

مذكرة ماستر

ميدان العلوم الإنسانية
علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة
رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

محمد تقار

حليمة لعباشي

نوقشت يوم: 2024/06/11

أخلاقيات القائم بالاتصال لدى صحفيي الشأن الرياضي بالتقنوات التلفزيونية

(دراسة تحليلية لمضامين الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي)

لجنة المناقشة:

مقرر	جامعة بسكرة	أ. مح أ	هشام عبادة
رئيسا	جامعة بسكرة	أ ت ع	داود جفافة
مناقشا	جامعة بسكرة	أ مح أ	نصيرة بويعلی



بسكرة في 05/06/2024

الاسم واللقب الأستاذ المشرف : صالح عبد الله
الرتبة : م.أ.د
المؤسسة الأصلية : جامعة بسكرة

الموضوع: الإذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ (ة) صالح عبد الله وبصفتي مشرفا على مذكرة الماستر
للطالبيين: (ة)

- 1- تقارير محمد
- 2- أبحاث في حليمة

في تخصص: التصالح وعلاقات عامة

والموسومة: ب- اختلافيات القائم بالاتصال لدى صحافيي الشبان الجزائريين
بالصوت في التلفزيون (دراسة تحليلية كصافية من الدراسات الصحفية للناخب
الوطني مقال بلعاصي

والمسجل بقسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام وارتباط، أقر بأن المذكرة قد استوفت
مقتضيات البحث العلمي من حيث الشكل والمضمون، ومن ثمة أعطي الإذن بإيداعها.

إمضاء المشرف

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

"إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ"

إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ"

(فاطر: الآية 28)

شكر وعرفان

أولاً وقبل كل شيء، أشكر الله عز وجل الذي أنعم علينا بهذه النعمة ووفقنا في

كل خطوة تخطيناها في حياتنا الدراسية

وممد لي الطريق لأن أكون بينكم اليوم لأناقش رسالتي في الماجستير

نتقدم بأسمى عبارات الشكر إلى الأستاذ المشرف "د. هشام عبادة" الذي تكرم

بقبوله الإشراف على هذا البحث وتقديم يد المساعدة والتوجيه طيلة فترة

المذكورة له منا كل الاحترام والتقدير

إلى جميع أساتذتنا الأفاضل الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة

أشكر كل من ساندنا في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

خاصة الأساتذة المحكمين "أ.د سامية جفال" "د. نهلة حفيظي" "د. سعاد سراي"

القائمين على خطة الإعلام والاتصال بالولاية على اتاحتهم لنا فرصة التبرص بالولاية

ومساعدتنا في إتمام التبرص

والزملاء والزميلات الذين حضرونا طيلة إنجاز هذا العمل

الأهداء

بعد الجهد والصبر وطلبت لنا لنهايات حلمي وكلمي فخر وفرح بإنجازي وأسأل الله

أن يجعله خير لي وينفعني به

أهدي عملي هذا إلى روح والدي الطاهرة أسأل الله تعالى أن

يتغمده بواسع رحمته ويسكنه فسيح جناته

كذلك أهديه إلى أمي الغالية حفظها الله من كل مكروه وبارك في عمرها

وإلى إخوتي "فارس وعقبة وجلول"

وإلى أختي الكبرى مليكة وزوجها وأبنائهم الثلاثة

"عائشة وإسماعيل وجناد"

وإلى أختي الصغرى "سوريا وزوجها"

الاهلداد

إلى تلك الإنسانية العظيمة التي كانت تتمنى دائماً أن تفتح عينيهما على رؤيتي

في يوم مثل هذا "أمي الغالية"

إلى ذلك الإنسان العظيم الذي كان سنداً لي في كل أوقاتي "أبي حبيبتي"

يا نصر الحب الذي يتدفق في روعي

أهدي تخرجي إلى سندي في الحياة وأخي اسماعيل وابنه جود قبل كل شيء

والى اخوتي عبد الحكيم ومراد ومحمد وعبد العزيز وزوجته رحاب والى ابنة

خالتي وصديقتي المقربة "ياسمين" وابنة اختي الماء

والى اختي فائزة وفاطمة أنتم سندي وحناء ظهري وكيانتي

والمساندين في السراء والضراء شكراً لكم. دمتم لي

طبعة

ملخص الدراسة

تناولت الدراسة اخلاقيات القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي بحيث تم تسليط الضوء على المحددات والمبادئ الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال أثناء ممارسته لمهنته من خلال التطرق إلى عينة من الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي والتي تحظى بمتابعة الكبيرة من طرف الجمهور الرياضي وقد اعتمدنا على منهج تحليل المضمون وأداة استمارة التحليل محاولين بذلك الوصول إلى أهم المعايير التي تضبط الممارسة المهنية في إطار ما نصت عليه المواثيق والقوانين الدولية.

هذا وقد توصلت الدراسة إلى التزام القائم بالاتصال بالضوابط الاخلاقية في الندوات الصحفية محل التحليل، بناء على ذلك فإن الجمهور يستطيع تلقى المضمون المتخصص في الشأن الرياضي مؤطرا بالمحددات الأخلاقية الاتصالية.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات القائم بالاتصال، الإعلام الرياضي

Summary of the study

The study dealt with the ethics of the communicator in the sports media, highlighting the determinants and ethical principles that the communicator must adhere to while practicing his profession by addressing a sample of the press conferences of the national selector Jamal Belmadi, which are widely followed by the sports audience. We relied on the content analysis method and the analysis form tool, trying to reach the most important standards that regulate professional practice within the framework of what is stipulated by international charters and laws.

The study found that the communicator adhered to the ethical rules in the analyzed press seminars, based on this, the audience can receive the specialized content on sports affairs framed by the ethical determinants of communication

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	شكر وعران
	ملخص الدراسة
أب	مقدمة
	الجانف النظرى
	الفصل الأول: الإطار المفاهىمى والمنهجى للدراسة
04	أولاً: الإطار المفاهىمى للدراسة
04	1. الإشكالية
06	2. التساؤلات الفرعية
06	3. أسباب اختيار الموضوع
06	4. أهداف الدراسة
07	5. أهمية الدراسة
07	6. تحديد المفاهىم
12	7. الدراسات السابقة
20	ثانياً: الجانف المنهجى للدراسة
20	1. منهج وأداة الدراسة
24	2. مجتمع البحث
	الفصل الثانى: الإطار النظرى للدراسة
26	المبحث الأول: أخلاقيات الممارسة الإعلامية فى القنوات التلفزيونية
27	المطلب الأول: الممارسة الإعلامية: الأسس والمنطلقات
31	المطلب الثانى: أهمية ومصادر أخلاقيات الممارسة الإعلامية
36	المطلب الثالث: رؤى نظرية حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية فى البيئة الإلكترونية

فهرس الموضوعات

37	المطلب الرابع: قواعد السلوك المهني في القنوات التلفزيونية
40	المبحث الثاني: مدخل عام حول الإعلام الرياضي التلفزيوني
40	المطلب الأول: الإعلام الرياضي التلفزيوني قراءة في المفهوم والنشأة
43	المطلب الثاني: الإعلام الرياضي التلفزيوني والتنشئة الاجتماعية
45	المطلب الثالث: البنية الوظيفية للإعلام الرياضي التلفزيوني
46	المطلب الرابع: الإعلام الرياضي التلفزيوني والرأي العام دراسة في التأثير
48	المبحث الثالث: العنف الرمزي في المجال الإتصالي الرياضي
49	المطلب الأول: المقاربات النظرية المفسرة للعنف الرمزي في المجال الرياضي
58	المطلب الثاني: التلفزيون وسياقات العنف الرمزي الإتصالي في المجال الرياضي
63	المطلب الثالث: النقاش الصحفي الرياضي من منظور أخلاقي اتصالي
70	خلاصة
	الجانب التطبيقي
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
72	التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون
87	عرض نتائج الدراسة
90	الخاتمة
92	قائمة المراجع
99	قائمة الملاحق

مقدمة

يحتل الاعلام دورا هاما في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمعات، إذ أنه ليس مجرد رسالة أو شعار تتغير وتتبدل، بل هو عقل مفكر ذو مصالح وغايات خفية مؤثرة في اتجاهات ورؤى الرأي العام حول قضايا واهتمامات متنوعة، خاصة فما تعلق بقضايا الشأن الرياضي عبر وسيلة التلفزيون الجماهيرية المستقطبة لكل الفئات العمرية والشرائح المجتمعية والمستويات التعليمية، التي تعد وسيلة فعالة في التغطية الاعلامية ونقل الأخبار حول المنافسات والأحداث الرياضية أي تصوير الحدث ووضعه في قالب إعلامي هادف.

إن الاعلام الرياضي التلفزيوني ما هو الا منظومة فكرية توضيحية للأخبار والمعلومات الخاصة بالأندية والفرق الرياضية والمباريات التنافسية، ليكون هذا المجال من أكثر المجالات ديناميكية واستقطابا للرأي العام على غرار المجالات الأخرى، لأنه يضع فيه عنصر الحماس والانفعال وينمي لدى الجمهور ثقافة رياضية واسعة ومتشعبة معرفيا وسلوكيا.

إن كل مؤسسة إعلامية تسعى إلى الاهتمام بموضوع الأخلاقيات من باب مسؤولياتها تجاه جمهورها من جهة ولأجل المحافظة على سمعتها من جهة أخرى الشيء الذي يؤهلها إلى احتلال مكانه ومصداقية لدى جمهورها وبالتالي لا تفقد قدرتها على التأثير فيه فان بناء منظومة معايير أخلاقية يتقيد بها الإعلام يساهم في خلق علاقة جيدة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور والمجتمع من جهة أخرى كما يساهم في أدى الإعلام لأدواره بشكل جيد وفعال خاضع للمعايير وقواعد ومع انتشار بعض الممارسات غير المسؤولة من طرف بعض هذه الوسائل التي أصبحت وسائل لنقل الأكاذيب والافتراءات واقتحام الخصوصيات ومناظر لخدمة مصالح ضيقة لمن يقف وراء الوسيلة سواء من حيث الملكية أو التمويل كل هذا جعل الحديث عن الضوابط الأخلاقية وإرساء معايير مهنية وترشيد وتوجيه هذه السلوكيات ضرورة ملحة في ما يحدث من تجاوزات أثرت بشكل أو بآخر على الممارسة المهنية الإعلامية.

لقد جاءت هذه الدراسة ضمن ثلاثة أطر، أولها الإطار المنهجي: والذي قسمناه لجانبين جانب مفاهيمي والمتضمن العناصر التالية صياغة اشكالية الدراسة وتساؤلاتها وتحديد أهميتها وأهدافها وأسباب اختيار الموضوع وتحديد المفاهيم نظريا وإجرائيا، وأدبيات الدراسة وأوجه الاستفادة منها في

عملية بناء الموضوع وتعبير هذه العناصر المفاهيمية عن الموضوع في بعده المعرفي، وجانب منهجي ينطلق من تحديد المنهج والأدوات المناسبة لطبيعة الدراسة.

في حين كان الفصل الثاني: معنون بالأطر النظرية والمرجعية للدراسة معتمدين في ذلك على طريقة العناوين المركبة والتي تحمل العلاقة بين متغيرين والتي تتيح للطالب حرية اختيار المعلومات وانتقاء الأفكار ذات عمق ووزن بمضمون الدراسة، والذي يضم ثلاث مباحث، المبحث الأول: تحت عنوان أخلاقيات الممارسة الاعلامية في القنوات التلفزيونية الذي يندرج ضمنه أربع مطالب: بداية بالممارسة الاعلامية الأسس والمنطلقات وصولاً إلى قواعد السلوك المهني في القنوات التلفزيونية. أما فيما يخص المبحث الثاني: الموسوم بمدخل عام حول الإعلام الرياضي التلفزيوني الذي تم التطرق فيه إلى الإعلام الرياضي التلفزيوني قراءة في المفهوم والنشأة، ثم الإعلام الرياضي والتنشئة الاجتماعية، لننتقل إلى الحديث عن البنية الوظيفية للإعلام الرياضي التلفزيوني، ثم الإعلام الرياضي التلفزيوني والرأي العام قراءة في التأثير.

وبخصوص المبحث الثالث: بعنوان العنف الرمزي الإتصالي في المجال الرياضي، تطرقنا فيه إلى المقاربات النظرية المفسرة للعنف الرمزي الإتصالي في المجال الرياضي، التلفزيون وسياقات العنف الرمزي الإتصالي في المجال الرياضي، النقاش الصحفي الرياضي من منظور أخلاقي اتصالي.

هذا كله فيما يخص الإطار المنهجي والنظري، وفي الأخير نمر إلى الجانب الميداني للدراسة: من خلال عرض وتحليل ومناقشة الدراسة التطبيقية، لنستعرض أهم نتائج هذه الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي

والمنهجي للدراسة

1. الإشكالية:

تعد أخلاقيات المهنة الصحفية مسألة تجاوزت كل الحدود والأقطار لتصبح مسألة عالمية خاصة إذا احترمت فيها خصوصيات كل بلد، إلا أن التقيد بهذه الأخلاقيات لم يصل بعد إلى مستوى تطلعات الأسرة الإعلامية في العالم بعدما أصبحت الصحافة تعيش كثيرا من التناقضات التي أساءت لنشاطها، ما يستلزم إيجاد ميثاق شرف صحفي يكون دليلا أخلاقيا يلتزم به كل العاملين والمتعاملين مع مهنة الصحافة تجاه الجمهور الذي يطالب من جهته بالاطلاع على الحقيقة كاملة دون تحريف أو تزييف لمكوناتها.

وعلى الرغم من أن موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة يحتل مكانة بارزة ضمن المنظومة التشريعية والإعلامية في الجزائر، يبقى الصحفي مطالباً أكثر من أي وقت مضى بالالتزام والعمل بهذه المواثيق أثناء أدائه لمهنته، ولن يتأتى هذا الهدف إلا بمساهمة مختلف النقابات والتنظيمات المهنية الواجب عليها إعداد مدونة ميثاق شرف يلتزم به الجميع بعيدا عن الحسابات الضيقة والحساسيات بين مختلف وسائل الإعلام الجزائرية بنوعها العمومية أو المستقلة، خاصة وأن الاتجاه نحو مرحلة أكثر احترافية ومهنية أضحت أكثر من ضرورة وسط ما تعيشه الساحة الإعلامية في الجزائر من تجاذبات وانزلاقات وتراشقات بين مختلف الفاعلين فيها، مما قد يعصف بتجربة التعددية الإعلامية في الجزائر ويعيدها إلى نقطة الصفر خاصة إذا تواصلت عملية إرجاء العمل بكل المواثيق والداستير المنظمة لأخلاقيات العمل الصحفي إلى وقت لاحق.

ومما لا شك فيه أن لصحافة الشأن الرياضي في الجزائر تأثير على الرأي العام والجمهور الرياضي إزاء الأحداث الرياضية ومساهماتها في تغيير المواقف وتثبيتها، وهذا من خلال تزويدها للجماهير بالأخبار والمعلومات الخاصة بالشأن الرياضي وتغطيتها الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية، كل هذا في إطار التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية، وتوعية وتنقيف الجماهير رياضيا، حيث يحظى منتخب كرة القدم في الجزائر بمتابعة واهتمام كبيرين سواء من طرف الصحافة المتخصصة أو من طرف الجماهير.

يشارك المنتخب الوطني لكرة القدم في عديد المنافسات الكروية القارية والعالمية، بالنسبة للمنافسات القارية فتمثل في بطولة كأس إفريقيا للأمم والتي تقام كل سنتين، هذه البطولة تسبقها تصفيات مؤهلة بين منتخبات القارة، أما بالنسبة للمنافسة العالمية فتمثل في كأس العالم والتي تقام كل أربع سنوات، تسبق المنافسة تصفيات للمنتخبات في كل القارات، وتعد بطولة كأس العالم أعظم حدث رياضي كروي لما لها من متابعة جماهيرية كبيرة حول العالم، تفرض قوانين هذه المنافسات على اتحاد كرة القدم في كل بلد إقامة مؤتمر صحفي يجيب فيه مدرب المنتخب على أسئلة الصحفيين بخصوص جديد المنتخب.

وعند مشاهدتنا للندوات الصحفية التي ينشطها الناخب الوطني "جمال بلماضي" نرى أن الكثير منها شهدت تجاوزات أخلاقية لتتحول من ندوة صحفية هدفها نقل جديد المنتخب الى مجموعة من الترشقات الإعلامية بين الناخب الوطني والصحفيين وهذا راجع لاستفزات بعض الصحفيين للناخب عند طرحهم للأسئلة.

وتعد هذه الظاهرة متعدية إلى أن تكون سمة مؤكدة في الكثير من الندوات على الصعيد غير المحلي أيضا (أوروبا، آسيا) حيث أننا نجد مدربين عالميين لا يتفقون مع الاعلاميين ويتجنبون التصريح لهم والظهور معهم، وهذا لأن الاعلاميين الرياضيين كثيراً ما يمارسون نوعا من التشويق والإثارة التي تستثمر في الأبعاد النفسية لدى الجماهير، حيث تلعب ميولهم الرياضية دورا مهما في دفعهم نحو ارتكاب أخطاء مهنية قد تساهم في بروز ظواهر سلبية في المجال الرياضي.

وفي ضوء ذلك تتضح أهمية تناول موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات التلفزيونية في الجزائر حتى يتسنى لنا القيام بتحليل الممارسة الإعلامية في مجال قطاع السمعي البصري في الجزائر وتحديد الإعلام الرياضي السمعي البصري للتعرف على مدى التقيد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في إنتاج المحتوى الرياضي

وقد تحدد التساؤل الرئيس للدراسة فيما يلي:

كيف تتجلى محددات الالتزام الأخلاقي في النقاشات الصحفية الرياضية من خلال مؤتمرات الناخب الوطني "جمال بلماضي" مع وسائل الإعلام؟

2. التساؤلات الفرعية:

- ما هي أبرز الإشكاليات والمواضيع في أجندة الندوات الصحفية بين الناخب والصحفيين؟
- كيف تتجسد الضوابط الأخلاقية لإدارة الندوات الصحفية بين الناخب الوطني والصحفيين؟
- كيف تساهم طبيعة المواضيع المثارة للنقاش في انحراف الاتصال خارج الإطار الأخلاقي؟

3. أسباب اختيار الموضوع:

- الاهتمام الشخصي بمتابعة المؤتمرات الصحفية للناخب الوطني والتعرف على مضامينها.
- تحول المؤتمرات الصحفية الى حرب كلامية بين الناخب الوطني والصحفيين.
- خروج أو انزياح المؤتمرات الصحفية في كل مرة عن الحدث المعدة من أجله.
- تكرار مشاهد التعصب بين الناخب والصحفيين في كل مؤتمر صحفي.

4. أهداف الدراسة:

- تعد الأهداف العلمية لموضوع البحث الركيزة الأساسية التي تضبط وتصوب مسار البحث ووضعه في إطار فكرة الدراسة بحيث لا يحيد عن هاته الأهداف والتي تمثلت فيما يلي:
- التعرف على الوضعية الأخلاقية للنشاط الإعلامي المتخصص في الشأن الرياضي، عبر تحليل محتوى مؤتمر صحفي لمدرّب المنتخب الوطني لكرة القدم.
 - الاطلاع على أهم المواضيع التي تعالجها المؤتمرات الصحفية الرياضية، والاهتمام الذي يوليه لقضايا المنتخب الوطني لكرة القدم.

- محاولة تقييم اتجاهات الإعلاميين الرياضيين من خلال طبيعة الأسئلة التي يطرحونها في المؤتمر نحو قضايا وموضوعات المنتخب الوطني لكرة القدم انطلاقا من موقعهم كصحفيين في مؤسسات إعلامية ومتخصصين يختلفون في متابعة أخبار المنتخب الوطني.
- تسليط الضوء على الإعلام الرياضي في الجزائر وتغطيته للأحداث الرياضية، ومدى تناسق هذه التغطية مع الوظائف العامة للإعلام.
- إبراز القيم الأخلاقية في النقاش الرياضي بوصفها إحدى عوامل نجاح العملية الاتصالية.

5. أهمية الدراسة:

تستقي الدراسة أهميتها من أهمية المجال البحثي أو الموضوع، فأخلاقيات مهنة الصحافة التي نركز عليها في الموضوع لها أبعادها على مستوى الممارسة الإعلامية في أرض الواقع من خلال قوانين وضوابط يمكن فحصها، إذ تعد جملة التشريعات والقوانين ذات أهمية بالغة من خلال فحص مدى الالتزام بها والامتثال لها نظريا وتطبيقيا من خلال ملامسة بعض الزوايا التي يتضمنها المجال الإعلامي والاتصالي.

يعد الواقع الرياضي أو الاتصال الرياضي والذي يوليه الشارع الجزائري حيزا كبيرا من الاهتمام من خلال المتابعة والتحليل عنصرا أساسيا في الموضوع والذي يعالج قضايا تحتاج لمساءلة الأفعال والممارسات الإعلامية خلال الندوات الصحفية انطلاقا من أخلاقيات الصحافة التي تحدد وتصوب العمل الصحفي في الجزائر وتوطئه.

6. تحديد المفاهيم:

عملية تحديد المفاهيم هي مركز المنهج العلمي الذي تنظم عليه كل المعارف هذه المفاهيم حتى وإن كانت غير موحدة المقاصد بالإضافة لاختصاصها بميزان الاختلاف والتباين لذا في دراستنا هاته وجب العودة الى المنبع الأصلي لهذه المفاهيم ومن ثم القيام بمحاولة تعييدها وإعطائها تعريفا إجرائيا بما يخدم بحثنا.

الأخلاقيات:

لغة: الاخلاق هي جمع خلق وتقابلها بالفرنسية كلمة MORAL وتعني:

خلقي: ما له علاقة بالسلوك الفردي او الجماعي من حيث ارتباط هذا السلوك بالخير والشر والفضيلة والرزيلة.

معنوي: جملة الظواهر النفسية الإنسانية بما هي مقابلة للظواهر الجسمية المادية.

أما كلمة MORALE فتعني:

الأخلاق: قواعد السلوك المتبعة في مجتمع معين أو تلك التي نعتبرها ثابتة وباقية لجميع الأجيال.

علم الاخلاق: جزء من الفلسفة يعتني بالبحث عن الأسس الثابتة لقواعد السلوك الأخلاقي.

مصطلح أخلاقيات هو مرادف للكلمة الإنجليزية "Ethic" المأخوذة من الكلمة اللاتينية "Etos"

ومعناها آداب وأخلاقية هي مرادف للكلمة الفرنسية "Moralité" بينما أخلاقي مرادف للمصطلح

الفرنسي "Moral Ethique"، وهناك من يترجمها بفلسفة الأخلاق. (1)

تعود كلمة الأخلاق MORAL الى الكلمة اللاتينية MORS والتي تعني الأعراف، والكلمتان

تتسمان بدلالات متقاربة غاية القرب، إلا أن التحليل يعطي لنا التميز بينهما حيث تتسم éthique

بالسمة النظرية، وتتجه نحو التفكير في أسس الأخلاق وتبحث في قواعد السلوكيات التي تشكل

الأخلاق والأحكام الأخلاقية حول الخير والشر. (2)

إجرائيا:

هي مجموع الأسس والقيم والأخلاق التي يلتزم بها الصحفي الرياضي أثناء أداء مهامه قصد

إنجازه لعمل ينال به استحسانا لدى الرأي العام من متابعين أو محللين أو نقاد لكل ما يبث في

القنوات التلفزيونية.

(1) Libois Boris, **Ethique De L'information –Essai sur la déontologie journaliste-** Bruxelles, édition de l'université de bruxelles, 1994,p06.

(2) جاكين روس، الفكر الأخلاقي المعاصر تر: عادل العوار، عويدات للنشر والطباعة، بيروت لبنان، الطبعة الأولى، 2001، ص07.

القائم بالاتصال:

يعد القائم بالاتصال أحد الأعمدة الهامة للعمل الإعلامي والذي يمارس عمله من خلال مجموعة من القواعد والقوانين للمؤسسة التي يعمل بها ويجب عليه الالتزام بها. عرفت بعض الدراسات القائم بالاتصال بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء "كما عرفته دراسات أخرى من منظور دوره في عملية الاتصال بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها".

القائم بالاتصال هو "أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل الى الجمهور عبر الإعلامية" كما عرف أيضا القائمون بالاتصال بأنهم "الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسائل الإعلامية. كذلك أطلقت عليه المدرسة الفرنسية في الإعلام لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها الى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور (المتلقي)".⁽¹⁾

إجراءات:

القائم بالاتصال في دراستنا هو الصحفي المتخصص في الشأن الرياضي، والذي يعمل في الأقسام الرياضية بالقنوات التلفزيونية، مهمته تغطية الأحداث الرياضية وإعداد التقارير عنها.

أخلاقيات الصحافة:

يحدد مجمع اللغة العربية في معجم المصطلحات الإعلامية مفهومها على أنها مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في مواثيق شرف مهنية يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات في حال الخروج عنها.⁽²⁾

(1) د. حنان كيلاني، أخلاقيات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية، جامعة القاهرة.

(2) مجمع اللغة العربية، معجم المصطلحات الإعلامية، مطبوعات المجمع، ط1، القاهرة، مصر، 2008، ص29.

عرفت الدكتورة "سامية محمد جابر" أخلاقيات المهنة الصحفية على أنها مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات وسائل الاتصال وكذلك الاتجاهات الفعالة والدعاوى المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والانجاز. ومن الأمثلة على قيم الممارسة الفكرة النموذجية التي تتم بالالتزام بالموضوعية في إعداد الأنباء والدعاوى المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملاءمة لتحقيق مهمات اتصالية ذات نوعية خاصة والدعاوى الخاصة بتحديد مقاييس المسلسلات التلفزيونية الجيدة. (1)

ونصت المادة 92 من قانون الإعلام العضوي الجزائري لسنة 2012 في الفصل الثاني "آداب وأخلاقيات المهنة" أنه يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي.

