتبقى مهام الغوص في التفاصيل والإلمام بحديثات المواضيع الرياضية هي مهمة برامج إخبارية أخرى.

■ انتباه المشاهدين:

أثبتت الدراسات أن انتباه المشاهدين يتراجع بعد فترة قصيرة من الزمن مقابل الشاشة، لذلك يتم العمل في نشرات الأخبار على تلخيص الأخبار من أجل جذب الانتباه والاهتمام بأهم المواضيع والمعلومات في وقت قصير.

في الجهة المقابلة كان ظهور فئة المعالجة الزمنية للمواضيع الرياضية على النشرة لما بين الدقيقة والدقيقتين (د1-د2) إلا امتداد للفئة الأولى وتنوعت تلك المواضيع التي ظهرت في هذه الفئة من الزمن، رغم أن هناك بعض المواضيع التي ارتأت القناة إلى معالجتها بطريقة مفصلة نوعا ما مع إضافة بعض المعلومات الجانبية والمحيطه بالخبر لإضفاء وضوح أكثر على الخبر، ويكون ذلك في أحد القالبين الإخباريين المقابلة أو التعليق.

أما فئة المعالجة الزمنية التي كانت بين الدقيقتين والثلاثة دقائق (د2-د3) الذي حلّ ثالثا بنسبة 9.29% بمجموع 47 تكرار فقد عالجت فيها النشرة المواضيع الخاصة بنتائج المنافسات الرياضية (15 موضوع من 47) وتحضيرات الرياضيين والفرق والأندية (32 موضوع من 47)، والممثلة بالتحديد بعرض مواضيع أبرز المنافسات الرياضية والتي كان على رأسها المباريات الهامة في كرة القدم المحلية والخاصة بالرابطة المحترفة

الأولى بين التحضير لها ونتائج مبارياتها، وهو أحد المواضيع الذي يأخذ وقت أكثر نسبيا من بقية المواضيع، على مستوى عرض الجو العام للمباريات وملخص ما حدث فيها مع بث لقطات الأهداف، وعادة ما تضيف القناة بعض التصريحات من المقابلات التي قامت بها مع اللاعبين، المدربين أو المسؤولين عقب المباريات، وهو ما يجعل وقت معالجتها يزداد نسبيا مقارنة بمواضيع أخرى.

فيما كانت المعالجة الزمنية بين الثلاثة والأربعة دقائق (3-4) التي كانت بنسبة 03.56% والفئة التي تليها بين الأربعة والخمسة دقائق (4-5) بنسبة 01.98%. فقد خصّصتها القناة لمعالجة موضوعين أساسيين ظهرا في الدراسة التحليلية وهما موضوعا مباريات المنتخب الوطني الأول لكرة القدم (14 موضوع من 28) والمواضيع الخاصة بالأزمات والمشاكل الرياضية (10 مواضيع من 28).

فموضوع المنتخب الوطني الأول لكرة القدم من أبرز المواضيع التي تكون على رأس أولويات واهتمامات القناة عبر نشرة أخبارها وهو ما أسفرت عنه الدراسة التحليلية في فئة المواضيع الرياضية (ما سنتطرق إليه لاحقا في بقية الفئات الخاصة بالمضمون)، فقناة الهدف من خلال نشرة أخبارها تعتمد معالجة موضوع المنتخب الوطني من زوايا عديدة ومختلفة ولا يقتصر الأمر فقط على عرض التحضيرات أو نتائج المباريات، وإنما تذهب القناة إلى تناول جوانب الحدث المختلفة من خلال عرض التصريحات والمقابلات الإخبارية التي تحصلت عليها سواء في الندوات الصحفية أو من اللاعبين على هامش تحضيراتهم للمباراة أو بعدها وكذلك الأمر بالنسبة للطاغم الفني، بالإضافة إلى عرض النشرة لنتائج المنافسين المباشرين في المنافسة التي يخوضها وقادم المواعيد التي تنتظر المنتخب، ويكون هذا العرض الإخباري باستعمال مادة إعلامية مرفوقة بفيديو أو عن طريق عرض إخباري مفصل تعتمد فيه القناة على قالب الخبر إضافة إلى تعاليق إخبارية عن الحدث الخاص بالمنتخب وعادة تحليل له. وهي العوامل التي تجعل من نوع هذه المواضيع يأخذ حيزا زمنيا أكبر من بقية المواضيع، على أساس أن هذا النوع من المواضيع تضعه النشرة على رأس أولوياتها.

وفيما يخص موضوع الأزمات والمشاكل الذي ظهر كثيرا في هاتين الفئتين، فيعتبر من أبرز المواضيع التي تعالجها النشرة في حيز زمني أكبر نسبيا من بقية المواضيع، نظرا إلى طبيعة الموضوع في حد ذاته، بما أن الأمر يتطلب الخوض في جميع جوانب الحدث (الأزمة أو المشكلة) والبحث في أسبابها وأيضاً تداعياتها، وهو ما ظهر في عديد المناسبات في معالجة القناة لمواضيع الأزمات التي مرت بها الاتحادية الجزائرية لكرة القدم والرابطة المحترفة الأولى أين تستخدم النشرة أكثر من قالب صحفي في معالجة الموضوع، بين الخبر، المقابلة الإخبارية، التحليل والتحقيق الإخباريين وحتى التحقيق الصحفي، في محاولة منها للإلمام بالموضوع وتسليط الضوء عليه ووضع المشاهد في صورة مباشرة مع الموضوع من أجل فهمه كما يجب.

أما فئة المعالجة الزمنية الأكثر من خمسة دقائق فقد اختصت بها القناة مواضيع الأزمات التي مرّ بها المنتخب الوطني وهو ما ظهر في خمسة مناسبات من أصل سبعة لهذه الفئة (05 مواضيع من 07)، وهي الأزمات التي دخلها المنتخب الوطني بعد إقصائه من التأهل لمونديال قطر 2022 بعد السيناريو الذي واكب مباراة العودة والفاصلة أمام الكامبيرون في ملعب مصطفى تشاكر بالبلدية، خاصة بعد الحديث عن نيّة الاتحاد الجزائري لكرة القدم في رفع شكوى إلى الاتحاد الدولي للعبة ضد الحكم الغامبي باكاري غاساما والمنتخب الكامبيروني ورئيس اتحاديته سامويل إيتو ثم إقدامها على هذه الخطوة، وكل ما واكب هذه الأزمة من تطورات وأحداث وتبادل اتهامات بين الطرفين الجزائري والكامبيروني، إضافة إلى الخرجات الإعلامية للمدرب جمال بلماضي أو رئيس الاتحاد آنذاك شرف الدين عمارة وحتى رئيس الاتحاد الكامبيروني لكرة القدم ساويل إيتو، أين تعرض القناة في نشرة أخبارها كل خرجة إعلامية للطرفين وتسلط عليها الضوء من جوانب مختلف مع البحث في تداعيات كل هذه التطورات خاصة في الفترة التي تلت الإقصاء مباشرة، في ظل المد والجزر الذي عرفته القضية وانتظار الشارع الرياضي الجزائري كل ما هو جديد وكل ما يخص القضية على أمل أن يكون الفصل في القضية لصالحه.

ومن بين المواضيع التي طرحتها القناة في هذه القضية وعالجتها مطولا كان تصريح المدرب بلماضي للموقع الرسمي للاتحاد الجزائري لكرة القدم الفاف وقناته والتي تكلم فيها عن أشياء كثيرة، منها ما حدث في المباراة وأيضاً بعدها، أيضاً تحريف تصريحاته من طرف الجانب الكامبيروني، مستقبله على رأس العارضة الفنية للخضر. بالإضافة إلى موضوع استضافته في إذاعة RMC الفرنسية والتي رد فيها على اتهامات الجانب الكامبيروني حول ما تداوله الإعلام الكامبيروني من تصريحات نسبت إليه وهي المواضيع التي استغرقت القناة لقرابة العشرة دقائق من أجل الحديث عنها ومعالجتها بصفة شاملة.

وفي ختام تحليلنا لفئة زمن المعالجة فقد اتضح لنا أن قناة الهدف تعتمد بنسبة كبيرة في معالجتها للمواضيع الرياضية التي تطرحها وتتناولها في نشرة أخبارها على معالجتها في مساحة زمنية لا تتعدى الدقيقة وهو التوجه الزمني الواضح الذي تبنته القناة في معالجتها الإخبارية، فيما كانت المواضيع التي اتخذت مساحة زمنية أكبر من أجل معالجتها هي مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم والمشاكل والأزمات الرياضية المحلية بصفة عامة وعلى رأسها المنتخب الأول، أي أن المواضيع الهامة والبارزة التي تراها القناة أنها تستحق أن تكون على رأس أولويات النشرة تتخذ زمن أكبر تراه هذه الأخيرة كافيا من أجل معالجتها بالمساحة الزمنية التي تتناسب والموضوع.

4- على مستوى فئة اللغة المستخدمة

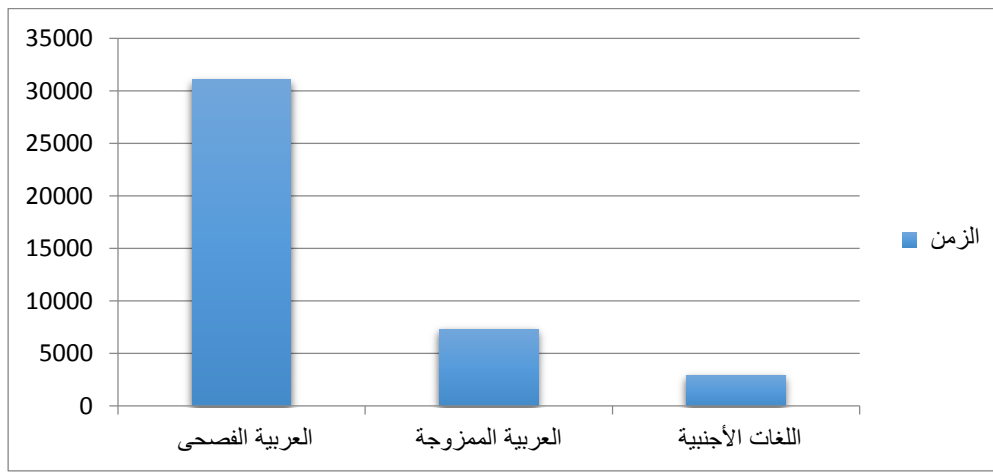
تعتبر اللغة الوسيلة الأساسية في التواصل بين المرسل والمستقبل، لاسيما في ميدان علوم الإعلام والاتصال، كما يرى الباحث يوسف تمار فإنها المحرك الأساسي للفكر، وتزداد أهمية اللغة في مضمون وسائل الإعلامية الجماهير، بما أنها لغة التخاطب التي تجمع الوسيلة الإعلامية بالجماهير العريضة التي تستقبل تلك المضامين. وهنا وجب علينا في هذه الدراسة النظر إلى اللغة على أنه أحد المؤشرات والفئات التي تلعب دورا هاما ورئيسيا في الوصول إلى أهداف الدراسة، خاصة وأنها ستمكننا من معرفة كيفية معالجة النشرة للمواضيع الرياضية المطروحة من خلال النمط اللغوي المستخدم، وكذلك اكتشاف مدى ممارسة القناة عبر نشرة أخبارها لمسؤوليتها الاجتماعية في وظائفها الإعلامية داخل المجتمع الجزائري.

وقد قام الباحث بتقسيم اللغة إلى الفئات الفرعية المبينة في الجدول من أجل تشريح هذه الفئة والوصول إلى الأهداف المرجوة من خلال دراسة موضوع البحث على ضوء هذه الفئة

جدول رقم(11): يمثل توزيع فئة اللغة المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

النسبة %	الزمن (ثا)	اللغة المستخدمة
75.25%	31047ثا	العربية الفصحى
17.71%	7308 ثا	العربية الممزوجة
07.04%	2903 ثا	اللغات الأجنبية
100 %	41258 ثا	المجموع

الشكل رقم (14): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار اللغة المستخدمة في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يبين لنا الجدول الموضح أعلاه والشكل التوضيحي المرافق له أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف الرياضية اعتمدت اعتمادا كبيرا على اللغة العربية الفصحى في معالجتها لمواضيعها الرياضية التي تناولتها، أين سيطرت اللغة العربية على إجمالي المساحة الزمنية للنشرة وفاقت نسبتها الـ 75% مقارنة باللغة الأجنبية أو العربية الممزوجة (بين الفصحى والعامية التي تتخللها بعض المصطلحات الأجنبية)، هذه الأخيرة (العربية الممزوجة) سجلت حضورها هي الأخرى بنسبة محترمة في حين كانت اللغة الأجنبية أقل اللغات ظهورا في النشرة، بحكم الطابع العربي المعتمد للقناة والمجتمع الجزائري ككل، ويعكس سيطرة اللغة العربية الفصحى على النشرة الرياضية الرئيسية للقناة الطابع الجدي الذي تتميز به نشرات الأخبار التلفزيونية بصفة عامة.

وسنعرض فيما يلي أبرز الأرقام والإحصائيات التي أسفرت عنها الدراسة التحليلية للنشرة الرئيسية للقناة من خلال فئة اللغة المستخدمة:

- احتلت اللغة العربية الفصحى صدارة الاعتماد في فئة اللغات المستخدمة بالنسبة لنشرة قناة الهدف وبلغت المساحة الزمنية لاستخدامها (31047) ثانية ونسبة وصلت 75.25%، لتكون بذلك أكثر الأنماط اللغوية استخداما في معالجة القناة لمواضيعها الرياضية في نشرتها الرئيسية.
- في حين جاءت فئة اللغة العربية الممزوجة في المرتبة الثانية بمساحة زمنية قدرت بـ (7308) ثانية ونسبة وصلت 17.71% من النسبة العامة للغات المعتمدة في النشرة.
- فيما حلت اللغات الأجنبية في المرتبة الأخيرة كأقل نمط لغوي تم الاعتماد عليه في نشره القناة وبلغت مساحتها (2903) ثانية ونسبة قدرت بـ 07.04%.

وبالعودة إلى سيطرة اللغة العربية الفصحى على المساحة الإجمالية للنشرة بنسبة بلغت 75.25%، فهو أمر طبيعي إلى حد بعيد في هذا النوع من الدراسات والتي تختص بتحليل مضمون وسائل الإعلام الخاصة بالمعالجة الإخبارية للنشرات الإخبارية، بالنظر إلى الطابع الجاد الذي يتميز به هذا النوع من البرامج الإخبارية (نشرة الأخبار) إضافة إلى سهولة ووضوح فهمها ووصول المعنى المراد تبليغه إلى المستقبل، وهو السياق العام الذي تبنته القناة في نشرات أخبارها في سبيل معالجتها لمواضيعها الرياضية التي تطرحها، ما يعكس توجهها تجاه النمط اللغوي السائد أو الذي تعتمد في مخاطبة مشاهديها من الجمهور الرياضي ومعالجتها الإخبارية لتلك المواضيع.

وقد تميزت اللغة العربية الفصحى التي استخدمتها النشرة في معالجة لمواضيعها الرياضية بالبساطة والوضوح وسهولة الفهم، أين كانت خالية من التراكيب اللغوية الصعبة أو البلاغة المعقدة التي يصعب فهمها، وما سهل هذا الأمر هو طبيعة وخصوصية الإعلام الرياضي الذي يختص بالرياضة بصفة عامة ومواضيعها التي تعتبر بسيطة ولا تحتاج إلى إضافات بلاغية معقدة، بما أن الأمر يقتصر على سرد نتائج، مواعيد، أحداث هامة، إلى غير ذلك من القضايا المتعلقة بالرياضة. ناهيك أن المستوى اللغوي العام للجمهور الرياضي لا يحتاج الكثير من التعقيدات اللغوية واستخدام لعبة عربية فصحي صعبة لن يكون من السهل فهمها، ما يستوجب على نشرة الأخبار لقناة الهدف إلا استعمال اللغة العربية البسيطة المفهومة لتتم عملية المعالجة الإخبارية وإيصال المعنى والهدف من الرسالة الإعلامية في قالب لغوي بسيط وسهل الفهم. فيما اعتمدت القناة تبسيط المصطلحات اللغوية الخاصة بالرياضة والتي تمتاز بالتعقيد أو صعوبة ترجمتها إلى اللغة العربية، وقد لاحظنا ذلك من خلال اعتمادها على تبسيط تلك المصطلحات إلى المستوى اللغوي الذي يمكن المشاهد من فهمه وتجلّى ذلك في نقاط عديدة نذكر منها على سبيل المثال:

➤ دخول أندية كرة القدم تربيصاتها المغلقة بغية التحضير للموسم الكروي الجديد، أين تعتمد القناة تبسيط مفهوم التربيص الرياضي الذي يعتبر كمفهوم علمي شيء معقد وتتداخل فيه الكثير من الأمور العلمية منها الفنية، التكتيكية والبدنية، وتتعمد نشرة أخبار القناة تلخيص الخبر الذي جاء في أكثر من مناسبة بقراءة المذيع الخبر كما يلي " أنهى نادي اتحاد العاصمة المرحلة الأولى من تربيصه التحضيري الذي يجريه في تونس تحسبا لانطلاقة الموسم، والذي عمل فيها الطاقم الفني للنادي العاصمي على الجانب البدني، على أن يباشر بداية الأسبوع المقبل تربيصه التحضيري الثاني الذي سيخصص كما قال المدرب في هذا التصريح للجانب الفني..." وهي علمية تبسيط واضحة لمفهوم التربيص التحضيري الذي يطلق عليه باللغة الانجليزية "Pre-season camp" أو "Pre-season training camp" الذي تقوم به أندية كرة القدم تحضيرا لبداية الموسم، والذي تتخلله ثلاثة مراحل بداية من العمل البدني، مروراً إلى المرحلتين الفنية والتكتيكية التي تتخللها عادة مجموعة من المباريات الودية للناي لتقييم مدى تقدم التحضيرات وجاهزية النوادي لخوض غمار البطولة والمباريات الرسمية، وهو أيضا مصطلح كثير التداول بين أوساط المدربين واللاعبين في تصريحاتهم ومقابلاتهم الصحفية، وكان على النشرة تبسيط المفهوم في قالب لغوي يسهل فهمه من طرف الجمهور المتابع لشؤون الرياضة.

➤ في المواضيع المتعلقة بالرابطة الوطنية لكرة القدم والاتحادية الجزائرية لكرة وفي المراحل التي كانت فيها هاتين الهيئتين تمرّ بمرحل عصيبة تطلب تدخل قانوني بعرض الجمعية العامة من أجل الفصل في

القضايا سواء بتتحية مسؤول أو استقالته أو إيجاد حل لتلك الأزمات، وهي أمور قانونية يصعب على المشاهد العادي الذي يملك ثقافة محدودة في كرة القدم فهمها، لتلجأ النشرة إلى تبسيط العملية كما حصل في كثير من المرات بالحديث عن الجمعية العامة العادية أو الانتخابية والهدف منها أيضا، مع توضيح الصلاحيات التي تخولها الجمعية العادية في ممارسة مهامها لكل عضو فيها، في صياغة لغوية بسيطة يفهم من خلالها المشاهد معنى الجمعية العامة وعلاقة هذه الاجتماعات الروتينية بشؤون تسيير كرة القدم الجزائرية.

وفيما يخص بروز اللغة العربية الممزوجة بين العامية والفصحى وحتى استعمال بعض كلمات اللغات الأجنبية وبالتحديد الفرنسية في المرتبة الثانية بنسبة 17.71% فقد كان ذلك مصدره الأول قالب المقابلة الإخبارية التي تعتمد على القناة في نشرات أخبارها (كانت القالب الصحفي الثاني من بين فئات القوالب الفنية الأكثر استخداما في النشرة)، وهو الشكل الفني الذي يستدعي أخذ تصريحات وانطباعات أو آراء أطراف رياضية فاعلة كالمسؤولين، المدربين أو الرياضيين، وهي الفئة الرياضية التي تتحدث اللغة العربية العامية، وهو النمط اللغوي السائد في المجتمع الجزائري الذي يعتمد فيه الفرد على الحديث بلغة عربية بسيطة يفهمها أفراد المجتمع الجزائري، ورغم أنها عربية إلا أنها ليست لغة عربية فصحى أو أكاديمية، وتتخللها عادة بعض الكلمات من اللغة الفرنسية التي تعتبر اللغة الأجنبية الأولى في الجزائر والمعتمدة في التواصل والخطاب بين الأفراد، وهو ما لمسناه في جل المقابلات الإخبارية التي عرضتها نشرة الأخبار، أين يكون الطرف المحاور ليس مطالبا بإتباع نمط لغوي بذاته وإنما بالحديث بتلقائية أمام الكاميرا بلغته العادية التي يتواصل بها مع الجميع.

أما بخصوص بروز اللغات الأجنبية في نشرة أخبار القناة بنسبة 07.04% فهو يعتبر رقم محترم في نشرة أخبار وقناة تعتمد اللغة العربية، وظهرت اللغات الأجنبية في بعض المواضيع التي عالجت فيها قناة الهدف في نشرة أخبارها ما يتعلق بالرياضات التي تكون أطرافها الفاعلة تتحدث لغات أجنبية، وكما كان عليه شكل الاعتماد بالنسبة للغة العربية الممزوجة فقد كان اعتماد اللغات الأجنبية أيضا ضمن قالب المقابلة الإخبارية في الندوات الصحفية أو تصريحات تلك الأطراف الفاعلة في الحدث الرياضي وبرز ذلك في اتجاهين اثنين هما:

➡ **الاتجاه الأول:** المسؤولين أو المدربين أو الرياضيين الجزائريين الذين يعتمدون اللغة الفرنسية في حواراتهم وتصرحاتهم لوسائل الإعلام.

🚩 **الاتجاه الثاني:** المدربين أو الرياضيين الأجانب العاملون في الجزائر والذين يعتمدون لغات أجنبية من أجل التواصل مع المحيط الرياضي الجزائري الذين يشتغلون به. أو بعض المسؤولين والمدربين والرياضيين الأجانب الذين تتناول القناة مواضيع رياضية لهم في نشرة الأخبار، أين تتخل تلك المواضيع تصريحات لهذه الفئة لوسائل الإعلام، تستعملها نشرة أخبار القناة في معالجتها لذلك الموضوع.

ومن خلال هذه القراءة الإحصائية والتحليلية لفئة اللغة المستخدمة في معالجة نشرة أخبار قناة الهدف الرياضية لمواضيعها الرياضية التي تطرحها، فإن القناة تبنت التوجه السائد والمعمول به في جميع القنوات العربية سواء العامة أو المتخصصة في معالجتها الإخبارية ضمن نشرات أخبارها، وذلك عن طريق اعتماد نمط اللغة العربية الفصحى البسيطة في معالجتها الإخبارية، للأسباب السابق ذكرها والتي تعتمد على بساطة هذه اللغة وسهولة فهمها من طرف العامة الممثلة بالجمهور الرياضي المتابع للنشرة.

في ذات السياق فقد قام الباحث بدراسة اللغات الأجنبية المعتمدة والمستخدمة في نشرة أخبار القناة من أجل تحديد أبرز اللغات الأجنبية ظهورا في نشرة أخبار قناة الهدف الرياضية، ليتمكننا ذلك من الوصول إلى نتائج أكثر دقة فيما يخص فئة اللغات المستخدمة في المعالجة الإخبارية بصفة عامة، وعلى الفئة الفرعية الممثلة للغات الأجنبية بصفة خاصة.

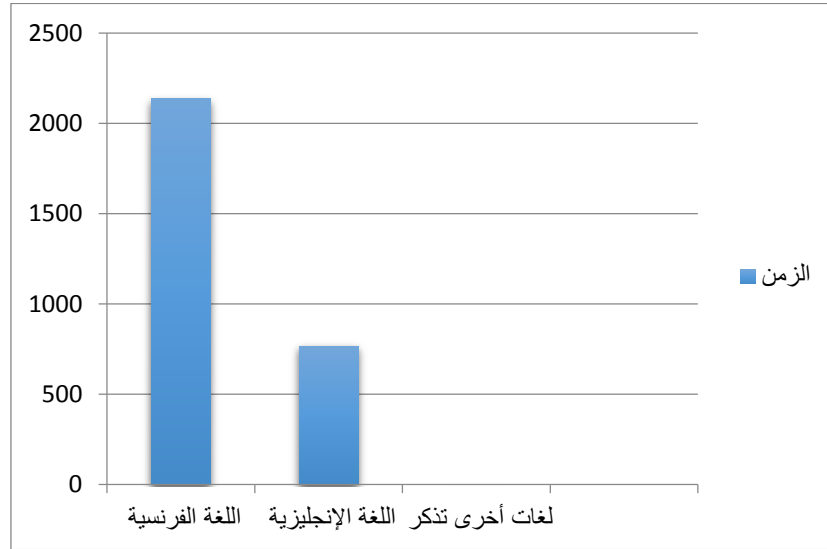
وسنعرض في هذا الجدول الإحصائيات والأرقام التي انتهت عليها دراسة هذه الفئة.

4-1- توزيع أنواع اللغة الأجنبية

جدول رقم(12): يمثل توزيع فئة اللغات الأجنبية المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

اللغات الأجنبية المستخدمة	الزمن ثا	النسبة %
اللغة الفرنسية	2137 ثا	73.61%
اللغة الانجليزية	766 ثا	26.39%
لغات أخرى تذكر	00 ثا	00.00%
المجموع	2903 ثا	100%

الشكل رقم (15): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار اللغات الأجنبية المستخدمة في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

أسفرت نتائج دراسة الفئة الفرعية الثانوية التي تخص اللغات الأجنبية المستخدمة في المعالجة الإخبارية للنشرة الرياضية لقناة الهدف، أن اللغة الفرنسية هي أكثر اللغات الأجنبية ظهوراً واستخداماً في نشرة القناة مقارنة بباقي اللغات الأجنبية التي ظهرت في النشرة وبلغت نسبتها 73.61% من النسبة العامة للغات الأجنبية المستخدم، تلتها اللغة الانجليزية، وهي قراءة إحصائية تؤكد سيطرة اللغة الفرنسية كأبرز لغة مستخدمة من اللغات الأجنبية في نشرة الأخبار.

وجاءت إحصائيات هذه الفئة على النحو التالي:

- احتلت اللغة الفرنسية المركز الأول فيما يخص اللغات الأجنبية الأكثر بروزاً في النشرة بمساحة زمنية بلغت (2137) ثانية من أصل (2903) ثانية والتي هي المساحة الإجمالية لجميع اللغات الأجنبية التي ظهرت في النشرة ونسبة قدرت بـ 73.61%.
- وجاءت اللغة الانجليزية في المرتبة الثانية بمساحة (766) ثانية ونسبة وصلت إلى 26.39% من إجمالي اللغات الأجنبية.

بالعودة إلى سيطرة اللغة الفرنسية كأبرز لغة أجنبية تناولوا في النشرة ضمن فئة اللغات الأجنبية المستخدمة في المعالجة الإخبارية بنسبة 73.61%، وإن كان الأمر يبدو طبيعياً بالنظر إلى أن اللغة الفرنسية ظلت لسنوات هي اللغة الثانية المعتمدة في الجزائر، ولكن هذه النقطة تأتي تحت بعض المعايير المنتهجة على نشرة الأخبار والتي سنحاول إبرازها فيما يلي:

■ تعتبر المواضيع الرياضية التي تعالجها القناة هي مواضيع رياضية محلية على أساس نشاط القناة المحلي وإمكانية تغطيتها لهذه المواضيع كما ذكرنا في الفئات السابقة، قبل التحول إلى معالجة المواضيع الرياضية الأجنبية، وكون المواضيع المحلية تتعامل مع الأطراف الرياضية الجزائريين في المناسبات الرياضية في أغلب الأحيان فستكون هناك مادة إعلامية تحمل حوارات يتحدث أصحابها اللغة الفرنسية. وهذا أحد العوامل الذي يبرر ظهور اللغة الفرنسية المسيطر على باقي اللغات الأجنبية.

■ الاعتماد الكبير نسبيا لنشرة أخبار القناة على قالب المقابلة الإخبارية الذي كان ثاني أكثر قالب ظهورا في فئة القوالب الفنية المعتمد¹(*)، وهنا يتقاطع لنا عاملان أساسيان لسيطرة اللغة الفرنسية وهما نسبة اعتماد المقابلات الإخبارية (التي فيها أطراف رياضية تدلي بتصريحاتها باللغة الفرنسية)، والثاني هو كثرة معالجة المواضيع المحلية، وهو ما يجعل اللغة الفرنسية تبرز أكثر في النشرة مقارنة بلغات أجنبية أخرى.

■ شمولية القناة في معالجة المواضيع الرياضية المحلية المتنوعة في نشرتها، بما في ذلك المواضيع التي تشهد مشاكل وأزمات وهالة إعلامية كبيرة، ويلعب هذا العامل دورا رئيسيا وهاما في بروز اللغة الفرنسية على حساب الانجليزية، بالنظر أن شمولية القناة في تغطية الأخبار المحلية وعدم اكتفائها بعرض نتائج ومواعيد أو تحضيرات واهتمامها بالقضايا الرياضية الشائكة، فهذا النوع من القضايا المحلية التي تمتاز بالمشاكل لها خصوصية محددة في معالجتها وتتطلب قوالب مختلفة منها التعليق، التحقيق، التقرير وخاصة المقابلة الإخبارية، مع المسؤولين الذي يكونون في العادة هم الممثلون الرئيسيون بالنسبة لهذا النوع من الأحداث، فالكثير من المسؤولين الذين ظهروا في نشرة الأخبار يعتمدون اللغة الفرنسية في تعاملهم مع وسائل الإعلام. وشهدنا هذا في جل المواضيع الخاصة بالمشاكل والأزمات المحلية التي عالجتها القناة في صورة: عدم تأهل الجزائر إلى مونديال قطر والأحداث التي واكبتها، على رأسها التصريحات الكثيرة والمتعددة للمدرب بلماضي والمسؤولين في الاتحادية الجزائرية، المشاكل والأزمات التي مرت بها الاتحادية الجزائرية لكرة القدم والمقابلات التي كانت المسؤولين والأطراف الفاعلة في الحدث، المشاكل والأزمات التي تمر بها الأندية الجزائرية ذات القاعدة الجماهيرية الكبيرة، على أساس أن المقابلات مع مسؤولي ورؤساء تلك الأندية تحمل اللغة الفرنسية كنمط لغوي أساسي لهؤلاء المسؤولين.

أنظر فئة أنواع القوالب الصحفية¹(*)

هذا وقد كان ظهور اللغة الانجليزية في النشرة ضئيلا بنسبة 26.39% مقارنة باللغة الفرنسية، بالنظر إلى سيطرة اللغة الفرنسية على ثقافة التحدث بلغة الأجنبية لدى الشعب الجزائري واعتمادها لسنوات طويلة في المؤسسات التعليمية منذ الطور الابتدائي، وهو الشيء الذي يقلص من حظوظ ظهور اللغة الانجليزية كلغة تواصل بالنسبة للجزائريين.

وقد تجلّى لنا حضور اللغة الانجليزية في نشرة أخبار القناة في المقابلات الإخبارية وبالتحديد في رياضة كرة القدم وهذا في تصريحات اللاعبين أو المدربين الذين يتحدثون هذه اللغة، خاصة منهم من ينشطون محليا سواء بإشرافهم على تدريب أندية الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم، في صورة: مدرب وفاق سطيف السابق داركو نوفيتش، مدرب شباب بلوزداد السابق باكيثا مثالا، وأيضا اللاعبين الأفارقة الذين يحترفون في بطولتنا ويعتمدون اللغة الانجليزية بدل الفرنسية.

فيما لفت انتباه الباحث في عملية الدراسة التحليلية لفئة اللغة المستخدمة في معالجة المواضيع الرياضية في نشرة قناة الهدف، أن النشرة لا تقوم بترجمة الحوارات والمقابلات والتصريحات التي تبثها والتي تكون باللغة الفرنسية عكس ما يحدث في التعامل مع اللغة الانجليزية (النشرة تترجم اللغة الانجليزية فقط) وحول نسب الترجمة التي ظهرت في النشرة فإن القائمين على نشرة قناة الهدف لم يترجموا كل المقابلات الإخبارية التي تحدث فيها أصحابها اللغة الفرنسية، وبلغت نسبة اللغة الفرنسية التي عرضت على النشرة ولم تترجم 100%.

وهي نقطة سلبية تحسب على القناة في سبيل ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام تجاه المجتمع الجزائري الذي لا يفهم جميعه اللغة الفرنسية، ووجب التعامل معها في نشرة أخبارها كلغة أجنبية من المطلوب أن تتم ترجمتها كباقي اللغات، فعدم ترجمة القناة للغة الفرنسية التي عرضتها يعطي صورة بأنها لغة أساسية في الجزائر وأن الجميع يفهمها بما في ذلك الجمهور الرياضي، إلا أن الواقع عكس ذلك تمام، فمعظم الشعب الجزائري لا يتكلم اللغة الفرنسية ولا يفهمها بتاتا، يعني أن القناة لم تبحث عن إرضاء رغبات وحاجيات تلك الفئة محدودة الإمكانيات اللغوية لاسيما من الجماهير الرياضية التي يكون من بينها المثقف، والأكاديمي والأمي والطبيب والشاب والتلميذ، إلى غير ذلك، ولا يمكن وضع كل هؤلاء في مكانة لغوية واحدة على أنهم يفهمون ما تقدمه النشرة من مضامين باللغة الفرنسية. وهي زاوية رؤيا تؤكد ابتعاد القناة في هذه النقطة عن ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية ولم توفي بالتزاماتها مع الجمهور الرياضي الجزائري الذي يتوقع من القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر مستويات أداء أعلى من أن تغفل على تقديم محتوى بلغة أجنبية لا يمكن للجميع فهمه دون أن تترجمه.

وفي الأخير ومن خلال ما تناولناه وما وصل له الباحث فيما يخص فئة اللغة المستخدمة في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية، فإن اللغة العربية الفصحى هي اللغة المعتمدة في معالجة القناة لمواضيعها، أين تعتمد النشرة لغة عربية فصحى بسيطة ومفهومة بالنسبة للجميع، فيما ظهرت اللغة الممزوجة واللغة الأجنبية بنسبة متفاوتة، على أساس المقابلات الإخبارية التي تقدمها النشرة مع أطراف فاعلة في الحدث الرياضي والتي تتكلم عامة باللغات الممزوجة التي تكون بين العربية العامية أو الفصحى وأيضا بعض الكلمات الأجنبية، أو تتكلم تلك الأطراف الفاعلة في حواراتها اللغات الأجنبية، والتي كانت فيها اللغة الفرنسية هي أكثر اللغات الأجنبية ظهورا في النشرة مقارنة بباقي اللغات. وتبقى النقطة السلبية الوحيدة الذي انتهت لها دراسة هذه الفئة هو عدم ممارسة القناة عبر نشرة أخبارها لمسؤولياتها الاجتماعية في مهامها الإعلامية تجاه المجتمع الجزائري والجمهور الرياضي على وجه الخصوص، بعدم ترجمتها للتصريحات والمقابلات التي كانت باللغة الفرنسية عكس ما تقوم به في المقابلات باللغة الانجليزية.

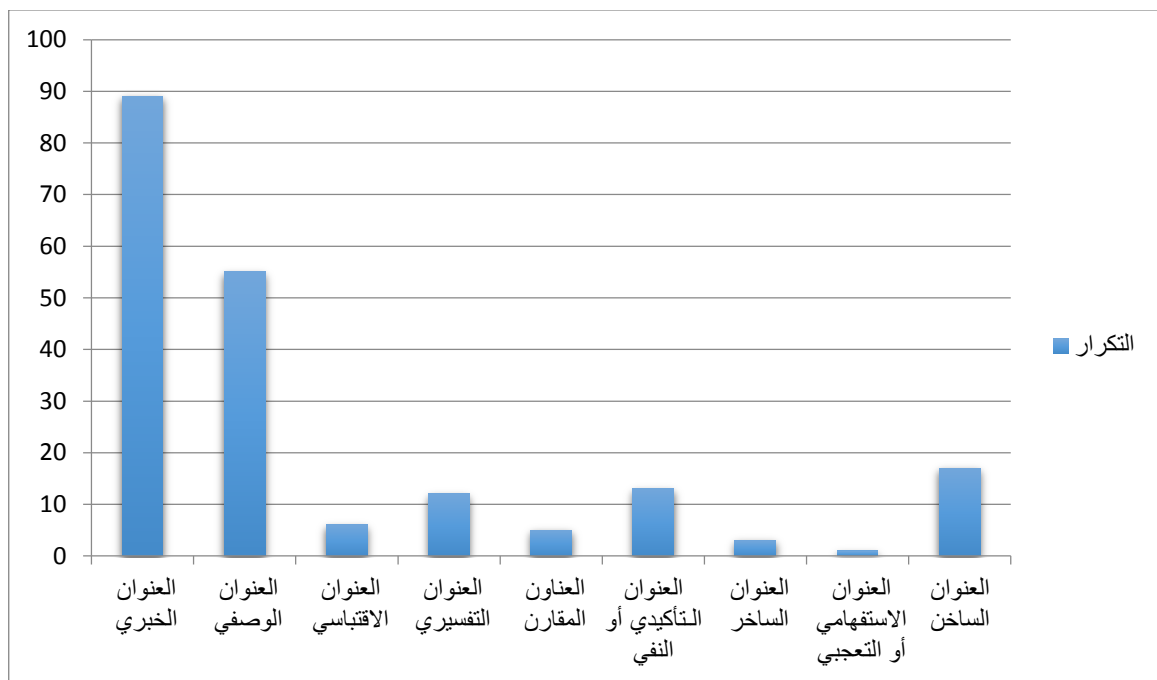
5- على مستوى فئة العناوين

أراد الباحث من خلال هذه الفئة اكتشاف أبرز العناوين التي تعتمد عليها قناة الهدف في معالجتها لمواضيعها الرياضية على نشرة أخبارها الرئيسية، وهي الفئة (فئة العناوين) التي ستسمح لنا باكتشاف التوجه الذي تتبناه النشرة من خلال عناوينها في معالجة المواضيع التي تطرحها، وهناك من الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال من يرون أن العناوين هو أحد القوالب الفنية المستحدثة في الخدمة الإخبارية، ويصنفونه ضمن فئة القوالب الفنية الإخبارية حتى على أساس أنه بات وليد التطورات التي شهدتها العمل الإخباري، إلا أن الباحث ارتأى أن يسير ضمن المسار متوافق عليه وتكون فئة العنوان هي فئة تحليلية مستقلة بذاتها هدفها الكشف عن أبرز العناوين التي تعتمد عليها البرامج الإخبارية في معالجتها للمواضيع التي تطرحها، خاصة وأن العنوان في الخبر يعتبر أيضا أحد الأساليب التي توصل المشاهد إلى قلب وجوهر النشرة، وذلك عن طريق الإعلان عنها في عجلة مع بداية النشرة لإحياء التشويق بالنسبة للمشاهد. وقسمت فئة العناوين إلى الفئات الفرعية الموضحة في الجدول أدناه:

جدول رقم(13): يمثل توزيع فئة أنواع العناوين المستخدمة ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

أنواع العناوين	التكرار	النسبة %
العنوان الخبري البحث	89	44.28%
العنوان الوصفي	55	27.36%
العنوان الاقتباسي	6	2.99%
العنوان التفسيري	12	5.97%
العنوان المقارن	5	2.49%
العنوان التأكيد أو النفي	13	6.47%
العنوان الساخر	3	1.49%
العنوان الاستفهامي أو التعجبي	1	0.49%
العنوان الساخن	17	8.46%
المجموع	201	100%

الشكل رقم (16): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع العناوين المستخدمة في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول السابق والرسم التوضيحي أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة أهداف الرياضية تعتمد في بنائها الإخباري ما بين 08 إلى 09 عناوين في النشرة الواحدة، وتعتمد النشرة بنسبة كبيرة على نوع العنوان الخبري البحث وهذا ما أبانته نتيجة الدراسة التحليلية أين ظهر هذا النوع من العناوين في 89 تكرار من مجمل 201 عنوان، فيما كان ثاني أكثر العناوين ظهوراً هو العناوين الوصفية بـ 55 تكرار، ثم العناوين الساخنة، فيما ظهرت بقية أنواع العناوين الأخرى بنسبة ضئيلة ومقاربة في النشرة حسب احتياجات المواضيع التي عالجتها القناة ضمن النشرة. وما ظهور العناوين الإخبارية البحتة في النشرة الإخبارية إلا انعكاس للطابع الإخباري والوظيفة الإخبارية للنشرة الرياضية التي تعتبر أحد البرامج الإخبارية بامتياز ما يجعلها تتوافق مع هذا النوع من العناوين في معالجتها الإخبارية.

وسنعرض فيما يلي ترتيب أنواع العناوين المستخدمة في نشرة أخبار القناة من حيث الأكثر اعتماداً:

- جاء نوع العنوان الخبري البحث في صدارة العناوين التي تعتمد عليها النشرة في معالجتها وظهر هذا النوع بتكرار 89 وحدة وبنسبة بلغت الـ 44.28%، ليكون هذا النوع أكثر الأنواع استخداماً في المعالجة الإخبارية للنشرة.
- واحتل نوع العنوان الوصفي وصافة العناوين المستخدمة في النشرة الإخبارية بمجموع تكرارات بلغ 55 وحدة وبنسبة وصلت 27.36%.
- وبتكرار وصل إلى 17 وحدة وبنسبة بلغت 8.46% جاء نوع العناوين الساخنة في المرتبة الثالثة ضمن مجمل العناوين المعتمدة في النشرة.
- فيما جاء نوع عنوان التأكيد أو النفي رابعاً بمجموع 13 تكرار وبنسبة قدرت بـ 6.47% من النسبة العامة للعناوين المعتمدة في النشرة.
- وبنسبة قريبة من التي سبقتها حل العنوان التفسيري في المرتبة الخامسة بمجموع تكرارات 12 وحدة وبنسبة بلغت 5.97%.
- أما باقي أشكال العناوين فقد ظهرت في مناسبات قليلة بداية من العنوان الاقتباسي الذي جاء بـ 6 تكرارات وبنسبة وصلت 2.99%.
- فيما تلاها نوع العنوان المقارن بمجموع 5 وحدات وبنسبة 2.49%.
- وحل العنوان الساخر في المرتبة ما قبل الأخيرة بـ 3 وحدات وبنسبة 1.49%.

- وكان العنوان الاستفهامي أو التعجبي في المرتبة الأخيرة بظهوره في مناسبة واحدة 01 ونسبة 00.49% من النسبة العامة للعناوين التي ظهرت على نشرة الأخبار.

وبالعودة إلى تفسير ما جاءت به القراءة الإحصائية لفئة العناوين الإخبارية المستخدمة في النشرة، فإن سيطرة العناوين الخبرية على مجمل أنواع العناوين التي ظهرت في الأعداد موضوع الدراسة بنسبة 44.28%، يعود بالدرجة الأولى إلى الطبيعة الخبرية للبرنامج المدروس وهو نشرة الأخبار التي تملك سمات وخصائص تميزها عن باقي البرامج الإخبارية، من خلال التعامل مع الحدث أو الموضوع معاملة أكثر جدية باختصار وتبسيط الخبر وإظهار تفاصيله في أقل وقت أو مساحة ممكنة، وهذا ما ينعكس بطبيعة الحال على العنوان المعتمد في تغطية أو معالجة الخبر وكيفية تحريره، خاصة في نشرات الأخبار، التي تتعامل مع كم كبير من الأحداث والمواضيع التي تتطلب معالجتها في مدة زمنية تتناسب وتغطية الوقت الكافي لجميع الأخبار، وهذا ما يختلف مع البرامج الإخبارية الأخرى سواء المتعلقة بالحوارات، أو الجرائد، أو معرض الصحافة، أو حتى البرامج الإخبارية التي تختص بمعالجة أخبار التريند على السوشيال ميديا، والتي تتميز في كثير من الأحيان بسيطرة أنواع أخرى من الخبر خاصة الساخرة أو الساخنة أو التعجبية، نظرا لطبيعة وخصوصية البرنامج في حدا ذاته. وهذا ما يعتبر العامل الأساسي أو الرئيسي لسيطرة الأنواع الخبرية البحتة على نشرة أخبار القناة، إضافة إلى ما تناولناه سابقا حول طبيعة وجدية النشرة كبرنامج إخباري يهتم بمعالجة أبرز المواضيع التي يراها تستحق أن تتواجد ضمن العرض الإخباري الرئيسي.

إن انتهاج قناة الهدف عبر نشرات إخبارها الرئيسية للاعتماد على نوع العناوين الخبرية البحتة يعكس انتمائها إلى اتجاه التبسيط في العملية الإخبارية والجدية في التعامل مع الأحداث والقضايا الرياضية في عملية معالجتها للأخبار بعيدا عن الزخرفة أو التنوع في العناوين الذي قد يضر في بعض الأحيان من معنى الخبر أو الهدف منه أو القضية المعالجة في حد ذاتها، ويعتبر هذا الاتجاه هو الاتجاه السائد في معظم القنوات التلفزيونية ونشرات أخبارها أين يتعاملون مع نشرة الأخبار الرئيسية بنوع كبير من الرسمية لإبقاء النشرة كبرنامج إخباري رئيسي في أي قناة ضمن إطارها الجدي والرسمي الذي يميز النشرة عن بقية أنواع البرامج الإخبارية.

وقد تجلّى لنا استخدام العناوين الخبرية في نشرة أخبار قناة الهدف من خلال قراءة بسيطة لبعض العناوين الذي ظهرت على العينة محل الدراسة:

- السباح صيود يهدي الجزائر آخر ميدالية فضية ضمن الألعاب المتوسطية.

- رئيس الاتحاد الجزائري لكرة القدم جهيد زفاف يستدعي أعضاء المكتب الفدرالي لاجتماع يوم الاثنين.
- اتحاد العاصمة يواجه النادي الإفريقي في ثاني اختبار ودي بتونس.
- في ألعاب التضامن الإسلامي الدراج رقيقي يضيف ميدالية فضية للجزائر.
- شبيبة القبائل تتعاقد مع هدف جمعية الشلف علي.
- التونسي ناصف البياوي مدربا جديدا للساورة.
- برشلونة يضم رافينيا.
- المكتب الفيدرالي يعقد أول اجتماع له منذ ترسيمه.
- جحنيط آخر المستقدمين في اتحاد العاصمة.
- الفاف تعوض مباراة غانا بنيجيريا وديا في سبتمبر
- تحكيم مصري لمواجهة أوغندا يوم 04 جوان في وهران
- وناس يقرر مغادرة نابولي ويقترب من ساسولو

كانت هذه جملة من بعض العناوين تم عرضها ضمن عناوين نشرات الأهداف التي قام الباحث بتحليلها والتي كانت عبارة عن عناوين خبرية لامست من خلالها النشرة مباشرة موضوع الحدث، وأهم ما يبرز فيها، في عرض إخباري بسيط ومفهوم وبالمقابل مشوق في بعض الأحيان مثلما حصل في العنوان المتعلق بالمنتخب الوطني لكرة القدم وتعويض ودية غانا " الفاف تعوض مباراة غانا بنيجيريا وديا في سبتمبر." لتترك القناة بقية تفاصيل الخبر لما سيعرض لاحقا في النشرة رغم أنه كان بإمكانها التنبيه إلى سبب إلغاء ودية غانا ضمن العناوين. وهو نفس الحال في الموضوع الذي تعلق بمواجهة المنتخب الأول لكرة القدم لنظيره الأوغندي " تحكيم مصري لمواجهة أوغندا يوم 04 جوان في وهران." رغم أن النشرة كانت قادرة على التصريح باسم الحكم الرئيسي على الأقل ضمن العناوين. وهي أمثلة عن استغلال النشرة لعامل التشويق ضمن العناوين لترك المشاهد على اتصال بالنشرة إلى غاية العرض الإخباري.

إن الاعتماد الصريح الذي اعتمدته نشرة أخبار الهدف على نوع العنوان الخبري البحث ضمن نشرة أخبارها كان امتداد للمسار أو النهج الذي تسلكه جل القنوات التلفزيونية في معالجتها الإخبارية في نشرة الأخبار، وهو الاعتماد الذي تبرره بعض المعايير المهنية التي نلخصها فيما لي:

طبيعة الأخبار التي تعالجها المواضيع الخاصة بالإعلام الرياضي، والتي تقتصر على عرض محاور معينة تتعلق بجل القضايا والأحداث الرياضية، فالمجال الرياضي هو أحد مجالات الإعلام التي

ترتبط فيها الأخبار بالهدف أو الغاية منه وهو القيام بالوظيفة الإخبارية وإيصال الأخبار والمعلومات إلى المشاهد بطريقة سهلة الفهم وأهم هذه المحاور هي:

- نتيجة مباراة أو منافسة
- أخبار التحضيرات المتعلقة بالرياضيين أو الأندية أو الفرق للمسابقات الرياضية
- انتقالات اللاعبين أو المدربين
- مواعيد المسابقات الرياضية.

وهي أبرز المحاور التي تتعلق بمجال الإعلام الرياضي من ناحية الغاية من الخبر أو معالجته، وهي محاور يتم إسقاطها وانعكاسها على عرض الخبر بصفة عامة وعلى العناوين الخاصة بالأخبار بصفة خاصة، لذلك يكون عرض العناوين الإخبارية في الإعلام الرياضي أو معالجة مواضيعه تمتاز بالبساطة والتلخيص على ضوء تلك المحاور، إما بفوز نادي أو فريق على حساب آخر، انتقال لاعب من نادي إلى آخر، موعد إجراء منافسة، آخر تحضيرات الفرق أو الأندية. على عكس ما يكون عليه الأمر في مجالات الإعلام الأخرى، سواء السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية التي تحمل الكثير من الأهداف والغايات لعرض ومعالجة مواضيعها وعادة لا يمكن توضيح الخبر من خلال عنوانه.

✚ خصوصية الجمهور الرياضي في حد ذاته، باعتباره أنه يملك سمات وخصائص تميزه عن بقية الفئات على أساس أنه يبحث عن ما تحمله النشرة من أخبار بطريقة واضحة وسريعة، فهو يهتم أكثر بالنتائج، أخبار لاعبيه أو أندية، رياضته المفضلة إلى غير ذلك، فالمشاهد الرياضي يبحث عن أخبار موجزة ومحتوية على النتائج والأسماء والمصطلحات المهمة التي يبحث عنها والتي تشير إلى الفريق المعني بالخبر أو نوع الرياضة أو المكان والزمان الخاصة بالمسابقة أو المنافسة، ونوع العناوين الخبرية البحتة تمتاز بالدقة والوضوح والبساطة لتكون كافية لإيصال الفكرة والجدوى من الخبر والتميز بين النتائج والأحداث الرياضية وتفاذي الخلط بينها.

✚ الانسجام الذي يكون موجود بين الأخبار الرياضية وبين ما يبحث عنه المشاهد أو الجمهور الرياضي، فالإعلام الرياضي هو أحد المجالات التي يكون فيها انسجام وتوافق كبير إلى حد بعيد بين ما نريد عرضه في العنوان وبين ما حدث فعلاً، فالحدث في المجال الرياضي هو نتيجة منافسة، موعد مباراة، أخبار رياضي أو فريق، وما نريد عرضه في العنوان ما هو إلا إجابة عن أحد تساؤلات الخبر أو بعضها أو كلها، عن طريق التعريف بالطرف الفاعل فيه إما بالفوز أو الخسارة، تحديد موعد زمان و مكان إجراء المنافسة...إلى غير ذلك، فنوع العناوين الخبرية يعطي ملخص واضح وسريع عن الموضوع، تساعد المتلقي

على فهم الخبر بشكل أسرع وأسهل، تحتوي على الكلمات الرئيسية التي تعبر عن مضمون الخبر بشكل دقيق ومختصر، وأيضاً تساعد في تحديد الرياضة المعنية والمكان والزمان والفريق أو الرياضي المشارك في الحدث.

أما احتلال العنوان الوصفي الوصافة من بين العناوين التي تم استخدامها في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية في النشرة بنسبة 27.36%، فهذا يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة بعض المواضيع التي تم معالجتها في النشرة، على أساس أن تلك الأخبار لا يمكن تلخيصها في عنوان خبري بحت لكثرة تفاصيلها وأهمية تلك التفاصيل في الحدث، وفي هذه الحالة لا يمكن أن تقدم النشرة الخبر في عنوان يفنر إلى وصف التفاصيل بالنظر إلى أهمية عرض تلك التفاصيل في العنوان وضرورة إعطاء المشاهدين فكرة شاملة وأكثر دقة عن محتوى الخبر من أجل الإبقاء عليه وجذب انتباهه لمتابعة العرض الإخباري ككل، أو على الأقل انتظار مشاهدة الخبر الذي تريد النشرة تقديمه، وهو الاختلاف الرئيسي في اعتماد نشرة قناة الهدف للعنوان الخبري البحت أو العناوين الوصفية.

وبالنظر إلى أن المجال الرياضي ليس كغيره من المجالات الإعلامية التي تطرح وتعالج مواضيع متشعبة ومعقدة وتحتوي على أحداث كثيرة كما هو الحال في المجال السياسي أو الأمني وحتى الاجتماعي، فإن استخدام العناوين الوصفية في الإعلام الرياضي التلفزيوني لا يظهر بذلك الحجم التي تظهر به العناوين الخبرية البحتة في النشرة، بما أن العنوان وجب أن يخدم الخبر ويتوافق مع عرضه.

وقد تجلى استخدام العناوين الوصفية في نشرة أخبار الهدف في اتجاهين اثنين:

• **الاتجاه الأول:** المواضيع التي تتميز بكثرة تفاصيلها، وفي هذا النوع من المواضيع تعتمد القناة العنوان الوصفية لوصف الخبر كما ينبغي ووضع المشاهد في مرحلة تمهيدية واضحة عن طريق عنوان يصف الحدث وجوانبه ويتمكن من جذب المشاهد لمتابعة النشرة، وهو النوع الذي استخدمته القناة في المواضيع الهامة التي تمس أكثر عدد ممكن من الجماهير الرياضية، وعادة ما تختص بمواضيع المشاكل أو الأزمات أو المواضيع أو الأحداث الرياضية الهامة كالمباريات الحاسمة في كرة القدم.

• **الاتجاه الثاني:** مواضيع التي تكون على رأس أولويات القناة والجمهور الرياضي، وهي عادة تكون أخبار تخص التمثيلات الوطنية وعلى رأسها المنتخب الوطني الأول لكرة القدم وهي نوع المواضيع التي تعالجها القناة عن طريق عرضها في شريط العناوين بعنوان وصفي يمكنها من عرض الخبر بطريقة مختصرة وواضحة مع التطرق إلى تفاصيله.

وفيما يلي عرض لبعض العناوين الوصفية التي ظهرت على نشرات أخبار القناة في عينة التحليل:

- جثمان فقيد الكرة الجزائري بلال بن حمودة يوارى الثرى بمسقط رأسه بالحجوط في جنازة مهيبّة، والفاف تلغي الدورة الودية وتوقف تريض المحليين إثر الفاجعة.
 - وزير الشباب والرياضة عبد الرزق سباق يتفقد ملاعب 19 ماي وشابو بعنابة وحملوي بقسنطينة، ويبيدي استيائه من تأخر أشغال إعادة التهيئة ويشدد اللهجة مع المسؤولين.
 - محليا الجولة الـ 32 من الرابطة المحترفة الأولى تنطلق الجمعة، شباب بلوزداد في غيلزان للاقترب أكثر من اللقب، وقمة المراتب الأولى بين بارادو واتحاد العاصمة، وقمة نارية بين مقرة ومولودية وهران.
 - الناخب الوطني جمال بلماضي يبرئ نفسه من العنصرية، يجدد انتقاداته للحكم باكاري غاساما، ويرد على الكاميروني إمبوما ويؤكد بقاءه مع المنتخب الوطني حتى كأس إفريقيا 2023.
- أما في يخص استخدام النشرة لنوع العناوين الساخنة في معالجتها للمواضيع الرياضية فقد كان ذلك بنسبة 08.46% وحلت بالمرتبة الثالثة، ولم تعتمد النشرة كثيرا على هذا النوع من العناوين إلا في 17 مناسبة من مجموع 201، وهذا يعود إلى أن العناوين الساخنة ترتبط بالدرجة الأولى بنوع المواضيع المعالجة في النشرة ودرجة حدتها أي إلى أي مدى تعتبر هذه الأخبار والأحداث الرياضية وهامة وطارئة بالنسبة للمشاهدين وبطبيعة الحال فليست كل المواضيع والأخبار الرياضية هامة أو طارئة، بالإضافة أيضا لأهميتها وحجم القاعدة الجماهيرية الرياضية التي يمسه الخبر، والعامل الأخير هو عامل الإثارة الذي يميّز بعض الأخبار عن أخبار أخرى، بما أن نوع المواضيع التي تستوجب عناوين ساخنة هي مواضيع تصنّف ضمن خانة الأخبار التي يستوجب على المشاهد معرفتها، وهي جملة من المعايير الواجب توفرها جميعها أو معظمها لتستدعي عنوانا ساخنا، ما يترجم النسبة التي ظهرت بها تلك العناوين في النشرة.
- وقد اتضح اعتماد القناة في نشرة عناوينها لنوع العناوين الساخنة في مواضيع مختلفة لكنها كانت هامة بالنسبة للنشرة ورأتها التي تمس قاعدة جماهيرية كبيرة، وتخرج عن المألوف بالنسبة للمشاهد الجزائري، سواء تعلق ذلك بأخبار التمثيلات الوطنية كالمنتخب الوطني لكرة القدم، أو أخبار النوادي المحلية أو العالمية ذات القاعدة الجماهيرية الكبيرة، أو أخبار النجوم ومستقبل الهيئات الرياضية.
- وفيما يلي بعض العناوين الساخنة التي عرضت على نشرات الأخبار عينة الدراسة:
- الإفواري دروغبا يستفز الجزائريين بعد إخفاق الخضر في بلوغ كأس العالم.
 - القبضة الحديدية متواصلة في بيت شباب قسنطينة والمدرّب قيس اليعقوبي يرفض الرحيل.

- بأمر من رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، تخفيض أسعار تذاكر حفل افتتاح ألعاب البحث الأبيض المتوسط بوهراڤ إلى مائة دينار فقط.
- ضمن الألعاب المتوسطية الوفد الجزائري ينهي المنافسة بـ 53 ميدالية في حصيلة قياسية تاريخية.
- بريننفورد يحدث المفاجئة ويهين مانشستير يونايتد برعاية نظيفة.

في سياق آخر فقد ظهر نوع عنوان التأكيد أو النفي بنسبة 06.47% من إجمالي العناوين التي استخدمتها النشرة في عينة الدراسة، وجاء اعتماد القناة على هذه العناوين في النشرة ضمن المواضيع التي عالجتها عن طريق الاستعانة أو طرح تصريحات أو خرجات إعلامية لأطراف فاعلة ضمن الحدث الرياضي أو الموضوع المعالج سواء تعلق الأمر بالرياضيين، المدربين، المسؤولين وحتى الهيئات الرياضية، وهي مجموعة من المواضيع التي كان فيها ما تناولته تلك الأطراف الفاعلة هو الخبر الرئيسي ضمن الحدث، والاعتماد على هذا النوع من العناوين يضيف الكثير من الأهمية على الخبر في حد ذاته و أيضا يضيف معيار المصادقية على نشرة الأخبار، على أساس الحصول على الخبر من مصدره عن طريق الاقتراب من الشخصيات الفاعلة في الحدث الرياضي، وهو نوع الاقتراب الذي يُشعر الجمهور الرياضي المشاهد أنه قريب من الحدث ومن الممثلين الرئيسيين في المواضيع التي تطرحها القناة.

وقد ظهر هذا النوع من العناوين في المواضيع التي تراها القناة تحتاج إلى اعتماد تصريحات الفاعلين ضمن الحدث، أو عندما يتعلق الأمر بالخرجات الإعلامية للشخصيات أو الهيئات الهامة في الوسط الرياضي سواء في الندوات الصحفية التي يعقدونها، أو التصريحات التي يقدمونها للقناة أو لوسائل إعلام أخرى وفيما يلي بعض الأمثلة على هذه العناوين التي ظهرت في النشرة:

- بلماضي يؤكد بقاءه رسميا على رأس العارضة الفنية للمنتخب الوطني.
- الفاف تؤكد رسميا غياب محرز عن مبارتي أوغندا وتنزانيا.
- بلماضي ينفي خلافه مع رئيس الاتحادية عمارة.
- وستهام يونايتد يؤكد استدعاء بن رحمة إلى تربص المنتخب الوطني.

من جهة أخرى فقد استخدمت نشرة قناة الهدف الرياضية نوع العنوان التفسيري بنسبة 05.97% وهذا في المواضيع التي تتطلب تفسيرات لسبب حدوث الخبر، وهو نوع المواضيع التي لا يكفي عرضها بعنوان خبري، ولا يليق بها وصف الحدث نظرا لأهمية السببية في وقوع الحدث الذي تناوله النشرة، لذلك تلجأ النشرة إلى

اعتماد التفسير في عنوانها لزيادة توضيح الخبر أكثر وجذب المشاهدين إلى متابعته، ومن بين تلك العناوين التفسيرية التي ظهرت في الأعداد محل الدراسة ما يلي:

- الاتحاد الدولي يغرم الاتحاد الجزائري بـ 300 فرنك سويسري بسبب رمي المقذوفات في لقاء المنتخب الوطني أمام الكامبيون.
- مباراة الكلاسيكو بين الشبيبة والمولودية تُحوّل إلى ملعب بولوغين بعد تأكيد إجراء مباراة الخضر أمام أوغندا رسميا في ملعب 05 جويلية.

فيما حضرت بقية أنواع العناوين الخبرية في النشرة الرئيسية لقناة الهدف الرياضية بنسب قليلة ومتفاوتة، ولم يكن الاعتماد عليها أو استخدامها رئيسيا، واقتصر تناولها إلا في بعض أنواع المواضيع والأخبار التي تتطلب استخدام تلك الأنواع الخبرية، وهي ذات الأنواع الخبرية (العنوان المقارن، العنوان الساخر، العنوان الاقتباسي، العنوان الاستفهامي أو التعجبي) التي لا تحضر كثيرا في المعالجة الإخبارية للمواضيع التي تطرحها نشرات أخبار التلفزيونية على اختلاف تخصصاتها وتنوعها.

ومن خلال دراستنا لفئة الأنواع الخبرية المستخدمة في نشرة قناة الهدف الرياضية، فقد كان واضحا توجه القناة فيما يخص أنواع العناوين التي تعتمد عليها في معالجتها للمواضيع الرياضية، وهو الاعتماد الذي سيطر عليه نوع العناوين الخبرية البحتة، الذي يتناسب وطبيعة المواضيع الرياضية، يليها نوع العناوين الوصفية الذي حضرا بنسبة أقل من العناوين الخبرية إلا أنه تفوق على باقي الأنواع الخبرية. واعتمدت النشرة في اختيارها لباقي أنواع العناوين على طبيعة المواضيع التي تناولتها، وما إذا كانت تحتاج إلى نوع عناوين أخرى.

المبحث الثاني: تحليل مضمون النشرة الرئيسية لقناة الهدف الرياضية

1- على مستوى فئة المواضيع الرياضية:

إن فئة المواضيع هي أحد أهم الفئات في هذا النوع من الدراسات، التي تعتني بدراسة تحليل المحتوى الخاص بالمضامين الإعلامية والاتصالية، وهو ما يتوافق ما دراستنا هذه التي نريد من خلال هذه الفئة التعرف على أبرز المواضيع وأكثرها ظهوراً على النشرة الرئيسية لقناة الهدف الرياضية، ناهيك أنها تلامس أحد الأهداف المحورية لهذه الدراسة بطريقة مباشرة، بما أنها ستجيبنا حول واحد من التساؤلات الرئيسية التي بنيت عليها الدراسة والتي تتعلق بالمواضيع التي توضع ضمن خانة الهامة بالنسبة للنشرة والقناة. ووصف تمار هذه الفئة بأنها تجيب حول السؤال علماً يدور المحتوى؟ أي ما هي المواضيع الأكثر بروزاً في المحتوى؟

وضمن دراستنا التحليلية لنشرة أخبار قناة الهدف الرياضية، قام الباحث بتفصيل فئة المواضيع الرياضية التي تظهر في النشرة إلى فئات فرعية، تتضمن أهم وأبرز المواضيع التي تظهر على النشرة، وهذا من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها قبل البدء في مرحلة تحليل عينة الدراسة. وتمثلت أبرز الفئات التي تناولها فيما يلي:

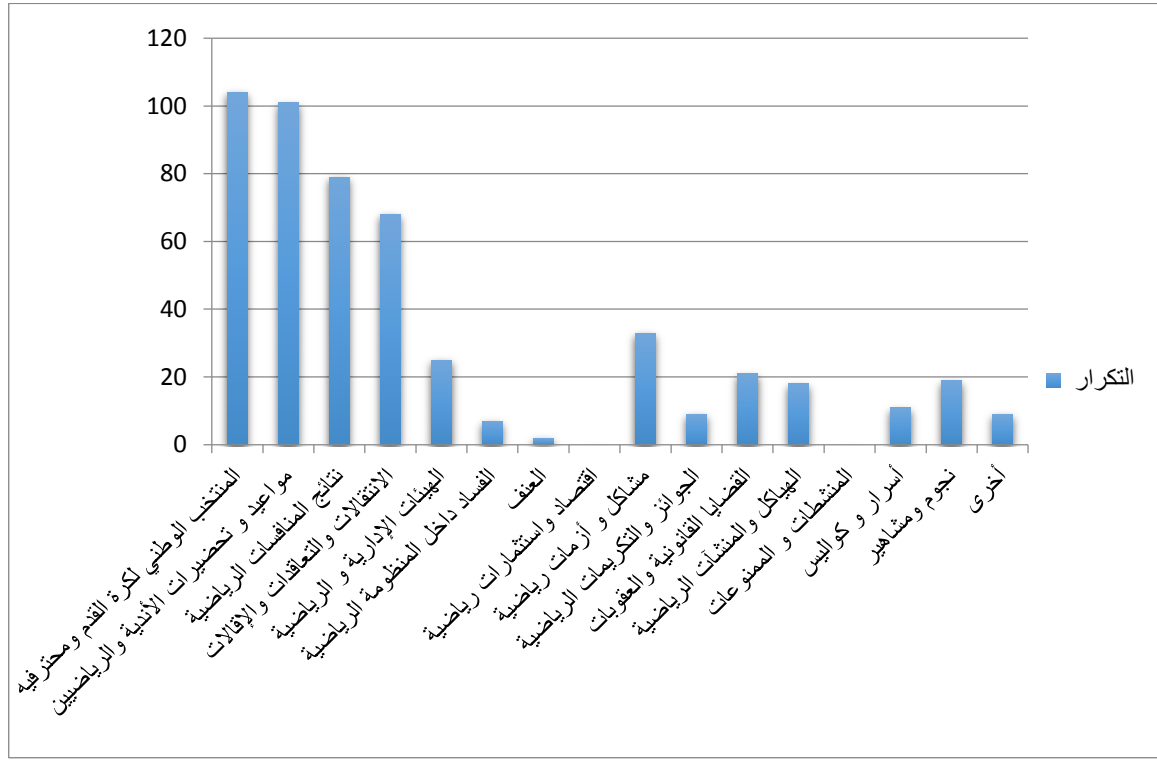
مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، تحضيرات ومواعيد الأندية والرياضي، نتائج المنافسات الرياضية، الانتقالات والتعاقدات والإقالات، الهيئات الإدارية الرياضية...إلى غير ذلك.

