

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
قسم: ادارة والتسيير الرياضي
تخصص: إعلام رياضي سمعي بصري

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم وتقنيات النشاطات
البدنية والرياضية

مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق
التكنولوجي المعلوماتي بالمؤسسات الإعلامية

-دراسة ميدانية بمؤسسة التلفزيون الجزائري القسم الرياضي نموذجاً-

إشراف الأستاذ:
عمرون مفتاح

إعداد الطالب:
مقراني عبد السميع

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد والشكر لله الذي وفقني إلى ما إستطعت الوصول إليه
لإنجاز هذا العمل، وإذا كان الشكر فله قبل كل أحد، أحمده
وأشكره على توفيقه لي.

أقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى أستاذي الكريم
الدكتور "عمرون مفتاح"، ما قدمه لي من توجيه وإرشاد،
ونصح من خلال إشرافه على تنظيم مجهوداتي ومعلوماتي،
وانتقاداته البناءة، أهديه ثمرة جهدي وألف شكر.
وأشكر كل الأساتذة الكرام الذين تدرجت عندهم طيلة
السنوات الخمسة، أهدي إليكم نتائج تحبي وجهدي ولكم مني
كل الإحترام والتقدير.

كما أقدم بالشكر الجزيل والعرفان لكل من ساعدني في إعداد
هذه المذكرة

إل كل الذين ساهموا من قريب أو من بعيد في إنارة دربي
ونصوب عفتي، إلى كل هؤلاء شكراً

مفراني عبد السميع

بسم الله الرحمن الرحيم

الصلاة والسلام على أشرف المرسلين محمد ومصطفى الأمين صل الله عليه وسلم

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى وطني الحبيب الجزائر

إلى الشمعة التي أنارت دربي وفتحت لي أبواب العلم واطعرتني إلى أعز إنسان في الوجود وبنوع المحبة والحنان، إلى التي حملتني في الصغر و اللب إلى أعز وأغلى شيء أملكه في الوجود، والتي هي سبب وجودي و تعلّمي، والتي تجرعت من أجلي امر وامرير إلى من فضلتي عن نفسها حبا وطواعية .

.....أمي العزيزة الغالية.....

حفظها الله وجعلها لي فرة العين

إلى خير الأباء ، إلى مضيء دربي إلى الذي كان عظيما بعطائه، إلى الذي ضحى من أجلنا بالغالي

إلى أخي الذي طالما كان لي بمثابة السند لي

إلى جميع عائلة مفراني أبننا وجدت

إلى جميع أساتذتي في مساري الدراسي كله

إلى جميع الزملاء والزميلات الذين درسوا معي خاصة لعجال بلال ومعيوف زكرياء عامر أحمد شوقي خلال مشواري الدراسي، إلى جميع الزملاء بجامعة امسيلة خاصة دفعة "2015"

إلى كل الأصدقاء وإلى جميع الأخوة والزملاء المذكورين والغير المذكورين أهدي عملي هذا متمنيا التوفيق والنجاح والسعادة لنا جميعا.

عبد السميع

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	فهرس المحتويات
	كلمة شكر وتقدير
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة	
I مهارات هامة للصحفي التلفزيوني	
1	تمهيد.....
1	1- مميزات الصحفي التلفزيوني الناجح.....
6	2- فن الكتابة للتلفزيون.....
7	3- كيف تكون مديعا ناجحا.....
8	4- تكوين الشخصية الناجحة.....
13	5- التقديم التلفزيوني الإخباري.....
14	6- ارشادات لقراءات التزير في مجال التقديم التلفزيوني والاذاعي.....
15	7- مهارات المراسل التلفزيوني.....
21	8 - قيم مهنية في العمل الصحفي.....
II الصحفي الرياضي	
25	1- الخصائص التي يتميز بها الصحفي.....
26	2- التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي.....
28	3- مبادئ الصحافة الرياضية.....
29	4- الشروط التي يجب توافرها للصحافة الرياضية.....
3 المؤسسات الاعلامية	
30	1 الصحيفة.....
31	1/1- ماهية الصحيفة.....
32	2/1- خصائص الصحيفة.....

33	3/1- دور الصحافة
34	4/1- المؤسسة الصحفية.....
34	5/1- نماذج من المؤسسات الصحفية الجزائرية.....
36	6/1- الصحافة في عصر المعلومات.....
37	2الإذاعة
37	1مراحل تطور الإذاعة المسموعة.....
37	1/1-تطور الإذاعة الصوتية بعد الحرب العالمية الأولى.....
38	2/1- دخول الإذاعة الى الدول العربية.....
38	2- خصائص الإذاعة.....
39	3- أهمية الإذاعة كوسيلة اتصال اقناعي.....
40	4-أهمية دراسة الجمهور.....
40	5- الإذاعة المحلية في الجزائر وتطورها.....
41	1/5- أسباب تأسيس الإذاعة المحلية.....
42	2/5- أهداف تأسيس الإذاعة المحلية.....
43	6- دور الإذاعة المحلية في الجزائر.....
45	1/6- خصائص الإذاعة المحلية الجزائرية.....
47	3التلفزيون.....
47	1-نشأة التلفزيون.....
48	2- خصائصه.....
55	3- السلطة والتلفزيون.....
56	4- السلطة والرأي العام والتلفزيون.....

58	الدراسات السابقة.....
لفصل الثاني: الإطار العام للدراسة	
64	1الكلمات الدالة في الدراسة.....
65	2إشكالية الدراسة.....
66	3أهداف الدراسة.....
66	4أهمية الدراسة.....
67	5فرضيات الدراسة.....
الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة	
70	1الدراسة الإستطلاعية.....
70	2المنهج المتبع في الدراسة.....
71	3مجتمع وعينة الدراسة.....
71	4أدوات جمع البيانات والمعلومات.....
72	5إجراءات التطبيق الميداني للأداة.....
73	6الأساليب الإحصائية.....
الفصل الرابع: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها ومناقشتها	
75	1عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.....
الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات	
96	1استنتاجات عامة.....
97	2اقتراحات.....
97	3الأفاق المستقبلية للدراسة.....
98	4المراجع المعتمدة في الدراسة.....
100	5الملاحق.....
107	ملخص الدراسة باللغة العربية

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجداول	الصفحة
(1)	يوضح متغير السن	75
(2)	يوضح متغير المستوى الدراسي	75
(3)	يوضح امتلاك المبحوثين لجهاز كمبيوتر.	76
(4)	يوضح نسبة التكوين على الإعلام الآلي لدى أفراد عينة البحث	77
(5)	يوضح استعمال الكمبيوتر والتكوين عليه لدى المبحوثين.	78
(6)	يوضح: معرفة التحكم في استعمال الانترنت وتوظيفها في العمل الإعلامي.	79
(7)	يوضح التحكم والتكوين على الأنظمة الجديدة للاتصال	80
(8)	يوضح نسبة القيام بتغطيات خارج التلفزيون	82
(9)	يوضح معرفة الأدوات التكنولوجية الأكثر استعمالا لأداء العمل الإعلامي	83
(10)	يوضح مدى توظيف الصحفيين تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الداخلي للمؤسسة (إدارة ومسؤولين)	85
(11)	يوضح توظيف الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال في علاقتهم مع الإدارة.	87
(11)	يوضح توظيف الأنظمة الحديثة للاتصال في التكليف بمهمة.	87
(12)	يوضح مدى استغلال الموقع الإلكتروني في تعزيز الاتصال الداخلي بالمؤسسة.	88
(13)	يوضح امتلاك التلفزيون للتكنولوجيا الضرورية للعمل خارج المؤسسة	90
(14)	يوضح معرفة مجالات توظيف التلفزيون لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الخارجي.	91
(15)	يوضح معرفة أكثر الوسائل الحديثة توظيفا في العمل خارج المؤسسة .	93