تعد أخلاقيات المهنة بمثابة توجيهات داخلية لقرارات الإعلامي في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها في العمل المهني. (2)

ويعرف "كوهين واليوت" أخلاقيات الصحافة على أنها تتناول المشكلات المتعلقة بسلوك الصحفيين ومحررين والمصورين ومنتجين وجميع المهنيين الذين يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها. (3)

إجراءات:

هي مختلف القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة في الجزائر، وهي مجموع المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي الرياضي أثناء تغطيته للأحداث الرياضية.

(1) سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 82.

(2) ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، مصر، 2000، ص 236.

(3) Cohen, and Elliot, **journalism ethics**, Publisher ABC-Clio, 1997, p2.

صحافة الشأن الرياضي:

هي عملية نشر الأخبار المعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور يقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.⁽¹⁾

كما تعرف بأنها تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة والصادقة بكل موضوعية وحيادية، والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية.⁽²⁾

إجرائيا:

هي عملية تغطية أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم التي تقوم بها القنوات التلفزيونية، وذلك عن طريق تكليف إعلاميي الأقسام الرياضية بها بحضور الندوات الصحفية لمدرّب المنتخب الوطني لكرة القدم.

القنوات التلفزيونية:

هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة، تحدد عموما بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من الأقمار.⁽³⁾

(1) عويس خيرالدين علي، وعبد الرحيم عطا حسين، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1998، ص22.

(2) عماد الدين تاج السر فقير عمر، منظومة الإعلام الرياضي في مواثيق الإعلام العربي، مجلة الإبداع الرياضي، 3(4)، نوفمبر 2013، ص82.

(1) سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص25.

وعرفت بأنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية، مباشرة بأجهزة الاستقبال التلفزيوني دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة، أو هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مراكز البث الخاصة بها لكل من يستقبلها من خلال طبق خاص. (1)

إجرائياً:

هي تلك القنوات التي تعرض أخبار المنتخب الوطني في مختلف نشراتها وبرامجها.

7. الدراسات السابقة:

تعد الأدبيات السابقة مدخلا ضروريا لأي دراسة وبحث علمي في التأصيل النظري الذي يعتمد عليه الباحث أو ينطلق منه في تثمين رؤى بحثه، وهي عبارة عادة عن الاجتهادات السابقة التي أجراها الباحثون في مواضيع معينة، والتي يستعين بها الباحث للاطلاع على الزوايا التي تم التطرق لها ثم يجعل من هذه الدراسات أساسا وقاعدة نظرية يبنى عليها الخطوط العريضة لبحثه، إما بأخذ زاوية معين لم تدرس من قبل أو يقوم بإضافة إسهامات جديدة تكمل ما توصل إليه سابقوه في دراساتهم.

الدراسة الأولى:

العنوان: أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، من إعداد الطالب: بقدوري عزالدين، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.

ملخص الإشكالية:

تسعى الصحافة المكتوبة في الجزائر الى فرض تصور واضح لمفهوم اخلاقيات العمل الصحفي بعيدا عن المضايقات و التحرشات التي تريد ان تمارسها السلطة الحاكمة على الصحفيين من خلال منعهم من الوصول الى مصادر المعلومات، ومن حرية التعبير عن آرائهم وافكارهم من خلال التضييق عليهم وتهديدهم بتوقيف هاته الصحيفة او تلك في حالة خرقها لأداب الكتابة الصحفية كالتشهير والقذف وانتهاك الحياة الخاصة للأفراد او افشائها لسر من أسرار الدولة، الا ان التزام الصحفي بأخلاقيات مهنته سيعطي لا محالة جودة في المضامين الصحفية ومنه إعطاء صورة مخالفة تماما لما هي عليه الآن

(1) عبد الكريم عبد الله الحربي، الانترنت والقنوات الفضائية ودورها في الانحراف والجروح، مكتبة كنعان، الرياض، 2003، ص65.

مهنة المتاعب، كما ان تقييد الصحافة بمواثيق ودساتير الشرف المهني التي تنص على استقلالية القرار الأخلاقي للصحفيين وحمايتهم من الرقابة الحكومية سيشجع حتما وسائل الاعلام على ممارسة دورها الاجتماعي بقدر من المسؤولية وبعيدا عن القوة و الإجبار، كما سيزيد من مهنية الصحافة المكتوبة ومصداقيتها لدى القارئ خاصة إذا ارتبط اداؤها باحترامها لأخلاقيات المهنة الصحفية، وقد جاء التساؤل الرئيسي للدراسة على النحو التالي:

ما مدى التزام الصحفيين بمدينة وهران بأخلاقيات مهنتهم؟، وما مدى تأثير ذلك على أدائهم المهني؟

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى اطلاع الصحفيين بمدينة وهران على تشريعات أخلاقيات مهنتهم؟
- 2- كيف ينظر الصحفي في مدينة وهران الى اخلاقيات مهنته، وما مدى التزامه بهذه الاخلاقيات؟
- 3- ما هي علاقة حرية التعبير بأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر؟
- 4- كيف تتعامل المؤسسات الصحفية في مدينة وهران مع مواثيق الشرف المنظمة لأخلاقيات العمل الصحفي؟

5- كيف تعامل المشرع الجزائري مع اخلاقيات مهنة الصحافة؟

فرضيات الدراسة:

- 1- الصحفيون العاملون بمدينة وهران على علم بالقواعد الأخلاقية لمهنة الصحافة ولكن تطبيقها محدود في حياتهم المهنية.
- 2- يعتقد صحفيو مدينة وهران ان اخلاقيات مهنتهم هامة اثناء أدائهم لعملهم.
- 3- توجد علاقة قوية بين التزام الصحفيين في مدينة وهران بأخلاقيات مهنتهم ونقص المتابعات القضائية ضدهم.
- 4- تتعامل المؤسسات الصحفية في مدينة وهران بإيجابية مع مواثيق الشرف المنظمة لعمل الصحفي.
- 5- يحتل موضوع اخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة موقعا بارزا ضمن التشريع الإعلامي الجزائري.

أهداف الدراسة:

- الاطلاع على الدراسات والبحوث الجزائرية التي تطرقت لموضوع أخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر.
- ايجاد علاقة بين حرية التعبير في الجزائر وأخلاقيات المهنة الصحفية.
- التذكير بحقوق وواجبات الصحفي بمنطقة الغرب الجزائري اثناء أدائه لمهنته.
- ضرورة الاتفاق على موثيق شرف جديدة في الجزائر تؤسس لعمل صحفي يحترم اخلاقيات المهنة.
- أهمية القانون العضوي للإعلام لسنة 2012 ونظرته لأخلاقيات العمل الصحفي.

منهج وأدوات الدراسة:

وقد اعتمد على منهج المسح لجمع المعلومات والبيانات من جميع أعضاء مجتمع الدراسة.

أدوات الدراسة:

- الاستبيان: تم في هذه الدراسة تصميم استمارة استبيان، وتم ربطها بمحاور الدراسة وتقديمها الى أساتذة محكمين قصد ضبطها بدقة أفضل. وهي عبارة عن مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة الموجهة الى عينة من الافراد حول موضوع معين. وقد تضمنت 42 سؤالاً مقسمة على خمس محاور.
- المقابلة: تم استعمال المقابلة في الدراسة بهدف جمع البيانات الأساسية أو التفصيلية المتعلقة بالموضوع وتم إعداد أسئلتها بطريقة دقيقة ومحددة الهدف. وقد قام الباحث بإجراء مقابلات مباشرة أي وجها لوجه مع رؤساء تحرير بعض الجرائد التي تصدر بمدينة وهران.

مجتمع البحث والعينة:

مجتمع الدراسة هم الصحفيون العاملون بالجرائد الصادرة بمدينة وهران وعينة من مديري النشر لذات الجرائد.

نتائج الدراسة:

- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين (60.3%) أي ما يعادل 79 مفردة من أصل 131 مفردة، هم ذكور وهي نسبة منطقية جدا باعتبار مهنة الصحافة لا تخلو من المتاعب والمصاعب، ما يجعل الذكور أكثر جاهزية للعمل فيها، حتى وإن كانت نسبة الإناث (39.7%) غير بعيدة كثيرا عن تلك المسجلة لدى الذكور، ما يعني أن العنصر النسوي يسجل حضوره بقوة داخل قطاع الصحافة الذي أضحي لا يقتصر على الرجال فقط.

- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين (65.6%) التحقوا بوظيفتهم داخل المؤسسة الصحفية التي يعملون بها عن طريق التوظيف المباشر، ما يدل على أن هذه الفئة من المبحوثين لم يستفيدوا من التكوين اللازم بالنظر الى تسرع ملاك المؤسسات الصحفية في إنشاء جرائدهم، الأمر الذي تركهم يهملون مجال التكوين أو يؤجلونه الى مواعيد لاحقة.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين (50.4%) يؤكدون أنهم ملتزمون دائما بميثاق أخلاقيات مهنتهم، احتراما للقارئ الذي يريد من الجرائد تقديم خدمة عمومية صادقة تتمثل في إيصال المعلومة الصحيحة إلى كل أنحاء الجزائر، كما أن التزام المبحوثين بميثاق مهنتهم يندرج في إطار أخلاقة العمل الصحفي الذي تحول خلال السنوات الأخيرة الى فضاء مفتوح على كل من لا حرفة له، والى فضاء قضاء المصالح الشخصية على حساب القراء الذين أصبحوا آخر اهتمامات بعض العناوين الصحفية.
- كما سجلت الدراسة نسبة (2.3%) من المبحوثين الذين أكدوا لنا من خلال الإستمارات التي سلمت إليهم، أنهم نادرا ما يلتزمون بميثاق أخلاقيات العمل الصحفي، مرجعين ذلك الى المنافسة غير الشريفة التي يعرفها قطاع الإعلام في الجزائر، الذي أصبح ملكا لذوي الأموال الذين لا يهمهم إلا الربح السريع والسهل.
- يرى أغلبية المبحوثين (42.47%) أن الضمير الأخلاقي للصحفي هو أهم الضوابط التي تتحكم في مهنة الصحافة، باعتبار أن الضمير وحده القادر على توجيه الإعلامي الوجهة الحسنة، هو الرقيب الرئيسي الذي لا يترك الصحفي يخرج من إطار أخلاقيات مهنته، كما أن الضمير قادر على تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية التي قد يسعى الى تحقيقها الصحفي على حساب جريدته والقارئ.
- يرى (26.64%) من المبحوثين أن القانون وحده القادر على التحكم في عمل الصحفي، كونه يمثل السلطة الردعية التي يخافها الصحفي.
- أظهرت الدراسة أن (39.7%) من المبحوثين يؤكدون على وجود ميثاق لأخلاقيات العمل الصحفي داخل المؤسسة الصحفية التي يعملون بها، ما يتركهم يستندون دائما عليه خلال تحريرهم لمختلف المقالات والمواضيع، إضافة الى وجود قانون داخلي يوطر المهنة و يسد بعض الفراغات الموجودة في مواثيق الشرف داخل الجريدة، وأضاف المبحوثين أن هذه الوثيقة كثيرا ما أخذت حصة الأسد من النقاش

خلال الاجتماعات الدورية التي تجمع الصحفيين بإدارتهم قصد تحيين الميثاق من جهة، وتعزيزه من جهة أخرى بمواد أخرى أملت الظروف التي تمر بها الصحافة المكتوبة في الجزائر.

- في حين يؤكد (30.5%) من المبحوثين أن جرائدهم لا تملك ميثاقا لأخلاقيات المهنة الصحفية، ولا قانونا داخليا، ما يتركهم أحيانا ينحرفون عن الطريق السوي أثناء تغطيتهم لعدد النشاطات والأحداث.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين (44.6%) يؤكدون أن واقع أخلاقيات مهنة الصحافة في مدينة وهران مترد الى حد أن الصحفيين يعانون من مشاكل كثيرة عن نزولهم الى الميدان بحثا عن مادة إعلامية تليق بمستوى القراء.

- هذا في الوقت الذي أرجع فيه عديد المبحوثين الوضعية التي يعيشها قطاع الصحافة في الجزائر الى عدم التقيد بكل ما جاءت به الموثيق والداستير المنظمة للعمل الصحفي إذ يعتبر العديد منها حبرا على ورق.

في حين يرى (29.8%) من المبحوثين ان واقع اخلاقيات مهنة الصحافة بمدينة وهران، مقبول الى حد ما خاصة خلال السنوات العشر الأخيرة اين عرف هذا القطاع قفزة نوعية من خلال نوعية المواضيع المعالجة، وكذا الطريقة، اين أضحت هذه الأخيرة تتماشى وفتيات التحرير المتعارف عليها عالميا.

الدراسة الثانية:

العنوان: الضوابط الأخلاقية في الإعلام الرياضي التلفزيوني، دراسة تحليلية لبرنامج بالمكشوف على قناة الهداف، مقال علمي من إعداد: هشام عبادة / محمود عياد، جامعة محمد خيضر "بسكرة"، مجلة الإبداع الرياضي العدد رقم 2-2021.

ملخص الإشكالية:

تبحث الدراسة في مختلف المحددات الأخلاقية التي تواجه الممارسين للمهنة في مجال الإعلامي المرئي، خاصة في ظل الجماهيرية والشعبية التي يتمتع بها الأخير، وقدرته على النقل الحي للأحداث الموجهة نحو جمهور يتميز بقدرته التحليلية للأحداث باعتبار انتمائه الى فئة جماهيرية تمتلك ثقافة في الشأن الرياضي تخول لها المشاركة في صناعة الحدث الرياضي وتحديد أولويات الوسيلة الإعلامية، وقد جاء التساؤل الرئيسي للدراسة على النحو التالي:

ما هي أهم المحددات المهنية المنظمة للإعلام الرياضي في ضوء مقارنة أخلة المحتوى الرياضي التلفزيوني؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما طبيعة المواضيع التي يعالجها برنامج بالمكشوف على قناة الهدف وما هي أهم الشخصيات الفاعلة فيه؟

2. إلى أي مدى يلتزم البرنامج بالمبادئ الأخلاقية المحددة في قوانين الإعلام الجزائرية؟

3. ما طبيعة المصادر التي يعتمد عليها البرنامج في تغطيته للأحداث الرياضية؟

4. كيف يتم تقييم اتجاهات البرنامج نحو القضايا الرياضية من منظور أخلاقي؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على الوضعية الأخلاقية للنشاط الإعلامي عبر القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة.
- الاطلاع على أهم المواضيع التي يعالجها هذا البرنامج والاهتمام الذي يوليه للقضايا الرياضية ذات الشأن المحلي والدولي من حيث التنوع والشمولية.
- التعرف على أهم الشخصيات الذي يستضيفها البرنامج لتحليل الأحداث الرياضية، ومستوى الكفاءة التقنية لديها من أجل تحقيق أكبر قدر من الحياد والموضوعية.
- تحليل طبيعة المصادر التي يعتمد عليها البرنامج نحو القضايا الهامة المتعلقة بالشأن الرياضي، خاصة التي تحظى باهتمام الرأي العام الرياضي.
- التعرف على أهم الأهداف التي يسعى البرنامج الى تحقيقها، ومدى تناسقها مع الوظائف العامة لوسائل الإعلام

المنهج وأدوات الدراسة:

ارتكزت الدراسة على المنهج التحليلي للمحتوى الإعلامي، وتم توظيف تقنية تحليل المضمون، والذي يعتبر من أحد أهم تقنيات البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية عموماً.

مجتمع البحث والعينة:

تم الاعتماد في الدراسة على عينة قصدية تمثلت في حصة بالمكشوف التي تم بثها على قناة الهدف بتاريخ 15 نوفمبر 2019 وهذا لكوننا لا نبحث عن التعميم والتمثيل في هذه الدراسة.

نتائج الدراسة:

- يعكس البرنامج التزاما بالقيم الأخلاقية الإيجابية لدى القائمين عليه أما السلبية فظهرت بتكرارات ضعيفة جدا وهذا يدل على التزام مهني بأخلاقيات النشاط الإعلامي السمعي البصري كما هو محدد في القانون 12-05.
- بالنسبة لفئة اللغة يمكن القول ان البرنامج يبتعد على اللغة العربية الفصحى ويميل أكثر من خلال الفاعلين الى الممازجة بين الدارجة والفرنسية وهذا يجعل من الطابع التحليلي للبرنامج يفقد ثقله أحيانا.
- إضافة الى ذلك فإن التنوع في الشخصيات الفاعلة في البرنامج وفي طبيعة المصادر المعتمدة، يضفي مصداقية أكبر على الممارسة المهنية للعاملين على إنتاجه وتقديمه، بالرغم من أن بعض الشخصيات التي يتكرر وجودها تتعرض لانتقادات في الوسط الرياضي كما أن هذه الشخصيات لا تخفي معارضتها أو تأييدها للقضايا التي تعالج عبر هذا البرنامج.

الدراسة الثالثة:

العنوان: المبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي في الفضائيات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية لمضامين البرامج الاجتماعية احكي حكايتك، شوفو حكايتي، مقال علمي من إعداد: أسماء بن ساعد _سعاد سراي، جامعة محمد خيضر "بسكرة"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية_ العدد 07_2023.

ملخص الإشكالية:

تبحث هذه الدراسة في مسألة احترام مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال دراسة طريقة تعاطي البرامج الاجتماعية في الفضائيات التلفزيونية الجزائرية الخاصة مع المواضيع المعالجة، وقد جاء التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي:

الى أي مدى يلتزم القائم بالاتصال على برامج الاجتماعية في قناتي الشروق والنهار تيفي بمبادئ أخلاقيات المهنة من خلال برنامجي احكي حكايتك وشوفو حكايتي خلال الفترة الممتدة بين نوفمبر 2021 الى فيفري 2022؟

التساؤلات الفرعية:

1. ماهي أهم المواضيع المتطرق اليها في البرامج الاجتماعية احكي حكايتك وشوفو حكايتي؟

2. هل تم احترام المبادئ العامة في التعاطي المواضيع المختارة؟
3. كيف وظفت العناصر الشكلية في معالجة مواضيع البرنامجين؟
4. هل تعامل القائم بالاتصال في البرنامجين بمصداقية مع مصادر الخبر؟
5. هل احترم الصحفي مبدأ الكرامة الإنسانية وعدم التعرض للحياة الشخصية في تعامله مع الفاعلين في البرنامج؟

6. من هم الأطراف الفاعلة في البرنامجين؟

أهداف الدراسة:

1. معرفة اهم القضايا الاجتماعية المعالجة في البرنامجين
2. معرفة التجاوزات الأخلاقية في البرنامجين الاجتماعيين محل الدراسة
3. معرفة طريقة واليات معالجة البرامج محل الدراسة
4. معرفة مدى مصداقية تعامل القائم بالاتصال مع مصادر الخبر

منهج وأدوات الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج المسح، وتم استخدام تقنية تحليل المضمون في تحليل المواد الإعلامية المقدمة في البرنامجين.

مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث في هذه الدراسة يتمثل في البرامج الاجتماعية الجزائرية على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والمتمثلة في قناتي الشروق TV، والنهار TV؛ كما تمثلت عينة الدراسة في 10 حلقات، 5 حلقات من كل برنامج.

نتائج الدراسة:

- المواضيع الأكثر تناولاً في الحصص المتعلقة بالمشاكل العائلية من زواج وطلاق وتعدد وعنف أسري وعقوق الوالدين، تليها مواضيع متعلقة بالجرح والجنايات كالتعدي على الأصول، الضرب وقضايا القتل.
- الصحفي في بعض الأحيان يبتعد عن الموضوعية فيبرز انحيازه للحالات المستضافة تعبيراً عن تأثره بتفاصيل الموضوع، كما أنه يتطرق أحيانا لتفاصيل أكثر في المواضيع دون أن يتأكد من صدق أو خطأ المعلومة.

- تم التعامل مع المواضيع بدقة فقد تم معالجتها من جميع الجوانب دون حشو في المحتوى وعرض موضوع واحد في كل حصة من البرنامج محل الدراسة.
 - فيما يخص البرنامجين وبصفة عامة، فقد لاحظنا أن حصة احكي حكايتك تلتزم أكثر بمبادئ أخلاقيات المهنة مقارنة بحصة شوفو حكايتي خاصة من ناحية الأمانة والمسؤولية الاجتماعية.
- حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:**

1. مكننا الاطلاع على الأدبيات السابقة من استجلاء التراث النظري، في معالجة الموضوع من خلال بناء الشق النظري باعتماد خطة ذات عناوين مركبة تسمح لنا بالوقوف على أهم النقاط والعناصر والعلاقة بينها وبين بموضوع الدراسة.
2. تقديم العديد من المصادر والمراجع التي تعنى بدراسة أخلاقيات العمل الصحفي.

ثانيا: الجانب المنهجي للدراسة

1. منهج وأداة الدراسة:

يتبع الباحث العلمي في إطار إعداد مشروع البحثي جملة من الخطوات التي تصوب وترسم حدود ومعالم البحث.

1.1. المنهج المستخدم:

المنهج هو الإجراءات والطرق التي يتبعها الباحث من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة في دراسته ويعرفه موريس أنجرس "بأنه طريقة تصور وتنظيم بحيث ينص المنهج على اتباع خطوات وتصور لدراسة ما".⁽¹⁾

⁽¹⁾ موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه، الجزائر، 1996 ص36.

تعد الدراسة في جوهرها من البحوث التحليلية أو الدراسات التحليلية وهي نوع البحث الذي يصف ويحلل مجتمعا أو موقفا أو ظاهرة تتم دراستها. وتركز الدراسات التحليلية على الإجابة عن الأسئلة "كيف وماذا ومتى وأين" وليس على الأسئلة مثل "لماذا".

وعليه في دراستنا ارتأينا أن نعتمد على الأسلوب التحليلي الذي يختلف عن الأسلوب الوصفي الذي يحاول وصف الظاهرة محل الدراسة كما هي أي في ظل الظروف التي تتواجد عليها.

وفي دراستنا لا نقف عند هذا الحد بل نحاول شرح وتحليل الظاهرة محل الدراسة ومعرفة أسبابها.

2.1. منهج تحليل المضمون:

مع تطور استخدام تحليل المضمون وتطبيقه في الدراسات الإعلامية المختلفة، ازدادت معه البحوث والدراسات التي تبحث في الجوانب النظرية والمنهجية، سواء من خلال التقديم المستقل لها، أو من خلال الأطر المنهجية للدراسات الإعلامية ومنها تحليل المضمون، وقدمت هذه الدراسات تعريفات عديدة منذ بداية الأربعينات وحتى الثمانينات، وسنعرض مفهوم التحليل والمضمون كل على حدى:

• **التحليل Analysis:** عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض، ومعرفة خصائص أو سميات هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها ... وهذه هي الفكرة العامة لعملية التحليل مهما اختلفت الأساليب والوسائل أو تطورت بتطور المعارف والعلوم.

• **المحتوى Content:** هو كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافا اتصالية مع آخرين... وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد -مصدر- وسماته الاجتماعية... فيصبح مظهرا من مظاهر السلوك يميزه عن غيره من الأفراد، ويستهدف جمهورا محددًا بسماته واحتياجاته واهتماماته ليدرك ما في المحتوى من معاني وأفكار فيحقق اللقاء ومشاركة بين المصدر والجمهور. (1)

(1) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، السعودية، 1983، ص13-14.

3.1. أداة الدراسة:

في هذه الدراسة نعتد على أداة تحليل المضمون لأننا نحاول معرفة مدى تحلي القائم بالاتصال في الشأن الرياضي بأخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال تحليل مضمون الندوات الصحفية بين الناخب الوطني وإعلامي الشأن الرياضي.

• صدق وثبات التحليل:

• صدق التحليل: ويقصد به مدى صلاحية استمارة تحليل المحتوى ودليلها لدراسة المضمون المراد تحليله. (1)

• ثبات التحليل: يقصد بالثبات إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها عند إعادة تطبيق المقياس المستعمل على المادة نفسها في المواقف والظروف نفسها. (2)

وقد تم عرض دليل التعريفات الإجرائية لفئات التحليل على أساتذة لتحكيمها³ وتم حساب معامل الثبات

باستخدام المعادلة كالاتي: (4)

$$\text{معامل الثبات} = \frac{N \times M}{N + 1}$$

حيث أن:

N = عدد المحكمين

M = عدد الفئات التي اتفق حولها المحكمين

N = 1 = عدد الفئات التي قام بتحليلها المحكم الأول

(1) يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج-كوم، الجزائر، 2007، ص96.

(2) سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2007، ص131.

(4) الأساتذة المحكمين (سامية جفال، أستاذ التعليم العالي، جامعة محمد خيضر بسكرة، سعاد سراي، أستاذ محاضر قسم أ، جامعة محمد خيضر بسكرة، نهلة حفيظي، أستاذ محاضر قسم أ، جامعة محمد خيضر، بسكرة

(4) يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، ص119.

ن=2 عدد الفئات التي قام بتحليلها المحكم الثاني

ن=3 عدد الفئات التي قام بتحليلها المحكم الثالث

وبالتالي:

$$0.71 = \frac{108}{151} = \frac{36 \times 3}{57 + 46 + 48} = \frac{ن \times م}{ن+21 \quad 3}$$

• فئات التحليل:

تهدف الى تقسيم المضمون إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة ومنه تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات، وعلى هذا فإنه لا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه، وتتمثل في: (1)

فئات الشكل: هي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المراد دراسته.

فئات المضمون: تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات مشتركة.

• وحدات التحليل:

وحدة الفكرة: وهي أكثر الوحدات شيوعا واستخداما في بحوث الإعلام، لأن تناول الفكرة كوحدة تحليل يفيد في تحليل الاتجاهات والأحكام التي تقع على محتوى الإعلام. (2)

(1) المرجع نفسه ص42.