وفيما يلي الجدول الذي يوضح النسب المئوية وأعداد تكرارات ظهور تلك المواضيع ضمن عينة الدراسة.

جدول رقم(14): يمثل توزيع فئة أنواع المواضيع ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

النسبة %	التكرار	أنواع المواضيع
20.56%	104	المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه
19.96%	101	مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين
15.61%	79	نتائج المنافسات الرياضية
13.44%	68	الانتقالات والتعاقدات والإقالات
04.94%	25	الهيئات الإدارية الرياضية
01.38%	07	الفساد داخل المنظومة الرياضية
00.40%	02	العنف
00.00%	00	اقتصاد واستثمارات رياضية
06.52%	33	مشاكل وأزمات رياضية
01.78%	09	الجوائز والتكريمات الرياضية
04.15%	21	القضايا القانونية والعقوبات
03.56%	18	الهيكل والمنشآت الرياضية
00.00%	00	المنشطات والممنوعات
02.17%	11	أسرار وكواليس
03.75%	19	نجوم ومشاهير
01.78%	09	أخرى
100%	506	المجموع

الشكل رقم (17): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع المواضيع الرياضية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

من خلال الجدول الموضح أعلاه والرسم التوضيحي أسفله يتضح لنا أن النشرة الإخبارية الرئيسية للقناة محل الدراسة تعتمد على التنوع في طرح المواضيع الرياضية التي تعالجها والتي بلغ عددها 506 موضوعا موزعة على الأعداد عينة التحليل، ولو أن نسبة تلك المواضيع التي تعالجها النشرة تختلف من موضوع إلى آخر، وهو الاختلاف الذي يعكس أهمية وأولوية بعض المواضيع بالنسبة للنشرة والقناة على حساب مواضيع رياضية أخرى، فقد سيطرت مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين، نتائج المنافسات الرياضية، وبدرجة أقل موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات بالنسبة للمدربين والرياضيين، وهي جملة المواضيع التي سجلت حضورا كاسحا على حساب بقية المواضيع، وتعكس سيطرة تلك المواضيع على نشرة أخبار القناة أهميتها ووضعها على رأس أولوياتها وأيضا طبيعة المواضيع التي يريد المشاهد والجمهور الرياضي بصفة عامة متابعتها.

وسنعرض فيما يلي ترتيب المواضيع الرياضية التي ظهرت ضمن نشرة الأخبار الرئيسية من حيث الأكثر ظهورا:

- جاء موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه في صدارة المواضيع الرياضية الأكثر بروزا في النشرة بتكرار قدر بـ **104** وحدة من إجمالي المواضيع المعالجة (**506**) ونسبة بلغت **20.56%**، ليكون بذلك هذا الموضوع هو الأكثر بروزا على أعداد النشرة عينة التحليل.
- احتل موضوع مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين المرتبة الثانية بإجمالي تكرار وصل إلى **101** وحدة ونسبة قدرت بـ **19.96%**.
- ويتكرر بلغ الـ **79** وحدة ونسبة بلغت بـ **15.61%** جاء موضوع نتائج المنافسات الرياضية في المرتبة الثالثة ضمن مجموع المواضيع الرياضية التي عولجت على نشرة القناة.
- فيما كان موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات رابعا في ترتيب المواضيع الرياضية الأكثر بروزا في النشرة بمجموع تكرارات وصل **68** وحدة ونسبة **13.44%**.
- وكانت هذه المواضيع الأربعة هي المواضيع الرياضية الأكثر بروزا في النشرة والتي تمت معالجتها في حوالي **70.00%** من إجمالي المواضيع التي ظهرت في عينة التحليل، فيما سجلت بقية المواضيع ظهورا منخفضا وينسب ضئيلة ومقاربة على أعداد النشرة التي تم تحليلها. وكانت نسبها وإحصاءاتها كما يلي:
- حل موضوع المشاكل والأزمات الرياضية في المرتبة الخامسة في ترتيب المواضيع التي عالجتها النشرة بتكرار **33** وحدة ونسبة **06.52%**.
- وكان موضوع الهيئات الإدارية الرياضية في المرتبة السادسة بتكرار وصل إلى **25** وحدة ونسبة بلغت **04.94%**.
- أما موضوع القضايا القانونية والعقوبات فقد جاء في المرتبة السابعة بتكرار وصل إلى **21** وحدة ونسبة قدرت بـ **04.15%**.
- وكان موضوع النجوم والمشاهير في المرتبة الثامنة بتكرار **19** وحدة ونسبة **03.75%** يليه مباشرة وبفارق ضئيل موضوع الهيئات والمنشآت الرياضية بـ **18** وحدة ونسبة قدرت بـ **03.56%**.
- فيما سجلت بقية المواضيع المتمثلة في الفساد داخل المنظومة الرياضية، أسرار النجوم والمشاهير، الجوائز والتكريمات، والمواضيع التي وضعت ضمن خانة الأخرى نسب ضئيلة ومنخفضة لم تتجاوز كل منها الـ **02.50%**.
- وكان أقل المواضيع ظهورا في نشرة أخبار القناة عينة التحليل هو موضوع العنف الذي ظهر في مناسبتين فقط بنسبة قدرت بـ **00.40%** من إجمالي المواضيع التي عالجتها نشرة القناة.

إن القراءة الإحصائية والنتائج التي أظهرتها دراستنا التحليلية لفئة المواضيع الرياضية التي عالجتها القناة من خلال نشرة أخبارها، أظهرت لنا سيطرة موضوعين اثنين على بقية المواضيع التي عالجتها النشرة وهما:

➤ موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه.

➤ موضوع وتحضيرات الأندية والرياضيين.

وهما موضوعان يعكسان توجه النشرة في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية، أين تضع النشرة هذان الموضوعان على رأس اهتماماتها وأولويتها، ما يترجم سيطرتها تقريبا على نصف المواضيع التي ظهرت على نشرة الأخبار في عينة التحليل.

وبالعودة إلى النتائج الموضحة أعلاه وتفسيرها، والتي أظهرت سيطرة موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه من خلال اهتمام النشرة بالأخبار الخاصة بالمنتخب الأول أو تلك التي ترتبط بالنواحي المتعلقة به وبلاعبيه، والذي ربما يفسر بجملة من الأسباب أهمها ما يلي:

■ مكانة رياضة كرة القدم بالنسبة للشعب الجزائري:

تعتبر رياضة كرة القدم هي الرياضة الشعبية الأولى في العالم وهو نفس الحال في الجزائر، أين تعتبر أكثر رياضة متابعة وممارسة من طرف الشعب الجزائري، وتعد كرة القدم جزءا مهما من الثقافة الرياضية الجزائرية أكثر من أي رياضة أخرى، ويتابع الجمهور الرياضي في الجزائر أحداث ومنافسات ومسابقات كرة القدم المحلية والعالمية بشغف كبير، لذلك تركز القناة في معالجتها الإخبارية على هذا النوع من الأخبار والمواضيع بغض النظر عن أطرافها سواء تعلق الأمر بالأندية المحلية أو العالمية، والمنتخبات والمنافسات، لاسيما وإن تعلق الأمر بالمنتخب الأول الذي يعتبر الممثل الأول للكرة الجزائرية في المحافل القارية والعالمية.

■ أهمية المنتخب الوطني بالنسبة للجمهور الرياضي الجزائري:

إن تعلق الجماهير الرياضية الجزائرية والشعب الجزائري بالمنتخب الوطني لكرة القدم، هو ظاهرة فريدة من نوعها بالنسبة للجزائريين، وهي ماركة خاصة بالشعب الجزائري فقط، وهذا ما نراه في كل المباريات الرسمية أو الودية، المنافسات القارية أو العالمية، وأيضا الأجواء الخاصة التي تميز الشارع الرياضي الجزائري قبل وبعد المنافسات أو المباريات الحاسمة التي يخوضها المنتخب الأول، بالإضافة إلى تنقلاتهم بأعداد غفيرة إلى الملاعب التي يخوض فيها المنتخب الوطني مبارياته، فهي جميعها معطيات وخصائص تميز الشعب الجزائري على غيره من المجتمعات الأخرى العربية أو العالمية وتترجم في نفس الوقت مدى تعلق الشعب الجزائري بالمنتخب الوطني، والطريقة التي يتعامل بها مع هذا المنتخب، بالتقل إلى الملاعب، حتى التي

تكون خارج الوطن لحضور مبارياته، وأهم شيء هو متابعة آخر أخباره وتطورات التحضيرية وكل ما يتعلق باللاعبين الذين يمثلون المنتخب الوطني، وهو أهم الأسباب الحقيقية وراء المتابعة الكثيفة التي تحرص على تقديمها القناة عبر نشرة أخبارها بكل ما يتعلق بالمنتخب الأول، سواء متابعة تحضيراته، تنقلاته ومبارياته ونتائجه، أخبار لاعبيه، آخر تطورات اللاعبين المحترفين وإنجازاتهم وتنقلاتهم بين النوادي الأوروبية أو العربية التي ينشطون بها، وهي عوامل كفيلة بتفسير اهتمام القناة عبر نشرة أخبارها بكل مواضيع وأخبار المنتخب الوطني الأول لكرة القدم.

■ اللاعبين الجزائريين المحترفين في البطولات الأوروبية:

من بين الأسباب التي تفسر أيضا الاهتمام المتزايد لنشرة أخبار القناة بأخبار المنتخب الوطني الجزائري، هو نشاط أغلب اللاعبين الجزائريين الذين يمثلون المنتخب الأول لكرة القدم في أبرز البطولات الأوروبية، وهو ما يتوافق مع توجه القناة ومعالجتها للمواضيع الخاصة بكرة القدم الأوروبية، وهي قراءة كشفتها أيضا الدراسة التحليلية فيما يخص فئتي الألعاب والمنافسات والتي سنطرق إليها لاحقا، وهو خط التقاطع الذي يجمع بين أخبار لاعبي المنتخب الوطني الذين أغلبهم ينشطون في أوروبا وتوجه القناة في تغطية منافسة كرة القدم الأوروبية، ناهيك عن رغبة الجماهير الجزائرية في متابعة جديد لاعبيها الناشطين في تلك الدوريات.

■ توجه القناة نحو دعم ومساندة المنتخب الوطني الأول:

تعتبر مؤسسة الهدف بصفة عامة بما في ذلك الجريدة الرياضية اليومية والقناة، أبرز المؤسسات الإعلامية دعما للمنتخب الوطني لكرة القدم، ويظهر هذا جليا سواء على الجريدة من خلال المساحة المخصصة لتناول هذا الموضوع حسب عدد الدراسات السابقة أبرزها دراسة رضوان بوحيلة حول "الصحافة الرياضية في الجزائر دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهدف والخبر الرياضي" سنة 2019 والتي انتهت إلى أن "المنتخب الوطني لكرة القدم يعتبر ثاني أكبر المواضيع اهتماما من طرف الجريدة"¹، أو القناة من خلال كثرة البرامج والمواضيع التي تخصصها القناة لتناول كل ما يخص المنتخب الوطني لكرة القدم.

وتعتبر مؤسسة الهدف من بين أبرز الداعمين للمنتخب خاصة وأنها تعمل على اكتشاف أبرز المواهب الجزائرية الناشطة في مختلف البطولات العالمية وعرضها على المسؤولين والجمهور الرياضي الجزائري على غرار إيلان قبال، عبد الرحمان رياش، نظير بن بوعلي، يانيس لاغا (لاعبين شبان ظهوروا في مواضيع النشرة)، من أجل إبرازها على أمل تدعيمها للمنتخب الوطني الأول في يوم ما، وهذا ما ينعكس على

¹ بوحيلة رضوان، الصحافة الرياضية في الجزائر دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهدف والخبر الرياضي، رسالة دكتوراه، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2019، ص 205.

النشرة التي تناولت العديد من المواضيع الخاصة بلاعبين شبان مغربيين ناشطين في بطولات أوروبية مختلفة وعادة في الفئات الشبانية وهي عملية شبيهة بالتفتيش الإعلامي على تلك المواهب في النوادي الأوربية المختلفة، وهي ذات السياسة التي تنتهجها المؤسسة في الجريدة التي كانت أبرز الأطراف التي قدمت لاعبين مغربيين كثر تمكنوا فيما بعد من حمل قميص المنتخب الوطني والمساهمة في انجازاته، لذلك اكتسحت أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم وبالتحديد محترفيه المواضيع التي تناولتها القناة عبر نشرة أخبارها.

كانت هذه جملة من النقاط التي تعتبر أبرز الأسباب التي جعلت موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه يكون أبرز المواضيع التي تتناولها نشرة القناة وأكثرها ظهورا مقارنة بباقي المواضيع التي عالجتها في أعداد النشرة موضوع التحليل.

فيما تنوعت المحاور الخاصة بالأخبار التي تناولتها النشرة الإخبارية والخاصة بالمنتخب الوطني وتجلت في عديد النقاط التي نعرضها فيما يلي:

✓ أخبار مواعيد المنتخب الوطني الخاصة بالمباريات الرسمية والودية والمنافسات القارية والمحلية.

✓ تحضيرات المنتخب الوطني للمباريات والمنافسات التي يخوضها.

✓ ملخصات مباريات المنتخب الوطني.

✓ تصريحات ومقابلات والندوات الصحفية للمدربين واللاعبين والمسؤولين.

✓ مشاركة لاعبي المنتخب الوطني مع أنديةهم.

✓ أخبار انتقالات لاعبي المنتخب الوطني بين الأندية.

أما احتلال موضوع تحضيرات الأندية والرياضيين المركز الثاني بتكرار 101 وحدة ونسبة 19.96% فهذا يعتبر أمرا طبيعيا إلى حد بعيد، على اعتبار أن أخبار تحضيرات الأندية والرياضيين هو أحد المواضيع الرئيسية في المجال الرياضي، وتتمحور أغلب نشرات أخبار القنوات الرياضية حول هذا الموضوع، خاصة وأن تحضيرات الرياضيين والأندية للمنافسات والمسابقات الرياضية التي يخوضونها هي عملية يومية ومستمرة على مدار أسابيع وأشهر، وتأخذ القنوات الرياضية على عاتقها تغطية تحضيرات جميع الأطراف الرياضية تحسبا للمنافسات التي يخوضونها سواء تعلق الأمر بالرياضات الفردية أو الجماعية، وأيضا المنافسات المحلية، القارية والعالمية.

بالإضافة إلى أن عملية سرد وتقديم الأخبار الخاصة بتحضيرات الأندية والرياضيين تنطوي تحت مظلة العملية الإخبارية والوظيفة الإخبارية للإعلام التي تكمن في إحاطة الجمهور علما بكل ما هو جديد في

المجال الرياضية سواء تعلق الأمر بأخبار التحضيرات، نتائج المنافسات، المعلومات، إلى غير ذلك وهي ذاتها أحد الوظائف الأساسية للإعلام الرياضي.^{1(*)}

ومن بين أبرز الأسباب التي تفسر احتلال هذه الفئة للمرتبة الثانية ضمن المواضيع التي عالجتها القناة عبر نشرات أخبارها ما يلي:

■ اهتمام الجمهور الرياضي الجزائري بمتابعة تحضيرات أندية البطولة

من بين أبرز المواضيع الخاصة بتحضيرات الأندية والرياضيين التي سجلتها الدراسة التحليلية هي تحضيرات الأندية الجزائرية لكرة القدم من أجل خوض غمار مباريات البطولة المحلية، وهي التغطية اليومية التي تقوم بها القناة لجل الأندية التي تنشط في الرابطة المحترفة الأولى، وبعض الأندية الناشطة في القسم الثاني والتي تحظى بقاعدة جماهيرية كبيرة، وهي تغطية تستخدمها القناة لمختلف برامجها وليس فقط لنشرة أخبارها الرئيسية، وأصبحت أخبار تحضيرات الأندية الجزائرية هي أحد المواضيع الرئيسية التي تلبى من خلالها القناة حاجيات أغلب الجماهير الجزائرية التي تريد مشاهدة نشرة الأخبار من أجل الاطلاع على مدى تقدم تحضيرات أندية لخوض مباريات البطولة أو الكأس، وتتمثل أبرز الأخبار التي تتمحور حول تحضيرات الأندية الجزائرية فيما يلي:

❖ تغطية الحصص التدريبية للأندية.

❖ تصريحات المدربين واللاعبين والمسؤولين قبل المباريات.

❖ الإصابات المسجلة داخل الأندية.

❖ الغيابات التي سجلتها الحصص التدريبية.

❖ التشكيلة المحتملة للمباراة المقبلة.

❖ موعد تنقل الأندية لخوض مبارياتها.

■ كثرة الرياضات والمنافسات التي تحضر لها الأندية والرياضيين

من بين النقاط الأساسية التي تجعل موضوع تحضيرات الأندية والرياضيين يحتل المرتبة الثانية هو كثرة المنافسات والمسابقات الرياضية في مختلف الرياضات التي تعمل القناة على تغطيتها ومعالجة أخبارها، وعلى رأس هذه الألعاب كرة القدم سواء المحلية، الأوروبية أو العالمية، التظاهرات الرياضية الإقليمية، القارية

(*)¹ للاطلاع على أكثر وظائف الإعلام الرياضي، يمكن الرجوع إلى الإطار النظري، العنصر الثاني من الفصل الثاني (وظائف الإعلام الرياضي)

والعالمية أيضا، وكلما كان حجم تلك المنافسات الرياضية أوسع كلما كان حجم التغطية الإخبارية للمواضيع الخاصة بهكذا نوع من الأخبار أكبر، ويظهر هذا من خلال تعدّد وكثرة تلك المواضيع في نشرة الأخبار.

■ رغبة الجمهور الرياضي في متابعة ومواكبة أندية ورياضيه

إن تعلق الجمهور الرياضي بأنديته المفضلة أو الرياضيين الذين يرغب في متابعتهم أمر بديهي وشائع في عالم الرياضة، ويبحث الجمهور الرياضي دائما عن الاطلاع على كل ما هو جديد ويتعلق بأنديته أو رياضيه المفضلين في مختلف الرياضات، لذلك تعتبر التغطية الإعلامية لأخبار الأندية والرياضيين بمثابة همزة الوصل التي تربط الجمهور بأنديته أو برياضيه الذين يرغب بمتابعة أخبارهم، ويعتبر هذا نابع من الانتماء وأيضا الولاء للنادي الذي يشجعه، وترسيخا لعملية الهوية الرياضية للجماهير، ناهيك عن عامل متعة المشاهدة التي تجدها الجماهير الرياضية عند متابعة كل ما يتعلق بالأندية التي يناصرونها.

■ دورية واستمرارية المنافسات الرياضية

تمتاز المنافسات والمسابقات الرياضية في مختلف الرياضات بالاستمرارية والدورية، فهي تسير بنسق غير متناهي، على أساس أن مباريات كرة القدم على سبيل المثال تلعب كل أسبوع وكل موسم في كل عام، وأيضا المنافسات الرياضية الأخرى فهي منافسات شهرية، أو موسمية، فهي متجددة بشكل مستمر، ما يعني أن التحضيرات لهذه المنافسات من طرف الأندية أو المنتخبات أو الرياضيين هي أيضا أمور مستمرة بطبيعة الحال باستمرار تلك المنافسات، ما يعني أن أخبارها أيضا متجددة ما يستلزم تغطيتها بشكل مستمر، من أجل توفير آخر أخبار تلك التحضيرات إلى الجماهير.

إن النتيجة الإحصائية التي انتهت إليها دراستنا هذه بشأن تواجد موضوع تحضيرات الأندية والرياضيين في أعلى اهتمامات نشرة أخبار قناة الهدف لم تكن وليدة الصدفة، بقدر ما كانت أحد مفرزات التطور التكنولوجي الحاصل على مستوى الرياضة والإعلام على حد سواء، فالمنافسة الشرسة التي يواجهها اليوم جهاز التلفزيون من الوسائط الحديثة والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي تفرض عليه رفع سقف التطلعات التي ينتظرها المشاهد بتخصيص مساحة زمنية في نشرة الأخبار لعرض أبرز تطورات التحضيرات التي تقوم بها الأطراف الرياضية في سبيل جاهزيتها لخوض المنافسات الرسمية، وهو جزء هام من عمل المنظومة الرياضية اليوم التي تجعل الجمهور الرياضي على مقربة من ناديه أو رياضيه بما أنها ستجعله يشاهد يوميا أهم التطورات وآخر الأخبار الخاصة بهم. وقد انتهت دراسة الباحثين Brad Schultz و Mary Lou Sherffer بخصوص أهمية تطرق التلفزيون اليوم إلى كل جوانب الحدث الرياضي وليس التركيز فقط على نتائجها " بنفس القدر من الأهمية الذي تلعبه نتائج المنافسات الرياضية، فإن التغيير في

طريقة عمل وتقديم المضامين الرياضية أصبح ضرورة اليوم، ويتطلب أيضا تجهيز المنظومة الرياضية التلفزيونية للتكيف مع هذا الوضع ومعالجة جميع جوانب الحدث الرياضي، فلم يعد بإمكان الإعلامي الرياضي التركيز على النتائج فقط، فيجب تحويل عرضهم ليكون أكثر جاذبية للمعجب العادي، وهذا مهم أيضا لمدارس الصحافة التي يجب أن تأخذ في الاعتبار ما تريده المحطات في الجزء الرياضي.¹

ومن خلال ما سبق والقراءة التحليلية والتفسيرية لاحتلال موضوعي المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، وأيضاً تحضيرات الأندية والمنتخبات صادرة المواضيع الأكثر بروزاً والتي تعالجها النشرة تالياً، فيمكننا القول أن هذين الموضوعين هما أكثر المواضيع بروزاً في النشرة ما يجعلهما أولوية لدى النشرة والقناة في اختيارها للأخبار والمواضيع التي تطرحها، كما نقودنا هذه النتائج أن القناة ومن خلال نشرة أخبارها قد مارست مسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام من خلال اختيارها المواضيع التي تعتبر أولوية بالنسبة للجماهير الرياضية وتعتلي هرم رغبات وحاجيات جميع الجماهير على اختلاف ميولاتها الرياضية.

أما عن احتلال موضوع نتائج المنافسات الرياضية المرتبة الثالثة بين المواضيع التي ظهرت في عينة التحليل بـ 79 تكرار ونسبة 15.61%، فهو نتيجة منتظرة على اعتبار أن الرياضة قائمة على المنافسة بين الرياضيين، الأندية والمنتخبات، والمنافسة بدورها تعتمد على النتائج التي تحدها الحصيلة النهائية لتلك المواجهات على اختلاف الألعاب، فنتائج تلك المنافسات الرياضية هي التي تبعث على الشغف والحماس وزيادة التشويق والإثارة وخاصة التعلق بالرياضة بصفة عامة وبالنادي أو بالمنتخب المفضل لدى الجماهير بصفة خاصة.

وترتكز أخبار الرياضة في كل وسائل الإعلام بما في ذلك الإعلام الجديد على نتائج المنافسات وما آل إليه التنافس بين أطرافه، فقد كانت بداية الإعلام الرياضي على وسائل الإعلام في الجرائد بالتحديد يتمثل في عرض نتائج المنافسات الرياضية التي كانت تلقى رواجاً وشعبية عبر العالم في تلك الفترة، وكانت أبرزها أخبار مباريات كرة القدم، منازل الملاكمة، وبعض الألعاب الأخرى حسب شعبيتها في بعض المجتمعات، إلا أن الأكيد من كل هذا أن البدايات الأولى للإعلام الرياضي بصفة عامة كانت تركز على نتائج المباريات أو المنافسات، ومن هنا أصبح موضوع نتائج المنافسات الرياضية يتواجد دائماً ضمن اهتمام وأبرز المواضيع التي تتم معالجتها عبر جميع وسائل الإعلام العامة والمتخصصة.

¹Brad Schultz&Mary Lou Sherffer, **The Changing Role of Local Television Sports**, THE SPORT JOURNAL, the United States Sports Academy, Vol 24, Januar 2004, P4.

ومع التطور التكنولوجي الحاصل واستفادة التلفزيون من تقنية البث عبر الأقمار الاصطناعية وجدت الصوت والصورة والإتاحة التي يوفرها هذا الجهاز للجميع، تطورت عملية أو صناعة الإعلام الرياضي، وأصبح موضوع عرض نتائج المنافسات والمسابقات الرياضية يحظى بجمالية كبيرة يوفرها جهاز التلفزيون عن غيره من أجهزة الإعلام الأخرى، ففي الوقت الذي تعرض فيه وسائل الإعلام الأخرى نتائج المنافسات الرياضية، يقوم التلفزيون عبر برامجه وعلى رأسها نشرة الأخبار بتحضير المضامين الإعلامية الخاص بهذا الموضوع ولا يكتفي بعرض النتائج فقط وإنما بتحديثها عن طريق فيديوهات تؤثّق الحدث وتفاصيله يرافقها تعليق على الحدث من طرف معد التقرير أو المذيع، أين تعرض نشرة الأخبار التلفزيونية نتائج المنافسات الرياضية في قالب صحفي مميز ومشوق مستفيدة من عامل و تقنية الصورة والصوت، ما يشعر المشاهد أنه لم يفوّت الحدث ما دام بإمكانه مشاهدة أبرز ما ميز المنافسة والنتيجة التي انتهى إليها الحدث بالإضافة إلى انطباعات وتصريحات الفاعلين، وهو العامل الأساسي في جذب الجماهير الرياضية لمشاهدة نشرة التلفزيون التي تركز وتعتمد كثيرا على عرض نتائج المنافسات الرياضية بتقارير وفيديوهات ترافقها تعاليق وتحاليل حول الحدث، وهي كلها عوامل تفسر احتلال موضوع نتائج المنافسات الرياضية المركز الثالث في ترتيب المواضيع الرياضية التي عالجتها القناة. وتتمثل أبرز الأخبار التي تدرج ضمن موضوع نتائج المنافسات الرياضية والتي تعرضها القناة عبر نشرة أخبارها الرئيسية فيما يلي:

🏆 نتائج منافسات كرة القدم

احتلت كرة القدم أغلب المواضيع الرياضية التي تمت معالجة أخبارها التي تتعلق بموضوع نتائج المنافسات الرياضية، وتضع القناة رياضة كرة القدم على رأس أولوياتها أين تعمل على تغطية أغلب المنافسات المحلية والعالمية الخاصة بكرة القدم عن طريق عرض نتائجها سواء تكون المادة الإعلامية الخاصة بالموضوع مرفوقة بفديو أو صور أو عبارة عن قراءة للنتائج، وفيما يلي عرض للمنافسات الخاصة بكرة القدم والتي عالجتها نشرة الأخبار ضمن موضوع نتائج المنافسات الرياضية:

- نتائج بطولة الرابطة المحترفة الأولى.
- نتائج بطولة القسم الثاني.
- نتائج منافسات المنتخب الوطني بمختلف فئاته.
- نتائج البطولات الإفريقية الخاصة بالأندية والمنتخبات.
- نتائج البطولات الأوروبية الخمس الكبرى في كرة القدم.

- نتائج منافسة دوري أبطال أوروبا، الدوري الأوروبي، دوري المؤتمر الأوروبي.
- نتائج منافسات كرة القدم العالمية.

🇵🇸 نتائج المنافسات الرياضية الإقليمية

تعتبر أخبار المنافسات الرياضية الإقليمية من أبرز المواضيع التي تعمل القناة على تغطيتها في النشرة الرئيسية، خاصة التي تشهد مشاركات رياضيي جزائريين أو تمثيلات وطنية فيها، وأبرز تلك المنافسات التي عملت القناة على تغطية نتائجها في نشرة أخبارها والتي واكبت فترة الدراسة التحليلية هي:

- ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022.
- ألعاب التضامن الإسلامي قونيا 2022.
- البطولة الإفريقية لألعاب القوى.
- المشاركات الجزائرية في الألعاب الجماعية في المنافسات الإفريقية.

🇵🇸 نتائج المنافسات الرياضية العالمية

كما لا تفوت نشرة أخبار قناة الهدف الرياضية فرصة تغطية نتائج المنافسات الرياضية العالمية، خاصة التي تحظى بمتابعة وشعبية كبيرة من طرف الجماهير الجزائرية كتحضيرات الفرق الجزائرية للألعاب الجماعية للمشاركة في المنافسات العالمية (كرة اليد، كرة السلة)، أيضا نتائج أبرز التظاهرات الرياضية العالمية سواء التي تشهد مشاركة جزائرية كبطولة العالم للملاكمة التي غطت فيها القناة مشاركة الملاكمين الجزائريين، أو رياضة الكارتيغ (سباق السيارات للفئات الشبانية).

كان هذا العرض وصف لأبرز الأخبار التي تتدرج تحت موضوع نتائج المنافسات الرياضية والتي تعمل القناة على معالجتها في نشرة أخبارها، وما وجب التنويه له هو أن نشرة أخبار قناة الهدف تعمل على تغطية أبرز الأحداث والرياضات المحلية وعلى رأسها كرة القدم، إلى جانب المنافسات الرياضية العالمية خاصة منها التي تشهد مشاركة أو تمثيل وطني في هاته المسابقات.

في سياق آخر فقد حل موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات في المرتبة الرابعة في نتيجة تجاوزت التوقعات، بعدما تفوق هذا الموضوع بعض المواضيع الرياضية الأخرى التي تحضر عادة في مقدمة اهتمامات نشرات الأخبار الرياضية، وحضر موضوع الانتقالات والتعاقدات والانتقالات بـ 68 تكرار وبنسبة

بلغت 13.44%، وهي أرقام تعكس أهمية هذا الموضوع بالنسبة للنشرة ومكانته في نهجها لمعالجة المواضيع الرياضية ككل.

وما تمت ملاحظته أن هذا الموضوع تم تسجيله في النشرة ضمن رياضة واحدة وهي كرة القدم وبنسبة بلغت 100%، أي أن جميع الصفقات والتعاقدات الخاصة بالرياضيين والمدربين وحتى أطقم التسيير الخاصة بالنادي والمنتخبات كانت جميعها في كرة القدم، واختص هذا الموضوع بالتحديد في انتقالات اللاعبين بين الأندية وبلغت نسبة الانتقالات في فترة الميركاتو من هذا الموضوع 89.70%، وهذا بالنظر إلى شعبية الرياضة في الجزائر، وأهمية تلك الانتقالات بالنسبة للجماهير الرياضية التي تراها أخبار هامة تتعلق بنواحيها التي تشجعها أو المنتخبات التي تنتمي إليها وحتى الرياضيين المفضلين لديهم، وهو ما نلخصه في عنصرين رئيسيين هما:

- أن الأمر يتعلق بتدعيم ناديهم أو منتخبهم بعناصر جديدة قادرة على تقديم الإضافة وتحقيق النتائج المرجوة، وعادة ما تنتظر الجماهير الرياضية الإضافة التي تقدمها تلك العناصر في قادم المنافسات، أو ارتباط تلك العناصر الرياضية بالمنتخب الوطني لكرة القدم، ويصبح مستقبلهم أمر يشغل أنصار المنتخب الوطني الذي يريد ويبحث عن معرفة كل ما يخص مستقبل هذه الفئة.

- والسبب الثاني يتعلق بأن موضوع الانتقالات والتعاقدات غالبا ما يواكب فترة توقف المنافسات الخاصة بكرة القدم، وتكاد عجلة الأخبار الخاصة بالنادي والمنتخبات تتوقف، ما يجعل هذا النوع من الأخبار يرتقي إلى المراتب الأولى من بين جميع الأخبار، بالنظر أنها تكون أخبار خصبة وآنية وأيضا الوحيدة الجاهزة للنشر في تلك الفترة.

وهي النقاط التي تجعل هذا النوع من المواضيع (الانتقالات والتعاقدات والإقالات) يرتقي إلى مرتبة الأخبار الهامة بالنسبة لنشرة الأخبار، وتمنحه القناة مساحة زمنية أكبر من مواضيع أخرى حتى أنه بات منافسا لبضع المواضيع الهامة كأخبار نتائج المنافسات أو المواعيد والتحضيرات.

ويمكننا تفسير ظهور هذا الموضوع في المراتب المتقدمة من اهتمامات نشرة الأخبار في النقاط التالية:

• أن فترة الدراسة التحليلية وفي إطارها الزمني واكبت فترة الانتقالات الصيفية أو الميركاتو الصيفي لمنافسة كرة القدم والذي يفتتح في الفترة الممتدة بين ماي أو جوان إلى غاية أوت أو سبتمبر، (الفترة تختلف باختلاف البطولات وتحددها الاتحادية الرياضية لكرة القدم لكل بطولة). ما يجعل منها مادة إعلامية هامة جدية بتواجدها ضمن نشرة الأخبار بهذا الحجم.

• أهمية هذا النوع من الأخبار بالنسبة لـأنصار النوادي الجزائرية في فترة التوقف الصيفي، وينتظر هؤلاء الأنصار أخبار تدعيم أنديةهم بفارغ الصبر، وتكون هي الأخبار الأساسية والشغل الشاغل للأنصار في تلك الفترة، ما يجعل عرضها في النشرة أمر ضروري من أجل تلبية رغبات وحاجات جمع كبير من المشاهدين الذي يتابعون أخبار أنديةهم أو رياضتهم.

• الرغبة في معرفة جديد ومستقبل اللاعبين الجزائريين المحترفين في الأندية الأوربية بالنظر إلى ما تناولناه سابقا حول تعلق الجزائريين بمنتخبهم الوطني.

وهي الأسباب الرئيسية التي تجعل القناة تحول اهتمامها في هذه الفترة إلى هذا النوع من الأخبار من أجل تغطيتها في نشرة أخبارها الرئيسية، لتكون عند مستوى تطلعات المشاهدين الذين ينتظرون العرض الإخباري للاطلاع على أخبار تدعيم أنديةهم أو مستقبل لاعبي المنتخب الوطني أو انتقالات لاعبيهم المفضلين بين النوادي.

وتمثلت الأخبار الرئيسية التي تناولتها النشرة في هذا الموضوع حسب المنافسة فيما يلي:

✓ تعاقدات وانتقالات اللاعبين والمدربين في الرابطة المحترفة الأولى.

✓ انتقالات لاعبي المنتخب الوطني محليا وأوروبيا.

✓ تعاقدات وانتقالات اللاعبين وإقالات المدربين ضمن البطولات الخمسة الكبرى.

أما بخصوص حلول موضوع المشاكل والأزمات الرياضية ضمن المراتب الخمسة الأولى للمواضيع التي اهتمت بها نشرة أخبار القناة من أجل معالجتها بـ 33 موضوع بنسبة 06.52%، فهو يدل على اهتمام القناة بتسليط الضوء على المشاكل والأزمات التي تمس الرياضة المحلية ومحاولة معالجتها من منظور إعلامي على أمل توضيح الرؤية بشأن تفاصيل وحيثيات هذه القضايا وتداعياتها على الشأن الرياضي، ووضع المشاهد في موقع يستطيع من خلاله اكتشاف الموضوع الخاص بالأزمة من جميع جوانبه، وهو نوع آخر من ممارسة القناة عبر نشرة أخبارها لمسؤوليتها الإعلامية تجاه ما هو من المفروض أن تعالجه القناة وتعرضه للمشاهد، دون الاكتفاء بعرض مواضيع المنافسات والتحضيرات والنتائج، وهي نقطة تحسب للقناة في هذا الشأن.

واعتمدت القناة في هذا الموضوع على معالجة أخبار المشاكل والأزمات الرياضية المحلية والتي كانت أغلبيتها مشاكل مست الرياضة المحلية، من خلال عرض مضامين إعلامية لكل الأزمات التي تعيشها الهيئات الرياضية في الجزائر، سواء تعلق الأمر بالنوادي الرياضية، الاتحاد والهيئات الرياضية، أو المشاكل الخاصة بالرياضيين.

وتتجلى مواضيع المشاكل والأزمات التي عالجتها نشرة أخبار القناة فيما يلي:

➤ المشاكل والأزمات المتعلقة بنوادي كرة القدم الجزائرية في مختلف أقسامها، مثلما تناولته القناة بخصوص المشاكل التي مست نادي شباب قسنطينة والأزمة التي كانت بين المدرب التونسي يونس يعقوبي والإدارة، المشاكل المالية التي مست نادي اتحاد العاصمة، مشكل نادي اتحاد الحمير وإسقاطه إلى القسم الشرفي، مشاكل نوادي الجهوي الثاني واحتجاجاتهم على الرابطة.

➤ المشاكل والأزمات التي عاشتها الاتحادية الجزائرية لكرة القدم والرابطة الوطنية لكرة القدم، المتمثلة في الصراعات التي حدثت بين أعضاء مكتب الاتحاد، والاستقالات المتتالية لهؤلاء الأعضاء، الصراع الذي كان قائما بين رؤساء النوادي وبين الرابطة، المشاكل التي طالت رئيس الاتحاد الجزائري في تلك الفترة شرف الدين عمارة بعد فشل المنتخب الوطني في اقتطاع تأشيرة الذهاب لمونديال قطر 2022.

➤ المشاكل والأزمات التي مر بها المنتخب الوطني بعد المباراة الفاصلة التي انهزم فيها أمام المنتخب الكاميروني وخسارته بطاقة الذهاب للمونديال، وعالجت القناة كل جوانب تلك الأزمة سواء المتعلقة بالتحكيم، ملف الطعن في نتيجة المباراة والتحكيم، أو عقوبات الكاف على الاتحادية الجزائرية، المشاكل التي تسبب بها حديث رحيل بلماضي أو مشاكله مع الاتحادية.

➤ المشاكل التي مست أكبر النوادي الأوروبية لكرة القدم، وذلك بسبب قاعدتها الجماهيرية الكبيرة في الجزائر وأهمية الحدث (الأزمة أو المشكل الذي يمر به النادي) بالنسبة للساحة العالمية والرياضية على وجه الخصوص، وأبرز تلك الأزمات التي تناولتها النشرة، مشكلة اللاعب كريستيانو رونالدو مع ناديه مانشستر يونايتد، الأزمة المالية التي مر بها نادي برشلونة الإسباني.

إن تطرق نشرات أخبار القناة إلى المشاكل والأزمات التي تمر بها الرياضة بصفة عامة وعلى رأسها التي يعيشها الشأن الرياضي المحلي، يعكس اهتمام القناة بمعالجة هذا النوع من المواضيع وموقفها الإعلامي من نقل هذه المواضيع إلى المشاهد من أجل أن يكون على اطلاع عليها، على أساس أن الفرد كما تتادي به المسؤولية الاجتماعية من حقه الاطلاع على كل ما يحصل في المجتمع ومن واجب وسائل الإعلام أن تنقل الأخبار والأحداث والوقائع على اختلاف مجالاتها إلى الجماهير، ولهذه الأخيرة الحرية في التعامل مع ما يحدث في المجتمع من دون تأثير وسائل الإعلام، وهو ما يقودنا إلى استنتاج أن قناة الهدف وعبر نشرات أخبارها تلتزم بمسؤوليتها الإعلامية تجاه المجتمع الذي تنشط فيه من خلال نقل أحداث وأخبار المشاكل والأزمات التي يعاني منها المجال الرياضي المحلي.

في سياق آخر فقد تناولت نشرة أخبار القناة الأخبار والمواضيع المتعلقة بالهيئات الإدارية الرياضية بنسبة 04.94%، وحاولت النشرة من خلال هذا النوع من المواضيع معالجة كل جديد متعلق بتلك الهيئات الرياضية، على أساسا أنها تمثل جانب هام من الرياضية فيما يخص تسيير النوادي والجمعيات الرياضية على اختلاف أنواع الرياضات، وتمثلت الأخبار المتعلق بهذا الموضوع بمعالجة النشرة لمواضيع الهيئات الرياضية المحلية بنسبة فاق 70%، وهذا ما يعكس سعي القناة للاهتمام بهذه الأخبار التي تغفل عنها الكثير من وسائل الإعلام الناشطة في المجال الرياضي والتي تهتم أكثر بأخبار ونتائج المسابقات الرياضية. وتمثل أبرز المواضيع المتعلقة بالهيئات الإدارية الرياضية المحلية التي عالجتها النشرة فيما يلي:

✓ الاتحادية الجزائرية لكرة القدم.

✓ الرابطة الوطنية لكرة القدم.

✓ لجنة التحكيم الجزائري لكرة القدم.

✓ لجنة تنظيم ألعاب البحر الأبيض المتوسط.

فيما حضر الاتحاد الدولي لكرة القدم في موضوعين اثنين تعلقا بتسيير شؤون كرة القدم العالمية وأيضاً داخل الاتحادات المحلية المنتمية إلى الفيفا. والاتحاد الإفريقي أيضاً بموضوعين خصاً بتنظيم نهائيات كأس إفريقيا 2023.

ويمكننا تبرير سيطرة هيئات رياضة كرة القدم على مجمل المواضيع الخاصة بالهيئات الإدارية الرياضية، إلى مكانة كرة القدم بالنسبة للمجتمع الجزائري وأيضاً للقناة وأهمية وشعبية اللعبة لدى الجمهور الرياضي الجزائري، بالإضافة إلى غالبية المواضيع الخاصة بلعبة كرة القدم على حساب الألعاب الرياضية الأخرى وهذا ما ستكشفه الدراسة في الفئة الموالية. من ناحية أخرى فإن حالة ووضعية كرة القدم الجزائرية التي تعيش تجربة احترافية حديثة، والاضطرابات الحاصلة داخلها سواء صراعات بين أعضائها أو مشاكل تسيير وتنصيب أو إقالات أعضائها، وأيضاً سعيها في تحسين وضعية كرة القدم الجزائرية كلها أسباب تترجم غالبية الأخبار الخاصة بالهيئات الرياضية لكرة القدم المحلية على حساب بقية الهيئات الإدارية الرياضية.

فيما حضرت أيضاً الهيئة الرياضية التي نصبها وزارة الشباب والرياضة الجزائرية من أجل تسيير ألعاب البحر الأبيض المتوسط والمتمثلة في " لجنة تسيير ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022"، بالنظر إلى أن الدراسة التحليلية كانت في الفترة التي تسبق انطلاق هذه المنافسة وأيضاً واكبتها على مدار الفترة الممتدة بين "25 جوان و05 جويلية"، وكانت القناة تعرض المضامين الإعلامية التي تتعلق بتسيير وتنظيم

هذه الهيئة للتظاهرة الرياضية التي احتضنتها الجزائرية وأولت القناة اهتمام كبير لهذا الحدث من أجل مساهمتها كوسيلة إعلامية في إنجاح المنافسة.

أما في شأن موضوع القضايا القانونية والعقوبات الذي ظهر بـ 21 وحدة ونسبة قدرت بـ 04.15%، فقد ركزت فيه القناة على معالجة مواضيع في هذا الشأن تتعلق برياضة كرة القدم بنسبة بلغت 100% وتتمثل كل هذه المواضيع في أخبار لها صلة بالعقوبات الخاصة بالنوادي الجزائرية أو التي تخص المنتخب الوطني الأول لكرة القدم:

➤ عقوبات الرابطة الوطنية لكرة القدم على النوادي الجزائرية على خلفية ما يحدث في المباريات الرسمية.

➤ العقوبات التي تفرضها الاتحادية الجزائرية لكرة القدم على النوادي الجزائرية بسبب عدم تسديد أجور اللاعبين.

➤ القوانين التي تصدرها الرابطة الوطنية لكرة القدم والاتحادية الجزائري للعبة فيما يخص تسيير الموسم الكروي.

➤ العقوبات التي طالت المنتخب الوطني الأول لكرة القدم من طرف الكاف على خلفية أحداث المباراة الفاصلة أمام الكامبيرون، والتي أسالت الكثير من الخبر لفترة طويلة.

وفي نقطة تحسب للقناة هو سعيها إلى تغطية أخبار ومواضيع العقوبات الصادرة عن الرابطة الوطنية لكرة القدم على النوادي الجزائرية بصفة أسبوعية، أي موعد اصدرها هذه العقوبات من طرف الرابطة فيما يخص مباريات كل أسبوع، وهو ما يجعل المشاهد والجمهور الرياضي على علم بكل تلك العقوبات التي تمس نواديهم أو منافسيهم.

وفي موضوع آخر استغلت القناة أخبار نجوم ومشاهير الرياضة من أجل معالجتها في نشرة أخبارها وكانت نسبتها 03.75%، وتمثل هذه الفئة أبرز الوجوه الرياضية التي تبحث الجماهير الرياضية على معرفة أخبارها وكل ما يتعلق بها حتى خارج عالمها الرياضي، ورغم أن نسبة هذه المواضيع تعتبر منخفضة نوعا ما إلا أن حضورها في نشر الأخبار يعتبر في حد ذاته شيء إيجابي بالنسبة للنشرة وإلى الاتجاه الذي تسيير عليه في سبيل تلبية رغبات وحاجيات جميع فئات الجماهير الرياضية المشاهدة والمتابعة لها حتى التي ترغب في مواكبة أخبار نجومها المفضلين.

ورغم أن هذا النوع من المواضيع لا يعتبر أولوية بالنسبة لنشرة الأخبار بالنظر إلى طبيعة البرنامج، أين تحضر هذه الأخبار في أنواع أخرى من البرامج على غرار المجلات الإخبارية الرياضية، برامج المقابلات،

برامج الحوار والنقاش، برامج المسابقات... إلى غير ذلك، إلا أن قناة الهدف وعبر نشرات أخبارها حاولت معالجة هذا النوع من الأخبار ما يعكس التنوع الإخباري في تناول المواضيع الذي تختاره النشرة، ومحاولة تقديم كل أشكال الأخبار التي يبحث عنها المشاهد والجمهور الرياضية على اختلاف ميولاتها وخصائصها. ومن بين النجوم والمشاهير الذي تناولتهم النشرة عبر عينة الدراسة هم:

✓ كريستيانو رونالدو وحواره مع أحد القنوات الانجليزية حول عودته إلى مانشستر يونايتد وما تغير بين الحقتين اللتين مثل فيهما النادي.

✓ ليونيل ميسي وتأقلمه في باريس بعد سنوات برشلونه.

✓ لاعب المنتخب الوطني السابق ربيع ماجر وتكريمه من طرف جماهير نادي بورتو البرتغالي أنه أحد أبرز اللاعبين الذين مثلوا النادي على مر التاريخ.

✓ لاعب التنس رافايال نادال وتصريحاته فيما يخص قضية إقصاء اللاعبين الروس من المنافسات الرسمية للعبة.

فيما تناولت نشرة الأخبار عينة الدراسة مواضيع الهيئات والمنشآت الرياضية في 18 مناسبة وبنسبة 03.56%، ويعود السبب الرئيسي إلى تواجد هذا النوع من المواضيع بهذه النسبة متفوقا على مواضيع رياضية أخرى، هو احتضان الجزائر لتظاهرتين رياضيتين هامتين، تمثلتا في:

- ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022.

- كأس إفريقيا للاعبين المحليين 2023.

وقد واكبت فترة الدراسة التحليلية تلك التحضيرات التي كانت تقوم بها الوزارة المعنية تحت إشراف الحكومة على جميع المنشآت الرياضية التي احتضنت الحدثين. ومارست الهدف عبر نشراتها الإخبارية الرئيسية واجبها الإعلامي تجاه الحدث الرياضي والمجتمع الجزائري، أين كانت حاضرة في جميع الزيارات التي شهدتها تلك المنشآت للوقوف على مدى جاهزية الجزائر للحدث، إضافة إلى عكس صورة جيدة على هذه المنشآت ومقدرة الجزائر على إنجاح هذين العرسين الرياضييين.

أما فيما يخص بقية المواضيع والتي ظهرت بنسب ضئيلة ومقاربة فهذا يعود إلى طبيعة تلك المواضيع بالدرجة الأولى على أساس أنها ليست من نوع الأخبار الشائعة في النشرات الإخبارية سواء لخصوصيتها أو لجماهيرها أو لطبيعتها، فلا ترتقي بذلك لتكون بحجم كبير على العرض الإخباري الرئيسي للقناة، على غرار موضوع أسرار وكواليس الذي حضر بنسبة 02.17%، وهو نوع من المواضيع الذي ربما يصلح في نوعية برامج تلفزيونية أخرى أو وسائل إعلامية مكتوبة أو إلكترونية التي تميل أكثر إلى معالجة مثل هكذا مواضيع،

وهذا بالنظر إلى الطابع الجدي لنشرة الأخبار الرئيسية، وحاولت القناة معالجة هذا النوع من المواضيع الذي ينتمي أكثر إلى خانة المواضيع الخاصة التي تجذب فئة معينة من المشاهدين، على غرار موضوع إصابة لاعب ميلان الإيطالي زلاتان إبراهيموفيتش بقطع في الرباط الصليبي ولعبه نصف الموسم مصاب على هامش التصريحات التي أدلى بها لقناة إيطالية بعد نهاية الموسم عن المعاناة التي مر بها من أجل مساعدة ناديه على تحقيق لقب الدوري موسم 2022/2012.

في ذات السياق ظهر موضوع الجوائز والتكريمات أيضا بنسبة منخفضة 01.78% لكون هذا النوع من الأخبار هي في الأصل مواضيع موسمية وليست متوفرة كل يوم أو أسبوع وحتى شهر، وتمثلت تلك المواضيع في جوائز الاتحاد الإفريقي لكرة القدم التي تقام نهاية كل موسم وتحديدا في شهر جوان، جوائز الاتحاد الأوروبي والتي تقام في شهر أوت، وهي المواضيع والأخبار التي حرصت القناة على معالجتها في نشرة أخبارها منذ تحديد قائمة أبرز المنافسين عليها، إضافة إلى جوائز وتكريمات أخرى كالتى حصل عليها موهبة الرياضات الميكانيكية الجزائرية في الفئات الصغرى سامي روبنسون وتحقيقه لقب الكارتينغ موسم 2022 بإيطاليا.

أما موضوع الفساد داخل المنظومة الرياضية فلم يحضر إلا في سبعة مرات وبنسبة 01.38%، ويعكس حضور هذا الموضوع ضمن نشرة الأخبار الاتجاه الذي تعتمده القناة في معالجتها الإخبارية، والذي تتطرق من خلاله إلى كشف كل أنواع الفساد المتعلقة بالشأن الرياضي، ونقل الحدث إلى المشاهد من أجل أن يكون على دراية أيضا بالجانب السلبي للرياضة والفساد الذي قد ينخر جسد أحد المجالات الترفيهية والصحية التي يلجأ لها أفراد المجتمع، وهو ما يؤكد أيضا أن القناة مارست مسؤوليتها الإعلامية تجاه مجتمعها بوضعه في الإطار الحقيقي لما تقدمه وتحمله الرياضة من أشياء إيجابية وأيضاً سلبية.

وكانت أنواع مواضيع الفساد التي عالجتها النشرة تتعلق جميعها برياضة كرة القدم، وهذا راجع إلى حجم الأهمية التي باتت عليها كرة القدم اليوم، والشكل التي تحولت له بعدما خرجت من قوقعة كونها نشاط صحي ذو طابع تنافسي إلى صناعة وتجارة تلزمها رؤوس أموال كبيرة للاستثمار فيها وتعود أيضا بأموال ضخمة على هؤلاء المستثمرين، كما يلزمها أيضا هيئات إدارية كبيرة لتسيير وتأطير المنافسة فيها، وهي كلها عوامل زادت من حوافز من يفتعلون الفساد بشتى أنواعه بغية تحقيق مكاسب مادية كانت أم معنوية. وأبرز هذه المواضيع هي:

➤ مواضيع الفساد التي طالت الاتحاد الكامبروني لكرة القدم ورئيسه سامويل إيتو وما أثاره من استقالات بعض عناصر مكتبه التنفيذي والمسير للاتحاد الكامبروني.

- مواضيع الفساد داخل الاتحاد الإفريقي والشبهات التي تناولتها القناة فيما يخص منح المغرب شرف احتضان نهائي كأس رابطة الأبطال الإفريقية قبل أقل من شهر من مواعده، وهذا بعد تأكد تأهل الوداد المغربي إلى النهائي وما أساله هذا الموضوع من حبر، إضافة إلى موضع منح شرف تنظيم نهائيات كأس إفريقيا والتكتلات الموجودة داخل الاتحاد الإفريقي.
- مواضيع الفساد التي طالت الرابطة الوطنية لكرة القدم والتكتلات الموجودة بين الرؤساء من أجل رئاسة الرابطة.

فيما لم تظهر المواضيع الخاصة بالعنف الرياضي إلا في مناسبتين فقط بنسبة 00.40%، وكانت المواضيع الأقل ظهوراً في النشرة، ورغم أن فترة الدراسة التحليلية التي كانت طيلة سنة (06) أشهر واكبت بعض أحداث العنف المختلفة في الأقسام السفلى سواء المتعلقة بال جماهير أو داخل الميدان في منافسات كرة القدم المحلية، إلا أن القناة لم تتطرق لها من أجل معالجتها بالطريقة اللازمة، بسبب ابتعادها عن الحدث أو لسياستها التحريرية ما يترجم اتجاه القناة في التعامل مع المواضيع الرياضية واكتفائها بالمواضيع التي تراها هامة والخاصة برياضات النخبة أكثر، حتى وإن تعلق الأمر بالعنف الرياضي، رغم أن الأقسام السفلى تشهد متابعة جماهيرية كبيرة وهناك أيضاً أندية كبيرة تلعب في تلك الأقسام وتمتلى ملاعبها في المباريات التي يخوضها فريقها كل أسبوع، وهذا ما يقودنا إلى حقيقة أن القناة تغفل على تغطية العنف الرياضي الذي يحدث في مستويات أدنى من اهتماماتها خاصة وأنها تعتبر القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر ومن واجبها الإلمام بكل المواضيع الهامة والحساسة المتعلقة بهذا النوع من المواضيع.

فيما تمثلت مواضيع العنف الذي تطرقت له أعداد النشرة موضوع الدراسة:

- ✓ أحداث العنف الذي شهدته مباراة الإياب لحساب نصف نهائي كأس رابطة الأبطال الإفريقية بين الوداد البيضاوي المغربي وشباب بلوزداد.
- ✓ أعمال الشغب التي واكبت مباراة الجزائر والكاميرون الفاصلة والتي عوقب بسببها الاتحاد الجزائري لكرة القدم.

من جهة أخرى كانت المواضيع الخاصة بخانة " مواضيع أخرى " والتي سجلت نسبة 01.78% تتعلق بأخبار التهاني الخاصة بالأعياد الدينية التي تطرقت لها القناة، وخصت بذلك خرجات الرياضيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتبادل تهاني عيدي الفطر والأضحى المباركين.

فيما غابت مواضيع اقتصاد واستثمارات رياضية وأيضاً المنشطات والممنوعات على الظهور في النشرة بالنظر إلى أنها ليست تلك المواضيع التي تحدث بشكل يومي أو مستمر، خاصة فيما يخص الاقتصاد

الرياضي بما أن الجزائر بعيدة عن الاحتراف الفعلي لدخول رؤوس الأموال الكبيرة في عالم الرياضة والحديث عن استثماراتها المختلفة في الرياضة وعدم اهتمام القناة بالاقتصاد والاستثمار الرياضي في رياضات الدول الأجنبية في نشرتها، وهو ذات الشأن بالنسبة للمنشطات التي نادرا ما نسمع حدوث هذه الخروقات في الرياضة خاصة على المستوى المحلي.

ومن خلال معالجتنا لفئة طبيعة المواضيع التي تعالجها نشرة أخبار القناة فيمكننا القول أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف تضع المواضيع الخاصة بالمنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه وأيضا مواضيع مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين، وبدرجة أقل مواضيع نتائج المنافسات الرياضية على رأس اهتماماتها وأولوياتها وهي المواضيع التي كانت أكثر بروزا على أعداد النشرة عينة التحليل، فيما تمارس القناة عبر نشرات أخبارها الرئيسية مسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام من خلال التنوع في تناول المواضيع الرياضية المختلفة، ومعالجتها أيضا لأغلب مواضيع المشاكل والأزمات الرياضية وإيصالها للجماهير التي من حقها التعرف على كل ما يحدث داخل المنظومة الرياضية.

2- على مستوى فئة الألعاب الرياضية

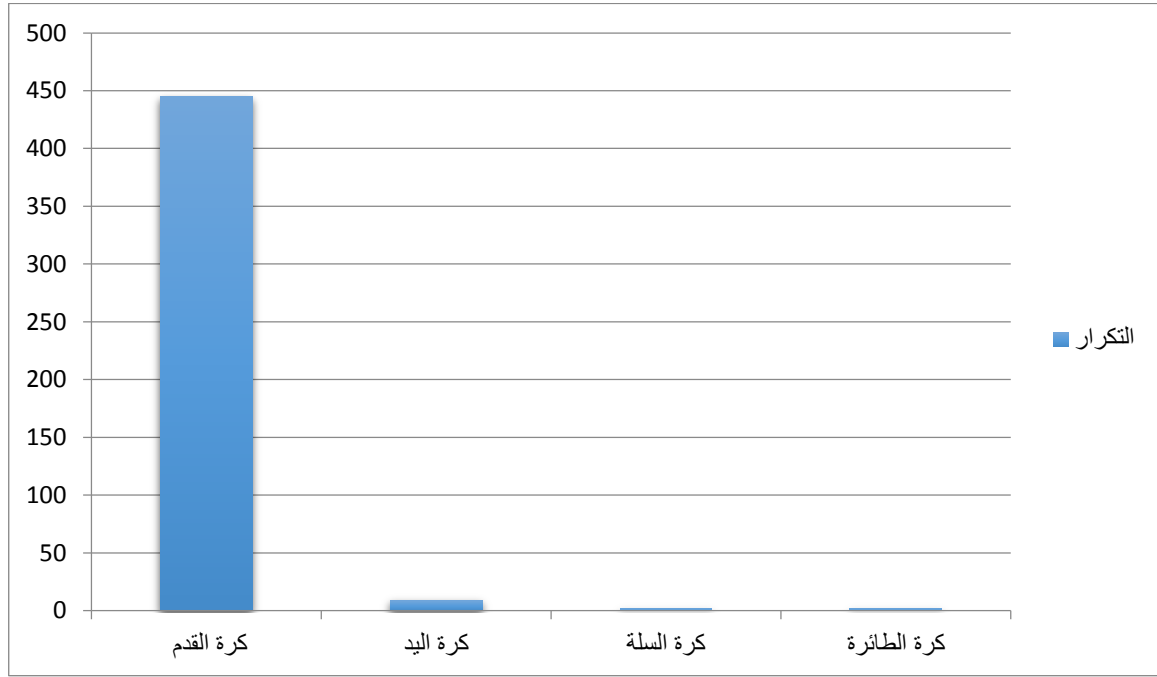
إن فئة الألعاب الرياضية هي أكثر الفئات استخداما في دراسات وأبحاث تحليل المحتوى الخاصة بمجال الإعلام الرياضي، بما أنه تساعد الباحث في الوصول إلى أبرز الرياضات التي تضعها الوسيلة الإعلامية على رأس أولوياتها، ونهدف من خلال دراستنا وتحليلنا لهذه الفئة الخاصة بأنواع الألعاب الرياضية إلى اكتشاف أبرز الألعاب الرياضية ظهورا في النشرة الرئيسية لقناة الهدف الرياضية، من أجل معرفة الرياضة أو الرياضات التي تمثل أولوية القناة في معالجتها لمختلف المواضيع والأخبار التي تطرحها في نشرتها.

جدول رقم(15): يمثل توزيع فئة أنواع الألعاب الرياضية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

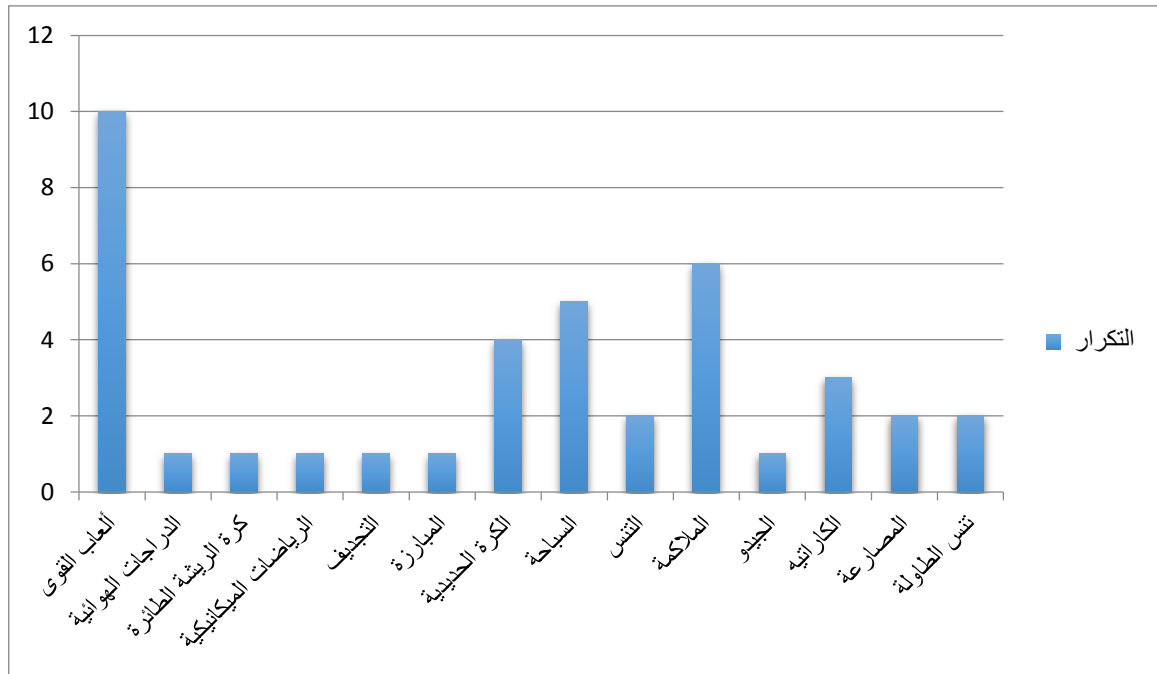
أنواع الألعاب الرياضية					النسبة %	التكرار
الرياضات الجماعية	كرة القدم	التكرار	النسبة	458	%91.97	
		445	%97.16			
		09	%01.96			
		02	%00.44			
كرة اليد	كرة السلة					

		02	%00.44	كرة الطائرة	
		458	%100	المجموع	
		التكرار	النسبة		
		10	%25.00	ألعاب القوى	
		01	%02.50	الدراجات الهوائية	
		01	%02.50	كرة الريشة الطائرة	
		01	%02.50	الرياضات الميكانيكية	
		01	%02.50	التجديف	
		01	%02.50	المبارزة	
		04	%10.00	الكرة الحديدية	
		05	%12.50	السباحة	
		02	%05.00	التنس	
		06	%15.00	الملاكمة	
		01	%02.50	الجيدو	
		03	%07.50	الكاراتيه	
		02	%05.00	المصارعة	
		02	%05.00	تنس الطاولة	
		40	%100	المجموع	
	40			الرياضات الفردية	
%08.03					
%100	498			المجموع	

الشكل رقم (18): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع الألعاب الرياضية الجماعية في النشرة



الشكل رقم (19): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع الألعاب الرياضية الفردية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول السابق والرسم التوضيحي أسفله أن الرياضات الجماعية كانت أكثر ظهوراً من الرياضات الفردية وهو ما كان منتظراً بالنظر إلى مدى انتشار الرياضات الجماعية وعلى رأسها كرة القدم مقارنة بالرياضات الفردية خاصة الرياضات الحديثة منها، واستحوذت رياضة كرة القدم على حصة الأسد من بين جميع أنواع الرياضة التي عالجتها النشرة الإخبارية سواء الجماعية أم الفردية، وتترجم سيطرة كرة القدم على جميع أنواع الرياضات التي تناولتها نشرة أخبار الهدف توجه القناة في ترتيب أولوياتها الإخبارية بوضع كرة القدم على رأس هذه الأولويات.