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الأشكال	الصفحة
(1)	يمثل نسبة امتلاك الجهاز الكمبيوتر	76
(2)	يمثل نسبة التكوين او التدريب على الإعلام الألي .	77
(3)	يمثل نسبة التكوين على الإعلام الألي .	78
(4)	يمثل نسبة معرفة التحكم في استعمال الانترنت وتوظيفها في العمل الإعلامي.	79
(5)	يمثل نسبة تتحكم في استعمال أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك (ENPS/News Base) و يمثل نسبة تلقيت تكوينًا أو تدريبًا على أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك (ENPS/News Base)	81
(6)	يمثل نسبة تغطية الأحداث خارج مقر التلفزيون.	82
(7)	يمثل نسبة معرفة الأدوات التكنولوجية الأكثر استعمالا لأداء العمل الإعلامي.	83
(8)	يمثل نسبة مدى توظيف الصحفيين تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الداخلي للمؤسسة (إدارة ومسؤولين) .	86
(9)	يمثل نسبة توظيف الأنظمة الحديثة للاتصال في التكليف بمهمة.	87
(10)	يمثل نسبة مدى استغلال الموقع الالكتروني في تعزيز الاتصال الداخلي بالمؤسسة.	89
(11)	يمثل نسبة معرفة مسايرة التلفزيون وامتلاكه للتكنولوجيا الضرورية للعمل الإعلامي خارج المؤسسة.	90
(12)	يمثل نسبة معرفة مجالات توظيف التلفزيون لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الخارجي.	92
(13)	يمثل نسبة معرفة أكثر الوسائل الحديثة توظيفًا في العمل خارج المؤسسة .	93

لقد أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في ظل التطور التكنولوجي والانفتاح الإعلامي تواجه تحديات كبيرة وعلى مستويات عديدة، وقد تعددت النقاشات وطرحت تساؤلات كثيرة في هذا الإطار، لكن الكثير أغفل جانباً هاماً في التحديات التي تفرضها الثورة الإعلامية، ويتعلق أساساً بالقائم بالاتصال المسؤول المباشر عن المادة التي تقرأ أو تبث، إنه التكوين الذي يعد هاماً لضمان استمرار المؤسسة الإعلامية.

ومع التحولات التي طرأت على المشهد السمعي عالمياً وعربياً والتي لا تنحصر في البعد التقني فحسب، بل أصبح العامل الأساس في بناء رؤية فكرية شاملة للحياة المعاصرة، عبر إشاعة الوعي، وإغناء الفكر، وتجدد المفاهيم، وتحقيق الأثر، إذ أن التعامل مع ما هو مسموع، تتولد عنه علاقات جديدة بمصادر الرياضة والإعلام، وهي علاقة متفاوتة التأثير بين الإعلامي والرسالة الإعلامية والجمهور المستهدف، وتتنوع ما توفره تقنيات الاتصال الحديثة من معلومات ومضامين في مجال التفاعل الرقمي.

تكوين رجال الإعلام والاتصال الرياضي أصبح يشكل معياراً لضمان مسايرة الوسيلة الإعلامية للتطورات الحاصلة خاصة وأن الجزائر مقبلة على الانفتاح الإعلامي الرياضي وإطلاق قنوات إذاعية وفضائية خاصة تفرض المنافسة في سوق الإعلام عموماً والرياضي خصوصاً، وتستقطب الكفاءات التي تضمن لها الاستمرار، فالحديث عن التكوين الإعلامي الرياضي في ظل التطور الإعلامي أصبح محط اهتمام مختلف المؤسسات والهيئات بالنظر إلى التطورات الهائلة في مختلف المجالات ومنها الإعلام عموماً الذي يعد بمثابة السلطة في المجتمع، وحتى يكون هادفاً وفعالاً ومؤثراً، لا بد أن تكون مخرجاته ذات نوعية وجودية عالية، وهذا يقودنا إلى الحديث عن رجل الإعلام في المجال الرياضي، الذي يستوجب عليه زمن الانفتاح والمنافسة تكويناً مستمراً يواكب التطور التقني ويكسبه المهارات الصحفية اللازمة، وهذه المهارات يكتسبها الصحفي ورجل الإعلام عموماً من خلال دراسته الجامعية وتطوير مهاراته الشخصية، لكن الملاحظ أن العديد من الصحفيين ومهنيي الإعلام يوظفون بشهادات غير شهادة التخصص في علوم الإعلام والاتصال الرياضي، وهذا يؤثر على المردود والأداء الإعلامي، ناهيك عن عدم إتقان مهارات الكتابة والتحرير الصحفي، وهذا ما نلاحظه في الإذاعات المحلية وغيرها من المؤسسات الإعلامية إلا أن سياسة التوظيف لم تراعى التخصص في الإعلام الرياضي في معظم تلك الوسائل، مما أدى إلى تدني مستوى بعض البرامج الرياضية والأخبار الرياضية وكذا الريبورتاج والتغطية الرياضية للمباريات من حيث افتقارها لمبادئ وأسس الكتابة الصحفية من جهة، إضافة إلى أن بعض الصحفيين والمنشطين يفتقدون الروح الإعلامية التي أساسها الابتكار والإبداع معتبرين أنفسهم وكأنهم يعملون في مؤسسة إدارية وليست إعلامية من جهة ثانية، وبالمقابل فإن

سياسة التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي الموجهة إلى طلبة معاهد وفروع الإعلام والاتصال الرياضي (معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية) لم تعرف تطبيقاً إلا في السنوات الأخيرة بالرغم من أنه يعتبر (التكوين الجامعي) القاعدة الرئيسية لممارسة العمل الإعلامي، الشيء الذي يجعل من طالب جامعي في الاختصاص إعلامياً رياضياً متمكناً ذو كفاءة عالية تميزه عن باقي الإعلاميين وحتى يحقق ذلك لا بد أن تكون هناك علاقة بين ما تلقاه خلال مرحلة التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي وبين ما هو موجود في المنظومة الإعلامية الرياضية بمختلف المؤسسات الإعلامية ولو بشكل متقارب، وهذا ما يدفعنا إلى الخوض في مضمار دور التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي في تطوير المنظومة الإعلامية الرياضية.

ولقد تم تقسيم الدراسة إلى جانبين جانب نظري وجانب تطبيقي، ففيما يخص الجانب النظري فقسمناه إلى فصلين:

إحتوى الفصل الأول على الخلفية النظرية والدراسات السابقة، حيث تناولنا فيه عدة نقاط هامة تخدم الجانب النظري فاهتم بمهارات الصحفي التلفزيوني وكذا الصحفي الرياضي، والمؤسسات الإعلامية، كما تطرقنا إلى ماهية الصحافة وخصائصها، ومراحل تطور الإذاعة المسموعة، ونشأة التلفزيون وخصائصه.

أما فيما يخص الفصل الثاني تضمن الإطار العام للدراسة من إشكالية وفرضيات كما وضعنا أهداف الدراسة وأهميتها مع تحديد المصطلحات الخاصة بها.

ثم يأتي الجانب التطبيقي الذي قسمناه إلى (3) فصول توضح لنا ما نريد الوصول إليه لتحقيق الإجابات على التساؤلات التي تطرقنا إليها في الفصل الثاني وكل ما يتعلق بخطوات البحث من جانبه التطبيقي وفيه نجد: منهج البحث، متغيرات البحث والأدوات المستعملة في البحث، التحليل الإحصائي وعينته مع كيفية اختيارها.

أما الفصل الرابع فهو خاص بتبويب وتحليل البيانات ومناقشة النتائج المرتبطة بفرضيات البحث .

وفي الأخير الفصل الخامس الذي اهتم بعرض الاستنتاجات والاقتراحات وكذا الآفاق المستقبلية للدراسة.

الفصل الأول

الخلفية النظرية
والدراسات السابقة



تمهيد

أفرز عصر المعلومات بيئة جديدة للعمل الإعلامي عموماً، والإعلام المحلي على وجه الخصوص، فإذا نظرنا إلى عناصر تكنولوجيا المعلومات التي تشكل أبرز ملامح هذا العصر والتي تضم تكنولوجيا عتاد الكمبيوتر وتكنولوجيا البرمجيات وتكنولوجيا الاتصالات، سنجد أنها تعمل وفق مجموعة من التحولات الكبرى، والتي يمكن الحديث عنها، حيث يمكن التوجه نحو الأصغر والأسرع والأرخص والأسهل استخداماً، والتوجه من الكمبيوتر الشخصي إلى الشبكي والتوجه من الاتصال التماثلي إلى الاتصال الرقمي بفضل التطورات التكنولوجية الهائلة في وسائل الإعلام.

1- مهارات هامة للصحفي التلفزيوني:

مميزات الصحفي التلفزيوني الناجح:

أهم ميزتين يفترض أن يتصف بها الصحفي التلفزيوني الناجح الوسامة و الفصاحة، و هما العاملان الأساسيان للنجاح في عالم الفضائيات، لكن هناك عدة عوامل أخرى مكتملة لهذين العنصرين أو بديلة عنهما يمكننا اكتسابها بالتدريب المتواصل.