(2) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص140.

2. مجتمع البحث:

ويقصد به الحدود البشرية والتي تتمثل في مجتمع أو مجتمعات البحث وعينة أو عينات البحث. ويختلف مجتمع البحث عن المجتمع بمفهومه العام، إذ أن مجتمع البحث يمثل جزء من المجتمع العام، لذا يمكن تعريف مجتمع البحث بأنه: جميع مفردات الظاهرة التي يقوم بدراستها الباحث. (1)

ويتمثل مجتمع بحثنا في مجموعة مضامين الندوات الصحفية التي نشطها الناخب الوطني "جمال بلماضي" منذ تعيينه على رأس المنتخب الوطني سنة 2018، والتي تمثل حقلًا خصبا لدراسة أخلاقيات المهنة الإعلامية وما تمثله من أهمية في نجاح العملية الاتصالية بين القائم بالاتصال والجمهور المتلقي.

عينة الدراسة:

ونظرا لصعوبة حصر كل مضامين الندوات والتي تمثل مجتمع البحث، نجد أن العينة القصدية هي العينة المناسبة لإجراء هذه الدراسة.

فهي العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية ولا مجال فيها للصدفة بل يقوم شخصا بانقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة. (2)

حيث تم اختيار الفترة الزمنية من جوان 2023 الى ديسمبر من العام ذاته، وهذا لأن الندوات في هذه الفترة عرفت الانزياح والخروج عن أهدافها، كذلك تأزم العلاقة بين الصحفيين والناخب، أيضا صاحبت عدم جهوزية الملاعب ومركز سيدي موسى وهو ما أقلق الناخب وأثر على تعامله مع الإعلام.

(1) مدحت محمد أبو النصر: مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية للتدريب، مصر، 2017، ص160.
 (2) علي عبد الرزاق إبراهيم، عبد الهادي أحمد الجوهري: المدخل إلى المناهج وتصميم البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي للحديث، الإسكندرية، 2002، ص127.

الفصل الثاني: الإطار النظري

للدراسة

المبحث الأول: أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية

تعد الأخلاقيات منظومة قيمية أساسية تحويها المبادئ والقواعد والأسس التي يسلكها كل مهني في مهنته وكل إنسان في حياته، فهي قيم الحياة والضمير الذي يحتكم إليه الإنسان في عمله حتى يميز الجيد من السيئ والصواب من الخطأ، وقد تطور المصطلح ليتماشى مع تطور ثقافة وعادات المجتمعات في شتى الميادين ومن بينها ميدان الإعلام وخاصة على مستوى القنوات التلفزيونية الذي شهد بدوره مراحل ومحطات عدة، ودعت الضرورة إلى الحاجة الماسة للأخلاقيات في هذا المجال، لذا سنتطرق من خلال دراستنا هذه إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية ونبحث عن خلفيتها الممتدة جذورها إلى كبار الفلاسفة والمنظرين ومفهومها ومصادرها لأهميتها القصوى في ميدان الإعلام.

هذا ما سنتناوله في المبحث الأول الموسوم بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية من خلال تتبع المسار التاريخي لها، كما سنقدم في هذه الجزئية مفاهيم لأخلاقيات الممارسة الإعلامية لضبط المفهوم أكثر وتوضيح الرؤى البحثية ذو البعد الأخلاقي للعاملين والدارسين للإعلام.

المطلب الأول: الممارسة الإعلامية: الأسس والمنطلقات

الممارسة أو ما يعرف بالأداء المهني أو التدريب الصحفي وهو نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد والجماعة وهاته التغييرات تتناول المعلومات والاتجاهات والمهارات، ويقصد به كثيرا كذلك اكتساب القدرات وصقل الخبرات بإجابة العمل والحصول على الخبرات العلمية لممارسة هذا العمل عن طريق التطبيق العملي لما درس نظريا من خلال الممارسة الفعلية. (1)

1- الممارسة الإعلامية في فلسفة الاعلام الليبرالية

يتمحور ملامح الفهم الذي تتبناه الفلسفة الليبرالية لحرية الممارسة الإعلامية في امرين اثنين، الاول هو أن ينظر الفكر الاعلام الليبرالي إلى حرية الفرد الاعلامية على أنها حق طبيعي لامجال لحرمان الفرد من التمتع به، أو وضع قيود تحد من حقه في ذلك إلا في حالات الضرورة، وأن ينظر إليها على أنها أداة من أدوات تحقيق صالحه الذاتي، ولا مجال لمنفعة من استخدام وتملك ما يشاء من وسائل إعلامية تمكنه من تحقيق أغراضه الخاصة والثاني هو اهتمامه بالدور الذي تلعبها وسائل الاعلام في تحقيق الصالح العام، وتستمد هذه النظرة من نظرة الانسان الليبرالي إلى نفسه على أنه كائن سابق في وجوده على المجتمع وأن الأولوية لذاته غير أن استخدامه وسائل الاعلام لتحقيق ذاته ماهي إلا خدمة لصالح المجتمع ومنها كان الحق لكل فرد بالعمل الصحفي ليمارس حقه في الاعلام.

ويميل الفكر الليبرالي في ما يخص الاعلام الأجنبي إلى حماية المجتمع من الاضطراب الداخلي أو التعرض للغزو الخارجي وتضع في ذلك معيار الخطر الواحد المباشر. ولكن المشكلة في حد ذاتها تبقى في تحديد نوعية وطبيعة هذا الخطر. (2)

(1) رابحي مدحية، واقع الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة بالجزائر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص 02

(2) محمود يوسف السماسري، فلسفات الاعلام المعاصر في ضوء المنظور الاسلامي، المعهد العالمي للفكر الاسلامي، الولايات المتحدة الأمريكية، 2008، ص ص 414 - 421.

وفي الإطار الاختصاصي للمهنة فإن الممارسة العملية تشكل للصحفي أو القائم بالاتصال المبتدأ وأهمية كبيرة في كسب المعرفة ليضع أولى خطواته الذي يمارسها في تلك الصحيفة أو المجلة.

إذن نخلص إلى القول أن الممارسة الإعلامية هي مزاولة الصحفي للمهنة الإعلامية بكل ما تنطوي عليها من حقوق وواجبات....

ويكسب الإعلامية خبرته فضلا عن تأهيله الأكاديمي عن طريقتين أولهما كسب المعرفة من خلال الممارسة وثانيهما المعرفة الدقيقة بالاختصاص الذي يمارسه. (1)

2- المنطلقات التاريخية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية

يرى الكثير من المؤرخين أن أخلاقيات المهنة الإعلامية بدأت تظهر مع مطلع القرن العشرين حيث تجسدت من خلال إعلانات عديدة منها إعلان واجبات الصحفيين في بولونيا عام 1896 وإعلان جمعية الصحفيين الأمريكيين الصادر عن رابطة المؤرخين في ولاية كينساس الأمريكية عام 1910 (2) غير أن جذور هذا المفهوم تعود إلى عام 1885 إذ ظهر لأول مرة في مقال بعنوان "أخلاقيات الصحافة".

ظهرت الحاجة إلى ضرورة أخلفة الإعلام وتدوينه عبر موثيق أخلاقية، وأخلاقيات الإعلام مثل أي مهنة أخرى ظلت غير مكتوبة لفترة طويلة في الكثير من الدول ولذلك فإن تحديد عام 1889 كبداية لظهور مصطلح أخلاقيات الصحافة أو عام 1910 كبداية لظهور الموثيق الأخلاقية لا يعني تجاهل حقيقة أن الصحفيين خلال القرنين الثامن عشر كانت لهم مجموعة من القيم والتقاليد والأخلاقيات. (3)

يصف بن هكت (hecht) في كتاب سيرته الذاتية (طفل القرن)، الرضا الذي عاشه عندما انخرط في صحافة شيكاغو نحو عام 1910 وكان عمره حينها ستة عشر عاما وحيث أنه لاحظ أن لا مسؤوليات وراء الحماس يوضح "هكت" أن مهمته الأولى في صحيفة شيكاغو "ديلي جورنال" تضمنت

(1) رشيد قوشام، دلال لواجاني، الممارسة الصحفية في الجزائر بين حرية التعبير وأخلاقيات المهنة الصحفية (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2020/2021)، ص 18.

(2) جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر، ط1، بيروت، 2001، ص 38.

(3) سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، الكويت، 2005، ص 129.

الحصول على صور لضحايا الجريمة لصحيفته، بدأ هكت بعد تدريبه كمصور متجول يكتب قصصا إخبارية لصحيفة شيكاغو "ديلي جورنال" وكان يقوم بتأسيس قصص إخبارية من أجل تحقيق سبق صحفي واكتشفت حيله ومنع من العمل مدة أسبوع دون أجر وعندما عاد إلى العمل قطع على نفسه عهدا أن يصبح صحفيا شريفا وصادقا، وبطبيعة الحال، فإن ما فعله هكت أثناء عمله في الصحافة وصل إلى أسرة الأخبار في تلك الحقبة واستفاد من تجربته ومن خياله في تأليف مسرحيته. (1)

تتالت بعد هذا التاريخ ظهور مواثيق الشرف الإعلامية خاصة الصحفية منها في الدول الغربية مثل السويد سنة 1915 وفرنسا سنة (2) 1918 أي بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى نظرا للدور الذي لعبه الإعلام خلال هذه الحرب، وقد حاولت وضع إطار أخلاقي وميثاق لأخلاقيات المهنة، حيث تطرق واضعوا هذه الأسس إلى بعض الممارسات التي من الضروري بحثها أثناء تأدية الصحفي لمهنته كرفض الطرق اللاشعورية للوصول إلى مصدر المعلومة وضرورة رفض الهبات المالية التي تؤثر على السير المثالي للمهنة، وضرورة الحفاظ على السر المهني واحترام الحياة الخاصة للأفراد وعدم استغلال مهنته لتحقيق مآرب شخصية. (3)

سبقت السويد دول أوروبية الأخرى في وضع مواثيق الشرف الصحفية إذ كان نادي الاعلاميين **the Publiciste clup** الذي أنشئ في عام 1874 ليضم في عضويته الصحفيين ورؤساء التحرير والناشرين يتلقى في مطلع القرن 20 الشكاوى المقدمة من الجمهور ضد الصحف ويبحثها وقد تأسس مجلس الصحافة السويدي في 16 مارس 1916 في اجتماع مشترك لمجلس نادي الاعلاميين ونقابة ناشري الصحف السويدية ونقابة الصحفيين السويديين التي أصبحت الآن **الاتحاد السويدي للصحفيين**. (4)

(1) محمد أبو سمرة، الاعلام المهني، دار الزاوية للنشر، ط1، الأردن، 2009، ص 207.

(2) حسني محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص 292.

(3) Henri pigeat, **Ethique et qualité de l'information**, op, cit, p49.

(4) حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص 292.

2- مبادئ وأسس الممارسة الإعلامية:

هناك مجموعة من المبادئ التي يجب أن يعمل عليها كل إعلامي يمارس العمل الصحفي وهي كالتالي:

- **المسؤولية:** وتعني التزام المصادقية والموضوعية والحياد فيما يكتبه الاعلامي لكي تكسب ثقة الرأي العام واحترامهم وتصديقه له.

والصحفيون الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتاحة لهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها لدوافع الأنانية أو لأغراض غير جديرة يكونون قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام.

- **الحرية:** إن حرية الصحافة هي من أجل الشعب ويجب على الصحفيين الدفاع عنها ضد أي انتهاك أو أي اعتداء من أي جهة سواء كانت عامة أو خاصة، وعلى الصحفيين أن يكونوا دائماً على يقظة وأن يتأكدوا من أن كل ما يهم الجمهور يجب ان يتم علانية وذلك عن طريق الدفاع عن حرية ممارسة المهنة وفق الضوابط المهنية الأخلاقية فلا يجب أن يقلل الاعلامي من شأن عمل الصحافة، وأن يصح مسارات سوء عمل الصحفيين في حال انحرافهم عن أخلاقيات المهنة بالمناصحة والنقد المباح والابتعاد عن فرق عمل الفتنة المهنية.

وقد أكد وزير الاعلام الأردني نبيل الشريف أن مفهوم الحرية والمسؤولية في الاعلام متلازمان ويكملان بعضهما البعض وأشار إلى أن إعلام المستقل المهنية لابد له من أن يحقق معادلة الحرية والمسؤولية. (1)

- **الاستقلالية:** وهنا يجب أن يحافظ كل إعلامي على كرامته وأمانته في العمل لأنه يدرك أنه إعلامي وصحافي يحمل رسالة خالدة، وله دور تنويري وتثقيفي موجه المجتمع، وألا يكون متطفلاً ويرفض أن يكون أداة لتلميع الآخرين على حساب الآخرين.

(1) مليكة بكوش، "حرية الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة بالجزائر" (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019 / 2020)، ص ص 19، 20.

• **التحلي بالمصداقية، الدقة والأمانة:** إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة ويجب بدل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المحتوى الاخباري للصحيفة دقيقا في نطاق الموضوع وأن تغطي القصة جميع الجوانب وتنشرها بعدالة، والمقالات والتحليلات والتعليقات أيضا يجب أن تمسك بنفس مبادئ الدقة في التعرض للحقائق مثلما تفعل القصة الاخبارية، حيث إن عملية تحري ذلك في كل كتابة الخبر والموضوع والحدث بشكل مهني وفق المصداقية من أجل كسب ثقة القارئ أو المشاهد أو المستمع.

• **عدم الانحياز:** وذلك من خلال الحرص على الكتابة بموضوعية، وأن يتم الفصل بين الرأي والعاطفة من جهة وما يكتبه الاعلامي من جهة أخرى، لأن الاعلامي يعتبر ناقلا للخبر وليس مصححا اجتماعيا أو طبيا نفسيا.

• **المحافظة على حقوق الآخرين:** بحيث يجب المحافظة على حقوق الآخرين ولا يجب أن يتعدى أو يتجاوز على حرياتهم، وكشف أسرار حياتهم الخاصة، مالم تكن هناك قضية تعنى بكيان المجتمع، ومنها تلك الجرائم بمختلف أشكالها وصورها وأيضا يجب أن يتحرى الصحفي عند كتابة القصة الاخبارية بإنصاف، بحيث يأخذ بجميع أقوال الأطراف وبيادية تامة، ولكن له الحق في إبداء وجهة نظره الخاصة الشخصية مع ايضاح أنه رأي شخصي وخاصة به، ولا يمثل رأي الجريدة أو الموقع الذي يعمل فيه.⁽¹⁾

المطلب الثاني: أهمية ومصادر أخلاقيات الممارسة الإعلامية

1- أهمية أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

تشكل الأخلاق الإعلامية أحد الأسس الرئيسية في مهنة الصحافة بمعنى أن نزاهة الإعلامي أمر رئيسي في تحديد هدفية هذه المهنة التي هي في الأساس خدمة عامة تسعى إلى خير المجتمع من خلال تزويد الجمهور بالواقع والمعلومات والحقائق الضرورية لتشكيل رأي عام واع، هذا الدور أساسي نظرا لكون الرأي العام يشكل مصدر السلطات في الأنظمة الديمقراطية.

لذلك ففي كل مرة لا يضع الصحفي نصب عينيه المصلحة العامة حين يعالج موضوعا ما، أو في كل مرة يسعى إلى استخدام موقعه ومهنته لأهداف شخصية، أو حين يغض النظر عن أمور وقضايا

(1) مرجع سابق، ص 20.

تضر بالمجتمع أو يسكت عنها لدوافع لا تبررها المصلحة العامة، أو حين يسخر قلمه في خدمة أفراد ما بدافع إغراءات متنوعة، في كل هذه الحالات يكون الصحفي خارج رسالة الصحافة ويرتكب خطأ أخلاقياً، فلا يجوز أن تكون الصحافة في خدمة أفراد لتحقيق مكاسب وغايات فردية وإلا سقطت من حيث كونها رسالة ومن حيث كونها سلطة تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة.

لذلك فإن الأخلاق الإعلامية، من خلال تحديد مجموعة مبادئ وقيم وسلوكيات، تتوجه في آن واحد إلى المؤسسة الإعلامية والقيمين عليها والصحافيين العاملين فيها، بحيث تضمن الحفاظ على رسالة الصحافة الأساسية وتبعد الصحفي عن تصرفات يكون دافعها منطلقات شخصية أو تكون مضرة بالمجتمع أو بالآخرين. (1)

ومن هنا تكتسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة بالمقارنة مع أي مهنة أخرى لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان ودورها المهم في تشكيل قيمة اتجاهاته ومعارفه، وهي أيضاً رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة وتعطي كافة جوانب الحياة الإنسانية، ومن هذا المنطلق فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة وخاصة مع ظهور الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من البث المباشر والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات ومع التطورات الإعلامية المتلاحقة ظهر العديد من القوانين والمواثيق سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي. (2)

إن الغاية القصوى من الالتزام بالضوابط الأخلاقية وفضائلها هو تحقيق مرضاة الله والتي هي منبر السعادة في الدنيا والآخرة، كما أن أخلاقيات الممارسة الإعلامية تولد لدى الإعلاميين الشعور بالفخر والانتماء للمؤسسة، كما أنها تؤدي دوراً أساسياً مهماً في العلاقات الإنسانية بين أفراد المؤسسة الواحدة، وتمنعهم من الخوض في الصراعات والنزاعات وحتى العنف وهذا ما نجده بكثرة في القنوات التلفزيونية ذو الشأن الرياضي.

(1) سارة شايبني، "تأثير الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية على أداء صحفي إذاعة تبسة الجهوية" (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2018/2019)، ص ص 17، 18.

(2) المرجع نفسه، ص 18.

2- مصادر أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

• **السياسة الإعلامية:** تتأثر أخلاقيات الممارسة الإعلامية أساساً بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المختلفة والتي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها، وتختلف هذه السياسات من دولة لأخرى بحسب طبيعة الأنظمة الحاكمة والمجتمعات فيها. وبصورة عامة فإن قوانين المطبوعات والنشر تعمل على تنظيم المهنة الإعلامية من خلال مجموعة من الضوابط والتي تعتمد على تكريس مجموعة من المحظورات التي يجب أن تلتزم بها المؤسسات الإعلامية كما تحاول النقابات والروابط المهنية الإعلامية إلى وضع بعض الضوابط والمواثيق التي تسعى إلى ضبط المهنة وتأكيد مسؤولياتها الاجتماعية، وتلعب النقابات الصحفية دوراً هاماً في هذا المجال. (1)

• **المؤسسة الصحفية:** لكل مؤسسة صحفية تقاليداً وسياستها الخاصة بها التي تضعها بنفسها وتحكم آليات العمل لتحقيق أهدافها ومن ثم المطلوب من العاملين فيها الالتزام بتلك السياسة، لذا تنعكس آثارها سلباً أو إيجاباً على طبيعة العلاقة السائدة فيها.

ومن هنا نصل إلى حقيقة أن السياسة الصحفية لها تأثير كبير في اختيار المادة الصحفية المراد نشرها وبما ينسجم مع السياسة الإعلامية للدولة، وتقع على عاتق رئيس التحرير أو المدير المسؤول لأي مؤسسة صحفية مهمة خلق تقاليد وسياقات العمل التي تعد معيار النجاح سياسته الموضوعية أو فشلها، لأنه يعد اللولب السياسي والثقافي والحرفي للعملية الصحفية وهو الموجه والمنظم والمحيط بأبعاد الممارسة يوميا وبلا انقطاع، أي أنه قائد جميع ميادين الحياة الصحفية في الجريدة. (2)

(1) صالح خليل أبو اصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، عمان، 1995، ص 265.

(2) محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، العدد الثالث، دار الكتب والوثائق، بغداد، 2005، ص ص 203، 205.

• **فريق العمل:** يعد فريق العمل الصحفي أحد مصادر أخلاقيات المهنة، إذ تحدد طبيعة العلاقات القائمة بين الصحفيين داخل المؤسسة الصحفية اتجاهها سلباً أو إيجاباً، لذلك أكد الباحثون في الإدارة قيم العمل وأخلاقه وعدوها واحدة من حيث الجوهر من خلال التعريف الذي وضعوه بأنها القيم السائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواحد، ثم تنتقل مع الفرد عند دخوله منشآت الأعمال وتؤثر في سلوك العاملين ومستوى أخلاقهم سواء كان ذلك بطريقة إيجابية أو سلبية، كما أعطى هؤلاء الباحثون لدراسة السلوك المؤسسي أهمية كبيرة في بيان سبب استمرارية تملك المجموعات أو بالعكس معطين ذلك إلى قضاء العاملين في المؤسسة يوماً كاملاً من العمل سوية كجماعة.

وتستطيع المؤسسة الصحفية أن تنمي علاقات إيجابية من فريق العمل الواحد من خلال اتباعها أساليب عدة مثل توفير الفرصة للعاملين للتفاعل الاجتماعي وخلق روح الفريق والصدقة والدعم وإجراء لقاءات معهم لمناقشة انجازاتهم وتشجيع المبادرات الجيدة للعاملين وزيادة كفاءة أداء الفريق بتقديم المساعدة لهم وتوفير الاحترام والتقدير للفريق المتميز واعطائهم بعض الامتيازات أو الألقاب الإدارية وتشجيع الابتكارات وتطويرها وتأمين الاستقرار الوظيفي والمرتبات الكافية لكي يشعروا بالأمن في المؤسسة.

كل هذه العوامل إذا ما توافرت وأحسن استخدامها استخداماً جيداً سوف يتكون لدى المؤسسة فريق عمل متفان ومنضبط لتحقيق أهداف على أكمل وجه ويخلق روح الألفة والتعاون ويعزز أواصر العلاقة بين زملاء المهنة لتسود المحبة والاحترام، التي هي روافد أساسية من أخلاقيات المهنة الصحفية. (1)

4. المجتمع: من مصادر أخلاقيات المهنة المهمة أيضاً المجتمع، لأنه المنبع الرئيسي الذي يستمد منه الصحفي أخلاقياته المهنية ولكي تكون رسالته الصحفية الموجهة إلى الجمهور مؤثرة، لا بد له من أن يعبر عن نبض الجماهير واحساسها ومشاكلها وهمومها، والتطلع دوماً إلى عرض رسالته بموضوعية وشفافية واضعاً الحلول المقترحة وموجهها ومعلماً وهادئاً بمختلف القضايا التي تهم المجتمع، ذلك لأن

(1) محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة، المرجع السابق، ص 208.

الناس يميلون إلى التطلع لوسائل الإعلام طلباً للمعلومات والتوجيه والدعم المعنوي، وكلمات التشجيع والقصص الخيرية التي تشبع الأفكار المتعلقة بالتسامح والتفهم والحب والسلام والتي تولد الأمل.

وتشكل القيم الاجتماعية والأعراف والعادات والتقاليد السائدة وطبيعة التنشئة الاجتماعية، أهمية كبيرة في استقاء الصحفي لأخلاقه، ويدخل عامل الدين هنا مؤثراً رئيسياً في تشكيل هذه القيم وتعد التربية الأخلاقية البذرة الأولى لعمليات التنشئة والأخلاقيات، لاسيما في المجتمعات الإسلامية.⁽¹⁾ وتعد التربية الأخلاقية البذرة الأولى لعمليات التنشئة الاجتماعية في زرع القيم والأخلاق، لخلق مجتمع متماسك تسوده الألفة والمحبة والتعاون والابتعاد عن الغش والخداع والتضليل، لذلك فإنها تعد بصورة إجمالية الوسيلة الوحيدة لبناء خير فرد وخير مجتمع وخير حضارة.

إذ يعد المجتمع الذي يتمسك بهذه المبادئ العظيمة مصدراً من مصادر الضبط الاجتماعي، الذي يحدد سلوك الأفراد ويعتمد الثواب والعقاب.

مما تقدم نصل إلى حقيقة أن المجتمع بما يحمل من قيم وعادات وتقاليد وسلوك إنساني واعتناقه للدين الإسلامي الحنيف، يعد مصدراً رئيساً من مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية.

وفي هذا الجانب يؤكد عدد من الباحثين أخلاقيات المهنة التي ينبغي أن يضعها الصحفي بالحساب وهي أن تتضمن الرسالة الاتصالية القيم الاجتماعية والوظائف والاحتياجات الاجتماعية.

لذلك يتوجب على الصحفي الناجح أن يضمن رسالته الاتصالية ما يتسم بالذوق الرفيع الذي ينمي ميول ورغبات الجماهير التي لا تخرج عن الإطار الأخلاقي للمجتمع، ومنه الرسالة الإعلامية الهادفة هي التي تضع جميع الاعتبارات المجتمعية والثقافية والسياسية والدينية التي تربي الأخلاق وتقوي السلوك القويم لدى جميع أفراد المجتمع.⁽²⁾

(1) مرجع سابق، ص ص 210، 211.

(2) المرجع نفسه، ص 211.

المطلب الثالث: رؤى نظرية حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الإلكترونية

تشير أخلاقيات العمل الاعلامي في ظل المتغيرات التي افرزتها البيئة الاعلامية الالكترونية الجديدة عدة رؤى متعارضة حول مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الاعلامي.

ويمكن وضع هذه الرؤى في إطار التصور لفريقين:

الفريق الأول: يرى ان وسائل الاعلام الجديدة يجب أن تعمل على تطوير انظمتها الأخلاقية وتأتي بأخلاق جديدة، فصحفي الاعلام الجديد يمضي على نهج انشر أولا وصحح لاحقا في وسيله تفاعلية، حيث يكون القراء أيضا كتاب ومصادر، وبالتالي يمكن أن يكون النشر شكلا من أشكال التحقق فالقراء لديهم القدرة على الاستجابة، وبالتالي فالإشكال هو تدوين مجموعة جديدة من القواعد وليس في اجبار وسائل الاعلام للامتثال للقواعد القديمة.