وستتناول فيما يلي القراءة الإحصائية التي انتهت لها الدراسة التحليلية لهذه الفئة من حيث الرياضات الأكثر ظهوراً في النشرة:

- اكتسحت الرياضات الجماعية الأنواع الرياضية التي عالجتها نشرة الهدف أخبارها وذلك بعدما ظهرت بـ 458 وحدة من مجموع 498 ونسبة بلغت 91.97%.
- فيما جاءت الرياضات الفردية في المرتبة الثانية بمجموع 40 وحدة ونسبة قدرت بـ 8.03%.
- أما فيما يخص إحصائيات الرياضات الجماعية فقد جاء ترتيبها كما يلي:
- احتلت كرة القدم المرتبة الأولى كأكثر رياضة تم تداول أخبارها ضمن المواضيع التي عالجتها النشرة بتكرار وصل إلى 445 وحدة من مجموع 458 رياضة جماعية ونسبة قدرت بـ 97.16%.
- وكانت كرة اليد في المرتبة الثانية ضمن فئة الرياضات الجماعية بـ 09 تكرارات ونسبة 01.96%.
- فيما اقتسمت كرة السلة وكرة الطائرة المرتبة الثالثة بتكرار وحدتين اثنتين بـ 02 ونسبة قدرت بـ 00.44%.

وهي قراءة تؤكد سيطرة رياضة كرة القدم على فئة الرياضات الجماعية والأخبار التي تطرحها وتعالجها نشرة أخبار القناة بجمعها 445 وحدة كاملة من مجمل 458 خبر ونوع رياضي طرح على النشرة في فترة الدراسة التحليلية.

في سياق آخر وفيما يتعلق بالرياضات الفردية التي قدر مجموعها بـ 40 وحدة فقد جاءت إحصائياتها كما يلي:

- احتلت ألعاب القوى صدارة الألعاب الفردية التي عالجتها النشرة بمجموع 10 وحدات ونسبة بلغت 25.00%.

- وجاءت رياضة الملاكمة في المرتبة الثانية بتكرار بلغ 06 وحدات ونسبة قدرت بـ 15.00%.
- أما المرتبة الثالثة فقد كانت من نصيب رياضة السباحة التي جمعت 05 وحدات ونسبة 12.50%.
- وكانت رياضة الكرة الحديدية في المرتبة الرابعة للرياضات الفردية التي تناولتها النشرة بـ 04 وحدات ونسبة 10.00%.
- بينما رياضة الكاراتيه جاءت في المرتبة الخامسة بمجموع 03 وحدات ونسبة 07.50%.
- فيما تقاسمت باقي الأنواع الرياضية الفردية المراتب الأخيرة وجاءت بنسب منخفضة ومتقاربة وفي كثير من المرات متساوية.

بالعودة إلى النتائج التي أفرزتها عملية تحليل فئة الألعاب الرياضية التي ظهرت على نشرة أخبار القناة وسيطرة الألعاب الجماعية مقارنة بنظيراتها الألعاب الفردية، وهو ما يفرضه الواقع الذي يعيشه المجال الرياضي الذي تنصدر فيه أنواع الرياضات الجماعية الواجهة الرياضية مقارنة بالرياضات أخرى، الشيء الذي ينعكس مباشرة على وسائل الإعلام التي تذهب نحو المواضيع الرياضية الأكثر انتشارا ومتابعة وشعبية مقارنة بالرياضات أخرى لا ترتقي إلى مستوى الأهمية بالنسبة للجماهير الرياضية التي تميل دائما إلى تلك الرياضات التي تتميز بروح المجموعة والتي تشهد تنافس مستمر على مدار أسابيع، أشهر وحتى مواسم بأكملها، ناهيك عن مدى وحجم ممارسة الرياضات الجماعية ككرة القدم أو اليد مقارنة بالرياضات فردية أخرى كالتنس أو المصارعة على سبيل المثال لا الحصر.

ويمكننا تبرير سيطرة الرياضات الجماعية على حساب الرياضات الفردية ضمن مضامين النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف إلى الأسباب التالية:

📌 شعبية الرياضات الجماعية:

تتمتع الرياضات الجماعية بشعبية كبيرة مقارنة بالرياضات الفردية، ورغم اختلاف المجتمعات والثقافات طيلة فترات زمنية طويلة مضت إلا أن الرياضات الجماعية لا تزال تنصدر المشهد الرياضي في جل بقاع العالم، سواء على مستوى الممارسين لها أو المتابعين لها، ويكفي الحديث عن شعبية كرة القدم في العالم لتأكيد الكلام أو شعبية كرة اليد في أوروبا وإفريقيا وآسيا اليوم، إضافة إلى شعبية كرة السلة في قارتي أمريكا وأوروبا وحتى إفريقيا وآسيا، وقد أكدت مجلة فوربس FORBES شعبية الرياضات الجماعية في تقرير نشرته سنة 2018 " تشير إحصائياتنا أن الرياضات الجماعية هي الأكثر شعبية بين الشباب وحتى الناشئين، بالنظر أنهم

يميلون إلى اللعب في فرق رياضية ضمن تنافس جماعي على رأسها كرة القدم، كرة السلة والرغبي...¹، وهو ذات الإسقاط الذي يمكننا من خلاله الحديث حول شعبية هذه الرياضة في الجزائر والذي يفرض على وسائل الإعلام عامة وقناة الهدف خاصة تغطية أكبر وأشمل للرياضات الجماعية على حساب الرياضات الفردية.

✚ التنافس والإثارة الذي تتميز به الرياضات الجماعية

تتميز الرياضات الجماعية بطابع خاص من التنافس المشوق والإثارة ضمن منافساتها، على عكس ما يحصل في معظم الرياضات الفردية، وهذا عائد إلى طبيعة المنافسات التي تلعب فيها الرياضات الجماعية والتي تكون في العادة بشكل مستمر على مدار كل أسبوع، وموسمي على مدار كل سنة، ناهيك عن اختلاف المنافسات بين البطولات الجهوية، المحلية والقارية وحتى العالمية، بالإضافة إلى ما تحمله من إثارة وتشويق بفضل التنافس الشديد الذي يكون بين عدد كبير من الفرق التي تمثل مدن وبلدان هدفهم تحقيق الفوز في مباريات كثيرة على طول الموسم تشهد الكثير من الأحداث المفاجئة والغير متوقعة تزيد من الإثارة والتشويق بالنسبة لمتابعيها، وهو ما لا توفره الألعاب الفردية الأقل ظهوراً على مستوى نظام البطولات المحلية أو العالمية.

✚ الانتماء والولاء إلى النوادي والفرق

تمثل الرياضات الجماعية ساحة للتنافس الشريف بين النوادي والفرق والمنتخبات التي تكون بدورها تحمل راية تمثيل مجموعة من الأفراد تجمعهم روابط مختلفة أبرزها الرقعة الجغرافية كتمثيل نادي معين لولايته وجمهورها الرياضي أو بلد معين، ما يخلق نوع من الانتماء والولاء لهذا النادي أو المنتخب الذي يصبح واجهة رياضية تنافسية لتلك الرقعة الجغرافية، وجب على أفراد مجتمعها الوقوف خلفه ومناصرته في مبارياته في سبيل تحقيق انتصارات تعتبر في الأخير فخر لذلك النادي والولاية ككل، ويزيد هذا العامل (الانتماء) من شعبية الرياضة في حد ذاتها خاصة وأنها تحشد الرياضي والمناصر والمتابع وحتى الفرد الذي لا يملك ميول رياضي. ويعتبر عامل الولاء والانتماء أحد العوامل الرئيسية في زيادة شعبية الرياضات الجماعية وما نراه اليوم من مناصرين عبر أقطار العالم لنادي مثل مانشستر يونايتد أو برشلونة وريال مدريد إلا تأكيد على أهمية الانتماء والولاء في شعبية وانتشار الرياضات الجماعية.

¹ الموقع الرسمي لمجلة فوربس، أعلى 100 رياضي أجر في العالم، 02 ماي 2023، مسترجع بتاريخ 22 ماي 2023،

أنظر الرابط

<https://www.forbes.com/search/?q=worlds%20100%20highest%20paid%20athletes&sh=2ee130fc279f>

0fc279f

بالمقابل فإن الظهور المحتشم لأنواع الرياضات الفردية على نشرات أخبار القناة محل التحليل يعود إلى قلة شعبية هذه الرياضات في الجزائر على وجه الخصوص، بالأخص على مستوى ممارستها من الرياضيين، إضافة إلى ذلك فإن منافسات هذه الرياضة هي عبارة عن منافسات موسمية أو نصف موسمية ما يقلل من حظوظ ظهورها على مستوى وسائل الإعلام عامة، كالسباحة ورياضات الفنون القتالية والتنس وألعاب القوى وغيرها، ولا يملك الفرد الجزائري ميولا كثيرا لها كالذي يملكه إلى رياضات جماعية أخرى ككرة القدم، فكلما قلت منافسات الألعاب الفردية كلما قل اهتمام وسائل الإعلام بها بما في ذلك القناة محل الدراسة.

وتجلى ظهور الرياضات الفردية على نشرة أخبار قناة الهدف ضمن عينة التحليل في المنافسات التي تمتلك فيها الجزائر تمثيل في محافل ومنافسات قارية وعالمية، وتمثلت هذه المنافسات فيما يلي:

➤ البطولة الإفريقية لألعاب القوى 2022.

➤ البطولة الإفريقية للسباحة 2022.

➤ البطولة العالمية للملاكمة إناث 2022.

➤ ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022.

➤ الألعاب الإسلامية قونيا 2022.

وهي المنافسات التي تناولت فيها نشرة أخبار القناة نتائج وحصيلة التمثيل الوطني للرياضيين المشاركين في هذه المنافسات، أين عملت النشرة على توفير أخبار تخص نتائج المنافسات التي خاضها ممثلو الجزائر في مسابقات افريقية وعالمية، ورغم أن القناة لم تقدم مضامين إعلامية بمساحة زمنية كبيرة ومتنوعة بفيديوهات وتقرير إلا أنها لم تفوت فرصة الحدث لتناول أخبار الرياضات الفردية للجزائريين حتى بعرض الخبر مقروءا إن لم تكن تملك المادة المصورة. وهذا بسبب عدم امتلاك القناة الإمكانيات أو حقوق البث لهذه المنافسات أو التنقل لتغطية أحداثها من عين المكان.

أما بخصوص سيطرة كرة القدم على مجمل أنواع الألعاب الرياضية، فهي كانت نتيجة منتطرة ومطابقة لجميع الدراسات والتقارير والإحصائيات التي تثبت أن رياضة كرة القدم هي أكبر رياضة شعبية وجماعية في العالم، وفي نفس الوقت هي أكبر رياضة تتناولها وتغطيها وسائل الإعلام عبر العالم. وهو الأمر الذي يتزايد مع مرور كل سنة الشيء الذي تؤكد الإحصائيات والتقارير، ففي كأس العالم الأخيرة قطر 2022 مثلا أكد الاتحاد الدولي لكرة القدم هذا " المباراة الافتتاحية لموندリアル قطر جذبت مشاهدات أكثر من نظيرتها عام

2018 بزيادة وصلت إلى 109%، لتتخطى النسب في نهائيات روسيا عام 2018، ونهائيات البرازيل عام 2014 الذي فاق 3.2 مليار مشاهد.¹

وقد أراد الباحث المزيد من التدقيق والتفصيل في نتائج رياضة كرة القدم بالبحث عن أنواع البطولات الخاصة برياضة كرة القدم والتي تغطيها القناة عبر نشرة إخبارها، أين قمنا بتحليل أنواع هذه البطولات (الخاصة بكرة القدم) وصولاً إلى الجدول الموالي

2-1 توزيع فئة كرة القدم

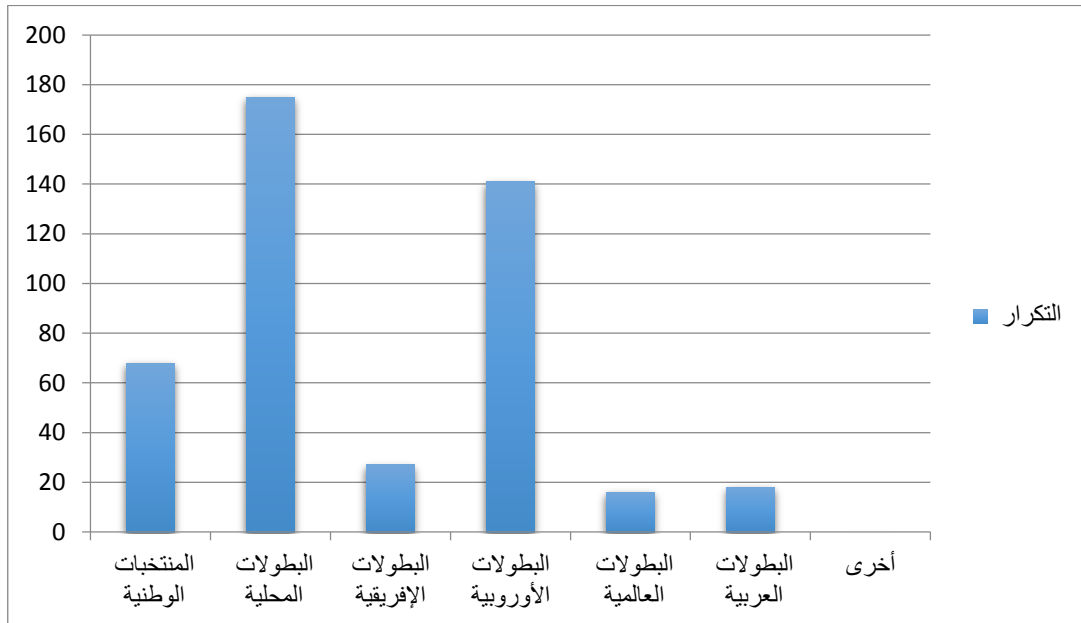
جدول رقم(16): يمثل توزيع فئة أنواع كرة القدم ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

أنواع كرة القدم	التكرار	النسبة %
المتعلقة بالمنتخبات الوطنية	68	15.28%
البطولات المحلية	175	39.32%
البطولات الإفريقية	27	6.07%
البطولات الأوروبية	141	31.69%
البطولات العالمية	16	3.60%
البطولات العربية	18	4.04%
أخرى	00	00
المجموع	445	100%

¹ فتحة الدخاني، كيف تعامل الإعلام الرياضي العربي مع مونديال قطر؟، موقع الشرق الأوسط، 05 ديسمبر 2022، مسترجع بتاريخ 19 ماي 2023، انظر الرابط:

<https://bit.ly/3OkILOy>

الشكل رقم (20): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع بطولات كرة القدم في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه والرسم التوضيحي أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف شهدت تنوع نسبي في عرض منافسات كرة القدم، وهو الغرض الذي ذهب إليه الباحث بعدما أبانت تحليل فئة أنواع الألعاب الرياضية السيطرة المطلقة لكرة القدم على باقي أنواع الرياضات الفردية والجماعية، ومن خلال القراءة الأولية لأنواع بطولات رياضة كرة القدم الممثلة بـ 445 وحدة في عينة التحليل سيطرة كرة القدم المحلية على قرابة نصف هذه المواضيع، في حين تجاوز ظهور مواضيع كرة القدم الأوروبية في أكثر من ربع هذه المواضيع، مع حضور معتبر لكرة القدم الخاصة بالمنتخبات الوطنية، وهي قراءة تعكس التنوع في معالجة أخبار كرة القدم بالنسبة للنشرة.

وسنعرض فيما يلي ترتيب أنواع منافسات كرة القدم التي ظهرت في نشرة الأخبار من حيث الأكثر بروزاً:

- احتلت البطولات المحلية لكرة القدم صدارة منافسات كرة القدم التي تغطيها النشرة بمجموع 175 وحدة وبنسبة بلغت **39.32%**.
- وجاءت منافسات كرة القدم الأوروبية في المرتبة الثانية بتكرار وصل إلى **141** وبنسبة قدرت بـ **31.69%**.
- فيما كانت كرة القدم الخاصة بالمنتخبات الوطنية على اختلاف أصنافها في المرتبة الثالثة بمجموع تكرارات بلغ **68** وحدة وبنسبة **15.28%**.

• وحلت كرة القدم الخاصة بالبطولات الإفريقية في المرتبة الرابعة بتكرار وصل إلى 27 وحدة ونسبة بلغت 06.07%.

• وكانت كرة القدم الخاصة بالبطولات العربية والعالمية في المرتبتين الخامسة والسادسة تواليا بمجموع 18 وحدة ونسبة 04.04% بالنسبة للبطولات العربية، و 16 وحدة ونسبة 03.60% بالنسبة للبطولات العالمية.

ومن خلال هذا العرض الإحصائي، فقد تُرجم توجه القناة بصورة واضحة في معالجتها الإخبارية وهذا على مستوى رياضة كرة القدم من خلال نتائج تحليل أنواع بطولات رياضة كرة القدم التي تغطيها نشرة القناة، باهتمامها الكبير بكرة القدم المحلية مقارنة بباقي المنافسات والبطولات الخاصة بهذه الرياضة، ونسبة أقل كرة القدم الأوروبية، وهو ما يعكس اهتمام النشرة بهذه المنافسات لرياضة كرة القدم كأولوية لها ومعالجتها بهذا الحجم من المواضيع.

وإن عدنا إلى الحديث حول سيطرة البطولات المحلية لكرة القدم على باقي منافسات وأخبار كرة القدم الأخرى التي تعرضها النشرة بنسبة 39.32%، فهو أولا تأكيد على أهمية كرة القدم المحلية بالنسبة للقناة لعرضها بهذه الكم في نشرة أخبارها، إضافة إلى اهتمامها بأخبار وجديد النوادي المحلية لكرة القدم والمنافسات المحلية التي تخوضها، فقد أثبتت النتائج أن النشرة الإخبارية للقناة تركز بالأساس في معالجتها لمواضيع كرة القدم على البطولات المحلية لهذه الرياضة، وهذا لما لديها من متابعين وقاعدة جماهيرية ضخمة لتلك النوادي منتشرة على أرض الوطن، ناهيك أن البطولات المحلية هي الواجهة الأساسية لكرة القدم المحلية، ومن خلال ما سبق فسيطرة كرة القدم المحلية على باقي منافسات كرة القدم في العرض الإخباري الرئيسي للقناة يعتبر شيء طبيعي ونتيجة منتظرة بالنظر إلى هذه النقاط.

ورغم أن هذه النتيجة لا تحتاج إلى تفسير علمي أو عملي إلا أننا سنحاول عرض أبرز النقاط التي تبرر اهتمام القناة الكبير بكرة القدم المحلية عبر نشرة أخبارها:

■ قناة الأهداف هي القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر

تعتبر مؤسسة الأهداف بصفة عامة سواء الجريدة أو القناة من بين أكبر المؤسسات الإعلامية الجزائرية اهتماما بالرياضة بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة، وما صمود القناة منذ انطلاق بثها إلى غاية اليوم رغم المحاولات الفاشلة لبقية القنوات الرياضية إلا تأكيد على سيرها بخطى ثابتة فيما يخص طريقة وتوجه عملها خاصة نحو المواضيع الرياضية الواجب تغطيتها وتلبية رغبات الجماهير فيها، وعلى رأسها كرة القدم المحلية، فقناة الأهداف ونشرة أخبارها هي الملجأ الإعلامي المرئي الوحيد لجماهير النوادي الرياضية العريضة

في الجزائر من أجل متابعة أخبار نواديها وكل المواضيع الخاصة بالمنافسات التي تلعب فيها خاصة البطولة المحلية التي ينشطون فيها. وهي نقطة تعلمها جيدا القناة وتعلم أيضا أنها مطالبة بتوفير تغطية شاملة لكل ما يتعلق بأخبار نوادي كرة القدم خاصة الذين يمثلون بطولات الرابطة المحترفة الأولى والثانية.

■ مكانة كرة القدم بالنسبة للجماهير الرياضية الجزائرية

إضافة إلى كل الأسباب التي يمكن من خلالها تفسير اهتمام النشرة بكرة القدم المحلية فلا يمكننا أن نغفل أو نتجاهل مكانة كرة القدم بالنسبة لتلك الجماهير الرياضية، واهتمامها وشغفها الكبير بمتابعة ومشاهدة رياضتها المفضلة، وهو ما يعيدنا إلى شعبية هذه الرياضة في العالم وفي الجزائر، ونحن نعلم أنها الرياضة الشعبية الأولى في العالم والأكثر متابعة وانتشارا.

■ أهمية البطولة المحلية لكرة القدم بالنسبة للجماهير

وبالعودة إلى تعلق الجماهير الرياضية الجزائرية برياضة كرة القدم المحلية فهذا يقودنا بطبيعة الحال إلى حجم العلاقة والانتماء التي تشعر به تلك الجماهير تجاه نواديها التي تنتمي لها في أفضل رياضة تحبها ألا وهي كرة القدم، وينعكس هذا من خلال المتابعة الكبيرة لتلك الجماهير بنواديها سواء من خلال امتلاء المدرجات في مباريات البطولة أو عبر الفضاءات التي يجتمعون بها حتى الرقمية منها (مواقع التواصل الاجتماعي)، ولا تملك جل وأغلبية تلك الجماهير الخاصة بالنوادي منافسات تناصر فيها نواديها ومتنافس لها غير البطولات المحلية لكرة القدم التي تنشط فيها فرقها، وهي قراءة تثبت حجم الأهمية التي توليها الجماهير الرياضية للبطولات المحلية سواء الرابطة المحترفة الأولى، القسم الثاني أو كأس الجمهورية، لذلك تعمل القناة على توفير كل الأخبار الخاصة بهذه البطولات والمنافسات من أجل تلبية رغبات وحاجات الجماهير المتابعة.

■ طريقة عمل القناة في نشر أخبارها

تعتبر أيضا الطريقة والنهج الذي تسلكه قناة الهدف في إخراجها لنشرة أخبارها أحد الأسباب الرئيسية في جذب جماهير النوادي المحلية لمتابعتها، من خلال اعتمادها على الاقتراب من النوادي الناشطة خاصة في الرابطة المحترفة الأولى، عن طريق توفير القناة لمراسل وإعلامي متخصص بتوفير تغطية يومية لكل تلك النوادي، وهو العامل الذي يوفر لها أخبار حديثة ومصوّرة عن كل نادي بشكل يومي، وتعرض القناة في نشرتها الرئيسية مواضيع أغلب النوادي الناشطة في الرابطة المحترفة الأولى بمضامين إعلامية مصورة ومتنوعة عن أخبار التدريبات، الغيابات، الإصابات، التصريحات إلى غير ذلك، ما يترك المشاهد يرتبط

بشكل مباشر ويومي بما ستعرضه النشرة في أعدادها اليومية حول أخبار نواديها، فهو بات يعلم أنه سيشاهد أبرز التحديثات التي ميّزت ناديه أو فريقه كل يوم.

■ عدم امتلاك القناة حقوق بث مباريات كرة القدم المحلية

ربما يظهر في بادئ الأمر أنه عامل سلبي يؤثر على هذه النتائج، لكن بالتدقيق في هذا العنصر وعدم مقدرة القناة على توفير بث مباشر أو حتى إعادة لمباريات كرة القدم المحلية، التي هي ملك المؤسسة العمومية للتلغزة الجزائرية، تجعلها تعمل على تعويض هذا النقص الذي لديها والذي تعلمه جيدا بتوفير تغطية خاصة وشاملة للبطولات المحلية لكرة القدم سواء تعلق الأمر بمباريات الرابطة المحترفة الأولى والثانية، وخاصة بتوفير التغطية اليومية لأخبار النوادي والمنافسات المحلية من خلال التنقل إلى ميادين التدريب والحصول على التصريحات من مصدرها ومعرفة كل ما هو جديد ويتعلق بهذه النوادي، وهو ما تتفرد به قناة الهدف مقارنة بالقنوات المنافسة لها في هذا المجال التي تعتبر قنوات عامة ليست متخصصة في الرياضة ولا تملك الحجم الساعي الذي يسمح لها بتغطية هذه المواضيع بالطريقة التي تعتمدها قناة الهدف في نشره أخبارها.

فهذه النقاط التي تحدثنا عليها تشكل في مجملها العوامل الرئيسية التي تضع كرة القدم المحلية على رأس اهتمامات القناة الخاصة بالأنواع الرياضية بصفة عامة وبرياضة كرة القدم على وجه الخصوص، وتفسّر أيضا حجم اهتمام وظهور كرة القدم المحلية بهذه الأرقام والإحصائيات على النشرة الرئيسية للقناة كما تبرر في نفس الوقت توجه النشرة في طريقة معالجتها لمواضيع رياضة كرة القدم ولماذا تحتل كرة القدم المحلية أولوية بالنسبة لنشرة أخبار القناة.

أما عن احتلال كرة القدم الأوروبية وصافة اهتمامات النشرة الرئيسية لقناة الهدف بـ 31.69%، فهو يعتبر مواكبة لما عليه الحال بالنسبة لكرة القدم الأوروبية وأهميتها مقارنة بجميع الرياضات الأخرى، وكذلك حجم التغطية الإعلامية التي تحظى بها القارة الأوروبية في هذه الرياضة، خاصة وأنها تعتبر مهد كرة القدم وأبرزها تطورا مقارنة بقارات أخرى، وتضم أبرز بطولات اللعبة خاصة الممثلة بالبطولات الخمسة الكبرى: الانجليزية، الإسبانية، الألمانية، الإيطالية، الفرنسية، إضافة إلى أعرق وأفضل منافسة خاصة بالنوادي ألا وهي بطولة رابطة الأبطال الأوروبية.

فقد أدى الارتفاع الكبير في نسب مشاهدة الدوريات الخمسة الكبرى إلى اعتماد أنديةها على مداخل البث التلفزيوني كمصدر أول للإيرادات بالنظر إلى الأرقام الكبيرة التي تباع بها حقوق بث الدوريات عبر العالم وهو يثبت الحجم الكبير لنسب مشاهدة ومتابعة بطولاتها، وهذا ما أكدته شركة "ديلويت Deloitte Football Money League" المختصة في الشؤون المالية لكرة القدم في إصدارها السنوي الأخير سنة

2023 أن 44% من مداخل الأندية يركز بالأساس على حقوق البث التلفزيوني مقابل 15% لأنشطة يوم المباراة و 41% من مصادر تجارية.. وقد بلغت حقوق البث أرقام قياسية منذ موسم 2020/2021 في ظل التنافس العالمي الكبير من أجل الظفر بحقوق بث مباريات الدوريات الأوروبية الكبرى.¹

وتتميز كرة القدم الأوروبية وبطولاتها باحتوائها على أفضل منافسة للنادي المحلية فيما بينها وقاريا حول ألقابها أيضا، وتضم أبرز وأفضل نجوم اللعبة، وكذلك أعرق نوادي كرة القدم، وتقدم أعلى مستوى في اللعبة، ناهيك عن الإثارة والتشويق التي تقدمها، وهي العوامل التي تجعلها أفضل أنواع المنافسات بالنسبة للجماهير وأكثرها متابعة وتغطية من طرف وسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى أن الجزائر بها قاعدة جماهيرية كبيرة لمختلف النوادي الأوروبية المختلفة، لذلك تولي القناة اهتمام كبير لكرة القدم الأوروبية لتواكب بذلك حجم الاهتمام الذي تحظى به هذه البطولات من طرف قنوات ووسائل إعلام أخرى، وتوفر لجماهيرها ومشاهديها المضامين الإعلامية الخاصة بكرة القدم ذات المستوى العالي.

فيما ظهر المنتخب الوطني لكرة القدم بمختلف أصنافه كثالث فئة تغطية من طرف النشرة بـ 15.28%، فهو امتداد لتعلق الجماهير الرياضية بمنتخبها الوطني لكرة القدم وأيضا تلبية القناة لرغبات الجماهير التي تعتبر المنتخب الوطني لكرة القدم أفضل وأبرز ممثل رياضي لها في المحافل الرياضية، إضافة إلى العناصر التي تناولناها سابقا فيما يخص مدى تعلق وارتباط الجماهير الجزائرية بمنتخباتها الوطنية لكرة القدم، فإن القناة في حد ذاتها تضع المنتخب الوطني لكرة القدم وكل ما يتعلق به على رأس اهتماماتها وأولوياتها من حيث المواضيع الأكثر معالجة في النشرة، وهو ما أفرزته نتائج تحليل فئة المواضيع الرياضية(*)²، ورغم أن منافسات كرة القدم الخاصة بالمنتخب الوطني وفئاته الشبانية تعتبر ليست أسبوعية وحتى شهرية إلا أن تواجدها بهذه النسبة في المرتبة الثالثة دليل على مكانتها وأهميتها بالنسبة للقناة وللجماهير الجزائرية الرياضية أيضا.

أما فيما يخص البطولات الإفريقية التي حلت رابعة بنسبة 06.07%، فالنشرة الإخبارية للقناة تعمل على تغطية أبرز الأحداث الإفريقية في كرة القدم سواء تعلق الأمر بمنافسات النوادي الممثلة ببطولتي رابطة الأبطال الإفريقية وكأس الاتحاد الإفريقي، أو كأس إفريقيا والبطولات الإفريقية الشبانية، وتقوم النشرة بعرض

¹ الموقع الرسمي لشركة ديلويت، دوري ديلويت لكرة القدم 2023، مسترجع بتاريخ 29 مارس 2023، أنظر الرابط

<https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>

(*)² للاطلاع على نتائج فئة أبرز المواضيع التي تعالجها النشرة أنظر الإطار التطبيقي الفصل الثاني عنصر المواضيع الرياضية.

إخباري لأبرز الأخبار والنتائج الخاصة بهذه المنافسات. فيما تركز بصفة خاصة على المشاركة الجزائرية خاصة فيما يتعلق بالنوادي الجزائرية الممثلة للراية الوطنية فيها، أين تغطي القناة عبر نشرة أخبارها تحضيرات وتنقلات ومباريات الأندية والفرق الجزائرية في هذه المنافسات بطريقة خاصة، ما يترجم توجهها نحو دعم المنتخبات الوطنية التي تمثل الجزائر إفريقيا، وحرصها على تقديم أبرز الأخبار المتعلقة بهاته المنافسات للمشاهد.

في حين لم تغفل القناة على تغطية كرة القدم العالمية والتي حظرت بنسبة منخفضة بالنظر إلى قلة الأحداث والمنافسات كرة القدم العالمية سواء تصفيات كأس العالم أو المنافسة في حد ذاتها، وأيضا المباريات العالمية الودية لكرة القدم، ورغم قلة هذا النوع من الأخبار بسبب قلة الأحداث والمنافسات في حد ذاتها، إلا أن النشرة توفر مضمون خاص بهذا النوع من الأحداث الكروية للمشاهد، في سياستها التي تريد من خلالها تغطية جميع الأحداث الكروية العالمية.

بالمقابل فيما يخص البطولات العربية التي ظهرت بنسبة 04.04% فإن القناة تغطي البطولات العربية التي ينشط فيها محترفون جزائريون، وخاصة اللاعبين الذين يمثلون المنتخب الوطني أو سبق لهم حمل قميص المنتخب الوطني، وتعرض القناة أبرز الأخبار المتعلقة بهؤلاء اللاعبين في أنديةهم على رأسها ما يقدمونه في المباريات الرسمية وأيضا أخبار انتقالاتهم بين الأندية العربية التي ينشطون فيها.

وهو ما تؤكد الإحصائيات لموسم 2022/2021 حول اللاعبين الجزائريين الناشطين في الدوريات العربية والتي تصدرها البطولة التونسية بـ 21 لاعبا، قطر 16 لاعبا، السعودية 9 لاعبين، المغرب 9 لاعبين.¹ وتمثل هذه البطولات أبرز المواضيع الخاصة بكرة القدم العربية التي ظهرت في نشرة، والتي تضم أكبر عدد من اللاعبين الجزائريين المحترفين فيها، ما يجعل القناة تسعى إلى تغطية أخبار هؤلاء اللاعبين خاصة ما يقدمونه في المباريات الرسمية التي يخوضونها مع أنديةهم.

إن التنوع الذي أظهرته دراسة أنواع كرة القدم التي عالجتها نشرة أخبار القناة يعكس توجهها في تناولها لأبرز البطولات الخاصة بكرة القدم بالنسبة للمشاهد الجزائري، وعلى رأسها البطولات المحلية، والبطولات الأوروبية والمنتخب الوطني، فيما أثبتت النتائج أيضا حجم الأهمية التي توليها القناة عبر نشرة أخبارها للاهتمام بكل فئات الجماهير الرياضية سواء التي تريد متابعة البطولات المحلية، أو المنتخب

¹ موقع سوكسرواي، اللاعبين الناشطون خارج الجزائر، د ت، مسترجع بتاريخ 15 أبريل 2023، أنظر

الرابط-https://ar.soccerway.com/players/players_abroad/algeria/?fbclid=IwAR1J7dII

CeJc51YyiHorhGfyy6pPYvIWuQX_2oReTqkmcEcHfgriHJU7I4

الوطني، أو الكرة الأوروبية، وحتى نشاطات الأندية الجزائرية قاريا، لتمارس بذلك القناة مسؤوليتها الإعلامية تجاه الجمهور الرياضي الجزائري على طريقته الخاصة في تغطيتها لأبرز الأحداث التي يريد أو يرغب الجزائري في متابعتها.

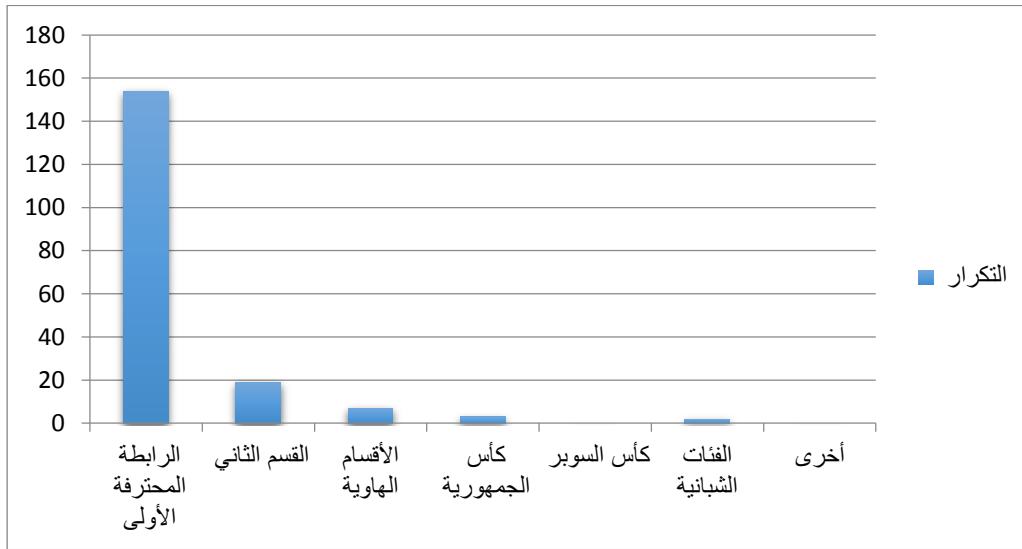
من ناحية أخرى فقد أراد الباحث التعمق أكثر من أجل التفصيل في موضوع رياضة كرة القدم المحلية وتحديد أي المنافسات المحلية الخاصة بهذه الرياضة تحظى باهتمام أكثر من طرف نشرة الأخبار، ولهذا الغرض تطرق الباحث إلى تقيئة رياضة كرة القدم المحلية إلى فئات فرعية ثانوية يمكننا من خلالها الوصول إلى أدق نتيجة ممكنة فيما يخص رياضة كرة القدم المحلية وأي موضوع بالتحديد تضعه القناة في نشرة أخبارها على رأس أولوياتها، ويمثل الجدول التالي النتائج التي انتهت إليها العملية الإحصائية. والتي وضعها الباحث كفئة فرعية تابعة لفئة الرياضات للوصول إلى نتائج علمية دقيقة تخدم أهداف البحث والدراسة كما يجب.

2-1-1 توزيع فئة كرة القدم المحلية

جدول رقم(17): يمثل توزيع فئة أنواع كرة القدم المحلية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

النسبة %	التكرار	أنواع كرة القدم المحلية
83.24%	154	الرابطة المحترفة الأولى
10.27%	19	القسم الثاني
03.79%	07	الأقسام الهاوية
01.62%	03	كأس الجمهورية
00%	00	كأس السوبر
01.08%	02	الفئات الشبانية
00%	00	أخرى
100%	185	المجموع

الشكل رقم (21): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع بطولات كرة القدم المحلية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

في تحليلنا ودراستنا لفئة أنواع الألعاب الرياضية والتي أسفرت أن كرة القدم هي الرياضة الأبرز التي تهتم القناة بمعالجة أخبارها ومواضيعها، وأن كرة القدم المحلية هي النوع الأساسي والأكثر بروزاً على نشرة الأخبار، واصل الباحث تحليله لهذه الفئة في البحث عن أهم بطولة خاصة برياضة كرة القدم المحلية والتي ستكون أكثر ظهوراً في النشرة وتعطيها القناة حجم أكبر من بقية أنواع منافسات كرة القدم المحلية، وأسفر هذا التحليل على سيطرة مطلقة لبطولة الرابطة المحترفة الأولى على بقية منافسات الكرة المحلية التي تعالجها النشرة، وفيما يلي قراءة مقتضبة لأهم ما جاء في هذه الفئة:

- احتلت الرابطة المحترفة الأولى صدارة اهتمامات النشرة الرئيسية لقناة الهداف بتكرار بلغ 154 وحدة من إجمالي 185 ونسبة وصلت إلى 83.24%.
- فيما جاء القسم الثاني في المرتبة الثانية بمجموع تكرارات وصل إلى 19 ونسبة قدرت بـ 10.27%.
- أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب الأقسام الهوائية بـ 07 وحدات ونسبة 03.79%.
- ويظهر محتشم على نشرات الأخبار عينة التحليل كان كأس الجمهورية والفئات الشبانية في المرتبة الرابعة والخامسة تواليا بـ 03 تكرارات وبـ 01.62% بالنسبة لكأس الجمهورية ووحدين 02 ونسبة 01.08% بالنسبة للفئات الشبانية.

بالحديث عن سيطرة مواضيع وأخبار الرابطة المحترفة الأولى على نشرة أخبار قناة الهداف فهو ما كان منتظراً بالنظر إلى أن بطولة الرابطة المحترف الأولى هي أهم وأبرز منافسة محلية في رياضة كرة القدم،

وتتضمن الرابطة المحترفة الأولى أبرز وأعرق الأندية الجزائرية التي تتنافس من أجل اللقب وهي الأندية التي تعتبر الأكثر شعبية في الوطن والتي تمثل أكبر قاعدة جماهيرية في الجزائر، ما يجبر القناة على توفير جميع الأخبار والمستجدات الخاصة بهذه الأندية في مضامين إعلامية مختلفة عادة ما تكون مرفوقة بمادة إعلامية مصورة حول ملخصات المباريات، أو التحضيرات والتدريبات والندوات الصحفية والتصريحات وحتى التنقلات.

ويعود حجم الاهتمام الذي توليه نشرة أخبار الهدف إلى بطولة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم للأسباب التالية:

- تعتبر بطولة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم أو القسم الأول سابقا أهم منافسة كروية محلية وأقدمها أين تعود بدايتها إلى حقبة الاستعمار مطلع القرن الماضي، قبل أن يعاد هيكلتها بعد الاستقلال، تشارك فيها العديد من الأندية الجزائرية العريقة التي تتنافس من أجل تحقيق لقب البطولة، الذي يعد أبرز انجاز رياضي محلي على الإطلاق، كما أن أصحاب المراكز الأربعة أو الخمسة الأولى يشاركون في منافسات قارية وإقليمية كرابطة الأبطال الإفريقية والاتحاد الإفريقي والبطولة العربية للأندية (هذه الأخيرة تنظم بشكل غير منتظم)، فيما يسقط أصحاب المراتب الأخيرة (حسب نظام المنافسة في ذلك الموسم) إلى القسم الثاني، لذلك يكون التنافس على أشده بين هذه الأندية كل حسب أهداف المسطرة قبل بداية الموسم.

- القاعدة الجماهيرية الكبيرة التي تتمتع بها الأندية المنافسة في الرابطة المحترفة الأولى أيضا تجعل النشرة مجبرة على تقديم تغطية إخبارية في مستوى تطلعات آلاف الجماهير المناصرة لتلك الأندية والمتابعة أيضا لقناة الهدف ونشرتها الإخبارية من أجل الحصول على آخر الأخبار والمستجدات الخاصة بأنديتهم، خاصة وأن أعرق الفرق الجزائرية وأكبرها من حيث القاعدة الجماهيرية تنشط في الرابطة المحترفة الأولى وتواكب جماهيرها باهتمام كبير أخبار نواديها على وسائل الإعلام بما في ذلك قناة الهدف.

- التغطية الإعلامية المحلية الكبيرة التي تحظى بها هذه المنافسة تجعل القناة في منافسة كبيرة مع بقية القنوات التلفزيونية والجرائد وحتى المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، من أجل تقديم خدمة إخبارية مميزة تجذب من خلالها المشاهدين وتتفرد بأبرز خدمة إخبارية تلفزيونية تقدم محتوى خاص بالرابطة المحترفة الأولى، لذلك تولي القناة عبر نشرة أخبارها اهتماما كبيرا للمضامين الإعلامية الخاصة بالمنافسة.

- اهتمام الجماهير الرياضية بهذه المنافسة أيضا يعتبر من النقاط الأساسية التي تلعب دورا هاما في توجه النشرة لمعالجة أخبار بطولة الرابطة المحترفة الأولى، فالجماهير الرياضية الجزائرية حتى لا تلعب

نواديها المفضلة في هذه البطولة تتابع مباريات ومستجدات هذه المنافسة، بالنظر إلى ميولاتها الكروية ورغبتها في معرفة كل التطورات والأخبار الخاصة بالنوادي والمنافسة أولاً بأول.

وتتجلى المواضيع الإخبارية التي تعالجها النشرة والخاصة بالرابطة المحترفة الأولى في المحاور الآتية:

- ❖ تغطية تدريبات وتحضيرات الأندية لمباريات البطولة.
- ❖ تغطية مباريات البطولة من خلال عرض مفصل لملخصات المباريات وأبرز ما جاء فيها.
- ❖ تغطية الندوات الصحفية الخاصة بالنوادي الرياضية والهيئة الإدارية المشرفة على تنظيم المسابقة وهي "الرابطة الوطنية لكرة القدم".
- ❖ تغطية أخبار الإصابات والغيابات المسجلة في تشكيلة النوادي قبل المباريات البطولة.
- ❖ تغطية أخبار انتقالات وتعاقبات الأندية خلال وقبل البطولة.
- ❖ تغطية أخبار القوانين والعقوبات التي تصدر من الهيئة المنظمة للمنافسة.

بالمقابل لم تولي النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف اهتماما كبيرا ببطولة القسم الثاني وهذا ما ظهر من خلال نتائج التحليل التي أفرزت عن نسبة منخفضة لهذه البطولة قدرت بـ 10.27%، وهو ما يترجم توجه النشرة في معالجتها لأخبار كرة القدم المحلية وإبعاد هذه البطولة من أولويات واهتمامات النشرة. ورغم أن هذه البطولة تضم عديد النوادي العريقة التي تنشط في هذه المنافسة منذ سنوات عديدة ولديها قاعدة جماهيرية كبيرة، إلا أن القناة لم تولي الاهتمام المستحق لهذه المنافسة، ولم تقدم الخدمة الإخبارية المنتظرة منها تجاه جماهير تلك النوادي على اعتبار أنها القناة الرياضية الوحيدة النشطة في المجال، وهو ما يؤكد الخلل الموجود على مستوى التوجه الذي تتبناه النشرة في وسياستها الإخبارية فيما يخص مواضيع كرة القدم المحلية، خاصة وأن القناة بإمكانها تقديم خدمة إخبارية أفضل وأشمل بالنسبة لبطولة القسم الثاني مقارنة بالتي أبانتها عن طريق الأعداد عينة التحليل.

وهو نفس الإسقاط الذي يمس بطولة الأقسام الهاوية التي لم تتطرق لها النشرة إلا من خلال 07 مناسبات فقط خلال فترة التحليل، بالرغم من الجماهير العريضة لنوادي الأقسام الهاوية والمتابعة أيضا لقناة الهدف، فالأقسام الهاوية الجزائرية تضم عشرات الأندية منها أندية كثيرة عريقة سبق لها وأن لعبت في بطولة القسم الأول ومثلت الجزائر أيضا قاريا وتملك قاعدة جماهيرية كبيرة، إلا أن هذه المعطيات لم تضعها القناة في خريطة نشرتها الإخبارية واكتفت بعرض بعض الأخبار الخاصة بالمشاكل والأزمات التي تمس هذه الأقسام مع خبر وحيد متعلق بمباريات فاصلة نهاية الموسم المنصرم بين الأندية المنافسة على تحقيق الصعود إلى القسم الثاني.

فيما يعود انخفاض نسبة المواضيع المتعلقة بكأس الجمهورية 01.62% إلى أن المنافسة تشهد مباريات قليلة وفي فترات متباعدة خاصة في أدوارها المتقدمة، إضافة إلى أن فترة التحليل واكبت نهاية الموسم ولعب الأدوار المتقدمة ما يعني مباريات أقل، وأيضاً فترة بداية الموسم التي لا تلعب فيها هذه المنافسة (منافسة كأس الجمهورية تنطلق شهر أكتوبر بالأقسام السفلى).

في حين لا يلقى موضوع الفئات الشبانية اهتمام كبير من طرف وسائل الإعلام جميعها، التي توجه معالجتها الإخبارية لمواضيع الأكابر والفريق الأول لكل نادي، وتمثل الموضوعان المتعلقان بالفئات الشبانية واللذان عالجتها نشرة القناة بمشكلة خوض الشبان مبارياتهم في شهر رمضان قبل منتصف النهار، وهذا ما أدى ببعض رؤساء الأندية إلى تقديم انشغالاتهم إلى اللجنة المنظمة عبر قناة الهدف.

وفي الأخير ومن خلال تحليلنا لفئة الألعاب الرياضية، فإن رياضة كرة القدم هي النوع الرياضي الأبرز الذي تهتم به نشرة أخبار قناة الهدف والذي تضعه على رأس اهتماماتها وأولوياتها في معالجتها الإخبارية لمختلف المواضيع الرياضية، وهذا ما يتوافق ونتائج دراسة رضوان بوحيلة (2019) الذي خصّ بها الصحافة الرياضية بالجزائر وقام بدراسة تحليلية على جريدة الهدف وانتهى إلى نتيجة " أن كرة القدم أخذت الاهتمام الكلي لصحيفة الهدف بحيث اختصت بذلك منذ تأسيسها"¹. فيما تتبوع البطولات المحلية والأوروبية لكرة القدم صدارة أنواع الرياضات التي تهتم القناة بمعالجتها، في حين تعتبر بطولة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم هي أبرز حدث رياضي تتناوله النشرة الرئيسية للقناة. بالمقابل فإن قناة الهدف وعبر نشرة أخبارها لم تمارس مسؤوليتها الإعلامية تجاه المجتمع الرياضي الجزائري بعدم اهتمامها بطولة القسم الثاني والأقسام الهاوية، رغم مكانتها الإعلامية في المجتمع الجزائري ونشاطها كقناة تلفزيونية وحيدة في المجال الرياضي وأيضاً امتلاكها الإمكانيات اللازمة لذلك. فيما تكفي القناة عبر نشرة أخبارها بتغطية أخبار الرياضات الفردية التي تشهد مشاركة جزائرية للرياضيين والفرق الذين يمثلون الراية الوطنية حتى في الرياضات التي لا تلقى رواجاً كبيراً لدى الجمهور الرياضي الجزائري على غرار التجديف والكرة الحديدية.

3- على مستوى فئة المنافسات الرياضية:

تفيد دراسة فئة المنافسات هذا النوع من البحوث المتخصصة في الإعلام الرياضي من أجل الكشف عن أبرز المنافسة معالجة من طرف الوسيلة الإعلامية، أو المستويات الرياضية التنافسية التي تهتم بها

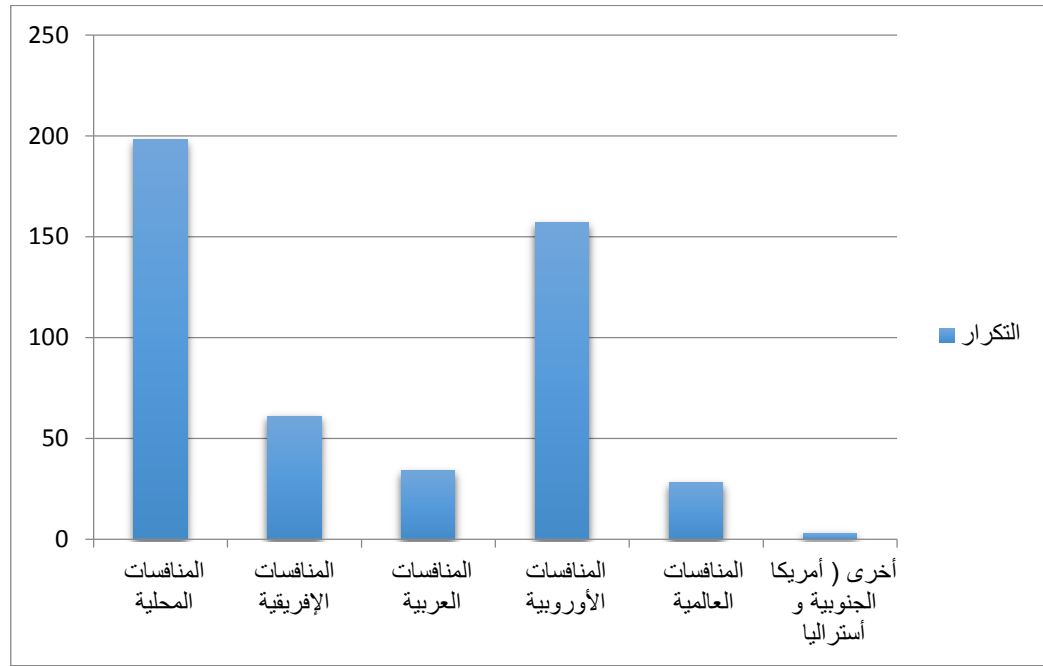
¹ رضوان بوحيلة، الصحافة الرياضية في الجزائر -دراسة تحليلية وميدانية ليومتي الهدف والخبر الرياضي، أطروحة دكتوراه، قسم الدعوة والإعلام والاتصال جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2019، ص 207.

مختلف الوسائل الإعلامية في معالجتها للمواضيع الرياضي، وهو ما ستقدمه هذه الفئة بالنسبة لدراستنا هذه التي نريد من خلال فئة المنافسات الرياضي تحديد علمي ودقيق، للمنافسات التي تهتم النشرة الرئيسية لقناة الهدف بمعالجتها، ما إن كانت تهتم بمستوى المنافسات الرياضية المحلية أم العالمية أو الإقليمية، وهو ما يخدم بصورة مباشرة أهداف الدراسة فيما يخص أولويات المواضيع الرياضية التي تعالجها النشرة والذي تعتبر فيه المنافسات الرياضية عامل محوري وأساسي في تشخيص الاهتمام الرئيسي من حيث المستويات التنافسية بالنسبة لنشرة القناة.

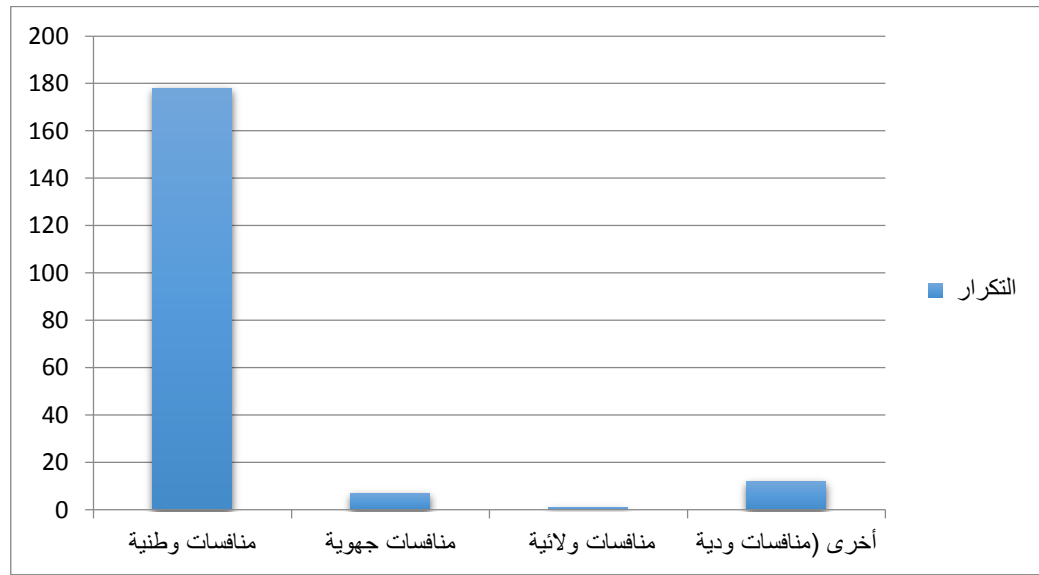
جدول رقم(18): يمثل توزيع فئة أنواع المنافسات الرياضية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

أنواع المنافسات الرياضية			التكرار	النسبة %
المنافسات المحلية		التكرار	النسبة	
	منافسات وطنية	178	%89.90	
	منافسات جهوية	07	%03.53	
	منافسات ولائية	01	%00.51	
	أخرى (منافسات ودية)	12	%06.06	
	المجموع	198	100	%41.16
المنافسات الإفريقية			61	%12.69
المنافسات العربية			34	%07.07
المنافسات الأوروبية			157	%32.64
المنافسات العالمية			28	%05.82
أخرى (03) أمريكا الجنوبية وأستراليا			03	%00.62
المجموع			481	%100

الشكل رقم (22): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع المنافسات الرياضية في النشرة



الشكل رقم (23): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار أنواع المنافسات الرياضية المحلية في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال هذا الجدول والشكل الموضح أسفله سيطرة المنافسات الرياضية المحلية والأوروبية على المواضيع الرياضية التي تعالجها القناة ضمن نشرة أخبارها الرئيسية، وكان جل اهتمام النشرة متمثلاً في مضامين إعلامية خاصة بمسابقات رياضية محلية وأوروبية، وهما الفئتان اللتان سيطرتا على

المضامين التي تقدمها النشرة، فيما كانت معالجة المواضيع الخاصة بالمنافسات العربية أو العالمية الأقل ظهوراً، ويعبر اهتمام النشرة بمواضيع المنافسات الرياضية المحلية والأوروبية عن مكانة هذا النوع من المنافسات ضمن أجندة النشرة وتموضعها على رأس أولوياتها.

وسنعرض فيما يلي القراءة الإحصائية التي أفرزتها عملية التحليل فيما يخص فئة المنافسات الرياضية التي تناولتها النشرة:

- سيطرت المنافسات المحلية على العرض الإخباري للنشرة وجاءت المرتبة الأولى بمجموع 198 وحدة وبنسبة كانت الأعلى ببلوغها 41.16%.
- واحتلت المنافسات الأوروبية المرتبة الثانية في هذه الفئة بتكرار بلغ 157 ونسبة قدرت بـ 32.64%.
- فيما كانت المنافسات الإفريقية في المرتبة الثالثة بـ 61 وبنسبة وصلت لـ 12.69%.
- أما المنافسات العربية فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمجموع تكرارات بلغ 34 ونسبة 07.07%.
- واحتلت المنافسات العالمية المرتبة الأخيرة كأقل المنافسات ظهوراً ضمن نشرة الهدف بـ 28 وحدة وبنسبة 05.82%.

أما فيما يخص أنواع المنافسات المحلية التي أراد الباحث التعمق فيها أكثر لمعرفة المستويات التنافسية المحلية التي تهتم بها النشرة بالنظر إلى حجم اهتمامها بالمنافسات المحلية فقد كانت نتائجها كالتالي:

- احتلت المنافسات الوطنية المرتبة الأولى ضمن المنافسات المحلية التي تعالجها النشرة بـ 178 وحدة وبنسبة وصلت إلى 89.90%.
- أما المرتبة الثانية فكانت للمنافسات الجهوية بـ 07 تكرارات ونسبة 03.53%.
- وكانت المنافسات الولائية المرتبة الأخيرة والأقل ظهوراً ضمن النشرة بـ 01 وحدة ونسبة 00.51%.
- فيما سجلنا في فئة المنافسات الأخرى ظهور المنافسات الودية التي كانت عبارة عن مباريات ودية في كرة القدم لتحضير الأندية لانطلاقة مواسمهم بـ 12 وحدة وبنسبة 06.06%.

إن النتائج التي أفرزتها عملية التحليل فيما يخص أنواع المنافسات الرياضية التي تعالجها النشرة تثبت توجه قناة الهدف وسياستها الإخبارية تجاه المواضيع المتعلقة بالمنافسات الرياضية المحلية والأوروبية، والتي تضعها على رأس أولوياتها وتعتبرها الهدف الأول لها ضمن المضامين الإعلامية التي تعرضها، وتغطي أخبارها، بالمقابل وحسب نتائج التحليل فلا تعتبر المنافسات العربية والإفريقية أولوية بالنسبة للقناة، وهذا ما تعكسه نسب ظهور هاتين الفئتين مقارنة بباقي مواضيع المنافسات الرياضية.

أما بالعودة إلى سيطرة المنافسات المحلية على المواضيع التي عالجتها نشرة القناة ببلوغها نسبة 41.16% فهو أمر طبيعي بالنظر إلى نشاط القناة المحلي، ما يجعلها توجه اهتمامها إلى المواضيع المحلية والمتمثلة في المجال الرياضي بالمنافسات والمسابقات والمباريات الرياضية المحلية بالدرجة الأولى، وهو السياق الذي تسير عليه جميع القنوات والمؤسسات الإعلامية التي تنشط داخل رقعة جغرافية معينة تجعلها تضع تلك المنافسات التي تنتمي إليها على رأس أولوياتها واهتماماتها وتمنحها مساحة وحجم أكبر من باقي المواضيع، وهذا يرجع إلى نسبة المشاهدين والمتابعين للقناة الذين يعتبرون أفراد من الجمهور الرياضي المحلي الذي ينتظر ما ستعرضه القناة عبر نشرة أخبارها من منافسات ومسابقات رياضية تتعلق بالشأن المحلي.

بالإضافة إلى جمهور المتلقين للمضامين الإعلامية لقناة الهدف بما في ذلك نشرة أخبارها، وهو الجمهور الرياضي الجزائري، الذي يعتبر في نفس الوقت جمهور الرياضات مختلفة ولنوادي وفرق معينة هي محلية في الأساس ما يعني اهتمامه بالمواضيع المحلية المتمثلة في جميع المسابقات والمنافسات الرياضية المحلية التي تهتم نشرة أخبار القناة بتغطية أخبارها ومواضيعها المختلفة من أجل تلبية حاجات ورغبات هذا المجتمع من الجماهير الرياضة المختلفة، التي تختلف في الميولات الرياضية أو النوادي التي تنتمي إليها لكنها تتفق في الاهتمامات بالمنافسات التي تجمع بين أندية أو تجمع تلك الجماهير فيما بينها إذا تعلق الأمر برياضة معينة على وجه الخصوص. وأفضل مثال على ما تناولناه هو توافق الجمهور والقناة في متابعة وتغطية بطولة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم والتي تعتبر أكبر منافسة تعمل القناة على تغطيتها ضمن نشرة أخبارها.

وتهتم القناة في تغطية المنافسات الرياضية المحلية عن طريق تسليط الضوء على أبرز تلك المنافسات المحلية التي تلقى اهتمام ومتابعة الجماهير الرياضية الجزائرية، وهي منافسات تعمل القناة عبر نشرة أخبارها على توفير كل الأخبار والمستجدات الخاص بها بصفة يومية من أجل أن يكون المتابع ملما بكل ما يختص بها.

وما سجلته هذه الدراسة أن المنافسات المحلية التي تغطيها نشرة الأخبار الرئيسية للقناة هي عبارة عن منافسات خاصة برياضة كرة القدم بنسبة 100% وجل المواضيع التي عالجتها النشرة فيما يخص هذه المنافسة متعلقة بمنافسة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم، التي تعتبر أبرز منافسة رياضية محلية، للإثارة التي تعرفها هذه المسابقة وكذلك لتعلق وشغف الجماهير الرياضية الجزائرية بكرة القدم، وأيضاً القاعدة الجماهيرية التي تتميز بها الأندية الناشطة فيها، ناهيك عن التغطية الإعلامية الكبيرة التي تقوم بها وسائل الإعلام

المحلية لهذه المنافسة، وقد تناولنا فيما سبق وبالتدقيق الأسباب والنقاط التي تفسر اهتمام النشرة بهذه المنافسة.¹(*)

أما عن حلول المنافسات الأوروبية في المرتبة الثانية بنسبة 32.64% ضمن أنواع المنافسات التي تهتم بها نشرة أخبار قناة الهدف فهو ما يتماشى ومتطلبات العمل في المجال الإعلام الرياضي، أين تعتبر الرياضة الأوروبية بصفة عامة محل استقطاب وجذب لوسائل الإعلام جميعها نظرا لما ترغب فيه الجماهير الرياضية من متابعة واهتمام بالرياضة الأوروبية بصفة عامة، وهو ما قامت به نشرة الهدف الرياضية التي حاولت أن تسير على خطى بقية وسائل الإعلام وأن توفر لمشاهديها تغطية شاملة لأبرز الأحداث الرياضية الخاصة بالمنافسات الأوروبية لما تتميز به من خصائص ومميزات تجعلها المفضلة لدى المجتمع الرياضي الدولي. فيما وجب التنويه إلى أن جل المنافسات الرياضية الأوروبية التي عرضت على النشرات الإخبارية التي قمنا بتحليلها كانت عبارة عن منافسات خاصة بكرة القدم وبالتحديد البطولات المحلية لكرة القدم، والمنافسات القارية الخاصة بالأندية وأيضا المباريات الدولية سواء الودية أو التي تدخل ضمن منافسات أو تصفيات كأس الأمم الأوروبية أو كأس العالم.

ولعل أبرز ما يفسر الاهتمام الذي توليه نشرة قناة الهدف للمنافسات الرياضية الأوروبية وعلى رأسها كرة القدم ما يلي:

المستوى العالي من المنافسة

تقدم القارة الأوروبية طبق عالي الجودة من المنافسات الرياضية على اختلاف أنواعها خاصة الجماعية، بالنظر إلى التطور الذي بلغته في عديد الرياضات التي تعتبر الأكثر شعبية في العالم على غرار كرة القدم، كرة اليد، كرة الطائرة، الرياضات الميكانيكية...إلى غير ذلك من الرياضات التي تصدرت فيها القارة العجوز المشهد، فأبرز المنافسات الرياضية الأوروبية سواء المحلية منها أو القارية منها كبطولات كرة القدم تتميز بمستوى عالي للمنافسة، وتقدم أبرز وأفضل الرياضيين والنجوم الذي يرفعون من مستوى تلك المنافسات ويجعلها محط اهتمام أغلب الجماهير الرياضية ووسائل الإعلام.

وهي النقطة التي أكدها المركز الدولي للدراسات الرياضية CIEC في آخر تحديث له حول أقوى البطولات العالمية في الخمسة سنوات الفارقة بناءا على مشاركة أنديةهم ضمن المنافسات الدولية والتي برز فيها

¹(*) تم التطرق في فئة الألعاب الرياضية إلى تفسير سيطرة رياضة القدم على نوع الألعاب الرياضية التي تعالجها النشرة، وبالتحديد إلى منافسة الرابطة المحترفة الأولى على بقية منافسات كرة القدم والرياضة المحلية بصفة عامة. في الإطار التطبيقي ضمن الفصل الثاني عنصر فئة أنواع الألعاب الرياضية.

الدوري الانجليزي في المرتبة الأولى متقدما على الاسباني الذي كان ثانيا والألماني ثالثا، بينما حل الدوري الإيطالي رابعا والفرنسي خامسا.¹

📌 مدى التطور التكنولوجي الحاصل في المجال الرياضي

إن التطور التكنولوجي الذي بلغه المجال الرياضي بصفة عامة في أوروبا ليس له نظير خاصة فيما يخص الرياضات الأكثر شعبية ومتابعة، ويكفي مشاهدة التكنولوجيا المطبقة في تلك المنافسات على مستوى التصوير وإخراج، أو الملاعب والقاعات التي تحتضن المنافسات للتعرف على طبيعة الخصائص الرياضية التي تقدمها المنافسات الأوروبية مقارنة بالتي تقدمها قارات أخرى، ناهيك عن جودة الرياضيين والمنافسين والملاعب التي تحتضن تلك المنافسات، هي كلها عوامل تساهم في مدى تعلق الجماهير الرياضية بالمنافسات الرياضية الأوروبية وترغب في متابعة ومشاهدة آخر أخبار المسابقات فيها.