الشكل الحسن: يجعل المرء قريباً من المشاهدين، و التلفزيون يعتمد كثير على تأثير الصورة التي تغني أحيانا عن بعض العناصر المهنية الأخرى التي يتولى تكميلها مساعدون إعلاميون خلف الستار، و نلاحظ أن أغلب الفضائيات تعتمد على الصحافيات الجميلات في تقديم أهم النشرات لجلب أكبر عدد من المشاهدين، لكن الجمال قد يكون له أثر سلبي أحيانا، فقناة سي أن أن الأمريكية و البي بي سي البريطانية لاحظتا أن المشاهدين يركزون على جمال الصحافيات ووسامة الصحافيين و هندامهم أكثر من اهتمامهم بنوعية الأخبار و المادة الإعلامية المقدمة لهم، لذلك أصبح اختيارهم لمقدمي النشرات الإخبارية لا يبنى على عنصر الجمال و الوسامة بل على العكس من ذلك، حيث يشترطون على مقدمي النشرات و الحمص أن لا يكونوا فائقي الجمال و الإثارة بل يفضلون الجمال الهادئ و الأناقة غير المبالغ فيها، و قد يتساءل البعض في وجل ممن خاتمهم الحظ في جمال الوجه كيف أكون صحفياً ناجحاً في التلفزيون، لكننا نقول له لهذه المشكلة حل، إذ أن الإنسان بإمكانه إضفاء مسحة جمال على وجهه عبر الابتسامة الأخاذة و الهدام الأنيق و المتناسق الألوان، و تسريحة الشعر، و قوة الشخصية المؤثرة حتى و لو لم يتكلم صاحبها، ففي الصحافة الأمريكية مثلاً نجد صحافيين زنوجاً حققوا نجومية منقطعة النظير تفوق أحيانا نجومية بعض الصحافيات فائقات الجمال من البيض.

الصوت الإذاعي: يمثل الصوت الأجدس و القوي العامل الثاني للصحفي التلفزيوني و العامل الأول بالنسبة للصحفي الإذاعي، لأن الأصوات لها تأثيرها الخاص و سحرها على النفوس، و إيقاع الصوت يتغير حسب نوعية الخبر، فعندما تكون بصدد إلقاء خبر مفرح أو التعليق على مقابلة رياضية مثلاً يكون إيقاع الصوت سريعاً و قوياً، و عندما تنتقل

للحديث عن خبر محزن كوفاة شخصية مهمة و عزيزة على المشاهدين نخفض من إيقاع الصوت و من سرعته و يكون الصوت منخفضا و حزينا، و لا بد أن يظهر الحزن على تراسيم الوجه لكي يكون هناك تفاعل بين الصوت و الصورة، و هناك عنصر مهم قد يغفل عليه بعض الصحفيين غير المتخرجين من معاهد الصحافة و يتعلق بمخارج الحروف، فعلى الصحفي أن ينطق الكلمة سلاسة، فلكل حرف مخرجه الذي يختلف على مخرج الآخر، و تسمى في علم تجويد القرآن بحروف الإظهار و الإدغام و الإخفاء و الانقلاب، و لديها مخارج من الحلق و من الحنك العلوي و السفلي و فوق اللسان، و تحته و بين الشفتين، و الفرق بين الظاء و الضاد، مرتبطة بشكل أساسي بمخرج كل حرف منهما رغم تشابههما.

الكتابة الصحفية للخبر: تختلف الصياغة الخبرية في الصحافة السمعية البصرية مع نظيرتها في الصحافة المكتوبة، فالصحافة التلفزيونية ليس لها عناوين و الصحفي يدخل مباشرة في الموضوع، و إن وجدت العناوين فتأتي في بداية النشرة و تسمى عناوين النشرة، و تضم أبرز المواضيع التي ستتطرق لها النشرة الإخبارية، و ليس بالضرورة أن يبدأ الصحفي في التلفزيون بجملة فعلية كما هو الأمر بالنسبة للصحافة المكتوبة و رغم تشدد بعض الأكاديميين في ضرورة البدء دوما بفعل في الصحافة البصرية كما في الصحافة المكتوبة إلا أن الواقع يعاكسهم، فالصحافة ليست علما ميكانيكيا، و لكنها لها مبادئها العامة، و الهدف في النهاية هو من يؤثر في أكبر عدد من الناس مع ترك أقوى أثر في المشاهدين و لكل أسلوبه و طريقته إلى هذا الهدف.

تشكيل الخبر و تقطيعه: يقوم صحافيو الإذاعة و التلفزيون بتشكيل الخبر و تقطيعه إلى جمل، و الهدف من تشكيل الخبر هو النطق الصحيح للكلمة و حتى لا ينصب الفاعل و يضم المفعول به، أي لتجنب الأخطاء النحوية و الصرفية، فأى خطأ و لو كان بسيطا قد يحسب عليك، فملايين الناس يتابعونك لحظة بلحظة و أنفاسك و حركاتك محسوبة، و بالنسبة لتقطيع الخبر فيحدد أماكن الوقت.

و هو أمر مهم في نطق الخبر و مرتبط بالتنفس فلا يمكن لأي إنسان أن يتكلم طويلا دون توقف، لذلك يجب أن تكون الجمل قصيرة و ليست طويلة، و على الصحفي أن يتجنب التنفس بعمق، لأن الميكروفون يجعل صوت الشهيق و الزفير مسموعا لدى المشاهدين و المستمعين و هذا يشوش على طريقة الإلقاء.

الارتجالية: يحتاج الصحفي في السمعي البصري إلى الارتجالية في الإلقاء في بعض الحالات و المواقف، فمن مميزات الصحافة المرئية و المسموعة قصر الزمن فعمر الخبر محدود مقارنة بالصحافة المكتوبة الت يقدر يعيش فيها الخبر من 24 إلى 48 ساعة قبل أن يفقد أهميته، لذلك عندما يكون خبر عاجل و لا يكون بإمكان الصحفي التحضير الجيد لإلقائه، فلن يجد من ينقذه سوى الارتجالية و نقل الخبر مباشرة، لذلك يستحسن التدريب على مثل هذه الحالات في أوقات

الفراغ، و فيه من الصحفيين من يتميز بالارتجالية بالفطرة، و بعضهم بالخبرة، لكنها تنقذ المرء من المواقف الصعبة و غير المنتظرة و التي تتطلب سرعة في التصرف.

حركة الجسم: على الصحفي خاصة مقدم النشرات أن يجلس بشكل مستقيم و هادئ و أن لا يكون كثير الحركة و لا جامدا حتى لا يمله المشاهدون، فالرأس و اليدين يتحركون بشكل مدروس و يكفي أن تراقب حركة مقدمي النشرات في قنوات مشهورة كالعربية و الجزيرة و تتابع حركة الجسم الهادئة و المتزنة و المعبرة للصحفيين حتى تفهم أهمية حركة الجسم في زيادة التأثير و الحث على الاستمرار في متابعة الأخبار مثلا في ظل اشتداد المنافسة بين الفضائيات، فكل عضو في جسم الإنسان له لغته الخاصة و إيماءاته التي تؤثر في الغير سلبا أو إيجابا، لذلك لا بد للصحفي الشاب أن يهتم بتعلم هذه اللغة الصامتة.¹

فن الكتابة للتلفزيون:

عندما ينتهي تقرير تلفزيوني مر على الشاشة للتو اسأل نفسك هذا السؤال: هل شاهدت التقرير أن أنك استمعت إليه؟ أكثر ما يعيب تقارير تلفزيونية فتملاً الفضائيات أنها تكتب بمعزل عن الاهتمام بما يرافقها من صور.

الحل في هذه الحال يبدو ساذجا للغاية: لو كانا الحديث عن بغداد فإن منظرا عاما للمدينة سيظهر على الشاشة، و لا شيء آخر -على اعتبار أن الرابط المباشر للحديث عن بغداد هو صورتها فقط، لا ناسها و لا آثار قذائف على البيوت، لا شيء يعبر عن بغداد إلا مشهد بغداد نفسها.

يبدو فن الكتابة للتلفزيون في مقام متأخر جدا إذا ما قورن بفن الكتابة الصحافية، هذه الأخيرة في كل الأحوال أسهل، ربما لأنها تتمتع بتاريخ أطول و بالتالي تقاليد تغني عن التجريب و العشوائية، و لأن معلمين يشتغلون بها وضعوا و يضعون دوما لها أسسا متينة.