والمشكلة من وجهه نظر أصحاب هذا الاتجاه لا تكمن في صلاحية المعايير والأخلاقيات المهنية للتطبيق على وسائل الاتصال الجديدة بقدر ما تكمن في أن ثورة الاتصال قد جعلت معظم المعايير والأخلاقيات الاعلامية التي تطورت خلال القرن العشرين غير صالحة، اذ تشكل تلك الثورة مناخ اعلاميا واتصاليا جديدا يحتاج الى معايير وأخلاقيات جديدة ويسيرونها هذا الطرح بناء على عده تصورات من بينها:

أخلاقيات العمل الاعلامي جد متباينة في البيئة الإعلامية الإلكترونية كما في البيئة الإعلامية التقليدية، فهذه البيئة تطرح منظومه جديده من العمل الاعلامي لم يتم التأطير لها من قبل ومن ثم هناك حاجة لمرشد وميثاق أخلاقي يساعد هؤلاء الاعلاميين على الالتزام بالضوابط والواجبات التي تطرحها هذه البيئة. (1)

(1) عائشة كريكت، أخلاقيات الممارسة الاعلامية في وسائط الإعلام الجديد (رسالة دكتوراه، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020 / 2021)، ص ص 135، 136.

ومن ثم فإن مطالبة الاعلاميين في البيئة الإعلامية الإلكترونية بتحري ذات الضوابط المتبعة من قبل الاعلاميين في البيئة التقليدية يعد مغالاة وذلك لعدم فهم طبيعة العمل الاعلامي فيها، حيث تطرح مثل هذه العلاقة في سياق جديد وبأبعاد مختلفة.

ان البيئة الإعلامية الإلكترونية تشهد ميلاد اعلاميين جدد بعضهم ينتمي لمؤسسات اعلاميه تقليدية لها تقاليدها وأخلاقياتها وبعضها تم تأهيله في أكاديميات اعلامية، إلا أن عددا كبيرا من هؤلاء الاعلاميين يمارس عمله الاعلامي لأول مرة وبدون خبرة اعلاميه، وفي كل الحالات فهم بحاجة لمرشد وموجه أخلاقي لما ينبغي وما لا ينبغي من واجبات وضوابط أخلاقية.

إن الطبيعة الكونية أو الشمولية للوسائط الجديدة العاملة في البيئة الاعلامية الإلكترونية تدعو للتفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات هامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلبات نظرا لتغيير طبيعة هذه البيئة من فتره لأخرى، كما اندماج الوسائط الإعلامية معا يخلق حافزا جديدا للتذكير في أخلاقيات عمل ناجمة عن طبيعة هذا الاندماج وامعان النظر في تأثيراته المهنية والأخلاقية.

الفريق الثاني: يرى أن أخلاقيات الاعلام عامة ولا تختلف من وسيلة لأخرى، ويتبنى هذه الرؤية الكثير من محرري الصحف الالكترونية، حيث أكدت دراسة **Arant و Anderson** أن معظم الصحفيين يرون أن أخلاقيات الصحافة واحدة في الصحف المطبوعة والإلكترونية، وأن المعايير لا تختلف لكن السرعة في الصحف الإلكترونية تؤدي الى عدم الالتزام بالمعايير المهنية بالإضافة الى قلة عدد الصحفيين في الصحف الإلكترونية. (1)

المطلب الرابع: قواعد السلوك المهني في القنوات التلفزيونية

من شأن قواعد السلوك المهني مخاطبة السلطات التقليدية لتسهيل عمل الصحفيين، ويستدعي هذا الطرح التمييز بين العديد من قواعد السلوك المهنية للقوانين التنظيمية الضابطة للمهنة، وتتجه بالأساس نحو ضمان الحق في الاعلام وتشجيع انشاء مدونات للواجبات والحقوق بالإضافة إلى وضع

(1) المرجع نفسه، ص ص 136، 137.

موثيق الشرف المهنية التي تنس الضمير المهني وأخلاقيات وآداب الصحفي بالدرجة الأولى ثم يأتي بعدها درجة القانون الملزم التطبيق. (1)

وتختلف قواعد السلوك المهني من بلد إلى آخر بدرجات متفاوتة لكن معظم قواعد السلوك المهنية تؤكد مفاهيم عامة توضح للصحفي مهامه وواجباته وحقوقه، فقد استعرضنا تلك الحقوق ومنها ضمان حرية الاعلام وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحق في المعرفة وغيرها من الأمور، لكن على الاعلامي أن يتقيد بالموضوعية وعدم الانحياز وايصاله المعلومات إلى الجمهور من دون التأثير بالأمور الذاتية أو بالعواطف والتصورات الشخصية، فعلى الصحفي أن يتجرد من أهواءه الحزبية والفكرية، الاجتماعية والسياسية حين يصوغ الخبر أو عندما يحلل موضوعا ما. (2)

وتتمثل هذه القواعد عموما في:

القاعدة الأولى: المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني، بمعنى أنه لا يمكن للصحفي أن ينشر ما لا يرتضي نشره في الصحيفة، بالإضافة إلى أنه لا يوجد مبرر أن لا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

القاعدة الثانية: يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه، حيث يجب على الصحفي أن يتحمل كل ما ينشره على الأنترنت لأنه يصبح عاما، حتى وإن كانت صفحة الصحفي خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة الاعلامية.

القاعدة الثالثة: التفاعل مع القراء لكن بطريقة مهنية، حيث يمكن للصحفي أن يطلع على الأحداث وجمع المعلومات ولكن للانخراط في العالم الافتراضي حدود.

(1) مصطفى جطي، "التشريعات الاعلامية الحديثة لضبط السلوك المهني الصحفي بالجزائر" (رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2021 / 2022)، ص 127.

(2) خالد العزي، التشريعات الاعلامية وأخلاقيات المهنة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 24.

القاعدة الرابعة: لا ينبغي نشر المعلومات الحصرية على " الفايسبوك " أو على " تويتر " بل على موقع الصحيفة. (1)

القاعدة الخامسة: انتبه إلى نظرة الآخرين إليك، إذا يجب على الصحفي تجنب صراع المصالح، والاشارة إلى أن الوصلات التي يوصي بها لا تلزمه، ومحاولة التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه الصحفي نصيرا لمجموعة معينة أو يكشف تضارب المصالح.

القاعدة السادسة: تأكد من أصالة وصحة ما تقرأه وتشاهده على الشاشة أو الشبكة، حيث يتمثل دور المؤسسات الاعلامية والصحفيين هو التأكد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها، ويجب على كل صحفي أن يكون حارس بوابة جيد.

القاعدة السابعة: قدم نفسك دائما على أنك صحفي، فلا يمكن للصحفي أن يخفي هويته سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الأنترنت.

القاعدة الثامنة: الوسائط الاجتماعية هي أدوات وليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة، ومن ركائز أخلاقيات الشبكات الاجتماعية الضرورية الاعتماد على المصادر الأساسية.

القاعدة التاسعة: كن شاففا واعترف بأخطائك.

القاعدة العاشرة: حافظ على سرية الحياة الداخلية للمؤسسة، أي عدم افشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير الاعلامية. (2)

(1) بدر الدين بلمولاي، " الأخلاق الاعلامية وكيفية تعزيزها"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021، ص 103.

(2) بدر الدين بلمولاي، مرجع سابق، ص 103.

المبحث الأول: مدخل عام حول الإعلام الرياضي التلفزيوني

المطلب الأول: الإعلام الرياضي التلفزيوني قراءة في المفهوم والنشأة

يعد الإعلام من الوسائل الاتصالية بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولا سيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور لثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع، وإن اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل الممارسات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الاعلام الرياضي، والذي له أدوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية، فضلا عن دوره في الحيلولة دون أعمال الشغب في أثناء ممارسة المسابقات الرياضية، ويذكر أن الإعلام الرياضي هو جزء مهم من عملية خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير من خلال إيجاد العلاقات الايجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفاتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع. (1)

يشير كل من "خير الدين عويس" و"عطا عبد الرحيم" إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تتم ينشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك الجمهور بقصد ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي، وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي للجمهور.

ويرى " محمد الحماحي" أن الإعلام الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم لمنافسات الرياضية، والتي تتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا

(1) أيوب تريكي وآخرون، خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021 / 2022)، ص 11.

المجال لدى المواطنين، وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية والحركة وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية. (1)

الإعلام الرياضي التلفزيوني هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين. (2)

1- عوامل ظهور الاعلام الرياضي التلفزيوني

إن تاريخ الاعلام يعود إلى بداية وجود الانسان، فالإنسان اجتماعي بطبعه يسعى الى تبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين بفطرته، إلا أن وسائل التبادل هي التي تغيرت مع مر العصور، و الإعلام مكون أساسي لبنية المجتمع، وبالنظر لمكانة الرياضة في المجتمع فإن الإعلام الرياضي هو محور أساسي لنقل الحياة الرياضية بكل موضوعية وشمولية، فيظل تطور تقنيات وتكنولوجيات وسائل الإعلام خصوصا في الميدان الرياضي من خلال الحركة الرياضية التي يعرفها المجتمع و تنوع الاستخدامات الرياضية لأفراد المجتمع، فالنشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والعقلي والتربوي للفرد، والإعلام الرياضي ضرورة تملئها رغبات وحاجات الأفراد لكسب المعرفة وبناء الأفكار الرياضية وتبادلها مع الآخرين، والرياضة تستند شعبيتها من التغطية الهائلة التي تحظى بها بفضل وسائل الاعلام والاتصال، هذه الأخيرة ألغت الحدود ومزجت بين الثقافات، فحدود شعبية الرياضة تجاوزت حجم الانتماءات والعصبيات بالعودة إلى المجال الأكاديمي، فالظاهرة الرياضية غالبا ما تدرس في المستويات الاجتماعية والآثار السوسولوجية التي قد تفرزها الرياضة في المجتمع (3) ويمكن ايجاز أبرز العوامل التي أدت الى ظهور الإعلام الرياضي فيما يلي:

(1) صابر راجحي، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15 - 17) سنة (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011 / 2012)، ص 21.

(2) مرجع سابق، ص 21.

(3) عبد الوهاب زاوي، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد 04، العدد 03، تاريخ النشر 2013، ص 133.

يعكس الإعلام الرياضي عموماً الوزن الحقيقي للرياضة في مجتمع ما في مرحلة ما من تطوره وتحول الرياضة في المجتمع داخل المنظومة الإعلامية العامة لهذا المجتمع 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، وإلى أن تتمتع بقدر من الاستقلالية على الصاعدين النظري والعملي وإلى أن تصبح نشاطاً واسعاً ومعقداً، تبدلت نظرة المجتمع للرياضة في سياق التطور العام للمجتمع المعاصر. النظرة الفقيرة المحدودة الرياضة كحدث، وكحركة، وكمنافسة، وكناتج لم تعد كافية. تحولت الرياضة في المجتمع الحديث إلى مجال واسع وغني وهام يشكل واحداً من الدعامات الهامة التي تشكل الملامح الأساسية لهذا المجتمع، أصبحت الرياضة سياسة وثقافة واقتصاداً وتربية وصحة وذوقاً وأخلاقاً.... إلخ، وأصبح لها ثراء نظرياً غنياً، أصبح لها نظريات ومدارس وأدبيات كأي علم من العلوم، وكانت هذه الحقيقة أيضاً واحداً من الأسس التي قامت عليها وانطلقت منها الصحافة الرياضية المتخصصة.

لم تعد الرياضة المعاصرة محصورة في عدد محدود من الاختصاصات الرياضية، فقد تعددت وتنوعت، فالرياضات ذات الطابع العالمي توطدت وانتشرت وازدهرت، والرياضات العامة الجماعية منها والفردية أيضاً ترسخت ونمت، والرياضات ذات الطابع المحلي الخاص أيضاً وجدت مكاناً لها على الساحة الرياضية، هذا كله أدى إلى ازدياد غني ونضج وتعقيد خارطة الرياضة، وكان ذلك أساساً جديداً لظهور وتطور الإعلام الرياضي.

الجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المحدودة العدد من الشباب الباحث عن الترفيه، بل اتسع وتنوع وتبدل جذرياً كما ونوعاً، وكان ذلك منطلقاً شديداً لظهور الإعلام الرياضي، تحول الرياضة إلى صناعة وازدياد طابعها الاقتصادي وبروز سمتها التجارية في بعض الأنظمة، زاد من أهمية الوصول إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد. (1)

(1) عيسى الهادي، دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، المجلد 1، العدد 11، 2017، ص ص 96، 97.

2- خصائص الإعلام الرياضي التلفزيوني

للإعلام الرياضي التلفزيوني الكثير من الخصائص، ولكن من أبرز هذه الخصائص نذكر:

- الإعلام الرياضي التلفزيوني يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج اذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حدث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة القدم وهكذا.
- الإعلام الرياضي التلفزيوني يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- الإعلام الرياضي التلفزيوني في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور من مميزات الصوت والصورة يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حوله أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجب إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها. (1)

المطلب الثاني: الإعلام الرياضي التلفزيوني والتنشئة الاجتماعية

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحول الرياضة ومن هذه المؤسسات المنزل والمدرسة والمراكز الدينية هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها.

ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبحت عامل مهم ومؤثر في هذه العملية لقد دخل الاعلام الرياضي كل بيت وخاطب النشء والشباب والكبار واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مرورا بالثقافة الرياضية الى الترويج الرياضي.

لقد تضاءل دور مصادر المعلومات وفرق التلقي الأخرى أمام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجال الاتصال استهدفت

(1) هاجر الريغي، تاتي وسام، تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية الأنترنت نموذجا (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015 / 2016)، ص 25.

بأسلوب جذاب العقول والوجدان في المقابل استسلم الانسان وسلم أطفاله لهذا المربي الذي يقوم بدور الأب والأم في بعض الأحيان.

كثير من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي على أنها مجرد أداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر، إن هذه النظرة ضيقة إذ ليس هناك ترفيه برئ ولا أخبار محايدة إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه في الاعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي وتثبيت أخرى محلها إيجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادر وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.⁽¹⁾

ويمكن تطبيق ذلك على المثال التالي:

إن مشاهدة الفرد مثلا لتمثيلية تلفزيونية ساخرة تعرض مواقف مضحكة لشخص متعصب في تشجيعه لفريق ما والفرد المشاهد قد يفرط في الضحك لأن ما يراه فعلا يشير إلى الضحك لطرفته.

القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص وهو يتفرج على ما يعتقد أنه تسلية أو ترويح برئ تلك القيمة هي التي تسلل إلى اللاشعور لتشكل موقفا أو اتجاها من التعصب.

إن الفرد سيكون أقل تجاوبا مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلا: إن التعصب أسلوب غير حضاري وأمر مزعج ومثير للسخرية.

في حين أنه قبل هذا الرأي حينما تم عرضه عليه من خلال تلك التمثيلية.

فإنه من الضروري التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضي خاصة في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام وتمس الأمن القومي ووحدة الشعب حتى لا يحدث تناقض بين ما يقدم في هذه الأجهزة وما يراه الفرد في البيت وبين ما يتعلمه في المدرسة أو النادي أو مركز الشباب وبين ما يسمعه في المسجد فيحدث نوع من البلبلة والتشتت في فكر وسلوك هذا الفرد قد

(1) خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط 1، مركز الكتاب للنشر، مصر، القاهرة، 1998، ص 46، 47.

يصل به إلى حد الاغتراب وفقدان الهوية والانتماء وبالتالي لجوؤه إلى وسائل العنف والإرهاب واستغلاله للحشود الجماهيرية التي تتواجد لمشاهدة المنافسات الرياضية لإثارة العنف والقيام بأعمال الشغب. (1)

المطلب الثالث: البنية الوظيفية للإعلام الرياضي التلفزيوني

تختلف وظائف الإعلام الرياضي باختلاف الظروف الاجتماعية والسياسية والرياضية، كما تختلف وظيفة هذا الإعلام من فترة زمنية لفترة زمنية أخرى، فالإعلام الرياضي بوسائله المختلفة لا يقتصر على التعلم بحسب وإنما ينشر الثقافة الرياضية للمجتمع والاتجاهات الحديثة البناءة بين الجماهير، ومن أهم وظائف الاعلام الرياضي نجد:

1. الوظيفة الإخبارية:

وهي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام بشكل دائم وثابت ومستمر كما تقدم المعلومات والمعارف والقوانين الخاصة بالرياضة للجمهور عبر وسائلها المسموعة والمقروءة والمرئية، فهي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل، كما أنها تواكب الحياة الرياضية وترصد النشاطات الرياضية وتغطي الفعاليات الرياضية وتنتشر كل ما هو جديد وآني على الساحة الرياضية.

2. الوظيفة التثقيفية:

يعني تقديم ثقافة رياضية، فالإعلام الرياضي يسعى إلى تعميق رؤية وتفهم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية والظواهر الرياضية وللقضايا الصحية والنفسية والاجتماعية والثقافية ذات الصلة الوثيقة بالرياضة، فالموضوعات التي يقدمها الاعلام الرياضي بمختلف وسائله يسعى إلى تحقيق مهمة التثقيف في المجال الرياضي

(1) هاجر الريغي، تاتي وسام، تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية الأنترنيت نموذجاً (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015 / 2016)، ص 25.

3. الوظيفة الترويجية والترفيهية:

يقوم الإعلام الرياضي التلفزيوني بالترويج والترفيه عن الجمهور وذلك بالتخفيف عن الجمهور من آثار التوتر والمعاناة اليومية، ومساعدتهم على قضاء أوقات فارغهم بأسلوب مناسب يحقق لهم المتعة وهذا من خلال نشر الثقافة الرياضية وبت القصص الرياضية والمسابقات الخاصة بالمجال الرياضي، وكذا نشر الصور الرياضية الطريفة والمجازفات الرياضية، والرياضات الاستعراضية.

4. الوظيفة التجارية والخدماتية:

فيما يخص الخدمة تتم هذه الوظيفة على أساس تقديم المعلومات والأخبار، كذلك تعريف الجمهور بمواعيد المباريات الرياضية التي تفيد الجمهور مباشرة وأماكن اقامتها ومواعيد بثها أو اذاعاتها، وتقديم بعض الاستفسارات في المجال الرياضي، فهي بهذا تحقق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي بمختلف انتماءاتهم و رغباتهم من أجل المشاركة بالنهوض بالرياضة في جميع المستويات، بينما الوظيفة التجارية تتم عن طريق ابلاغ الرسائل الاعلانية لمختلف السلع والخدمات او الافكار، اذ يعتبر الاعلام بمثابة نشر المعلومات عن السلع التجارية وغيرها. (1)

المطلب الرابع: الإعلام الرياضي التلفزيوني والرأي العام دراسة في التأثير

يمكن القول أن للإعلام الرياضي التلفزيوني أنواع عديدة من التأثيرات التي يحدثها في الجمهور المتلقي للمعلومات الرياضية، يمكن عرضها و تبيانها كالتالي:

أ. تغيير الموقف أو الاتجاه: وهو من أبرز وأوضح مظاهر التأثير لوسائل الاعلام الرياضي وهذا الموقف قد يتغير سلبا أو ايجابا أو رفضا أو قبولا أو حبا أو اكرها... وذلك بناء على المعلومات المتوفرة في القنوات التلفزيونية.

(1) عبلة مونية عروي، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي (مذكرة ماستر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2014)، ص 14.

ب. تغيير المعرفة الرياضية: والتي هي مجموع المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذا السلوك الرياضي.

ج. التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي: فكل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول رياضياً وتزويدهم بالمعارف والعقائد الرياضية والقيم النبيلة المشكلة لهويتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة، ومن هذه المؤسسات (البيت، المدرسة، بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية....

د. الاثارة الجماعية: من خصائص الاعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضي، الا أن الوجه السلبي يتمثل بإساءة استخدام ذلك، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الاعلام بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية، حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها الى الالتفات حول الفريق من أجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالاثارة الجماعية.

هـ. الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي: تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الامنية والاجتماعية عنصر مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف، اظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية، ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسبها سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء اجراء المنافسة الرياضية. (1)

(1) ياسمين إناس قعودي، دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي (مذكرة ماستر، معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016/2017)، ص ص 10، 11.

المبحث الثالث: العنف الرمزي في المجال الإتصالي الرياضي

العنف الرمزي هو أحد المفاهيم التي تفسر التأثيرات الخفية وغير المباشرة للإعلام في تشكيل وتوجيه الرأي العام والتصورات الاجتماعية. في المجال الرياضي، يتجلى العنف الرمزي من خلال الأشكال المختلفة للتعاطية الإعلامية التي يمكن أن تعزز الصور النمطية أو تعزز الهيمنة الثقافية لمجموعات معينة على حساب الآخرين. يتم تفسير هذا العنف من خلال عدة مقاربات نظرية، والتي سنستعرضها بالتفصيل في هذا المبحث.

المطلب الأول: المقاربات النظرية المفسرة للعنف الرمزي في المجال الرياضي

1- نظرية الهيمنة الثقافية

تتشكل الثقافة في أطر كثيرة من تدفقات المعنى، تحوي مدى من الايديولوجيات والأشكال الثقافية، ومع ذلك ثمة خط للمعنى يمكن أن نطلق عليه مسيطرا، ويطلق على عملية صناعة المجموعات المسيطرة والمتسلطة من المعاني والممارسات والحفاظ عليها واعاده انتاجها يطلق عليها هيمنة. (1)

شاع مصطلح الهيمنة في العديد من التيارات ما بعد الحداثية مثل الدراسات الثقافية، النقد النسوي، الدراسات ما بعد الكولونالية، بعد ان تبلور واصطبغ بمفاهيم ومضامين أخرى على يد الفيلسوف في الايطالي الماركسي أنطونيو غرامشي الذي استخدم المصطلح بمعنى مختلف نقيم القوى الفكرية والثقافية السائدة في عصر من العصور نوعا من الهيمنة أو السيطرة بواسطة الأفكار والأشكال الثقافية التي تستحف على او تغري بقبول حكم الجماعات القائدة للمجتمع. (2)

تتجاوز الهيمنة بحسبه حدها السياسي لتصبح ذات مضامين ثقافية ونفسية، حيث تمرر القوه المهيمنة ايدولوجياتها دون اللجوء الى القوه من خلال استغلال المؤسسات والأشكال الثقافية والوسائل المتاحة تكنولوجيا وتدفع افراد المجتمع باتجاه القبول بنظامها، لذلك تؤسس النظم الاجتماعية ويعاد انتاجها بوجود مؤسسات وجماعات (كالشرطة، الجيش، لجان الأمن الأهلية...) تمارس بعنف منطق القوه والسيطرة للحفاظ على الحدود والقواعد الاجتماعية وكذلك بوجود مؤسسات اخرى مثل (الدين والنظام التعليمي والاعلام) تقوم باستمالة الناس للقبول بالنظام القائم نتيجة الهيمنة او السيطرة الأيديولوجية لصورة نظام اجتماعي محدد وفي المقابل تكشف نظريه الهيمنة عند غرامشي عن الهيمنة الثقافية المضادة التي من شأنها أن تقلب موازين الهيمنة الثقافية السائدة ممن خلال تسيطر جملة من الافكار والمعتقدات والتصورات التي من شأنها ان تؤسس انساقا للهيمنة الثقافية. (3)

(1) Barker, c, **Cultural Studies: theory and practice**, p 66.

(2) ثورية بروج، المهاد المعرفي للنقد الثقافي: الماركسية - الفرويدية - العدمية، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 05، العدد 03، سبتمبر 2022، ص 264.

(3) المرجع نفسه، ص 265.

نظريه الهيمنة عموما تلخص في:

- تجمع عده اتجاهات يضمها مصطلح الهيمنة الذي يعني الأيديولوجية الحاكمة في المجتمع.
- تهتم بالأيديولوجية نفسها وأشكال التعبير عنها وطرق صياغتها في معاني.
- الوسائل التي تحقق لها البقاء والنجاح في تحقيق اذعان المتعرضين لها وضحاياها غالبا ما يكونون من الطبقة العاملة.
- وترى هذه النظرية ان هناك استقلال نسبي للأيدولوجيا عن البنية التحتية الاقتصادية.
- وترى هذه النظرية ان الايديولوجية هي تعريف مشوه للحقيقة وانعكاس للعلاقات الطبقيية وهي كما يقال بعض منظريه: انها العلاقات التخيلية التي تربط الافراد بالظروف الحقيقية لوجودهم.
- وترى النظرية ان الايديولوجية تسيطر وتهيمن على حياة الناس ولا يعني ذلك انها تفرض بالقوة ولكن تسيطر من خلال شيوعها واستعمال الثقافة لها في تفسير كل صغيرة وكبيرة في حياه الناس بطريقه مستمرة ومنظمة وغير ملحوظة.
- السيطرة بالفرض المباشر أصبحت لا تتسجم مع واقع الحياة الحديثة وانما تتم السيطرة في مستوى اللاوعي، كما تتم في مستوى الوعي من خلال النشاط الاجتماعي الذي يوجه وينظم ويستبعد انواع من العلاقات الاجتماعية باستخدام التوظيفات اللغوية والخطابية في المجتمع. (1)

أصول النظرية:

تعود أصول نظرية الهيمنة الثقافية إلى المفكر الماركسي أنطونيو غرامشي، الذي طرح فكرة الهيمنة الثقافية كمفهوم يشرح كيفية سيطرة الطبقة الحاكمة ليس فقط بالقوة، ولكن من خلال السيطرة الثقافية والإيديولوجية.