📌 عراقة المسابقات الرياضية والأندية والفرق المنافسة فيها

في سياق آخر فإن القارة الأوروبية تضم أعرق المسابقات الرياضية في رياضات عديدة أهمها كرة القدم، وهي الرياضة المفضلة لدى الجماهير الرياضية الجزائرية، التي تتابع مختلف وسائل الإعلام الرياضية خصيصا من أجل هذا النوع من المنافسات، فالبطولات الأوروبية على رأسها البطولات الخمسة الكبرى (الانجليزية، الإيطالية، الاسبانية، الفرنسية، الفرنسية) هي أكبر البطولات نجاحا من حيث مستوى المنافسة وتسويق بطولاتها ومبارياتها، وهذا ما يعكسه حجم المتابعة ومداخل الاشتراك في مختلف الباقات التلفزيونية من أجل متابعتها، ناهيك عن عراقة وقدم أندية في كرة القدم والتي تزداد أهميتها بمشاركتها في منافسة رابطة أبطال أوروبا، والنجوم الرياضية الناشطة في تلك الفرق بما أنها تضم خيرة ونخبة الصفوة في أغلب الرياضات، فيكفي ذكر اسم أحد النوادي العريقة على غرار ريال مدريد وسط الجماهير الرياضية لمعرفة مدى متابعة وانتمائهم لهذه الأندية من خلال معرفتهم واطلاعهم على كل أخباره التي يكون مصدرها وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى أنها مناسبات تنشط منذ قرون وخير دليل على ذلك أن البطولة الانجليزية تنشط منذ 1888، الدوري الإيطالي 1898، وحتى رابطة الأبطال الأوروبية هي بطولة انطلقت منذ 1955. وهو نفس المثال الذي نقيس به منافسات جماعية أخرى في رياضات مختلفة تخضع لنفس المقاييس التي تنصدر فيها أوروبا مختلف المنافسات الرياضية العالمية.

¹ موقع المرصد الدولي للدراسات الرياضية CIEC، ديسمبر 2022، مسترجع بتاريخ 15 أبريل 2023، أنظر الرابط

<https://football-observatory.com/Chemins-de-developpement-des-joueurs-de-la-Coupe>

📊 نسبة متابعة ومشاهدة هذه المسابقات

إن الأهمية التي باتت عليها اليوم المنافسات الرياضية الأوروبية في مختلف الرياضات ومدى تقدم وتطور مستواها الفني والتقني فيما يخص إخراجها وبثها عبر القنوات التلفزيونية، زاد من حجم متابعتها مع مرور المواسم والسنوات وباتت تمثل أعلى المنافسات الرياضية من حيث نسبة المشاهدة، فالدوري الانجليزي مثلا وحسب مجلة فوربس المتخصصة بإحصاء الثروات ومراقبة نمو المؤسسات والشركات المالية حول العالم " فإن نسب مشاهدة الدوري الانجليزي في كل جولة تتجاوز الـ 120 مليون شخص حول العالم وهي أرقام ترتفع بالتأكيد في حال ما كانت هناك مباريات بين أندية كبيرة ومنافسة على اللقب"¹، وهي الإحصائيات التي أكدها موقع "Sporting Intelligence" المختص في التحليلات والإحصائيات الرياضية ويقدم تقارير سنوية حول التجارة والتسويق الرياضي " بلغ عدد المشاهدات العالمية لمباريات الدوري الانجليزي في موسم 2018/2019 أكثر من 3.2 مليار مشاهدة..."² وفي منافسة رابطة الأبطال الأوروبية فقد حصد نهائي دوري أبطال أوروبا حسب موقع STATISTA حوالي 400 مليون مشاهدة.³

📊 النجوم والمشاهير الرياضية الناشطة في أوروبا

من جهة أخرى يلعب نجوم الرياضة خاصة في كرة القدم والمشاهير منهم دور رئيسي وبارز في جذب المشاهدين لمتابعة الدوريات الأوروبية التي ينشطون فيها، بالنظر إلى المستوى العالي للمنافسة وأيضاً للعائدات المالية التي يحصلونها مع تلك النوادي، إضافة إلى رغبتهم بتحقيق ألقاب فردية وجماعية وتسجيل اسمهم ضمن سجلات الأبطال أيضاً، و هو أحد العوامل الرئيسية في زيادة نسب متابعة المنافسات الرياضية الأوروبية، وأبرز مثال على ذلك هو تحويل نادي باريس سان جرمان إلى أحد أشهر النوادي العالمية بانتهاج إدارته سياسة استقطاب النجوم، وتأثيرهم على نسب متابعة مباريات النادي في منافساته المحلية أو القارية.

¹ برنار الطيار، نسب المشاهدة التلفزيونية بين كرة القدم والفورميلا 1، 05 مارس 2018، موقع السبورت، مسترجع بتاريخ

20 أبريل 2023، انظر الرابط: <https://www.elsport.com/news/show/419409>

² موقع Sporting Intelligence، 16 جانفي 2020، مسترجع بتاريخ 20 أبريل 2023، أنظر

الرابط-<https://www.sportingintelligence.com/2020/01/16/premier-league-global-audience-up-to-3-2bn-for-2018-19/>

3-2bn-for-2018-19/

³ موقع Statista، 09 ديسمبر 2022، مسترجع بتاريخ 20 أبريل 2023، أنظر الرابط

<https://www.statista.com/statistics/754670/people-who-watched-uefa-champions-league-on-tv-within-the-last-12-months-usa/>

إن مجمل ما تحدثنا عليه آنفا يترجم ويفسر اهتمام وسائل الإعلام بصفة عامة وقناة الهدف على وجه الخصوص بالمنافسات الأوروبية ووضعها ضمن أبرز المضامين الإعلامية والمواضيع الإخبارية التي تعالجها على نشرة أخبارها.

من جهة أخرى فإن حضور المنافسات الإفريقية على نشرة أخبار القناة بنسبة 12.69% فهو يمثل في الأساس المنافسات الإفريقية التي تشهد مشاركة رياضيين، نوادي أو فرق جزائرية فيها، أين تعمل القناة على تغطية الحدث وأخباره، خاصة فيما يتعلق بتحضيرات أو نتائج ما يحققه ممثلو الجزائر فيها، وأبرز تلك المنافسات هي منافسات كرة القدم الممثلة بكأس إفريقيا وتصفياتها والمباريات التحضيرية للمنتخب الأول أو أصنافه الشبانية فيها، رابطة الأبطال الإفريقية وكأس الاتحاد الإفريقي اللذان يشهدان مشاركة جزائرية كل موسم، البطولات الإفريقية الخاصة بالمنافسات الرياضية الأخرى، كبطولة إفريقيا للسباحة أو الملاكمة أو ألعاب القوى.

وفيما يخص المنافسات العربية التي حضرت بنسبة 07.07% فإن القناة تعمل على تغطية المنافسات الخاصة بكرة القدم بالدرجة الأولى ومشاركة اللاعبين الجزائريين الذين يمثلون المنتخب الأول مع نواديهم، وهذا بالنظر إلى سياسية القناة في وضع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه على رأس أولويتها، وأبرز تلك المنافسات التي عالجتها نشرة أخبارها الدوري التونسي، الدوري القطري، الدوري السعودي، لما ينشط فيه من محترفين جزائريين وخاصة لاعبي المنتخب الوطني.

وبالنظر إلى قلة عدد المنافسات العالمية الخاصة بالرياضة فقد انعكس ذلك على نسبة ظهورها في النشرة ومثلت النسبة الأقل، خاصة وأن القناة لا تهتم بالمنافسات الرياضية العالمية في الألعاب التي لا تلقى جماهيرية كبيرة في الجزائر، واقتصر معالجتها للمنافسات العالمية على الرياضات الجماهيرية والشعبية في الجزائري على غرار كرة القدم.

ومن خلال ما سبق وما تناولناه في هذه الفئة فإن نشرة أخبار قناة الهدف تعتمد في معالجتها الإخبارية على تناول أخبار ومواضيع المنافسات المحلية بالدرجة الأولى والمنافسات الأوروبية بالدرجة الثانية، وهي المنافسات التي تغلب عليها رياضة كرة القدم، لما لتلك المنافسات والمسابقات سواء المحلية أو الأوروبية من شعبية وأهمية بالنسبة للمشاهد والجمهور الرياضي الجزائري.

4- على مستوى فئة الموقع

تعتبر فئة الموقع من الفئات الرئيسية التي يعتمد عليها الباحثون في مجال الإعلام والاتصال عندما يتعلق الأمر باعتماد تحليل المضمون كوسيلة لدراسة الظاهرة الإعلامية أو الاتصالية على وسائل الإعلام، وتهتم فئة الموقع التي نريد دراستها بموقع الموضوع أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة، من أجل التمييز بين ما توليه الوسيلة الإعلامية من أهمية لبعض المواضيع على حساب أخرى، بما أن الموقع في نشرة الأخبار يعكس أولوية واهتمام القناة بالموضوع محل الدراسة. ومن خلال دراستنا للمواضيع الرياضية على النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الأهداف حددنا المواضيع التي تظهر في بداية النشرة الإخبارية كمواضيع رئيسية تعبر عن الاهتمام الذي تنظر به القناة لهاته المواضيع مقارنة بالمواضيع الأخرى التي تظهر في آخر النشرة والتي تعكس هي الأخرى مكانتها في آخر اهتمامات النشرة.

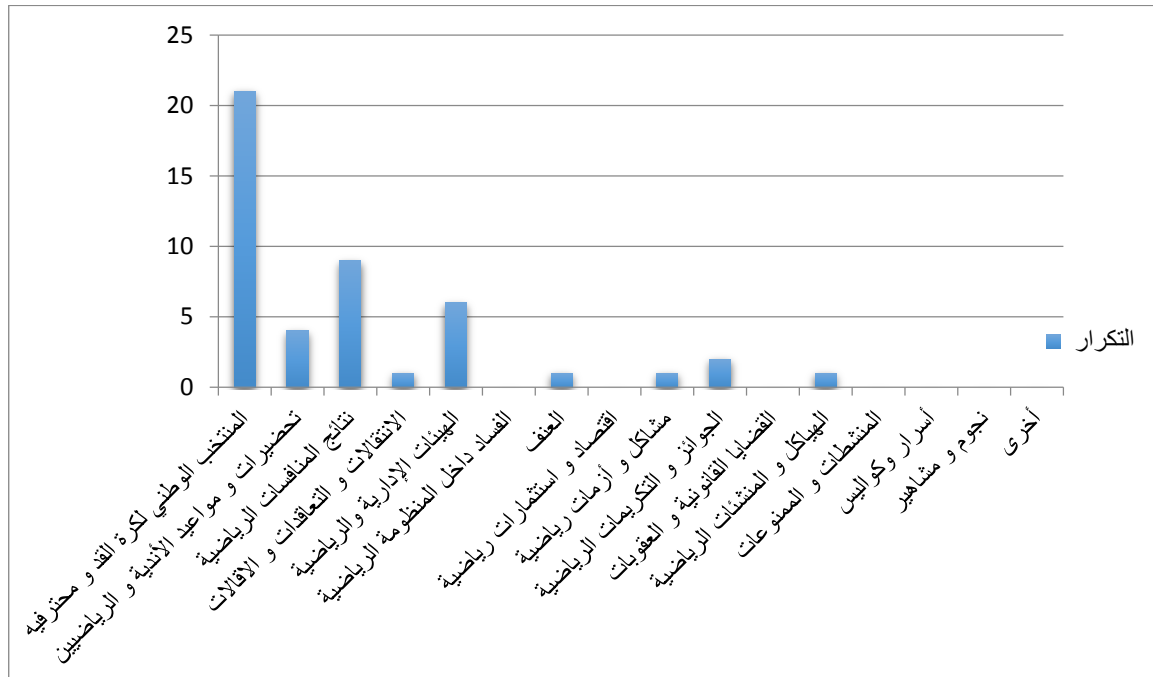
وقد ارتأى الباحث إلى اختيار الموضوعين الأول والثاني ووضعهما في خانة مقدمة النشرة التي ينظر لها من طرف المختصين والإعلاميين أنها مواضيع رئيسية، بالمقابل فإن فئة آخر النشرة تختص بالموضوعين الأخيرين اللذان تعالجهما النشرة، ليتم التحليل على ضوء هذا التقسيم الذي سيبين لنا بصورة واضحة نوع المواضيع التي تهتم بها القناة كأولوية وتضعها في مقدمة النشرة مباشرة بعد شريط العناوين كمواضيع رئيسية، وأيضا نوع المواضيع الأقل أهمية بالنسبة لبقية المواضيع التي تضعها النشرة في آخر فقراتها.

وسنعرض من خلال الجدول التالي النتائج التي انتهت عليها عملية تحليل المواضيع التي ظهرت في مقدمة النشرة والممثلة في الموضوع الرئيسي لعدد كل نشرة، وأيضا المواضيع التي كانت تظهر في آخر النشرة.

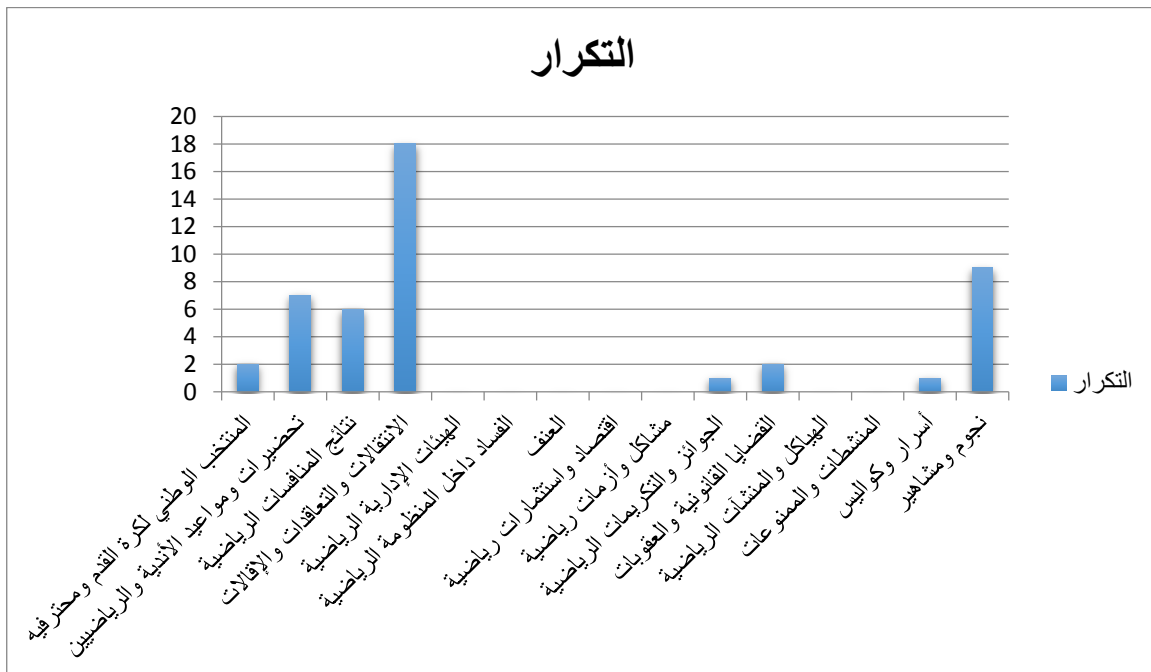
جدول رقم(19): يمثل توزيع فئة موقع المواضيع الرياضية ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

آخر النشرة		مقدمة النشرة		موقع المواضيع الرياضية في نشرة الأخبار
النسبة	التكرار	النسبة%	التكرار	
04.35	02	%45.66	21	المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه
%15.22	07	%08.70	04	تحضيرات ومواعيد الأندية والرياضيين
%13.04	06	%19.57	09	نتائج المنافسات الرياضية
%39.13	18	%02.17	01	الانتقالات والتعاقدات والإقالات
00	00	%13.04	06	الهيئات الإدارية الرياضية
00	00	00	00	الفساد داخل المنظومة الرياضية
00	00	%02.17	01	العنف
00	00	00	00	اقتصاد واستثمارات رياضية
00	00	%02.17	01	مشاكل وأزمات رياضية
%02.17	01	%04.35	02	الجوائز والتكريمات الرياضية
%04.35	02	00	00	القضايا القانونية والعقوبات
00	00	%02.17	01	الهياكل والمنشآت الرياضية
00	00	00	00	المنشطات والممنوعات
%02.17	01	00	00	أسرار وكواليس
%19.57	09	00	00	نجوم ومشاهير
00	00	00	00	أخرى
%100	46	%100	46	المجموع

الشكل رقم (24): أعمدة بيانية تمثل توزيع أنواع المواضيع الرياضية في مقدمة النشرة



الشكل رقم (25): أعمدة بيانية تمثل توزيع أنواع المواضيع الرياضية في آخر النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول السابق والرسم التوضيحي أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الأهداف تضع موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه في مقدمة أولوياتها بالنظر إلى ظهوره كأحد المواضيع الرئيسية للنشرة في 21 مناسبة وبنسبة 45.66%، في حين كان موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات هو الموضوع الأكثر ظهوراً في آخر النشرة بنسبة 39.13%، وقد وافقت نتائج موقع المواضيع الرياضية الفئة التي سبقتها وهي فئة المواضيع الرياضية الأكثر ظهوراً في النشرة ب بروز موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه مرة أخرى على رأس أولويات النشرة وهي النتائج التي أتت بها العملية التحليلية، ما يعكس توجه ونظرة القناة عبر نشرة أخبارها لموضوع المنتخب الوطني لكرة القدم كأبرز المواضيع الرياضية التي تهتم بها وبمعالجتها النشرة لما لهذا النوع من الأخبار من أهمية ومكانة لدى الجمهور الرياضي الجزائري.

وسنعرض فيما يلي ترتيب المواضيع الرياضية التي ظهرت في مقدمة النشرة وفي آخرها حسب نسبة ظهورها:

- احتل موضوع المنتخب الوطني ومحترفيه صدارة المواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة كمواضيع رئيسية بتكرار بلغ 21 وحدة ونسبة وصلت إلى 45.66%.
- وجاء موضوع نتائج المنافسات الرياضية في المرتبة الثانية للمواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة بتكرار 09 وبنسبة قدرت بـ 19.57%.
- وحل موضوع الهيئات الإدارية والرياضية ثالثاً بتكرار 06 وحدات وبنسبة 13.04%.
- في حين كان موضوع تحضيرات الأندية الرياضيين في المرتبة الرابعة بالنسبة للمواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة بتكرار 04 وحدات ونسبة قدرت بـ 08.70%.
- في نفس السياق فقد ظهرت بقية المواضيع في مقدمة النشرة بين الموضوع الأول والثاني بنسب ضئيلة ومقاربة ولم تسجل نسب عالية واقتصر ظهورها في مناسبتين على أقصى تقدير في المادة عينة التحليل ما يترجم عدم وضعها في النشرة كأخبار أو مواضيع رئيسية.
- بالمقابل كانت نتائج المواضيع التي ظهرت في آخر النشرة كالتالي:
- احتل موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات المرتبة الأولى كأكثر موضوع يظهر في آخر النشرة بمجموع 18 وحدة وبنسبة بلغت 39.13%.

- وجاء موضوع النجوم والمشاهير في المرتبة الثانية في هذه الفئة بمجموع 09 وحدات ونسبة 19.57%.

- بينما كان موضوع تحضيرات ومواعيد الأندية والرياضيين في المرتبة الثالثة بتكرار بلغ 07 وحدات ونسبة 15.22%.

- وكان موضوع نتائج المنافسات الرياضية في المرتبة الرابعة بتكرار 06 وحدات ونسبة 13.04%.
- وسجلت بقية المواضيع حضورا محتشما في آخر النشرة بنسب ضئيلة لم تتجاوز المناسبتين هي الأخرى، ما يعكس دور أهمية الخبر ونوعه في حد ذاته في ترتيبه داخل رزنامة النشرة.

وبالعودة إلى سيطرة موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه على فئة الموقع كأبرز موضوع يظهر ضمن المواضيع الرئيسية للنشرة، فما هو إلا امتداد لنتيجة فئة المواضيع الرياضية الأكثر ظهورا في النشرة والذي حلّ أولا في تلك فئة، ما يتوافق ونتيجة فئة المواضيع أيضا من حيث أهمية الموضوع بالنسبة للنشرة وترتيبه ضمن أبرز أولوياتها عند اختيار الأخبار التي تضعها في خانة المواضيع الرئيسية، و يعتبر الموضوع الرئيسي أو Story Mean كما يطلق عليه في اللغة الانجليزية هو الموضوع الذي يتصدر النشرة فور انتهاء شريط العناوين وبداية فقرات النشرة، وما ظهور موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه بنسبة 45.66% إلا تأكيد على سياسة القناة وتوجهها في ترتيب أولوياتها التي تضع فيها هذا الموضوع على رأس اهتماماتها مقارنة ببقية المواضيع التي لم تسجل حضورا كبيرا ضمن المواضيع الرئيسية في بداية النشرة، إضافة إلى موضوع نتائج المنافسات الرياضية الذي يعتبر أمرا طبيعيا بالنسبة لنشرة أخبار قناة متخصصة بالرياضة تهتم بطبيعة الحال بنتائج المنافسات والأحداث الرياضية التي تجرى كل يوم.

بالمقابل فقد كان موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات الخاص بالتحديد برياضة كرة القدم أكثر موضوع يظهر في آخر النشرة بنسبة 39.13% وبدرجة أقل موضوع النجوم والمشاهير الرياضية بنسبة 19.57%، وهي النسب التي تترجم ترتيب هذا النوع من المواضيع ضمن خريطة النشرة وإعدادها وتوجه القناة تجاه هذا النوع من المواضيع التي تراه القناة لا يستحق أن يكون أو يوضع في خانة المواضيع الرئيسية في بداية النشرة.

وبالعودة إلى تفسير النتائج الموضحة أعلاه والتي كشفت سيطرة موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه أو تلك التي ترتبط به على المواضيع الرئيسية في النشرة وظهورها في بدايتها بنسبة 45.66%، يمكننا تفسيره بجملة من الأسباب أهمها ما يلي:

■ شمولية موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم

إن الاختيار الذي يقع على موضوع المنتخب الوطني والأخبار الذي تتعلق به مباشرة أو بإحدى جوانبه لم يأتي بطريقة اعتباطية من طرف القناة والقائمون على النشرة، وإنما هو اختيار دقيق جدا لهذا الموضوع الذي يعتبر أكبر موضوع يلامس الجمهور الرياضي الجزائري المتلقي للنشرة على اختلاف خصائصه وسماته أو ميولاته الرياضية لأنواع مختلفة من الرياضات أو نوادي أيضا، فأغلب المجتمع الجزائري حتى الذي لا يملك ميول رياضي يتابع أخبار المنتخب الوطني الأول، بالنظر أن المنتخب الوطني لكرة القدم يعتبر الواجهة الرئيسية والموضوع الذي يتصدر المشهد الرياضي الجزائري، لذلك يعتبر الموضوع الأكبر الذي يمس ويهم أكبر شريحة من المجتمع الجزائري والجمهور الرياضي المتابع للقناة والنشرة على وجه الخصوص.

■ أهمية المنتخب الوطني بالنسبة للجزائريين

في ذات السياق وكما تناولنا سابقا فإن المنتخب الوطني لكرة القدم يعتبر أبرز طرف رياضي يتابعه الجزائريون والمجتمع الرياضي، نظرا إلى تعلق الجزائريين برياضة كرة القدم التي تعتبر الرياضة الشعبية الأولى في الجزائر، وأيضا تعلقهم الذي ليس له مثيل بمنتخبهم الوطني ومتابعاتهم الحثيثة لكل تفاصيله سواء مبارياته، تحضيراته، مواعيده، أخبار اللاعبين المحترفين، انتقالاتهم، إلى غير ذلك من المواضيع التي لا تهملها الجماهير الجزائرية، والتي يكون مصدرها طبيعة انتمائهم وتعلقهم بمنتخبهم الذي يشمل الحافز الرياضي الأساسي لدى الجمهور الرياضي في متابعة الرياضة بصفة عامة وأيضا إلى عامل الوطنية التي يعتز بها المجتمع الجزائري.

■ الاهتمام العام

ونقصد به مدى الاهتمام الذي توليه قاعدة المشاهدين والجماهير المتابعة للقناة لهذا الموضوع، ولا يحتاج معرفة اهتمام الجزائريين بمنتخبهم الوطني دراسة لتأكيد ذلك بقدر ما تحتاج توفير أخبار ومواضيع تتعلق بهم، وهذا ما يظهر جليا على حجم التفاعل والاهتمام الذي يحظى به هذا النوع من المواضيع على مواقع التواصل الاجتماعي، المقاهي والفضاءات الذي يلتقي فيه جمع من الجماهير الرياضية الجزائرية، ردود الأفعال التي تصنعها هذه المواضيع على الجزائريين إلى غير ذلك من العوامل التي تصنع ما يسمى بالاستجابة العامة، فهو نوع خاص من الاهتمام تجاه موضوع محدد يجعله يستحوذ على اهتمام القناة به، وينعكس ذلك على هذا الموضوع ليكون ضمن المواضيع الرئيسية لنشرة القناة.

وإضافة إلى العناصر التي تحدثنا عليها فإن مفهوم الموضوع الرئيسي في نشرة الأخبار كونه الموضوع الأول الذي تتم معالجته في النشرة والذي يستحوذ على اهتمام القناة والجمهور معا، ويعتبر الحدث الأبرز في

المواضيع المطروحة في النشرة، والأهم بالنسبة للجمهور المستقبل والمشاهد للنشرة فهي نقاط يمكننا إسقاطها على موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه لتتطابق إلى حد بعيد مع هذه المعايير التي يتم على أساسها اختيار الموضوع الرئيسي، والتي تفسر بشكل مباشر كون هذا الموضوع يستحوذ على أكبر نسب فئة الموقع بكونه أبرزها ظهوراً في مقدمة النشرة.

في سياق آخر فإن احتلال موضوع نتائج المنافسات الرياضية المرتبة الثانية فيما يخص المواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة فهو نتيجة منتظرة لما لهذا النوع من المواضيع من أهمية على مستوى مجال الإعلام الرياضي بصفة عامة، والذي يقوم بالدرجة الأولى على عرض أبرز النتائج التي انتهت عليها المسابقات والمنافسات الرياضية المختلفة، وتجد النشرة الرئيسية لقناة الهدف هذا النوع من الأخبار من بين أبرز المواضيع التي تصلح لتكون موضوعاً رئيسياً، بالنظر إلى كون الجمهور الرياضي الجزائري المشاهد للنشرة ينتظر دوماً أبرز ما أسفرت عليه المباريات والأحداث الرياضية الهامة من نتائج، وعادة ما تستهل نشرة الهدف أخبارها بطرح النتائج الهامة في المنافسات الرياضية الأكثر متابعة، والتي تكون على قناة الهدف عبارة عن منافسات خاصة برياضة كرة القدم، وأيضاً نتائج التمثيلات الوطنية في التظاهرات والمحافل القارية والعالمية، واحتلال هذا النوع من المواضيع المرتبة الثانية بنسبة 19.57% من بين جميع المواضيع يعتبر نتيجة طبيعية ومنتظرة بالنظر إلى طبيعة ونوع وأهمية هذه الأخبار في المجال الرياضي.

ومن بين أبرز النتائج التي سجلتها الدراسة التحليلية لفئة موقع المواضيع الرياضية هو احتلال موضوع الهيئات الإدارية والرياضية المرتبة الثالثة ضمن المواضيع التي ظهرت في مقدمة النشرة بنسبة 13.04%، وهي نتيجة تعكس أهمية هذا النوع من المواضيع بالنسبة لقناة الهدف الرياضية، واهتمامها بالهيئات المشرفة على الأطراف الرياضية والمشرفة أيضاً على منافساتها، ورغم أن هذا النوع من المواضيع لا يلقى اهتمام الكثير من وسائل الإعلام خاصة المحلية، إلا أن نشرة أخبار قناة الهدف تعتمد في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية إلى التطرق لهذا النوع من المواضيع وتضعه عادة ضمن المواضيع الرئيسية التي تعالجها، وارتقت به أيضاً إلى درجة المواضيع الرئيسية التي تطرحها، خاصة وأن المجال الرياضي الجزائري يشهد الكثير من التطورات والتغييرات وأيضاً بعض الصراعات الداخلية الذي يجعل أخبارها تزداد أهمية، وبالأخص في كرة القدم، لذلك نجد جل هذه الأخبار الخاصة بموضوع الهيئات الإدارية الرياضية التي عالجتها النشرة تختص برياضة كرة القدم.

وتتمثل هذه المواضيع التي ظهرت في بداية النشرة كموضوع رئيسي فيما يلي:

- اجتماع الكاف بشأن تحديد موعد قرعة تصفيات كأس إفريقيا 2023، والنظر في موضوع احتضان كوت ايفوار لكأس إفريقيا في موعدها أم تأجيلها إلى سنة 2024.
- اجتماع أعضاء المكتب الفدرالي للاتحادية الجزائرية لكرة القدم.
- التغييرات التي قام بها جهيد زفاف على مستوى لجنة التحكيم عقب انتخابه رئيسا للاتحاد الجزائرية لكرة القدم.
- اللجنة المنظمة لألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022.

ومن خلال هذه القراءة فإن نشرة أخبار قناة الهدف تمنح موضوع الهيئات الإدارية المشرفة على المنافسات الرياضية حيزا من الأهمية أكبر من الهيئات الإدارية المشرفة على النوادي الرياضية وهو ما يعكس اهتمامها بمواضيع الهيئات الرياضية المسؤولة عن تسيير وتنظيم المنافسات الرياضية وبالأخص في رياضة كرة القدم بما أن الأمر يتعلق بمن يشرف وينظم ويقرر مستقبل المنافسة والقوانين التي تضبطها، وتتعمد نشرة القناة وضع المواضيع الرياضية الخاصة بالهيئات الإدارية التي تشرف على تسيير المنافسات الرياضية كمواضيع رئيسية ومعالجتها عن طريق تغطية موسعة وشاملة، وتقديم الخبر مرفوقا عادة بتحليلات وتعليقات حول تداعيات تلك القرارات والتغييرات التي من شأنها أن تحدثها على المنافسة.

في حين تعتمد النشرة عادة في بداية معالجتها للمواضيع الرياضية بالأخبار الخاصة بالتحضيرات التي تقوم بها الأندية والرياضيين تحسبا لخوض منافساتهم الرسمية، وتحول النشرة اهتمامها لهذا النوع من المواضيع ووضعه ضمن خانة الأخبار الرئيسية والهامة إذا تعلق الأمر بخوض النوادي أو الرياضيين منافسات ومباريات هامة، ما يعكس تواجده في المرتبة الرابعة كأبرز المواضيع التي ظهرت في مقدمة النشرة بنسبة 08.70%، وهو تواجد يتوقف على نوع المباريات أو المنافسات الحاسمة التي ستخوضها في الغالب الأطراف الرياضية الجزائرية.

تكون مواضيع تحضيرات الأندية والرياضيين التي تعالجها القناة في مقدمة النشرة في العادة عندما تتعلق برياضة كرة القدم بالنسبة للنوادي الجزائرية المقبلة على خوص لقاءات مصيرية، ونذكر على سبيل المثال مباراة تحديد هوية البطل كما حدث في أحد أعداد النشرة لشهر جوان 2022 الذي تطرقت فيه إلى تحضيرات شباب بلوزداد لمباراة حسم اللقب أمام مولودية وهران، والذي يعتبر أهم حدث رياضي محلي في تلك الفترة بما أن الأمر يتعلق بأبرز منافسة محلية على مستوى الأندية الرياضية، أو في عدد آخر تناولت فيه النشرة تغطية كاملة لتحضيرات شباب بلوزداد لخوض مباراتهم أمام الوداد البيضاوي المغربي لحساب ربع نهائي

كأس رابطة الأبطال الإفريقية وهي المباراة التي كانت تعتبر قمة الجولة بالنسبة لأهم منافسة قارية في كرة القدم بعد كأس إفريقيا.

فيما يكون ظهور بقية المواضيع في مقدمة النشرة حسب أهمية الخبر في حد ذاته، إلا أن حضورها في الموضوعين الأول أو الثاني على النشرة ليس أمراً مستمراً على طول أعداد النشرة عينة التحليل، حتى أنها لم تسجل حضورها أبداً كأحد المواضيع الرئيسية في أي عدد من النشرات التي قمنا بتحليلها، وكان ظهورها يقتصر على الموضوع الثاني الذي تعالجه فقط.

في ذات السياق فقد كان ظهور هذه النتائج متوافقاً بالنسبة لاحتساب مقدمة النشرة على حساب الموضوع الأول فقط أي الموضوع الرئيسي **Story Mean**، وكم من مرة ظهرت هذه المواضيع كمواضيع رئيسية في النشرة من دون احتساب الموضوع الثاني. وكانت نتائج التحليل حول الموضوع الرئيسي كالآتي:

- موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه **10** وحدة ونسبة **43.48%**.
- موضوع نتائج المنافسات الرياضية **07** تكرارات ونسبة **30.43%**.
- موضوع الهيئات الإدارية والرياضية **04** تكرارات ونسبة **17.39%**.
- موضوع تحضيرات الأندية والرياضيين **02** وحدات ونسبة **08.70%**.

إن هذا التوافق الذي ظهرت عليه نتائج التحليل بين احتساب مقدمة النشرة على حساب الموضوع الرئيسي (الموضوع الذي يلي شريط العناوين وتستهل به النشرة فقراتها) وبين احتساب مقدمة النشرة على حساب الموضوعين الأولين يؤكدان صحة النتائج التي توصلنا إليها، وأيضاً أهمية موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه بالنسبة لنشرة القناة وسياستها المتبعة في ترتيب أولويات المواضيع التي تعالجها وفقاً للتفسيرات والنقاط التي تكلمنا عليها سابقاً، وأيضاً أهمية موضوع نتائج المنافسات الرياضية في العرض الإخباري للقناة بما أن العمل الإعلامي في المجال الرياضي يقوم بالدرجة الأولى على عرض النتائج والأرقام للجماهير الرياضية.

في الجهة المقابلة وحول المواضيع التي تظهر في آخر النشرة فقد كان الهدف من تحليلها والبحث فيها منح دراستنا هذه نتائج أكثر دقة حول موقع المواضيع، بما أن الأمر لا يتعلق فقط بالمواضيع التي تراها القناة تستحق أن تكون أعلى هرم المواضيع التي تعالجها في نشراتها الإخبارية، وإنما أيضاً بالمواضيع التي تضعها النشرة في خانة الأقل أهمية رغم معالجة مواضيعها في النشرة.

وبالعودة إلى تفسير النتائج التي أظهرتها الدراسة حول تواجد موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات كأبرز موضوع ظهر في آخر النشرة بنسبة **39.13%**، فهذا يترجم نظرة القناة ورؤيتها تجاه لهذا النوع من

المواضيع الذي لا تراه يستحق أن يكون في مقدمة النشرة كموضوع رئيسي أو كباقي المواضيع الرئيسية الأخرى التي تعرض في شريط العناوين، وتكتفي بوضعه في آخر فقرات النشرة، وقد كانت كل الأخبار الخاصة بهذا الموضوع والتي عالجتها النشرة تختص برياضة كرة القدم بنسبة **100%**، أين تتطرق النشرة في هذا الموضوع إلى انتقالات وتعاقبات وإقالات المنافسات التالية:

❖ أخبار الانتقالات التي تعرفها الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم.

❖ أخبار انتقالات لاعبي المنتخب الوطني لكرة القدم

❖ أخبار انتقالات الجزائريين واحترافهم في البطولات العربية والأوروبية

❖ أخبار الانتقالات التي تميز أبرز الأندية الأوروبية.

وكما تناولنا سابقا فقد تجلت معالجة القناة لموضوع الانتقالات والتعاقبات والإقالات في رياضة كرة القدم على وجه الخصوص، وتخصص القناة في نشرتها أخبار هذه المواضيع التي تكون مرفوقة بفيديو لأبرز الانتقالات التي حدثت في ذلك اليوم، أو أخبار الاتفاقات بين الأندية واللاعبين والمدربين حول مستقبل هذه الفئة في قادم المواسم، ويكون عرضها في قالب خبري سريع وحركي يلخص فيما يلي:

✓ الانتقالات التي تأكدت بإمضاءات رسمية بين الأندية وبين اللاعبين أو المدربين.

✓ الاتفاقات المبدئية التي حدثت بين الأندية وبين اللاعبين أو المدربين.

✓ الأخبار التي تحصّلت عليها القناة من مصادرها الخاصة حول انتقالات قد تحدث في الساعات القادمة.

✓ وعادة ما تتناول النشرة أخبار الإشاعات التي تتحدث حول الاتفاقيات الخاصة بالانتقالات والتعاقبات أو الإقالات.

ويمكننا تفسير النسبة التي ظهر بها موضوع الانتقالات والتعاقبات والإقالات في آخر النشرة بما لي:

- سياسية النشرة وتوجّهها نحو هذا النوع من الأخبار، أين تخصص القناة فقرة خاصة في آخر النشرة تختصر فيها أبرز ما سجله سوق الانتقالات الصيفية أو الميركاتو الصيفي في الساعات التي تسبق العرض الإخباري الرئيسي للقناة.

- الحجم الكبير لأخبار هذا النوع من المواضيع بين التعاقبات الرسمية، إنهاء العقود، الاتفاقيات المبدئية، الإشاعات،... الخ، ما يجعل القناة مجبرة على اقتناء أبرز تلك الأخبار وعرضها في فقرة مقتضبة لا تتجاوز الدقيقتين في آخر النشرة.

- الانتقالات والتعاقدات التي تحدث لا تمس نخبة الرياضيين الجزائريين كلاعبين المنتخب الوطني، وهي عبارة عن انتقالات لاعبين ومدربين بين نوادي مختلفة ما تجعل الخبر لا يرتقي ليكون على رأس النشرة الإخبارية أو اهتمامات الجمهور الرياضي المشاهد.

إن هذا الموضوع الذي نحن بصدد الحديث عنه هو أحد المواضيع الإخبارية المستحدثة في المجال الرياضي والإخباري بصفة خاصة، ولم يكن على الواجهة الإخبارية لنشرات الأخبار قبل سنوات قليلة فارطة، خاصة مع قلة تلك الانتقالات سابقا ودخول الرياضة عالم الاحتراف والانفجار المالي في كرة القدم خاصة، هي كلها عوامل تؤكد أن هذا النوع من المواضيع يعتبر حديث إذ ما قمنا بمقارنته بمواضيع أخرى كأخبار النتائج الرياضية، المواعيد الرياضية، التحضيرات الخاصة بالأندية والرياضيين إلى غير ذلك. وتتعامل كل وسيلة إعلامية أو قناة تلفزيونية بطريقتها الخاصة مع هذا النوع، الذي نجده في العادة يتصدر مواقع التواصل الاجتماعي عند إمضاء لاعبين جدد في نوادي مختلفة. ويكمن وضعه في آخر نشرة قناة الهدف لا يعني بالضرورة أن هذا النوع من الأخبار والمواضيع ليس مهما بالنسبة لفئات مختلفة من الجماهير، وإنما يعود بالدرجة الأولى إلى توجه القناة ورؤيتها للزنامة والأجندة التي تنتهجها في إعداد نشرتها، بما أن الأمر يختلف من وسيلة إعلامية إلى أخرى ويختلف أيضا باختلاف القنوات الرياضية التلفزيونية

أما فيما يخص موضوع النجوم والمشاهير الرياضية الذي كان ثاني أكثر موضوع ظهر في آخر النشرة بنسبة 19.57%، فقد خصصت النشرة نوع المواضيع التي تتحدث عن أخبار مشاهير أو نجوم في كرة القدم حول مواضيع مختلفة وليست بالضرورة لها علاقة بنشاط هذه الفئة في الرياضة ووضعتها في آخر النشرة، ما يؤكد أن هذا النوع من المواضيع لا يعتبر أولوية بالنسبة للقناة، خاصة وإن عدنا إلى نسبة هذه المواضيع في عينة التحليل ككل فهي تقارب النصف (عدد مواضيع النجوم والمشاهير التي ظهرت في أعداد النشرة التي تم تحليلها كان 19 وحدة ونسبة 03.75%) برمجت منها القناة ما نسبته 47.36% في آخر النشرة، بينما لم تظهر هذه المواضيع إطلاقا في مقدمة النشرة وكانت نسبته منعدمة. وهي أرقام تؤكد ما طرحناه حول توجه القناة نحو هذا الموضوع وترتيبه ضمن النشرة الإخبارية الرئيسية لها. وربما يفسر توجه القناة لوضع موضوع النجوم والمشاهير في آخر النشرة بما يلي:

جذب الانتباه

إن تناول النجوم والمشاهير الرياضية في وسائل الإعلام أو برامج التلفزيون المختلفة سواء المتعلقة بممارستهم الرياضية أو حياتهم الشخصية وقصصهم المثيرة للاهتمام، يعتبر جزءا من إستراتيجية الإعلام لجذب انتباه الجماهير لما تعرضه الوسيلة الإعلامية، وهو ما تعتمد قناة الهدف أين تتناول مواضيع لنجوم في عالم

الرياضية وتبرمج عرضها في آخر النشرة للحفاظ على مشاهديها حتى انتهاء العرض الإخباري، ونظرا لشهرة هؤلاء الرياضيين واهتمام الجماهير بهم، فإنهم سينتظرون حتى الفقرات الأخيرة من النشرة من أجل الاطلاع على ما حضرته النشرة من مضامين إعلامية حول هؤلاء النجوم والمشاهير.

✚ خلق توازن في محتوى النشرة

يهدف الفريق الإعلامي المكلف بإعداد نشرات الأخبار دائما إلى خلق ما يسمى بالتوازن في المحتوى المقدم من خلال النشرة، أين يتم عرض المواضيع الرئيسية والهامة في بداية النشرة، ثم يتم التدرج نحو المواضيع الأقل أهمية، قبل أن تتحول إلى عرض هذا النوع من المواضيع الذي يكون الهدف منه الإبقاء على المشاهدين حتى انتهاء النشرة وأيضا الخروج من طابع الجدية الذي ميّز بقية فقرات ومواضيع النشرة.

✚ خصوصية مواضيع النجوم والمشاهير

إن هذا النوع من المواضيع سواء في المجال الإعلام الرياضي أو مجالات إعلامية أخرى، يكون تناوله ومعالجته أكثر في برامج تلفزيونية أخرى متنوعة، بالنظر إلى أن النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية تتميز بعرض أبرز الأخبار والتحديثات اليومية في مواضيع تراها هامة بالنسبة لجمهور المتابعين، في حين يتم تناول مواضيع النجوم والمشاهير أكثر في البرامج الحوارية أو المجلات الإخبارية إلى غير ذلك من أنواع البرامج التي تتميز بطابع إعلامي متنوع ومساحة زمنية كافية لعرض ومعالجة حياة وأخبار المشاهير والنجوم الرياضية.

أما فيما يخص بقية النتائج التي أبانتها دراسة المواضيع التي ظهرت في آخر النشرة فقد استمر تواجد موضوع تحضيرات ومواعيد الأندية والرياضيين (15.22%) وموضوع نتائج المنافسات الرياضية (13.04%)، وهي نسب تعتبر طبيعية إلى حد بعيد، ويمكننا تبريرها بحجم هذا النوع من المواضيع في عينة التحليل ككل (بلغت نسبتهما معا 35.57%)، إضافة إلى قيام النشرة الإخبارية في المجال الرياضي على هذا النوع من الأخبار الذي يقدم آخر الأخبار الرياضية الخاصة بالمنافسات الرياضية سواء تحضيرات الأندية والرياضيين لها أو النتائج التي انتهت عليها تلك المسابقات.

في حين حضرت بعض المواضيع في مناسبة واحدة أو مناسبتين على الأكثر ضمن خانة المواضيع التي تظهر في آخر النشرة وكان نسبتهما منخفضة، وهي نسب ضئيلة تؤكد ما تناولناه حول توجه النشرة والقائمين عليها ورؤيتهم لترتيب المواضيع التي يتم عرضها في النشرة والتي يضعون فيها نوع المواضيع الخاصة بالانتقالات والتعاقدات والإقالات أو مواضيع النجوم والمشاهير هي نوع المواضيع التي تصلح لتكون في آخر النشرة الرئيسية للقناة.

وما وجب التنويه له فيما يخص هذا المحور أن المواضيع التي تظهر عادة في آخر النشرة التلفزيونية لقناة الهدف هي ليست ذات المواضيع التي توضع في آخر نشرات تلفزيونية أخرى سواء لقنوات عامة أم متخصصة في الرياضية، وسواء نشرات رياضية أم عامة، بالنظر إلى أن ترتيب المواضيع في النشرات الإخبارية التلفزيونية يختلف من قناة تلفزيونية إلى أخرى وفقا لاعتبارات تحريرية وتوجهات القائمين على القناة أو النشرة وأيضا لاهتمامات الجمهور المستهدف، أي أن النتائج التي توصلنا إليها فيما يخص هذه الفئة هي نتائج خاصة بنشرة أخبار قناة الهدف، ما يعني أنها نتائج قد تتغير إلى حد كبير إذا قمنا بدراسة قناة رياضية أخرى سواء كانت قناة جزائرية أم أجنبية فهي تملك توجه وإستراتيجية مغايرة لترتيب مواضيعها في نشرتها.

وفي الأخير ومن خلال دراستنا لهذه الفئة فيمكننا التأكيد أن نشرة أخبار قناة الهدف الرياضية تضع مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه ضمن خانة المواضيع الهامة والتي تمثل أولوية لها بعرضها في قالب الموضوع الرئيسي في النشرة، إلى جانب مواضيع نتائج المنافسات الرياضية أو الهيئات الإدارية الرياضية التي تعتبر مهمة أيضا بالنسبة للنشرة التي تعرضها كمواضيع رئيسية أخرى، بالمقابل تضع النشرة موضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات إلى جانب موضوع النجوم والمشاهير الرياضية ضمن المواضيع الأقل أهمية لها وتعرضها في آخر فقراتها من كل نشرة.

5- على مستوى فئة المصادر:

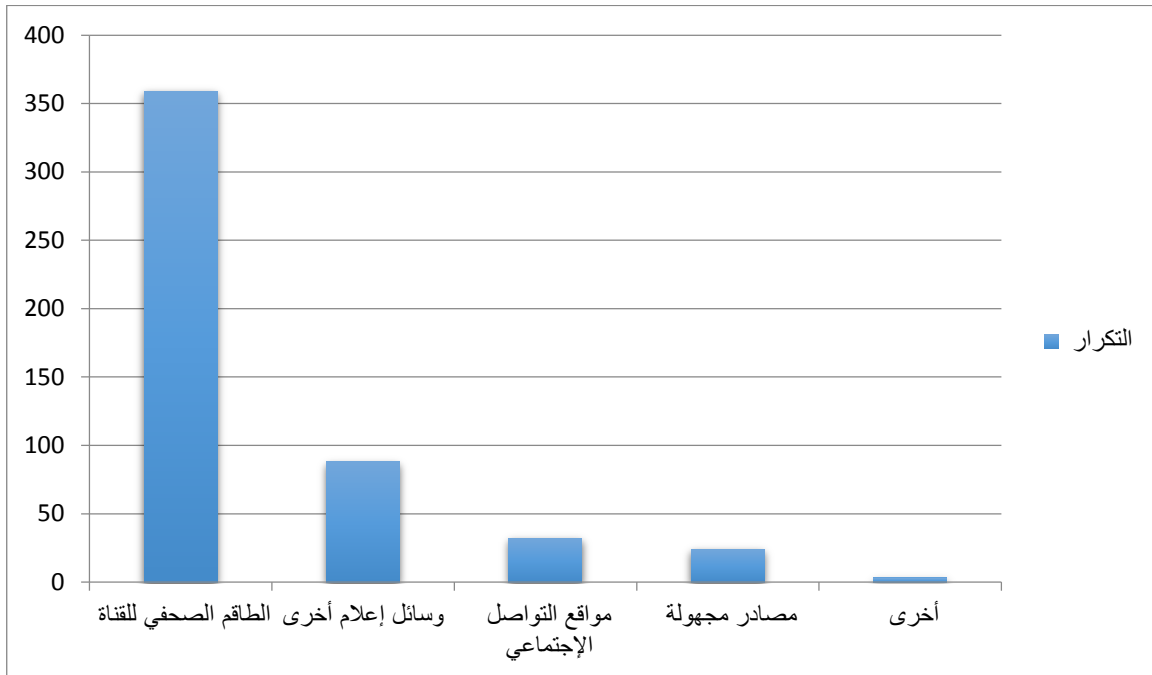
تستخدم فئة المصادر كأحد الفئات الرئيسية المعتمدة في بحوث ميدان علوم الإعلام والاتصال، وعلى وجه الخصوص في دراسات تحليل محتوى المضامين الإعلامية لوسائل الإعلام المختلفة. " وتستخدم فئة المصدر للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة سواء كان أشخاص، صحف وكالات أنباء..الخ." وستسمح لنا دراسة هذه الفئة بتحقيق أحد أهداف الرئيسية لدراستنا هذه ألا وهو طبيعة المصادر التي تعتمد عليها قناة الهدف في إعداد نشرة أخبارها الرئيسية ومعالجة المواضيع والأخبار التي تطرحها، لما لها من تأثير على أجندة القناة ومدى مساهمتها في تشكيل المحتوى الإخباري المقدم.

وقد ارتأى الباحث في هذه الفئة إلى اختيار جل الجهات والأطراف الرسمية والغير الرسمية التي قد تشكل مصدرا للقناة في إعداد نشرة أخبارها، أين تم ذلك على ضوء الاطلاع على مضامين القناة والنشرة على وجه الخصوص في مرحلة الدراسة الاستطلاعية. ويمثل الجدول التالي النتائج التي انتهت عليها الدراسة التحليلية لهذه الفئة.

جدول رقم(20): يمثل توزيع فئة المصادر ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

المصادر	التكرار	النسبة %
الطاقم الصحفي للقناة	359	70.95%
وسائل الإعلام الأخرى	88	17.39%
مواقع التواصل الاجتماعي	32	6.32%
مصادر مجهولة	24	4.74%
أخرى	03	0.60%
المجموع	506	100%

الشكل رقم (26): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار المصادر في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال هذا الجدول والرسم الموضح أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف تستخدم طاقمها الصحفي كمصدر رئيسي للأخبار التي تتناولها في النشرة من خلال سيطرته على جل المواضيع التي عالجتها في حين ظهرت المصادر الممثلة بوسائل إعلام أخرى بنسبة 17.39%، وهي الأرقام

التي تؤكد أن القناة تعتمد على طاقمها الصحفي المكوّن من صحفيين ومراسلين وإعلاميين في المجال من أجل جمع الأخبار والمواضيع الرياضية التي تعرضها، وهو التوجه الذي ترجمته أرقام العملية التحليلية التي انتهت عليها دراستنا لهذه الفئة، والتي تؤكد أيضا سياستها الخاصة بأجندة مصادرها التي تعتمد عليها في العملية الإخبارية والتي تتقيّد فيها القناة أكثر بمصادرها الخاصة على حساب مصادر أخرى. وفيما يلي النتائج التي جاءت به دراستنا فيما يخص هذه الفئة:

- احتل الطاقم الصحفي للقناة صدارة المصادر التي اعتمدت عليها نشرة قناة الهدف بتكرار بلغ 359 وحدة وبنسبة وصلت إلى 70.95%.
- وجاءت وسائل الإعلام الأخرى في المرتبة الثانية بتكرار 88 وحدة وبنسبة قدرت بـ 17.39%.
- وحلّت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة بـ 32 تكرار وبنسبة 06.32%.
- في حين كانت المصادر المجهولة في المرتبة الرابعة بـ 24 ونسبة 04.74%.
- بينما كانت فئة المصادر الأخرى في المرتبة الأخيرة بـ 03 تكرارات ونسبة 00.60%.

وبالحديث عن سيطرة الطاقم الصحفي للقناة على المصادر التي اعتمدتها النشرة في معالجتها الإخبارية، فهي سيطرة كانت منتظرة بالنظر إلى أن وسائل الإعلام المختلفة تعتمد على إمكانياتها ومصادرها الإعلامية المكونة من مراسلين ومندوبين وإعلاميين وما لهم من علاقات في جمع الأخبار والمعلومات خاصة المتعلقة بالعملية الإخبارية كنشرة أخبار تلفزيونية، وهو المسار الذي تسير عليه قناة الهدف باعتمادها الكبير على طاقمها الصحفي في جمع المادة الإخبارية المطروحة على النشرة، ويكون هذا الاعتماد الكبير ظاهر في عملية القراءة الإخبارية وعلى حساب مصادر أخرى سواء وسائل الإعلام أو غيرها، فيما كان حضور وسائل الإعلام الأخرى كمصادر اعتمدت عليها النشرة نسبي ومعتدل، أين لم تعتمد القناة في أعداد نشرتها على وسائل إعلام أجنبية بحجم كبير وهو ما من شأنه أن يؤثر على مصداقية القناة كوسيلة إعلامية مستقلة بذاتها، واقتصر اعتمادها عليها فيما يخص المواضيع الرياضية الأجنبية.

وبالعودة إلى النتائج الخاصة بفئة المصادر والتي سيطر عليها الطاقم الصحفي للقناة بنسبة بلغت 70.95%، فهي نتيجة تؤكد إمكانية القناة في الوصول إلى الأخبار التي تريد معالجتها، وأيضاً تؤكد اعتمادها على عرض الأخبار والمواضيع الرياضية التي تمتلك مصادرها وإمكانياتها الخاصة في الوصول إليها، وهذا من أجل أن تحمل هذه المواضيع في النشرة صفة المصداقية، ما يزيد من قيمة الأخبار والمعالجة التي تقوم بها النشرة وأيضاً تكون بمثابة نقاط إضافية بالنسبة للنشرة وقناة الهدف في سبيل منافساتها مع بقية القنوات

والبرامج الإخبارية، بالنظر إلى أهمية الوصول إلى الأخبار الصحيحة من مصدرها الذي يزيد من قيمة الخبر في حد ذاته والقناة والنشرة على وجه الخصوص.

فالاهتمام بذكر المصدر يضيف على الخبر عنصر المصداقية والثقة بما يمكن الوسيلة من بناء جسر من الثقة بينها وبين الجمهور،¹ لاسيما وإن تعلق الأمر بمصادر القناة في حد ذاتها المكوّنة من الطاقم الصحفي للقناة وعلاقتهم الخاصة مع أغلب الأطراف الفاعلة في الميدان الرياضي المحلي بالدرجة الأولى ما يجعلها مصادر موثوقة، لذلك تهتم قناة الهدف في نشرة أخبارها بتناول المواضيع التي تتمكن من الوصول إلى أخبارها عن طريق طاقمها الصحفي، وهي أغلب المواضيع التي طرحتها النشرة وعالجتها على مدار الفترة التحليلية، ما يجعلها قريبة من الجماهير التي تخاطبها وتجعل من أخبارها ذات قيمة.

بالمقابل فإن هذه النتيجة تعكس أيضا أن القناة تتوجه إلى معالجة المواضيع الرياضية التي تمتلك القدرة وإمكانية الحصول على معلوماتها من مصادرها الرسمية، والتي يمثل صحفيو القناة المصدر الأول للوصول إلى هذه المعلومات والأخبار، بالنظر إلى شبكة مراسلي القناة المنتشرة عبر أغلب ولايات الوطن، وقد استفادت قناة الهدف من تجربتها وأقدميتها الصحافية في ميدان الصحافة الرياضية وجريدة الهدف، بامتلاكها مراسلين منتشرين على أبرز المناطق الجغرافية التي تنشط فيها فرق ونوادي رياضية لتغطي القناة المنافسات التي تشارك فيها تلك الأطراف الرياضية، فالخبرة والأقدمية التي يتمتع بها مراسلو القناة العاملون على تغطية الحدث الكروي بالدرجة الأولى وقربهم من الأندية الرياضية الناشطة في الرابطة المحترفة الأولى أو القسم الثاني، يسمح لهم بالحصول على تغطية مباشرة لتحضيرات الفرق ومبارياتهم الرسمية وأيضا الحصول على معلومات فيما يخص آخر المستجدات الخاصة بتلك النوادي، خاصة على مستوى عامل السبق الصحفي الذي تتميز فيه مؤسسة الهدف الإعلامية بصفة عامة سواء الجريدة أو القناة بما أنها تمثل أحد المؤسسات الإعلامية الناشطة في المجال الرياضي محليا.

إن تعداد المراسلين الذي تتمتع به مؤسسة الهدف بصفة عامة بما في ذلك العاملين في الجريدة يمنحهم المقدرة على الوصول إلى أكبر قد ممكن من الأخبار الرياضية المحلية وكذلك تغطية جل المنافسات والأحداث الرياضية التي تحدث داخل الوطن، فالمراسلون يسعون للحصول على المصادر سواء عبر الملاحظة الشخصية أو معايشة الواقع أو اللجوء إلى المصادر المطلعة التي يمكن الاعتماد عليها، وتقيد في

¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 169.

موضوع الحدث وإثراء وقائعه وتبيان أسبابه ونتائجه.¹ وهو العمل الذي يقوم به مراسلو الجريدة والقناة والذي يكون في خدمة المضامين الإعلامية والبرامج التي تقدمها النشرة عن طريق تغطية الأحداث الرياضية المختلفة.

إن سيطرة الطاقم الصحفي للقناة على مصادر الأخبار والمواضيع المعالجة في النشرة لا تحتاج إلى تفسير علمي بقدر ما تحتاج إلى تفسير عملي وهذا ما يمكننا تناوله في النقاط التالية:

■ سيطرة مواضيع كرة القدم المحلية والرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم والمنافسات المحلية على المواضيع والألعاب والمنافسات الرياضية التي تعالجها النشرة^(*)² ما يمنحها إمكانية تغطية هذه المواضيع عن طريق الطاقم الصحفي للقناة، وظهوره بهذه النسبة التي توافق نسبة ظهور المواضيع الرياضية المحلية في النشرة، بما أن القناة تملك الإمكانيات البشرية والتعداد الصحفي الذي يسمح لها بتغطية جل النشاطات الرياضية المحلية التي تضعها ضمن أولوياتها.

■ استفادة القناة من تجربتها الصحافية في الإعلام الرياضي وجريدتها "الأهداف"، وهذا عن طريق اعتمادها على المراسلين العاملين في الجريدة للعمل الإعلامي في القناة، وهم المراسلين الذين يملكون خبرة في المجال الصحفي ولديهم علاقات وشبكة معلومات على مستوى المناطق التي ينشطون فيها، ما يسمح لهم بالقيام بتغطية الأخبار الخاصة بتلك المناطق خاصة كرة القدم منها فيما يخص تغطية التدريبات والتحضيرات وأيضا المباريات الرسمية.

■ طبيعة المواضيع والأخبار التي تعالجها القناة في نشرة أخبارها والتي هي عبارة عن مواضيع خاصة بكرة القدم المحلية تختص بالدرجة الأولى بتغطية تدريبات ومباريات المنتخب الوطني لكرة القدم أو الأندية الناشطة في الرابطة المحترفة الأولى، وهو العمل الذي تقوم به القناة بصفة يومية ومستمرة على النشرة عن طريق مراسلوها لذلك كان الطاقم الصحفي للقناة أبرز المصادر التي تعتمد عليها النشرة.

■ مصادر صحفيو وإعلاميو القناة في حد ذاتهم، فمراسلو وإعلاميو القناة هم أفراد يملكون مصادرهم الإعلامية الخاصة وشبكات اجتماعية كبيرة في المحيط الرياضي تسهل لهم الحصول على المعلومة، خاصة فيما يخص المواضيع الخاصة بأخبار الهيئات الرياضية والمشاكل والأزمات التي تعيشها، أخبار الانتقالات

¹ محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020، ص 43،

متاح على الرابط <https://pedia.svuonline.org>

²(*) يمكنكم الاطلاع على نتائج تحليل فئات: نوع المواضيع الرياضية، نوع الألعاب الرياضية، نوع المنافسات الرياضية التي تعالجها النشرة في الفصل الثاني من الإطار التطبيقي ضمن عنصر تحليل فئات المضمون.

والتعاقدات والإقالات، التصريحات والمقابلات الإعلامية التي قد يرغب في تقديمها مسؤولين رياضيين محليين، إلى غير ذلك من الأخبار التي تصل لها القناة عن طريق شبكة مراسليها والمصادر التي يملكها هؤلاء المراسلون في حد ذاتهم.

بالمقابل فقد ظهرت وسائل الإعلام الأخرى كمصدر تعتمد عليه نشرة أخبار القناة بنسبة 17.39%، وهي النسبة التي تضم مصادر إعلام محلية وأخرى أجنبية، وأيضا وسائل إعلام مختلفة بين المواقع الإلكترونية والصحف والقنوات التلفزيونية، وهي المصادر التي تدعمها النشرة فيما يخص المواضيع الرياضية الأجنبية أكثر منها فيما يخص المواضيع الرياضية المحلية، وهو ما ظهر جليا في أعداد نشرة الهدف التي تم تحليلها، أين تتمكن وسائل الإعلام المحلية هناك من تغطية المواضيع الرياضية الخاصة بمنافساتها فيما يتعلق بالخرجات الإعلامية للشخصيات أو الأطراف الرياضية الفاعلة في صورة المقابلات أو التصريحات التي تقوم بها في قنوات تلفزيونية و إذاعية أو مواقع الكترونية، إضافة إلى اعتماد القنوات العربية الرياضية كمصادر إعلامية لها فيما يخص المواضيع المتعلقة بنشاط رياضي للممثلين الرياضيين في المنافسات والبطولات المختلفة على رأسها منافسة كرة القدم التي ينشط فيها لاعبون جزائريين ضمن تلك البطولات.

وما يجب تناوله من خلال هذه الفئة هو أن نشرة قناة الهدف تلجأ إلى اعتماد وسائل الإعلام الأخرى كمصادر لها في المواضيع أو القضايا الرياضية التي تضعها على هرم أولوياتها والمتعلقة بأنواع الرياضيات الأكثر بروزا في النشرة، وأيضا المنافسات التي تهتم النشرة بتغطيتها، وتتمثل هذه النقاط التي تعتمد فيها على وسائل الإعلام الأخرى كمصدر لها فيما يلي:

- البطولات الأوروبية الخاصة بكرة القدم والتي ينشط بها لاعبون جزائريون.
- البطولات العربية لكرة القدم والتي ينشط فيها لاعبون جزائريون.
- المنافسات الرياضية العالمية التي تمثل حدث رياضي عالمي.
- أخبار الانتقالات والتعاقدات الخاصة باللاعبين العالميين أو لاعبي المنتخب الوطني.

وهي أبرز المحاور التي تعتمد فيها النشرة على وسائل الإعلام الأخرى كمصدر لها وتعالج أخبارها على ضوء ما تناقلته تلك الوسائل الإعلامية، في سبيل الشمولية التي تسعى القناة لتحقيقها في نشرة أخبارها، وأيضا بالنظر إلى أهمية هذه الأحداث على المستوى الرياضي العالمي أو المحلي، وأيضا تلبية لرغبات واحتياجات الجماهير الرياضية الجزائرية المتابعة للقناة والتي تبحث عن هذا النوع من الأخبار.

في سياق آخر فقد اعتمدت النشرة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لها بنسبة 06.32%، وقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عبارة عن مصادر إعلامية مستحدثة، لاسيما بعد الطفرة الحاصلة على

مستوى مجال الإعلام والاتصال، واعتماد جميع الهيئات والإدارات والمؤسسات اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة لها تتواصل من خلالها مع المجتمع لتكون واجهة رقمية لها، وهي ذات الطريقة التي باتت تتعامل بها المؤسسات والهيئات الرياضية التي تعرف بنفسها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وتنشر أبرز أخبارها أو بياناتها عن طريق هاته المواقع، لتصبح مصدرا إعلاميا رسميا بما أنه يتعلق بما تنشره هذه الجهة الرسمية من أخبار و معلومات يمكن للجميع الاطلاع عليها، أبرزها "فايسبوك" و "التويتر"، أين تملك اليوم الأطراف الرياضية جميعها سواء: لاعبين، مدربين، مسؤولين، نوادي وهيئات رياضية، حسابات تنشر من خلاله آخر أخبارها وتطورات تحضيراتها أو نتائجها وحتى قراراتها الرياضية.

لتصبح مواقع التواصل الاجتماعي اليوم مصدرا رسميا يمكن الاعتماد عليه بالنسبة للصحافيين ووسائل الإعلام على حد سواء، وهو ما أكدته دراسة الباحث منير عيادي التي انتهت في أحد نتائجها أن " الصحافيين الجزائريين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في مجال عملهم، وأن أبرز الأهداف الرئيسية لاستخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي هي الحصول على الأخبار وإعادة نشرها.¹ وهي نتيجة تؤكد طريقة وسيرورة العمل التي يشتغل بها اليوم رجال الإعلام والصحافيين الجزائريين فيما يخص استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر إعلامية يمكن الاعتماد عليها.

وكانت الصورة التي ظهرت بها مواقع التواصل الاجتماعي على نشرة أخبار الهدف عبارة عن ما تنشره الصفحات الرسمية لل نوادي والفرق الرياضية والرياضيين والهيئات الرياضية من أخبار ومعلومات وقرارات وآخر مستجداتها، وتجلى ذلك من خلال:

- اعتماد ما تنشره النوادي الرياضية من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما ظهر في عديد المناسبات خاصة أخبار تأكيد الانتقالات للأندية ذات الجماهيرية والشعبية الكبيرة. ومن أمثلة ذلك ➤ ما تناولته النشرة حول صفقات نادي برشلونة الاسباني الصيف الفارط التي نشرت على حساب النادي عبر توتير وفايسبوك بعد إمضاء اللاعبين الفرنسي جيل كوندي قادما من نادي اشبيليا الاسباني والبرازيلي رافينيا قادما من ليز يوناييتد الانجليزي.

➤ خبر فسخ مولودية الجزائر لعقد اللاعب أيمن عتو عبر صفحتها الرسمية على الفايسبوك.

- اعتماد ما تنشره الهيئات الرياضية المحلية أو العالمية، وأبرز تلك الهيئات تتصدرها وزارة الشباب والرياضية، الاتحاد الدولي لكرة القدم، الاتحاد الإفريقي لكرة القدم. ومثال على ذلك

¹ عيادي منير، استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار "الفايسبوك وتوتير نموذجا"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد 03 و 04، جامعة العربي التبسي، الجزائر، 2017، ص236.