عند الكتابة للتلفزيون، في وقت الكتابة ذاته، يجب التفكير بما سيرافق النص من صور: هل من الضروري وضع صورة ما يتم الحديث عنها مباشرة؟

أليست الكتابة، بعيدا عن التلفزيون، تخلت منذ زمن عن التشبيهات المباشرة و اعتنت بنفسها لتخلق لغة أكثر رحابة من صورة تقليدية تلمع في الذهن عند سماع تلك الكلمة؟ تحمل التقارير التلفزيونية، التي نراها و نسمعها في نشرات الأخبار أو بقية أنواع البرامج، صيغة تعليمية (و كأنها كتابة مدرسة مباشر يغرق في حسه التلقيني) و بعيدا تماما من أي إبداع ممكن.

¹<http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=315>

لماذا لم تستطع الكتابة التلفزيوني التحرر من إسار الصور النمطية: متى تصل تلك التقارير إلى زمن الحادثة أو ما بعدها؟ متى تصل لأن تكون تقارير تلفزيونية؟ قد يسقط هذا الخلل، أي نمطية التعاطي مع الصور المرافقة للنص التلفزيوني، بعض من الضوء على مدى تراجع مستوى الإعلام المرئي العربي، فهو على رغم تسیده أنواع الإعلام الأخرى و تفوقه بلا منازع جماهيريا، فإنه يظل في شكل أو آخر يتبع الإعلام المكتوب.

الإعلام المرئي يتفوق على المكتوب انتشارا، لكنه أسيرا للأخير بأسلوبه، لا يستطيع الفكاه منه ب "اكتشاف" أسلوب كتابة خاصة به، مكتشف أصلا، و الحل يبدو ب "ترجمته" من محطات أجنبية متوافرة على الفضاء ذاته الذي تبث عليه المحطات التلفزيونية العربية.

لا مجال للحديث عن أن الكلام المرافق للصورة التلفزيونية لا غنى عنه، لكن هذا فقط في حال تجعل هذه الصورة مادة غنية، تضيف قولاً على القول المرافق، أما لو كان الكلام هو نفسه ما يمر على الشاشة، فإن تخفيض الصور لن يؤثر كثير في الاستيعاب.¹

كيف تكون مديعا ناجحا:

الإيمان بالمهنة وشرفها:

- لا يمكن لأي شخص النجاح في أي عمل دون أن يكون مؤمنا به و بنجاحه.
- الإيمان بالعمل شكل أساس النجاح.
- شرف المهنة يحتم الدقة و الصدق و التحديد و المثابرة.
- شرف المهنة يدعو المذيع إلى تطويره قدراته و توسيع مداركه.
- عدم الاعتماد على الأسماء و الواسطات و المعارف.
- المدير قد يصدر تعاميم بتعيين رؤساء أقسام، لكنه لن يستطيع صناعة أو خلق مذيع عبر تعميم احترام المهنة و متطلباتها.
- المذيع مصلح اجتماعي، يقدم رسائل تعلمه، و تبهجهم، و تثقفهم، و ترفع عنده و ترفع عنه مآسي الحياة. لذلك لن يكون المذيع كاملا، مهما أوتي من موهبة و ثقافة و بلاغة و لباقة، إن لم يحترم مهنته.

احترام المهنة و متطلباتها:

- الحضور المبكر للمحطة.

¹ غسان حزين: <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284>

- التعامل الحضاري مع الزملاء، و تقدير الزملاء الآخرين.
 - المبادرة و عرض الخدمة و المساعدة على الزملاء.
 - احتلام الزملاء و عدم (الاستذة) عليهم أو إحراجهم في برامج البث المباشرة.
 - مساعدة الزملاء المبتدئين (سرا)، و عدم كشف ذلك للزملاء الآخرين.
 - عدم الوقوف أما (الحاجز الزجاجي)، في غرفة (الكونترول) و التعليق على أداء الزملاء.
 - عدم تخطيط الزملاء (على الهواء)، و اللجوء إلى اللباقة في التصحيح.
 - الابتسامة و بث روح المرح مع الاحترام في الإذاعة.
- تكون الشخصية ناجحة:

النجاح في تكوين الشخصية الناجحة يعتمد على:

- قوة الشخصية المستمدة من القدرة على التعامل مع الأمور التي تواجه الإنسان و كيفية استخدام الوسائل و التعابير التي ترشده إلى الشخصية الناجحة، من خلال:

- الصدق مع الآخرين.
- المواجهة الصادقة.
- عدم سماع آراء الآخرين و الحكم على الآخرين.
- رجاحة العقل و الصبر دون الانفعال.
- عدم الحكم على القضية دون سماع آراء كافة الأطراف.
- رزانة المطهر و النظافة و تناسق الألوان و الأشكال.
- عدم رفع الصوت في المحطة.
- عند الاختلاف يجب إنهاء الموضوع و رفعه إلى المسؤول.

- التأثير على الآخرين:

- التأثير على الطرف الآخر يأتي عن طريق مدى اقتناع الطرف الآخر بما تقول و كيف تبدو.
- لا يمكن لشخص أن يؤثر علينا و هو يتحدث من وراء الباب.
- المواجهة من أهم عوامل التأثير (الاتصال الشخصي).؟
- الصدق.
- البهجة.
- الأمل.

- الاستعداد للمساعدة.
- التعلم و التثقيف.
- التهذيب و الإطراء العاقل.
- اللباقة و حسن التصرف.
- الثقة بالنفس و بالمعلومة.
- استخدام نبرة الصوت المناسب.

- الاحتراف:

- لا يوجد في العالم نصف مذيع، تماما كما لا يوجد نصف لاعب كرة.
- هوايتي بأن أكون مذيع هذه المقولة تلاشت.
- فهم ناقل للخبر و المعرفة و التسلية.
- أصبح للمذيع وظيفة و أهمية كبرى.
- قد تشاهدون مذيعا يمشي بجوار وزير، يتحلق الناس حول المذيع و لا يلتفتون للوزير.¹

طرق الإلقاء:

الإلقاء المتميز أفكارك و معانيك، و صياغة كلماتك و إلقاءك المتميز طريقك إلى الإبداع.

مجالات الإلقاء: الجلسات العائلية، مجالس العلم، الحوار و المناقشة، مجالات العمل الصحفي و غيرها.

الإلقاء المتميز يتطلب:

- توضيح الألفاظ بالنطق السليم و لكي يتحقق لط ذلك عليك بالتدرب على القراءة بالفصحى و أيضا الاستماع للمحاضرات و الندوات التي تلقى بالعربية لذوي علم ملمين بقواعد اللغة العربية فاللسان إذا مرته مرن و في لغتنا العربية ميزة ليست في كل اللغات فهي الوحيدة التي تستخدم مخارج الحروف و أعضاء النطق الستة عشر.
- توضيح الألفاظ و المعاني بطريقة الإلقاء و لغة اليدين و نبرات الصوت، فلغة اليدين مهمة و لكل حركة معنى، فالخطيب او الأستاذ عندما يقف أمام طلابه مكتوف الأيدي بلا حراك سيكون وصول المعلومة مختلا و يفقد الكثير من مستمعيه فيتشاغلون عنه لشعورهم بالملل، أما من يوظف حركة اليدين و الجسم و يستخدم الإشارات أثناء حديثه فهو بهذا يضيف كثيرا من التشويق على حديثه و رسولنا صلى الله عليه و سلم كان يستخدم الإشارة في أحاديثه ففي حديثه عن كفالة اليتيم قال "أنا و كافل اليتيم في الجنة هكذا"، و أشار

¹<http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=278>

بالسبابة و الوسطى و فرج بينهما أيضا أشار بيده في قوله: المؤمن للمؤمن كالبنيان المرصوص يشد عضده بعضا" و شد كفيه.

سؤال ابن المقفع من أبغ الأمم و أفصحها... فقال : أبلغ الأمم و أفصحها العرب فإنهم أعظم الناس عبارة و أبلغ الناس إشارة.

أيضا نبرات الصوت لها دور في استمالة المستمعين فأجعل صوتك متموجا ما بين الخفض و الرفع بحسب مقتضى الحال.

غير نبرات الصوت حتى لا تسمح لأحد أن يتشاغل أو يسرح و حتى لا تشتت أنت فبين الملقى و المتلقي اتصال نفسي فاحرص ألا ينقطع، نسبة نبرات الصوت في التأثير 38%.