اذ أن الهيمنة مصطلح يشير الى السيطرة أو القوة التي يمارسها شخص أو جماعة على اخرى والمصطلح استعمله غرامشي لوصف العمليات الثقافية التي من خلالها تحافظ الطبقات الحاكمة على قوتها، أو الوسائل الثقافية التي من خلالها تبقي الجماعات المسيطرة في المجتمع على سيطرتها من

(1) عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الاعلامية، ص 12.

خلال الحفاظ على الازدعان والامتثال التلقائي للجماعات الخاضعة، بما في ذلك الطبقة العاملة، إن هيمنة طبقة سياسية معينة يعني في رأي غرامشي ان هذه الطبقة قد نجحت في اقناع الطبقات الأخرى في المجتمع بقبول قيمها الأخلاقية والسياسية والثقافية. (1)

تطبيق النظرية في المجال الرياضي:

في الرياضة، يمكن لوسائل الإعلام أن تلعب دورًا في تعزيز الهيمنة الثقافية من خلال التركيز على رياضات معينة أو لاعبين محددين، غالبًا ما يكونون من خلفيات اجتماعية أو عرقية مهيمنة. على سبيل المثال، التغطية المكثفة لكرة القدم في بعض الدول على حساب الرياضات الأخرى يمكن أن تكون شكلاً من أشكال الهيمنة الثقافية التي تعزز ثقافة معينة على حساب الثقافات الأخرى.

2- نظرية البناء الاجتماعي للواقع

استخدم مفهوم البناء الاجتماعي بمعاني مختلفة عند علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا، وهذا الاختلاف يعد من الظواهر الواضحة التي يعاني منها الكثير من الباحثين وقد ساعد في ترسيخه طبيعة تكوين المجتمعات التي تقبل ذلك التنوع والاختلاف بسبب التنوع وتعقد انتظام البناء الاجتماعي لتلك المجتمعات، لأجل ذلك التجأ علماء الاجتماع إلى أكثر من تفسير يحدد العلة الأساسية في تعدد معاني المفهوم أو المصطلح الواحد نظراً لتعدد المداخل الى علم الاجتماع واختلاف وجهات النظر إلى مكوناته وتنظيماته الأساسية. (2)

البناء الاجتماعي كمفهوم هو إطار المجتمع كعلاقة منظمة من الوحدات الاجتماعية المختلفة (التجمعات القائمة على القرابة، الجنس والسن، والمصلحة المشتركة، المكان والمنزلة) أو كنموذج مقام تبعاً لهذه العلاقة.

(1) (Barnard, A .and Spencer, j .(ed), **The Routledge encyclopedia of Social and cultural anthropology**, London, Routledge, 2010, p 769.

(2) ايمان محمد الطائي، حسن حمود الفلاحي، التكوين الاجتماعي والثقافي ودورها في التنمية المستدامة، **مجلة البحوث التربوية والنفسية**، العدد الحالي عشر، ص 02.

وتعد دراسة البناء الاجتماعي جديدا نوعا ما على الاثنولوجيا والانثروبولوجيا الاجتماعية، كما أنه تنظيم العلاقات الاجتماعية في كيان كلي واحد ويرتبط هذا المفهوم بمفهوم الوظيفة والتشكيل وقد يظهر في بعض الأحيان بشكل غير واضح في تعريف مالينوفسكي (في مفهومه عن "الكيان الكلي العضوي" Organic whole) على حين يحدده وارنر. Warner عن وعي بأنه : نسق للتجمعات الرسمية والغير الرسمية التي تنظم السلوك الاجتماعي للأفراد. (1)

خصائصه:

• البناء الاجتماعي يتكون من أنماط من العلاقات الاجتماعية:

وهي عبارة عن علاقات محسوسة بين أفراد أو جماعات المكونة للمجتمع مثل: العبادات، طقوس التحية بين افراد المجتمع لكل من الجنسين (الذكور والاناث) وطقوس تحضير الطعام والاطعام في الولائم الشعبية والمراسيم الاحتفالية كالزواج ومراحله المختلفة وايضا المباريات وغير ذلك من الأنماط الاجتماعية المبنية أساسا على العلاقات القائمة بين الأفراد والجماعات.

• يتكون البناء الاجتماعي من عناصر أو أجزاء متشابكة فيما بينها:

خير مثال على ذلك في مجتمعنا العربي نجد علاقات متينة بين الدين وباقي عناصر البناء الاجتماعي، حيث ينظم الدين العلاقات العائلية من زواج وطلاق و تربية اطفال وعلاقه الزوج بزوجته ونظام الميراث، كما نرى أن العديد من المثل العليا العربية من كرم وشجاعة واحترام الوالدين وكبار السن والالتزام بالشعائر الدينية وعفة الفتاه ما هي إلا فضائل أقرها الاسلام، كما يؤثر الدين في حياتنا اليومية كترديد التحية " السلام عليكم " وفي حياتنا الاقتصادية (تحريم الربا) والمأكل (تحريم اكل الميتة ولحم الخنزير وشرب الخمر والمخدرات) والملبس (اللباس المحتشم للمرأة..) ومن هذا المنطلق فالبناء الاجتماعي نسيج يتكون من أجسام متشابكة ومتداخلة وليس من عناصر مستقلة ومنعزلة عن بعضها البعض (يتكامل النظام الديني مع الاقتصادي مع النظام التربوي ومع الرياضي وغير ذلك).

(1) خالد خواني، أحمد بن خيرة، دور الموروث الثقافي في ترسيخ البناء الاجتماعي وتوظيف النظرية البنائية الاجتماعية التربوية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 09، العدد 04، 2021، ص 284.

• البناء الاجتماعي مستقر ولكنه ليس جامداً أو خالداً:

يتميز المجتمع عادة بالاستمرار لفترات طويلة من الزمن عكس ما يحدث للأفراد الذين يكونونه ويترتب عن ذلك ان البناء الاجتماعي يتصل بخاصيه الاستقرار ولكن هذا الاخير لا يعني الثبات فمثلا كل يوم تحدث ولادات كما تحدث وفيات ويهاجر افراد ويعود آخرون، وتتغير مظاهر العلاقات الاجتماعية فيه لتغير الأشخاص كما أن البناء الاجتماعي قد يتعرض ببعض الأحيان الى ضغوط خارجية تعمل على زعزحته وقد يزول كلية أو يزول عنصر منه تحت تأثير متطلبات الحياة المتزايدة والعلومة الخ. (1)

أصول النظرية: تعود أصول هذه النظرية إلى عالم الاجتماع بيتر برغر وتوماس لوكمان، اللذين قدما فكرة أن الواقع الاجتماعي يتم بناؤه من خلال التفاعلات الاجتماعية والتصوير الإعلامي.

تطبيق النظرية في المجال الرياضي:

وسائل الإعلام تقوم ببناء صورة معينة عن الرياضيين والأحداث الرياضية من خلال اختيار القصص والصور التي يتم نشرها.

هذا البناء يمكن أن يؤدي إلى ترسيخ الصور النمطية، مثل تصوير الرياضيين من أعراق معينة بطرق سلبية أو تحديد أدوار تقليدية للنساء في الرياضة.

الفرع الثالث: نظرية الإطار الإعلامي

أصبح مصطلح "الأطر"، "التأطير" مصطلحا أكثر شيوعا خلال العقود الأخيرة في مجالات بحثية عديدة مثل: الاعلام، علم الاجتماع، العلوم السياسية، ودراسة الحركات الاجتماعية.

ويقصد بالإطار أو التأطير اصطلاحا الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص الاعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها. (2) وتفترض نظرية " تحليل

(1) المرجع نفسه، ص ص 285، 286.

(2) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، مصر، 2003، ص 223.

الأطر الخبرية" أن الأحداث وبما فيها الرياضية لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها قدرا من الأنساق وذلك بالتركيز على بعض جوانب الموضوع واغفال أخرى.

نشأت نظرية الأطر الخبرية على يد عالم الاجتماع "غوفمان" الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم، ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك عن طريق اختيار أطر إعلامية مناسبة تضيء على المضمون معنى ومغزى.⁽¹⁾ وكان الهدف من وضع نظرية" الأطر الخبرية" هو تقديم نسقا منظما حول طريقة استخدام التوقعات قصد تفسير واضفاء معنى لمواقف الحياة اليومية للأشخاص، وتركز النظرية كما وضعها عالم الاجتماع المؤسس على الطريقة التي يتعلم من خلالها الأشخاص كيفية تفسير عالمهم الاجتماعي بصورة نمطية متكررة ولخلق إطار تصوري لابد من الأخذ بالاعتبار عنصرين أساسيين هما:²

أولاً: المحتوى والسياق السياسي والاجتماعي الذي يتم فيه تحديد وصياغة الأطر

ثانياً: النتائج والعواقب السياسية والاجتماعية طويلة المدى والمتعلقة بالأطر التي يتم تعلمها من وسائل الاعلام.

وبهذا يكون «Goffman» أول من استخدم مصطلح بوصفه أداة يتم توظيفها لتصنيف وتنظيم الخبرات والمعلومات المختلفة، وقد ألف كتابه تحت عنوان "تحليل الأطر"، وهو بذلك يعتبر مؤسس ومنشأ "مدخل التأطير" ليصبح بعدها مدخل "تحليل الأطر" محل اهتمام الباحثين في العلوم الاجتماعية. أصول النظرية: تستند نظرية الإطار الإعلامي إلى أعمال إرفينغ غوفمان، الذي شرح كيف أن الإطار الذي توضع فيه الأحداث يمكن أن يؤثر على تفسيرها وفهمها من قبل الجمهور.

(1) نصيرة تامي، الموقع المنهجي لنظرية التأطير الاعلامي في الدراسات الاعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات، مجلة معارف، المجلد 17، العدد 1، جوان 2022، ص 892.

(2) Stanley j. Baran, ph. D et Denis k. Davis, ph D, **Mass communication Theory: foundation, fermet and future**, Thomson wadsworth, fourt Edition, united states of America, 2006, p 285.

ويعتبر **Robert Entman** أول من حاول تأصيل النظرية في الدراسات الاعلامية، حيث يعود إليه الفضل في أول تطبيق عملي يتسم بالدقة النظرية والمنهجية في دراساته المتعددة، حيث ربط الباحث بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل (1989/1991/1993) أعوام أفراد الجمهور.

وعرف **Entman** الإطار بأنه: اختيار بعض الجوانب من الواقع دون غيرها بروتا في النص الاعلامي واتباع أسلوب أو مسار معين يتم من خلاله تحديد المشكلة أو القضية وتفسير أسباب حدوثها وكذلك التقييم الاخلاقي لأبعادها وجوانبها المختلفة، فضلا عن طرح حلول وتوصيات بشأنها. (1)

مضيفا انتمان أن تأثير الأطر لا يتحقق فقط من خلال إبراز بعض الجوانب في الأحداث أو الوقائع، ولكن أيضا من خلال الحذف أو الاغفال لجوانب أخرى، أو تقديم توصيات خاصة من جانب القائم بالاتصال. (2) وعليه فالإطار الاعلامي هو الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة.

تقوم نظريه التأطير الاعلامي على استخدام الآليات التي تحكم صناعة المنتج الاعلامي أثناء تغطية ومعالجة القضايا والأحداث الراهنة، حيث يتم التركيز على قضايا وإهمال قضايا أخرى، يعني وضع هذه الأحداث والقضايا في سياق معين وخلفية محددة وفق أطر يراها صانع الرسالة الاعلامية الصحافي، أو المؤسسة الإعلامية، والبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ملائمة لفهم الحدث والقضية، فالأخبار ليست بريئة وليست سلعة مجردة، وانما هي منتج فكري ومعنوي تقدم للجمهور من الزاوية التي يراها الصحافي صحيحة وملائمة توفى بالغرض، وعلى حد قول الصحافي الأمريكي "دون شابمان" الأخبار هي " ما اقررنا أنها اخبار". (3)

¹ Robert, M. Entman, **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm**, journal of communication, vol: 43, N: 04, 1993, pp 51, 52.

(2) محمد عبد الحميد، **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، ط3، مصر، 2004، ص 404.

(3) نصيرة تامي، **مرجع سابق**، ص ص 899 ، 900.

تطبيق النظرية في المجال الرياضي:

اختيار الإطار الذي توضع فيه الأحداث الرياضية يمكن أن يؤثر بشكل كبير على كيفية فهم الجمهور لها، على سبيل المثال، يمكن أن يتم تأطير خسارة فريق رياضي بشكل يبرز عدم كفاءة اللاعبين أو على أنها نتيجة لظروف خارجية صعبة، مما يؤثر على الرأي العام تجاه اللاعبين والفريق.

1. نظرية تحليل الخطاب

ويعد تحليل الخطاب من أنسب الأدوات المستخدمة لدراسة وتحليل الأطر وبناء مضمون الرسالة الاتصالية التي تنتج في إطار الدراسات السياسية، حيث يوفر بنية أساسية لتحليل المعاني المستخدمة في تغطية الأخبار السياسية وقد تطور استخدامه من خلال محاولات دراسات تقييم معاني اللغة، في ضوء ما تطرحه من افتراضات ضمنية، وهو بهذا يعطي اهتماما خاصا لمكونات اللغة المستخدمة في الخطاب الاعلامي.

حيث يركز على البنية الدلالية في التحليل وهناك عدة مستويات يمكن تمييزها ووحدات مختلفة من التحليل في الخطاب مثل: الكلمات المفردة، الجمل الكاملة، الفقرات، الموضوع ككل، أو موضوع الخطاب، ويمكن دراسته على المستوى الدلالي للخطاب ككل وليس عن المستوى الفردي من الكلمات أو الجمل. (1)

ويقدم تحليل الخطاب اسلوبا جديدا لفهم البنية العميقة لرسائل الاتصال، حيث يتجاوز تصيد الأفكار والمضامين التي يطرحها النص إلى محاوله الكشف عن الآليات والأدوات والاستراتيجيات التي يعتمد عليها منتج النص في إحداث عملية التواصل والتأثير على المتلقي، فضلا عن الكشف عن العوامل التي تؤثر في تشكيل ملامح النص.

(1) أميرة محمد محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الاعلامي: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 08، العدد 03، 2019، ص 335.

ويتصل تحليل الخطاب بالمجال النوعي لعدة علوم، كالاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس والتاريخ، أي يمكن اعتبار هذا الثراء في المفاهيم ناتج عن التفاعل بين العلوم الذي طبع تحليل الخطاب دلالة على الحوار بين العلوم، فالممارسات من ميدان تحليل الخطاب تستند إلى التداولية ودراسة النص.⁽¹⁾

ويستند التحليل الخطاب إلى كون الخطاب الصحفي رسالة اقناعية تستهدف تثبيت قناعات محددة أو تغييرها أو تغيير وجهة نظر في مجال حوار تفاعلي تنافسي بين خطابات تستند في إطار مرجعية متباينة وتتنازع فيما بينها بشأن قضية جدلية، فالخطاب كوسيلة اقناعية تستهدف تثبيت رؤى معينة أو تغييرها أو تنفيذ وجهة نظر مضادة في مجال حوار تفاعلي بين خطابات تستند إلى أطر مرجعية مختلفة، حيث لديه القدرة على التأثير على طريقة تفكير الناس، فقد زاد الاهتمام الأكاديمي بمجال تحليل الخطاب الاعلامي.

والفكرة الأساسية الكامنة في تحليل الخطاب هي ان الرسائل الإعلامية في الحقيقة إعادة تقديم الواقع او العالم في بناء لغوي، تضمن هيكلًا للقيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فكل أشكال التعبير عن شيء ما لها مغزى ولها سبب، ولهذا توجد طرق مختلفة للتعبير عن ذلك الشيء، وهذه الطرق ليست عشوائية أو بدائل عرضية للتعبير عن ذلك الشيء، ولكنها تحمل اختلافات وتميزات ايديولوجية.⁽²⁾

نشأت هذه النظرية من مجالات اللسانيات والنقد الأدبي، وتهدف إلى تحليل كيفية استخدام اللغة لبناء وتشكيل الواقع الاجتماعي.

(1) المرجع نفسه، ص 336.

(2) المرجع السابق، ص 336.

تطبيق النظرية في المجال الرياضي:

تحليل الخطاب المستخدم في التعليقات الرياضية والتقارير يمكن أن يكشف عن الأشكال المختلفة للعنف الرمزي، على سبيل المثال، يمكن أن يكشف تحليل الخطاب عن كيفية استخدام اللغة لتكريس الصور النمطية أو لتعزيز الهيمنة الثقافية.

تساعد هذه المقاربات النظرية في فهم العنف الرمزي في المجال الرياضي، وكيف يمكن لوسائل الإعلام أن تؤثر بشكل غير مباشر على التصورات الاجتماعية والرأي العام. من خلال تحليل الأطر النظرية المختلفة، يمكننا تحديد الطرق التي يمكن من خلالها تقليل العنف الرمزي وتعزيز تغطية إعلامية أكثر عدالة وشمولية في الرياضة.

المطلب الثاني: التلفزيون وسياقات العنف الرمزي الإتصالي في المجال الرياضي

يعد التلفزيون وسيلة إعلامية قوية تؤثر بشكل كبير على تشكيل التصورات العامة والسلوكيات الاجتماعية. في المجال الرياضي، يمكن أن يسهم التلفزيون في ممارسة أشكال من العنف الرمزي من خلال تغطيته للأحداث الرياضية وتقديمه للرياضيين والجماهير بطرق معينة. سنستعرض في هذا البحث كيف يمكن أن يظهر العنف الرمزي في التغطية التلفزيونية للرياضة، وسياقاته المختلفة، مع تقديم أمثلة توضيحية.

1. التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية

التغطية الإعلامية هي نوع من المتابعة المستمرة لقضية ما أو حدث جاري يتضمن جميع عناصر القيم الاخبارية التي تؤهله لأن يتصدر ولفترة طويلة نشرات الأخبار في الاذاعة والتلفزيون والصفحات الأولى من الصحف يقوم خلال هذه الفترة المرسلون بكتابة أخبارهم وتقاريرهم وتحقيقاتهم الصحفية عنه إلى الجمهور بشكل متتابع ومستمر لكي ينقلوا المشاهد أو المستمع إلى ساحة الحدث وأجوائه ويحيطونه بأخر التطورات والتداعيات التي من الممكن أن تصاحب الحدث والمواقف التي تتأثر به ردود الأفعال حوله.

أما مفهوم التغطية الإعلامية بمعناها الأوسع تعطي معنى الاحاطة الشاملة بموضوع ما والتعاطي معه من مختلف أبعاده وزواياه. (1)

تعد التغطية الاعلامية للأحداث خاصة الرياضية منها بمثابة لب وجوهر الاعلام، كونها لها دورا هاما في تكوين أفكار واتجاهات ومواقف المتابعين لها ازاء الحدث، كما تعمل على احاطة الجمهور بكل ما يجري وما يدور من حوله من أحداث لحظة بلحظة وفور وقوعها.

2. مراحل التغطية الاعلامية للشؤون الرياضية

وهناك ثلاث مراحل لتغطية الحدث الرياضي:

المرحلة الأولى: وهي تقوم على التغطية التمهيديّة للحدث الرياضي عن طريق الحصول على المعلومات الكافية عن الفرق المتنافسة وظروف كل فريق وامكانياته ، واحتمالات فوزه أو هزيمته واستعداده للمباراة ونشر هذه المعلومات غالبا يأخذ طابع التغطية الاخبارية.

المرحلة الثانية: وهي تقوم على التغطية التسجيلية للحدث الرياضي عن طريق الوصف الدقيق لسير الحدث وتطوره ووصف وقائعه مع تسجيل النتائج النهائية لهذا الحدث ونشر هذه المعلومات غالبا ما يأخذ طابع التغطية التحليلية.

المرحلة الثالثة: وهي تقوم عن التغطية المقيمة للحدث الرياضي، عن طريق تقييم أداء كل طرف من أطراف الحدث الرياضي مع الكشف عن الجوانب الايجابية والجوانب السلبية في أداء كل منهما واستخلاص الدروس المستفادة. (2)

(1) شهلة بن رجم وآخرون، التغطية الاعلامية القنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية - قناة النهار نموذجا - (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018 / 2019)، ص 47.

(2) محمد رياض بن طالب، التغطية الاعلامية لنتائج مباريات المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم في كأس أمم افريقيا 2019 (مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2018 / 2019)، ص 28.

التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية تساهم في تشكيل الوعي الجماعي حول الرياضة والرياضيين. الطريقة التي يتم بها تقديم الأخبار الرياضية يمكن أن تعزز أو تقلل من شأن الرياضيين أو الفرق.

3. أشكال العنف الرمزي في التغطية الإعلامية

التركيز على السلبيات: عندما تركز التغطية الإعلامية على أخطاء اللاعبين أو سلوكياتهم السلبية بشكل مفرط، يمكن أن يؤدي ذلك إلى تشويه صورتهم أمام الجمهور. على سبيل المثال، إذا تم تسليط الضوء بشكل مستمر على أخطاء لاعب معين في المباريات، فقد يؤثر ذلك سلباً على تصوره لدى الجمهور.

التحيز العرقي أو الجنسي: يمكن أن تكون التغطية الإعلامية منحازة ضد رياضيين من أعراق أو أجناس معينة. على سبيل المثال، قد يتم تجاهل إنجازات الرياضيين من الأقليات العرقية أو النساء، بينما يتم تمجيد الرياضيين من الفئات المهيمنة.

أمثلة توضيحية:

مثال 1: في التغطية الإعلامية لألعاب الأولمبياد، قد يتم تسليط الضوء بشكل أكبر على رياضيين من الدول المتقدمة وتجاهل إنجازات رياضيين من الدول النامية.

مثال 2: في بعض الأحيان، يتم التركيز على الحياة الشخصية للرياضيين بطرق تضر بصورتهم، مثل التركيز على الفضائح أو المشاكل الشخصية بدلاً من إنجازاتهم الرياضية.

4. التعليق والتحليل الرياضي

التحليل الرياضي ملاد للرياضيين لأنه يحلل الواقع الحقيقي للمباريات ويرفع من ثقافة المشاهد ويساعد في تطوير الفكر الرياضي للجمهور والاداريين لأن معرفه الداء طريق لتصحيح المسار للعمل الرياضي. ظهر عدد من مقدمي البرامج الرياضية والمحللين والمعلقين في الوسط الاعلامي بالقنوات الفضائية العربية مما يدل على أن الاعلام العربي بخير وبقليل من الجهد والتخطيط يستطيع الاعلام

الرياضي أن يحقق التفوق والنجاح، وقد سيطر قدام اللاعبين على التحليل الرياضي بصورة كبيرة، وقد كانت لهم مشاركات متعددة في التحليل لعدد من مباريات الدوريات العربية والعالمية، ولم يقتصر التحليل على المباريات بل شمل البرامج الرياضية التي تحلل القضايا التي تهم الأندية والمنتخبات، وقد ظهرت أسماء ونجوم في التحليل الرياضي كانت لها بصمة كبيرة في الماضي وتألقهم في التحليل الرياضي امتدادا لتألقهم ونجوميتهم في السابق. وقد ساعد انتشار القنوات الفضائية المتخصصة في مجال الرياضي في العالم العربي مثل قنوات **bein sports** وقنوات دبي الرياضية وغيرهم في ظهور عدد من المحللين والمعلقين في الوسط الاعلامي وقد تميز الكثير والكثير منهم. لكن كل تجربة وفي أي مجال تحتاج دراسة وتقييم حتى يمكن الوصول بها إلى أعلى درجات الجودة، وتجربة التحليل الرياضي ليست بالتجربة الحديثة ولكنها كانت في السابق في حدود ضيقة وأصبحت في الوقت الحالي عنصر اساسيا ومؤثرا في المجال الرياضي مما يتوجب العمل على تطويرها. مما يفرض على القنوات الفضائية العربية خاصة تلك المتخصصة منها في مجال الرياضة تأهيل المحللين الرياضيين بعمل دورات متخصصة في هذا المجال حتى يتم تطويرهم ورفع قدراتهم العلمية والعملية، وكذلك عقد ورشات عمل وتصوير بعض البرامج ومشاهدتها بحضور مختصين وتحديد الايجابيات والسلبيات حتى يصل المحلل بقدر من الخبرات والتطور، وعلى مقدمي ومحلي استوديو التحليل الرياضي بالقنوات العربية احترام المشاهد وذلك بالعدل والابتعاد نهائيا عن العاطفة والمشاعر أثناء التحليل حسب الحقائق والأداء الفني لكل فريق والعمل بكل صدق وأمانة وحيادية لأن المشاهدين ارتفعت ثقافتهم الكروية ويرفضون التحليل غير الصحيح للمباريات. (1)

قد يلاحظ ان الميول في استديوهات التحليل الرياضي لكرة القدم بالقنوات العربية أدى الى ظهور اراء مختلفة في القضايا الرياضية أو المسائل الفنية فالانحراف عن الحق داء ويحتاج إلى دواء وهو رفع الفهم الاعلامي لدى المنتمين لهذا القطاع وغرس قيم الحق والمهنية وتعاطي التحليل الرياضي بكل صدق بعيدا عن المصالح الخفية، فقد وجد اليوم بأن بعض المحللين يتحدثون بثقافة الميول وتمجيد

(1) المرجع السابق، ص ص 45، 46.

اللاعبين أو الفرق دون غير حق وبصورة غير منطقية بعيدة كل البعد عن الواقع وهذا اكبر خطأ قد يؤدي الى انتشار التعصب الجماهيري خاصة على مستوى الاعلام الرياضي.

ولكن للأمانة والمصداقية لا يمكن انكار بأن هناك قنوات رياضية عربية تعمل بجهود جبارة للارتقاء بمستوى الاعلام الرياضي ومستوى المحللين الرياضيين العرب ولقد نجح العديد منهم في وضع بصمتهم الاستثنائية في عالم التحليل الكروي والرياضي ومع ذلك لا بد من اجراء دراسات وبحوث للتعرف أكثر على واقع العمل الاعلامي والتحليل لهذه الفضائيات. (1)

وبهذا تكون التعليقات والتحليلات الرياضية تلعب دوراً كبيراً في تشكيل آراء الجماهير وتوجهاتهم تجاه الرياضيين والأحداث الرياضية.