➤ الخبر الذي نشر على حساب وزارة الشباب والرياضة على الفيسبوك والخاص بانتخاب الجذاف الجزائري سيد علي بoudine عضوا ضمن لجنة الرياضيين التابعة للجنة الدولية للألعاب الدولية.

- اعتماد ما ينشره وكلاء اللاعبين حول مستقبل لاعبيهم، أين تسعى القناة عبر نشرة أخبارها دائما إلى تناول أبرز أخبار الانتقالات والتعاقدات في فترة الميركاتو الصيفي، عن طريق نشر أبرز الأخبار التي يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف وكلاء اللاعبين الذين يكونون أول من يؤكد هذه الأخبار على صفحاتهم الخاصة، ومثال على ذلك

➤ تناول وكيل الأعمال المشهور فابريزيو رومانو عن رحيل وكيله ماوريسيو بوتشيتينو من على رأس العارض الفنية للنادي الفرنسي باريس سان جيرمان.

- اعتماد التصريحات والمقابلات الإخبارية للأطراف الرياضية مع الحسابات الرسمية للناديوالفرق، وأبرز ما ظهر في النشرة تصريحات مسؤولي الأندية والمدربين واللاعبين والتي خصّوا بها حسابات نواديهم الرسمية على الفيسبوك، تويتر ويوتوب، ومثال على ذلك

➤ تصريحات محمد بن الحاج رئيس مجلس إدارة شباب بلوزداد لقناة النادي على اليوتوب.

➤ تصريحات مدرب مولودية الجزائر البوسني هادزيغيبيتش لقناة النادي على اليوتوب.

من جهة أخرى ظهرت المصادر المجهولة في نشرة أخبار قناة الهدف بنسبة 04.74% في المواضيع التي لم يفصح فيها المذيع عن المصادر التي استقت منها القناة الخبر الذي أذاعته في النشرة، وهي الحالة التي تظهر عادة في وسائل الإعلام عندما لا يريدون الإفصاح عن هوية المصدر الحقيقي للخبر، لبعض الأسباب المهنية أو الشخصية التي تتعلق بالمصدر. أما فيما يخص المصادر المجهولة التي تناولتها نشرة الهدف فلم تكن مجهولة بصريح العبارة من طرف المذيع كأن يقول علمت الهدف من مصادر مجهولة أو مصادر رفضت الكشف عن هويتها إلى غير ذلك من الصيغ اللغوية التي تعبر عن أن المصدر مجهول، وإنما اعتمدت القناة في النشرة على مسميين اثنين للمصادر المجهولة هما:

➤ مصادرنا الخاصة

➤ مصادر مطلعة للهدف

وحول المواضيع التي تناولت فيها النشرة أخبار ومواضيع لمصادر مجهولة فقد تمثلت في المواضيع الخاصة بالرياضة المحلية التي تتمكن القناة من الوصول إلى المعلومات والأخبار الخاصة بها من مصادرها الأولى (التي تكون في هذه الحالة مصادر مستترة بالنسبة للمشاهد)، فالنشرة وعبر مراسليها وإعلاميها يملكون علاقات مع هؤلاء الأطراف الذين يقدمون أخبار حصرية للقناة شريطة أن لا تفصح القناة عن هذه

المصادر، ومقابل عدم إفصاح القناة على مصادرها فستحافظ على هؤلاء المصادر وعلاقتها بهم من أجل ضمان الحصول على أخبار ومعلومات حصرية أخرى. وقد خصت المصادر المجهولة التي ظهرت في نشرة القناة الأخبار المتعلقة أيضا بالمنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، وبالنظر للعلاقة التي تربط إعلاميو وصحفيو القناة بمحيط الاتحادية الوطنية لكرة القدم والمنتخب الوطني نظرا إلى قدم علاقة بينهم، بالإضافة إلى أن البرامج والأحداث والمناسبات التي تنظمها القناة على رأسها جائزة الكرة الذهبية، زادت من توطيد العلاقات بينهم وبين الفاعلين داخل المنتخب الوطني والاتحادية ما يسمح لهم بالحصول على أخبار حصرية منهم شريطة عدم ذكر هوية المصدر عند تناول الخبر في النشرة أو في برامج أخرى للقناة.

إن عدم ذكر النشرة لمصدر المعلومة والخبر يكون في الغالب بطلب من صاحب الخبر أو المصدر الرئيسي له، وذلك حفاظا على العلاقة التي تربط الطرفين الذي يعتبر مصدر للمعلومات في المستقبل بالنسبة للقناة، وأيضا بالنظر إلى طريقة عمل أو المنصب الذي يشغله هذا الأخير والذي يمنعه في العادة من الإفصاح بالأخبار لوسائل الإعلام. وهو ما يراه أستاذ الإعلام بجامعة الملك سعود عبد الله الحلوة "من أهم المزايا استخدام المصادر المجهولة أن الوسيلة الإعلامية تستطيع الحصول على معلومات مهمة من المصادر التي تثق بها، مع اشتراط هذه المصادر بالحفاظ على السرية لحماية نفسها. وهذا يساعد على حماية المصادر من العقوبات أو التداعيات التي قد تضر بهم، وفي الوقت نفسه تزيد من قوة العلاقة بين الصحيفة ومصدر الخبر وتضمن استمراريته"¹. وبما أن المجال الرياضي ليس من المجالات الحساسة كالمجال السياسي، العسكري وحتى الاقتصادي الذي يكون فيه للمعلومة والخبر وزن وقيمة كبيرة أو حتى تأثير على مستقبل مشاريع سياسية وعلاقات دولية أو حتى عمل القناة أو المصدر، لذلك في الإعلام الرياضي لا يجد حرجا في الاعتماد على المصادر المجهولة شريطة أن تكون تلك المعلومات موثوقة وصحيحة وتؤكد الساعات القادمة.

وتجلت المواضيع التي تناولتها النشرة بمصادر مجهولة في موضوعين أساسيين:

- 1- الأخبار المتعلقة بتعاقدات وانتقالات الأندية الجزائرية، وبالنظر إلى قرب مراسلو القناة من الفرق والأندية التي يغطون أخبارها وحجم العلاقة التي تربطهم بالأفراد الفاعلين فيها، فيمكنهم هذا من الحصول على الأخبار الحصرية بالمقابل لا يذكرون اسم أو هوية المصدر في الخبر.

¹ داليا عاصم، المصادر المجهولة... صراع حائر بين الصدق والفبركة، موقع صحيفة الشرق الأوسط، 15 أكتوبر 2018، مسترجع بتاريخ 03 أبريل 2023، أنظر الرابط: <https://2u.pw/DE1cZo>

2- الأخبار المتعلقة بجديد المنتخب الوطني لكرة القدم حول قوائم اللاعبين، أو المحترفين الجدد الذين سيدعمون المنتخب الوطني، أو المشاريع والقرارات التي تنوي الاتحادية القيام بها مستقبلاً، والتي يكون مصدرها أطراف فاعلة داخل المنتخب أو الاتحادية.

في حين ضمت فئة الأخرى ثلاثة مواضيع لم تصرح النشرة أثناء تناولها الخبر عن المصدر الذي أتت منه المعلومة، إن كان تصريحاً عن مسؤول، أو بيان صحفي، أم منشور عبر موقع أو وسائل التواصل الاجتماعي إلى غير ذلك واكتفت بعبارة "كشفت تقارير صحفية"، في غفلة من القناة والقائمين على النشرة حول تأكيد أو انساب الخبر لمصدره بالتحديد. وكان أحد الأمثلة على ذلك:

➤ ما تناولته بخصوص تصريح اللاعب الدولي ياسين براهيمي وذاع مقدم النشرة الخبر كما يلي: " جدد ياسين براهيمي في تصريحات خص بها صحافة سعودية جدد التعبير عن أسفه الشديد عن تضيق فرص المشاركة في مونديال قطر... مثلاً يول في هذا التصريح "ولم يتم إيضاح اسم وسيلة الإعلام وما إن كانت قناة تلفزيونية أم قناة على مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ وفي موضوع آخر حول غياب لاعب المنتخب الوطني رياض محرز عن أول تربص للفريق الوطني بعد نكسة الكامبيون تناولت القناة أسباب غياب اللاعب ببعض من الشكوك بين إعلان الفاف عن إصابة محرز وبين رغبة اللاعب في التغيب قوال المذيع " ... غير أن تقارير إعلامية صادرة هنا وهناك... " وهي التقارير التي لم يتم الكشف عن مصدرها أو صاحب الوسيلة التي تناولت الموضوع.

ومن خلال ما تناولناه سابقاً فيمكننا التأكيد أن نشرة قناة الهدف تعتمد في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية على الأخبار التي يستقيها طاقمها الصحفي، أين يكون مصدرها ما وصل إليه مراسلوها وإعلاميوها، سواء عن طريق التغطية الإعلامية التي يقومون بها أو عن طريق البحث واستقصاء المعلومة من شبكة مصادره التي يملكونها، وتركز النشرة على معالجة المواضيع التي يمكن لطاقمها الصحفي تغطيتها والحصول على أخبارها ومعلوماتها، ما يعني أن قناة الهدف تضع المواضيع التي بإمكانها الحصول على أخبارها ومعلوماتها وتغطيتها إعلامياً كأولوية لها، وتبتعد على المواضيع التي لا يمكن تغطيتها أو لا تملك الإمكانيات لذلك وهو ما تعكسه نتائج الدراسة الخاصة بفئة المصادر، بالنظر إلى الظهور النسبي والمعتدل لمصادر وسائل الإعلام الأخرى.

5-1 توزيع فئة وسائل الإعلام الأخرى

وفي سعينا للتعلم أكثر في فئة المصادر التي تعتمد القناة في نشرتها أخبارها فقد قمنا بالبحث في فئة وسائل الإعلام الأخرى، للكشف عن أبرز وسائل الإعلام الأخرى التي تعتمد القناة في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالمواضيع الرياضية التي تعالجها، وقمنا بتحديد فئتين فرعيتين هما وسائل الإعلام الجزائرية ووسائل الإعلام الأجنبية.

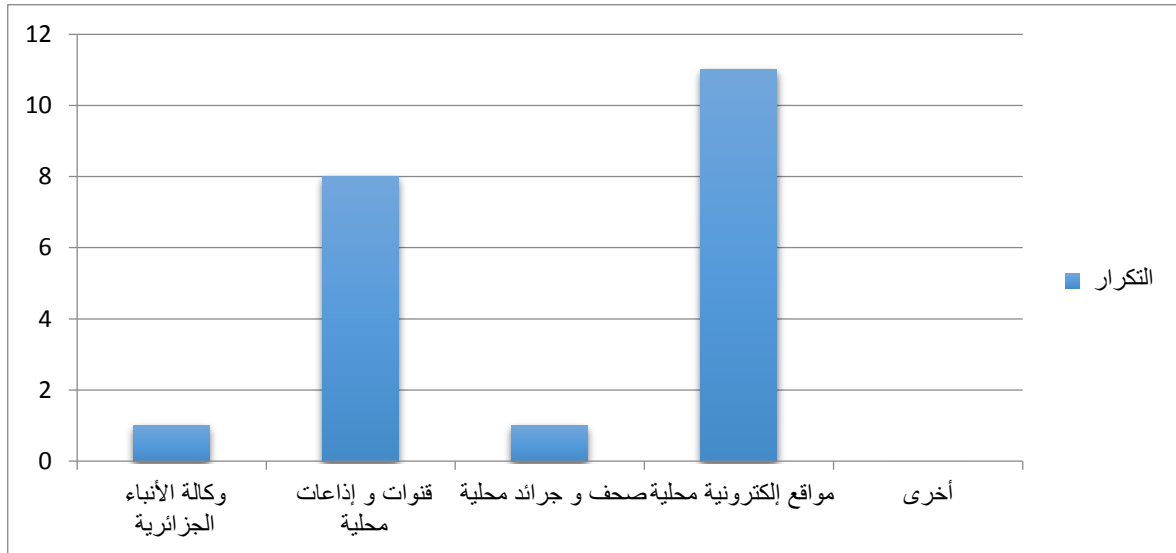
وجاءت نتيجة هذه الفئة كما هو مبين في الجدول الموضح أسفله

جدول رقم(21): يمثل توزيع فئة مصادر وسائل الإعلام الأخرى ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

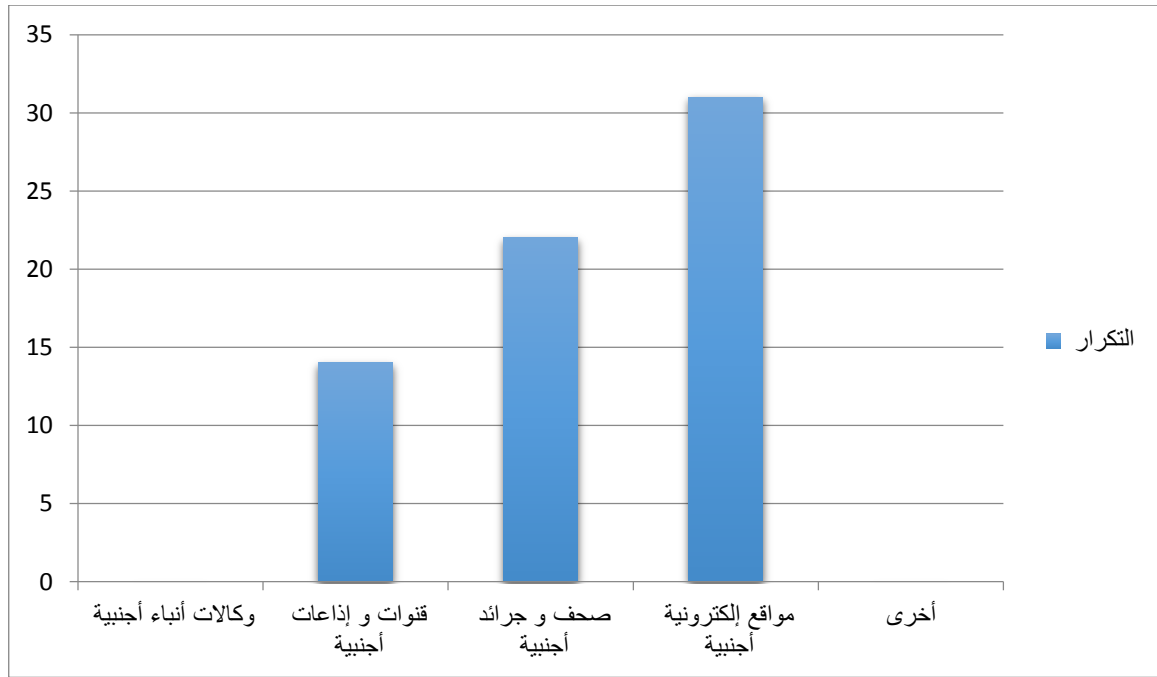
النسبة %	التكرار	مصادر وسائل الإعلام الأخرى		
		النسبة	التكرار	
%23.86	21			
		%04.76	01	وكالة الأنباء الجزائرية
		%38.10	08	قنوات وإذاعات محلية
		%04.76	01	صحف وجرائد محلية
		%52.38	11	مواقع إلكترونية محلية
		00	00	أخرى
		%100	21	المجموع
%76.14	67			
		00	00	وكالات أنباء أجنبية
		%20.90	14	قنوات وإذاعات أجنبية
		%32.83	22	صحف وجرائد أجنبية
		%46.27	31	مواقع إلكترونية أجنبية
		00	00	أخرى

		%100	67	المجموع	
%100	88	المجموع			

الشكل رقم (27): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار وسائل الإعلام الجزائري كمصدر في النشرة



الشكل رقم (28): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يوضح لنا الجدول السابق والشكلين التوضيحين المرفقين له أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف اعتمدت على وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة كبيرة قدرت بـ 76.14% من مجمل وسائل الإعلام الأخرى التي اعتمدتها، وهذا إذ ما قارناها مع اعتمادها على وسائل الإعلام الجزائرية التي كانت بنسبة 23.86% فقط، وهي النتائج التي تترجم أيضا أن القناة تعتمد على مصادر وسائل الإعلام الأجنبية في المواضيع الرياضية الأجنبية بما أنها لا تحتاج إلى تلك المصادر فيما يخص المواضيع الرياضية المحلية التي يكون الوصول إلى أخبارها من مسؤولية طاقم القناة الصحفي أو بنسبة أقل وسائل الإعلام الجزائرية الأخرى والتي لم تظهر بنسبة كبيرة كما يوضحه الجدول. في حين يعكس الجدول اعتماد النشرة في معالجتها الإخبارية على المواقع الالكترونية كمصدر أساسي لها بعد طاقمها الصحفي سواء كان ذلك محليا أم أجنبيا كما يوضحه الجدول وهي التي ظهرت بنسبة 52.38% بالنسبة لوسائل الإعلام الجزائرية وبنسبة 46.27% بالنسبة لوسائل الإعلام الأجنبية، والتي تتخذها النشرة كمصادر لها.

وسنتناول فيما يلي ما أسفرت عنه نتائج المصادر الإعلامية الأخرى التي تعتمد عليها النشرة:

- اكتسحت وسائل الإعلام الأجنبية فئة مصادر وسائل الإعلام الأخرى التي تعتمد عليها القناة في نشرتها الإخبارية الرئيسية بظهورها بـ 67 تكرار وبنسبة بلغت 76.14%، على حساب وسائل الإعلام الجزائرية التي اكتفت بالظهور في 21 وحدة بنسبة 23.86%.
- في حين احتلت المواقع الالكترونية المحلية المرتبة الأولى في فئة مصادر وسائل الإعلام الجزائرية بـ 11 تكرار وبنسبة 52.38%، وجاءت القنوات والإذاعات المحلية في المرتبة الثانية بـ 08 تكرارات ونسبة 38.10%، وكانت النسبة الأقل لفئتي الجرائد والصحف المحلية وأيضا وكالات الأنباء بتكرار واحد 01 ونسبة 04.76% ل كليهما.
- بالمقابل وعلى سياق سابق سابقتها احتلت المواقع الالكترونية مرة أخرى صدارة مصادر النشرة بالنسبة لوسائل الإعلام الأجنبية بظهورها في 31 وحدة ونسبة قدرت بـ 46.27%، واحتلت الصحف والجرائد الأجنبية المرتبة الثانية بتكرار بلغ 22 وحدة ونسبة 32.83%، فيما حلت القنوات والإذاعات الأجنبية المرتبة الثالثة بـ 14 وحدة ونسبة وصلت إلى 20.90%.

وقد كانت نسبة اعتماد نشرة الهدف على وسائل الإعلام الأخرى كمصادر لها معقولة بالنظر إلى نقاط عديدة أبرزها ما يلي:

■ إمكانيات القناة على المستوى المادي والبشري في تغطية المواضيع الرياضية المحلية ومقدرتها على جمع الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضايا والمواضيع الرياضية البارزة على المستوى الوطني بالنظر إلى شبكة مراسلي القناة عبر الوطن، وأيضاً مصادر هؤلاء المراسلين في حد ذاتهم، ما يمكنهم من الإلمام بأهم التطورات والمستجدات الحاصلة على الساحة الرياضية المحلية.

■ أغلبية المواضيع الرياضية التي تعالجها القناة هي عبارة عن مواضيع رياضية محلية وتختص بالدرجة الأولى برياضة كرة القدم وببطولة الرابطة المحترفة الأولى، وبنسبة أقل المنتخب الوطني لكرة القدم، ما أظهرته دراستنا عبر فئات سابقة، وهي نتائج تعكس في مجملها أن مصدر تلك المعلومات سيكون الطاقم الصحفي والإعلامي الخاص بالقناة وليست وسائل إعلام أخرى أجنبية بالدرجة الأولى أو محلية بالدرجة الثانية.

■ خصوصية الإعلام الرياضية كمجال إعلامي يركز بالأساس على عرض نتائج المنافسات الرياضية، وهو ما يمكن بلوغه اليوم والوصول إلى أخباره في ظل التطور التكنولوجي والرقمي الحاصل، أين أصبح بالإمكان معرفة نتائج أبرز الأحداث العالمية والأصداء الموكبة لتلك الأحداث مهما كان مكان إقامتها سواء بعرضها في التلفزيون أو تناول النتائج عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع إلكترونية، ما يختزل للقناة جهد تنقل فريق إعلامي أو دعم مادي لذلك أو حتى وقت لتغطية الحدث، وهي العملية التي أصبح بإمكان الفريق التقني والإعلامي للقنوات التلفزيونية اليوم القيام به في وقت وجيز.

وفيما يخص اعتماد النشرة على وسائل الإعلام الجزائرية كمصدر للمعلومات، فقد كان أبرز أوجه ذلك الاعتماد ممثل بالمواقع الإلكترونية المحلية، والتي تعتمد القناة فيما يخص الهيئات الرياضية الجزائرية خاصة وما تنشره عبر مواقعها الرسمية على شبكة الانترنت، وتعتمد القناة على تلك المواقع بصورة واضحة فيما يخص مواضيع القوانين والعقوبات، أين تذيع النشرة بشكل أسبوعي العقوبات التي تصدرها الرابطة الوطنية لكرة القدم أو الاتحادية الجزائرية لكرة القدم على موقعها الرسمي، وأيضاً البيانات والقوانين والأمر التنظيمية المتعلقة بالمنافسة.

في حين تعتمد النشرة على القنوات والإذاعات المحلية كمصدر للمعلومات فيما يخص بعض الخرجات الإعلامية للرياضيين الجزائريين البارزين أو المسؤولين الرياضيين في صورة رؤساء الأندية الرياضية أو الهيئات الرياضية على الإذاعات والقنوات المحلية، وتتناول النشرة اقتباس لأهم ما صرحت به تلك الأطراف. وتجلى اعتماد النشرة على المواقع الإلكترونية المحلية أو الإذاعات والقنوات المحلية من خلال بعض الأمثلة التالية:

➤ أصدرت لجنة العقوبات التابعة للرابطة الوطنية لكرة القد عبر موقعها الرسمي قراراتها العقابية بخصوص مواجهة المباراة المتأخرة بين مولودية وهران وشبيبة الساورة، وأصدرت اللجنة عقوبة الإيقاف في حق المدرب عبد القادر عمراني..."

➤ نشرت الاتحادية الجزائرية بيانا عبر موقعها الرسمي أكدت فيه إعفاء الأندية المختلفة من إجراء فحوصات الكشف عن فيروس كورونا..."

من جهة أخرى فقد تنوعت مصادر النشرة في ما يخص وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر للأخبار التي تتناولها، فرغم السيطرة النسبية للمواقع الالكترونية إلا أن الصحف والقنوات والإذاعات كانت حاضرة في نتائج الدراسة بنسب معتبرة، وما وجب الحديث عليه من خلال هذه النتائج هو توافق اعتماد النشرة على وسائل الإعلام الأجنبية والمواضيع الأكثر بروزا فيها أهمها موضوعان اثنان هما: المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، أخبار الانتقالات والتعاقدات، وهي المواضيع التي تترجم أن القناة تتوجه إلى الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية في المواضيع التي تضعها القناة على رأس اهتماماتها. ما يقودنا إلى نتيجة أن توجه النشرة الإخبارية للاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر لأخبارها تتحكم فيه أجندة القناة وأولويات المواضيع التي تعالجها عبر النشرة.

ويفسر اعتماد النشرة على وسائل الإعلام الأجنبية في معالجتها للمواضيع الرياضية التي تعالجها في النقاط التالية:

✚ يعتبر اهتمام القناة في نشرة أخبارها بتغطية مواضيع المنافسات الأوروبية (وهو الاهتمام الذي ظهر جليا في تحليل فئة نوع المنافسات الرياضية)، عاملا أساسيا يدفعها إلى اعتماد مصادر وسائل الإعلام الأخرى خاصة الأجنبية في سبيل تغطية الحدث وعرضه في نشرتها من مصدره الرسمي، خاصة وإن نظرنا إلى أهمية الحدث الرياضي الممثل أغلبه بمنافسات كرة القدم الأوروبية وآخر المستجدات التي تكون محل متابعة من طرف الجماهير الرياضية الجزائرية ومتابعي القناة.

✚ عدم امتلاك القناة لمراسلين خارج البلاد، والذي يضعها أمام حتمية اعتماد الأخبار الواجب تناولها ووضعها في العرض الإخباري من مصادرها الإعلامية التي عرضتها وسائل الإعلام الأجنبية.

✚ اهتمام القناة بمواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، وهو أحد المواضيع الأساسية التي اعتمدت فيها القناة على وسائل الإعلام الأجنبية في معالجة أخبار لاعبي المنتخب الوطني المحترفين خارج البلاد، خاصة فيما يتعلق بتناول وسائل الإعلام الأجنبية لأخبار المحترفين الجزائريين وتجلى ذلك من خلال ثلاثة نقاط أساسية:

- ✓ الأخبار التي تناقلتها وسائل الإعلام الأجنبية فيما يخص انتقالات وتعاقبات لاعب المنتخب الوطني المحترفين بالخارج.
- ✓ التصريحات والمقابلات التي يقوم بها لاعبو المنتخب الوطني لمختلف وسائل الإعلام.
- ✓ تعليقات وسائل الإعلام الأجنبية على مردود لاعبي المنتخب الوطني مع أنديةهم.
- وقد كانت الأمثلة عديدة حول تناول النشرة لوسائل الإعلام الأجنبية كمصدر للمواضيع والأخبار التي تطرحها، ومن أبرز تلك الأمثلة التي عرضتها النشرة عبر الأعداد عينة التحليل نذكر:
 - نوّه الدولي الإفريقي حمادة طراوري نجم ساسولو الإيطالي بزميله السابق في إيمبولي ونجم الخضر إسماعيل بن ناصر وذلك في حوار خص به القناة الرسمية للبطولة الإيطالية، إذ عبر طراوري بإعجابه الشديد بدرجة تعلق بن ناصر بالمنتخب الوطني..."
 - كشفت صحيفة ليكيب الفرنسية أن الحارس الدولي الجزائري انطوان ماندريا يتجه للتوقيع مع نادي كان Caen النشاط في دوري الدرجة الثانية الفرنسية..."
 - كشف موقع The Athletic البريطاني أن المدافع الفرانكو جزائري آيت نوري النشاط في وولفرهامبتون الانجليزي يتواجد ضمن قائمة اهتمامات إدارة مانشستر سيتي "...
 - أعلنت وزارة الشباب والرياضة المصرية عبر موقعها الرسمي حصولها على موافقة الاتحاد الإفريقي لكرة اليد من أجل استضافة نسختي 2022 و 2024 لبطولة كأس الأمم الإفريقية للعبة "...
 - خرج الناحب الوطني جمال بلماضي عن صمته مجددا بعد الحوار الأخير الذي أجراه عبر موقع الاتحاد الجزائري لكرة القدم.. الناحب الوطني وفي تصريحات لبرنامج الدولي الفرنسي السابق جبروم روتان عبر إذاعة RMC الفرنسية تحدث عن مستقبله مع الخضر وقال "...
 - في هولندا سلط تقنيون محليون الأضواء على مستويات الدولي الجزائري وتقنيته أنشخيدة الهولندي رامز زروقي هذا الموسم، ورغم إجماع التقنيين حول تطور مستوى اللاعب إلا أنهم..."
 - أعلن الاتحاد الإفريقي لكرة القدم عبر موقعه الرسمي عودة جوائز الأفضل بعد انقطاع دام عامين حيث استقرت الكاف عن إقامة حفل في الأراضي المغربية...
 - في اسبانيا كشفت صحيفة ماركا الاسبانية أن رئيس نادي ريال مدريد فلورنتينو بيريز يرفض رفضا قاطعا إعادة كريستيانو رونالدو إلى الريال..."
 - وضعت صحيفة ليكيب الفرنسية الدولي الجزائري يوسف بلابلي ضمن التشكيلة المثالية للجولة الثالثة من الدوري الفرنسي..."

- سخر موقع West Ham Zone المختص في متابعة أخبار وست هام يونايتد الانجليزي من المدرب النادي اللندني الذي طلب التعاقد مع عدنان يانوزاي "...
- كشفت صحيفة أبولا البرتغالية في نسختها الالكترونية عن تواجد مدافع نادي بوفيشتا والدولي الجزائري يانيس حماش مع نادي ستادار دولياج..."
- كشفت صحيفة بيلد الألمانية أن نادي بوروسيا دورتموند عرض على أجاكس 33 مليون يورو من أجل الظهر بخدمات المهاجم الإيفواري سباستيان هالار..
- " أطلق ديدي دروغبا تصريحات استفزازية في حق المنتخب الجزائري والمصري في حوار خص به قناة Bein Sport القطرية حيث اعتبر إقصاء الخضر والفراعنة منطقيا وليس بالمفاجأة وأنه توقع ذلك...."

وفي الأخير وبعدما تحليلنا لفئة المصادر التي تعتمد عليها نشرة قناة الهدف الرئيسية فقد مثل الطاقم الصحفي للقناة المصدر الأساسي للقناة بالنسبة للمواضيع الرياضية التي تعالجها، في حين مثلت المواقع الإلكترونية المحلية والأجنبية أبرز مصادر وسائل الإعلام الأخرى التي تستعين بها لاستقاء الأخبار والمعلومات التي تعرضها، وكانت وسائل الإعلام الأجنبية بصفة عامة ثاني مصادر النشرة بعد الطاقم الصحفي للقناة، ويتنوع اعتماد القارئ على العرض الإخباري في قناة الهدف على الوسائل الإعلام الأجنبية بين الصحف والقنوات والمواقع الإلكترونية والذي يخضع كما كشفته الدراسة لأجندة القناة بالنسبة للمواضيع الرياضية والمنافسات التي تعمل على معالجتها في نشرة أخبارها، أي أن النشرة تلجأ إلى وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر للمعلومات فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية أو المنافسات التي تضعها على رأس اهتماماتها وأولوياتها.

6- على مستوى فئة الفاعلين:

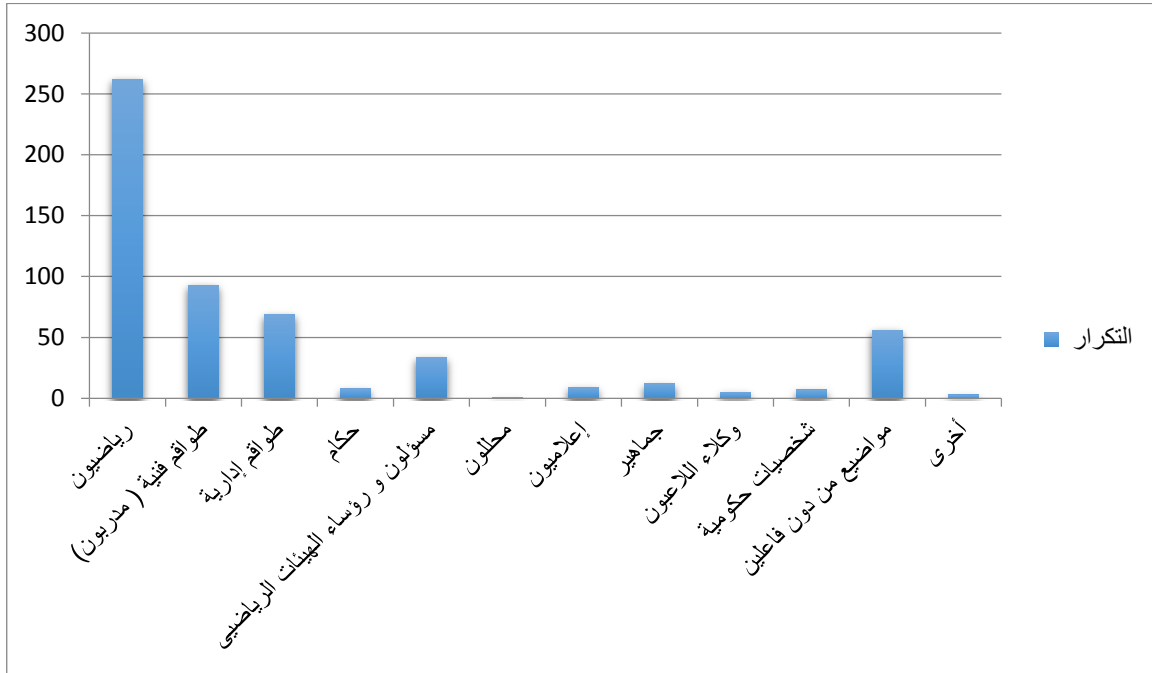
تبحث فئة الفاعلين في بحوث تحليل مضمون وسائل الإعلام والاتصال عن الشخصيات الحقيقية في الحدث، وذلك حسب المعطيات التي تقدمها وسائل الإعلام ذاتها، وينظر إلى فئة الفاعلين بأنهم المحركين الأساسيين في المضمون، قد يكونوا عبارة عن أشخاص أو جهات رسمية أو منظمات إلى غير ذلك، وهي الفئة التي تفيد في هذا النوع من الدراسات الذي يهدف إلى معرفة أجنحة الوسيلة عبر نشرة أخبارها من حيث الشخصيات التي يتم معالجة أخبارها في النشرة، وهو ما يخدم دراستنا هذه التي سنكتشف من خلال دراسة هذه الفئة نوع وطبيعة الفاعلين الذين يمثلون أبرز الأطراف التي تهتم نشرة قناة الهدف بتناول ومعالجة مواضيعهم وأخبارهم الرياضية.

وقد حاولنا في بحثنا هذا تحديد أبرز الفئات التي يهتم بها الإعلام الرياضي بصفة عامة، والتي تدخل ضمن إطار اهتمامات قناة الهدف في نشرتها الإخبارية بصفة خاصة.

جدول رقم(22): يمثل توزيع فئة الفاعلين ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

الفاعلون	التكرار	النسبة %
رياضيون	262	%46.87
طواقم فنية (مدربون)	93	%16.64
طواقم إدارية	69	%12.34
حكام	08	%01.43
مسؤولون ورؤساء الهيئات الرياضية	34	%06.08
محللون	01	%00.18
إعلاميون	09	%01.61
جماهير	12	%02.15
وكلاء اللاعبين	05	%00.89
شخصيات حكومية	07	%01.25
مواضيع من دون فاعلين	56	%10.02
أخرى	03	%00.54
المجموع	559	%100

الشكل رقم (29): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الفاعلين في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول السابق والرسم التوضيحي أسفله أن الرياضيين هم أكثر الشخصيات أو الفاعلين الذين يتصدرون المشهد في النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف بسيطرتهم تقريبا على نصف فئة الفاعلين الذين ظهرت في عينة التحليل وبلغت نسبتهم 46.87%، في حين اكتمل مشهد الفاعلين في نشرة قناة الهدف بظهور فئتي الطواقم الفنية الممثلة بالمدرّبين وأيضا الطواقم الإدارية الممثلة بالمسؤولين في الأندية والفرق، وهي الفئات الثلاثة التي سيطرت تقريبا على ثلاثة أرباع مجمل الفاعلين الذين عالجت وتناولت النشرة مواضيعهم الرياضية، مع ظهور محترم لفئة مسؤولي ورؤساء الهيئات الرياضية، وتترجم سيطرة اللاعبين وبدرجة أقل المدرّبين والطواقم الإدارية اهتمام النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية بهؤلاء الشخصيات وتتنظر لهم أنهم الفاعلون الرئيسيون في الحدث الرياضي وهم الشخصيات الواجب تناولها في معالجتها الإخبارية لمواضيعها.

وسنعرض فيما يلي ترتيب الفاعلين في نشرة الأخبار من حيث الأكثر ظهورا:

- احتلت فئة الرياضيين المرتبة الأولى ضمن الفاعلين الذين ظهرت في أعداد النشرة عينة التحليل بتكرار بلغ 262 وحدة وينسبة وصلت إلى 46.87%.
- حلت فئة الطواقم الفنية (المدرّبين) في المرتبة الثانية بتكرار 93 وحدة ونسبة قدرت بـ 16.64%.

- وجاءت الطواقم الإدارية في المرتبة الثالثة بـ 69 تكرار ونسبة بلغت 12.34%.
- أما المرتبة الرابعة فقد كانت لفئة المواضيع من دون شخصيات بتكرار 56 وحدة ونسبة 10.02%.
- فيما كانت فئة مسؤولون ورؤساء الهيئات الرياضية في المرتبة الخامسة وبلغ تكرارها 34 وحدة ونسبة قدرت بـ 06.08%.
- في حين حلت الجماهير في المرتبة السادسة بـ 12 تكرار ونسبة 02.15%.
- أما الإعلاميون فكانوا في المرتبة السابعة بتكرار 09 وحدات ونسبة 01.61%.
- وكان الحكام في المرتبة الثامنة بـ 08 وحدات ونسبة 01.43%.
- ظهرت الشخصيات الحكومية بـ 07 تكرارات وحلت في المرتبة التاسعة بنسبة 01.25%.
- فئة وكلاء اللاعبين كانت في المرتبة العاشرة بـ 05 وحدات ونسبة 00.89%.
- وجاءت فئة المحللون في المرتبة الأخيرة بتكرار 01 واحد ونسبة 00.18%.
- أما فئة الأخرى فقد جمعت ثلاثة 03 تكرارات ونسبة 00.54% من النسبة الإجمالية العامة للفاعلين الذين ظهروا في أعداد النشرة محل التحليل.

إن النتائج التي أبانت عليها الدراسة التحليلية التي كشفت سيطرت فئة اللاعبين وبدرجة أقل فئتي الطواقم الفنية وأيضاً الإدارية، تتماشى والنسق العام المعمول به في مجال الإعلام الرياضي، والذي يتصدر فيه اللاعبون والرياضيون، طواقم المدربين والطواقم الإدارية للأندية والمنتخبات الساحة الإعلامية، ويتمحور حولهم حديث وسائل الإعلام خاصة التلفزيون في صورة نشرات الأخبار التي تقدم الأخبار والمعلومات حول هؤلاء بصفة يومية ومستمرة، بما أنهم يمثلون محور دوران الشأن الرياضي بشتى أنواعه، وهم نفس الأطراف الذين يحركون عجلة الرياضة، فأى طرف رياضي يتكوّن من اللاعبين أو الرياضيين الذين يدخلون المنافسة الرسمية على الميدان الرياضي الخاص بهم، والمدربون الذي توكل لهم مهام تحضير وتدريب الرياضيين، إضافة إلى الطواقم الإدارية التي تسير عمل الرياضيين والأندية والمنتخبات وتشرف عليهم من الناحيتين المادية والمعنوية، وهم الأطراف الذين يمثلون المادة الأولية لوسائل الإعلام خاصة الرياضيين الذين تتوجه لهم الأنظار في المنافسة وهم الممثلون الرئيسيون في أي مسابقة أو رياضة.

وإن عدنا إلى سيطرة فئة الرياضيين على نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بالفاعلين ضمن نشرة أخبار قناة الهدف، فهي السيطرة التي نشاهدها ونلاحظها بالنسبة لجميع وسائل الإعلام التي تتناول المجال الرياضي، وحتى وسائل الإعلام والاتصال الحديثة يتصدر فيها الرياضيون واللاعبون الواجهة الإعلامية، وهو المسار الذي اتجهت به نشرة أخبار قناة الهدف في عملها، وتوجيه اهتمامها إلى الممثلين الرئيسيين في

الرياضة وهم اللاعبون الذين يخوضون المنافسة على الميدان، بالنظر إلى أهمية هؤلاء داخل الرياضة ككل وأيضاً منظومة الإعلام الرياضي. فالإعلام الرياضي وفي مختلف مفاهيمه التي تناولها المختصون هو الإعلام الذين يعالج المواضيع الرياضية بصفة عامة وأخبار الرياضيين بصفة خاصة وهذا ما تحدث عليه الباحث موسى علي الشهاب في كتابه علم اجتماع الإعلام الذي يرى بأن " الإعلام الرياضي ظاهرة اجتماعية لأنه أحد فروع الإعلام ذات التأثيرات اللامحدودة لاسيما مع التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال، إذ يعمل على تلبية حاجات الجمهور والرياضيين عن طريق معرفة الأحوال والظروف كلها التي تحيط بهم أولاً بأول عبر نشرات الأخبار الرياضية..."¹ وهو أحد الأمثلة العديدة التي تؤكد اهتمام الإعلام الرياضي وتوجهه الكبير لأخبار ومواضيع الرياضيين على وجه الخصوص مقارنة بباقي المواضيع والأخبار الرياضية كأخبار المدربين أم المسؤولين أم الحكام وحتى الجماهير.

ولعل احتلال فئة الرياضيين صدارة الفاعلين ضمن نشرة أخبار قناة الهدف يفسر في بعض النقاط التي سنحاول تلخيصها فيما يلي:

- يمثل الرياضيون الواجهة الرسمية لأي نوع رياضي، وتسלט الأضواء عليهم من طرف الجميع سواء مختصين، محللين، إعلاميين، وخاصة الجماهير، لذلك تتوجه أنظار وسائل الإعلام إليهم لتغطية ما يقدمونه وما يقومون به داخل المنافسة أو ما تسير عليه تحضيراتهم لتلك المنافسات، وحتى خارج الإطار الرياضي فيما يخص حياتهم الشخصية.

- الرياضيون هم الفاعلون الأساسيون في المنافسات الرياضية، فأخبار نتائج المنافسات الرياضية تقوم على ما حققه الرياضيون في المباريات أو اللقاءات أو المنافسات التي تجمعهم سواء بالتسجيل أو تحقيق الأرقام القياسية وأيضاً في الفوز أو الهزيمة إذا تعلق الأمر بالرياضيات الفردية، ما يفسر ظهورهم الكبير على أخبار ومواضيع التي تطرحها وسائل الإعلام المختلفة، وهو الإسقاط الذي يمكننا القياس عليه فيما يخص نشرة أخبار قناة الهدف التي تصدر فيها اللاعبون نتائج التحليل.

- يلعب عاملي الشهرة والشعبية أيضاً دور رئيسي وبارز في الظهور الكبير للرياضيين على وسائل الإعلام، أين يتحول اهتمام الإعلاميين إلى تغطية أخبار الرياضيين الذين يتمتعون بشعبية كبيرة من أجل أن تحقق الوسيلة الإعلامية أكبر نسب مشاهدة والوصول إلى أعداد أكبر من المتابعين، وهو ما يعكس تناول قناة الهدف في نشرة أخبارها لعديد المواضيع المتعلقة بأخبار النجوم والمشاهير الرياضية.

¹ موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، عمان، دار أسامة للنشر، 2011، ص 48.

- اهتمام الجماهير بالرياضيين على وجه الخصوص، وهو ما يعتبر ظاهرة حديثة خصوصاً مع انتشار تكنولوجيات الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع فيها الجمهور الرياضي الحياة الشخصية للرياضيين خاصة الذين ينتمون إلى الأندية أو الفرق المفضلة لدى مختلف فئات الجماهير، فتعلق الجماهير الرياضية باللاعبين والرياضيين أصبح يتزايد يومياً، ما يجعل وسائل الإعلام تحاول أن تتنافس ما تقدمه الوسائط الحديثة فيما يتعلق بأخبار الرياضيين المختلفة، وهو ما لا نجده بالنسبة لتعلق الجماهير ببقية فئات الفاعلين سواء مدربين أم مسؤولين أو أي فئة أخرى.

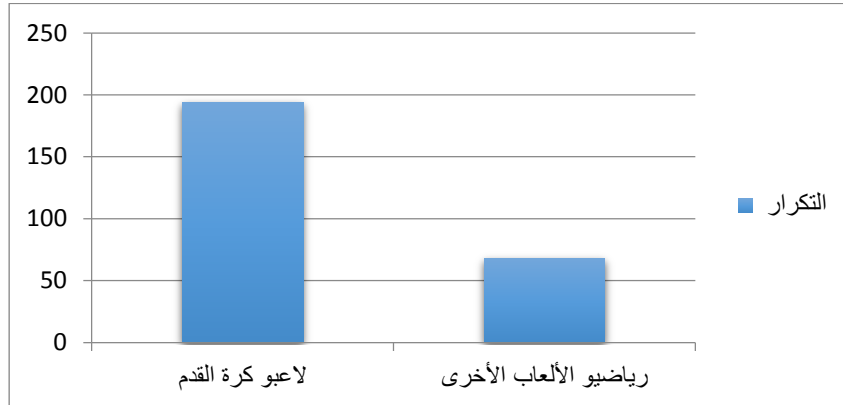
- يلعب الأداء الرياضي والانجازات الرياضية للرياضيين دور كبير أيضاً في ظهورهم على وسائل الإعلام فنجاح وتميز الرياضيين في رياضاتهم والمنافسات التي يخوضونها تعتبر مصدر إلهام للجماهير المتابعة وأيضاً لوسائل الإعلام، كتخطيط أرقام قياسية، الفوز في البطولات، تحقيق الانجازات البارزة، هي كلها عوامل تجذب وسائل الإعلام لهم للقيام بتغطية شاملة لما يقدمونه في المجال الرياضي.

فالنقاط التي تناولناها تشكل في مجملها أبرز العوامل التي تجعل الرياضيين يشكلون أبرز فئة تعالجها وسائل الإعلام بصفة عامة وقناة الهدف عبر نشرات أخبارها بصفة خاصة، وبالعودة إلى الرياضيين الذين تناولتهم نشرة أخبار قناة الهدف فقد مثل رياضيو كرة القدم أكبر نسبة منهم وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم(23): يمثل توزيع فئة نوع الرياضيين ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

نوع الرياضيين	التكرار	النسبة
لاعبو كرة القدم	194	74.05%
رياضيو الألعاب الأخرى	68	25.95%
المجموع	262	100

الشكل رقم (30): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار نوع الرياضيين في النشرة



من خلال القراءة الإحصائية الذي يبينها الجدول السابق فإن رياضيو كرة القدم كانت فئة ظاهرة على مستوى نشرة أخبار قناة الهدف بتكرار بلغ 194 وحدة من مجموع 262 ونسبة 74.05%، في حين ظهر رياضيو الألعاب الأخرى في 68 وحدة ونسبة 25.95% فقط، في نتائج تؤكد أن اهتمام نشرة قناة الهدف يتوجه أكثر إلى لاعبي كرة القدم أكثر منه إلى رياضات أخرى سواء فردية أو جماعية.

وهي النتائج التي تترجم ما انتهت إليه دراستنا في الفئات السابقة الخاصة بفئة نوع الألعاب الرياضية التي أفرزت أن رياضة كرة القدم هي أكبر نوع رياضي بروزا في النشرة والذي يحتل صدارة أولويات القناة، وأيضا نتائج دراسة فئة المواضيع التي أظهرت أن موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه هو أحد أبرز المواضيع التي تهتم النشرة بمعالجتها، والذي يقع على رأس أجندة النشرة.¹(*)

وقد مثل رياضيو كرة القدم الذين سيطروا على فئة الفاعلين في النشرة ثلاثة فئات رئيسية ممثلة بما يلي:

❖ لاعبو المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه.

❖ لاعبو الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم.

❖ لاعبو البطولات الأوروبية لكرة القدم.

ومن خلال الجدول السابق نستنتج أن رياضيو ولاعبو رياضة كرة القدم هم الفاعلون الرئيسيون الذين يحتلون صدارة اهتمامات النشرة في المواضيع التي تعالجها، وتتوجه النشرة إلى تناول أخبار مواضيع لاعبي كرة القدم المختلفة وأبرزها:

✓ الأخبار المتعلقة بتحضيراتهم للمنافسات الرياضية.

¹ للاطلاع على نتائج فئتي الألعاب الرياضية أو المواضيع الرياضية البارزة في النشرة يمكن العودة إلى الفصل الثاني من الإطار التطبيقي والاطلاع على عنصري فئة الألعاب الرياضية وفئة المواضيع الرياضية.

✓ أخبار ما قدموه داخل الملاعب ضمن المنافسات التي يخوضونها.

✓ تصريحات اللاعبين لوسائل الإعلام.

✓ أخبار الانتقالات والتعاقدات.

أما فيما يخص فئتي الطواقم الفنية والإدارية وبروزهما في المرتبتين الثانية والثالثة تواليا بنسبتي 16.64% و 12.34%، فهي نتيجة تمثل امتداد لما تناولناه سابقا فيما يخص سيطرة فئة رياضيي ولاعبو كرة القدم، أين تشمل التغطية الإعلامية التي تقوم بها القناة في نشرة أخبارها مدربي المنتخبات والأندية في منافسات كرة القدم وأيضا مسؤولو ورؤساء الأندية، وهذا خلال فترة التحضيرات التي تسبق المباريات الرسمية أو بعدها وأيضا خلال الندوات الصحفية والمقابلات الإخبارية، وهي المناسبات التي يظهر فيها المدريون والرؤساء والمسؤولون في الأندية، ناهيك أن اهتمام القناة برياضة كرة القدم ومنافسات كرة القدم كأبرز رياضة ومنافسة تعالجها يؤثر على طبيعة الفاعلين الذين يظهرون في النشرة وأيضا النسب التي يظهرون بها، فكلما زاد اهتمام القناة برياضة كرة القدم، كلما زادت نسبة ظهور المدربين والإداريين في النشرة. خاصة خلال تغطية التدريبات والمباريات الرسمية أين تظهر هاتين الفئتين عبر التصريحات والمقابلات الإخبارية التي تقوم بها القناة.

ويعتبر ظهور الطاقم الفني والإداري ضمن نشرة الأخبار كلواحق بالنسبة لفئة اللاعبين، في سبيل تحقيق القناة للشمولية في معالجة مواضيع وقضايا الرياضات المختلفة والتي على رأسها كرة القدم، أين يتنوع تناول النشرة لهذه الفئة حسب أهمية الحدث ودور المدريين والإداريين في الحدث الرياضي المتناول، وهو ما يظهر جليا في نقطتين أساسيتين:

- بالنسبة لفئة الطواقم الفنية خلال مباريات كرة القدم التي تتناول فيها النشرة لتصريحات المدريين دائما بعد المباراة من أجل أخذ انطباعهم حول النتيجة ورأيهم في أداء فريقهم والنتيجة التي انتهت عليها المباراة، وحتى خلال التدريبات أو التحضيرات.

- بالنسبة لفئة الطواقم الإدارية الممثلة برؤساء الأندية والمسيرين فتتناول النشرة مواضيعهم من خلال المواضيع الخاصة بأمور الإدارة والتسيير وخرجات الإداريين وتصريحاتهم، خاصة فيما يخص المشاكل والأزمات التي تعيشها هذه النوادي.

وتعتبر النسبة التي ظهر بها الفاعلون الممثلون بالطواقم الفنية والإدارية طبيعية بالنظر إلى دور هذه الفئة في المجال الرياضي مقارنة ببقية الفئات الممثلة بالإعلاميين، الحكام، المحللون، إلى غير ذلك من الفاعلين والأهمية التي تكتسبها هذه الفئة مقارنة بالفاعلين الآخرين التي كانت نسبتهم أقل، بالمقابل فتعتبر

نسبتهم الأقل من نسبة الرياضيين أو اللاعبين هي انعكاس لمدى أهمية اللاعبين بالنسبة لوسائل الإعلام والجمهور الذين يعتبرون الوجهة الأولى لاهتمامات الجماهير الرياضية وفي التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام أيضا.

من جهة أخرى وفيما يخص احتلال فئة المواضيع من دون فاعلين المرتبة الرابعة بالنسبة للفاعلين في نشرة الأخبار بنسبة 10.02%، فهو يعود إلى نوع العمل في المجال الرياضي وخصوصية الإعلام الرياضي بالدرجة الأولى والذي يهتم بتناول أخبار ومواضيع المنافسات الرياضية ونتائجها، وتجلي ظهور المواضيع من دون فاعلين عن طريق العرض الإخباري في النشرة الذي يقرأ من خلاله المذيع أبرز النتائج الرياضية الخاصة بالمنافسات الرياضية التي تغطيها، وهي العملية الإخبارية التي تظهر بصفة دورية على النشرة وتخص الفترات الأسبوعية التي تلعب خلالها مباريات وجولات كرة القدم الخاصة ببطولات مختلفة، فتتناول النشرة قراءة لنتائج جولات كرة القدم لأبرز البطولات التي تعالج مواضيعها كبطولة الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم أو البطولات الأوروبية كفوز الفريق أ على الفريق ب وتعادل الفريق ج مع الفريق د، وأيضا من خلال قراءة لترتيب جدول الترتيب بعد كل جولة لهذه البطولات، وهي مواضيع التي لا تشهد فاعل حقيقي في الحدث ويكون الفريق أو النادي هو محور الخبر.

أما فئة الفاعلين الخاصة بمسؤولي ورؤساء الهيئات الرياضية التي ظهرت بنسبة 06.08% في المرتبة الخامسة، فقد خصت المواضيع التي عالجت فيها النشرة أخبار الهيئات الرياضية المختلفة المحلية، القارية أو العالمية، واختلفت مواضيعها بين الأخبار الخاصة بالقوانين واللوائح التنظيمية للمنافسات، وأيضا أخبار الخرجات الإعلامية لهذه الفئة أو مستجدات تنظيمية ورئاسية داخل تلك الهياكل كموضوع المشاكل التي عرفها الاتحاد الجزائري لكرة القدم والذي تابعته وغطته القناة بشكل مستمر، ومن أبرز الهيئات التي عالجت النشرة مواضيعها وعرضت الفاعلين فيها هي: الاتحاد الجزائري لكرة القدم، الاتحاد الإفريقي لكرة القدم الرابطة الوطنية لكرة القدم، لجنة التحكيم، لجنة تنظيم الألعاب المتوسطية وهران 2022، ديوان مركب 05 جويلية.

بالمقابل فقط ظهرت بقية فئات الفاعلين المحددة في الجدول بنسب متقاربة وضئيلة في نفس الوقت، بالنظر إلى الدور الثانوي لهذه الفئات في المشهد الرياضي وبُعدهم على الحدث الرئيسي والموضوع المعالج في صورة الحكام، المحللين، الإعلاميين، الشخصيات الحكومية، وكلاء اللاعبين وحتى الجماهير، وهي نسب تعكس أيضا عدم توجيه النشرة لاهتمامها لهذه الفئات وتكتفي بتناول مواضيعهم وأخبارهم حسب درجة أهمية مشاركتهم في الحدث، كزيارة الشخصيات الحكومية للمركبات الرياضية أو تصريحاتهم على هامش

أحداث ومنافسات، تصريحات وكلاء اللاعبين بشأن تحويل لاعبيهم من نادي إلى آخر، أخذ انطباع الجماهير حول مردود فريقهم أو قضية نزاع داخل النادي، وغيرها من المواضيع التي تُدخل هذه الفئة من الفاعلين ضمن المواضيع التي تعالجها النشرة.

وفي ختام تحليلنا لفئة الفاعلين يمكننا التأكيد أن الرياضيين وبالتحديد لاعبي كرة القدم هم أبرز الفاعلين الذين تتناول النشرة مواضيعهم وأخبارهم وتضعهم على رأس أولويات المواضيع التي تعالجها، بينما تمثل فئتي الطواقم الفنية (مدربين، مدربين مساعدين، محضرين بدنيين، مدربي الحراس) والطواقم الإدارية (رؤساء الأندية والفرق الرياضية، المسكرون داخل الأندية والفرق الرياضية) الفاعلين الأكثر بروزا بعد الرياضيين.

7- على مستوى فئة الأهداف:

في الغالب تستعمل هذه الفئة في هذا النوع من الدراسات الذي يختص بدراسة تحليل مضمون وسائل الإعلام والاتصال للبحث عن الأهداف التي تريد الوسيلة المعنية بالدراسة بلوغها من خلال المضامين الإعلامية التي تعرضها والإستراتيجية التي تنتهجها في بثها لتلك المضامين، ورغم أن هذه الفئة ترتبط في العادة بالوظائف التي تتبناها وسائل الإعلام أو تريد تحقيقها من خلال عملها، وبما أن جل وظائف البرامج التلفزيونية الإخبارية على اختلاف توجهها تسعى إلى تحقيق الوظيفة الإخبارية، فقد ارتأى الباحث إلى تحديد أهداف أكثر دقة وعمق في مجال الإعلام الرياضي لمعرفة أبرز الأهداف التي تسعى نشرة قناة الأهداف لتحقيقها من خلال المواضيع الرياضية التي تعالجها.

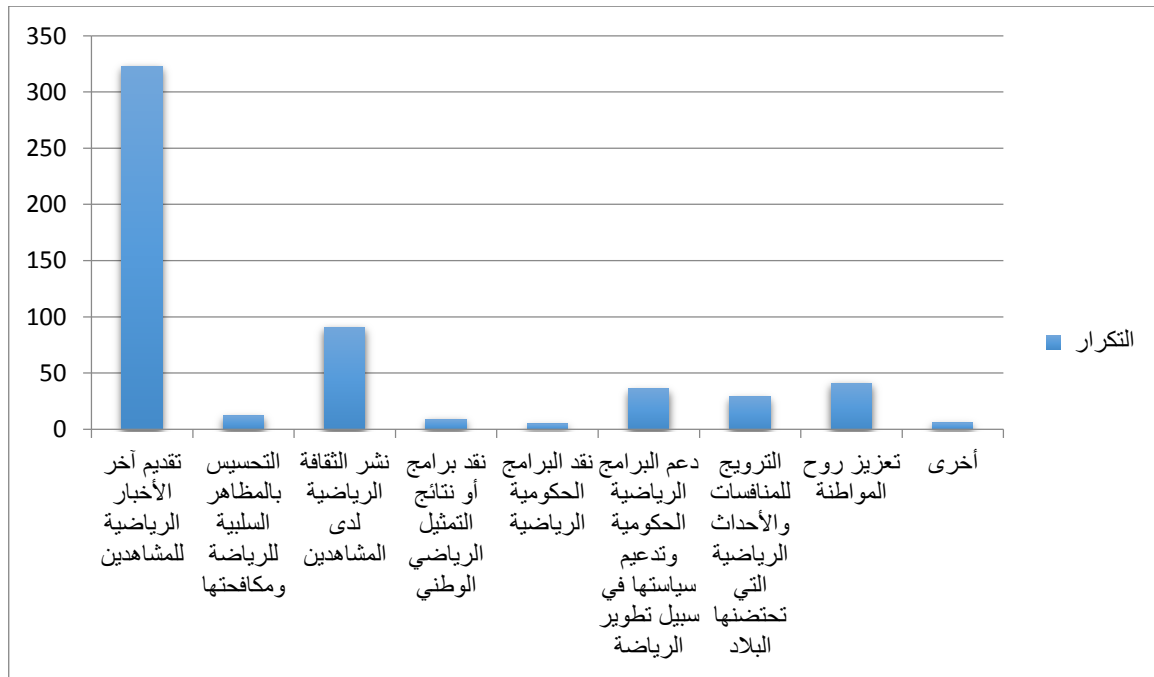
وقسمت هذه الفئة كما هي موضحة في الجدول أدناه:

جدول رقم(24): يمثل توزيع فئة الأهداف ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

الأهداف	التكرار	النسبة %
تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين	323	58.51%
التحسيس بالمظاهر السلبية للرياضة ومكافحتها	12	02.17%
نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين	91	16.49%
نقد برامج أو نتائج التمثيل الرياضي الوطني	09	01.63%

نقد البرامج الحكومية الرياضية	05	%00.91
دعم البرامج الرياضية الحكومية وتدعيم سياستها في سبيل تطوير الرياضة	36	%06.52
الترويج للمنافسات والأحداث الرياضية التي تحتضنها البلاد	29	%05.25
تعزيز روح المواطنة	41	%07.43
أخرى	06	%01.09
المجموع	552	%100

الشكل رقم (31): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الأهداف المتضمنة في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه والشكل المرافق له أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف الرياضية تسعى من خلال نشرة أخبارها إلى تحقيق هدف رئيسي في معالجتها للمواضيع الرياضية ألا وهو تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين والذي بلغ نسبة 58.51% مسيطرا على باقي النسب أو الأهداف الأخرى، وهو الهدف الأساسي الذي تسعى من خلاله البرامج الإخبارية بصفة عامة والتي تنطوي تحت المظلة الوظيفية في الإعلام لاسيما إذا تعلق الأمر بنشرة أخبار، ما يعكس الصبغة الإخبارية للوظيفة الأساسية التي تسعى من خلالها نشرة أخبار القناة.

وقد وجب التنويه إلى أن العدد الإجمالي للأهداف التي تم رصدتها من خلال العملية التحليلية لهذه الفئة (552) يفوق عدد المواضيع التي حددناها في فئات سابقة (506)، وهذا يعود إلى أن بعض المواضيع والأخبار الرياضية التي عالجتها نشرة القناة عرفت تحقيق أكثر من هدف واحد، وهذا يعود إلى طبيعة تلك المواضيع أو طريقة معالجة النشرة لها، ما يفسر تجاوز أهداف النشرة لعدد المواضيع التي طرحت فيها. وسنعرض فيما يلي أبرز الأرقام والإحصائيات التي أسفرت عنها الدراسة التحليلية للنشرة الرئيسية للقناة من خلال فئة الأهداف:

- احتلّ هدف تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين صدارة الأهداف التي تسعى النشرة إلى تحقيقها بتكرار بلغ 323 وحدة ونسبة بلغت 58.51%.
- وجاء هدف نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين في المرتبة الثانية بتكرار 91 وحدة ونسبة 16.49%.
- في حين كان هدف تعزيز روح المواطنة في المرتبة الثالثة بـ 41 تكرار ونسبة وصلت لـ 07.43%.
- أما هدف دعم البرامج الرياضية الحكومية وتدعيم سياستها في سبيل تطوير الرياضة فكان في المرتبة الرابعة بـ 36 وحدة ونسبة 06.52%.
- بينما حلّ الترويج للمنافسات والأحداث الرياضية التي تحتضنها البلاد في المرتبة الخامسة بتكرار 29 وحدة ونسبة قدرت بـ 05.25%.
- وكان هدف التحسيس بالمظاهر السلبية للرياضة ومكافحتها سادسا بـ 12 تكرار ونسبة 02.17%

- في حين كانت المرتبتين الأخيرتين من نصيب الأهداف النقدية فيما يخص نقد برامج أو نتائج التمثيل الرياضي الوطني 09 تكرارات ونسبة 01.63%، وأيضا نقد البرامج الحكومية الرياضية بـ 05 تكرارات ونسبة 00.91%.

- بالمقابل حظرت فئة الأهداف الأخرى في 06 مناسبات ونسبة 01.09% والتي كانت عبارة عن أهداف تبليغ تحيات وتهاني شخصيات رياضية بارزة أو هيئات رياضية بالأعياد الدينية المتعلقة بعيدي الفطر أو الأضحى.

إن سيطرة هدف تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين على أهداف نشرة قناة الهدف الرئيسية يعكس توجه القناة في نشرتها من خلال معالجتها للمواضيع الرياضية التي تعالجها، وهو التوجه الذي يغلب عليه طابع الوظيفة الإخبارية على باقي وظائف الإعلام الأخرى التي قد تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة في سبيل تأدية مهامها في المجتمع، ورغم أن المجال الرياضي هو أحد المجالات الترفيهية بالنسبة لأفراد المجتمع والذي يعتبر متنفسا لها للخروج من الضغوطات الاجتماعية التي تعيشها تلك الأفراد، إلا أن طابع الجدية في تأدية المهام الإخبارية في النشرة سيطر على باقي الأهداف والوظائف وهو أثبتته نتائج الدراسة التحليلية لهذه الفئة التي كان فيها هدف تقديم الأخبار الرياضية حاضرا في 323 مناسبة من مجموع 552 بنسبة فاقت النصف.

فالوظيفة الإخبارية التي تقوم بها القناة عبر نشرة أخبارها من خلال تقديم آخر الأخبار والتطورات والمستجدات الخاصة بالرياضة لجمهور المشاهدين، ما هو إلا تأدية القناة لأحد الوظائف الأساسية في الإعلام وهي الوظيفة الإخبارية، " فالوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائفه الأخرى، انطلاقا من المعلومات التي يتيح تعميمها، ويضمن تجوالها في المجتمع".¹ أما في المجال الرياضي فالوظيفة الإخبارية تحتل ذات المكانة الأساسية بالنسبة لوسائل الإعلام ولها نفس الأهمية من حيث الممارسة لدى القائمين بالاتصال في جميع وسائل الإعلام الرياضية خاصة القنوات التلفزيونية الرياضية التي أحدثت نقلة نوعية في مجال الإعلام الرياضي إلا أنها حافظت بالمقابل على تأدية وظيفتها الإخبارية. "فأهمية الإعلام الرياضي والفضائيات الرياضية تبرز في ضرورة إحاطة

¹ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، القاهرة، 2002، ص34.

الأفراد في المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك الإعلام الرياضي بالمجالات الأخرى.¹

وبالعودة إلى تفسير نتيجة سيطرة هدف تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين على أهداف النشرة ككل، فالنشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف هي برنامج تلفزيوني إخباري، يهدف بالدرجة الأولى إلى تقديم خدمة إخبارية للمشاهدين بصفة يومية ومستمرة، ما يعني جمع أكبر قدر ممكن من الأخبار والمعلومات الخاصة بالمواضيع الرياضية التي تشكل اهتمامات واحتياجات الجماهير الرياضية المتابعة وعرضها على المشاهدين رفقة التفسير والتحليل للوصول إلى العملية الإخبارية التي تعتبر الوظيفة الأساسية والأسمى لوسائل الإعلام بصفة عامة والبرامج الإخبارية في التلفزيون بصفة خاصة، وكون قناة الهدف هي القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر فهذا يشكل الداعم أو الحافز الرئيسي للقناة عبر نشرة أخبارها في العمل على تقديم خدمة إخبارية ترتقي بها إلى مستوى تطلعات الجماهير الرياضية الجزائرية التي تنتظر موعد إيذاع النشرة من أجل الحصول على آخر تطورات ومستجدات الساحة الرياضية العالمية والمحلية، وهو ما تسعى له القناة من خلال التنوع في طرح أبرز المواضيع الرياضية ومعالجة أخبارها الخاصة بالمنافسات الرياضية والألعاب الرياضية التي تعتبر أولوية المتلقي عند مشاهدته للنشرة.