● توضيح المعاني بالصياغة الممتازة: إذا أردت أن تلقي محاضرة أو درسا أو تلتقي بأصدقاء فكن مستعدا لذلك أعد الموضوع الذي تريد التحدث عنه.

● درب نفسك أمام المرآة: و إذا كان لديك مشكلة في نقل أفكارك إلى الورق فأبدأ بكتابة أفكارك كما هي و بعد أن تخرجها إبدأ في صياغتها و تنسيقها.

● استشارة من ترى أنه يفيدك، 30 عالما من أنحاء العالم أجمعوا على أن الفصحى هي الأغنى لفظيا.¹

كيفية تشكيل الصوت:

المنشط هو المكلف بتقديم الآراء، الأفكار، المعلومات للناس، و يعتبر الصوت أدواته الأساسية في الاتصال، و بالتالي يتحتم عليه الاهتمام به و بذل كل ما في وسعه للتخلص من الأصوات الخشنة و الحادة المزعجة، و الصوت الجيد لا يمكن قياسه بالمقاييس التي تطبق على المطربين، بل جمال الصوت عند الكلام يكمن في قوته، وضوحه و سلامته و أن يكون عاكسا لشخصية صاحبه.

و يتعلق إنتاج الصوت الجيد أساسا بالحالة العامة للمنشط و المتمثلة في:

● حالته الصحية: فإذا أهمل المنشط جهازه الصوتي سيؤدي ذلك إلى ظهور عدة عيوب في صوته حيث يصبح هذا الأخير إما:

- صوتا حلقيا: و هو الصادر عن الحلق.
- صوتا كتوما: و هو الهامس و الخافت.
- صوتا أنفيا: و هو الصادر عن الأنف.
- صوتا مرتعشا: و ينتج عن اضطراب التنفس لأي سبب مهما كان نوعه.

¹<http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=355>

■ صوتا أجشًا: و يستم بالحشونة.

- حالته الذهنية العاطفية: إن الحالة المزاجية التي يكون عليها المنشط عند تقديم مادته الإعلامية يعكسها صوته لا محالة، فإذا كان في حالة غضب يصبح صوته أجشًا و إذا كان في حالة خوف يصبح صوته مرتعشا.
- التنفس: وحب على المنشط أن يعرف كيف يتنفس بطريقة جيدة حتى يدخل كمية مناسبة من الهواء بطول الجملة التي سينطلق بها، فلا ينقطع كلامه و يفقد بالتالي معناه الحقيقي.¹

قواعد استخدام الجرافيكس:

- الجرافيكس هو بديل المادة الفيلمية و بالتالي يجب أن يكون واضحًا و محددًا لينجح.
- أن يكون مرتبطًا بشكل مباشر بالخبر و بالتحديد بالكلمة التي سيظهر عندها، فليس من المنطقي أن تقول كلمة نيويورك في وقت تظهر فيه صورة لمبنى الأمم المتحدة، إذ إن العقل الباطن للمشاهد يتوقع في هذه اللحظة أن يرى خريطة نيويورك، كما أنه ليس مفيدًا أن تستخدم خريطة جمهورية مصر العربية للحديث عن انفجار في مصنع بالسويس، فالمشاهد يتوقع من الجرافيكس أن يضيف إلى معلوماته لا أن يرة من خلاله خريطة صماء بينما محل الخبر غير واضح، اجتهد لتوضح مدينة السويس و لتجعل الجرافيكس أكثر تفصيلاً.
- الالتفاف على تصريحات مهمة بأن تقود بإبراز نقاط رئيسية من هذه التصريحات مكتوبة على الشاشة بجوار صورة الشخص المعني و معها عنوان يلخص الخبر، أحرص على أن يتوافق ظهور كل نقطة مع قراءة المذيع للنص المتعلق بها.
- حوادث سقوط الطائرات أو اختطافها من الحالات النموذجية لاستخدام الجرافيكس، حاول فورًا التأكد من المعلومات، و تحديد موقع إقلاع الطائرة و نوعها، و إلى أي خطوط تنتمي، و المدينة التي كانت متوجهة إليها، و المدينة التي سقطت أو اختطفت بالقرب منها، كل هذه العناصر تجعل من الخبر جاهزًا كي يظهر على خريطة متحركة تبرز المعلومات للمشاهد في الواقع حتى بعد وصول حطام الطائرة أو صرو الطائرة المخطوفة رابضة على أرض أحد المطارات، يظل استخدام الجرافيكس لتوضيح المعلومات الأولية أمرًا حتميًا حتى ترضي فضول المشاهد، Out Of Vision /or/ Live Voice Over، و تسمى في بعض التلفزيونات العربية فيديو.
- هي النوعية الأكثر شيوعًا في كثير من التلفزيونات العربية، ربما لا يدرك القارئون على تحرير هذه الأخبار أنها أحيانًا أصعب بكثير من إعداد التقارير التلفزيونية، فالخبر كي يصبح (فيديو أو OOV) جيدًا يجب أن تنطبق عليه مجموعة من الشروط:

- ألا تزيد مدته (المقدمة مع الفيديو) على 35 ثانية أي 70 كلمة عربية.

¹<http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=357>

- ألا يتم تكرار الخبر مرتين، مرة في المقدمة و مرة في جسم الفيديو.
 - أن يكون الربط بين الجزئين سلسا من دون استخدام كلمة: "فقد...".
 - أن تعبر كلمات الجزء الثاني عن الصور لا أن تصفها.
 - أن يتم إبراز عنصر خبري أو اثنين فقط بشكل واضح.
 - أن يتم انتقاء صور الجزء الثاني بعناية لتعبر عن الحدث.
 - مراعاة تعديل الصور قليلا بعد عدد من النشرات إن كانت القناة تعمل على مدار الساعة.
 - ألا تترك الصور على الهواء بعد انتهاء النص، أي يجب القطع على المذيع مباشرة.
- مثال:

[PRESS IN VISION]

[OOV NEXT]

[CUT BACK to PRESS IN VISION]

"يذكر أن الزعيم الشيعي الشاب مقتدى الصدر يقود معارضة مسلحة للوجود العسكري الأجنبي في العراق منذ أكثر من أربعة أشهر".

بدأت قبل قليل رسميا الهدنة التي تم الاتفاق عليها في مدينة النجف بين القوات الأمريكية و أنصار الزعيم الشيعي مقتدى الصدر، و التي من المقرر أن تستمر ثلاث أيام، وتقول القوات الأمريكية التي سيطرت على وسط المدينة إنها اعتقلت خمسة و سبعين ممن تشببه في أنهم يمدون مليشيات الصدر بالسلاح، و نقل عن مسؤولين في قطاع الصحة في النجف أن حصيلة القتال الذي دار خلال أسبوع بلغت نحو مائتي قتيل و أكثر من ألف و خمسمائة جريح، بصفة عام يجب أن تحتوي المقدمة على المعلومة الأساسية التي تجسد "الخبر"، و المدة المثالية لها هي نحو ثلث مدة الخبر كاملا، أما الجزء الثاني فكما ترى من المثال يحتوي على عنصرين خبريين ومشهدين فقط، الاعتقال و حصيلة القتلى، لاحظ أن العنصرين لهما صلة بالمقدمة، أي أنهما ترتبا على بداية الهدنة، و لاحظ أن محرر الخبر تمكن من إدخال بعض المعلومات بين السطور مثل: "...التي سيطرت على وسط المدينة..." و "...القتال الذي دار خلال أسبوع..." لقد أجاب هذا الخبر عن عدد من التساؤلات المتعلقة بالحدث و كذلك المتعلقة بخلفياته القريبة، لكن من الصعب على خبر بهذا الحجم أن يجيب عن تساؤلات لها صلة بالسياق العام لما يجري في النجف أو في العراق بصفة عامة.¹

¹<http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=354>

التقديم التلفزيوني الإخباري:

1. ضرورة إشباع الكلمة الأولى بالخبر بنبرة صوتية قوية و توهي بالاستهلال.
2. تشكيل الكلمة الأخيرة في مجموعة الكلمات المتتابعة ذات حركة التشكيل الواحدة و تشكيل ما قبلها.
3. كنية الاسم ما بين الفعل و الاسم ذاته لا يتم تشكيلها مطلقا أثناء الإلقاء.
4. تسكين البدل من اسم الإشارة في حال جاء منفردا بدون أي صفة أخرى... مثال تهدف هذه المؤسسات.
5. التدرب على التفاعل مع النص و فهم ما يقرأ.
6. من أهم سمات فن الإلقاء الخروج عن الرتابة و الروتين في نغمة الصوت..معنى آخر التلوين.
7. التغيير في نبرة الصوت عند الإلقاء الجمل المعترضة حيث تخفض نبرة الصوت عند الإلقاء.
8. ضرورة وصل مجموعة الكلمات الواحدة بعضها ببعض و عدم تقسيم العبارة الواحدة ذات الفكرة الواحدة.
9. هناك أخطاء شائعة بين المذيعين فيما يتعلق بفعل القول و أداء النص التابعة.. و الصحيح قال إن و ما دون ذلك أن.
10. الوقوف عند نهاية الفقرة يتطلب تمثيلا مسبقا و ذلك بخفيف السرعة النطق و الإلقاء بشكل تدريجي قبل الانتهاء من الفقرة بنحو ثلاث كلمات.
11. عندما تنتهي من الإلقاء نلاحظ أن الزفير قد انتهى و يكون بحاجة إلى استنشاق جديد.
12. عند الانتهاء من الخبر تماما فالتوقف يحتاج إلى بطئ عند الكلمات الأخيرة و نبدأ بهذا البطء بنحو خمس أو ستة كلمات.
13. هناك بعض الكلمات القصيرة مثل: به/بك/عنه بالمذيع الذي يتوقف عند مثل هذه الكلمات أن يشكل كل أحرفها و ذلك بعد تشكيل الكلمة السابقة لها بحيث يكون هناك توقف هادئ غير مثير للإزعاج.
14. كلمة أمس لا تشكل.
15. لا يفضل تشكيل المفعول به الذي يتقدم على الفاعل و كيفية تشكيل الفاعل فقط مثال... ترأس اللجنة رئيس الوزراء..
16. التشديد على جواب الشرط.
17. التشديد على لفظ الأرقام.
18. الابتعاد عن الإلقاء و أنت مليء المعدمة لأن الحركة الدموية بعد الأكل مباشرة لا تؤهل الفرد للتحكم بالهواء الخارج منه و الداخلى إليه و بالتالي فإن الإلقاء سيكون صعبا و عدم الإلقاء أثناء التعب.

19. تعد الثقة من أهم المتطلبات الأساسية لنجاح المذيع لأن الثقة بالنفس و بالنص على حد سواء تجعل السيطرة النفسية و الحسية حاضرة بشكل كبير.¹

إرشادات لقراءات التقارير في مجال التقديم التلفزيوني و الإذاعي:

من المعروف أن الصوت عند الصحفيين، المذيعين أو مقدمي برامج في الإذاعة أو التلفزيون هو الأداء الأساسية في عملهم، فلا بد من أن يزيدوا من طاقتها و التحكم بها حتى يتوصلوا إلى استعمالها بطريقة جيدة و يتمكنوا من طريقة تطويعها و تكيفها تبعاً للحالة التي يرغبون بإيصالها للمتلقي.

الإلقاء: يجب أن نلفظ بوضوح، لهذا من الأفضل أن يعتاد المذيع على النص قبل قراءته على الأثير، و هناك طريقتان على الأقل لمساعدته على ذلك.

إحدى هذه الطرق تقتضي قراءة النص بصوت عال مع المبالغة كثيراً بلفظ كل مقطع من مقاطع الكلمات، و الشد على عضلات الوجه إلى أقصى حد.

و من الطرق أيضاً قراءة النص و نحن نمسك بقلم العرض بين شفتينا.

هذه العوائق التي نستعملها أثناء التمرين تجعلنا نشعر بأن النص ينساب من فمنا بسهولة كبيرة عندما نقرأه فيما بعد بطريقة عادية، و الكلمات التي كانت تسبب لنا التلعثم تصبح قراءتها سهلة جداً بالنسبة لنا.

و هنالك أيضاً الطرق الكلاسيكية التي تقوم على تردد جمل تجمع عدداً من الصعوبات اللفظية مثلاً:

- خيط حرير على حيط خليل.
- كلام كمال كامل الكلمات.
- ليرة ورا ليرة.
- يقلقك قلق كبير.
- أكمش خشمي خمس كمشات.
- هذا المشمش مش من مشمشنا.

¹ محاضرة في التقديم التلفزيوني الإخباري للأستاذ المذيع هاني المغاري.

- بطتنا نطت على بطن بطتكم، بتقدر بطتكم تنط على بط بطتنا مثل ما بطتنا نطت على بطن بطتكم.
- ستي و ستك بالبستان، قامت ستي ضريت ستك، فيها ستك تضرب ستي مثل ستي ضريت ستك.

التقطيع:

التقطيع هو مجموع الوقفات المؤقتة التي تحتمها ضرورة إبراز المعنى و تأكيده و سهولة إبلاغه إلى المستمع.

و الوقفات أنواع:

- الوقف المعلق: يحتمه في أغلب الأحيان الوزن في الشعر، ولا يجوز التقاط النفس خلال الوقف المعلق لأنه بمثابة وقف مؤقت و غير تام.
- وقف الإيضاح: تحتمه ضرورة توضيح المعنى (هذه الإشارة // تعني وقفة صوتية).

مواقع الضغط على الجمل:

هو التأكيد على الكلمات التي تبرز المضمون من خلال التشديد في لفظها.

مثلا: أنجبت سيدة في الخمسين من عمرها أربعة توائم يتمتعون جميعا بصفة جيدة.¹

مهارات المراسل التلفزيوني:

تمرين التقرير ذو الصور الست الثابتة:

- تمرين يساعد على فهم لغة الصورة .
- يساعد على فهم تسلسل الصورة أو نسميه في التلفزيون بال **sequence**
- نأتي بصور ثابتة في هذا التمرين ثم نجمعها لكي نحبرنا قصة دون استخدام الكلمات.
- الصور تتحدث في هذا التمرين.

تمرين التقرير ذو اللقطات الست: (لقطات الفيديو):

- الغرض من هذا التمرين لإثبات إمكانية إخبار القصة دون الحاجة إلى عدد كبير من الصور.
- ابدأ بمونتاج الصور أولا ثم أكتب النص وسجله بعد ذلك.
- ستة لقطات + مقابلات + وقفة المراسل + التقرير لا يتجاوز دقيقة وخمسة واربعين ثانية.

¹ محاضرة في التقديم التلفزيوني الإخباري للأستاذ المذيع هاني المغاري.

للتعمق في القصة خبرية معينة :

- تقرير من المراسل في الميدان .
- ثم تقرير اخر داخلي من الصحفي في غرفة الأخبار (يستخدم الشرح مع الجرافيكس على نفس الموضوع +ويستخدم صور حية عن القصة على الشاشة +يكون الصحفي الذي يعد التقرير الداخلي من مقر القناة التلفزيونية متخصصا أو لديه معلومات جديدة حول الموضوع الذي يعمل عنه تقريرا).

المقابلات Interviews:

1. المقابلة المتقدمة:

أعرف هدفك من المقابلة (ما الذي تريده من المقابلة؟)

- هل تريد حقائق؟
- تحليل؟
- رأي أو تعليق؟ (في هذه الحالة قم ببعض البحث مقدما لمعرفة مواقف الضيف)
- ردود فعل.
- شرح وتبرير.
- التحدي.