5. أشكال العنف الرمزي في التعليق والتحليل الرياضي

- اللغة المهيمنة: استخدام لغة تنطوي على تحيز أو تمييز ضد رياضيين معينين. على سبيل المثال، يمكن للمعلقين استخدام تعبيرات تقلل من شأن أداء الرياضيين من الأقليات.
- التقييم المنحاز: قد يكون هناك تحيز في تقييم الأداء الرياضي، حيث يتم التمجيد بأداء لاعبين معينين بينما يتم التقليل من أداء آخرين، بناءً على اعتبارات غير موضوعية.
- التلاعب بنتائج المباريات والألعاب الرياضية بشكل عام.
- مبدأ التآمر وتغيير المدربين. (2)

أمثلة توضيحية:

مثال 1: في تعليق مباراة كرة القدم، يمكن أن يستخدم المعلقون تعبيرات مثل "القوة الطبيعية" لوصف اللاعبين من أعراق معينة، مما يعزز الصور النمطية.

(1) المرجع السابق، ص 46.

(2) سالم فالح العجمي، تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد والوسط الرياضي (رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2013، ص 70.

مثال 2: في تحليلات ما بعد المباراة، قد يتم تجاهل الأداء الجيد للاعبين من الفرق الصغيرة والتركيز فقط على الفرق الكبيرة والنجوم المشهورين.

6. الإعلانات والتسويق الرياضي

إن الإقبال على المنافسات الرياضية ومتابعتها أصبح ينمو بشكل كبير على المستوى العالمي ولأن احتياجات المشاهدين والمستهلكين لكل الأذواق أصبح يتطور يوماً بعد يوم، وأصبحت هناك حاجة ماسة ليس فقط لتطوير التسويق الرياضي الناجح بل كذلك إلى مسوقين رياضيين محترفين.

إن الأمر تجاوز ذلك ليصبح بحاجة إلى نظم تسويقية متطورة لتوافق بين الاستهلاك الرياضي والإنتاج الرياضي، وإذا كان التسويق الرياضي لم يعرف قبل ثلاثين سنة فإنه كان يطلق على العمليات التي لها علاقة بالدعاية والإعلان في المجال الرياضي، والمناسبات الرياضية خلال فترة الستينات والسبعينات وفي وقتنا الحاضر أصبح التسويق الرياضي الذي يعرفه عبد الرحمن الباحوث بأنه: "جميع الأنشطة والممارسات التي صممت لتغطية حاجات المستهلكين الرياضيين أو خدمة غيرهم من خلال استغلال الرياضة والرياضيين"⁽¹⁾.

إن التسويق الرياضي في الأندية الرياضية له أهمية كبيرة لعدة عوامل تعمل على تحسين صفات إيجابية للأندية الرياضية ليس بهدف الربح فقط ولكن من أجل:

- الارتقاء بمستوى الأنشطة الرياضية والمجالات التدريبية البدنية والرياضية.
- الارتقاء بمستوى التعليم، التدريب، الإدارة والترويج الرياضي.
- جذب اهتمام الجمهور نحو ممارسة الرياضة.
- توفير احتياجات المستفيدين من الأنشطة الرياضية أو المنتج الرياضي.
- تحقيق العائد المادي والربح الوفير لزيادة مداخيل المؤسسة الرياضية.⁽²⁾

(1) وليد أدرقان، التسويق الرياضي ودورها في تحسين مردود الأندية الرياضية (مذكرة ماستر، معهد علوم وتقنيات والنشاطات البدنية والرياضية، جامعة ألكلي محمد أولحاج، البويرة، 2017 / 2018)، ص 27.

(2) المرجع نفسه، ص 30.

وبهذا تكون الإعلانات والتسويق الرياضي لها تأثير كبير على كيفية تصور الجمهور للرياضيين والأحداث الرياضية.

7. أشكال العنف الرمزي في الإعلانات والتسويق

التسويق التمييزي: استخدام صور نمطية أو تمييزية في الإعلانات الرياضية. على سبيل المثال، قد يتم تصوير النساء في الإعلانات الرياضية بطرق تقلل من شأنهن كرياضيين.

التركيز على الجوانب السطحية: تركز الإعلانات غالبًا على الجوانب الجمالية أو الشخصية للرياضيين بدلاً من إنجازاتهم الرياضية، مما يمكن أن يؤثر على كيفية رؤيتهم من قبل الجمهور.

أمثلة توضيحية:

مثال 1: إعلان يستخدم صورًا نمطية للرياضيين من خلفيات عرقية معينة بطرق تقلل من شأنهم، مثل تصويرهم كأشخاص غير متعلمين أو غير محترفين.

مثال 2: حملة تسويقية تركز على المظهر الجسدي للرياضيات بدلاً من إنجازاتهن الرياضية، مما يعزز الصور النمطية حول دور النساء في الرياضة.

يمكن أن يكون للتلفزيون تأثير كبير في ممارسة العنف الرمزي في المجال الرياضي من خلال التغطية الإعلامية، التعليق والتحليل الرياضي، والإعلانات والتسويق. من خلال فهم هذه السياقات المختلفة، يمكننا العمل على تطوير استراتيجيات للحد من العنف الرمزي وتعزيز تغطية إعلامية أكثر عدالة وشمولية في الرياضة. يجب على الإعلاميين والمعلنين الالتزام بمبادئ أخلاقية تضمن الاحترام والمساواة لجميع الرياضيين، بغض النظر عن خلفياتهم العرقية أو الجنسية.

المطلب الثالث: النقاش الصحفي الرياضي من منظور أخلاقي اتصالي

النقاش الصحفي الرياضي يعتبر جزءاً أساسياً من التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية. من منظور أخلاقي اتصالي، يجب أن يتسم النقاش الصحفي الرياضي بالنزاهة والعدالة والاحترام، في هذا المطلب سنناقش كيف يمكن تطبيق المبادئ الأخلاقية في النقاش الصحفي الرياضي وأهمية ذلك في تعزيز بيئة إعلامية عادلة ومحترمة، مع توضيح الأمثلة التوضيحية.

1. العدالة والمساواة في التغطية

أهمية العدالة والمساواة:

العدالة والمساواة في التغطية الصحفية تضمن تقديم رؤية متوازنة وغير منحازة للأحداث الرياضية والرياضيين. يجب أن يحصل كل رياضي وفريق على تغطية متساوية بغض النظر عن شعبيتهم أو انتمائهم.

مع ذلك يجب أن نلاحظ أن هذه الآثار السلبية ليست ضرورية وقابلة للتقاضي، إذا ما تمكنت الجهات المسؤولة من وضع وتنظيم استراتيجيات إعلامية وترويجية لدعم المسابقات المحلية وزيادة التغطية الإعلامية لها بالشكل المناسب، كما يجب أيضاً توفير دعم مستدام للتغطية الإعلامية للرياضة المحلية من خلال جاذبية الشركات والرعاة المحليين الاستثمار في المسابقات المحلية ودعمها وهذا بلا شك سينعكس على زيادة عدد المشجعين و المتابعين لها، في سبيل الحفاظ على جودة المتنافسة في المسابقات المحلية، وتحقيق العدالة والمساواة في تغطية ونقل جميع الدوريات والفعاليات الرياضية المحلية.⁽¹⁾

أشكال العدالة والمساواة في التغطية:

التغطية المتوازنة: يجب أن تشمل التغطية الصحفية جميع جوانب اللعبة بشكل عادل، بما في ذلك الفرق الصغيرة والرياضيين غير المعروفين.

(1) أحمد البهدي، «العدالة»..... في التغطية الإعلامية، تاريخ النشر 15 ديسمبر 2023، متاح على الرابط الإلكتروني:

<https://www.alayam.com>

التمثيل المتساوي: يجب أن يحصل الرياضيون من جميع الخلفيات العرقية والجنسية على تمثيل عادل في التغطية الإعلامية.

أمثلة توضيحية:

مثال 1: عند تغطية بطولة رياضية كبرى، يجب تقديم تقارير متساوية عن الفرق الصغيرة والنجوم الكبار، لضمان أن يحصل الجميع على الاهتمام الذي يستحقونه.

مثال 2: عند مناقشة أداء الرياضيين، يجب تقديم تحليلات عادلة تشمل جميع اللاعبين بغض النظر عن شهرتهم أو انتمائهم العرقي.

2. الاحترام والكرامة:

يرتبط احترام الآخرين باحترام النفس والاحترام مرتبط أيضاً ارتباطاً وثيقاً بتوفر قيم الكرامة الإنسانية. فبعد أن سقط وتفكك (ميثاق الشرف الرياضي) فإن جهوداً مشتركة مطلوبة من الجميع يجب أن تتوفر كي تتحقق مبادئ وقيم ومضامين وأهداف حملة (الاحترام) من أجل رياضة نظيفة ومنافساتها شريفة يجب أن تسود أيضاً داخل مجتمعنا الرياضي. (1)

بدليل مستوى النقاش الحاضر في "البلاطوهات" التلفزيونية غالباً والمرتكز أساساً على أساليب الصراخ والدراما المبالغ بها، والمعرفة المطلقة بالحقائق والمعلومات الحصرية غير القابلة للطعن، في وقت فئة أخرى إلى أسلوب التهريج والتغليط لمحاولة التأثير في الرأي العام، بعيداً عن المعايير المهنية والموضوعية بتوجيه دعوة للعارفين بخبايا الرياضة الجزائرية والمنظور الاعلامي إلى تأطير وتقديم ميدان التحليل الرياضي في الجزائر واخضاعه لقواعد رقابة صارمة، تكبح الخارجين عن النص والراغبين في إثارة الفتنة والبلبل، من خلال التركيز على التكوين، وتوسيع صلاحيات سلطة الضبط، على أمل إعادة الهدوء الى هذا المجال وعدم اخراجه عن نطاقه الرياضي المحدود في الأساس بقواعد لعبة معينة ومساحة ميدان في حد ذاته، مهما اختلف نوع الرياضة فضلاً عن ضرورة التقيد بالواقع المعيش وعدم

(1) الاحترام، صحيفة الرياضة، [https:// arriyaiyah.com](https://arriyaiyah.com)

الانسحاق وراء نزوات بعض الأصوات "الخبیثة" لمنصات التواصل الاجتماعي الافتراضية المغذية للفتن والصراعات. (1)

وعليه الاحترام والكرامة هما أساس أي نقاش صحفي مهني. يجب على الصحفيين الرياضيين التعامل مع جميع الرياضيين بكرامة واحترام، وتجنب استخدام لغة أو صور تقلل من شأنهم.

أشكال الاحترام والكرامة في التغطية الصحفية:

- استخدام لغة محترمة: يجب أن يتجنب الصحفيون استخدام التعبيرات المهينة أو النمطية عند الحديث عن الرياضيين.
- الحفاظ على الخصوصية: يجب على الصحفيين احترام خصوصية الرياضيين وتجنب التطرق إلى حياتهم الشخصية إلا إذا كان ذلك ذا صلة بالأداء الرياضي.

أمثلة توضيحية:

مثال 1: عند إجراء مقابلات مع الرياضيين، يجب على الصحفيين طرح أسئلة تركز على الأداء الرياضي والإنجازات بدلاً من التطرق إلى حياتهم الشخصية بطرق قد تكون مهينة.

مثال 2: عند تحليل أداء اللاعبين، يجب تجنب استخدام التعليقات التي تركز على العرق أو الجنس، والتركيز على الأداء الرياضي فقط.

- الشفافية والمصادقية: أكد المشاركون أن الاعلام الرياضي العربي لديه مسؤولية كبيرة ودور بارز للنهوض بالرياضة العربية وفق أسس سليمة تستند إلى نبذ التعصب ونشر السلوكيات الرياضية القائمة على المصادقية والقيم والمبادئ وتوعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً من خلال امدادهم بالمعلومات والأخبار الرياضية الصحيحة.

(1) فروجة، التحليل الرياضي.... بين الموضوعية " التهريج" والخروج عن النص، تاريخ النشر 12 / 02 / 2024، متاح على

وشدد المشاركون على أن الاعلام الرياضي بحاجة إلى التطور حتى يكون قادرا على مواجهة المنافسة المحتمة مع المحتوى الرياضي المقدم من قبل وسائل التواصل الاجتماعي التي تحقق انتشارا واسعا وباتت تهدد بشكل كبير الاعلام الرياضي التقليدي.

ووصف شوبير المنافسة المحتمة حاليا بين الاعلام الرياضي التقليدي و" السوشيال ميديا" بأنه أشبه ما يكون "صراع مستمر" غير أنه أكد أن البقاء سيكون للإعلام الرياضي التقليدي بما يمتلكه من مصداقية والتزام وحيادية وأضاف أن الاعلام الرياضي يجب أن يتسلح بثلاث مميزات هي: الثقافة الرياضية، العلم والفكر.

ليكون قادر على المنافسة والبقاء واستقطاب الجماهير مؤكدة أن البقاء سيكون للمصداقية والشفافية والصراحة والتناول الموضوعي.⁽¹⁾

الشفافية والمصداقية في التغطية الصحفية تساهم في بناء الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام. يجب على الصحفيين الرياضيين تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، وتجنب التضليل أو التشويه.

3. أشكال الشفافية والمصداقية في التغطية الصحفية:

تقديم المعلومات الصحيحة: يجب على الصحفيين التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها، وتجنب نشر الشائعات أو المعلومات غير المؤكدة.

الاعتراف بالأخطاء: في حالة وقوع أخطاء في التغطية، يجب على الصحفيين الاعتراف بها وتصحيحها بشكل فوري.

(1) نخبة من الاعلاميين للرياضيين يناقشون مستقبل الاعلام الرياضي في مواجهة إعلام " الديجيتال"، وكالة أنباء الامارات،

أمثلة توضيحية:

مثال 1: عند نقل أخبار عن إصابة لاعب أو انتقاله إلى فريق آخر، يجب التأكد من صحة المعلومات من مصادر موثوقة قبل نشرها.

مثال 2: في حالة نشر خبر غير دقيق، يجب على الصحفيين تقديم اعتذار وتصحيح المعلومات بأسرع وقت ممكن.

خلاصة:

من خلال تبني المبادئ الأخلاقية في النقاش الصحفي الرياضي، يمكن للصحفيين تعزيز بيئة إعلامية عادلة ومحترمة تعكس القيم الأساسية للصحافة المهنية. يجب على الصحفيين الرياضيين الالتزام بالعدالة والمساواة والاحترام والكرامة والشفافية والمصداقية في تغطيتهم للأحداث الرياضية، مما يساهم في بناء مجتمع رياضي أكثر شمولية وإنصافاً. بهذه الطريقة، يمكن تقليل العنف الرمزي في الإعلام الرياضي وتعزيز صورة إيجابية للرياضة والرياضي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

للدراسة

التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون:

1. فئات الشكل:

1- فئة اللغة المستخدمة:



فئة اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
اللغة العربية	32	30.18
اللغة الأجنبية	58	54.71
اللغة المزدوجة	16	15.09
المجموع	106	100%

الجدول 01: فئة اللغة المستخدمة

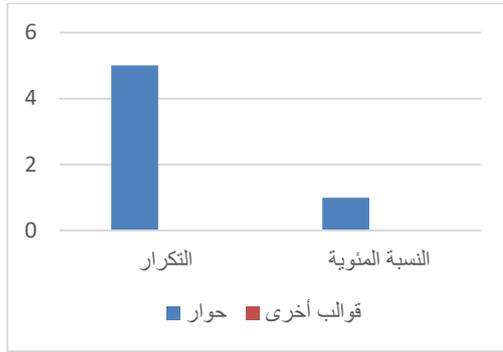
التحليل الكمي:

من خلال الجدول رقم 01 والخاص بفئة اللغة المستخدمة يتضح أن اللغة الأكثر استخداما في الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي هي اللغة الفرنسية والتي تمثلت بنسبة 54.71%، تليها اللغة العربية بنسبة 30.18% وأخيرا اللغة المزدوجة بنسبة 15.09%.

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير ذلك بعدة أسباب منها أن الناخب الوطني جمال بلماضي فرنسي المنشأ وهو دائما ما يفضل التحدث باللغة الفرنسية حتى يكون دقيقا في ردوده وتصريحاته، إضافة الى هناك إعلاميين يطرحون الأسئلة بالفرنسية نظرا للغة وسائل الإعلام التي ينتمون لها، أما عن العربية فهي الأقرب للجمهور الرياضي والتي يدرك بها واقعه الرياضي ومادام أن الناخب الوطني يفهمها فالصحفيين لا يجدون حرجا في التحدث بها، في حين تأتي اللغة المزدوجة كون الناخب يجد صعوبة عندما يريد التحدث بالعربية وبالتالي فهو يمزجها مع الفرنسية.

2- فئة قوالب العرض:



النسبة	التكرار	فئة قوالب العرض
100%	5	حوار
0.00%	0	قوالب أخرى
100%	5	المجموع

الجدول 02: فئة قوالب العرض

التحليل الكمي:

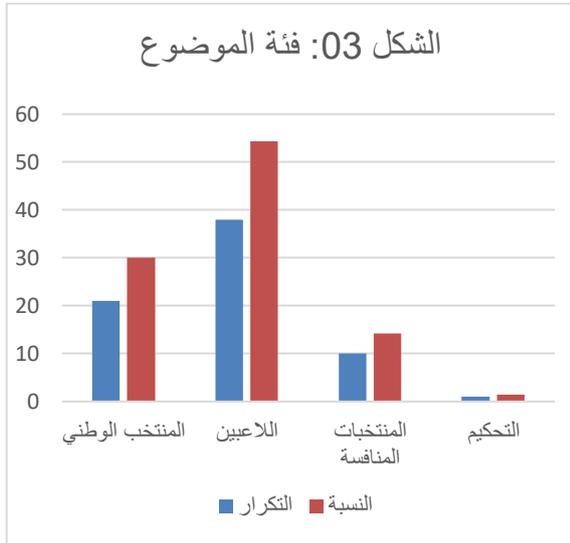
من خلال معطيات الجدول أعلاه والذي يمثل فئة قوالب العرض يتضح طغيان الإعتماد على قالب الحوار في كل الندوات محل التحليل بتكرار 5 وبنسبة 100% بينما لم يتم الإعتماد على الأنواع الأخرى والتي جات بنسبة منعدمة.

التحليل الاستدلالي:

تمتاز المؤتمرات الصحفية لكل المدربين في العالم بطابع الحوار وهذا يرجع لكون القائم بالاتصال يريد نقل آخر أخبار الفريق الى الجمهور الرياضي عن طريق الأسئلة التي يطرحها على المدرب، وتشمل الأسئلة القضايا والموضوعات التي تشكل اهتمام الجمهور بالدرجة الأولى، ويدل ذلك عند ربطه بأخلاقيات المهنة في مجال السمعي البصري أن الإعلامي لابد أن يكون لسان حال الجماهير، فهو ناقل لتساؤلاتهم خاصة عندما يتعلق الأمر بمدرب المنتخب الوطني، وقد يفسر تغليب الندوات لطابع الحوار نظرا لطبيعتها وخصوصيتها في الطرح.

2. فئات المضمون:

1- فئة الموضوع:



فئة الموضوع	التكرار	النسبة
المنتخب الوطني	21	30%
اللاعبين	38	54.28%
المنتخبات المنافسة	10	14.28%
التحكيم	1	1.42%
المجموع	70	100%

الجدول 03: فئة الموضوع

التحليل الكمي:

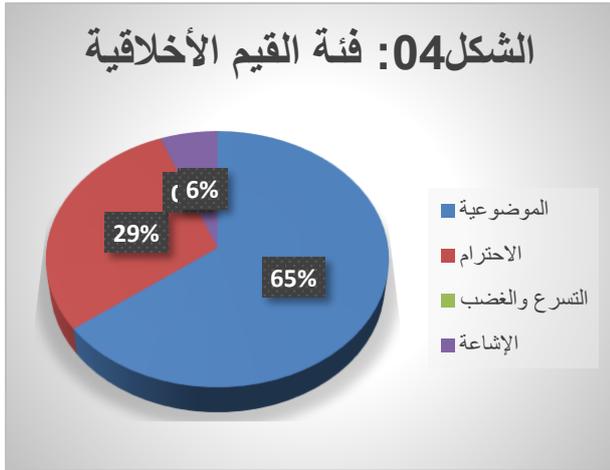
يظهر من خلال الجدول الذي يمثل فئة المواضيع المتناولة في الندوات الصحفية حيث أن موضوع اللاعبين نال الحظوة في المعالجة بنسبة 54.28% يليه موضوع المنتخب الوطني بنسبة 30%، أما موضوع المنتخبات المنافسة فقد بلغت نسبة تكراره 14.28%، في حين كان لموضوع التحكيم نسبة تكرار ضئيلة جدا 1.42%.

التحليل الاستدلالي:

تركز النقاش في الندوات الصحفية على موضوع اللاعبين بالدرجة الأولى حيث تم التحدث في أكثر من عن اللاعب إسماعيل بن ناصر والإصابة التي تعرض لها والتي أبعدته عن الميادين لمدة طويلة وإمكانية لحاقه بكأس أمم إفريقيا نظرا لأهميته البالغة في تشكيلة الناخب الوطني جمال بلماضي، وكان موضوع المنتخب الوطني أيضا محل نقاش حيث تم التطرق الى مجريات التبرص والمباريات التي يتم التحضير لها، وهذا يفسر بالاستجابة لاهتمامات الرأي العام الذي يتطلع من خلال الندوة الى

معرفة الجديد عن المنتخب وعن اللاعبين، وعند ربط ذلك بأخلاقيات المهنة الإعلامية فإن الإعلامي مطالب دائماً بمعالجة المواضيع التي يوليها الرأي حيزاً من الاهتمام في إطار مبدأ الخدمة العمومية.

2- فئة القيم الأخلاقية:



القيم الأخلاقية	التكرار	النسبة
الموضوعية	22	64.70%
الاحترام	10	29.41%
التسرع والغضب	0	0.00%
الإشاعة	2	5.88%
المجموع	34	100%

الجدول 04: فئة القيم الأخلاقية

التحليل الكمي:

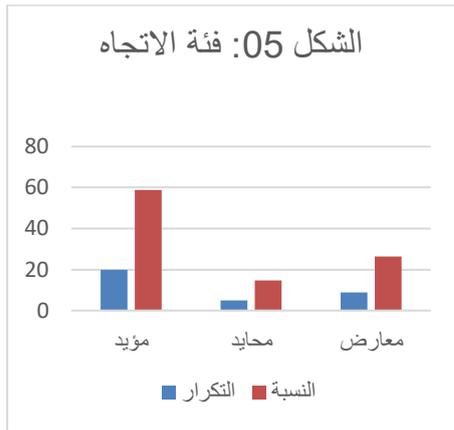
نلاحظ في جدول القيم الأخلاقية التباين في النسب حيث بلغت نسبة قيمة الموضوعية 64.70%، أما قيمة الاحترام فقد بلغت نسبتها 29.41%، في حين جاءت الإشاعة بنسبة 5.88%.

التحليل الاستدلالي:

فئة القيم الأخلاقية هي الفئة الأهم في التحليل حيث تتطلع الممارسة المهنية في الإعلام الرياضي السمعي البصري إلى البعد الأخلاقي وهذا الأخير لا يتحقق إلا بتوفر سمات أخلاقية في محتوى الندوات الصحفية، وقد جاء جدول النتائج والمبين أعلاه بمعطيات تخدم المعيار الأخلاقي في محتوى الندوات والفئات الفرعية المعبرة مثل التسرع والغضب، الإشاعة جاءت نسب تمثيلها ضعيفة، بل تتجه قيمه صوب طرح محتوى إعلامي مبني أساساً على الاحترام والموضوعية وهذا ما يتماشى حقيقة والمعايير

الأخلاقية في الممارسة الإعلامية في الحقل الرياضي، فالجمهور الذي يتابع موضوعات الندوة لتحقيق جملة من الإشباعات المختلفة لابد أن يتشبع أيضا بالقيم التي يتلقاها.

3- فئة الاتجاه:



فئة الاتجاه	التكرار	النسبة
مؤيد	20	58.82%
محايد	5	14.70%
معارض	9	26.47%
المجموع	34	100%

الجدول 05: يمثل فئة الاتجاه

التحليل الكمي:

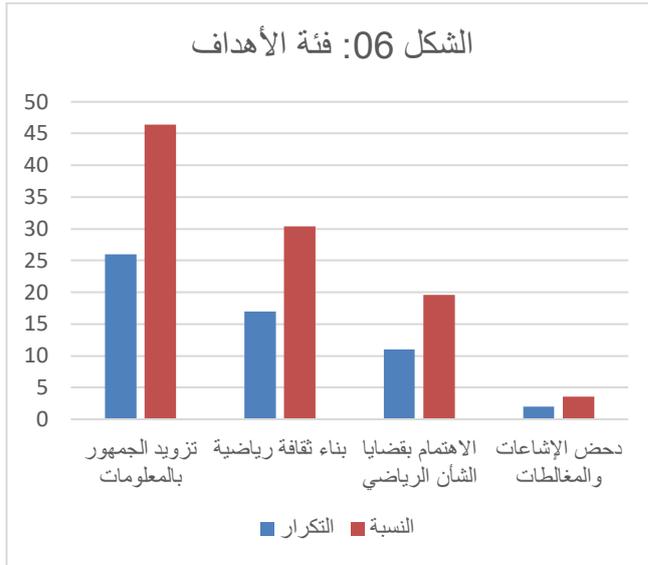
يمثل الجدول رقم 05 فئة حيث نلاحظ أن الفئة الفرعية مؤيد كانت هي الأعلى تمثيلا بعشرين تكرارا ونسبة 58.82%، تليها فئة معارض بتسع 9 تكرارات ونسبة 26.47% ثم تأتي في الأخير فئة محايد بخمس 5 تكرارات ونسبة 14.70%.