وتقوم عملية تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين في نشرة أخبار قناة الهدف على أهم النقاط التي نلخصها فيما يلي:

- إحاطة المشاهد بآخر أخبار المنافسات الرياضية المحلية والعالمية، سواء تعلق الأمر بمواعيد المنافسات، نتائج المنافسات، بيانات تنظيمية، قوانين، إلى غير ذلك من الأخبار المتعلقة بتلك المنافسات.
- تقديم آخر أخبار نتائج مباريات منافسات كرة القدم الجزائرية وأبرزها الرابطة المحترفة الأولى.
- تقديم آخر أخبار الأندية الجزائرية الناشطة في الرابطة المحترفة الأولى والمتعلقة بالانتقالات والتعاقدات والإقالات، القوانين والعقوبات المتعلقة بها، الأخبار المالية الخاصة بتلك النوادي وعرض مشاكلها وأزماتها التي تمر بها.
- إحاطة المشاهد بآخر أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، انطلاقا من المواعيد الرياضية التي تنتظره، تحضيراته لها، جديد قوائم المنتخب الوطني، انتقالات الدوليين المحترفين بالخارج، أبرز ما

¹ أحمد فاروق احمد، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني للفترة من 1995-2000، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، 2002، ص 24-25.

يقدمه اللاعبون المحترفون مع نواديهم، الخرجات الإعلامية لكل الفاعلين داخل المنتخب الوطني سواء على مستوى الاتحادية أو على مستوى التشكيلة والمدربين، إضافة إلى أخبار كل الفئات الشبانية لهذا المنتخب.

■ تقديم كل الأخبار المتعلقة بنتائج منافسات كرة القدم الأوروبية خاصة على مستوى النتائج والمواعيد والتحضيرات لأندية الدوريات الأوروبية البارزة والمنافسات الخاصة بتلك الأندية على مستوى القارة الأوروبية أبرزها دوري أبطال أوروبا والدوري الأوروبي.

■ تقديم آخر أخبار التمثيلات الوطنية لمختلف الرياضيات على مستوى المنافسات القارية، الإقليمية والأوروبية وبعض الأحيان الودية.

إن العملية الإخبارية التي تقوم بها نشرة أخبار القناة وتقديم الأخبار الرياضية للمشاهد في سبيل العملية والوظيفة الإخبارية لها، تتأثر بطبيعة الحال بالسياسة العامة التي تنتهجها القناة في نشرتها، وهو ما كان ظاهرا في عملية اختيار المواضيع التي تعالج النشرة مواضيعها وتقدم أخبارها للمشاهد، من خلال سيطرة مواضيع: المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، وأخبار نتائج المنافسات الرياضية الخاصة بكرة القدم المحلية وبدرجة أقل كرة القدم الأوروبية، على أهداف العملية الإخبارية التي تقوم بها النشرة، وهو ما يمثل إتباع والسير على أجندة النشرة فيما يخص أولويات أهداف النشرة من خلال المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تقوم بها.

أما فيما يخص نشر الثقافة الرياضية بالنسبة للمشاهدين الذي كان ثاني أهداف النشرة بنسبة 16.49%، فهو أحد العوامل الأساسية التي يقف ويرتكز عليها الإعلام الرياضي، كما أن الباحثين والمختصين في المجال يصفونه بأنه أبرز الأهداف التي يصبو الإعلام الرياضي لبلوغها وهو الارتقاء بالرياضة إلى مراكز أعلى بالنسبة للجماهير وهذا بالاستعانة بما تقدمه وسائل الإعلام، وفي هذا الشأن يرى محمود حسين النظاري أن الإعلام الرياضي " يهدف إلى تحقيق التوعية وتنقيف الجماهير رياضي، بالإضافة إلى توجيه وإرشاد الأفراد والأندية والهيئات والاتحادات الرياضية...¹، هذا إضافة إلى أهمية الوظيفة التنقيفية أيضا بالنسبة لوسائل الإعلام، وأيضا لقناة الهدف ونشرتها الإخبارية، في عملية البناء المعرفي الرياضي لدى الجماهير المتابعة للمضامين التي تقدمها، من خلل الإضافة التي تقدمها النشرة للجماهير فيما يخص الشؤون المتعلقة بالرياضة وليست فقط على مستوى الأخبار والنتائج، وإنما فيما يخص الثقافة الرياضية وتزويد المتابعين بمعارف

¹ محمود حسين النظاري، الصحافة الرياضية بين النشأة والتطور، موقع يمرس، 26 جانفي 2013، مسترجع بتاريخ

2023/04/18، انظر الرابط: <https://www.yemeress.com/adenonline/1121725>

رياضية جديدة، أو تفسير وشرح قوانين ونظام منافسات إلى غير ذلك من العمليات الإخبارية التي تقوم بها النشرة والتي تعمل على تثقيف الجمهور الرياضي المتابع.

وقد تجلّى هدف نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين في نشرة أخبار القناة من خلال ما سنحاول تلخيصه فيما يلي:

✚ كم المعلومات الحديثة والشاملة التي تبثها النشرة في سياق العملية الإخبارية حول المنافسات والألعاب الرياضية المختلفة ونتائجها أو الرياضيين أو المسؤولين والذي من شأنه أن يثري الزاد المعرفي في الشأن الرياضي للجماهير الرياضية.

✚ شرح نظام المنافسات والبطولات فيما يخص مواضيع الرياضات والمنافسات التي تعالجها القناة وتعرف نظاما جديدا للمنافسة إما تغييرا فيه كما تناولته النشرة في أحد أعدادها حول شرح نظام التأهل الجديد إلى منافسات كأس إفريقيا للأمم.

✚ توفير التفاصيل الفنية والبدنية والتكتيكية حول الرياضة إلى جانب تقديم الأرقام والإحصائيات المتعلقة بالمنافسات الرياضية والتي تساعد الجماهير على فهم الأحداث واستيعابها من جميع النواحي.

✚ شرح القوانين واللوائح الرياضية التي يجهلها المشاهدون خاصة في كرة القدم، وهذا هذا ظهر في بعض أخبار منافسات الرابطة المحترفة الأولى وأيضا المنافسات القارية والعالمية، مثل تناول النشرة في أحد المواضيع قضية تساوي فرق أندية الرابطة المحترفة الأولى في عدد النقاط في آخر البطولة، وأيضا فيما يخص القوانين الخاصة بالاتحاد الإفريقي أو الدولي لكرة القدم حول العقوبات والقرارات المنتظر أن تصدرها الهيأتين على خلفية وضعية ووقائع المباراة الفاصلة للمنتخب الوطني أمام المنتخب الكاميروني.

✚ التحليلات والتعليقات التي تقوم بها النشرة فيما يخص العديد من المواضيع والتي تسمح للجماهير الرياضية بتحصيل الكثير من المعلومات ووجهات النظر المتعلقة بنوع رياضي أو بحدث رياضي معين.

في سياق آخر فقد كان هدف تعزيز روح المواطنة من أبرز الأهداف التي سعت النشرة إلى تحقيقها من خلال معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تطرحها أين كان في المرتبة الثالثة بنسبة 07.43% وهي نسبة تعكس أهمية بلوغ هذا الهدف بالنسبة للنشرة إذ ما قمنا بمقارنته بأهداف أخرى، وما يزيد من أهمية هذا الهدف بالنسبة للقناة، هو أن تقديم آخر الأخبار الرياضية ونشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين ينطويان تحت روافد وظائف الإعلام الممثلة بالوظيفتين الإخبارية والتثقيفية، وما ظهور هدف تعزيز روح المواطنة في المرتبة الثالثة وراء هاتين الوظيفتين إلا دلالة على بلوغه درجة الأولوية بالنسبة للنشرة.

إن اعتماد النشرة على معالجة مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم كأولوية بالنسبة لها، وأيضا تطرقها لتغطية جميع المواضيع الرياضية المتعلقة بالتمثيل الوطني في مختلف الرياضيات قاريا وعالميا، يترجمان بلوغ هدف تعزيز روح المواطنة هذه النسبة بين أهداف النشرة، ناهيك عن الطريقة التي تعالج بها القناة المواضيع الرياضية المتعلقة بالموضوعين السابق ذكرهما ودعمهما للرياضة الوطنية زادا من تأكيد أهمية روح المواطنة بالنسبة للقائمين على إعداد النشرة، خاصة وأن قناة الأهداف تعتبر أحد المؤسسات الإعلامية الداعمة للمنتخب الوطني لكرة القدم وما وقفها خلف المنتخب في كل المحافل والمنافسات التي يظهر فيها إلا دليل على ذلك.

وقد كان هذا الهدف واضحا من خلال محورين أساسيين عالجت من خلالهما النشرة المواضيع الرياضية التي تطرحها هما:

■ مواضيع المنتخب الوطني (خاصة بعد نكسة الكامبيرون)

إن الهالة الإعلامية التي أحاطت بإقصاء المنتخب الوطني من مونديال قطر 2022 أمام نظيره الكامبيروني، خلّفت الكثير من التداعيات والانتقادات التي وجهت للمنتخب لاعبين وطاقم فني وأيضا للهيئة المشرفة الممثلة بالاتحادية الجزائرية لكرة القدم، إلا أن القناة وعبر نشرة أخبارها عالجت المواضيع الرياضية المتعلقة بهذا الشأن من زاوية داعمة للمنتخب وللطاقم الفني خاصة من الناحية الإعلامية وهي التي انتهجت سياسة دعم المنتخب وضرورة الإبقاء على الطاقم الفني وأيضا رفع دعوى لدى محكمة الطاس الدولية فيما يتعلق بما وصفته بالظلم الذي تعرض له المنتخب الوطني من طرف الحكم الغامبي باكاري غاساما. ومن أبرز المواضيع التي تناولتها النشرة ضمن هذا السياق:

➤ متابعيتها لملف التظلم الذي رفعته الفاف إلى الفيفا من أجل إعادة النظر فيما حصل داخل اللقاء وجاء الخبر كما يلي " لا يزال عشاق المنتخب الوطني تحت الصدمة بعد إقصاء الخضر من تأهل إلى كأس العالم بقطر إلى أن نشر الاتحاد الجزائري لكرة القدم خبر مناقشة الطعن المقدم من طرفها لدى الفيفا والذي من الممكن أن يسفر عن احتساب الأخطاء التحكيمية مؤثرة على نتيجة اللقاء وهنا يتم إعادة المباراة في الجزائر...احتمال آخر حول التطرق للشكوك التي تحوم حول الحكم وما إذا كان فيه فساد ورشوة فستعاد المباراة على ملعب محايد، .. والاحتمال الأخير هو تأكيد تلقي الحكم رشوة وتورطه في قضية فساد رياضي هنا سيتم معاقبة الحكم مدى الحياة وتقصى الكامبيرون مقابل تأهل الخضر على البساط، ليبقي الشعب الجزائري يطالب الاتحادية الجزائرية بضرورة استرجاع الحق المهضوم ورفع العلم الوطني في كورنيش الدوحة. "

➤ في مواضيع المنتخب الوطني دائما حول وفاة الدولي السابق فوزي منصوري تناولت النشرة الخبر من زاوية الوطنية وتعلق اللاعب بالجزائر " انتقل إلى رحمة الله اللاعب الدولي السابق فوزي منصوري عن عمر يناهز 66 سنة، وكان منصوري واحد من أبرز النجوم المحترفين الذين لبوا نداء الوطن مباشرة ودون تردد ودون شروط سنوات الثمانينيات، وكان أحد أبطال المباراة التاريخية أمام ألمانيا في كأس العالم... قبل أن ينهي مشواره مع الخضر في ظروف جد صعبة بعد أن ضحى بمسيرته الاحترافية من أجل الألوان الوطنية بعد فسخ عقده مع مونبيليه من أجل التفرغ للمنتخب الوطني وتحضيرات كأس العالم 1986، وكان يلقب بالمجاهد والمحارب.."

مواضيع مشاركة الجزائريين في المحافل الرياضية العالمية والافتخار بالنتائج المحققة

وهو ما كان ظاهرا في النشرة بتغطيتها للأحداث الرياضية التي شاركت فيها منتخبات ورياضيين جزائريين، وتغطيتها لجميع المنافسات الرياضية القارية، الإقليمية والعالمية التي حققت فيها الجزائر نتيجيات وانتصارات ونتائج مشرفة، إضافة إلى الإشادة والافتخار بما قدموه والنتائج التي حققوها ومن الأمثلة حول هدف تعزيز روح المواطنة في هذه النقطة نذكر ما يلي:

➤ بهذا أنهت الجزائر مشاركتها في هذه الدورة بحصيلة قياسية بلغت 53 ميدالية كاملة في حصيلة كانت الأكبر للجزائر في تاريخ مشاركتها في الألعاب المتوسطية، فهنيئا للجزائريين ولرياضيها..."

➤ عاد اللاعب نبيل فقير لاعب بينيس اشبيلية الاسباني صاحب الأصول الجزائرية في قرار تفضيله اللعب لفرنسا على حساب الجزائر.... اللاعب قال أنه عاش أوقاتا صعبة للغاية بعد قراره هذا... مؤكدا تحمله مسؤوليته رغم تسببه في الألم الذي سببه لوالده الذي ألح عليه لاختيار الجزائر..."

➤ قاد بلإيلي نادية بريست للفوز على انجيه بثلاثة أهداف لهدف وحيد ليسجل اللاعب تواجده ضمن التشكيلة المثالية لصحيفة ليكيب الفرنسي للجولة الثالثة.. وعرفت التشكيلة وجود بلإيلي إلى جانب مبامي، نيمار وميسي..."

➤ بات الدولي الجزائري الشاب ايلان قبال على وشك الانضمام إلى نادي أف سي باريس... وكانت صحيفة Le Parisien الفرنسية قد تطرقت للمستوى الكبير للشباب الجزائري الذي من شأنه أن يقدم الإضافة إلى ناديه الجديد..."

➤ فاز سائق المنتخب الوطني سامي ليون روبنسون بالبطولة الإيطالية للكارتينغ الشباب بعد احتلاله المركز الأول في السباق الذي جرى في حلبة نابولي... وهي الجائزة الثانية بالنسبة للسباق الجزائري في مسيرته... جدير بالذكر أن سامي من أم جزائرية وأب جزائري ويمثل الجزائر في منافسات الكارتينغ... "

من جهة أخرى مارست القناة دعما مباشرا للبرامج الحكومية المتعلقة بالرياضة سواء في سبيل تطوير الرياضة أم الترويج للمنافسات التي تحتضنها البلاد وما احتلال المرتبة الرابعة والخامسة تاليا (06.52% و05.25%) في فئة الأهداف على حساب أهداف أخرى إلا دليل على ذلك، وهي نتيجة تعكس السياسة التي تنتهجها القناة عبر نشرتها فيما يخص الحكومة والبرامج أو الخطط التي تسطرها ليسيير عليها الشأن الرياضي، خاصة وإن قارنا نتائج أهداف الدعم الحكومي في النشرة بنتائج أهداف النقد الذي مارسه القناة فيما يخص نقد برامج أو نتائج التمثيل الرياضي الوطني الذي ظهر بنسبة 01.63%، أو نقد البرامج الحكومية الرياضية الذي كان بنسبة 00.90% فقط.

ويمكننا تفسير ظهور أهداف الدعم الذي مارسه النشرة من خلال معالجة مواضيعها بهذه النسب وقبل أهداف أخرى إلى الأسباب التالية:

✚ طبيعة الإعلام الجزائري بصفة عامة وهو الذي ظل لفترة طويلة يوصف بأنه إعلام تقليدي يتبع السلطة، وسياسة القناة بصفة خاصة الداعمة للحكومة وتناولها لجميع الأخبار التي تتعلق بتدخل الحكومة في الرياضة خاصة فيما يتعلق المنشآت الرياضية التي تشرف عليها، أو البرامج الرياضية التي تسطرها للرياضيين والنوادي والفرق في سبيل تحقيق نتائج إيجابية، أو التصريحات والبيانات المتعلقة بهذا الشأن، وهو ما يعكس تغطيتها لكل الخرجات الإعلامية للمسؤولين الرياضيين والمتعلقة بالوقوف على مشاريع رياضية كبرى أو الحديث عن ما توفره الحكومة والبلاد من إمكانيات لتطوير الرياضة.

✚ أن الجزائر كانت مقبلة على استضافة أحداث رياضية كبرى في النصف الثاني من السنة الفارطة (2022) في صورة:

✓ ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022.

✓ كأس أم إفريقيا للمحليين.

✓ كأس العرب لكرة القدم لأقل من 17 سنة.

ومن أمثلة الأخبار والمواضيع التي ظهر فيها هدف دعم البرامج الحكومية أو الترويج للمنافسات التي تحتضنها الجزائر ما يلي:

➤ فيما يخص دعم البرامج الحكومية والترويج أيضا للمنافسات الرياضية التي تحتضنها الجزائر قرأ المذيع الخبر وباشره بـ " في الألعاب المتوسطية وتحضيراتها أين أكد عزيز درواز محافظ ألعاب البحر الأبيض المتوسط خلال الندوة الصحفية التي عقدها السبت أن رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون تدخل شخصيا لتسهيل الكثير من الأمور الخاصة بالحدث مثلما يقول في هذا التصريح: طلبنا تسهيلات منذ

وصولنا لم نحصل عليها حتى تدخل السيد رئيس الجمهورية وهو مشكور على كل ما قدمه من دعم لنا، وهذا جعلنا نُقبل على الانتهاء من المرحلة الأخيرة من التحضيرات للمناسبة... حتى أننا تحصلنا على دعم وزارة الدفاع أيضا مؤخرا في سبيل أن نكون في مستوى الحدث العالمي..."

➤ وفي موضوع دعم الحكومة للبرامج الرياضية قرأ المذيع موضوع زيارة الوزير بلعربي للملاعب الجزائرية وقال " أكد وزير الإسكان والتخطيط العمراني والمدينة محمد طارق بلعربي أن الدولة الجزائرية لن تسمح بأي تأخر جديد بشأن أشغال تجهيز ملعب تيزي وزو الجديد مطمئنا أن الأشغال ستستأنف بخطى ثابتة على مستوى الملعب وسيتم تجنيد كل الشركات المعنية بإعطائها تعليمات صارمة وذلك بتسخير كل الإمكانيات المادية والبشرية لاحترام التزامات السلطات باحترام إنهاء الأشغال في مواعيدها المحددة... لا يجب أن نتحدث بعد الآن عن التأخير أو توقف الأشغال من أجل استلام الملعب في الوقت المحدد..."

➤ في موضوع دعم البرامج الحكومية وفي ألعاب البحر الأبيض المتوسط حول تدخل رئيس الجمهورية في التحضير لحفل الافتتاح تناولت النشرة الخبر وباشرت ذلك بقول المذيع " أمر رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون منظمي ألعاب البحر الأبيض المتوسط بخفض سعر تذكرة حفل الافتتاح، لتقرر بعد ذلك اللجنة المنظمة للمنافسة بصفة رسمية تخفيض سعر التذكرة الخاصة بالحفل يوم الأحد إلى سعر رمزي وهو 100 دينار جزائري فقط وجاء هذا القرار ليتمكن كل الجمهور بكل فئاته من الدخول لحضور حفل الافتتاح التاريخي للألعاب الذي تنظمها الجزائر..."

بالمقابل فقد كانت الأهداف المتعلقة بنقد البرامج الحكومية أو التمثيل الوطني عبارة عن مواضيع عالجتها النشرة انتقدت فيها بعض نتائج التمثيل الوطني في الرياضات المختلفة بطريقة موضوعية ضمن التحليلات والتعليقات التي تقوم بها في المجال الرياضي، فيما كان انتقادها للبرامج الحكومية عبارة عن انتقاد لبعض المسؤولين القائمين على مشاريع أو هيئات الرياضية وتختص القناة بنقدها لهم فيما يخص موضوع المشاكل والأزمات التي تعيشها إما هيئات رياضية أو مشاريع رياضية حكومية، ولم يكن تتاولا مباشرة لمواضع انتقدت فيها القناة الحكومة بصفة مباشرة. ومن أمثلة ذلك:

➤ موضوع الأزمة التي مرت بها الاتحادية الجزائرية لكرة القدم وطريقة تناول القناة لنقدها للمسؤولين الذين يعيشون صراع داخل الاتحادية فيما بينهم بدل العمل على تصحيح أوضاع الكرة الجزائرية وتطويرها وجاء النقد الذي قامت به النشرة على لسان صاحب التقرير أين تتناول الموضوع قائلا " عاصفة هوجاء تهدم أركان الاتحادية الجزائرية بعد فشل المنتخب الوطني في بلوغ مونديال قطر لكرة القدم وما صاحبه من قبضة حديدية بين رئيس الاتحاد وأعضاء مكتبه الذين يرفضون الرحيل، الاجتماع سيشهد حتما أجواء

مشحونة...منتبعو الكرة الجزائرية ينتظرون بفارغ الصبر وضع حد للمهازل الكثيرة التي باتت الميزة الأكبر للمكتب الفيدرالي الذي فشل فشلا ذريعا في تجسيد الوعود الكثيرة التي أطلقها شهر أفريل من السنة الماضية لما نصب، وذلك عن طريق إعلان استقالة الجميع والشروع في التحضير للجمعية الاستثنائية للبدء في تحضير البيت من جديد... لكن المعطيات قد تتغير بمواصلة شرف الدين عمارة رئيسا للاتحادية مع تصفية مكتبه رغم أنه أقسم في أكثر من مناسبة أنه لن يتراجع عن الاستقالة خاصة أن محيطه يضغط عليه للتتحي بسبب الكابوس الذي عاشه عقب إقصاء الخضر.. وبين هذا وذاك يتمنى الجمهور الكروي أن يكون 17 أفريل تاريخ جديدا للخروج من هذا النفق المظلم واتضح الرؤية المستقبلية لتوجيه الاهتمام نحو تجديد عقد الناخب الوطني جمال بلماضي وإقناعه"

➤ تناولت النشرة أيضا موضوع انتقاد رئيس مجلس إدارة وفاق سطيف للاتحادية الجزائرية لكرة القدم وتناول المذيع الخبر قائلا " ...رغم اعترافه باستحقاق شباب بلوزداد الفوز ولقب البطولة الثالثة تواليا إلا هذا لم يمنع رئيس وفاق سطيف بتوجيه رسالة مشفرة للقائمين على شؤون الكرة الجزائرية في ظل سياسة الكيل بمكيالين المنتهجة في دعم أندية البطولة ماليا..."

➤ تناولت النشرة موضوع آخر كان هدفه نقد البرامج الرياضية وتعلق الأمر بتأخر أشغال التهيئة على مستوى ملاعب عنابة وقسنطينة التي كانت معنية باستضافة مباريات في منافسة كأس إفريقيا للمحليين والتي احتضنتها الجزائر وقرأ المذيع الخبر ونوه إلى انتقاد الوزير للمسؤولين القائمين على تهيئة تلك الملاعب وقال " وزير الشباب والرياضة عبد الرزاق سبقاق ينتقد مسؤولي ملاعب عنابة وقسنطينة، يبدي استياءه من تأخر الأشغال ويشدد اللهجة معهم حول تأخر أشغال التهيئة بهذه الملاعب..."

ومن خلال هذه الإحصائيات الخاصة بأهداف النشرة من خلال معالجتها للمواضيع الرياضية، فيمكننا التأكيد أن القناة ومن خلال نشرة أخبارها تتوجه إلى تحقيق أهداف داعمة للبرامج الرياضية التي تدعمها الحكومة على حساب نقد البرامج التي تدعمها هذه الأخيرة، رغم أن وسائل الإعلام من واجبها ووظائفها القيام بالنقد البناء تجاه كل ما يتعلق بمصلحة المجتمع وهو ما تندد به نظرية المسؤولية الاجتماعية " فنظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على مبدأ التزام الصحافة تجاه المجتمع، فوسائل الإعلام ليست ذاتية بقدر ما هي موضوعية، فهي حيادية وموضوعية تجاه الحكومات والقضايا الخلافية على مستوى المجتمع، بحيث تعكس التنوع في الآراء والأفكار في المجتمع، فالإعلاميون يجب أن يكونوا مسؤولون تجاه المجتمع من خلال تأدية

الوظيفة الإعلامية..¹ فوسائل الإعلام عليها أن تلعب دائما دور الرقابة على الجهات المختصة بخدمة المواطن سواء حكومية أم غير حكومية، وأن تعمل على مراقبة ونقد هذه الجهات خدمة للصالح العام كما تعمل في دعم البرامج الحكومية التي تعود بالفائدة على المجتمع.

ومن خلال تحليلنا لهذه الفئة فإن النشرة الرئيسية لقناة الهدف تسعى إلى تحقيق الوظيفة الإخبارية بالدرجة الأولى الممثلة بتقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين، وبدرجة أقل الوظيفة التثقيفية من خلال نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين، فيما لم تمارس القناة مسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام من خلال الخل الذي كان واضحا في تبجيلها للمواضيع المتعلقة بدعم البرامج الحكومية على حساب المواضيع التي تهدف من خلالها إلى نقد تلك البرامج أو النشاطات الحكومية، خاصة وأنها (القناة) تعتبر الواجهة الإعلامية الرياضية في الجزائر ومن واجبها القيام بدورها الرقابي وتحمل مسؤوليتها تجاه كل ما يحفظ مصلحة المجتمع.

8- على مستوى فئة القيم:

يرى يوسف تمار أنه من المفيد جدا دراسة فئة القيمة في تحليل مضمون وسائل الإعلام لأنها تُظهر في الكثير من الأحيان حركية القيم في أي مجتمع، والكيفية التي تظهر بها قيم وتختفي بها أخرى، وأن القيم ترتبط بعاملين أساسيين هما العامل النفسي والعامل الاجتماعي من خلال النظام الاجتماعي والتراث الثقافي الذي يتفاعل فيه.² وقد قرّر الباحث التوجه لدراسة فئة القيم لما ستقدمه لنا من خدمة لأهداف الدراسة خاصة المتعلقة منها بممارسة القناة عبر نشرة أخبارها لمسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام.

وقد ارتأينا في هذه الدراسة إلى البحث عن القيم التي يتضمنها المضمون الإخباري الذي تعالج من خلاله النشرة لمواضيعها الرياضية بعيدا عن القيم الإخبارية المعتاد دراستها في مثل هذه البحوث، بالنظر أن الباحث يبحث عن واقع ممارسة النشرة للمسؤولية الاجتماعية في الإعلام من حيث القيم، ما يتوافق وأهداف البحث بصفة مباشرة، وقام الباحث بتقسيم هذه الفئة إلى قيم إيجابية وقيم سلبية تتفرع عن كل منها مجموعة من الفئات الفرعية التي ستساعدنا عن اكتشاف القيم التي تتضمنها عملية المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية وتترجم مدى التزام النشرة والقناة بمسؤوليتها الإعلامية تجاه المجتمع.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام، عمان، 2015، ص 129.

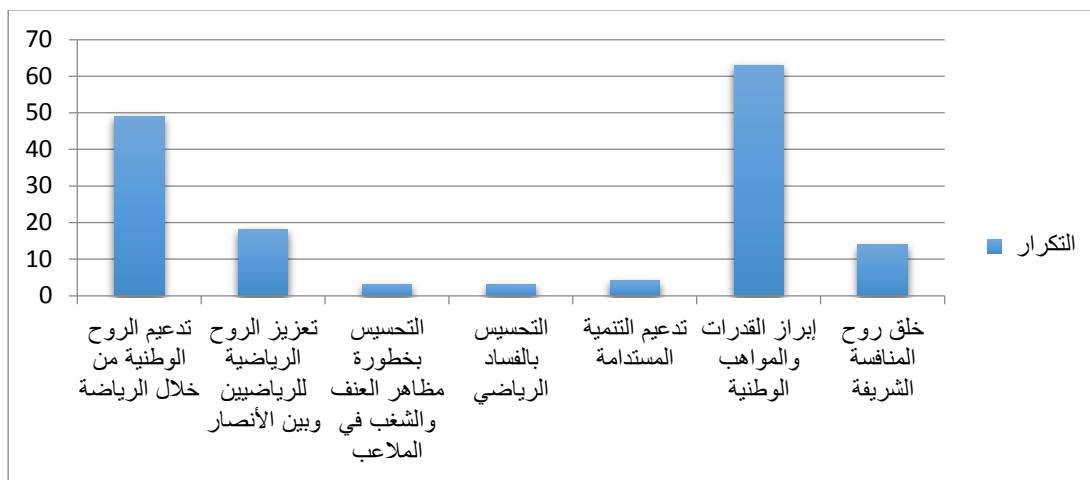
² يوسف تمار، مرجع سابق، ص 69.

جدول رقم(25): يمثل توزيع فئة القيم ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

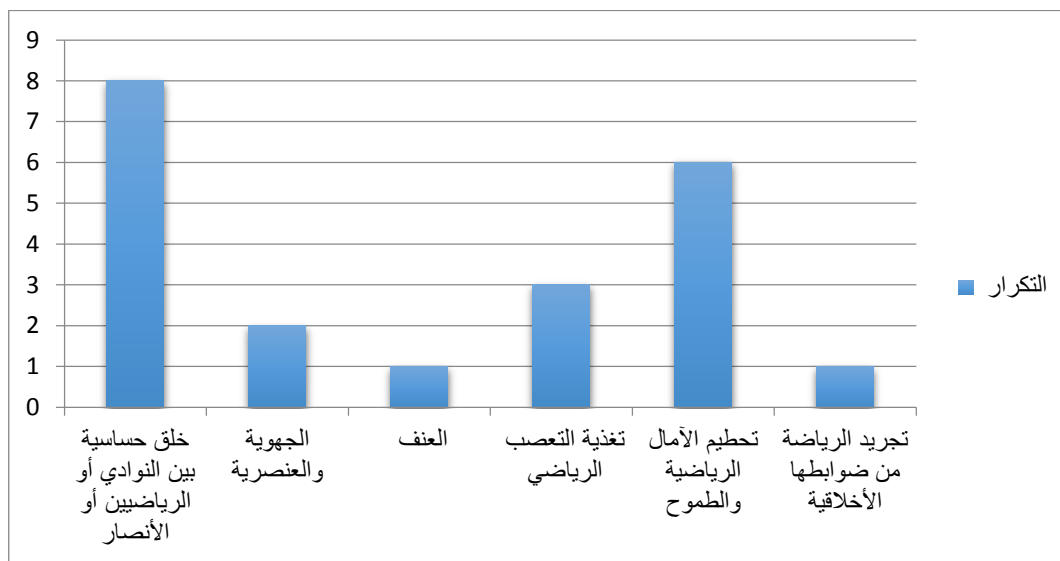
النسبة %	التكرار	القيم		
		النسبة %	التكرار	
%88.00	154			
		%31.82	49	تدعيم الروح الوطنية من خلال الرياضة
		%11.69	18	تعزيز الروح الرياضية للرياضيين وبيان الأنصار
		%01.95	03	التحسيس بخطورة مظاهر العنف والشغب في الملاعب
		%01.95	03	التحسيس بالفساد الرياضي
		%02.60	04	تدعيم التنمية المستدامة
		%40.90	63	إبراز القدرات والمواهب الوطنية
		%09.09	14	خلق روح المنافسة الشريفة
		%100	154	المجموع
%12.00	21	النسبة	التكرار	
		%38.10	08	خلق حساسية بين النوادي أو الرياضيين أو الأنصار
		%09.52	02	الجهوية والعنصرية
		%04.76	01	العنف
		%14.29	03	تغذية التعصب الرياضي

		%28.57	06	تحطيم الآمال الرياضية والطموح	
		%04.76	01	تجريد الرياضة من ضوابطها الأخلاقية	
		%100	21	المجموع	
%100	175	المجموع			

الشكل رقم (32): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار القيم الإيجابية المتضمنة في النشرة



الشكل رقم (33): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار القيم السلبية المتضمنة في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

من خلال الجدول الموضح أعلاه والشكل التوضيحي أسفله يتبين لنا أن النشرة الإخبارية الرئيسية للقناة محل الدراسة تناولت ما مجموعه 175 قيمة من خلال جميع المواضيع التي عالجتها في نشرتها، سيطرت على هذا العدد القيم الإيجابية التي سجلت النسبة الأكبر بـ 88.00% وذلك على حساب القيم السلبية التي ظهرت في أعداد النشرة محل الدراسة، كما سيطرت قيم إبراز القدرات والمواهب على القيم الإيجابية التي تناولتها النشرة في معالجتها الإخبارية، هذه الإحصائيات تعكس أهمية القيم الإيجابية بالنسبة للنشرة والتي تضعها ضمن أولوياتها الرئيسية على حساب القيم السلبية وهو ما ترجمته الأرقام المسجلة في الجدول من خلال طريقة طرح النشرة ومعالجتها للأخبار الرياضية، في حين تؤكد أيضا أن النشرة تمارس مهامها الإعلامية داخل المجتمع ملتزمة بما يخدم المجتمع من قيم إيجابية تتنوع بين إبراز القدرات والمواهب، الروح الوطنية والروح الرياضية.

وسنعرض فيما يلي أبرز ما جاءت به هذه الإحصائيات المتعلقة بفئة القيم:

- سيطرت القيم الإيجابية على فئة القيم الظاهرة في أعداد النشرة محل التحليل بجمعها 154 وحدة من مجموع 175 قيمة وبلغها نسبة 88.00%.
 - فيما كانت القيم السلبية أقل ظهورا في نتائج التحليل بـ 21 وحدة ونسبة 12.00%.
 - وجاءت نتائج القيم الإيجابية كالتالي:
 - احتلت إبراز القدرات والمواهب الوطنية المرتبة الأولى في فئة القيم الإيجابية بتكرار بلغ 63 ونسبة بلغت 40.90%.
 - وكانت قيمة تدعيم الروح الوطنية من خلال الرياضة في المرتبة الثانية بتكرار 49 وحدة ونسبة وصلت إلى 31.82%.
 - وجاءت قيمة تعزيز الروح الرياضية للرياضيين وبين الأتصار في المرتبة الثالثة بتكرار 18 وحدة ونسبة قدرت بـ 11.69%.
 - أما المرتبة الرابعة فقد كانت لقيمة خلق روح المنافسة الشريفة بـ 14 تكرار ونسبة 9.09%.
 - وجاءت تدعيم التنمية المستدامة خامسة بتكرار 04 وحدات ونسبة 2.60%.
 - فيما حل قيمتي التحسيس بخطورة مظاهر العنف والشغب في الملاعب والتحسيس بالفساد الرياضي في المرتبة الأخيرة بتكرار وحدتين 03 لكلاهما ونسبة 1.95%.
- بينما تنوعت القيم السلبية الظاهرة في أعداد النشرة محل التحليل وكانت نتائجها كما يلي:

- احتلت قيم خلق حساسية بين النوادي أو الرياضيين أو الأنصار المرتبة الأولى بتكرار بلغ 08 وحدة ونسبة 38.10% من النسبة العامة للقيم السلبية التي ظهرت في النشرة.
- وجاءت قيمة تحطيم الآمال الرياضية والطموح في المرتبة الثانية بتكرار 06 وحدات ونسبة 28.57%.
- فيما جاءت قيمة تغذية التعصب الرياضي في المرتبة الثالثة بـ 03 وحدات ونسبة 14.29%.
- وجاءت الجهوية والعنصرية في المرتبة الرابعة بـ تكرارين 02 ونسبة 09.52%.
- بينما كانت المرتبة الأخيرة مناصفة بين العنف وتجريد الرياضة من ضوابطها الأخلاقية بتكرار واحد ونسبة 04.76%.

وبالعودة إلى نتائج القيم المتضمنة في نشرة الهدف الرئيسية فقد أحصى الباحث سيطرة كبيرة للقيم الإيجابية على حساب القيم السلبية وهذا ما يدفعنا للقول بأن النشرة اهتمت في تناولها للمواضيع والأخبار الرياضية التي عالجت بالقيم الإيجابية أكثر منها السلبية، وذلك في سبيل إبراز الوجه الإيجابي من الرياضة بصفة عامة ومن ممارستها ومتابعتها بصفة خاصة، بما أن هذا الأخير هو شق متعلق بالجمهور الرياضي المتابع، بينما كان تناولها للقيم السلبية بطريقة عرضية من طرف القائمين على إعداد النشرة، عن طريق تناول مواضيع وأخبار بكيفية يؤثر من خلالها على الخبر وتوجيهه إلى السلبية، ما يجعله يتضمن بعض القيم السلبية التي غفل عنها القائمون بالاتصال عند إعداد النشرة.

والظاهر أن قناة الهدف وعبر نشرة أخبارها تهتم بالقيام بالدور الذي تراه صحيح داخل المجتمع باعتبارها أحد وسائل الإعلام المؤثرة في التنشئة الاجتماعية وأهميتها في حلقة بناء المجتمع المتكامل من خلال الكثير من أوجه النشاط التي قد تقدمها القناة عبر نشرتها الرئيسية سواء على مستوى المواطنة وانتماء الأفراد وتعزيز الأهداف المشتركة للوسيلة والمجتمع في سبيل تطويره، وترى منال المزاهرة أن لوسائل الإعلام أهمية كبيرة في مختلف المجالات لمساهمتها في زيادة التفاعل بين أفراد المجتمع، من خلال توعية الأفراد بأهمية التكامل الوطني ومبادئ الانتماء للوطن، وأيضاً تشجيع التفاعل والتواصل داخله، ونبذ المظاهر السلبية بما في ذلك الاحتقان، الحسد بين أفراد الوطن الواحد، من أجل تعزيز وغرس مبادئ وقيم المواطنة الصالحة لديهم.¹ وهو المسار ذاته الذي تسير عليه النشرة في تعاملها مع المواضيع والقيم التي تتضمنها تلك المواضيع من خلال

¹ منال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 61.

التركيز على القيم الإيجابية من الخبر التي تعود بالإيجاب على الجمهور الرياضي المتابع بما يخدم المجتمع والصالح العام ومن أبرزها المواطنة التي تعتبر أحد أبرز القيم التي ظهرت في نتائج تحليلنا.

فالإعلام داخل المجتمع يبرز بدور مهم وكبير في تنمية وتعزيز القيم الاجتماعية وترسيخها، وتوجيه سلوكيات الأفراد نحو الإيجابيات، وكذلك بناء المفاهيم والاتجاهات الحديثة، ونشر الوعي المجتمعي نحو مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها من القضايا الهامة، والتي ترتبط بشكل مباشر بحياة الأفراد، حيث أن لوسائل الإعلام المختلفة دورا حيويا ومهما لعملية التأثير والتوجيه للأفراد.¹ وهي قراءة توافق وتناسب طريقة معالجة نشرة القناة للمواضيع الرياضية وإبرازها للقيم الإيجابية من المواضيع أو الأخبار التي تطرحها، وتعتبر الروح الوطنية، والروح الرياضية وأيضا إبراز المواهب الوطنية من أبرز القيم الإيجابية التي على وسائل الإعلام تناولها بما في ذلك قناة الهدف الرياضية على اعتبار أنها القناة الرياضية الوحيدة التي يلجأ لمتابعتها الجمهور الرياضي الجزائري على المستوى المحلي. ويمكننا تفسير اهتمام النشرة بالقيم الإيجابية في المواضيع التي تعالجها في النقاط التالية:

■ السياسة التحريرية للقناة من خلال دعمها للتمثيل الوطني في مختلف الرياضات التي يشارك فيها رياضيون و فرق وأندية جزائرية، من خلال تركيزها على إبراز الروح الوطنية في هذه المواضيع وتحسيس الأفراد بالعزة والافتخار لانتماء تلك الأفراد الرياضية للجزائر وأيضا لانتماء المجتمع والجمهور الرياضي إلى الوطن.

■ رغبة القناة في القيام بدور إيجابي داخل المجتمع من خلال تأدية مهامها في العملية الإخبارية للنشرة الرئيسية، بتسليط الضوء على النقاط الإيجابية للخبر وللمواضيع التي تعالجها، من منظور يخدم المجتمع وأفراد الجماهير الرياضية.

■ ممارسة القناة لمسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام داخل المنظومة الاجتماعية التي تنشط بها، من خلال التركيز على إبراز قيم إيجابية على حساب قيم سلبية، والتحلي بمبادئ الإعلام في معالجة المواضيع التي تتناولها.

■ طبيعة الجمهور الرياضي بصفة عامة والذي يتابع نشرة الأخبار الرياضية بغية الاطلاع على آخر الأخبار والمستجدات الرياضية، لكن من جهة أخرى فهو يبحث عن الأشياء والجوانب الإيجابية للخبر، وهو

¹ محمد ربابعة، عبد الرؤوف بن عيسى، إبراهيم الخالدي، دور الإعلام في تعزيز القيم الوطنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 45، العدد 3، جامعة الأردن، 2018، ص 181.

ما يتوقف على طريقة معالجة نشرة القناة لمواضيعها الرياضية، ما يعكس إبراز القناة للقيم الإيجابية على حساب القيم السلبية.

وبالعودة إلى أبرز القيم الإيجابية التي تضمنتها المعالجة الإخبارية للنشرة فقد سيطرت عليها قيمة إبراز القدرات والمواهب التي بلغت ما نسبته 40.90% وهي القيمة التي ظهرت في أنواع مختلفة من المواضيع التي أذاعتها النشرة، أبرزها مواضيع نتائج المنافسات الرياضية، وموضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، وهي المواضيع التي تركز فيها القناة على الأطراف الرياضية الجزائرية وما قدمته أو بإمكانها تقديمه للرياضة الجزائرية، باعتبارها مواهب تستحق الإشادة وتوجيه الأنظار إليها في سبيل رعايتها وتوفير الإمكانيات لها من أجل التألق في المستقبل ورفع راية الجزائر مستقبلا.

ويعود ظهور قيمة إبراز القدرات والمواهب بهذا الحجم في النشرة على حساب القيم الإيجابية الأخرى إلى ما يلي:

 إشادة النشرة بكل الانجازات الرياضية الجزائرية قاريا وعالميا وعلى جميع المستويات سواء الرياضية أو الإدارية.

تهتم القناة في نشرة أخبارها بكل تمثيل وطني يتعلق بالرياضة وتعمل على تغطية أخباره وإبراز الجانب الإيجابي منه خاصة إذا تعلق الأمر بتتويجات أو نتائج إيجابية محققة أو حتى مناصب ضمن هيئات رياضية قارية وعالمية، أين تبرز القناة قدرات ومواهب وطنية تشرف الجزائر على كل المستويات. ومن أمثلتها:

➤ ضمن البطولة الإفريقية لألعاب القوى ... أهدى الجزائري العربي بورعدة الجزائر ميدالية ذهبية في اختصاص العشاري بعد سيطرته على أطوار هذه المنافسة... وتوجت زوينة بوزيرة بالفضية في اختصاص رمي المطرقة ... والبروزية في الوثب الثلاثي للجزائري محمد تريكي... أما في اختصاص القفز بالزانة فكان الذهب والفضة من نصيب الجزائر بعدما توج مروان عمار بالذهبية ولشراي هشام بالفضية.."

➤ أنتخب الجذاف الجزائري سيد علي بومدينة الثلاثاء عضوا ضمن لجنة الرياضيين التابعة للجنة الدولية للألعاب الدولية، ونشرت وزارة الشباب والرياضة عبر صفحتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك الخبر أين أكدت انتخاب الجذاف الجزائري للجنة ألعاب البحر الأبيض المتوسط، مهننتا إياه على هذا التنصيب.

 تركيز القناة على المنتخب الجزائري لكرة القدم ومحترفيه

تضع النشرة موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه في مقدمة أجندتها، وتعمل على تغطية أخبار جميع اللاعبين المحترفين الناشطين في البطولات العالمية، خاصة من خلال توجيه الأنظار نحو تلك المواهب الشابة على أمل أن تقوم الاتحادية الجزائرية لكرة القدم بتوجيه الدعوة لها مستقبلا والاستفادة من خدماتها. ومن أمثلتها إبراز العروض التي تصل اللاعبين الجزائريين الناشطين بالخارج خاصة الشبان منهم:

➤ وقع الجزائري عبد الرحمان رياش أول عقد احترافي له مع نادي ديبورتيفو ألافيس الأسباني إلى غاية 2024، وجاء توقيع النجم الجزائري الصاعد بعد المستويات الكبيرة التي قدمها رفقة رديف النادي ويعتبر اللاعب من مواليد ولاية البليدة ويبلغ 23 عاما ويشغل منصب جناح أيمن ... اللاعب كان أفضل هداف للفريق الثاني للنادي الموسم الفارط برصيد 16 هدف.

➤ كشفت مصادر إعلامية فرنسية أن الموهبة الجزائرية الصاعدة في فرنسا يانيس لاغا يتجه لتوقيع أول عقد احترافي له مع أولمبيك ليون، وأضافت ذات المصادر أن صاحب الـ 19 ورغم تلقيه عروض جدية من أندية ألمانية إلا أنه فضل الاستمرار في ليون الذي ساهم في قيادته قبل أيام في التتويج بالكأس الودية غام باردیلا GAMBARDILLA...".

هذا بالإضافة إلى إبراز النشرة لمواهب المحترفين الدوليين الذين يمثلون المنتخب الأول عن طريق عرض أخبارهم وما قدموه مع أنديةهم وأيضا العروض التي تصلهم من مختلف الأندية.

🇩🇿 سياسة القناة الداعمة للرياضة الجزائرية وإبراز المواهب والقدرات الوطنية للجماهير خاصة الشابة

منها

تعتبر قناة الهدف أبرز واجهة إعلامية رياضية للجزائر محليا وعربيا، وهو ما يجعلها تحمل راية التعريف الرياضي بكل القدرات والمواهب الجزائرية الشابة للجماهير الجزائرية أو العربية وحتى العالمية، خاصة وأن القناة تعتبر نفسها واجهة إعلامية رياضية جزائرية على مستوى الإعلام المقروء، المرئي والالكتروني (موقع القناة) وذلك بدعمها لكل الرياضيين الجزائريين وتسليط الأضواء عليهم، ومن أبرز تلك الأمثلة

➤ فاز سائق المنتخب الوطني سامي ليون روبنسون بالبطولة الإيطالية للكارتينغ الشباب بعد احتلاله المركز الأول في السباق الذي جرى في حلبة نابولي... وهي الجائزة الثانية بالنسبة للسباق الجزائري في مسيرته...".

➤ تأهلت الجزائرية إيمان خليف إلى نهائي البطولة العالمية للملاكمة لفئة السيدات الجارية وقائعها بمدينة أسطنبول أين فازت بنتيجة 5 مقابل 0، لتواصل صنع التاريخ

وبما أن الدراسة التحليلية واكبت فترة منافسة ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022 فقد مجدت القناة الانجازات الجزائرية، وعمدت على إبراز المواهب الجزائرية الصاعدة التي تمكنت من حصد ميداليات في الرياضات التي شاركت فيه.

وكانت هذه جملة المحاور الأساسية التي تفسر إبراز قيمة المواهب والقدرات كأثر أنواع القيم الإيجابية ظهورا على نشرة أخبار القناة والتي كانت ترتكز بالأساس على انجازات الرياضات الجزائرية ذات المستوى العالي والتي بإمكانها تقديم المزيد للجزائر، لذلك تركز القناة عليها وتعمل على توسيع دائرة اهتمامات الجماهير الرياضية والمسؤولين بتلك المواهب في المستقبل، لما لهم من إمكانات ستقدم الكثير للجزائر.

في نفس السياق وحول بروز قيمة تدعيم الروح الوطنية من خلال الرياضة في المرتبة الثانية وتحقيقتها نسبة 31.82%، فهي نتيجة كانت منتظرة لما للرياضة من أهمية على المستوى الوطني، فالرياضة تعد من أبرز العوامل التي تجمع الأفراد والمجتمعات وتعزز من الانتماء الوطني، فالأندية والرياضيين والفرق الوطنية تتنافس في المسابقات الرياضية الدولية، أين يشعر الجمهور بالفخر والانتماء عند تمثيل بلادهم ورفع اسمها عاليا في البطولات والمسابقات وهو ما يساهم في تعزيز الوحدة والهوية الوطنية. لذلك تعتمد قناة الهدف من خلال نشرة أخبارها على إبراز قيمة المواطنة في كل مناسبة تحقق فيها الرياضة الجزائرية نتائج إيجابية أو انجازات رياضية تجعل الجميع يفتخر بها سواء جماهير رياضية، مسؤولين، وحتى وسائل الإعلام ذاتها.

إن هذه القراءة التحليلية لنتائج قيمة الروح الوطنية التي ظهرت في نشرة أخبار القناة تعكس المسؤولية الاجتماعية التي مارسها النشرة في هذا النطاق بداية من توفير التغطية الإعلامية لأخبار ومواضيع التألق الجزائري في المحافل الرياضية القارية والعالمية حتى بالنسبة للرياضات المجهريّة لدى المجتمع الجزائري، مروراً بدعم هذه الانجازات الفردية والجماعية وصولاً إلى الافتخار بها وتعزيز تلك الانجازات بالنسبة للمجتمع على خلفية المرجعية الوطنية وروح المواطنة التي تظهر في إبراز الانجازات الوطنية التي تجعل الجميع يعتز بها وبالانتماء إلى الجزائر.

فقد تأكدت عبر كثير الدراسات تأثير الرياضة على القيم الوطنية والروح الوطنية بالنسبة للمجتمعات والدور الفعال الذي تلعبه الرياضة كنشاط مستقل في تعزيز روابط التواصل والولاء تجاه الوطن " الرياضة نشاط يؤثر في المواطنة وكلاهما يكمل الآخر، فمعرفة بعض البلدان عالميا كان سببه رياضي مبدع، والرياضة مرتبطة بالمنظومة القيمية التي من شأنها أن تسهم في رفع الروح المعنوية للأفراد نحو الوطن،

لذلك يجب تعزيز مثل تلك الممارسات الإيجابية لاستثمارها في تعزيز قيم المواطنة والروح المعنوية، فثمة علاقة بين الرياضة والمواطنة، كون أن مفاهيم المواطنة تتقاطع مع الكثير من مفاهيم الرياضة ويشارك في إظهار قيم إنسانية محددة مثل الولاء والانتماء والقيادة والتضحية والانصهار في الجماعة والعمل من أجلها.¹ وهي العملية التي تكون في مرحلة ما من واجب وسائل الإعلام التي إلى جانب القيام بدورها بأداء الرسالة الإعلامية فعليها العمل على بث قيم المواطنة والاستثمار في الانجازات الرياضية لتعزيز الروح الوطنية كقيمة تعمل على تحقيق أهداف وطنية واجتماعية عديدة.

وهو ما قامت به النشرة الرئيسية للقناة عبر عدد المواضيع التي تتعلق بصفة خاصة بالانجازات الوطنية والتمثيل الرياضي الجزائري في مختلف الرياضات، أين عملت على إبراز الحدث من منظور وطني والافتخار بتلك النتائج والأرقام المسجلة باسم رياضيي و فرق جزائرية يساهمون في تقديم الجزائر إلى العالم الخارجي بأفضل وجه ويجعلون الجماهير الرياضية المتابعة للنشرة تقتخر بما قدمه هؤلاء وتعتز أيضا بانتماءاتهم الوطنية، وتزيد من الروح الوطنية لهم. وسنتناول فيما يلي بعض الأمثلة المتعلقة بقيمة الروح الوطنية من خلال الرياضة والتي قرأ فيها مقدم النشرة مجموعة من الأخبار كما يلي:

➤ انتقل إلى رحمة الله اللاعب الدولي السابق فوزي منصوري عن عمر يناهز 66 سنة، وكان منصوري واحد من أبرز النجوم المحترفين الذين لبوا نداء الوطن مباشرة ودون تردد ودون شروط سنوات الثمانينيات وكان أحد أبطال المباراة التاريخية أمام ألمانيا في كأس العالم... قبل أن ينهي مشواره مع الخضر في ظروف جد صعبة بعد أن ضحى بمسيرته الاحترافية من أجل الألوان الوطنية بعد فسخ عقده مع مونيخ من أجل التفريغ للمنتخب الوطني وتحضيرات كأس العالم 1986، وكان يلقب بالمجاهد والمحارب.."

➤ تصريحات بلماضي بعد الإقصاء من الذهاب إلى المونديال التي عبر فيها بلماضي للهدف أن ارتباطه بالمنتخب هو ارتباط بالوطنية وتناولت النشرة تصريحاته والتي قال فيها " ما يربطني بالمنتخب ليس أوراق وعقد بين طرفين، وإنما هو شيء معنوي متعلق بالوطنية... أنا جزائري أحب وطني وأسعى دائما لتقديم أشياء إيجابية للبلاد..."

➤ فاز سائق المنتخب الوطني سامي ليون روبنسون بالبطولة الإيطالية للكارتينغ الشباب بعد احتلاله المركز الأول في السباق الذي جرى في حلبة نابولي... وهي الجائزة الثانية بالنسبة للسباق الجزائري في مسيرته... جدير بالذكر أن سامي من أم جزائرية وأب انجليزي ويمثل الجزائر في منافسات الكارتنغ... "

¹ مروة مسعودي، عاتكة غرغوط، الأنشطة الرياضية ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الوادي، المجلد 13، العدد 1، 2022، ص 553.

➤ دشن أسطورة كرة القدم زين الدين زيدان مركزا رياضيا في بلدية إيستر الفرنسية، ودعا زيدان كالعادة ثلاثة لاعبين جزائريين....بولاية لاعب ميتر، ايلان قبال لاعب رامس، وكذلك الدولي الجزائري السابق فؤاد قادير للمشاركة في مباراة استعراضية..."

هذا إلى جانب كثير المواضيع التي عالجتها فيها النشرة مواضيع محترفي المنتخب الوطني لكرة القدم وإنجازاتهم رفقة بقية الرياضيين في مختلف الأنواع الرياضية من منظور وطني عن طريق الافتخار بما حققه أبناء الجزائر وانتماءاتهم للألوان الوطنية.

فيما كانت قيمة تعزيز الروح الرياضية للرياضيين وبين الانتصار حاضرة ضمن القيم التي تناولتها النشرة في مواضيعها التي عالجتها بنسبة 11.69% وهو التواجد الاعتيادي لقيمة الروح الرياضية ضمن وسائل الإعلام جميعها التي تهدف من خلالها مختلف وسائل الإعلام عبر مضامينها إلى القيام بتغطية إعلامية عادلة ومتوازنة للأحداث الرياضية بغض النظر عن انتماءات الفرق والرياضيين، من خلال تقادي التحيز والتمييز بين جميع أطراف اللعبة، وأيضا من خلال عرض القيم الرياضية الإيجابية كروح المنافسة الشريفة، التضامن، تقبل الهزيمة إلى غير ذلك من المؤشرات التي ظهرت على نشرة الهدف محل الدراسة، في بعض المواضيع التي اعتنت بها القناة في إبراز قيمة الروح الرياضية بين الجميع رياضيين أو الانتصار كقيمة أساسية على الجميع أن يتحلى بها.

في نفس السياق فقد ظهرت قيمة خلق روح المنافسة الشريفة في المرتبة الرابعة بنسبة كانت قريبة من قيمة تعزيز الروح الرياضية وبلغت 09.09%، وهي الفئة التي اختصت بها دراستنا للتصريحات والخرجات الإعلامية للأطراف الرياضية (لاعبين، مدربين، مسؤولين...الخ) والتي تهدف إلى نشر مبادئ المنافسة الشريفة والعادلة بين الأندية والرياضيين، وهو لب الاختلاف بينها وبين القيمة التي سبقتها الخاصة بتعزيز الروح الرياضية التي تعتبر شاملة بما في ذلك للجماهير والانتصار ووسائل الإعلام.

وقد ارتأى الباحث إلى تعيين خلق روح المنافسة الشريفة كقيمة مستقلة بذاتها عن تعزيز الروح الرياضية لإبراز مدى تناول القناة واهتمامها بالمنافسة الشريفة بين الأطراف الرياضية عن طريق ما تقدمه من تصريحات ومقابلات إخبارية لهم على هامش المواضيع الرياضية التي تعالجها، وهي نسبة كانت حاضرة من خلال إبراز القناة للتصريحات الإيجابية سواء للرياضيين أو المسؤولين والتي يكون فحواها تشجيع المنافسة الشريفة على حساب المظاهر السلبية للرياضة حول بيع الهمم والتلاعب بالنتائج الرياضية إلى غير ذلك من المظاهر السلبية للرياضة.

ومن أبرز ما تناولته القناة في هذه الفئة كان:

➤ لحساب مباراة العودة من ربع نهائي رابطة أبطال إفريقيا بين وفاق سطيف والأهلي المصري (الذهاب انتهى لصالح الأهلي برعاية نظيفة) وفي موضوع تغطية القناة لوصول بعثة النادي المصري إلى الجزائري، أبرزت النشرة التصريحات الإيجابية للطرفين الجزائري والمصري وركزت على حسن العلاقة بين الناديين والمسيرين والجماهير الجزائرية والمصرية أيضا وتناولت مقاطع التصريحات التي تبعث على روح المنافسة الشريفة بين الناديين والعلاقة الطيبة التي تربط الناديين والشعبين وقال رئيس بعثة النادي المصري " نحن نقدركم كثيرا والدولة الجزائرية وشعبها من الشعوب القريبة من الشعب المصري، نسأل الله أن يوفقكم وأتمنى لكم الازدهار شعبا وحكومة...إنشاء الله سنظل دائما مترابطين، ومتقاربين الشعب الجزائري والمصري...لنؤدي مباراة جميلة فوق الميدان من قبل الطرفين هي رياضة والرياضة فيها منافسة وحب واحترام وتقدير، لم نتأهل بعد وذلك لن يتحقق إلا فوق الميدان، سنركز على المباراة وأتمنى التوفيق لنا ولفريق وفاق سطيف في هذه المباراة..." وفي تصريح لسفير مصر بالجزائر أبرزت القناة أيضا مقاطع إيجابية من التصريح قال فيها السفير مختار جميل توفيق " اليوم نرحب بعرض النادي الأهلي بالجزائر هي زيارة هامة أمام نادي وفاق سطيف، إنشاء الله تكون مباراة جميلة، الترتيبات والتنظيمات تسير بصورة جيدة جدا جدا، مسؤولي وفاق سطيف والاتحادية وقروا كل الترتيبات المطلوبة، والأهلي وسط إخوته بالجزائر وإنشاء الله ستكون مباراة رياضية بامتياز بين الشقيقين.. ونتمنى التوفيق للطرفين في المباراة..."

➤ وموضوع آخر حول اقتراب شباب بلوزداد من حسم لقب البطولة الثالثة له على التوالي بعد انتصاره على وفاق سطيف، تناولت القناة تصريحات لرئيس وفاق سطيف عبد الحكيم سرار بعد اللقاء تناولت فيها أشياء إيجابية حول المنافسة الشريفة بين الناديين، بارك من خلالها سرار للشباب من اقترابهم إلى حسم اللقب وعلى المستويات والعمل الكبير الذي يقومون به وتمنى لهم كل التوفيق في تمثيل الجزائر قاريا وقال في تصريحه " الشباب فريق كبير ويستحق كل الاستحقاق هذا اللقب، وهو بصدد حصد ثمار العمل الذي قاموا به، لن نتكلم عن خسارتنا اليوم بقدر ما وجب علينا التنويه إلى ما يقوم به هذا النادي محليا وقاريا استحقوا الفوز اليوم فوق الميدان، أنا أحبيهم على خريطة العمل التي سطورها والمجهودات التي يبذلونها وأيضا النتائج المحققة، وأقول أنهم يستحقون الألقاب والتتويجات التي حققوها..."

فيما ظهرت بقية القيم التي قمنا بدراستها والممثلة في: تدعيم التنمية المستدامة، التحسيس بخطورة العنف والضعف وأيضا الفساد الرياضي، بنسب ضئيلة ومتقاربة، ولعل يعود أسباب ظهورها بهذه الأرقام لسببين رئيسيين هما:

■ قلة المواضيع الخاصة بالعنف وأنواعه أو الفساد الرياضي في فترة الدراسة التحليلية، ما يقلل نسب ظهور هكذا مواضيع وقيم ضمن النشرة.

■ توجه القناة إلى الاهتمام بإبراز قيم المواهب والقدرات الرياضية الوطنية وأيضاً الروح الرياضية والتنافس الشريف على حساب بقية القيم، ووضع هذه القيم كأولوية لها في معالجتها الإخبارية على حساب قيم أخرى.

ومن خلال قراءتنا وتحليلنا لفئة القيم الإيجابية فيمكننا التأكيد أن النشرة الإخبارية لقناة الهدف تضع قيم إيجابية على رأس أولوياتها مقارنة بقيم أخرى والتي تتمثل في إبراز القدرات والمواهب، وتدعيم الروح الوطنية وأيضاً تعزيز قيم الروح الرياضية والتنافس الشريف، وهي التي كانت القيم الإيجابية الأكثر بروزاً في النشرة. بالمقابل وفيما يخص القيم السلبية التي ظهرت في تحليلنا لمضامين النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف فقد ظهرت بنسبة ضئيلة مقارنة بالقيم الإيجابية، وتباينت تلك القيم بين قيمتي خلق حساسية بين النوادي والرياضيين وتحطيم الآمال الرياضية والطموح وبين باقي القيم.

وتعود الأسباب التي أدت إلى ظهور القيم السلبية على نشرة قناة الهدف إلى دور القائم بالاتصال على مستوى إعداد نشرة الرئيسية الذي يتحكم في المضامين التي يعرضها بطريقة يستطيع من خلالها إبراز ما يريد عرضه وإيصاله إلى المتلقي بطريقة إيجابية غير سلبية، وهي طريقة قد تحمل عادة عبارات ورسائل مباشرة وغير مباشرة تؤدي إلى خلق نوع من الحساسية بين الأطراف الرياضية أو بين جماهيرها على سبيل المثال. أما السبب الثاني فيعود إلى سوء المعالجة التي تقوم بها النشرة لبعض المواضيع الرياضية ما يتسبب في إخراجها عن إطارها الرياضي لتحمل قيم سلبية أخرى مثل الجهوية أو تغذية التعصب الرياضي، العنف اللفظي المبطن الذي من شأنه التأثير على الخبر وعلى قيمة الوظيفة الإخبارية للنشرة. هذا بالإضافة إلى الطابع الجدي لنشرة الأخبار والذي يقتضي بتقديم الأخبار إلى المشاهدين دون المساس بها، عكس البرامج التلفزيونية الرياضية الأخرى التي تحمل الرأي والرأي الآخر، وتقديم تحليلات وآراء مختصين ومتابعين ما من شأنه أن يتلون بقيم سلبية عديدة قادرة أن تتعدى نسبتها ما حصلنا عليه في نشرة الأخبار.

وكانت القيمة السلبية المتمثلة في خلق حساسية بين النوادي والرياضيين أو الأنصار هي القيمة السلبية الأكثر بروزاً في النشرة أين بلغ تكرارها 08 وحدات بنسبة 38.10% من النسبة العامة للقيم السلبية التي ظهرت في النشرة. وهذا يعود إلى طريقة عرض ومعالجة النشرة للمواضيع الرياضية المتعلقة بالأساس بنتائج المنافسات الرياضية.

ومن بين أبرز الأمثلة عن القيمة السلبية الخاصة بخلق حساسية بين النوادي أو الرياضيين أو الأنصار نذكر ما يلي:

➤ في موضوع مشاركة المنتخب الوطني في البطولة العربية لكرة السلة لما تحت 18 سنة وانهزامه في الدور النهائي أمام نظيره المصري تناولت النشرة تصريحات مدرب المنتخب الوطني رشيد صيفي بعد المباراة والذي كان يظهر عليه فيها التوتر والغضب من الخسارة وبثت تصريحات يمكننا وصفها بالساخنة تجاه منافسه المصري حول الطريقة التي انهزم بها الفريق وقال المدرب صيفي في النشرة " ... صعبة جدا لما تلعب أمام المنتخبات المصرية وفي مصر بالذات... المصريين يجيدون لعبة الكولسة جيدا...الدورة تسمح إلا لـ 14 لاعبا فقط للمشاركة إلا أنهم لم يحترموا هذا وغيّروا كثير من اللاعبين، إضافة إلى وضعهم حكام لهدف واحد وهو خدمتهم، إضافة إلى أن لجنة الحكام أيضا كانوا مصريين جميعهم، محافظ اللقاء أيضا كان مصري، كل الطاولة كانت مصرية... وهي مشكلتنا نحن الجزائريين ديمّا جابدين رواحنا، علينا أن ندخل في هذه الهيئات والاتحاديات العربية والقارية لأننا لا نستطيع أن ننافس المصريين بهذه الطريقة..." إن التصريح الذي تناولته النشرة لا يفسّر سبب خسارة المنتخب بقدر ما يفسر سوء تعاملها ومعالجتها للموضوع، خاصة وأنها تعلم جيدا أن نفس هذا المنتخب فاز على نفس المنتخب المصري في نفس البطولة وفي الدور الأول بالتحديد، وكان نفس الطاقم التحكيمي هو الذي يدير المباراة، وهو ما غفلت عنه القناة وجعلها تناول الموضوع بطريقة سلبية تبرز من خلاله قيمة سلبية قد تخلق حساسية بين الطرفين خاصة وأنها أخذت تصريحات ساخنة للمدرب وهو في حالة توتر بعد المباراة مباشرة، في وقت كان يمكنها النظر إلى بلوغ الشبان لنهائي المنافسة والذي يبقى انجاز بالنسبة لهم.