2. مقابلات الأخبار: (النقاط القادمة بعضها لمقابلات الأخبار و بعضها الآخر تسري على أنواع المقابلات الأخرى):

- حدد نقطتين رئيسيتين تود الخروج بهما من المقابلة.
 - اختر ضيفك بعناية لتوفير الوقت.
 - أجر بحثا ولو سريعا بشكل مقتضب مقدما.
 - (بإمكانك السؤال كالتالي: لقد قلت فيما سبق كذا و كذا.. و أنت الآن تقول بعكس ذلك.. لماذا؟.. ما الذي تغير؟ - يدل على معرفة مواقف ضيفك السابقة و اللاحقة.
 - لا تدع الضيف يخوض في الحديث عن خلفيات الموضوع إذا لم تكن هناك حاجة لذلك، وفر أنت عليه ذلك بحديثك عن خلفية الموضوع و أجعله فقط يجيب على السؤال.
 - لا تدع الضيف يعدد قائمة من العناصر في الموضوع، (إذا قال لدي أربعة نقاط فقل له ما هو رقم واحد، ثم تقول له بأنك ستكتفي برقم واحد مثلا،
- حتى لا يعد عليك كل القائمة - بذلك تتمكن من السيطرة على مجرى المقابلة:

- ابق الاتصال البصري (Eye Contact)، ذلك يدل على أنك تستمع إليه.
- كن محاميا للشيطان Devil Advocate، (يعني أن تتبنى الرأي المعارض و لكن يجب أن تعرف أصحاب الرأي المعارض على وجه التحديد فقد تصادف ضيفا متعبا).
- استخدم صيغة ماذا؟ (اسأل ما الذي حدث؟ ماذا يعني؟ ما هو رد فعلك على...؟).
- صيغة لماذا؟ (تعتبر لماذا مقدمة لسؤال اختراقي جيد).
- من؟ (من المسؤول؟).
- أين؟
- هل؟ (هل تعتقد أو تظن أن...؟، هل صحيح أن...؟ قد يكون جوال السؤال الذي يبدأ بـ "هل" نعم أو لا فانتبه لتلك الإجابة القصيرة التي قد لا تعطي المشاهد ما يريد، إلا إذا كان الجواب المطلوب هو لا أو نعم و ذلك حين يود المشاهدون سماع ذلك مباشرة من الضيف مثلا: هل حدث و أن تعاونتم مع أعداء الأمة لقل نظام الحكم؟ يجب الضيف : نعم = جواب قصير و لكن مهم).
- صغ السؤال بطريقة تثير جوابا شافيا.
- خطط لخياراتك.
- كن منصفًا (ابتعد عن التحيز).
- انتبه للوقت المتاح.
- انتبه للوقت المتاح.
- المثابرة + الواقعية و الجدية دون قسوة.
- انتبه للأسئلة التكميلية التي تكمل الإجابة لك.
- الهجوم على الضيوف يكون لذوي الخبرات من مقدمي المقابلات و لكن انتبه لمراوغة الضيف.
- ابتعد عن المعاملة الخاصة مع الضيف (لا تعط الأسئلة للضيف + يحاول الضيف خاصة إذا كان مسؤولا أن يحملك على الإذعان لم كمقدم للمقابلة فانتبه لذلك).
- تذكر أنك تمثل الجمهور و أنت تمثل مصلحة الجمهور.
- لا مانع من إعطاء الضيوف محاور الأسئلة، أو ما تدور حوله الأسئلة، و لكن ليس الأسئلة المباشرة.
- إذا وضع الضيف شروطا بالأ تسأله سؤالا معينًا ففتفهم شروطه لكن تقبلها و لك أن تسأل تلك الأسئلة لأنك لم تقبلها.

- بإمكانك تكرار السؤال إلى أن يجيب الضيف (استخدم أساليب متنوعة لنفس السؤال).
- أكتب الأسئلة و أحفظها و اكتب محارها فقط (ذلك يساعدك على إلقاء السؤال بطريقة طبيعية + يظل الاتصال البصري مع الضيف = أي أنك تستمع).
- مهارات التدخل أثناء حديث الضيف (انتظر لحظة الصمت و التنفس (الشهيق و الزفير) و أدخل كلماتك، برفق و كأنك تتسلل رفق).
- راقب لغة الجسد (بإمكانك أن تلعب دور المرأة للضيف بتقليد وضعته في جلسته وحركاته Mirroring the guest).
- استخدم الصمت (الصمت قد يكون سؤالاً جيداً + ابق صامتاً و انظر إلى الضيف بطريقة يستشف منها أنك تقول له: أخبرني المزيد...)+ بإمكانك بالصمت و الاتصال البصري مع الضيف أن تضغط عليه أو تغريه بقول المزيد.
- لا تستخدم حركات الجسد أو الأصوات التي تدل على أنك موافق على كلام الضيف مثل هز الرأس أو بعض اللوازم مثل: آه.. آها..ها).
- تذكر دائماً أن الموضوع برمته هو للجمهور..

التقرير الميداني:

- الدقة.
- الوضوح.
- سلامة مخارج الأصوات.
- التأثير بالنص.
- الإيقاع.
- توافق الصوت بالصورة.
- الالتزام بالسياق موضوع محدد النص و الصورة و يجب أن تكون في صلب الموضوع.
- روح الفريق.
- مراسل:
- تجهيز الفرطاسية.
- الاحتفاظ بأرقام بالهواتف و ما شابه.
- النزول إلى الميدان و إجراء البحث الميداني.

- الرجوع إلى المحطة والتشاور مع المخرج.
- ما تبقى من السيناريو و تسجيل الصوت.
- المصور:
- تجهيز الأجهزة.
- تنفيذ ما تم الاتفاق عليه مع المراسل.
- تصوير حسب ما يراه مناسبا.
- الرجوع إلى المحطة و فحص الكاسيت و مونتاجه.
- مراقبة البث.
- الصورة الرئيسية في التقريري (اللقطات المهمة):
- اللقطة التأسيسية.
- اللقطات السريعة.
- اللقطة القريبة جدا (المشاعر و الأحاسيس).
- و في نهاية التقرير لقطه إجمالية.
- عندما نريد أن نصور موقع يجب:
- لقطه للموقع.
- مقابلات.
- تصوير للمشاريع.
- تصوير للمشاريع التي قام بها المركز.
- غرف تدريبية.
- لقطات إصدارات خاصة.
- مقابلات ميدانية في الشارع.
- الإعداد للمقابلات:

تحتاج المقابلة إلى تخطيط مسبق من المعد و دراسة جادة و معرفة أكيدة بموضوع المقابلة و مدى ارتباط الضيف بهذا الموضوع وسيرته الشخصية و اهتماماته، لذلك فإن التخصص في إعداد البرامج أصبح واقعا ملموسا و من النجاح أن يكون معد البرنامج هو المذيع و المقدم في الوقت نفسه، و ذلك لسرعة رد الفعل أثناء الحلقة خصوصا بشأن

المعلومات أما في حالة وجود شخصين، معد برامج و المذيع فيجب أن يكون المذيع على درجة كفاءة المعد من حيث الاطلاع على الموضوع و توفر الخصائص نفسها المتوافرة في المعد، لأنه الذي يواجه الضيف مباشرة و يتعامل معه.

و تأتي مقدمة نص المقابلة بهدف تهيئة الجمهور و وضعه في جو البرنامج، و إثارة الاهتمام المباشر و حاسة التشويق لديه، ذلك أن المقابلة في جوهرها الحقيقي عبارة عن أسئلة توجه للضيف و الغرض منها الحصول على المعلومات و عرى معد البرنامج أن يضع ذلك في اعتباره أثناء صياغة النص و بناء الأسئلة و ترتيبها لتوجيه مسار المقابلة، بحيث لا يجعلها تسير سيرا ذاتيا، و القاعدة الأساسية التي تحكم صياغة الأسئلة هي: أن يوضع كل سؤال بطريقة تضمن إجابة واضحة و محددة من المتحدث و أن تقود الضيف إلى الاتجاه المطلوب.

سيرا ذاتيا، و القاعدة الأساسية التي تحكم صياغة الأسئلة هي: أن يوضع كل سؤال بطريقة تضمن إجابة واضحة و محددة من المتحدث و أن تقود الضيف إلى الاتجاه المطلوب.

المؤتمر الصحفي:

عادة ما تخصص المؤتمرات الصحافية لقضايا و مسائل فورية حدثت لها أهمية خاصة، و هي تجتذب عددا كبيرا من المشاهدين لأهميتها باعتبارها تقوم على السمة المميزة للتلفزيون كوسيلة إعلام و هي سمة البث المباشرة و الحي.

و مع انتشار المقابلات و المؤتمرات الصحافية احتاج الأمر إلى التخصص المهني، مثل التخصص العلمي أو الرياضي...أو السياسي أو الثقافي، ما شكل سببا و هو ما يطلق عليه أحيانا: (المذيع المحاور) لذا فقد تقدم عدد كبير من الصحفيين لممارسة هذه المهنة، عندما اكتشفوا في أنفسهم الاستعداد الجيد للإعداد و التقديم و إدارة المقابلة.

ترقية و مسابقات:

تعتمد هذه النوعية من البرامج على المعدين الذي يقومون بالآتي:

- تجهيز الفقرات الفنية الخاصة بالأسئلة.

- الأغنيات.

- قطع موسيقية.

و يكتب المعد جمل الربط و تقديم الفقرات، و هذا النوع من البرامج يعتمد على المقدم و روحه المرحة، و قدرته على التحدث وسط الناس و التآلف معهم و اكتساب ثقتهم، الذي ينتهز الفرصة المناسبة لتقديم الفقرة الرئيسية للبرنامج "الحلقة" بعد التفاف الجمهور حوله، و هذا كله لا يمكن إعداده مسبقا أو التكهن به.