التحليل الاستدلالي:

تنص أخلاقيات المهنة على حرية إبداء الرأي والنقاش شريطة عدم تجاوز الحدود المسموح بها والتي توطرها القوانين والتشريعات المنصوص عليها، أيضا هناك علاقة بين فئة الاتجاه وأخلاقيات المهنة في الإعلام الرياضي، ويمكن تفسير ذلك باعتماد وجهات نظر مختلفة تجاه الموضوعات المتناولة والمطروحة للنقاش، وهذا ما يعزز تقبل الآخر وتأييد بعض الآراء ورفض بعضها الآخر وأحيانا اتخاذ صفة الحياد أو الصمت تجاه مواضيع أخرى من ضمن الموضوعات الرئيسية المحددة في فئة الموضوع. هذا ويعد اجتماع مواقف الحياد والتأييد والمعارضة تعزيزا للديمقراطية الإعلامية في إبداء الرأي الحر الموضوعي والاختياري. يمكن تفسير وجود فئة معارضة بوجود انفتاح إعلامي في المجال الرياضي

يعكس مؤشرات إعلام رأي مؤسس على استقلالية في طرح ومعالجة القضايا ونقدها وتعرية كل جوانبها بالتفصيل ضمن ما تدعو له حرية إبداء الرأي والتعبير عن المواقف المهنية سيما داخل قطاع الإعلام الرياضي السمعي البصري.

4- فئة الأهداف:



فئة الأهداف	التكرار	النسبة
تزويد الجمهور بالمعلومات	26	46.42%
بناء ثقافة رياضية	17	30.35%
الاهتمام بقضايا الشأن الرياضي	11	19.64%
دحض الإشاعات والمغالطات	2	3.57%
المجموع	56	100%

الجدول 06: يمثل فئة الأهداف

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 الذي يمثل فئة الأهداف أن نسبة تزويد الجمهور بالمعلومات جاءت مرتفعة نوعا ما وقدرت ب 46.24%، تليها نسبة بناء ثقافة رياضية ب 30.35% ثم نسبة الاهتمام بقضايا الشأن الرياضي ب 19.64%، أما نسبة دحض الإشاعات والمغالطات فقدرت ب 3.57%.

التحليل الاستدلالي:

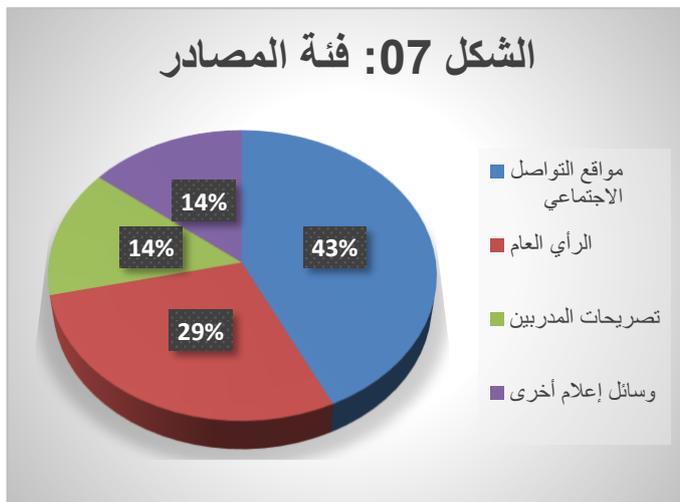
يهدف القائم بالاتصال في الندوات الصحفية من خلال محتواها إلى تحقيق جملة من الأهداف لدى الجمهور ضمن الوظائف التي تضطلع وسائل الإعلام بتأديتها تقدمت فيها وظيفة التزويد بأخبار المنتخب الوطني التي تلبي احتياجات الجمهور المشاهد ويمكن تفسير ذلك كون المشاهد يميل غالبا

إلى إشباع رغبة الاطلاع على الأخبار ومعرفة آخر التطورات في المنتخب الوطني لذلك تعتمد الندوات على تحقيق هذا الإشباع لديه.

كذلك تبرز فئة بناء ثقافة رياضية في النقاش بين الصحفيين والناخب حيث أخذت حيزا من الاهتمام ويفسر ذلك دلاليا بأن المشاهد المتتبع للإعلام الرياضي يتطلع الى توسيع معرفته الشاملة في المجال الرياضي التي يرغب في تحقيقها من خلال تلقيه لمنتجات الإعلام الرياضي السمعي البصري، هذه المعرفة تتكون لديه من خلال ما يأتي في الندوات من محتويات ذات طابع تنقيفي.

التزمت الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي نحو الجمهور بدحض الإشاعات وكشف المغالطات والأخبار الكاذبة الذي يتعرض لها في وسائل الإعلام الأخرى أو منصات التواصل الاجتماعي وهذا ما يفسره الدور التنويري للقائم بالاتصال حيث أن لابد من تقديم الحقائق للجمهور.

5_فئة المصادر:



فئة المصادر	التكرار	النسبة
مواقع التواصل الاجتماعي	3	42.85%
الرأي العام	2	28.57%
تصريحات المدربين	1	14.28%
وسائل إعلام أخرى	1	14.28%
المجموع	7	100%

الجدول 07: فئة المصادر

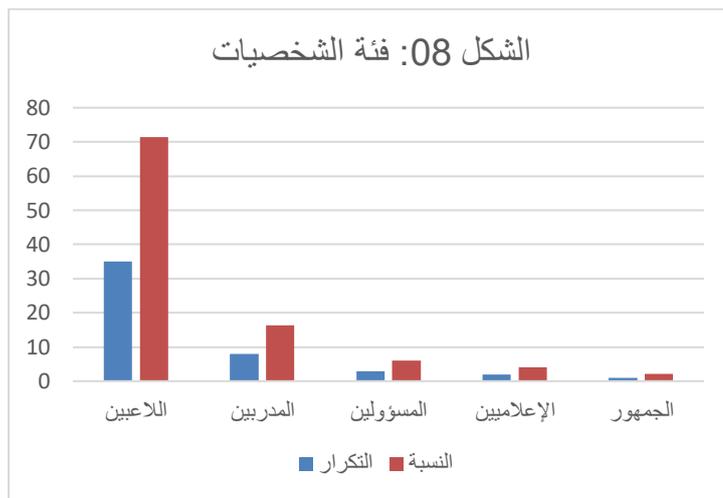
التحليل الكمي:

يمثل الجدول رقم 07 فئة المصادر المعتمدة حيث بلغت نسبة مواقع التواصل الاجتماعي 42.85% تليها نسبة الرأي العام 28.57%، أما تصريحات المدربين ووسائل إعلام أخرى فقد جاؤوا بنسب متساوية 14.28%.

التحليل الاستدلالي:

يمكن تفسير عدم الاعتماد بشكل كبير على المصادر الممثلة بالفئات الفرعية بطبيعة وخصوصية الندوات الصحفية حيث يتم طرح الأسئلة على الناخب الوطني بخصوص جديد المنتخب، وهذا لا يمنع أن يطلب رأيه في القضايا المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي، والمواضيع التي تثير اهتمام الرأي العام، وهنا يسعى الصحفيون الى نقل اهتمامات مواقف الجمهور إلى الناخب الوطني. من بين العوامل التي قد تفسر السبب وراء افتقار الندوات الصحفية للمصادر أن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي يتم تحديثها بشكل مستمر بينما الندوات الصحفية تعتمد على معلومات محدودة تم اعدادها مسبقا وقد تكون محدودة في نطاق المصادر، أيضا الندوات الصحفية تكون أكثر أحادية الجانب.

6-فئة الشخصيات:



فئة الشخصيات	التكرار	النسبة
اللاعبين	35	71.42%
المدربين	8	16.32%
المسؤولين	3	6.12%
الإعلاميين	2	4.08%
الجمهور	1	2.04%
المجموع	49	100%

الجدول 08: يمثل فئة الشخصيات

التحليل الكمي:

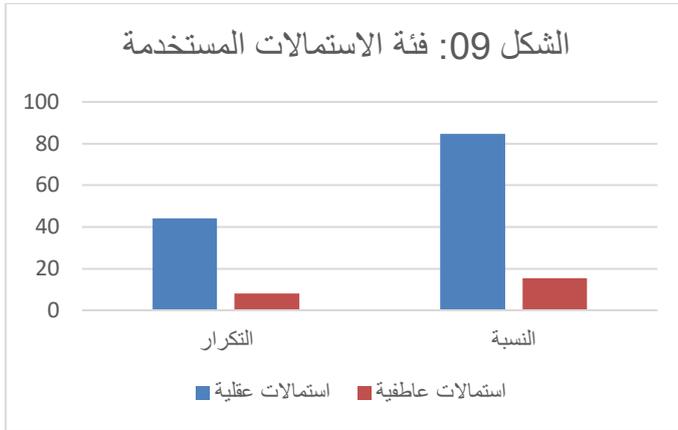
يمثل الجدول أعلاه فئة الشخصيات الفاعلة في الندوات الصحفية حيث بلغت نسبة فئة اللاعبين 71.42% بفارق كبير عن باقي الفئات والتي تمثلت في فئة المدربين 16.32%، فئة المسؤولين 6.12%، فئة الإعلاميين 4.08%، فئة الجمهور 2.04%.

التحليل الاستدلالي:

يمكن تفسير المعطيات الكمية لفئة الشخصيات على أن النقاش في الندوات الصحفية دار حول اللاعبين بنسبة كبيرة وهذا يرجع لاهتمام الجمهور بلاعب المنتخب الوطني، الذين ينشطون محليا أو دوليا في دوريات ونواد أوروبية، بالإضافة إلى اعتبار هؤلاء اللاعبين ممثلين للمنتخب الوطني الذي يتطلع الجمهور الى معرفة كل المستجدات المتعلقة باللاعبين فيه من استقدمات وإصابات وتشكيلات أثناء المباريات أين احتل اللاعب "إسماعيل بن ناصر" الحظوة في عدد التصريحات المدلى بها في كل ندوة والتي تكررت كثيرا لتستفسر عن الإصابة التي تعرض لها ومدة غيابه عن الميادين وإمكانية لحاقه كأس أمم إفريقيا.

ويأتي اعتماد فئة المدربين بنسبة أقل حيث تم التطرق الى مدربي المنتخبات المنافسة وكذلك مدربي الأندية التي يلعب لها محترفي المنتخب وهذا لتفسير موقف أو قضية أو مسألة تتعلق بالمنتخب أو باللاعبين، أما شخصيات المسؤولين فلم تظهر كثيرا إلا فيما بموضوع جهوزية الملاعب الجزائرية أو مسؤولي الاتحاد الجزائري لكرة القدم، في حين تم ذكر الجمهور مرة واحدة خلال الندوات عند الحديث عن مناصرة الجمهور للمنتخب في مبارياته.

7- فئة الاستمالات المستخدمة:



النسبة	التكرار	فئة الاستمالات المستخدمة
%84.61	44	استمالات عقلية
%15.39	8	استمالات عاطفية
%100	52	المجموع

الجدول 09: يمثل فئة الاستمالات المستخدمة

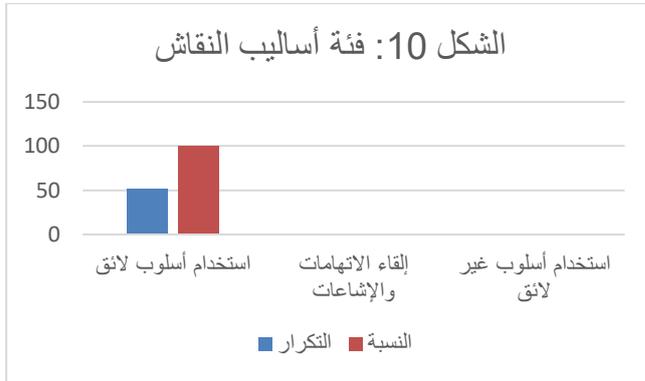
التحليل الكمي:

يمثل الجدول رقم 09 فئة الاستمالات التي يستخدمها الناخب الوطني جمال في خطابه في الندوات الصحفية التي ينشطها حيث نلاحظ استخدام الاستمالات العقلية بنسبة 84.61%، أما الاستمالات العاطفية فجاءت بنسبة 15.39%.

التحليل الاستدلالي:

يمكن تفسير معطيات الجدول أن الاستمالات العقلية تضي طابع الموثوقية والقوة الحجاجية على خطاب المدرب وهذا مهم في سياق الندوات الصحفية حيث أن المصدقية والموضوعية أمران أساسيان لأنها تستهدف جمهورا متنوعا وتستخدم الاستمالات العقلية لتخاطب عقولهم بشكل مباشر وموضوعي مما يجعلها أداة أكثر ملاءمة من الاستمالات العاطفية فهي تساعد على تجنب التحيز الذاتي أو الموضوعي مما يعزز موضوعية الخطاب. في حين استخدم المدرب في خطابه الاستمالات العاطفية لإثارة مشاعر الحماس والدافعية لدى الجمهور للوقوف مع منتخب بلادهم إلا أنه يجب توخي الحذر في الإفراط من استعمال الاستمالات العاطفية على حساب الحقائق والبراهين، فالتوازن بين العقل والعاطفة هو المفتاح لخطاب ناجح وفعال في سياق الندوة الصحفية.

8- فئة أساليب النقاش:



الجدول 10: يمثل فئة أساليب النقاش

التحليل الكمي:

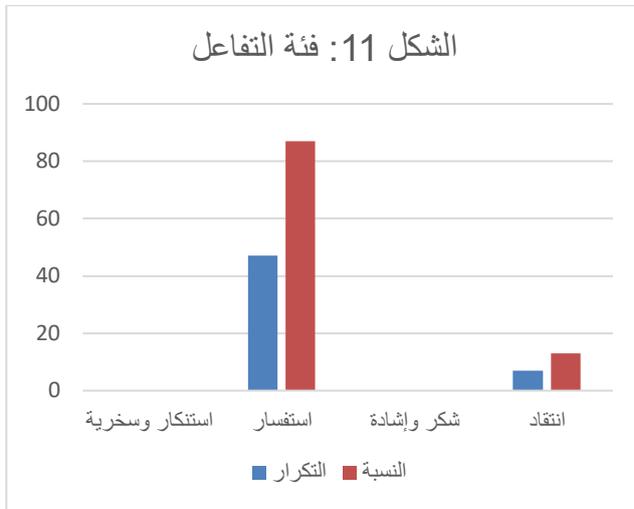
نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن استخدام الأسلوب اللائق هو الذي ميز النقاش في الندوات الصحفية محل التحليل حيث بلغت نسبة هذه الفئة 100%.

التحليل الاستدلالي:

يمكن تفسير معطيات الجدول بأن القائم بالاتصال في الندوات الصحفية يتميز بالالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية من خلال استخدام الأسلوب اللائق في التواصل وذلك بإظهار الاهتمام والاستماع الجيد للأسئلة والرد بطريقة مباشرة وواضحة، وكذلك إبداء الاستعداد للمناقشة والحوار واستخدام لغة واضحة وتجنب الغموض وصياغة الجمل بشكل مركز وموجز لتسهيل فهم الرسالة.

بتطبيق هذه المبادئ يمكن للقائم بالاتصال في الندوات الصحفية تقديم خطاب لائق وفعال ويحقق أهداف التواصل بشكل إيجابي.

9- فئة تفاعل الصحفيين مع الناخب:



فئة التفاعل	التكرار	النسبة
استنكار وسخرية	0	%0.00
استفسار	47	%87.03
شكر وإشادة	0	%0.00
انتقاد	7	%12.96
المجموع	54	%100

الجدول 11: يمثل فئة تفاعل الصحفيين مع الناخب

التحليل الكمي:

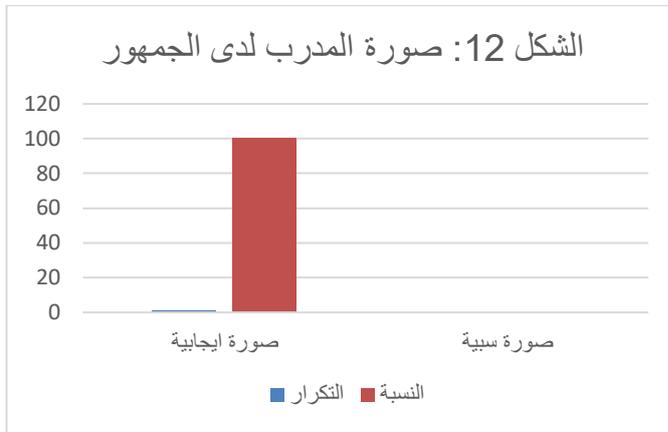
نلاحظ من خلال الجدول أن الأسئلة التي تحمل استفسارات هي التي ميزت تفاعل الصحفيين مع الناخب بنسبة كبيرة بلغت %87.03، بالإضافة للانتقادات التي وجهت للناخب بنسبة %12.96، كذلك نلاحظ عدم وجود تفاعلات تحمل استنكار وسخرية أو شكر وإشادة.

التحليل الاستدلالي:

يدل استخدام الأسئلة التي تحمل استفسار من قبل الصحفيين على محاولة رصد معلومات إضافية وتفاصيل أكثر حول مواقف الناخب الوطني وخلفيته وآرائه مما يسمح له بالتحقق من صحة وموثوقية المعلومات والتأكد من عدم وجود أي غموض أو تناقضات فالاستفسار يعمل على تحفيز الناخب في التفكير أكثر في آرائه والمشاركة بأكثر فاعلية في النقاش وهذا يساعد في بناء جو من الثقة والشفافية بين الصحفيين والناخب.

كما يوحى استخدام النقد على شكوك الصحفيين في دقة المعلومات المقدمة ومصداقيتها فالصحافة غالبا ما تتبنى نهجا نقديا يعكس رغبتهم في تعزيز دورهم الرقابي والحفاظ على الحياد والموضوعية ومع ذلك ينبغي على الصحفيين توخي الحذر في تطبيق هذه الأساليب بما يحافظ على أخلاقيات مهنتهم.

10- فئة صورة المدرب لدى الجمهور:



فئة صورة المدرب	التكرار	النسبة
صورة ايجابية	1	100%
صورة سلبية	0	0.00%
المجموع	1	100%

الجدول 12: يمثل صورة المدرب لدى الجمهور

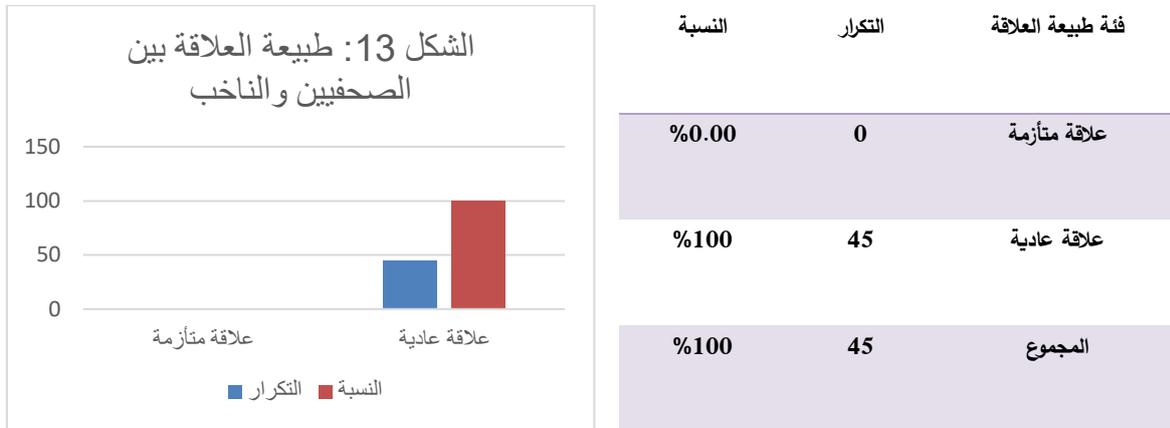
التحليل الكمي:

يظهر من خلال الجدول أعلاه تكرارات صورة المدرب جمال بلماضي لدى الجمهور حيث وردت الصورة الإيجابية بنسبة 100%، بينما لم ترد الصورة السلبية للمدرب.

التحليل الاستدلالي:

إن الصحفي يلعب دورا محوريا في نقل رسالة إيجابية عن المدرب للجماهير فمن خلال الندوات الصحفية يبرز جوانب القيادة الملهمة والكفاءة التكتيكية، فقد يكون وسيطا في بناء علاقة إيجابية بين المدرب والجمهور فهو يعزز صورة المدرب كقائد محبوب، حيث يساهم الصحفي في تشكيل صورة ذهنية للمدرب من خلال التركيز على سمات شخصيته القيادية والكاريزما وإبراز الحزم والعدالة في تعاملهن فمن ربط نجاحاته بالظروف والتحديات التي واجهها يساهم القائم بالاتصال في تعزيز وتقدير الجماهير لإنجازات المدرب.

11- فئة طبيعة العلاقة بين الصحفيين والناخب:



الجدول 13: يمثل فئة طبيعة العلاقة بين الصحفيين والناخب

التحليل الكمي:

يمثل الجدول فئة طبيعة العلاقة بين الصحفيين والناخب حيث أن الفئة الفرعية علاقة عادية أخذت مجموع التكرارات 45 بنسبة 100%، بينما نلاحظ انعدام التكرارات للفئة الفرعية علاقة متأزمة.

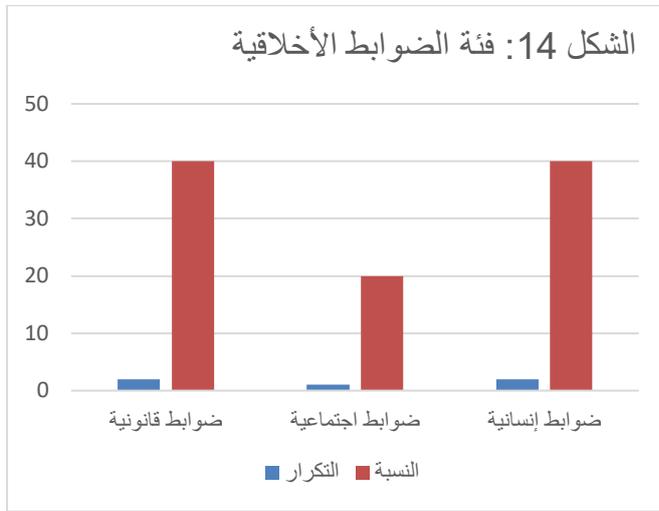
التحليل الاستدلالي:

تدل العلاقة العادية بين الصحفيين والمدرّب على الإحترام المتبادل على الرغم من كونها علاقة مهنية حيث يقدر كل منهما دور الآخر من خلال التعامل بشكل احترافي محايد في نقل المعلومات وتغطية وإيصال الأخبار للجماهير مما يعزز الثقة المتبادلة بين الطرفين وهذا ينعكس على جودة تغطية إعلامية.

ان العلاقة بين الصحفيين والمدرّب لها تأثير كبير على ممارسة الصحافة وتحقيق المساءلة والشفافية حيث يساعد التواصل المباشر الصحفيين في الحصول على معلومات حصرية، كما يساهم بناء الثقة والعلاقات المهنية في تعزيز التعاون بين الأطراف وتسهيل تبادل المعلومات.

لذا على الصحفيين إدارة هذه العلاقات بعناية والحفاظ على الحدود المهنية اللازمة.

12- فئة الضوابط الأخلاقية للقائم بالاتصال:



فئة الضوابط الأخلاقية	التكرار	النسبة
ضوابط قانونية	2	40%
ضوابط اجتماعية	1	20%
ضوابط إنسانية	2	40%
المجموع	5	100%

الجدول 14: يمثل فئة الضوابط الأخلاقية للقائم بالاتصال

التحليل الكمي:

نلاحظ في الجدول أعلاه تكرارات الفئات الفرعية لفئة الضوابط الأخلاقية حيث نسجل تكرارين 2 لكل من فئتي الضوابط القانونية والضوابط الإنسانية وبنسبة 40% لكل منهما، أما فئة الضوابط الاجتماعية فقد جاءت بتكرار واحد 1 وبنسبة 20%.

التحليل الاستدلالي:

إن الضوابط الأخلاقية توجه ممارسة الصحفي وتساعد في بناء الثقة بين الإعلام والمجتمع، حيث أن التزام الصحفي بها يعزز من مصداقية وموثوقية المحتوى الإعلامي.

احترمت الندوات الصحفية محل التحليل الضوابط الاجتماعية بحيث أنها حرصت على المصلحة العامة والتزمت الصدق والأمانة في التغطية الإعلامية، كما أنها لم تشهد إساءة أو إهانة أحد أطراف الحوار، أيضاً تم الالتزام بالضوابط القانونية من ناحية الموضوعية وكذلك عدم انتهاك النصوص التشريعية التي تضبط العمل الصحفي، أما عن الضوابط الإنسانية فقد شهدت الندوات تقديم التعازي من طرف المدرب إثر وفاة لاعبين، وهو ما يعكس الجانب الإنساني للمدرب كقائم بالاتصال.