في موضوع آخر حول مباراة وفاق سطيف والأهلي المصري لحساب عودة نصف نهائي رابطة أبطال إفريقيا عرضت القناة تصريح جماهير الأهلي التي تنقلت إلى الجزائر لمناصرة فريقها في المباراة، إلا أن القناة عرضت تصريحات الجماهير بطريقة مغايرة وليست حول انطباعاتهم على مباراة ناديهم أمام وفاق سطيف والتي هي موضوع الخبر، وإنما كان التصريح حول برمجة نهائي المنافسة في المغرب وحمل التصريح التي تعمدت القناة بثّه الكثير من الحساسية تجاه المغرب، أين قال المناصر " المغرب تحصلت على تنظيم مباراة النهائي عن طريق الفساد والرشوة، لقد كنتم تنتظرون تأهل الوداد للنهائي لبرمجة المباراة في المغرب، لو أن فريق آخر تأهل للنهائي غير الوداد ما كانت المغرب سعت لاحتضان النهائي...إن الفساد في الكاف يقف على رأسه المغرب...هناك فساد كبير وعلى الجزائريين والمصريين التكاتف من أجل التصدي لما تقوم به المغرب..." وهي تصريحات غير مسؤولة بثتها القناة لمناصر عادي حملت قيم سلبية من شأنها خلق

حساسية بين الجزائريين والمغاربة، رغم أن الموضوع المعالج والخبر لم يكن استضافة المغرب للنهائي وإنما مباراة وفاق سطيف والأهلي المصري حتى أن الأنصار تنقلوا للجزائر من أجل مناصرة ناديهم وليس للحديث عن نهائي المنافسة في المغرب.

أما قيمة تحطيم الآمال الرياضية والطموح التي ظهرت في 06 مناسبات بنسبة 28.58% من إجمالي القيم السلبية، فقد كانت بسبب سوء تناول ومعالجة القائمين على إعداد النشرة للأخبار والمواضيع التي يطرحونها عن طريق توجيه الخبر إلى زاوية سلبية يحمل ما نصفه بتحطيم آمال الرياضيين وطموحهم ومن الأمثلة التي برزت فيها هذه القيمة:

➤ في موضوع مشاركة المنتخب الأولمبي لكرة القدم في دورة دولية ودية علقت النشرة على أداء المنتخب بقراءة مقدم النشرة الخبر كما يلي " خيب المنتخب الوطني الأولمبي كل الآمال التي كانت معلقة عليه وأقصى من دورة موريس ريفيلو الدولية الودية بعد الخسارة الثانية التي تكبدها عشية الجمعة أمام الفريق الكولمبي لأقل من 19 سنة بنتيجة هدفين لهدف، شبان الخضر كزرو سيناريو المباراة الأولى أمام اليابان في ظل كثرة الفرص المتاحة لهم دون فعالية تذكر... وبهذه النتيجة أقصى المنتخب الوطني لأقل من 23 سنة في ظل تجمد رصيده بصفر نقطة..." ورغم أن المنتخب الوطني الأولمبي كان بصدد القيام بتحضيراته تحسبا للمواعيد الرسمية المقبلة في دورة ودية إلا أن القناة عالجت الموضوع على أنه فشل وأن شبان المنتخب خيبوا الآمال التي علقت عليهم، وهي الطريقة التي تحمل قيمة سلبية تتمثل في تحطيم آمال وطموح الشبان الذين تنتظرهم مواعيد أهم من المباريات الودية والتحضيرات التي يقومون بها.

➤ في موضوع آخر وفي ألعاب البحر الأبيض المتوسط تناولت النشرة خبر المنتخب الوطني لتتنس الطاولة وخسارته في الربع النهائي أين قرأ المذيع الخبر كالتالي " فشل الفريق الوطني لتتنس الطاولة رجال في التأهل لنصف نهائي الألعاب المتوسطية بعد خسارته أمام ثنائي منتخب سلوفينيا بنتيجة ثلاثة مقابل واحد..." ورغم أن الجزائر لا تملك تقاليد رياضية في لعبة تنس الطاولة ولم يسبق لها تحقيق إنجازات بهذا الحجم إلا أن القناة نظرت إلى الخبر على أنه فشل رياضي بالنسبة للفريق الوطني، وكان الأجدر بالقناة تناول الخبر على أنه خسارة عادية وليس فشل، بما أن معالجة الموضوع على أنه فشل في مثل هذه الرياضيات من شأنه أن يحطم آمال المنتخب وطموحه في تحقيق نتائج أفضل من الدور الربع النهائي للألعاب المتوسطية.

وفيما يخص قيمتي تغذية التعصب الرياضي والجهوية والعنصرية فقد ظهرت في النشرة بـ 03 تكرارات لتغذية التعصب الرياضي وتكرارين 02 بالنسبة للجهوية والعنصرية، وقد كان ذلك منحصرا في المواضيع

الخاصة بالمنتخب الوطني لكرة القدم ولم نسجل أي حالة فيما يتعلق بالمواضيع الأخرى خاصة مواضيع الرابطة الوطنية لكرة القدم بما أنها كانت أكثر نوع رياضي أو منافسة ظهرت على النشرة، وظهرت هاتين القيمتين في تناول القناة لأخبارها أو التصريحات المتعلقة بالمنتخب الوطني لكرة القدم وممثليه بعد مباراة الكامبيرون بصفة خاصة، أين كانت هناك تصريحات نارية تناولتها النشرة خاصة للمدرب بلماضي تجاه الكاف أو الأطراف الكامبيرونية.

والظاهر أن القناة وعبر نشرة أخبارها انسأقت وراء ذاتيتها ومشاعرها في معالجتها لهذا الموضوع والذي مثل نكسة وضربة قوية للجماهير الرياضية الجزائرية التي لم تتقبل الإقصاء الذي كان بطريقة وصفها الكثيرون بالمرّة، لاسيما بعد الأحاديث والأقوال التي واكبت المباراة وما بعدها وبقاء الملف مفتوحاً، ما جعل القناة تدافع عن المنتخب بطريقة تخلّت فيها عن موضوعيتها وتناولت تصريحات حملت قيم سلبية لاسيما للناخب الوطني جمال بلماضي الذي كانت له عديد الخرجات الإعلامية في تلك الفترة على مختلف وسائل الإعلام والتي غطتها النشرة لكنها حملت بعض القيم السلبية مثل:

➤ في تصريح المدرب بلماضي لإذاعة "آر أم سي RMC" الفرنسية والذي تناولته النشرة قال "المشكلة في إفريقيا هي التحكيم الإفريقي، التحكيم في كل مباراة تسبب لنا بمشاكل كثيرة وليس فقط في مباراة الكامبيرون الفاصلة وإنما في مباريات كثيرة داخل إفريقيا... في السنوات الثلاثة الأخيرة سواء انتصرنا أو فزنا كنا نعاني من التحكيم، والمشكلة ليس في كفاءة التحكيم وإنما في أشياء أخرى تتسبب لنا بمشاكل في كل مبارياتنا... لا نعلم إن كنا مقصودين بهذه التصرفات؟..." وهي تصريحات تحمل من العنصرية ما يكفي لفهم أن التصريحات موجهة على وجه الخصوص إلى إفريقيا كقارة سمراء، فبلماضي يتناول كثيرا في تصريحاته مصطلح التحكيم الإفريقي وأنتقد على ذلك كثيرا خاصة من اللاعب الكامبيروني السابق باتريك مبوما الذي رد على بلماضي وقال " على بلماضي أن يعي بأنه إفريقي لا من قارة آسيا أو أوروبا... أعلم أنه قضى سنوات طويلة في آسيا، ولكنه يقول دائما بأنه ولاعبوه يذهبون إلى إفريقيا عليه أن لا ينسى بأن الجزائر إفريقية هي الأخرى... هذا التحكيم الإفريقي وهذه هي إفريقيا وعلى بلماضي أن يتقبله..."¹.

➤ في موضوع مشابه وحول القرارات التي اتخذتها الكاف فيما يخص اللقاءات التي ستحتضن المباريات التصفوية الخاصة بالتأهل لكأس أمام إفريقيا بالنسبة للدول والفرق المعنية بالتصفيات وضرورة جلوس الأنصار في المدرجات على كراسي تناولت النشرة الخبر كالتالي " الكاف تمنع أنصار الخضر من الجلوس

¹ جريدة الحياة العربية، باتريك أمبوما: هذا هو التحكيم الإفريقي وعلى بلماضي أن يتقبله، النسخة الإلكترونية، 26 أبريل 2022، مسترجع بتاريخ 01 ماي 2023، انظر الرابط: <https://2u.pw/ZwLFih>

في المدرجات السفلية بملعب 05 جويلية...". وهي الطريقة التي من شأنها أن تغذي التعصب الرياضي خاصة بالنسبة لـأنصار الخضر الذين لم يتقبلوا الطريقة التي أقصي بها المنتخب من موندريال قطر، وكان على القناة أن تتناول الموضوع بأن الأمر لا يتعلق بمنع الكاف الأنصار من الجلوس على المدرجات السفلية (هي المدرجات المفضلة لـأنصار الخضر في 05 جويلية) وإنما يتعلق بالإجراءات التنظيمية الجديدة التي مست كل المنتخبات المعنية بخوض التصفيات وضرورة تغطية جميع المدرجات بالكراسي.

وفي ختام تحليلنا لفئة القيم فإن القناة عبر نشرة أخبارها الرسمية مارست مسؤوليتها الاجتماعية فيما يخص القيم المتضمنة في المواضيع الرياضية وتناولت القيم الإيجابية التي من شأنها أن تخدم الصالح العام والمجتمع الرياضي الجزائري، في حين كانت قيمتي إبراز القدرات والمواهب الوطنية وقيمة تدعيم الروح الوطنية على رأس أولويات النشرة في معالجتها لمختلف الأخبار الرياضية. بالمقابل تعود القيم السلبية التي ظهرت على قناتها في النشرة بسبب سوء تعامل القائم بالاتصال على مستوى النشرة مع الموضوع المعالج ما يتسبب في توجيهه إلى جوانب أخرى تحمل قيم سلبية.

9- على مستوى فئة الاتجاه:

تهدف فئة الاتجاه في بحوث تحليل مضمون وسائل الإعلام إلى الكشف عن اتجاه مضمون وسائل الإعلام تجاه الخبر أو الموضوع أو القضية المعالجة، ورغم أن هذه الفئة تستعمل عادة على اتجاه الوسيلة ومدى تأييدها، معارضتها، أو حياديتها للموضوع المعالج، إلا أن الباحث وحسب التعريف الإجرائي فإن تحليل فئة الاتجاه في هذه الدراسة تعني باتجاه المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تعالجها نشرة أخبار قناة الهدف، نظرا لأنها تخدم أهداف البحث والدراسة والمتعلقة بالدرجة الأولى في التعرف على مدى ممارسة القناة عبر نشرتها لمسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام من ناحية الاتجاه، عن طريق الإجابة عن سؤال ما هو اتجاه المعالجة الإخبارية التي تناولت من خلاله النشرة مواضيعها الرياضية.

وحدد الباحث يوسف تمار هذا المفهوم بتوضيحه أن فئة الاتجاه تطرح إشكالية من شأنها أن تؤثر سلبا على اتجاه التحليل ونتائجه، وتتمثل في صعوبة تحديد الاتجاه الذي يبقى نسبي بما أن الأمر يتعلق على تقييمه بمؤيد، معارض، محايد والتي قد تختلف باختلاف وجهات النظر... لكنها فئة جد هامة لمعرفة التوجهات العامة التي يريدها صاحب المحتوى في خطابه، ويمكن للباحث إيجاد أصناف أخرى من الاتجاه.¹

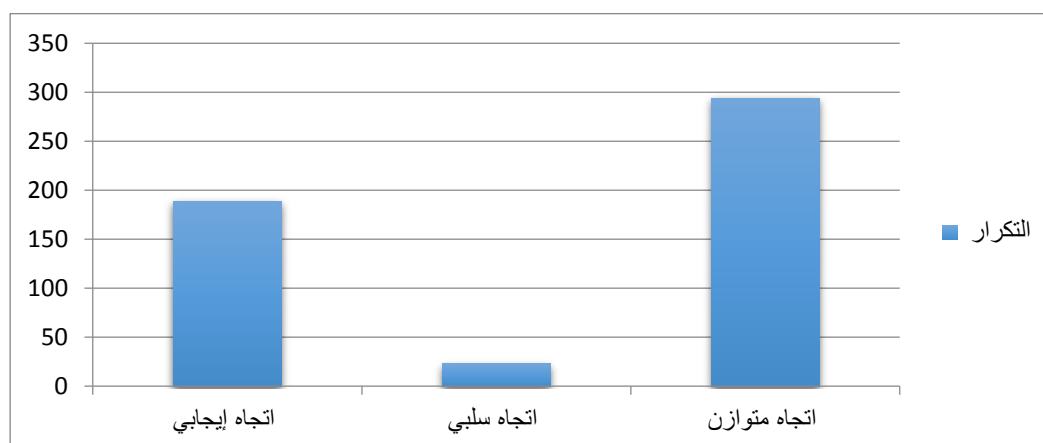
¹ يوسف تمار، مرجع سابق، ص ص 62-63.

وبتحليل هذه الفئة سيتسنى للباحث اكتشاف طبيعة معالجة نشرة قناة الهدف الرئيسية للمواضيع الرياضية التي تعالجها انطلاقاً من تقسيم فئة الاتجاه إلى فئات ثانوية ثلاثة هي: الاتجاه المتوازن (بعرض الخبر كما هو في الواقع دون الحياد)، الاتجاه الإيجابي (عن طريق إبراز الجوانب الإيجابية من الخبر)، والاتجاه السلبي (الذي يتم فيه تناول الخبر بعرضه من نواحي سلبية).

جدول رقم(26): يمثل توزيع فئة الاتجاه ضمن نشرة الأخبار الرئيسية للقناة

الاتجاه	التكرار	النسبة %
اتجاه إيجابي	189	37.35%
اتجاه سلبي	23	4.55%
اتجاه متوازن	294	58.10%
المجموع	506	100%

الشكل رقم (34): أعمدة بيانية تمثل توزيع تكرار الاتجاه المتضمن في النشرة



تحليل نتائج الجدول وتفسيرها:

يبين لنا الجدول الموضح أعلاه والشكل التوضيحي أسفله أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف الرياضية تبنت في معالجتها للمواضيع الرياضية اتجاهاً متوازناً طغى على بقية الاتجاهات المطروحة في هذه الفئة وهذا بجمعه 294 وحدة وبلغه نسبة 58.10%، وبدرجة أقل كانت اتجاه معالجتها إيجابية بنسبة 37.35%، وهي الإحصائيات التي تعكس أن نشرة القناة تلتزم بالحياد في معالجة جل مواضيعها الرياضية

وذلك بعرض كل جوانب الخبر، وأيضاً دون المساس بأحد الجوانب على حساب الآخر انطلاقاً من طبيعة الحدث في حد ذاته، فيما تبحث عن طرح الجوانب الإيجابية للمواضيع الرياضية التي تعالجها وذلك بالاتجاه إلى الجوانب التي تراها تبعث عن التفاؤل بالنسبة للمشاهدين وتحفزهم على متابعة بقية فقرات النشرة والمواضيع المطروحة فيها.

وسنعرض فيما يلي الإحصائيات والنسب التي أسفرت عنها الدراسة التحليلية للنشرة الرئيسية للقناة من خلال فئة اتجاه المعالجة:

- احتلت فئة اتجاه المعالجة المتوازنة المرتبة الأولى في فئة الاتجاه بجمعها تكرار بلغ 294 وحدة وبنسبة 58.10% من النسبة العامة.
- وجاءت فئة اتجاه المعالجة الإيجابية في المرتبة الثانية بتكرار 189 وحدة وبنسبة قدرت بـ 37.35%.
- فيما حلت فئة اتجاه المعالجة السلبية المرتبة الأخيرة بـ 23 وحدة ونسبة 04.55%.

وقد تبنت القناة عبر نشرة أخبارها اتجاه واضحاً في معالجتها للمواضيع الرياضية بسيطرة المعالجة أو الاتجاه المتوازن على طبيعة معالجة مواضيعها وأخبارها، في نتائج تؤكد بأن قناة الهدف تحاول العمل على طرح المواضيع والأخبار الرياضية بطريقة حيادية بعيدة عن التصرف أو الذاتية، والعمل على التحلي بأكبر قدر ممكن من الموضوعية خاصة بما أن الأمر يتعلق في معظم المواضيع التي تعالجها بمواضيع الرابطة المحترفة الأولى، أين تحاول القناة الابتعاد عن الذاتية أو ترجيح كفة طرف رياضي على حساب آخر بالنظر إلى الحساسية الموجودة بين جماهير وأنصار الأندية التي هي نفسها تكوّن قاعدة جماهيرية بالنسبة للقناة. وتعتبر الموضوعية والحيادية أبرز المعايير المهنية في الإعلام الواجب التحلي بها في العمل الإعلامي، على أساس تأدية الوظيفة الإخبارية بأمانة عملية " فالموضوعية لا تكتمل إلا بعدم تفضيل جانب على حساب الآخر أو وجهة نظر على حساب وجهة نظر أخرى أي الحياد في تناول المواضيع عن طريق مبدأ العدل والإنصاف عن عرض وجهات النظر.¹

وبالنظر إلى أن قناة الهدف وكأي وسيلة إعلامية أخرى تسعى إلى تحقيق مبدأ التوازن والحيادية في معالجة المواضيع والقضايا التي تطرحها، فإن نشرة القناة تبنت ذات التوجه الإعلامي بالابتعاد عن الذاتية والتجرد عن كل ما من شأنه أن يؤثر على توازن الخبر والموضوع المعالج، ويرى المختصين والباحثين في

¹ خالد الحلوة، الموضوعية والحياد في الصحافة، مدونة خالد الحلوة، 11 ديسمبر 2017، مسترجع بتاريخ 07 ماي 2023،

انظر الرابط: <https://2u.pw/njq42q>

هذا المجال أن " الموضوعية هي نمط من التغطية الإخبارية يتسم بالسعي من أجل أهداف عديدة من بينها فصل الرأي عن الحقيقة وتحقيق النزاهة والتوازن بإعطاء الأطراف المختلفة فرصا متكافئة لإبداء وجهات نظرها، حتى يتسنى للجمهور الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية أو حدث وهي تعني الحياد بدلا من التدخل أو المشاركة.¹ وانطلاقا من هذه النقاط الخاصة بالعمل الإعلامي على مستوى المجال الإخباري فعليه أن يتسم بالحياد والتوازن في طرح الأخبار والمواضيع والقضايا المثارة، وهو ما تبنته القناة في سياستها التحريرية في نشرة أخبارها الرئيسية، خاصة وأن نشرة الأخبار الرئيسية هي أحد البرامج الرئيسي في أي قناة والتي تعرّف بها عن نفسها لدى جمهور المشاهدين.

ويمكننا تفسير سيطرة الاتجاه المتوازن على معالجة النشرة للمواضيع الرياضية في النقاط التالية:

■ سياسة القناة التحريرية والتزامها بمعايير الموضوعية والحياد في طرح قضاياها

إن العمل الإعلامي خاصة في المجال الإخباري يتميز عن بقية مجالات الإعلام الأخرى في طابعه الجدي والإخباري الصرف، أين تقتصر العملية الإخبارية في وسائل الإعلام عامة على تقديم الخبر أو الحدث أو الموضوع في ظروفه الطبيعية دون المساس بمحتواه أو الانحياز فيه لطرف معين على حساب الآخر، وهو ما يميز طبيعة الأخبار والمواضيع في نشرة أخبار الهدف التي تعمل على تقديم الأخبار دون الذاتية التي تؤثر على قيمة الخبر وتوجهه وتأثيره في الجماهير، ويبعد القناة عن معايير المهنة.

■ طبيعة المواضيع التي تعالجها القناة

تعتبر الأخبار والمواضيع التي تعالجها القناة عبارة عن أخبار رياضية تخص الشأن الرياضي المحلي بالدرجة الأولى سواء على مستوى أنواع الألعاب الرياضية وهي كرة القدم المحلية والخاصة أيضا بالمنتخب الوطني والرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم، وتعتبر مواضيع الرابطة المحترفة الأولى لكرة القدم من المواضيع الحساسة الواجب تناولها بكثير من الموضوعية والحياد وتقديم الخبر في قالب متوازن، بالنظر إلى طبيعة العلاقة بين أنصار الأندية الجزائرية المتعصبة لفرقها، الشيء الذي تعمل القناة على تفاديه لتجنب الوقوع في خلق حساسية بين هؤلاء الجماهير الذين يشكلون في نفس الوقت الجمهور الذي تخاطبه القناة والنشرة على وجه الخصوص.

■ خصوصية الإعلام الرياضي

¹ آمنة المير، أسطورة الحياد، درا الإشهار للنشر والتوزيع، بيروت، 2014، ص 187.

يقتصر العمل الإخباري في مجال الإعلام الرياضي على تقديم الأخبار الرياضية الجاهزة والتي تتعلق بالأساس بنتائج المباريات، مواعيد المنافسات والمسابقات الرياضية، تحضيرات الأندية إلى غير ذلك من الأخبار التي توصف بالجاهزة، ما يجعل العمل فيها يبتعد عن التحليلات والتعليقات التي يدخل فيها عامل الذاتية في معالجة المواضيع، بالإضافة إلى أن التحليلات والتعليقات تختص أكثر بنوع برامج تلفزيونية أخرى كالتحليلية وبرامج النقاش وبرامج أخرى قد تحضر فيها ذاتية القائم بالاتصال أو الضيوف أو المحللين في معالجة المواضيع الرياضية.

إن الإعلام الرياضي كأحد مجالات الإعلام الحديثة التي تحظى بمتابعة جماهيرية كبيرة، يعتبر من أنواع الإعلام التي يطغى عليها طابع الجاهزية، أين يقتصر العمل في معظم محاورها على نقل أخبار الخاصة بنتائج المنافسات والمباريات، تحضير الأندية لتلك المنافسات، عرض مواعيد المسابقات واللقاءات الرياضية المختلفة، تصريحات الأطراف الرياضية... الخ، وهي نوع المواضيع التي تقدم نفسها للجماهير إذا ما خلت من التعاليق أو التحليلات التي تتسم بالذاتية وتقديم آراء خاصة نحو الموضوع، لذلك كان لزاما على القناة في معالجتها لأغلب تلك المواضيع عبر نشرتها أن تقدمها في طبيعتها ضمن الواقع التي حدثت فيه، ما يفسر سيطرة الاتجاه المتوازن على معالجة النشرة للمواضيع التي تطرحها، بالمقابل فهو يفسر أيضا أن قناة الهدف وعبر نشرة أخبارها تلتزم بقدر كبير من الموضوعية والمسؤولية في تأدية مهامها من خلال نقل جل الأخبار التي تعرضها في قالب خبري متوازن خال من التحيز.

ويمكننا القول أن تبني النشرة لاتجاه المتوازن في معالجة مواضيعها الرياضية يرتبط أكثر بتوجه القناة نحو الموضوعية والحفاظ على سياستها الحيادية في تناول المواضيع الرياضية خاصة المحلية منها المتعلقة بأندية الرابطة المحترفة الأولى، لبقاء القناة في منأى عن التأويلات التي قد يضعها المشاهد فيما يخص انتماءات وانحيازات القناة.

أما فيما يخص الاتجاه الإيجابي الذي كان ثاني الاتجاهات الذي ظهر في معالجة النشرة للمواضيع الرياضية بنسبة 37.35%، فهو الاتجاه الذي يرتبط بالأخبار الإيجابية والمفرحة تحديدا بالنسبة للجمهور المتلقي، وهو أحد الاتجاهات الإخبارية الحديثة التي تتبناها الكثير من القنوات التلفزيونية بما أن المشاهد بصفة عامة سئم من نوع الأخبار السلبية خاصة فيما يتعلق بالواقع الاجتماعي الذي تعيشه المجتمعات. ويرى منصف العياري " أن المواعيد الإخبارية وخصوصا الرئيسية منها باتت فضاءات فرجة على أحداث العالم، ومشغل المشاهد المتقبل وواقع تضيي عليه التقنيات الحديثة مسحة من الجمالية حتى وإن

كان قاتما ومريرا، فقد أصبح أحد أبرز أهداف القنوات الإخبارية بالخصوص تقديم الفرجة للمشاهدين وغير المنتظر ومفاجأة المتقبل، وكسب ود أكبر عدد من المتتبعين...¹

ويتجسد الاتجاه الإيجابي الذي تتبناه النشرة في المواضيع الرياضية التي تعالجها أغلبه فيما يتعلق بالإنجازات والنتائج الإيجابية للتمثيل الوطني الرياضي في مختلف الرياضيات والمنافسات والأصناف، وتعتمد القناة توجيه المضمون إلى ناحيته الإيجابية عن طريق تبيين النتائج المحققة للرياضيين والفرق الوطنية التي تمثل الجزائر في المنافسات القارية والإقليمية والعالمية، وخاصة عندما يتعلق الأمر بتحقيق نتایج تاريخية ورفع الراية الوطنية في المحافل الرياضية.

وقد رأى الباحث ضرورة إدخال متغير الموضوع على فئة اتجاه المعالجة الإخبارية لمعرفة مدى تأثير طبيعة الموضوع المعالج على اتجاه معالجته للوصول إلى نتائج أدق فيما يخص توجه النشرة نحو تقديم معالجة إيجابية أم سلبية على المواضيع الرياضية التي تتناولها على أساس نوع هذا الموضوع، وفيما يلي رصد لنتائج هذا الربط التحليلي انطلاقا من فئة الموضوع فيما يخص الاتجاه الإيجابي والذي كان ترتيبها كما يلي:

- المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه في المرتبة الأولى بـ 77 وحدة ونسبة 40.74%.
- نتائج المنافسات الرياضية في المرتبة الثانية بـ 36 وحدة ونسبة 19.05%.
- الانتقالات والتعاقدات والإقالات في المرتبة الثالثة بـ 29 وحدة ونسبة 15.34%.
- مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين في المرتبة الرابعة بـ 24 وحدة ونسبة 12.70%.
- الهياكل والمنشآت الرياضية في المرتبة الخامسة بـ 07 وحدة ونسبة 03.70%.
- الهيئات الإدارية الرياضية سادسا بـ 06 وحدة ونسبة 03.17%.
- نجوم ومشاهير في المرتبة السابعة بـ 04 وحدة ونسبة 02.12%.
- مشاكل وأزمات رياضية سابعا أيضا بـ 04 وحدة ونسبة 02.12%.
- الجوائز والتكريمات الرياضية في المرتبة الأخيرة بـ 02 وحدة ونسبة 01.06%.

وفيما يخص هذه النتائج فيمكننا تفسيرها انطلاقا من سيطرة مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه على ترتيب الاتجاه الإيجابي للمواضيع التي عالجتها النشرة والذي كان أمرا متوقعا للأسباب التالية:

■ يعتبر موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه أكثر المواضيع ظهورا في النشرة.

¹ منصف العياري، البعد الإبداعي في النص التلفزيوني والإذاعي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، 2003، ص55

▪ تعمل القناة على إبراز جدية التحضيرات والظروف الحسنة التي يعمل فيها المنتخب وجاهزيته للمواعيد التي تنتظره.

▪ تعتني القناة بعرض النتائج الإيجابية التي يحققها لاعبو المنتخب الوطني مع أنديةهم.

▪ تبرز النشرة في أخبارها الخاصة بهذا الموضوع قيمة الاعتزاز والافتخار بالوطنية والانتماء إلى الجزائر بالنسبة للاعبين وما يقدمونه مع أنديةهم وأيضا بالنسبة لمنتخب الوطني ومنافسته على المراتب الأولى في المنافسات التي يخوضها.

ومن أمثلة الاتجاه الإيجابي لمعالجة النشرة لهذا الموضوع نذكر:

➤ ساهم آدم زرقان في الفوز الثمين الذي حققه ناديه شارل لوروا على حساب نادي سوران بهدف لصفر بعدما قدم تمريرة هدف اللقاء الوحيد، ليصم خرج مدرسة بارادو على بداية موفقة في افتتاح الدوري البلجيكي.

➤ بصم الدولي الجزائري بغداد بونجاح على أمسية مميزة مع فريقه السد والذي قاده إلى تحقيق الفوز على حساب السيلية بهدفين لهدف ضمن الجولة الخامسة للدوري القطري، وقدم هداف الخضر تمريرة الهدف الأول بطريقة رائعة، ثم تكفل بهدف الفوز بعد تسديدة قوية، وبهذا بعث بونجاح رسالة قوية بأنه ماض في استعادة مستواه مع فريقه السد والمنتخب الوطني.

➤ يستهل المنتخب الوطني تصفيات كأس أمم إفريقيا 2023 سهرة السبت أمام المنتخب الأوغندي بملعب 05 جويلية... وسيكون أشبال بلماضي أمام تحد جديد استهلوه بالتحضيرات لهذه المباراة يوم الاثنين الفارط، تحضيرات المنتخب الوطني بمركز تحضيرات المنتخبات الوطنية تسير بشكل جيد بعد اكتمال التعداد والتركيز الواضح على اللاعبين في سبيل التحقيق الفوز والإطاحة بالمنتخب الأوغندي..."

أما عن موضوع نتائج المنافسات الرياضية الذي حل ثانيا في ترتيب الاتجاه الإيجابي لمعالجة النشرة لمواضيعها بنسبة **19.05%**، فهذا يعتبر أمرا عاديا بما أن الأمر يتعلق بأخبار نتائج المنافسات الرياضية التي يمثل فيها الجزائريون الراية الوطنية سواء في الألعاب الفردية أو الجماعية، أين تركز النشرة في عرضها للموضوع أن تلك النتائج تعتبر مصدرا للفخر والاعتزاز بأبطالها والنتائج أو التتويجات التي يحققونها تعتبر انجازا للجزائر وكل الجزائريين. ومن أمثلة ذلك:

➤بهذا أنهت الجزائر مشاركتها في هذه الدورة بحصيلة قياسية بلغت 53 ميدالية كاملة في حصيلة كانت الأكبر للجزائر في تاريخ مشاركتها في الألعاب المتوسطية، فهنينا للجزائريين ولرياضيها..."

➤ أضاف عناصر النخبة الوطنية للسباحة في ختام اليوم الثالث من منافسة البطولة الإفريقية للسباحة المقامة في تونس مجموع 6 ميداليات منها ذهبية وأربعة فضيات وبرونزية فضلا عن تحقيق رقما إفريقيا جديدا....ذهبية صيود جواد رافقها رقم قياسي إفريقي جديد....لتواصل السباحة الجزائرية تألقها بعدما حققت في الألعاب المتوسطية..."

وفيما يتعلق بموضوع الانتقالات والتعاقدات والإقالات الذي حلّ ثالثا ضمن مواضيع الاتجاه الإيجابي في النشرة بنسبة 15.34%، فقد اختصت المعالجة الإيجابية التي قامت بها النشرة رياضة كرة القدم وأخبار انتقالات اللاعبين الجزائريين للاحتراف خارج الوطن سواء في أوروبا أو في الدوريات العربية القوية، وتناولت القناة هذا الموضوع رابطة إياه بقيمتي الوطنية والمنفعة التي سيعود بها هؤلاء على المنتخب الوطني مستقبلا، بالإضافة إلى تناولها أخبار اللاعبين الجزائريين الشبان الناشطين في أوروبا والذين من شأنهم اختيار تمثيل المنتخب الوطني مستقبلا، ومن أبرز أمثلتها:

➤ بات الدولي الجزائري الشاب ايلان قبال على وشك الانضمام إلى نادي أف سي باريس...وكانت صحيفة Le Parisien الفرنسية قد تطرقت للمستوى الكبير للشباب الجزائري الذي من شأنه أن يقدم الإضافة إلى ناديه الجديد..."

➤ تحصل اللاعب الجزائري رؤوف بن غيث على البطاقة الدولية من طرف الاتحاد الدولي لكرة القدم والتي تؤهله للعب في صفوف الرجاء البيضاوي المغربي... وهو الذي كان محل أطماع عديد الأندية العربية والجزائرية على رأسها ناديه السابق مولودية الجزائر، ومن المنتظر أن يكون بن غيث ضمن قائمة الرجاء انطلاقا من المباراة المقبلة.

أما عن موضوع مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين الذي كان في المرتبة الرابعة بنسبة 12.70%، ضمن المواضيع التي عولجت باتجاه إيجابي، فهو نوع المواضيع التي تتناول فيه النشرة الجانب الإيجابي من تحضيرات الأندية الجزائرية لخوض منافسات البطولة أو منافساتها القارية، وكيف تسير التحضيرات بشكل جيد وجاهزية تلك الأندية لخوض الرهانات التي تنتظرها، إضافة إلى تناول النشرة لتصريحات اللاعبين أو المدربين تحسبا لهذه المواعيد والتي تكون في العادة تصريحات إيجابية وتحفيزية مفادها أن التحضيرات تسير كما ينبغي لتحقيق نتائج إيجابية، ومن أمثلتها:

➤ في بيت شلغوم العيد أين تواصل التشكيلة تحضيراتها تحسبا للقاء الجولة الثانية أمام جمعية الشلف المرتقبة يوم السبت حيث يجري التعداد تريبا مغلقا بمركز الباز بسطيف في أجواء مميزة...هذا وعبر الثنائي المغترب الجديد مغزل ونهاري سعادتها الكبيرة للالتحاق بالهلال وأبديا رغبتهما الشديدة بتقديم الإضافة

والتألق هذا الموسم في البطولة الجزائرية ومساعدة النادي على تحقيق أهدافه... وصرح اللاعب مغزل لميكروفون الهدف قائلا " لقد التحقت بفريق كبير في الجزائر أنا أعلم أنه نادي طموح ومعروف على الساحة المحلية... النادي يطمح لتحقيق نتائج إيجابية هذا الموسم وأنا جاهز لتقديم الإضافة اللازمة وتشريف عقدي..."

➤ تحدث مدرب مولودية البيض عبد الحكيم بن سليمان عن تحضيرات فريقه تحسبا للقاء الجولة المقبلة أمام شبيبة الساورة مؤكدا على جاهزية فريقه وعزم اللاعبين الشديد على تحقيق أول فوز له في الرابطة المحترفة الأولى ... وقال بن سليمان " تحضيراتنا كما ترون تسير بكل جدية نحن نتدرب كما يجب لمواجهة الساورة... لدينا لاعبين مصابين لكننا نملك البدائل اللازمة... نحن نحاول خلق الانسجام اللازم داخل التشكيلة وإنشاء الله سنكون في الموعد يوم المباراة لتحقيق الانتصار."

فيما أرادت النشرة من خلال معالجتها الإيجابية لموضوع الهياكل والمنشآت الرياضية إبراز الإمكانيات التي باتت تملكها الجزائر على مستوى البنية التحتية من ملاعب ومركبات رياضية، وأيضا جاهزيتها لاحتضان المنافسات الرياضية القارية والإقليمية التي كانت تنتظرها، إلى جانب وقوف الحكومة على هذه المشاريع والأشغال الخاص بتطوير تلك المنشآت الرياضية الجزائرية، ما من شأنه أن يشكل شعورا إيجابيا لدى المشاهد لجاهزية الهياكل والملاعب التي ستشرف البلاد في هذه المناسبات وتعكس صورة جميلة عن الجزائر.

كما تطرقت النشرة وعبر معالجتها لمواضيع الهيئات الإدارية الرياضية إلى إبراز الجانب الإيجابي في مواضيعها التي تعود بالمنفعة على الرياضة المحلية أو التي تم فيها تنصيب أطراف رياضية جزائرية في مناصب عربية، إقليمية أو إفريقية والتي نظرت إليها النشرة أنها تمثل إضافة للجزائر، وستعود بالإيجاب على تطوير الرياضية أو الاختصاص الرياضي الذي تنتمي إليه تلك الهيئات الرياضية. ومن أمثلتها:

➤ كشفت مصادر الهدف أن رئيس الاتحادية الجزائرية لكرة القدم جهيد زفزاف قرر استدعاء أعضاء المجلس الفدرالي الاثنى من أجل الفصل في عدة قضايا خاصة بالقسمين الأول والثاني على رأسها ملف الديون، والاستقرار حول كيفية توزيع حقوق البث التلفزيوني... ويسعى رئيس الفاف إلى مساعدة جميع الأندية التي تعاني من مشكلة الديون ومحاولة التخفيف عنها من خلال اتخاذ بعض الإجراءات العاجلة التي تسمح بتجاوز هذه الفترة الصعبة في أسرع وقت ممكن..."

وقد كانت معالجة القناة عبر النشرة الإخبارية ذات الاتجاه الإيجابي لبقية المواضيع مرتبطة أكثر بطبيعة الحدث ومدى ارتباطه برغبات الجماهير والمنفعة التي تنتظره منها، بالمقابل فالتنوع النسبي الذي لمسه من

خلال الاتجاه الإيجابي للمعالجة وارتباطه بالمواضيع التي تعالجها النشرة يعكس اهتمام القناة بالجوانب الإيجابية لمختلف المواضيع التي تعالجها خاصة التي تمس التمثيل الرياضي الوطني، واهتمامها بممارسة خدمة إخبارية مسؤولة تجاه الجماهير بالكشف عن الجوانب الإيجابية للموضوع خدمة للمجتمع وأيضاً من أجل جذب أكبر قدر ممكن من المشاهدين والجماهير التي تميل إلى رؤية الأخبار الإيجابية أكثر من السلبية.

أما فيما يخص الاتجاه السلبي الذي كان أقل الاتجاهات التي ظهرت في معالجة النشرة لمواضيعها بنسبة 04.55%، فهو يتعلق بالمواضيع التي ظهر فيها الجانب السلبي من الموضوع، أو كان الموضوع في حد ذاته يفرض السلبية على المشاهد كمواضيع العنف مثلاً، إضافة إلى المواضيع التي تناولت فيها النشرة الموضوع من زاوية سلبية وعالجته بطريقة تغطي عليها الذاتية والخروج من موضوعيتها.

ويمكننا تفسير تدنى نسبة الاتجاه السلبي الذي ظهر في معالجة النشرة لمواضيعها الرياضية التي تطرحها إلى بعض النقاط التي سنحاول تلخيصها كما لي:

- ابتعاد النشرة عن الذاتية والتزامها بالموضوعية في معالجتها الإخبارية للمواضيع التي تقدمها.
- طبيعة الإعلام الرياضي الذي يتميز بالجاهزية من حيث نوعية أخباره: نتائج مباريات، موعد منافسة، تحضيرات، إصابات... الخ وهو نوع الأخبار الذي لا يحتاج إلى إضافات أو تعديلات من طرف القائم بالاتصال.
- رغبة القناة في تقديم خدمة إخبارية متوازنة وموضوعية ومتميزة على خلاف وسائل الإعلام التي تهتم بالشأن الرياضي.

بالمقابل يمكننا تفسير ظهور الاتجاه السلبي في المعالجة الإخبارية للنشرة لسببين رئيسيين هما:

✚ طبيعة الموضوع المعالج في حد ذاته

إن طبيعة الأخبار التي تطرحها القناة وتعالجها في نشرة أخبارها تتميز في العادة بأخبار رياضية بسيطة يمكن تلخيصها وفهمها في اتجاه متوازن، إلا أن هناك بعض المواضيع التي تعتبر مواضيع سلبية في حد ذاتها، ولا يمكن طرحها ومعالجتها ضمن نشرة أخبار إلا من زاوية سلبية كمواضيع العنف الرياضي، والذي لن يكون بالضرورة عنف جسدي إنما يحضر في صورة عنف لفظي أو نفسي سواء من طرف معد الخبر أو التصريحات والمقابلات الإخبارية التي تطرحها النشرة.

✚ انحياز النشرة نحو طرف رياضي على حساب آخر

وهو من بين الأسباب التي تجعل المعالجة الإخبارية للقناة تتجه نحو السلبية، بما أنها تجردت من الموضوعية في تناولها للخبر، ويظهر هذا من خلال انحياز النشرة دائماً إلى التمثيل الرياضي الوطني على حساب بقية الأطراف الرياضية خاصة المتعلقة بالمنتخب الوطني.

وقد تجلّى الاتجاه السلبي للمعالجة الإخبارية في النشرة من خلال المواضيع الخاصة بالمنتخب الوطني ومحترفيه بالدرجة الأولى الذي كان أبرز المواضيع التي سجلت من خلاله النشرة معالجة سلبية، إضافة إلى موضوع المشاكل والأزمات الرياضية. وجاءت نتائج ترتيب المواضيع التي عولجت بسلبية ضمن النشرة كما لي:

- المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه المرتبة الأولى بـ 12 ونسبة 52.17%.
- مشاكل وأزمات رياضية المرتبة الثانية بـ 07 ونسبة 30.43%.
- العنف المرتبة الثالثة بـ 02 ونسبة 08.70%.
- الانتقالات والتعاقدات والإقالات المرتبة الأخيرة بـ 02 ونسبة 08.70%.

وفيما يخص تفسير الاتجاه السلبي الذي ميز معالجة مواضيع المنتخب الوطني فيعود ذلك إلى كم ونسبة المواضيع الخاصة بالمنتخب الوطني في النشرة ككل بالنظر أنها كانت أكبر أنواع المواضيع ظهوراً في النشرة، إضافة إلى عاملي العاطفة والانتماء اللذان يؤثران على القائم بالاتصال في النشرة من خلال تجرده من موضوعيته فيما يخص المواضيع التي تتعلق بانتماءاته الوطني، خاصة وأن الأمر يتعلق بالمنتخب الوطني لكرة القدم الذي يعتبر أكثر الأطراف الرياضية التي يرتبط بها الجمهور الرياضي. ومن أمثلة ذلك:

➤ " أعتقد بأن الفرق الإفريقية في حاجة ماسة إلى الفوز بكأس العالم، لكن هناك شيء مهم أود قوله، قارة إفريقيا حصتها خمسة 05 منتخبات في كأس العالم، ومن أجل أن تكون لديك أفضلية للفوز باللقب عليك أن تشارك بأكثر من 5 فريق في البطولة، لو كانت لدينا مصر، كوت إيفوار، غانا، نيجيريا، السينغال، الكاميرون ومنتخبات أخرى، فستكون لدينا الفرص للذهاب بعيداً في كأس العالم." كان هذا كل ما جاء في التصريح الذي تناولته النشرة للاعب ساحل العاج سابقاً ديدري دروغبا لقناة Bein Sport القطرية حول تأهل المنتخبات الإفريقية لكأس العالم وحظوظ تلك المشاركات، بالمقابل قرأ المذيع الخبر التالي (قراءة الخبر سبقت بث الحوار) " أطلق النجم الإيفواري ديدري دروغبا تصريحات استفزازية في حق المنتخبين الجزائري والمصري في حوار خص به قناة Bein Sport القطرية حيث اعتبر إقصاء الخضر ومنتخب الفراغة منطقياً من المونديال وليس بالمفاجأة، مؤكداً أنه توقع سقوط الجزائر أمام الكاميرون وأن أفضل المنتخبات الإفريقية هي التي تأهلت للمونديال." إن أول ما يشدنا في هذا الخبر هو عدم توافق ما أدلى به دروغبا

من تصريحات وبنثتها النشرة وبين ما علق به مقدم النشرة حول التصريح، ورغم أن تصريح اللاعب الإيفواري كان مترجما إلى العربية كما بنثته القناة إلا أن المعلق تحدث عن موضوع آخر وربما عن مقطع آخر للتصريح لكنه لم يبيث، وحاولت النشرة عرض الجوانب السلبية من التصريح رغم أنها لا توجد في التصريح الذي تم بثه، وإن ذهبنا إلى أبعد من ذلك وفرضنا وجود هكذا تصريح فإن تعبير دروغيا عن رأيه بأنه توقع إقصاء الجزائر لا يعتبر استفزازا للجزائريين وإنما هو رأي رياضي سابق في مباراة بين طرفين رياضيين لا يحمل أي عبارات استفزازية، ورغم كل هذا إلا أن النشرة قدمت الخبر وكأنه تصريح ناري أو استفزازي هدفه استفزاز الجزائريين، وهي الطريقة التي تخلت بها النشرة عن موضوعيتها وحاولت عرض جوانب سلبية للخبر لا توجد، ما من شأنه صنع حساسية بين أنصار المنتخب وبين اللاعب الإيفواري، وحتى تغذية التعصب الرياضي.

➤ "الكاف تمنع أنصار الخصر من الجلوس في المدرجات السفلية بملعب 05 جويلية..." كان هذا أحد المواضيع التي تناولتها النشرة التي ركزت فيها على مصطلح "منع" الاتحادية الإفريقية الأنصار من الجلوس على المدرجات السفلية لملعب 05 جويلية في وقت أن القرار متعلق بجملة من الإجراءات التنظيمية التي اعتمدها الكاف العام الماضي فيما يخص مدرجات الملاعب التي يجلس فيها الأنصار في المباريات الدولية لفرقهم، وتحول معنى الخبر كلبية بهذه الطريقة التي ظهر من خلالها أن النشرة ورئيس التحرير لم يتجاوزا إقصاء المنتخب الوطني أمام الكامبيرون، خاصة وأن الأمر تعلق بأول تربص للمنتخب بعد تلك المباراة، وهو اتجاه سلبي تناولت من خلاله النشرة الجانب السلبي من الخبر ما من شأنه أن يؤثر حتى الأنصار ذاتهم بما أن تلك المدرجات (السفلية) تعتبر المدرجات المحبذة للجماهير أثناء حضورهم لمباريات المنتخب.

ومن خلال حديثنا حول الاتجاه السلبي الذي ظهر في معالجة النشرة للمواضيع الرياضية فإن هذا النوع من المعالجة لم يظهر إلا نادرا وهو ما تعكسه الإحصائيات التي قمنا بعرضها، ويكون حاضرا في نوع المواضيع التي تتدخل فيها العاطفة أو الانتماء الرياضي للقناة والقائمون على النشرة، وليس اتجاها تعمل به النشرة بعرض الجوانب السلبية من الحدث والأخبار التي تناولها.

وفي حوصلة حول تحليلنا لفئة الاتجاه وربطها أيضا بمتغير الموضوع، يمكن القول أن النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الأهداف تتبنى التنوع في اتجاه المعالجة الإخبارية بين الاتجاه المتوازن وبدرجة أقل الاتجاه الإيجابي، تماشيا مع طبيعة وخصوصية الإعلام الرياضي والعملية الإخبارية التي تميز الأخبار الرياضية، أين تتحلى بالموضوعية في جل الأخبار التي تعالجها، في حين تعتمد على الاتجاه الإيجابي في معالجة نوع

المواضيع الخاصة بالمنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه، وأيضاً نتائج المنافسات الرياضية التي تختص بكل ما يتعلق بالتمثيل الوطني في المحافل والمنافسات الرياضية القارية والعالمية، وهي المواضيع التي تتناول فيها النشرة الجانب الإيجابي منه الخاص بتشريف الجزائر من طرف الرياضيين والأندية الذين يحققون نتائج إيجابية والشعور بالاعتزاز والفخر لما يحققونه من انجازات.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة

بعد الدراسة التحليلية التي قمنا بها على النشرة الرئيسية لقناة الهدف ضمن هذا البحث الذي نقوم به والمعنون بـ " المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية الخاصة - دراسة تحليلية على قناة الهدف الرياضية "في دراسة تهدف إلى الإجابة عن التساؤل : كيف عالجت قناة الهدف الرياضية المواضيع الرياضية في نشرة أخبارها من حيث الشكل والمضمون؟. كشفت هذه الدراسة عن جملة من النتائج أهمها:

أولاً: من حيث المضمون:

1- فيما يخص الإجابة حول التساؤل الفرعي في الدراسة حول القوالب الفنية التي اعتمدتها القناة في

معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضي عبر نشرة الأخبار فقد جاءت النتائج كالتالي:

- لا تعتمد نشرة قناة الهدف على التنوّع في القوالب الصحفية التي تعتمدها في المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية.
- ظهر الخبر كأبرز القوالب الصحفية التي تعتمدها النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية التي تتناولها، وبرز الخبر التلفزيوني الذي تعتمده النشرة في ثلاثة أشكال مختلفة هي: الخبر المرفق بصورة، الخبر المرفق بفيديو، تقديم الخبر من دون مادة إعلامية مدعمة له.
- برز قالب المقابلة الإخبارية كثاني نوع صحفي تعتمده النشرة الرئيسية لقناة الهدف، أين اعتمدت عليها النشرة في تدعيم معالجتها لمختلف المواضيع التي تطرحها، فيما تعتمد النشرة على قالب التعليق أو التحليل الإخباري في المواضيع التي تراها هامة وتستحق التعمق في معالجتها بأكثر من قالب صحفي.
- لا تعتمد النشرة على التقرير الإخباري في معالجتها للمواضيع الرياضية كأحد القوالب الفنية الرئيسية لها، وتكتفي بتقديم خدمة إخبارية غير مستحدثة بعرض وقراء إخبارية للأخبار الرياضية موازاة مع عرض صور أو فيديو للحدث الرياضي.

2- حول الإجابة على تساؤل طبيعة المادة الإخبارية المعتمدة في نشرة الأخبار تمثلت النتائج فيما يلي:

- تعتمد نشرة أخبار قناة الهدف في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية على عرض الأخبار والمواضيع الرياضية مدعمة بصور أو فيديوهات، وتبتعد عن تناول الأخبار والمواضيع بطريقة جافة.

- تمثل الفيديوهات الإخبارية أبرز الوسائط الإعلامية الحاملة للمادة الخبرية في معالجة النشرة للمواضيع الرياضية، في حين تستعين بالصور الإخبارية في معالجتها لنسبة كبيرة من تلك المواضيع، والتي تمثل منها الصور الفوتوغرافية أبرز أنواع الصور الخبرية التي تعتمد عليها.
- تعتمد النشرة في معالجتها الإخبارية على الفيديوهات الخاصة بالقناة أكثر منه الفيديوهات التي تكون مصدرها وسائل إعلامية أخرى، وتكون أغلبها فيديوهات خاصة بتغطية تدريبات وتحضيرات الأندية والفرق، وبدرجة أقل فيديوهات المقابلات والتصريحات التي تقوم بها.
- تعتمد النشرة على فيديوهات القنوات الأخرى في معالجتها الإخبارية للمواضيع أو المنافسات الرياضية التي لا تتمكن القناة من تغطيتها خاصة العالمية أو الأوربية منها وتوفر المعلومات اللازمة للموضوع وتفاصيله وتعالجه من نواحي مختلفة.

3- أما تساؤل زمن المعالجة الإخبارية التي تعتمد النشرة فقد تمثلت النتائج حوله فيما يلي:

- تعالج نشرة قناة الهدف أغلب المواضيع الرياضية التي تطرحها في مساحة زمنية لا تتعدى الدقيقة وهو التوجه الزمني الواضح الذي تبنته النشرة في معالجتها الإخبارية.
- تعتمد النشرة في تغطيتها لمواضيع المنافسات الرياضية وتحضيرات الرياضيين والأندية لها على متوسط زمني بين الدقيقتين والثلاث دقائق.
- تتمثل المواضيع التي اتخذت مساحة زمنية أكبر من أجل معالجتها في مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم والمشاكل والأزمات الرياضية المحلية، أي أن المواضيع الهامة والبارزة التي تراها القناة أنها تستحق أن تكون على رأس أولوياتها تأخذ زمنا كافيا من أجل معالجتها بالمساحة الزمنية اللازمة.
- تمثل مواضيع المنتخب الوطني لكرة القدم والمشاكل والأزمات الرياضية أبرز المواضيع التي تصدر أجندة القناة من حيث زمن لمعالجة، وكان ذلك ظاهرا من خلال منح هذا النوع من المواضيع مساحة زمنية أكبر مقارنة بباقي أنواع المواضيع.

4- وفيما يتعلق بتساؤل اللغة المستخدمة في المعالجة الإخبارية للنشرة جاءت النتائج كالتالي:

- تعتمد النشرة الإخبارية لقناة الهدف في معالجتها الإخبارية على اللغة العربية الفصحى في المواضيع التي تتناولها. فيما تميزت أنها لغة عربية بسيطة ومفهومة بالنسبة للجمهور الرياضي المتلقي.
- تظهر اللغة الممزوجة بين العربية الفصحى والعامية فقط في المقابلات الإخبارية والتصريحات التي تعرضها النشرة للأطراف الرياضية.

- تمثل اللغة الفرنسية أبرز اللغات الأجنبية التي تظهر في المعالجة الإخبارية للمواضيع التي تطرحها، والتي يقتصر ظهورها في المقابلات الإخبارية التي تعرضها سواء مع الرياضيين، المدربين أو المسؤولين.
- لا تقوم النشرة بترجمة اللغة الفرنسية التي تظهر عند المقابلات الإخبارية التي تعرضها.
- لم تمارس القناة عبر نشرة أخبارها مسؤولياتها الاجتماعية في مهامها الإعلامية تجاه المجتمع الجزائري والجمهور الرياضي على وجه الخصوص فيما يخص اللغة الأجنبية التي تظهر في النشرة، بعدم ترجمتها للتصريحات والمقابلات التي كانت باللغة الفرنسية عكس ما تقوم به في المقابلات الإخبارية باللغة الانجليزية، ما لا يمنح للمتلقي فرصة بلوغ درجة الوضوح والفهم للرسالة والمضامين الصادرة من النشرة.

5- حول الإجابة على تساؤل أشكال العناوين المعتمدة في النشرة كانت النتائج كما يلي:

- يعتبر العنوان الخبري البحث أبرز أنواع العناوين التي تستخدمها نشرة قناة الهدف في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تطرحها، والذي تستخدمه في معالجة المواضيع الرياضية المتنوعة وليست متعلقة بموضوع محدد على وجه الخصوص.
- ظهر العنوان الوصفي كثاني أكبر أنواع العناوين استخداما في المعالجة الإخبارية للنشرة أين تستخدمه في المواضيع الرياضية التي تحمل تفاصيل أكثر.

ثانيا: من حيث الشكل:

1- في إجابة على تساؤل المواضيع الرياضية الأكثر بروزا في النشرة جاءت النتائج كما يلي:

- أظهرت النتائج اعتماد النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة الهدف في أجندتها الخاصة على نوع معين من المواضيع وهي المتعلقة ب: المنتخب الوطني لكرة القدم، مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين، نتائج المنافسات الرياضية، الانتقالات والتعاقدات والإقالات. وهي المواضيع التي تمثل أولوية القناة عبر نشرتها، ويعكس ذلك حجم الاهتمام بهذا النوع من المواضيع على حساب مواضيع أخرى.
- يمثل موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه أبرز أولويات النشرة، ويحظى هذا الموضوع باهتمام واضح من طرف القناة أين تضعه على رأس أولوياتها في معالجتها الإخبارية لمواضيعها الرياضية أين كان ظهوره بارزا في الدراسة، وتهتم النشرة بكل ما يتعلق بهذا الموضوع من تحضيرات ونتائج ومواعيد وحتى أخبار لاعبيه المحترفين بالخارج وتضعهم كأولوية بالنسبة لها، كما تهتم النشرة في فترة التحويلات الخاصة برياضة كرة القدم بتغطية أبرز الانتقالات التي يشهدها الميركاتو خاصة التي تتعلق باللاعبين الجزائريين المحترفين بالخارج أو الناشطين محليا.

- تمنح النشرة أهمية للمواضيع الخاصة بالمشاكل والأزمات الرياضية خاصة المحلية منها أين تسلط عليها الضوء وتبرز تفاصيلها وتداعياتها للمشاهد.
- تمارس القناة مسؤولياتها الاجتماعية في الإعلام من خلال العمل على نقل أبرز المواضيع الرياضية العالمية للمشاهد، في سعي منها لوضع المشاهد أمام كل المستجدات الرياضية العالمية لكي تكون عند سقف طموحات الجمهور الرياضي، وتبنيها مبدأ حق المشاهد في الاطلاع على مختلف المواضيع الرياضية من جميع جوانبها.

2- وللإجابة على تساؤل نوع الألعاب الرياضية الأكثر بروزا في النشرة كانت النتائج كما يلي:

- تهتم النشرة في معالجتها الإخبارية بعرض ومعالجة الأخبار والمواضيع الخاصة بالرياضات الجماعية مقارنة بالرياضيات الفردية، أين تكتفي القناة بتغطية أخبار الرياضيات الفردية التي تشهد مشاركة جزائرية للرياضيين والفرق الذين يمثلون الراية الوطنية، حتى في الرياضات التي لا تلقى رواجاً كبيراً لدى الجمهور الرياضي الجزائري، ما يترجم ممارسة القناة لمسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام تجاه التمثيل الوطني وممارسة وظيفتها الإخبارية في هذا الجانب وكذا دعم هؤلاء الأبطال إعلامياً.
- تمثل رياضة كرة القدم أبرز أولويات القناة في معالجتها الإخبارية، وتضع نشرة القناة رياضة كرة القدم على رأس اهتماماتها من خلال تناول أغلب الأخبار الخاصة بهذه الرياضة المحلية والعالمية، فيما تنصدر كرة القدم المحلية الممثلة بالرابطة المحترفة الأولى أجندة النشرة في معالجتها للمواضيع الرياضية عامة وبكرة القدم خاصة.
- تهتم النشرة أيضاً بكرة القدم الأوروبية وتمنحها مساحة كبيرة من خلال عرض أبرز نتائج المباريات وتحضيرات الأندية للمنافسات التي تخوضها وأيضاً أهم الانتقالات التي تقوم بها تلك الأندية.
- لم تمارس قناة الهدف عبر نشرة أخبارها مسؤوليتها الإعلامية تجاه المجتمع الرياضي الجزائري المناصر لعدد الأندية الجزائرية بعدم اهتمامها ببطولة القسم الثاني والأقسام الهاوية، رغم مكانتها الإعلامية في المجتمع الجزائري ونشاطها كقناة تلفزيونية وحيدة في المجال الرياضي، وأيضاً القاعدة الجماهيرية الكبيرة للأندية الناشطة في الأقسام السفلى.

3- حول تساؤل فئة المنافسات الرياضية الأكثر بروزاً في النشرة تمثلت النتائج فيما يلي:

- احتلت المنافسات الرياضية المحلية صدارة أولويات النشرة الإخبارية للقناة من خلال غلبة أنواع المنافسات الرياضية المحلية على باقي المنافسات التي تعرضها. فيما تهتم النشرة أيضاً وبدرجة أقل في

معالجتها للمواضيع الرياضية بالمنافسات الأوروبية التي تأخذ مساحتها هي الأخرى كوصيفة بعد المنافسات المحلية.

• تسيطر رياضة كرة القدم على طابع المنافسات التي تتناولها نشرة القناة، بما أن أغلب تلك المنافسات المحلية والأوروبية كانت منافسات خاصة برياضة كرة القدم.

• تهتم النشرة بالمنافسات الإفريقية أو العربية أو العالمية التي تشهد تمثيل وطني فيها سواء على مستوى أندية و فرق كرة القدم أو في رياضات أخرى فردية وجماعية، ما يعكس ممارسة القناة لمسؤوليتها الاجتماعية الإعلامية فيما يخص توفير كل أخبار التمثيلات الوطنية في مختلف المنافسات بالنسبة للمشاهد.

4- فيما يخص تساؤل فئة موقع المواضيع الرياضية في النشرة كانت النتائج كما يلي:

• يعتبر موضوع المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه أولوية بالنسبة للقناة وهو أبرز المواضيع التي ظهرت في مقدمة النشرة كموضوع رئيسي لها، وهو ما يعكس اهتمام القناة بهذا الموضوع الذي يمس أكبر قاعدة جماهيرية ممكنة.

• برز أيضا موضوع نتائج المنافسات الرياضية في ظهوره كموضوع رئيسي في نشرة القناة بالنظر إلى أهمية النتائج الرياضية في الإعلام الرياضي، كما تمثل أيضا مواضيع الهيئات الإدارية الرياضية أولوية هي الأخرى للنشرة والتي تعرضها عادة في مقدمتها عندما يتعلق الأمر بأخبار تلك الهيئات.

• تنظر النشرة الرئيسية للهدف إلى مواضيع الانتقالات والتعاقدات أنها مواضيع لا تصلح لتكون في مقدمة النشرة وتضعها في مؤخرة اهتماماتها مقارنة بباقي المواضيع الرياضية من خلال عرضها كآخر موضوع في النشرة، كما تضع النشرة مواضيع المشاهير والنجوم الرياضية ضمن آخر أولوياتها ويعرض غالبا كموضوع أخير تختتم به النشرة فقراتها.

5- فيما يتعلق بتساؤل فئة المصادر المعتمدة في النشرة فقد أتت نتائجها كالتالي:

• تعتمد القناة في استقاء الأخبار التي تعالجها في نشرة أخبارها على مصادر القناة الخاصة والمكونة من مراسلين وإعلاميين للقناة منتشرين عبر بقاع الوطن.

• تمثل المواقع الإلكترونية أبرز وسائل الإعلام الأخرى التي تعتمد عليها النشرة في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية التي تطرحها.

• تتحول النشرة إلى اعتماد مصادر وسائل الإعلام الأخرى كمصدر للمعلومات في المواضيع التي لا يمكنها تغطيتها، أين تحضر وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر للقناة في المواضيع الخاصة بالمنافسات والرياضيات الأجنبية وعلى رأسها الأوروبية.

- تتوجّه النشرة الإخبارية لقناة الهدف للاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى كمصدر لأخبارها تتحكم فيه أجندة القناة وأولويات المواضيع التي تعالجها.

6- وللإجابة على تساؤل فئة الفاعلين التي تظهر في النشرة تمثلت النتائج فيما يلي:

- تتمثل فئة الرياضيين أولوية بالنسبة للقناة في معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية من خلال بروزها كأبرز الفاعلين في الدراسة، في حين يتصدر لاعبو كرة القدم أولوية النشرة وأبرز الفاعلين فيها من خلال معالجة النشرة للمواضيع الرياضية.

- تبرز الطواقم الفنية والإدارية كثاني الشخصيات الفاعلة التي تهتم بها القناة وتطرحها في نشرتها.

7- أما حول تساؤل الدراسة المتعلق بفئة أهداف المعالجة الإخبارية جاءت نتائجه كما يلي:

- يمثل تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين أبرز الأهداف التي تعمل نشرة قناة الهدف على تحقيقها من خلال معالجتها الإخبارية للمواضيع الرياضية، فيما برز نشر الثقافة الرياضية بالنسبة للمشاهدين كثاني الأهداف التي تسعى النشرة إلى تحقيقها في معالجتها الإخبارية.

- تسعى القناة من خلال نشرتها الإخبارية إلى تحقيق الوظيفة الإخبارية بالدرجة الأولى التي تتصدر هرم أولوياتها المهنية الممثلة بتقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين، وبدرجة أقل الوظيفة التثقيفية من خلال نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين.

- ظهر هدف تعزيز روح المواطنة كأحد أبرز الأهداف التي تسعى النشرة إلى تحقيقها، فيما يخص تغطيتها لكل تمثيل رياضي وطني عن طريق الدعم والافتخار الذي تظهره.

- تتوجه النشرة إلى تحقيق أهداف داعمة للبرامج الرياضية التي تدعمها الحكومة على حساب نقد تلك البرامج رغم أن وسائل الإعلام من واجبها ووظائفها القيام بالنقد البناء تجاه كل ما يتعلق بمصلحة المجتمع وهو ما تندد به نظرية المسؤولية الاجتماعية، ما يظهر أن القناة لم تمارس مسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام فيما يخص نقد البرامج الحكومية.

8- فيما يخص تساؤل الدراسة الخاص بفئة القيم الظاهرة في النشرة فقد كانت نتائجه كما يلي:

- مارست القناة مسؤوليتها الاجتماعية فيما يخص القيم المتضمنة في المواضيع الرياضية، وتناولت القيم الإيجابية التي من شأنها أن تخدم الصالح العام والمجتمع الرياضي الجزائري، وكان هذا واضحا من خلال سيطرة سيطرت القيم الإيجابية على نشرة قناة الهدف سيطرة واضحة.

- كانت قيمة إبراز القدرات والمواهب أبرز القيم الإيجابية التي ظهرت في النشرة من خلال المواضيع التي عالجتها. إضافة إلى قيمة تدعيم الروح الوطنية كأحد أبرز القيم الإيجابية التي تظهر من خلال نشرة

أخبار القناة أين تعمل على إبراز قيمة المواطنة في كل مناسبة تحقق فيها الرياضة الجزائرية نتائج إيجابية أو انجازات رياضية.

• اهتمت القناة عبر معالجتها الإخبارية بإبراز قيمتي الروح الرياضية وقيمة روح المنافسة الشريفة من خلال مؤشرات تقبل الهزيمة والتضامن.

• كان تناول النشرة للقيم السلبية بنسبة ضئيلة وبطريقة عرضية من طرف القائمين على إعداد النشرة، عن طريق تناول مواضيع وأخبار بكيفية يؤثرون من خلالها على الخبر وتوجيهه إلى السلبية، ما يجعله يتضمن بعض القيم السلبية التي غفلت عنها القناة.

9- وفيما يتعلق بتساؤل الاتجاهات التي تبنتها النشرة كانت نتائجه كما يلي:

• مارست القناة مسؤوليتها الاجتماعية في الإعلام من خلال معالجتها لجل المواضيع الرياضية التي تطرحها في الاتجاه المتوازن، في حين كانت معالجتها للمواضيع التي تظهر فيها الجزائر برياضيتها وفرقها ونواديها في الاتجاه الإيجابي خاصة عندما يتعلق الأمر بنتائج إيجابية أو تتويجات، تتمن وتشد من خلالها القناة ذلك بإظهار الفخر والاعتزاز بانتماء هؤلاء الأبطال إلى الجزائر، وأيضا دعم كل ما يمثل الجزائر رياضيين ومنتخبات.