عرض نتائج الدراسة:

انطلاقاً من تحليلنا للجداول والقراءة الكمية والكيفية لها خلصت الدراسة الى النتائج التالية:

- تعتمد الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي على التنوع في المواضيع المعالجة عبرها، لكنها تقوم بشكل أساسي على أخبار المنتخب الوطني واللاعبين الدوليين، وهذا ما يتوافق مع مبدأ الخدمة العمومية الذي يعتبر من الالتزامات المحددة في النصوص والتشريعات الإعلامية الوطنية والدولية.
- إن التنوع في الشخصيات الفاعلة في الندوات الصحفية يضيف مصداقية أكبر على الممارسة المهنية للعاملين على إنجازها، وبالرغم من أن بعض الصحفيين يتكرر وجودهم يتعرضون لانتقادات في الوسط الرياضي، كما أن هذه الشخصيات لا تخفي معارضتها أو تأييدها للقضايا التي تعالج في هذه الندوات.
- تتسم الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي بالالتزام بالقيم الأخلاقية لدى أطراف النقاش أما السلبية فظهرت بتكرار ضعيفة جدا وهذا يدل على التزام مهني بأخلاقيات النشاط الإعلامي السمعي البصري كما هو محدد في القوانين والمواثيق.
- بالنسبة لفئة اللغة فإن الندوات الصحفية تميل أكثر من خلال الفاعلين إلى اللغة الفرنسية وبدرجة أقل العربية، وهذا يجعل الطابع التحليلي للندوات يفقد ثقله أحيانا.
- يهدف الإعلام الرياضي السمعي البصري من خلال محتوى الندوات الصحفية إلى تبني القيم الأخلاقية المثالية على غرار تقبل الرأي الآخر، المصداقية، الصراحة والاحترام، وهذا يكرس اللوائح والقوانين والتشريعات الضابطة لأخلاقيات المهنة الإعلامية التي يعد الإعلام الرياضي أحد أهم النماذج التي تعكسها. ويعود ذلك إلى الضرورات التي تفرضها تطلعات الجمهور من جهة وأخلاقيات الإعلام من جهة أخرى.

- إن الإشكالات المطروحة أمام محتويات الإعلام الرياضي يجعل احترام الضوابط الأخلاقية يبقى نسبيا حيث يعد احترام مبادئ أخلاقيات الإعلام التلفزيوني احتكاما إلى قانون الإعلام الضابط للنشاط السمعي البصري قضية شائكة سواء من حيث القائم بالاتصال أو من حيث الجمهور المتفاعل مع قضايا.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة نكون قد وقفنا على موضوع أخلاقيات للعمل الإعلامي في الحقل الرياضي والذي يبقى مجالاً بحثياً مفتوحاً لدراسات وأبحاث جامعية أخرى من شأنها أن تسلط الضوء تحليلاً وتفسيراً لعدة جوانب تتعلق بمدى التزام الإعلامي الرياضي في الجزائر بصفة خاصة والعالم بصفة عامة بأخلاقيات مهنته وما مدى تأثير هذا الالتزام على أدائه الإعلامي من خلال المحتويات التي يقدمها لجمهور المشاهدين الذي أضحى في حاجة ملحة إلى إعلام يحترم أخلاقيات المهنة دون تجريح أو انحياز مع التقيد بالموضوعية والدقة والحياد في تناول الأحداث الرياضية والتي لها علاقة مباشرة بالشأن الاجتماعي

وقد تطرقنا في الجانب النظري لدراستنا إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية وأهميتها وكذلك القواعد التي يجب اتباعها من طرف إعلامي الشأن الرياضي، الجانب النظري تضمن أيضاً الإعلام الرياضي بمفهومه ووظائفه ودوره في التنشئة الاجتماعية، أما في المبحث الثالث فقد شمل العنف الرمزي الإتصالي والمقاربات المفسرة له ومظاهره في التلفزيون

وقد أسفرت هذه الدراسة على وجود التزام بالقيم لدى القائم بالاتصال في الندوات الصحفية وإن الإعلام الرياضي السمعي البصري في الجزائر يهدف إلى تكريس أخلاقيات المهنة الإعلامية في المحتوى الرياضي المقدم للجمهور.

قائمة المصادر والعراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. الكتب:

1. تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج-كوم، الجزائر، 2007.
2. جاكين روس، الفكر الأخلاقي المعاصر تر: عادل العوار، عويدات للنشر والطباعة، بيروت لبنان، الطبعة الأولى، 2001.
3. جورج صدقة، الأخلاق الاعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر، ط1، بيروت، 2001.
4. حسني محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
5. حنان كيلاني، أخلاقيات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية، جامعة القاهرة.
6. خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط 1، مركز الكتاب للنشر، مصر، القاهرة، 1998.
7. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004.
8. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2007.
9. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
10. سليمان صالح، أخلاقيات الاعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، الكويت، 2005.
11. صالح خليل أبو اصبح، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، عمان، 1995.
12. عبد الكريم عبد الله الحربي، الانترنت والقنوات الفضائية ودورها في الانحراف والجنوح، مكتبة كنعان، الرياض، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

13. علي عبد الرزاق إبراهيم، عبد الهادي أحمد الجوهري: المدخل إلى المناهج وتصميم البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002.
14. عويس خيرالدين علي، وعبد الرحيم عطا حسين، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1998.
15. ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، مصر، 2000.
16. مجمع اللغة العربية، معجم المصطلحات الإعلامية، مطبوعات المجمع، ط1، القاهرة، مصر، 2008.
17. محمد أبو سمرة، الاعلام المهني، دار الولاية للنشر، ط1، الأردن، 2009.
18. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، السعودية.
19. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، مصر، 2004.
20. مدحت محمد أبو النصر: مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية للتدريب، مصر، 2017.
21. مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، مصر، 2003.
22. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، 1996.

2. المجلات

1. أميرة محمد محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الاعلامي: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 08، العدد 03، 2019.
2. ايمان محمد الطائي، حسن حمود الفلاحي، التكوين الاجتماعي والثقافي ودورهما في التنمية المستدامة، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد الحالي عشر.

قائمة المصادر والمراجع

3. بدر الدين بلمولاي، " الأخلاق الاعلامية وكيفية تعزيزها"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021.
4. ثورية برجوح، المهاد المعرفي للنقد الثقافي: الماركسية - الفرويدية - العدمية، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 05، العدد 03، سبتمبر 2022.
5. خالد العزي، التشريعات الاعلامية وأخلاقيات المهنة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
6. خالد خواني، أحمد بن خيرة، دور الموروث الثقافي في ترسيخ البناء الاجتماعي وتوظيف النظرية البنائية الاجتماعية التربوية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 09، العدد 04، 2021.
7. عبد الوهاب زاوي، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد 04، العدد 03، تاريخ النشر 2013.
8. عماد الدين تاج السر فقير عمر، منظومة الإعلام الرياضي في مواثيق الإعلام العربي، مجلة الإبداع الرياضي، 3(4)، نوفمبر 2013.
9. محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، العدد الثالث، دار الكتب والوثائق، بغداد، 2005.
10. نصيرة تامي، الموقع المنهجي لنظرية التأطير الاعلامي في الدراسات الاعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات، مجلة معارف، المجلد 17، العدد 1، جوان 2022.
11. يسي الهادي، دراسة نظرية لدور الاعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، المجلد 1، العدد 11، 2017.
12. يوسف تمارمحمود يوسف السماسري، فلسفات الاعلام المعاصر في ضوء المنظور الاسلامي، المعهد العالمي للفكر الاسلامي، الولايات المتحدة الأمريكية، 2008.

3. الرسائل الجامعية:

1. أيوب تريكي وآخرون، خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021 / 2022).

قائمة المصادر والمراجع

2. راجي مدحية، واقع الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة بالجزائر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
3. رشيد قوشام، دلال لواجاني، الممارسة الصحفية في الجزائر بين حرية التعبير وأخلاقيات المهنة الصحفية (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2020/2021).
4. سارة شايبي، "تأثير الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية على أداء صحفي إذاعة تبسة الجهوية" (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2018/2019).
5. سالم فالح العجمي، تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد والوسط الرياضي (رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2013).
6. شهلة بن رجم وآخرون، التغطية الاعلامية القنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية - قناة النهار نموذجا - (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018/2019).
7. صابر راجي، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011/2012).
8. عائشة كريكط، أخلاقيات الممارسة الاعلامية في وسائط الإعلام الجديد (رسالة دكتوراه، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020/2021).
9. عبلة مونية عروي، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي (مذكرة ماستر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2014).
10. محمد رياض بن طالب، التغطية الاعلامية لنتائج مباريات المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم في كأس أمم افريقيا 2019 (مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2018/2019).

قائمة المصادر والمراجع

11. مصطفى جلطي، "التشريعات الاعلامية الحديثة لضبط السلوك المهني الصحفي بالجزائر" (رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2021 / 2022).
12. مليكة بكوش، "حرية الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة بالجزائر" (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019 / 2020).
13. هاجر الريغي، تاتي وسام، تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية الأنترنترنت نموذجاً (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2016).
14. وليد أدرقان، التسويق الرياضي ودورها في تحسين مردود الأندية الرياضية (مذكرة ماستر، معهد علوم وتقنيات والنشاطات البدنية والرياضية، جامعة ألكلي محمد أولحاج، البويرة، 2017 / 2018).
15. ياسمين إناس قعودي، دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي (مذكرة ماستر، معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016/2017).

المواقع الإلكترونية:

1. الاحترام، صحيفة الرياضة، [https:// arriyaiyah.com](https://arriyaiyah.com)
1. أحمد البهدهي، «العدالة»..... في التغطية الاعلامية، تاريخ النشر 15 ديسمبر 2023، متاح على الرابط الإلكتروني: <https://www.alayam.com>
2. فروجة، التحليل الرياضي.... بين الموضوعية "التهريج" والخروج عن النص، تاريخ النشر 12/02 /2024، متاح على الرابط الإلكتروني: [https:// www- el massa.com](https://www-el-massa.com)
3. نخبة من الاعلاميين للرياضيين يناقشون مستقبل الاعلام الرياضي في مواجهة إعلام "الديجيتال"، وكالة أنباء الامارات، <https://www.wam.ae>

ثانيا: المراجع بالفرنسية

1 -الكتب بالفرنسية:

1. Barker, c, **Cultural Studies: theory and practice**,
2. Barnard, A .and Spencer,j .(ed), **The Routledge encyclopedia of Social and cultural anthropology**, London, Routledge, 2010.
3. Cohen, and Elliot, **journalism ethics**, Publisher ABC-Clio, 1997.
4. Henri pigeat, **Ethique et qualité de l'information**, op, cit,
5. Libois Boris, **Ethique De L'information –Essai sur la déontologie journaliste-** Bruxelles,édition de l'université de bruxelles, 1994.
6. Robert, M. Entman, **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm**, journal of communication, vol: 43, N: 04, 1993
7. Stanley j. Baran, ph. D et Denis k. Davis, ph D, **Mass communication Theory: foundation, fermet and future**, Thomson wadsworth, fourt Edition, united states of America, 2006.

قائمة الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة تحليل المضمون حول:

اخلاقيات القائم بالاتصال لدى صحفيي الشأن الرياضي بالقنوات التلفزيونية.
- دراسة تحليلية لمضامين النوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي -

اشراف الأستاذ:

د. هشام عبادة

إعداد الطلبة:

محمد تقار

حليمة لعباشي

السنة الجامعية:

2024 - 2023

ملخص إشكالية الدراسة:

تعد أخلاقيات المهنة الصحفية مسألة تجاوزت كل الحدود والأقطار لتصبح مسألة عالمية خاصة إذا أحترمت فيها خصوصيات كل بلد، إلا أن التقيد بهذه الأخلاقيات لم يصل بعد إلى مستوى تطلعات الأسرة الإعلامية في العالم بعدما أصبحت الصحافة تعيش كثيرا من التناقضات التي أساءت لنشاطها، وعلى الرغم من أن موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة يحتل مكانة بارزة ضمن المنظومة التشريعية والإعلامية في الجزائر، يبقى الصحفي مطالباً أكثر من أي وقت مضى بالالتزام والعمل بهذه المواثيق أثناء أدائه لمهنته، ومما لا شك فيه أن لصحافة الشأن الرياضي في الجزائر تأثير على الرأي العام والجمهور الرياضي إزاء الأحداث الرياضية ومساهماتها في تغيير المواقف وتثبيتها، أين يحظى منتخب كرة القدم في الجزائر بمتابعة واهتمام كبيرين سواء من طرف الصحافة المتخصصة أو من طرف الجماهير، والذي يشارك في عديد المنافسات الكروية القارية والعالمية، تفرض قوانين هذه المنافسات على اتحاد كرة القدم في كل بلد إقامة مؤتمر صحفي يجيب فيه مدرب المنتخب على أسئلة الصحفيين بخصوص جديد المنتخب، وعند مشاهدتنا للندوات الصحفية التي ينشطها الناخب الوطني جمال بلماضي نرى أن الكثير منها شهدت تجاوزات أخلاقية لتتحول من ندوة صحفية هدفها نقل جديد المنتخب إلى مجموعة من الترشقات الإعلامية بين الناخب الوطني والصحفيين وهذا راجع لاستفزات بعض الصحفيين للناخب عند طرحهم للأسئلة، وهو ما يطرح إشكالية مدى تحليهم بأخلاقيات مهنة الصحافة.

وقد تحدد التساؤل الرئيس للدراسة فيما يلي:

-كيف تتجلى محددات الإلتزام الأخلاقي في النقاشات الصحفية الرياضية من خلال مؤتمرات الناخب الوطني جمال بلماضي مع وسائل الإعلام؟

التساؤلات الفرعية:

1/ ما هي أبرز الإشكاليات والمواضيع في أجندة الندوات الصحفية بين الناخب والصحفيين؟

2/ كيف تتجسد الضوابط الأخلاقية لإدارة الندوات الصحفية بين الناخب الوطني والصحفيين؟

3/ كيف تساهم طبيعة المواضيع المثارة للنقاش في انحراف الاتصال خارج الإطار الأخلاقي؟

أهداف الدراسة:

- 1_ التعرف على الوضعية الأخلاقية للنشاط الإعلامي المتخصص في الشأن الرياضي، عبر تحليل محتوى مؤتمر صحفي لمدرّب المنتخب الوطني لكرة القدم.
- 2_ الإطلاع على أهم المواضيع التي تعالجها المؤتمرات الصحفية الرياضية، والاهتمام الذي يوليه لقضايا المنتخب الوطني لكرة القدم.
- 3_ محاولة تقييم اتجاهات الإعلاميين الرياضيين من خلال طبيعة الأسئلة التي يطرحونها في المؤتمر نحو قضايا وموضوعات المنتخب الوطني لكرة القدم انطلاقاً من موقعهم كصحفيين في مؤسسات إعلامية ومتخصصين يختلفون في متابعة أخبار المنتخب الوطني.
- 4_ تسليط الضوء على الإعلام الرياضي في الجزائر وتغطيته للأحداث الرياضية، ومدى تناسق هذه التغطية مع الوظائف العامة للإعلام.
- 5_ إبراز القيم الأخلاقية في النقاش الرياضي بوصفها إحدى عوامل نجاح العملية الاتصالية.

منهج تحليل المضمون:

يعرف تحليل المضمون بأنه وسيلة بحث يستخدمها الباحث لوصف المضمون الظاهر للدراسة الإعلامية وصفاً كمياً وموضوعياً ومنهجياً، ضمن مجموعة من الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الإرتباطية لهذه المعاني، من خلال البحث الكمي والموضوعي المنظم للسمات الظاهرة في المحتوى.⁸⁴

كما يعرف على أنه القدرة من المعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي يقع عليها الاختيار، والتي يتم تنظيمها على نحو معين، وبها يمكن أن نحقق الأغراض البحثية.⁸⁵

تحتوي استمارة التحليل لهذه الدراسة على نوعين من فئات التحليل:

✓ **فئات الشكل:** تضم عينة التحليل (الندوات الصحفية للناخب الوطني جمال بلماضي) الكثير من

فئات الشكل من بينها العناصر التيبوغرافية، المساحة الزمنية، الألوان وغيرها وقد اكتفت

عبد الكريم غريب، منهج البحث العلمي في علوم التربية والعلوم الإنسانية، منشورات عالم التربية، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب، ط01، ص: 227

خديجة بنت محمد عمر حاجي، محاضرة بعنوان مفهوم تحليل المحتوى وأهدافه، كلية التربية، قسم مناهج وطرق التدريس، جامعة طيبة، 85 ص: 4

الدراسة بأخذ فئتين فقط تمثلتا في (اللغة المستخدمة/ طبيعة المادة المستخدمة) وهذا لأن الجانب الشكلي للمحتوى الاتصالي لا يهم بقدر ما تهم الفئات المتعلقة بالمضمون والتي من خلالها يمكن الاستدلال على واقع أخلاقيات المهنة في الإعلام السمعي البصري.

1. **فئة اللغة المستخدمة:** تتضمن هذه الفئة مجموعة اللغات المستخدمة في تداول المعلومات

والقضايا في المؤتمرات الصحفية، والتي تتيح لنا معرفة أي لغة يتم اعتمادها أكثر للوصول الى الجماهير العريضة، وتتمثل في اللغة العربية، اللغة الأجنبية واللغة المزوجة.

2. **فئة قوالب العرض:** ونقصد بها القوالب الفنية التي تم بها عرض المحتوى محل الدراسة وقد قسمناها الى قوالب أخرى، حوار.

✓ فئات المضمون:

1. **فئة الموضوع:** ونعني بها المواضيع المتداولة في الندوة الصحفية وهي محور النقاش وتتفرع الى:

- **المنتخب الوطني:** وهي كل القضايا والأحداث الرياضية التي تخص المنتخب الوطني ومضامين يريد القائم بالاتصال نقلها للجمهور الرياضي والرأي العام.
- **المنتخبات المنافسة:** وهي الاخبار والنقاشات المتعلقة بمنافسي المنتخب الوطني في المباريات التي يلعبها، وتتعلق بمدرب ولاعبي المنافس.
- **اللاعبي:** ونعني هنا جديد لاعبي المنتخب الوطني مثل تألقهم في أنديتهم أو الإصابات التي لحقت بهم والمردود الذي يقدمونه في مشوارهم.
- **التحكيم:** أي النقاشات التي تدور حول موضوع التحكيم وما له من أهمية في نظر المدربين ووسائل الإعلام، والحكام الذين يديرون لقاءات المنتخب الوطني ويتم نقد أدائهم التحكيمي في المباريات التي توليها وسائل الإعلام حظوة من حيث المعالجة.

2. **فئة القيم الأخلاقية المهنية:** وهي قيم الفاعلين في الندوات الصحفية منها السلبية ومنها ما هو

إيجابي وتتفرع الى:

- **الإشاعة:** وهي اعتماد الإعلاميين على الأخبار المغلوطة والكاذبة أحيانا في التعاطي مع قضايا المنتخب وهذا ما يطرح مسألة مصداقيتهم، ولا يخدم المنتخب ويزيد من الهوة الموجودة بين الصحفيين والناخب.
- **التسرع والغضب:** أي تلك الحالة الشعورية التي يصل إليها القائم بالاتصال نتيجة الاستفزازات والتي تجعله يتسرع في ردوده.
- **الموضوعية:** وهي التزام الحياد في تحليل قضايا المنتخب وعدم الميل لأي جهة، وهذا يخدم الإعلام من جهة ويخدم المنتخب الوطني من جهة أخرى.

- الاحترام: وهو التقدير المتبادل بين بعض الصحفيين والناخب الوطني كل في عمله ومهامه، وهذا الاحترام لا بد منه حتى يتسنى للجمهور الرياضي معرفة جديد المنتخب في جو من الهدوء.
- 3. فئة الاتجاه: هي موقف الفاعلين (الصحفيين والناخب) من القضايا التي تطرح في الندوة وتنقسم بين مؤيد، معارض ومحايد.
- مؤيد: وهو اتجاه يعكس ميل القائم بالاتصال إلى دعم بعض وجهات النظر التي تطرح حول القضايا محل النقاش والخلاف.
- محايد: وهو موقف يختص بالتزام حالة المنتصف إزاء القضايا دون إبراز مساندة أو ميل لأي اتجاه أو رأي أو طرح معين تم الخوض فيه.
- معارض: موقف يستند على رأي مخالف للموقف الاتصالي والآراء التي تمخضت عنه، ويستند غالبا على تقديم وجهة نظر مخالفة لا تتفق مع توجه المتحاورين.
- 4. فئة الأهداف: وهي الغايات المراد الوصول إليها من خلال إقامة الندوات الصحفية وذلك مع الجمهور المتلقي وتتفرع إلى:
 - تزويد الجمهور بالمعلومات: وهي عملية إمداد الجمهور بالمعلومات حول المنتخب الوطني وآخر أخباره.
 - بناء ثقافة رياضية: وذلك عن طريق الحوار بين الصحفيين والناخب والنقاش الرياضي الهادف.
 - الاهتمام بقضايا الشأن الرياضي: عن طريق تسليط الضوء على القضايا الرياضية ومناقشتها بين الصحفيين والناخب.
- 5- دحض الإشاعات والمغالطات: وهي نفي كل الأخبار الكاذبة حول المنتخب الوطني والتي تهدف إلى زعزعة استقرار، فمن خلال الندوات الصحفية يتم توضيح الحقائق للجمهور وتنويره
- 6- فئة الشخصيات: وهي الأطراف الفاعلة التي يتم ذكرها في الندوات الصحفية ويكون لها تأثير على الرأي العام أو على ما يتم تناوله من أخبار وقضايا تهمه، من خلال ما يطرحونه من وجهات نظر أو يعالجونه من قضايا ذات الاهتمام الكبير لدى الجمهور
 - اللاعبين: وهم لاعبي المنتخب الوطني
 - المدربين: مدربي المنتخبات المنافسة، مدربي الأندية التي ينشط فيها لاعبي المنتخب الوطني
 - المسؤولين: المسؤولين في قطاع الرياضة في الجزائر، المسؤولين في الكاف
 - الإعلاميين: صحفيي الشأن الرياضي
 - الجمهور: متابعي ومناصري المنتخب الوطني
- فئة المصادر: وهي المصادر التي تم اعتمادها في محتوى الندوات الصحفية وتنقسم إلى:

- مواقع التواصل الاجتماعي: وهي وسائط التواصل الاجتماعي والتي نجد فيها منشورات تتعلق بالمنتخب الوطني يتم أخذها وطرحها في الندوات الصحفية
 - الرأي العام والإشاعات: وهم متابعي المنتخب الوطني وما يتداولونه من أخبار وإشاعات يتم الإعتماد عليها من طرف الصحفيين
 - تصريحات المدربين: هي كل ما يقوله المدربون عن المنتخب الوطني
 - وسائل الإعلام الأخرى: وهي المؤسسات الإعلامية سواء المحلية أو الأجنبية مثل الجرائد الرياضية.
- 7- **فئة الاستمالات الإقناعية:** وهي الاستمالات التي يستعملها الناخب الوطني في مخاطبة الجمهور الرياضي في المؤتمرات وتنقسم الى:
- استمالات عقلية: هنا يخاطب الناخب الوطني الجمهور مستعملا الحجج والبراهين الواقعية وهذا لإقناع الجمهور بفكرة معينة.
 - استمالات عاطفية: هنا يستعمل العاطفة في خطابه مع الجمهور.
- 8- **فئة أساليب النقاش:** وهي كيفية تناول المواضيع في الندوات الصحفية وتنقسم الى:
- استخدام أسلوب لائق: وهي أن السؤال يكون بطريقة محترمة وكذلك الرد من طرف الناخب.
 - لقاء الاتهامات والإشاعات: هنا يستعمل الصحفيين الإشاعات كوسيلة ضغط، لاستفزاز الناخب الوطني بشكل مقصود أحيانا لتحقيق هدف معين.
 - استخدام ألفاظ غير لائقة: هنا يتبادل أطراف الحوار عبارات مسيئة خارج الإطار الرياضي، مثل السب، التجريح، الشتم، القذف وغيرها.
- 9- **فئة تفاعل الصحفيين مع الناخب:** وتعني تعامل الصحفيين مع تصريحات الناخب الوطني ويظهر ذلك من خلال أسئلتهم وتنقسم الى:
- استنكار وسخرية: هنا عدم تقبل الصحفيين تصريحات الناخب الوطني والتهكم عليها بالتعليق خارج الموضوع، أو برد الكلام له شخصيا أو بانتقاد كلامه أو طريقة إجابته.
 - تعليق يحمل استفسار: هنا الصحفي يطرح السؤال ليستفسر عن قضية معينة.
 - شكر وإشادة: يشيد الصحفيين بالمدرّب ويشكرونه على النتائج الإيجابية المحققة.
 - انتقاد المدرّب: أي توجيه الانتقادات للناخب جمال بلماضي حول كل ما له علاقة بصفته مدرّب (قائمة اللاعبين، الاستعدادات، تشكيلة المباراة، المردود، مشاكل داخل المنتخب....)
- 10- **فئة صورة المدرّب لدى الرأي العام:**
- صورة سلبية: هي مجموع الانطباعات السلبية التي يحملها الرأي العام عن الناخب الوطني جمال بلماضي.

- صورة إيجابية: هي مجموع الانطباعات والأفكار الإيجابية التي يحملها الرأي العام عن الناخب الوطني جمال بلماضي.

11- فئة طبيعة العلاقة بين المدرب والصحفيين

- علاقة متأزمة ومتوترة: أي أن التيار لا يمر بين الصحفيين والناخب ويظهر هذا من خلال الأسئلة المطروحة وردود فعل الناخب.
- علاقة عادية: أي أنها علاقة يسودها الاحترام بين الصحفيين والناخب مما يساعد على نجاح المؤتمرات.

12- فئة الضوابط الأخلاقية للقائم بالاتصال:

- ضوابط قانونية: وهي التزام القائم بالاتصال بالمعايير القانونية التي تضبط العمل الصحفي.
- ضوابط اجتماعية: وهي المعايير التي يتفق أفراد المجتمع على وضعها ثم احترامها، ولا ينتهكها القائم بالاتصال.
- ضوابط إنسانية: وهي مراعاة القيم الإنسانية العالمية من طرف القائم بالاتصال.

وجدات التحليل: تم اعتماد وحدتي (الكلمة، وسياق الفكرة)، بالنظر لخصوصية المؤتمرات الصحفية، حيث أن التحليل لم يركز على الجوانب الإخراجية والعناصر التيبوغرافية في المادة محل التحليل وإنما على المنطوق بصفة خاصة. كما اعتمدنا على التكرار للعد.