• تبنت القناة عبر نشرة أخبارها اتجاه واضحا في معالجتها للمواضيع الرياضية بسيطرة المعالجة أو الاتجاه المتوازن على طبيعة معالجة مواضيعها وأخبارها، وعملت على طرح المواضيع والأخبار الرياضية بطريقة حيادية بعيدة عن التصرف أو الذاتية، والعمل على التحلي بأكبر قدر ممكن من الموضوعية.

• برز الاتجاه الإيجابي كثاني الاتجاهات التي تبنتها النشرة في معالجتها الإخبارية واختص بعرض الجوانب الإيجابية من الخبر خاصة فيما يخص الانجازات والنتائج الإيجابية للتمثيل الوطني الرياضي، الذي توجه إلى ناحيته الإيجابية عن طريق تبيين النتائج المحققة للرياضيين والفرق الوطنية، وخاصة عندما يتعلق الأمر بتحقيق تتويجات تاريخية ورفع الراية الوطنية في المحافل الرياضية الدولية.

• اعتمدت القناة على معالجة مواضيع المنتخب الوطني ونتائج المنافسات الرياضية التي تتضمن تمثيل وطني نحو الاتجاه الإيجابي، وذلك من خلال تبيين ما تحققه التمثيلات الوطنية والذهاب إلى الافتخار والاعتزاز بتلك النتائج.

الختمة

خاتمة:

إن التطور الذي مس الخدمة الإخبارية اليوم في التلفزيون في ظل احتدام المنافسة بين مختلف وسائل الإعلام على تقديم أفضل مضامين إخبارية للجماهير، زاد من قيمة المعالجة الإخبارية التي توليها القنوات التلفزيونية في صناعة أخبارها، ويعتبر المجال الرياضي أحد أبرز المجالات الإعلامية الذي يحظى بمتابعة ملايين الجماهير عبر العالم ليشكل أحد فئات المشاهدين الأساسية التي تعمل القنوات التلفزيونية على إرضائها، في صدارتها القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضية التي توجهت إلى تطوير خدماتها الإخبارية لتتمكن من منافسة الوسائط الحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بالسرعة في نقل الأخبار الرياضية إضافة إلى حجمها الهائل وسهولة تلقيها، لتبقى المعالجة الإخبارية وكيفية طرح نشرات أخبار القنوات الرياضية للأخبار التي تعالجها بمثابة الورقة الرابحة الوحيدة التي يملكها الإعلام الرياضي التلفزيوني على حساب بقية وسائل الإعلام المهتمة بالأخبار الرياضية.

وتعتبر قناة الهدف الرياضية عينة من القنوات الرياضية العربية المتخصصة في المجال الرياضي لكنها تمثل الواجهة الوحيدة للإعلام الرياضي المرئي في الجزائر، وتتنوع برامج القناة الإخبارية التي تسعى من خلالها بإفادة الجماهير والمشاهدين بآخر المستجدات الرياضية على الساحتين المحلية والعالمية، وبالنظر إلى هذه المعطيات فقد وجب علينا دراسة واكتشاف العمل الذي تقوم به القناة على مستوى الوظيفة الإخبارية محليا، لاسيما وأنها القناة التلفزيونية الوحيدة في الجزائر.

ومن خلال نتائج الدراسة التي هدفت إلى معرفة كيفية معالجة نشرة أخبار قناة الهدف للمواضيع الرياضية من ناحيتي الشكل والمضمون فقد تبين لنا أن الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر لا يزال لم يلتحق بالركب الذي وصلته القنوات الرياضية على المستويين العربي والعالمي، بما أن الجزائر تملك اليوم سوى قناة رياضية واحدة، وقد ظهرت الفروقات بوضوح من ناحية الإمكانيات المادية وهو ما كان جليا على قناة الهدف ونوع المعالجة التي تقدمها سواء تعلق الأمر بطريقة تلك المعالجة أو تغطيتها للمنافسات الرياضية أو في تقديمها للأخبار، فمجال الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر يعمل على منظومة غيره من وسائل الإعلام الجزائرية بتوفير التغطية الإخبارية لمواضيع الرياضية المحلية على حساب رياضات ومنافسات أجنبية، وهذا راجع إلى عدم امتلاكهم الإمكانيات المادية والبشرية لتوفير ذلك، ما يعني أن الإعلام المرئي الجزائري عليه إيجاد طريقه نحو الخروج من الكلاسيكية التي تميز عمله والتي توافق في نوعها وأخبارها ومضامينها الإعلام التقليدي أو بالأحرى نشاط الصحافة المكتوبة في المجال الرياضي، وهذا لن

يكون إلا بتوجيه الأنظار نحو الاستثمار المادي والأكاديمي في هذا المجال ودعمه من أجل أن يبلغ المستوى الذي تعمل عليه القنوات الرياضية الأجنبية والتي تمكنت من استقطاب الجماهيري الجزائري التي تتوجه لها لتحقيق رغباتها الرياضية التي لم تجدها محليا.

وانطلاقا من نتائج الدراسة أيضا نجد أن قناة الهدف الرياضية تضع المنتخب الوطني لكرة القدم كأولوية لها في مضامينها الإخبارية وتركز على معالجة هذا الموضوع وكل الأخبار التي تلامسه من جوانبه المختلفة، ما يترجم اهتمام القناة كغيرها من وسائل الإعلام الجزائرية بالمنتخب الوطني وهو أحد المواضيع الرياضية الأساسية التي يهتم بها الشارع الرياضي الجزائري على خلفية أن هذا المنتخب يعتبر الواجهة الرياضية للجزائر قاريا وعالميا، بالإضافة إلى التعلق الكبير الذي يربط الجماهير الرياضية الجزائرية ووسائل الإعلام أيضا بمنتخبهم، ويعتبر اهتمام قناة الهدف بهذا الموضوع انعكاس لوسائل الإعلام الجزائري الأخرى على اختلاف أنواعها والتي تضع هذا المنتخب أعلى هرم أولوياتها.

تعتمد القناة في نشرتها الرئيسية من حيث الشكل على تقديم خدمة إخبارية غير مستحدثة عكس ما تقدمه القنوات الرياضية العربية والعالمية الأخرى، خاصة على مستوى اعتمادها على قالب الخبر في أغلب المواضيع التي تعالجها، في وقت تتنوع فيه المعالجة الإخبارية المستحدثة اليوم بين قوالب إخبارية متنوعة في صورة التقرير الإخباري والقصة الإخبارية، التي تتناول بها تلك القنوات لكل موضوع على حدة، ما يضيف الكثير من الجمالية وأيضا التعمق في عرض ومعالجة الموضوع، ناهيك عن اعتماد النشرة في نسبة كبيرة من مواضيعها على المعالجة الإخبارية المرفقة بصور، وهو ما تجاوزه بقية القنوات الرياضية الأجنبية التي تركز على تدعيم أخبارها دائما بفيديوهات حديثة.

ورغم أن القناة مارست عبر نشرة أخبارها مسؤوليتها الاجتماعية إلى حد بعيد من خلال القيم الإيجابية التي تضمنتها معالجتها الإخبارية والاتجاه المتوازن والإيجابي التي تعالج به مختلف مواضيعها، إلا أن النقائص والخلل الذي لامسناه في هذه الدراسة على مستوى المهام الإخبارية للقناة تؤكد أن مجال الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر يحتاج اهتمام أكبر من الناحيتين الفنية والمادية، فالتكوين الإعلامي الأكاديمي أهم العوامل الذي يتيح تقديم مهام ووظائف إعلامية محترفة تميزها القيم والمعايير التي تحكم العمل الإعلامي، إضافة أن توفر الإمكانيات المالية لاستقطاب الوجوه الإعلامية البارزة في المجال والوسائل التقنية اللازمة لذلك تفسح المجال نحو دخول الاحتراف في الإعلام الرياضي المرئي لنتمكن من استعادة الجماهير

الرياضية الجزائرية التي تتوجه لمتابعة قنوات رياضية أجنبية، وأيضاً من أجل الوصول إلى المستوى الذي يتمكن من خلاله الإعلام الرياضي المرئي من منافسة القنوات العربية الأخرى.

في الأخير فإن الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر يحتاج إلى فضاءات تلفزيونية أخرى تنشط في المجال الرياضي والتي من شأنها أن تمنح التنوع في المضامين بالنسبة للمشاهد الجزائري الذي يجد نفسه أمام خيار وحيد لمشاهدة قناة تلفزيونية متخصصة في الرياضة وهي الهدف، بالنظر إلى أهمية التنافس الإعلامي في تطوير المنظومة الإعلامية ككل خاصة فيما يخص القنوات التلفزيونية الرياضية.

توصيات واقتراحات

انطلقت دراستنا هذه من إشكالية تمحورت حول معالجة المواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة، وكيفية تناولها من طرف قناة الهدف الرياضية، بعد أن استفادت الجزائر في العقد الأخير من تكنولوجيا البث الفضائي، والذي كان أمراً فرضه الواقع الإعلامي الذي قدم له التطور التكنولوجي والرقمي خصائص تقنية وفنية حديثة تلامس الإعلام من مختلف جوانبه، ليستفيد الجمهور المتلقي من المستحدثات الإعلامية اليوم والتي كانت على رأسها تخصص المضمون والتوجه لمخاطبة فئات محددة من الجماهير على رأسها الجماهير الرياضية.

فالיום وبعد التطور الكبير الذي مس الممارسة الإعلامية والإنتاجية للأخبار والمواضيع والقضايا الرياضية، كان لزاماً على المؤسسات الإعلامية الرياضية الانخراط في هذا التغيير والتعامل معه، خاصة في مجال الأخبار ونقل المعلومة إلى المتلقي، ومن هنا باتت الخدمة الإخبارية الرياضية المقدمة اليوم أكثر ثراء وتنوعاً مما كانت عليه سابقاً، لاسيما بعدما قدمته التكنولوجيا من مفرزات أتاحت للقنوات التلفزيونية سمات وخصائص إضافية للتعامل مع الوظيفة الإخبارية فيما يخص تناول المواضيع والأخبار ومعالجتها.

وهذا ما يجزنا إلى الاعتراف أن مواكبة الإعلام الرياضي الجزائري للتطور التكنولوجي على مستوى البث الفضائي والتقنية وجودة نقل الخبر وتناول المواضيع، كان حتمية وحاجة مفروضة عليه في بيئة إعلامية أصبحت تشهد تدفقاً رهيباً للأخبار والمعلومات خاصة بفضل الانترنت، لهذا فالقنوات الرياضية اليوم أصبحت مجبرة أن تضع جميع تلك المعطيات في الحسبان، وأن تمارس الخدمة الإعلامية والإخبارية في المجال الرياضي بطريقة تحفظ بها مكانتها ضمن المنظومة الإعلامية الرياضية وأيضاً داخل النسق الوظيفي الاجتماعي الذي تنشط داخله.

وهي كلها معطيات دفعتنا إلى البحث في هذا المجال الإعلامي الذي يشهد تطورا متسارعا، ودراسة واقعه في بلادنا، بعد أن قمنا بإخضاع القناة الفضائية الجزائرية الوحيدة والمتخصصة في المجال الرياضي وهي قناة الأهداف التي تعتبر امتداد لمجمع الأهداف الإعلامي، وعملنا على دراسة مواضيعه ومضامينه الإخبارية الممثلة بنشرة الأخبار الرئيسية دراسة تحليلية، مكنتنا من التوصل إلى مجموعة من النتائج والتفسيرات التي أعطتنا صورة واضحة على تلك المضامين والمواضيع التي تضعها القناة ضمن أولوياتها وكيفية معالجتها وتناولها في قالب إخباري، إضافة إلى عديد الإجابات حول التساؤلات التي انطلقت منها الدراسة وحققنا أهدافها. والتي على رأسها أجندة القناة التي تضع رياضة كرة القدم أعلى هرم أولوياتها، ومواضيع المنتخب الوطني الأول ومحترفيه كأبرز المواضيع التي تغطيها القناة وتتعامل مع كل كبيرة وصغيرة فيما يتعلق بهذا الشأن في معالجتها الإخبارية.

وكغيرها من الدراسات والبحوث العلمية فإن دراستنا هذه تتضمن مكان من النقص أو الضعف، إلا أنها بالمقابل ستفتح دون شك آفاقا جديدة للباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة، بما أنها أول دراسة جزائرية اعتنت بالبحث حول المعالجة الإخبارية الرياضية التي تقدمها قناة جزائرية متخصصة في المجال الرياضي، وبالتالي فلا يزال هذا المجال خصباً من أجل الاشتغال أكثر حول الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر، ومن ذلك ما يلي:

✓ يوصي الباحث بضرورة تحويل الأنظار نحو دراسات تحليل محتوى القنوات الجزائرية المتخصصة عامة والرياضية على وجه الخصوص، في ظل نقص وندرة التراث العلمي الخاص بمثل هذه البحث على المستوى الوطني.

✓ يوصي الباحث أيضا من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال بالاهتمام أكثر بهذا المجال البحثي، من أجل الإضافة إلى ما توصلنا عليه ولإثرائه، خاصة وأن دراستنا هذه مثلت جانبا واحدا من جوانب عديده يلامسها الإعلام الرياضي المرئي في الجزائري، واختص بدراسة عينة قناة واحدة، لها خصوصيتها في التعامل ومعالجة المواضيع الرياضية.

✓ يدعو الباحث أن تُمنح التخصصات الرياضية الأخرى الحجم اللازم من الاهتمام من طرف وسائل الإعلام وأيضا القائمين على تلك الرياضات والتخصصات والتوعية بأهميتها وتناول جميع جوانبها التاريخية، الرياضية وحتى قوانينها وأبطالها، وذات الأمر ينطبق على تخصص الرياضة النسوية التي تبقى بعيدة عن اهتمامات وسائل الإعلام.

- ✓ وبالنسبة للقناة محل الدراسة، نقترح الاهتمام أكثر بدراسة مضامين هذه القناة التي تبقى لغاية كتابة هذه الأسطر الفضاء المرئي الوحيد محليا الناشط في مجال رياضي شاسع وجامع لكل طبقات المجتمع.
- ✓ كما يقترح الباحث أيضا فيما يخص القناة إلى تدعيم وتحسين جودة الخدمة الإخبارية المقدمة، فيما يتعلق بالتقارير والتغطيات الإعلامية اللازمة لعدد المواضيع الرياضية التي تتناولها القناة، والابتعاد عن السرد الخبري، كذلك تدعيم النشرة الإخبارية للقناة بخدمات إخبارية مستحدثة والاستثمار في التقنية التي تضيف الكثير من الجانب الجمالي للأخبار.

قائمة المصادر

والمراجع

القرآن الكريم

المصادر والمراجع:

أولاً: المعاجم والقواميس

- (1) ابن منظور، لسان العرب، تحقيق عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب عبد الله، هاشم محمد الشاذلي، ج4، دار المعارف، دت.
- (2) أحمد الطاهر الزاوي، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، ط3، ج3، دار الفكر، دت.
- (3) أحمد العايد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، دت.
- (4) بطرس البستاني، معجم محيط المحيط للغة العربية، مكتبة لبنان، دت.
- (5) جبران مسعود، معجم الرائد، ط7، دار العلم للملايين، بيروت، 1992.
- (6) الخليلي سيد طارق أحمد معجم مصطلحات الإعلام الانجليزي، عربي-انجليزي، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- (7) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط1، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2011.
- (8) محمد مرتضى الحسني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق عبد الكريم العزايوي، ج11، مطبعة حكومة الكويت، الكويت، دت.

ثانياً: الكتب

- (9) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، دمشق، 1985.
- (10) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بال جماهير، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1969.
- (11) إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
- (12) أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط5، وكالة المطبوعات، الكويت، 1981.
- (13) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- (14) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- (15) أحمد زكرياء، نظريات الإعلام، ط1، المكتبة المصرية للنشر، القاهرة، 2009.

- 16) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1994.
- 17) أديب خضور، الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994.
- 18) أديب خضور، الإعلام المتخصص، ط2، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 2005.
- 19) أديب خضور، الإعلام والأزمات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999.
- 20) إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 21) إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998.
- 22) أميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، 2005.
- 23) أمين الخولي، الرياضة والمجتمع، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1996.
- 24) أمين ساعاتي، أزمة الصحافة الرياضية الأسباب والعلاج، ط1، المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة، 1993.
- 25) أندرياسجرانولد وآخرون، ت حازم سالم، تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، 2011.
- 26) بلال البرغوتي، الحق في الاطلاع أو حرية الحصول على المعلومة، الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، غزة، 2004.
- 27) بيير ألبير وآخرون، تاريخ الإذاعة والتلفزة، ت محمد قدروش، سلسلة المجتمع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- 28) جمال عبد ناموس القيسي، الأخبار في الصحافة الالكترونية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 29) جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص فنون وتقنيات، منشورات الجامعة اللبنانية في قسم الدراسات الإعلامية، بيروت، لبنان، 2009.
- 30) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط5، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- 31) حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.

- (32) حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- (33) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
- (34) حسين سمير، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات، 1999.
- (35) حسين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية - رؤى جديدة -، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- (36) حسين عامر سليمان الهروتي، التعرض لوسائل الإعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والأداء الرياضي، ط1، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
- (37) حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
- (38) حمدي محمد الفاتح وعارضة عبد القادر، إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2012.
- (39) خالد الحشوش، عالم الرياضة والصحة، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، 2009.
- (40) خالد الهادي، قدي عبد المجيد، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 1996.
- (41) خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
- (42) رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام ولاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- (43) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- (44) رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- (45) زهير احداث، الإذاعة والتلفزة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- (46) سامي الشريف، قضايا في الإعلام الدولي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009.
- (47) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017.
- (48) سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- (49) سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1998.

- (50) سمير حسين محمد، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
- (51) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- (52) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، دت.
- (53) سهير المهندي، الإعلام الرياضي المرئي في الواقع المعاصر، إدارة المطبعة الحكومية، وزارة الإعلام، مملكة البحرين، 2005.
- (54) سهيلة محمد عباس، إدارة الموارد البشرية -مدخل استراتيجي، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 2006.
- (55) صالح خليل أبو أصبع، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ط1، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- (56) صيفي حسين نيازي، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات، ط1، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- (57) طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- (58) طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005.
- (59) عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1993.
- (60) عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية النشأة والتطور والآفاق المستقبلية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
- (61) عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقيتها، دار الإيمان للطباعة، مصر، 2006.
- (62) عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
- (63) عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام-الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
- (64) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- (65) عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989.

- 66 عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق، عمان، 1990.
- 67 عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.
- 68 عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
- 69 عبد الله بوجلال، الأخبار التلفزيونية للجمهور والمشاهدين، ديون المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 70 علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 71 علي طاهر مبارك، الإذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضية في عصر التحديات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2007.
- 72 علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 73 علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 74 علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام، عمان، 2015.
- 75 علي يحي المنصوري، الثقافة الرياضية العامة، ج1، ط1، الإسكندرية، 1971.
- 76 عيسى الهادي وسليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014.
- 77 عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2015.
- 78 غازي زين عوض الله المدني، الصحافة الرياضية النشأة التطور، ط2، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، 2006.
- 79 فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1986.
- 80 فاروق عبد الوهاب، الرياضة صحة ولياقة بدنية، ك1، دار الشروق، القاهرة، 1995.
- 81 فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 82 فرانسيس بال، الميديا، ترجمة فؤاد شاهين، ط1، دار الكتاب الجديد، بيروت، 2008.
- 83 فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
- 84 فضيل دليو وآخرون، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

- (85) فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته مبادئه وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- (86) فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- (87) فيل اندروز، الصحافة الرياضية، ت بدران حامد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
- (88) قاسم حسن حسين، الموسوعة الرياضية والبدنية الشاملة، ط1، دار الفكر للنشر، عمان، 1998.
- (89) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام التطور، الخصائص، النظريات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010.
- (90) كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط1، دار الشروق، جدة، 1988.
- (91) كرم شلبي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989.
- (92) كرم شلبي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص 392.
- (93) ماهر عودة الشمايلة ومحمد عزت اللحام وآخرون، الصحافة المتخصصة، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- (94) محمد إبراهيم الشافعي: المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم، مطبعة السنة المحمدية، القاهرة، 1986.
- (95) محمد الخزايلة وآخرون، الرياضة وعلم النفس، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- (96) محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020.
- (97) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 1998.
- (98) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
- (99) محمد خالد مجد الدين، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين للطباعة، القاهرة، 2005.
- (100) محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988.
- (101) محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007.
- (102) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- (103) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.

- 104) محمد عبد المحسن أحمد محمود وخالد محمد عبد الجبار الخطيب، ط1، الإعلام الرياضي وإدارة الأزمات، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
- 105) محمد علي عبد المعبود، التربية البدنية، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 106) محمد عوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ت.
- 107) محمد فريد محمود عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 108) محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مطبعة نانسي دمياط، القاهرة، 2009.
- 109) محمد متولي و لطيف عبد القادر، الإعلام وحرية المجتمع، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1987.
- 110) محمد معوض إبراهيم، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000.
- 111) محمد معوض وبركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1996.
- 112) محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 113) محمد نصر مهنا، في تنظير الإعلام الفضائيات العربية العولمة الإعلامية المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009.
- 114) محمود أدهم، فن الخبر، مكتبة المجلس الأعلى للصحافة، القاهرة، 1979.
- 115) محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الفرزدق للنشر والتوزيع، الكويت، 2003.
- 116) مروى عصام صلاح، الإعلام الالكتروني - الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 117) مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1997.
- 118) مصطفى أحمد كظيم، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية 2007.

- 119) منال المزاهرة :بحوث الإعلام - نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 120) منال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 121) منى الحديدي، وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- 122) نصر الدين العياضي، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994.
- 123) نور الدين بليل، الإعلام وقضايا الساعة، دار البعث، قسنطينة، 1984.
- 124) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
- 125) نيل وتايلور، في غرفة الأخبار، ترجمة حمدي عباس، الدار الدولية للنشر، القاهرة، 1990.
- 126) هاني الرضا ورامز محمد عمار، الرأي العام والدعاية والإعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998.
- 127) هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 128) ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 129) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

ثالثاً: الرسائل الجامعية

- 130) أحمد فاروق، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم إقالة الجاهز الفني للمنتخب الوطني 1995-2000، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2002.
- 131) استبرق فؤاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق تحليل مضمون مجلة نيويورك تايمز النسخة العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط عمان، الأردن، 2009.
- 132) إكرامي عبد العاطي معبد، معالجة الصحافة في الوطن العربي للدورة العربية الحادية عشر - دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2009.

- 133) إياد محمد البرنية، استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2005.
- 134) باديس لونيس، الآثار الثقافية للأنترنت على جمهور الطلبة الجزائريين - دراسة ميدانية بجامعات الشرق الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام والاتصال السمي البصري، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017.
- 135) براهيم محمد، الصحافة الرياضية في الجزائر وظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية - دراسة وصفية تحليلية لجريدة "الهداف" الرياضية اليومية نموذجاً، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 03، سيدي عبد الله، الجزائر.
- 136) بلال عبد الحميد بداع، دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في نشر الثقافة الرياضية بين الشباب العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 2014.
- 137) بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة الجزائر، 2005.
- 138) الحاج تيطاوني، جمهور وسائل الإعلام في عصر العولمة وواقع مشاهدة القنوات الفضائية في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002.
- 139) حميد سالم خلف الجبوري، المسؤولية الاجتماعية لدى أبناء الريف والمدينة، رسالة ماجستير كلية الآداب - جامعة بغداد، 1996.
- 140) دروازي مصطفى، تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية دراسة وصفية لجمهور الإذاعة المحلية بالجلفة حصة النقاش الرياضي نموذجاً، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله جامعة الجزائر 3، 2012.
- 141) دينا عبد الحميد صابر، صياغة الأخبار بين المعايير المهنية والقيود السياسية. قناة الجزيرة أنموذجاً، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الخرطوم، السودان، 2010.
- 142) ذيب يوسف، المضامين الرياضية عبر المواقع الإلكترونية المتخصصة - دراسة تحليلية لموقع الهداف، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2023.
- 143) رضوان بوحيلة، الصحافة الرياضية في الجزائر دراسة تحليلية وميدانية ليومتي الهداف والخبر الرياضي، أطروحة دكتوراه، قسم الدعوة والإعلام والاتصال جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2019.

- 144) الزواوي أحمد المهدي، الإعلام الرياضي بالتلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.
- 145) صابر لامية، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، قسم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص40.
- 146) عبد الحي عبد السميع، الخبر في القرآن الكريم، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2010.
- 147) عبد الوهاب زواوي، أثر التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري على جمهور المنتخب الوطني لكرة القدم خلال نهائيات كأس العالم دراسة ميدانية لطلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2010.
- 148) عبير محمد الفليت، واقع الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.
- 149) غسان محمد دياب محيسن، معالجة المواقع الالكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضي، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة الأزهر، غزة، 2015.
- 150) فاطمة الزهراء زيدان، المعالجة الصحفية لموضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي، دراسة تحليلية على عينة من جريدة الخبر الرياضي الجزائري، رسالة دكتوراه، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2018.
- 151) قدة حمزة، معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة الغير شرعية في الجزائر تحليل محتوى لعينة من الصحف، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار - عنابة، 2011.
- 152) قويدر فيجل، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في التقليل من العنف في الميادين الرياضية من خلال برامج التلفزيون الجزائري، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية - سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 153) كريم محمد عادل عبد العظيم، تصميم المواقع الالكترونية المصرية وتفضيلات القراء لها دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
- 154) لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.

- 155) محمد عبد المحسن احمد محمود، المعالجة الصحفية للأزمات الرياضية وعلاقتها باتخاذ القرار دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، مصر، 2012.
- 156) مصطفى محمد محسن، دور الإعلام العراقي في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد الرياضي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين، رسالة ماجستير، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة جامعة القادسية، العراق، 2018.
- 157) منال فاضل بزدوغ، دور وسائل الإعلام الأردنية في القطاع الرياضي المشكلات والحلول، رسالة ماجستير، كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، عمان، 2013.
- 158) منير طبي، دور البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.
- 159) مهند معين دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الصحافة - الجامعة الإسلامية، غزة، 2016.
- 160) ناريمان حداد، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفايسبوك ومستخدماتها، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2019.
- 161) نجيب بن عباس الدرويشي، الضغوط المهنية التي تمارس الصحفيين العالميين في الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية جامعة الملك سعود، 2005.
- 162) نشوى إمام إبراهيم، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية جامعة القاهرة، 2003.
- 163) نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2012.
- 164) نور العابدين قوجيل، واقع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من ممارسي الإعلام الرياضية، رسالة دكتوراه، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2020.
- 165) وليد عطا أحمد حسين، دراسة مقارنة لقضايا النقد الرياضي في بعض الصحف المصرية، أطروحة دكتوراه، كلية التربية الرياضية البنين، جامعة بنها، مصر، 2010.

رابعاً: المقالات

- 166) أديب خضور، الإعلام الرياضي العربي أي واقع أي بديل - نظرة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، تونس، 2000.
- 167) أفنان محمد شعبان، فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب - دراسة ميدانية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، جامعة بغداد، العراق، 2018.
- 168) حسين الأنصاري، الخطاب المرئي والتفاعلية مع التحولات العربية الراهنة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2013.
- 169) شريف حمزة، مجادي مفتاح، صالح ربوح، مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي بالجزائر من خلال قناة الهدف TV، مجلة علوم الأداء الرياضي، المجلد 01، العدد 02، جامعة سوق أهراس، الجزائر، 2019.
- 170) دحمار نور الدين، التجربة الجزائرية في مجال القنوات الفضائية المتخصصة - دراسة تقويمية، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 02، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2015.
- 171) ربيع إيمان، السمات اللغوية للعناوين الصحفية بجريدة عكاظ، مجلة دراسات أدبية، المجلد 10، العدد 02، الجزائر، 2018.
- 172) زهير احداڤ، Evolution de la presse écrite en Algérie depuis l'indépendance، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 02، العدد 03، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 1989.
- 173) سعيد بن يمينه وعمرون مفتاح، تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية ودورها في تحفيز قيمة الاستثمار في الرياضة، مجلة تعليمات، المجلد 03، العدد 01، جامعة المسيلة، الجزائر، 20014.
- 174) سعيد مراح ومحمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، جامعة احمد دراية - أدرار، الجزائر، 2015.
- 175) صونيا عفان، المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد الرياضي في الصحافة المكتوبة الجزائرية - دراسة تحليلية بالعينة على جريدة الهدف أنموذجاً، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد 12، العدد 01 مكرر، جامعة المسيلة، 2021.
- 176) عاشور فني، التلفزيون الجديد وما بعد التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2013.

- 177) عبد الجواد ربيع، دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي دراسة تحليلية ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 31، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008.
- 178) عبد الرزاق الدليمي، الأخبار التلفزيونية المستقبلية بين المصادقية وأخلاقيات المهنة، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 02، العدد 03، جامعة المسيلة، الجزائر، 2021.
- 179) عبد الله الثاني محمد النظير والطبيب عبد القادر، آفاق فتح القطاع السمعي البصري في الجزائر، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 05، العدد 17، جامعة أحمد بن بلة وهران، الجزائر، 2016.
- 180) عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب، معالجة الصحف السعودية للأخبار الرياضية دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، السعودية، 2015.
- 181) عبد المؤمن بن صغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع الإعلامي الجزائري، دفاثر السياسة والقانون، العدد 19، المجلد 10، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2018.
- 182) عرفات مفتاح معيوف، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، مجلة البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 01، جامعة طرابلس، ليبيا، 2014.
- 183) عمار طاهر، التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 6-7، جامعة بغداد، العراق، 2009.
- 184) عيسات سمية، التطور التاريخي للقنوات الفضائية الجزائرية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، العدد 14، جامعة الوادي، 2017.
- 185) عيسى الهادي، دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، المجلد 01، العدد 11، الجزائر، 2017.
- 186) فيصل غامس، مجلة الإذاعة، العدد 31، الاثنين 20 26 سبتمبر، 1993، ص 57.
- 187) لاوسين سليمان، موفق صالح، العنف والشغب الرياضي من المنظور الإعلامي التلفزيوني الخاص - البرامج الرياضية المثبتة على قناة الشروق الجزائرية أنموذجا، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 21، العدد 01، جامعة باتنة، 2020.
- 188) ليليا عين سوية، إسهامات التدريب في تطور القنوات التلفزيونية الجزائرية -دراسة ميدانية-، مجلة الإنسان والمجال، المجلد 01، العدد 02، جامعة نور البشير البيض، الجزائر.
- 189) محمد الطيب سكريف، التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012 دراسة قانونية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد رقم 13، العدد 04، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2021.

- 190) محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، جامعة الكويت، 2003.
- 191) محمد حسن إسماعيل وآخرون، العلاقة بين كثافة تعرض طلاب الجامعة للقنوات الفضائية الرياضية وعلاقتها باتجاههم نحو ممارستهم للرياضة، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 16، العدد 59، القاهرة، 2013.
- 192) محمد حمدان مصالحة، صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، مجلة التوثيق الإعلامي، العدد 2، بغداد، 1989.
- 193) محمد ربابعة، عبد الرؤوف بن عيسى، إبراهيم الخالدي، دور الإعلام في تعزيز القيم الوطنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 45، العدد 3، جامعة الأردن، 2018.
- 194) محمد شطاح، السمي - بصري في التشريع الإعلامي الجزائري - قراءة في القوانين والمشاريع، مجلة المعيار، المجلد 6، العدد 12، الجامعة الإسلامية الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2006.
- 195) محمد شطاح، القنوات التلفزيونية المشفرة والبرامج الرياضية - دراسة ميدانية للجمهور الرياضي في الوسط الجامعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، مجلد 2016، العدد 16، السعودية، 2016.
- 196) مروة مسعودي، عاتكة غرغوط، الأنشطة الرياضية ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 1، جامعة الوادي 2022.
- 197) منصف العياري، البعد الإبداعي في النص التلفزيوني والإذاعي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2003.
- 198) منصف العياري، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 58، تونس، 2006.
- 199) ندية القاضي، إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية دراسة في تأثير الشخص الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2008.
- خامساً: المنشورات المطبوعات**
- 200) حزب جبهة التحرير الوطني، المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب، الجزائر، 1982.

- (201) عادل عصام الدين، دور وسائل الإعلام في أمن الملاعب الرياضية، ورقة بحثية ضمن أبحاث الندوة العلمية أمن الملاعب الرياضية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2000.
- (202) محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020.
- (203) هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، مطبوعة قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية، القاهرة، د.ت.
- سادساً: الويبوغرافيا
- (204) dictionnaire de langue française <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/traitement>
- (205) www.oxfordlearnersdictionaries.com
- (206) موقع كورة في 12 أبريل 2021، <https://forum.kooora.com/?t=27301021>
- (207) www.almaany.com معجم المعاني النسخة الالكترونية
- (208) Encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne, www.larousse.fr
- (209) قاموس المعاني، النسخة الالكترونية: www.almaany.com
- (210) موقع كورة: <https://forum.kooora.com/f.aspx?t=33630013> بتاريخ 2021/09/07.
- (211) فتيحة زماموش، الإعلام المرئي في الجزائر .. تجربة في صعود، موقع: التراس صوت، مسترجع بتاريخ 2022/02/12 <https://www.ultrasawt.com>
- (212) حميدة العربي، القنوات المتخصصة جدوى وجودها ومدى تأثيرها، موقع: صحيفة المدى، مسترجع بتاريخ 2022/10/01 <https://almadapaper.net/view.php?cat=123698>
- (213) بوهني عبد الله، شاهد قناة كواليس الرياضية الجزائرية، موقع: ديزاد مودرن، مسترجع بتاريخ 2022/10/15 <https://www.dz-modern.com/2013/08/kawaliss-tv-algerie-frequency-channel.html>

- (214) القنوات الأكثر مشاهدة في الجزائر، موقع: ألجيريا فور أول <https://www.algeria4all.com/2020/01/institute-MMR-2022/10/17-2020.html>
- (215) <http://www.olympic.org/>
- (216) فاطمة جنان، من أول نشرة إعلامية إلى الأسطورة الإعلامية، مسترجع بتاريخ <http://www.dotmsr.com/news> 2022/06/12
- (217) الموقع الرسمي لمجلة فوربس، أعلى 100 رياضي أجر في العالم، 02 ماي 2023، مسترجع بتاريخ 22 ماي 2023، <https://www.forbes.com/search>
- (218) <https://bit.ly/3OkILOy>
- (219) الموقع الرسمي لشركة ديلويت، دوري ديلويت لكرة القدم 2023، مسترجع بتاريخ 29 مارس 2023، <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>
- (220) https://ar.soccerway.com/players/players_abroad/algeria/?fbclid=IwAR1J7dII-CeJc51YyiHorhGfyy6pPYvIWuQX_2oReTqkmcEcHfgriHJU7l4
- (221) <https://football-observatory.com/Chemins-de-developpement-des-joueurs-de-la-Coupe>
- (222) برنار الطيار، نسب المشاهدة التلفزيونية بين كرة القدم والفورميلا 1، 05 مارس 2018، موقع السبورت، مسترجع بتاريخ 20 أفريل 2023، <https://www.elsport.com/news/show/419409>
- (223) موقع Sporting Intelligence، 16 جانفي 2020، مسترجع بتاريخ 20 أفريل 2023، <https://www.sportingintelligence.com/2020/01/16/premier-league-global-audience-up-to-3-2bn-for-2018-19/>
- (224) موقع Statista، 09 ديسمبر 2022، مسترجع بتاريخ 20 أفريل 2023، <https://www.statista.com/statistics/754670/people-who-watched-uefa-champions-league-on-tv-within-the-last-12-months-usa/>

- (225) داليا عاصم، المصادر المُجهَّلة... صراع حائر بين الصدق والفبركة، موقع صحيفة الشرق الأوسط، 15 أكتوبر 2018، مسترجع بتاريخ 03 أبريل 2023، <https://2u.pw/DE1cZo>
- (226) محمود حسين النظاري، الصحافة الرياضية بين النشأة والتطور، موقع يمرس، 26 جانفي 2013، مسترجع بتاريخ 2023/04/18، <https://www.yemeress.com>
- (227) جريدة الحياة العربية، باتريك أمبوما: هذا هو التحكيم الإفريقي وعلى بلماضي أن يتقبله، النسخة الإلكترونية، 26 أبريل 2022، مسترجع بتاريخ 01 ماي 2023، <https://2u.pw/ZwLFh>
- (228) خالد الحلوة، الموضوعية والحياد في الصحافة، مدونة خالد الحلوة، 11 ديسمبر 2017، مسترجع بتاريخ 07 ماي 2023، <https://2u.pw/njq42q>

سابعاً: القوانين

- (229) القانون العضوي رقم 07/90، الخاص بالمشروع التمهيدي للقانون العضوي المتعلق بالإعلام، الصادر بتاريخ 03 أبريل 1990، الجريدة الرسمية، العدد 14، 04 أبريل 1990.
- (230) المشروع التمهيدي للقانون العضوي المتعلق بالإعلام، وزارة الاتصال والثقافة، مارس 1998.
- (231) المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002.
- (232) القانون العضوي رقم 05/12 المتضمن قانون الإعلام، صادر بتاريخ 12 جانفي 2012، الجريدة الرسمية، العدد 2، 15 جانفي 2012.
- (233) القانون رقم 04/14 المتضمن للنشاط السمعي البصري، صادر بتاريخ 24 فيفري 2014، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

ثامناً: المراجع باللغة الأجنبية

- 234) Bernard Lanjet , Ahmed Silem, dictionnaire encyclopédique des sciences d l' information et de la communication, édition ellipses, Paris, 1997.
- 235) Lev PavlovicMatveyev, fundamentals of sports training, mosco, progress pub,1981.
- 236) Marlène Colomb Gully, les information télévisées, edit/ P U F, collection que je sais?, Paris, 1995.
- 237) Kamieniaki, Sheldon, testing alternative theories of agendas setting, policy studies journal, vol 28, 2000.

- 238) Harold Evas, Social Responsibility, London, William Heinemann L.T.D, 1983.
- 239) Dennis McQuail, Mass Communication Theory, An Introduction 2nded, Sage Publication, London, 1988..
- 240) Lawrens and wenner, MEDIASPORT, routledge, London, 1998..
- 241) Stamiris Gianni, Sociology of Sport, Second Renewed Publication, Publication Zita, Athens, 2000.
- 242) Lange kristen, sport and new media A profile of internet sport journalists in Australia, school of human movement, faculty of human development, Victoria university, Australia, 2010.
- 243) Andrew Boyd Peter Stewart Ray Alexander, Electronic Journalism : Technique om radio and Television News, Routledge, UK, 2008.
- 244) Ann Hollifield, Jan LeBlanc Wicks, George Sylvie, Wilson Lowrey, Media Management: A casebook Approach, Routledge, UK, 2015.
- 245) StoferKT, Schaffer JR and Rosenthal BA, Sports Journalism: An Introduction to Reporting qnd Writing, Plymouth: Rowman& Littlefield Publishing, 2010.
- 246) Brad Schultz&Mary Lou Sherffer, The Changing Role of Local Television Sports, THE SPORT JOURNAL, the United States Sports Academy, Vol 24, Januar 2004.
- 247) FINAL

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الاعلام والاتصال



ط.د لموشي محمد

الأستاذ المشرف

أ.د بن زروق جمال

استمارة تحليل المضمون

الموضوع: طلب تحكيم استمارة تحليل المضمون

سعادة الدكتور (ة)

تحية طيبة وبعد،

أرجو إعلامكم بأن الباحث يقوم بدراسة علمية لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علوم الإعلام والاتصال من جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، معنونة بـ " المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة - دراسة تحليلية على قناة الهدف الرياضية."، ولهذا الغرض تم إعداد استمارة تحليل المضمون المرفقة.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على نشرات أخبار قناة الهدف المتخصصة في الرياضة من ناحيتي الشكل والمضمون تحت منظور نظريتي ترتيب الأولويات والمسؤولية الاجتماعية في الإعلام.

أرجو التكرم بالمساعدة في تحكيم هذه الاستمارة، لما عرف عنكم من خبرة وسمعة أكاديمية.

تقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير

الباحث:

لموشي محمد

استمارة تحليل المضمون
البيانات الخاصة بعينة التحليل

عنوان الموضوع

المعالجة الإخبارية للمواضيع الرياضية على القنوات الجزائرية المتخصصة – دراسة تحليلية على قناة الهدف الرياضية

///

عدد النشرة

///

تاريخ النشرة

أولا/ فئات الشكل

1- فئة القوالب الفنية (الصحافية) المستخدمة في معالجة المواضيع الرياضية:

النسبة %	التكرار	القوالب الفنية
		الخبر
		القصة الإخبارية
		التقرير الإخباري
		الريبورتاج
		التعليق الإخباري
		المقابلة الإخبارية
		التحقيق الإخباري
		التحليل الإخباري
		البث المباشر
		المجموع

2- فئة طبيعة المادة الخبرية:

طبيعة المادة الخبرية	التكرار	النسبة %
مادة إخبارية مرفقة بصور		
مادة إخبارية مرفقة بفيديو		
مادة إخبارية فقط		
المجموع		

1-2 فئة أنواع الصور الخبرية:

أنواع الصور الخبرية	التكرار	النسبة %
صور المنافسات الرياضية		
صور شخصية		
صور فوتوغرافية		
صور رسوم وكاريكاتور		
صور الرموز والشعارات		
صور هاوية مجهولة المصدر		
أخرى		
المجموع		

2-2 فئة أنواع الفيديوهات الخبرية:

أنواع الفيديوهات الخبرية	التكرار	النسبة %
الفيديوهات الخاصة بالقناة	فيديوهات المنافسات الرياضية	
	التغطية الإعلامية لتدريبات وتنقلات الفرق والأندية	
	فيديوهات الندوات الصحفية	
	فيديوهات التصريحات والمقابلات	
	المجموع	
الفيديوهات الخاصة بالقنوات الأخرى		
فيديوهات هاوية مجهولة المصدر		
أخرى		
المجموع		

3- فئة زمن المعالجة الإخبارية:

النسبة %	التكرار	زمن المعالجة الإخبارية
		أقل من دقيقة (د1 ≥)
		من دقيقة إلى دقيقتين (د1-د2)
		من دقيقتين إلى ثلاثة دقائق (د2-د3)
		من ثلاثة دقائق إلى أربعة دقائق (د3-د4)
		من أربعة دقائق إلى خمسة دقائق (د4-د5)
		أكثر من خمسة دقائق (د5 ≤)
		المجموع

4- فئة اللغة المستخدمة:

النسبة %	التكرار	اللغة المستخدمة
		العربية الفصحى
		العربية الممزوجة
		اللغات الأجنبية
		المجموع

4-1- فئة أنواع اللغات الأجنبية

النسبة %	التكرار	اللغات الأجنبية المستخدمة
		اللغة الفرنسية
		اللغة الانجليزية
		لغات أخرى تذكر
		المجموع

5- فئة أنواع العناوين:

النسبة %	التكرار	أنواع العناوين
		العنوان الخبري البحت
		العنوان الوصفي
		العنوان الاقتباسي
		العنوان التفسيري
		العنوان المقارن

		العنوان التأكيدى أو النفي
		العنوان الساخر
		العنوان الاستفهامى أو التعجبى
		العنوان الساخن
		المجموع

ثانيا/ فئات المضمون

1- فئة الموضوع

النسبة %	التكرار	أنواع المواضيع
		المنتخب الوطنى لكرة القدم ومحترفيه
		مواعيد وتحضيرات الأندية والرياضيين
		نتائج المنافسات الرياضية
		الانتقالات والتعاقدات والإقالات
		الهيئات الإدارية الرياضية
		الفساد داخل المنظومة الرياضية
		العنف
		اقتصاد واستثمارات رياضية
		مشاكل وأزمات رياضية
		الجوائز والتكريمات الرياضية
		القضايا القانونية والعقوبات
		الهيكل والمنشآت الرياضية
		المنشطات والممنوعات
		أسرار وكواليس
		نجوم ومشاهير
		أخرى
		المجموع

2- فئة الألعاب الرياضية

النسبة %	التكرار	أنواع الألعاب الرياضية
		كرة القدم
		كرة اليد
		كرة السلة
		كرة الطائرة
		المجموع
		ألعاب القوى
		الدراجات الهوائية
		كرة الريشة الطائرة

		الرياضات الميكانيكية	
		التجديف	
		المبارزة	
		الكرة الحديدية	
		السباحة	
		التنس	
		الملاكمة	
		الجيدو	
		الكاراتيه	
		المصارعة	
		تنس الطاولة	
		الجمباز	
		رفع الأثقال	
		أخرى	
		المجموع	
		المجموع	

1-2 فئة كرة القدم:

النسبة %	التكرار	أنواع كرة القدم
		المتعلقة المنتخبات الوطنية
		البطولات المحلية
		البطولات الافريقية
		البطولات الأوروبية
		البطولات العالمية
		البطولات العربية
		أخرى
		المجموع

1-1-2 فئة كرة القدم المحلية

النسبة %	التكرار	أنواع كرة القدم المحلية
		الرابطة المحترفة الأولى
		القسم الثاني
		الأقسام الهاوية
		كأس الجمهورية
		كأس السوبر
		الفئات الشبانية
		أخرى
		المجموع

3- فئة المنافسات الرياضية:

النسبة %	التكرار	أنواع المنافسات الرياضية
		منافسات وطنية
		منافسات ولائية
		منافسات جهوية
		أخرى
		المجموع
		المنافسات الافريقية
		المنافسات العربية
		المنافسات الأوروبية
		المنافسات العالمية
		المجموع

4- فئة موقع المواضيع الرياضية في نشرة الأخبار:

آخر النشرة		مقدمة النشرة		موقع المواضيع الرياضية في نشرة الأخبار
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	
				المنتخب الوطني لكرة القدم ومحترفيه
				تحضيرات ومواعيد الأندية والرياضيين
				نتائج المنافسات الرياضية
				الانتقالات والتعاقدات والإقالات
				الهيئات الإدارية الرياضية
				الفساد داخل المنظومة الرياضية
				العنف
				اقتصاد واستثمارات رياضية
				مشاكل وأزمات رياضية
				الجوائز والتكريمات الرياضية
				القضايا القانونية والعقوبات
				الهياكل والمنشآت الرياضية
				المنشطات والممنوعات
				أسرار وكواليس
				نجوم ومشاهير
				أخرى
				المجموع

5- فئة المصادر التي اعتمدت عليها القناة في معالجتها الإخبارية

النسبة %	التكرار	المصادر
		الطاقم الصحافي للقناة
		وسائل الاعلام الأخرى
		وسائل التواصل الاجتماعي
		مصادر مجهولة
		أخرى
		المجموع

5-1 فئة مصادر وسائل الإعلام الأخرى:

النسبة %	التكرار	مصادر وسائل الإعلام الأخرى
		وكالة الأنباء الجزائرية
		قنوات وإذاعات محلية
		صحف وجرائد محلية
		مواقع الكترونية محلية
		أخرى
		المجموع
		وكالات أنباء أجنبية
		قنوات وإذاعات أجنبية
		صحف وجرائد أجنبية
		مواقع الكترونية أجنبية
		أخرى
		المجموع
		المجموع

6- فئة الشخصيات الفاعلة:

النسبة %	التكرار	الشخصيات
		رياضيون
		طواقم فنية (مدربون)
		حكام
		مسؤولون ورؤساء الهيئات الرياضية
		محللون
		إعلاميون
		جماهير
		وكلاء اللاعبين
		شخصيات حكومية
		أخرى
		المجموع

7- فئة الأهداف التي تصبو لها القناة من خلال معالجتها:

النسبة %	التكرار	الأهداف
		تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين
		التحسيس بالمظاهر السلبية للرياضة ومكافحتها
		نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين
		نقد برامج أو نتائج التمثيل الرياضي الوطني
		نقد البرامج الحكومية الرياضية
		دعم البرامج الرياضية الحكومية وتدعيم سياستها في سبيل تطوير الرياضة
		الترويج للمنافسات والأحداث الرياضية التي تحتضنها البلاد
		تعزيز روح المواطنة
		أخرى
		المجموع

8- فئة القيم:

النسبة %	التكرار	القيم
		تدعيم الروح الوطنية من خلال الرياضة
		تعزيز الروح الرياضية للرياضيين وبين الأنصار
		التحسيس بخطورة مظاهر العنف والشغب في الملاعب
		التحسيس بالفساد الرياضي
		تدعيم التنمية المستدامة
		إبراز القدرات والمواهب
		أخرى
		المجموع
		خلق حساسية بين النوادي والرياضيين والأنصار
		الجهوية والعنصرية
		العنف وتغذية التعصب الرياضي
		التفرقة الاجتماعية
		أخرى
		المجموع
		المجموع

9- فئة الاتجاه:

النسبة %	التكرار	الاتجاه
		المعالجة ذات الاتجاه الإيجابي
		المعالجة ذات الاتجاه السلبي
		المعالجة ذات الاتجاه المتوازن
		المجموع

الملاحظات:

.....

.....

.....

.....

.....

دليل التعريفات الإجرائية:

أولا/ الفئات الخاصة بالشكل

1- فئة القوالب الفنية (الصحافية) المستخدمة

وقد قام الباحث بتقسيم فئة القوالب المستخدمة في نشرة أخبار قناة الهدف إلى فئات فرعية تتضمن أبرز القوالب المعتمدة في الإخراج الإخباري والتي يعتمدها القائمون على نشرة الأخبار في عملهم الإعلامي، وتم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية موضحة أدناه: الخبر/ القصة الإخبارية/ التقرير الإخباري/ الروبورتاج/ التحقيق الإخباري/ المقابلة الإخبارية/ التعليق الإخباري/ التحليل الإخباري/ البث المباشر (بغية تقديم الخدمة الإخبارية)/ البورترى.

2- فئة طبيعة المادة الخبرية

نعني بهذه الفئة طبيعة المادة الإعلامية التي تعتمد عليها القناة في معالجة المواضيع الرياضية وقسمنا هذه الفئة إلى ثلاثة فئات رئيسية هي:

- مادة إخبارية مرفقة بصور: المادة التي تعتمد على القراءة الخبرية برفقة صورة خبرية.
 - مادة إخبارية مرفقة بفديو: المادة التي تعتمد على القراءة الخبرية برفقة فيديو خبري.
 - مادة إخبارية فقط (من دون صور أو فيديوهات): المادة التي تعتمد على فقط على القراءة الخبرية.
- 1-2 فئة أنواع الصور الخبرية: تهتم هذه الفئة بطبيعة الصور الإخبارية المتضمنة في نشرة الأخبار، وستسمح لنا هذه الفئة بالتحديد الدقيق لنوع الصور المعتمدة في تقديم نشرة الأخبار والمتمثلة في الفئات الفرعية الثانوية التالية: صور المنافسات الرياضية/ صور شخصية/ صور فوتوغرافية/ صور رسوم وكاريكاتير/ صور الرموز والشعارات/ صور هاوية مجهولة المصدر/ أخرى.

1-2 فئة أنواع الفيديوهات الخبرية: هي فئة كسابقتها تهتم بطبيعة الفيديوهات الإخبارية التي تضمنتها نشرات الأخبار والتي قسمت بدورها إلى فئات فرعية ثانوية كالتالي: فيديوهات المنافسات الرياضية/

فيديوهات المنافسات الرياضية خاصة بقتوات أخرى/ فيديوهات الندوات الصحفية/ فيديوهات التصريحات والمقابلات/ فيديوهات هاوية مجهولة المصدر/ أخرى.

3- فئة زمن المعالجة الإخبارية

وهي أحد الفئات الأكثر استعمالا في بحوث الإعلام والاتصال خاصة المتعلقة بتحليل المادة الإعلامية المرئية، والزمن في دراستنا هذه سيتم قياسه في مجال زمني محدد بالدقيقة بفئات فرعية ثانوية ممثلة كالآتي: المعالجة الإخبارية التي لا تتجاوز دقيقة (≥ 1) / المعالجة الإخبارية من دقيقة إلى دقيقتين ($1-2$) / المعالجة الإخبارية من ثلاثة دقائق ($2-3$) / المعالجة الإخبارية من ثلاثة دقائق إلى أربعة دقائق ($3-4$) / المعالجة الإخبارية من أربعة دقائق ($4-5$) / المعالجة الإخبارية من أربعة دقائق إلى خمسة دقائق ($5-6$) / المعالجة الإخبارية التي تتجاوز خمسة دقائق (≥ 5)

4- فئة اللغة المستخدمة:

تهدف هذه الفئة إلى التعرف على النمط اللغوي السائد في نشرة أخبار القناة، كما أنها تسمح لنا بالتعرف على مدى الرسمية التي تتعامل بها القناة مع المواضيع الرياضية وتضمنت الفئات الفرعية التالية:

- لغة عربية فصحي: وهي اللغة الرسمية الأولى في الجزائر والمعتمدة في أغلب القنوات التلفزيونية.
- لغة عربية ممزوجة (عربية فصحي وعامية): ونقصد بالعربية الممزوجة نوع اللغة التي تحمل اللهجة المحلية العامية والعربية الفصحى، وهي أيضا نمط لغوي معتمد في أغلب القنوات التلفزيونية العربية والعالمية.
- لغة أجنبية: ونقصد بها اعتماد اللغات الأجنبية على اختلافها وتنوعها في تقديم النشرة الإخبارية.

4-1 فئات اللغات الأجنبية المستخدمة:

ونقصد بها اللغة الأجنبية الأكثر ظهورا واعتمادا في نشرة الأخبار وتشمل في الفئات الفرعية الثانوية التالية: لغة فرنسية / لغة انجليزية / لغات أخرى تذكر.

5- فئة العناوين:

تساعد هذه الفئة الباحث في تحليل الكيفية التي تعالج بها المواضيع من حيث طبيعة العناوين، وقد قسمنا هذه الفئة إلى فئات فرعية تمثل أنواع العناوين الخبرية المعتمدة في نشرات الأخبار التلفزيونية كما يلي: العنوان

الخبري البحث / العنوان الوصفي / العنوان الاقتباسي / العنوان التفسيري / العنوان المقارن / العنوان التأكيدى أو النفي / العنوان الساخر /العنوان الاستفهامى أو التعجبى.

ثانيا/ الفئات الخاصة بالمضمون

1- فئة الموضوع:

تتضمن هذه الفئة أهم المواضيع أو المحاور الرياضية التي من الممكن أن ترد في نشرة الأخبار القناة وتتمثل فيما يلي: تحضيرات وتدريبات الأندية والرياضيين / نتائج ومواعيد المنافسات الرياضية / الانتقالات والتعاقدات والإقالات / الهيآت الإدارية الرياضية / العنف في الملاعب / الفساد داخل المنظومة الرياضية / اقتصاد واستثمارات رياضية / مشاكل وأزمات رياضية / الجوائز والتكريمات الرياضية / القضايا القانونية والعقوبات / الهياكل والمنشآت الرياضية / المنشطات والممنوعات / أسرار وكواليس / نجوم ومشاهير / أخرى.

2- فئة الألعاب الرياضية:

نقصد بهذه الفئة تحديد نوع الألعاب الرياضية الأكثر ظهورا في نشرة الأخبار، وهي فئة تضم أغلب الرياضات الشعبية وأبرزها ممارسة سواء الفردية منها أو الجماعية، وقد حاول الباحث في هذه الفئة حصر أبرز الرياضات التي يتم تناولها في المجال الإعلام الرياضي، وجاءت على النحو التالي: الألعاب الجماعية / الألعاب الفردية.

1-2 الألعاب الجماعية:

وتتضمن أبرز أنواع الألعاب الرياضية ظهور في مجال الإعلام الرياضي المرئي وأكثرها شعبية وسط الجماهير وتضمنت : كرة القدم / كرة السلة / كرة اليد / كرة الطائرة.

1-1-2 كرة القدم:

بالنظر إلى غزارة المادة الإخبارية في نشرات الأخبار والتي تختص برياضة كرة القدم بما أنها الرياضة الشعبية الأولى في العالم والجزائر، فقد توجه الباحث إلى تقسيم فئة رياضة كرة القدم إلى فئات فرعية ثانوية من أجل تحديد أبرز المحاور والمواضيع الخاصة بهذه الرياضة ليكون القياس هنا أعمق وأدق من الاكتفاء بعرض نتائج رياضة كرة القدم بسطحية. وقسمت على النحو التالي: المنتخبات الوطنية / البطولات المحلية / البطولات الأوروبية / البطولات العالمية / البطولات العربية / أخرى.

1-1-1-2 البطولات المحلية:

فيما تم تقسيم فئة البطولات المحلية بدورها إلى فئات فرعية ثانوية أخرى بالنظر إلى كم المواضيع الرياضية الخاصة بكرة القدم المحلية التي تعرضها النشرة والتي اكتشفناها بعد الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها وفضلنا تفريعها هي الأخرى لفئات فرعية ثانوية لتكون معالجتنا أكثر دقة، وجاءت كما يلي: الرابطة المحترفة الأولى / القسم الثاني / الأقسام الهاوية / كأس الجمهورية / كأس السوبر / الفئات الشبانية / أخرى.

2-2 الألعاب الفردية:

تتضمن هذه الفئة أبرز الألعاب الفردية التي تظهر عموماً في نشرات الأخبار الرياضية والتي حاولنا حصرها فيما يلي: ألعاب القوى / السباحة / التنس / الملاكمة / الجيدو / الكاراتيه / المصارعة / تنس الطاولة / الجمناز / رفع الأثقال / أخرى

3- فئة المنافسات الرياضية:

تعتبر هذه الفئة (المنافسات الرياضية) من أكثر الفئات ظهوراً في مجال الدراسات الإعلامية الخاصة بتحليل المضمون في المجال الرياضي، وهي فئة تسمح لنا باكتشاف أهم المنافسات التي تهتم القناة عبر نشرة أخبارها بتغطيتها ومعالجة أخبارها، وقمنا بتقسيمها إلى الفئات الفرعية الثانوية التالية: منافسات محلية / منافسات قارية / منافسات عربية / منافسات عالمية.

1-3 فئة المنافسات المحلية:

تتناول قناة الهدف عبر نشرات أخبارها الكثير من المواضيع الرياضية الخاصة بالشأن المحلي، لذلك فضل البحث الغوص أكثر في المنافسات المحلية للوصول إلى نتائج علمية دقيقة عن طريق تفريع فئة المنافسات المحلية إلى فئات أخرى تمثلت في: منافسات وطنية / منافسات جهوية / منافسات ولائية.

4- فئة موقع المواضيع الرياضية في نشرة الأخبار

هي فئة تهتم بموقع الموضوع المراد تحليله في المادة المدروسة، لأن للموقع أهمية كبيرة في تأثيره المشاهد، لذلك فإن موقع المادة له دلالة مقصودة لوضعها في موقع دون الآخر، ومن المؤكد أن المواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة تبلغ أهمية كبيرة بالنسبة للقناة مقارنة بباقي المواضيع، لذلك حاول الباحث

تقسيم هذه الفئة لمعرفة أبرز المواضيع التي تراها القناة تستحق أن تكون على رأس أولويات النشرة الإخبارية وجاءت على النحو التالي:

1-4 المواضيع التي تظهر في مقدمة النشرة: وهي الفئة الفرعية التي سنكتشف من خلالها الموضوع الأول والثاني الذي يظهر في مقدمة النشرة، والذي سيعكس أبرز المواضيع التي تراها القناة تستحق أن تكون على رأس اهتماماتها وفي مقدمة النشرة.

2-4 المواضيع التي تظهر في مؤخرة النشرة: وهي الفئة ستظهر لنا المواضيع التي تضعها القناة في قاع اهتماماتها مقارنة بالمواضيع الرياضية الأخرى التي تعرضها سواء في مقدمة النشرة أو منتصفها.

5- فئة المصادر التي اعتمدت عليها القناة في معالجتها الإخبارية:

نقصد بهذه الفئة جميع المصادر التي اعتمدت عليهم في القناة في إعداد نشرة الأخبار سواء كانت مصادر القناة الخاصة أو الخارجية. وذلك بغرض التعرف على أهم المصادر التي تعتمد عليها القناة في عملها الإخباري وتم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية كما هو موضح: الطاقم الصحافي للقناة / وسائل الإعلام الأخرى / مواقع التواصل الاجتماعي / مصادر مجهولة / أخرى.

1-5 فئة مصادر وسائل الإعلام الأخرى:

تتمثل في المصادر التي اعتمدت عليها القناة والتي لا تنتمي إلى مصادر القناة الداخلية الخاص بالطاقم الصحافي للقناة أو مواقع التواصل الاجتماعي وتتضمن ما يلي:

1-1-5 وسائل إعلام جزائرية: تتمثل في: صحف محلية / قنوات وإذاعات محلية / مواقع الكترونية محلية / وكالة الأنباء الجزائرية / أخرى.

2-1-5 وسائل إعلام أجنبية: تتمثل في: صحف أجنبية / قنوات وإذاعات أجنبية / مواقع الكترونية أجنبية / وكالات الأنباء الأجنبية / أخرى.

6- فئة الشخصيات الفاعلة:

نصبو من خلال هذه الفئة إلى البحث عن الصانع الحقيقي للحدث أو الممثل الرئيسي له حسب المعطيات التي تقدمها القناة عبر نشرة الأخبار، وقد حاول الباحث حصر أبرز الفاعلين في الساحة الرياضية والذين يتصدرون المشهد الإعلامي على النحو التالي: رياضيون / طواقم فنية (مدربون) / طواقم إدارية (رؤساء

ومسيرو النوادي والجمعيات الرياضية) / حكام / مسؤولون ورؤساء الهيئات الرياضية / محللون / إعلاميون / جماهير / وكلاء اللاعبين / شخصيات حكومية / أخرى تذكر.

7- فئة الأهداف التي تصبو لها القناة من خلال معالجتها الإخبارية:

تمثل هذه الفئة البحث عن الأهداف والتي تريد القناة بلوغها من خلال معالجتها للمواضيع والمضامين الرياضية، وهي مجموعة من النقاط التي حددها الباحث من خلال الدراسات السابقة بالإضافة إلى اطلاعه الأولي على مضامين النشرة وتمثلت فيما يلي: تقديم آخر الأخبار الرياضية للمشاهدين/ تحسيس المشاهد بالمظاهر السلبية للرياضة ومكافحتها / نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهدين / نقد برامج أو نتائج التمثيل الرياضي الوطني / نقد البرامج الحكومية الرياضية / دعم البرامج الرياضية الحكومية وتدعيم سياساتها في سبيل تطوير الرياضة / الترويج للمنافسات والأحداث الرياضية التي تحتضنها البلاد / تعزيز روح المواطنة / أخرى.

8- فئة القيم:

هي أحد أبرز الفئات ظهوروا في دراسات تحليل المحتوى، ونريد من خلالها التعرف على القيمة التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها عند معالجته للمواضيع الرياضية، وقسمت هذه الفئة انطلاقاً من خبرات الباحث والدراسات السابقة إلى فئتين فرعيتين هما: القيم الإيجابية / القيم السلبية.

1-8 القيم الإيجابية:

هي القيم التي تظهر من خلال المعالجة الإيجابية للمواضيع الرياضية على نشرة الأخبار والتي تكون في خانة الصالح العام والمجتمع وجاءت فئاتها كما لي: تدعيم الروح الوطنية من خلال الرياضة / تعزيز الروح الرياضية للرياضيين وبين الأنصار / التحسيس بخطورة مظاهر العنف والشغب في الملاعب / التحسيس بالفساد الرياضي / خلق روح المنافسة الشريفة / تدعيم التنمية المستدامة / إبراز القدرات والمواهب.

2-8 القيم السلبية:

هي القيم التي تظهر من خلال المعالجة السلبية للمواضيع الرياضية وتظهر ما يتنافى مع الصالح العام للمجتمع والضوابط التي تحكمه ولا تكون في صالح الخدمة الإعلامية ومسؤولية القناة الإعلامية تجاه المجتمع، وتمثلت فيما يلي: خلق حساسية بين النوادي والرياضيين / خلق حساسية بين أنصار النوادي

الرياضية / الجهوية / العنف / تغذية التعصب الرياضي / التفرقة الاجتماعية / تجريد الرياضة من ضوابطها الأخلاقية / العنصرية.

9- فئة الاتجاه:

نهدف من خلال هذه الفئة اكتشاف اتجاه المعالجة الإخبارية التي تقوم بها القناة عبر نشرات أخبارها للمواضيع الرياضية.

ولأن دراستنا لا تتعلق بدراسة موضوع محدد بعينه تتناوله القناة فلا يمكننا اكتشاف أو دراسة التأييد أو الحياد وحتى المعارضة تجاه هذا الموضوع أو القضية نظراً أنه لا يخدم أهداف البحث، وإنما يتعلق بحثنا بمعالجة المواضيع الرياضية بصفة عامة، لذلك فقد تطرقنا إذاً إلى تصنيف فئات الاتجاه إلى ثلاثة فئات فرعية ثانوية تمثلت في: **المعالجة ذات الاتجاه الإيجابي / المعالجة ذات الاتجاه السلبي / المعالجة ذات الاتجاه المتوازن**، والتي يمكننا من خلالها الوصول إلى نتائج أكثر دقة تخدم أهداف البحث والنظريات التي تبنتها الدراسة.