و هنا يمكننا تعريف التحقيق التلفزيوني المسجل "هو برنامج تلفزيوني مسجل بالصوت و الصورة يتناول موضوعا أو مشكلة مهمة مكانية أو زمنية، أو عن شخصية متميزة أو موضوع طريف و يشغل هذا الموضوع قطاعات عريضة من المجتمع و يرتبط بحياته".

تحتاج هذه التحقيقات إلى ذكاء في الالتقاط و التناول، خصوصا في تحقيق المواد أو المواقف الطريفة التي تهتم بكل ما هو جديد و غريب و خارق للعادة، و ذلك سواء أكان بهدف التسلية أم الترفيه، أم استطلاع رأي الجماهير في قضية أو مشكلة تؤثر على حياتهم في الحاضر أو المستقبل، كذلك لتوسيع المدارك و المعارف للمشاهدين.

قيم مهنية في العمل الصحفي:

هناك أربع قيم مهنية للعمل الصحفي حددها برنامج الحوار الإعلامي الخاص بالـ "BBC"، تتمثل في الدقة، الإنصاف، و الاستقامة، و الحياد، و هذه القيم يتفاوت وجودها بحسب كل قناة تلفزيونية و بحسب السياسة التحريرية التي تتبعها، و لكن يمكن عدها أساسا للعمل الصحفي المجرد من أي التزامات إيديولوجية في فكر الصحفي أو في سياسة القناة.

الدقة: Accuracy

الدقة هي مرادف للسلامة و الصحة، و هي لا تحتاج فقط إلى التزام الصواب، و الثبوت من صحة الآراء و المواقف و المعلومات و نسبها، و لكنها تحتاج أيضا إلى إدراك للسياق، و إلى امتلاك للخلفية التي تحول دون ارتكاب الأخطاء.

ففي عالم يزدحم بوسائل الحصول على المعلومات ليس هناك أسوأ من أن يقع صحافي في الابتعاد عن الحقيقة أو أن تنشر وسيلة إعلام ما معلومات غير صحيحة.

و تزدهر أدبيات الصحافة بمقولات شهيرة تحض الصحفيين على توخي الحذر من عدم صحة المعلومات، و تفادي عدم الدقة بكل السبل، فهناك من يقول بالإنكليزية: "If in : doubt..Check it out" عند الشك عليه بالبحث للتأكد.

و كذلك قيل عن المعلومات غير المؤكدة:

If they can not be checked out, they should be chucked out.

و هو ما يعني أن "المعلومات التي لا يمكن التأكد منها ينبغي التخلص منها".

و رأس مال أي مصدر للمعلومات هو الدقة، كما أن قيمة الصحفي، أو المراسل الميداني بالتحديد، ترتفع كلما كانت أخباره دقيقة، و نقطة البداية في تحقيق القيم الخبرية الأخرى، مثل الإنصاف أو الحياد، هي الدقة، فالدقة بمنزلة أم القيم الأخرى التي ينبغي أن يلتزم العمل الصحفي، فإن كانت تفاصيل الخبر غير دقيقة، أو كان الخبر غير صحيح من الأساس، فلن تكون هناك أي قيمة لتغطيته بإنصاف أو حياد.

و تتساوى أهمية عنصر الدقة لدى معظم وسائل الإعلام الجادة، فحتى تلك التي تتخذ مواقف و توجهات سياسية واضحة (أي تلك التي لا تدعي الموضوعية أو الحياد، و تعترف بالانحياز لموقف ضد آخر)، عليه أيضا التزام الدقة، فكل قوانين العالم المنظم للعلم الإعلامي تعاقب على الوقوع المعتمد في الأخطاء المعلوماتية، و تلزم من ارتكب مثل تلك الأخطاء بالتصحيح و الاعتذار، و هو أمر يسعد المسؤولين عن أي وسيلة إعلام، كما أن كثرة التصحيحات و الاعتذار الذي يؤدي إلى فقدان وسيلة الإعلام لجمهورها، الذي لن يعود بمقدوره الثقة بمعلوماتها إن تكررت حالات التصحيح و الاعتذار.

لذلك كله وضعت "BBC" لنفسها قاعدة ذهبية فيما يتعلق بالدقة و هي: "أن تتأخر عن منافسيك في إذاعة خبر صحيح خير من أن تسبقهم في إذاعة خبر غير صحيح".

"It is better to be second and right than first and wrong"

تحري الدقة:

تتحقق الدقة في العمل الإعلامي عبر آليات تحري الدقة، التي تشمل ما يلي:

- التركيز على الحقائق، فالعمل الإعلامي يعتمد على الحقائق فقط فيما يتعلق بالتغطية الخبرية خصوصا، بما يستلزمه ذلك من اعتماد التقسيم الواقعي، و البعد عن الآخر و المعلومات المختلفة و المفبركة، و التي لم يتسنى التأكد من صحتها.
- نسبة الآراء و المواقف و المعلومات إلى مصادر واضحة مذكورة بطريقة صحيحة و معرفة تعريفا متكاملا.
- ذكر أسماء العلم، و المعلومات، و الأرقام، و الحقائق على نحو صحيح.
- تحري الصحة في حالات الغموض و اللبس عبر تكرار البحث و السؤال و التقصي.
- مراجعة المعلومات التي يتح الحصول عليها سواء من الزملاء أو المنافسين أو من المصادر المختلفة، و التثبت من صحتها قبل بثها، كلما كان ذلك ممكنا.

- استخدام الحس الصحفي، و امتلاك الخلفية الثقافية، و إدراك السياق العام الذي يؤهل الصحفي لاختبار سلامة المعلومات التي يحصل عليها بصرف النظر عن مدى مصداقية المصدر الذي استقى منه الصحفي تلك المعلومات.
- تفادي أخطاء الطباعة، و النطق، و النحو، و اللغة، و المعلومات، و غيرها.

تكلفة الأخطاء:

ليست الصدقية وثقة الجمهور هما كل ما يخسره الصحفي نتيجة عدم الدقة، فثمة خسائر أخرى مكلفة أيضا، فعندما يتسبب الخطأ في الإساءة إلى شخص أو إلى أشخاص أو مؤسسات أو حتى إلى دول، فمن غير المستبعد أن يلجأ المتضررون إلى القضاء لطلب التعويض، و عادة لا تتسامح المحاكم مع مرتكبي الأخطاء، فلن تقتنع هيئة المحكمة بأن السبب في الخطأ هو نقص خبرة الصحفيين، أو ازدحام (الأجندة الخبرية) في يوم بث الخبر، أو أي أعذار أخرى قد تكون منطقية خارج نطاق الإجراءات القضائية.

في موقع الحدث:

أكثر المعلومات دقة هي تلك التي تحصل عليها بنفسك أو من زملائك الذين كانوا في موقع الحدث، إذ أنهم ينقلون ما شاهدوا و سمعوا بأنفسهم، و لن يكون ذلك ممكنا بالتأكيد في الحالات كلها، و من ثم فإننا غالبا ما نعد تقاريرنا بناء على معلومات حصلنا عليها من آخرين، و هنا يفضل أن نعلم جيدا أن هؤلاء ليسوا صحفيين محترفين، و هو عادة لا يتذكرون التفاصيل.

ففي حالات الجرائم أو الانفجارات يكون شهود العيان واقعين تحت كم هائل من الضغوط النفسية والعصبية، و من المرجح من ثم أن تتسم رواياتهم بالارتباك و عدم التناغم.

و تذكر أيضا أن بعض شهود العيان قد يعتمد تقديم معلومات مغلوطة، ففي مناطق النزاع و خلال الكوارث الطبيعية، عادة ما يحاول شهود العيان تقديم المعلومات بحيث يرسمون لأنفسهم صورة وردية، أو يقدمون أنفسهم على أنهم أبطال، أو يحاولون تجنب التورط في المشكلات.

وبصفة عام حاول قدر الإمكان ألا تعتمد على مصدر واحد، بل ابذل مزيدا من الجهد و الوقت للتأكد من الرواية التي ستبني عليها تقريرك أو قصتك الخبرية.

مصادر معتمدة:

قد تكون بعض المصادر أكثر صدقية، أو على الأقل على درجة أعلى من المسؤولية تجاه الجمهور، مثل:

- الشرطة، والإسعاف، و المطافئ، و المستشفيات.

- المصادر القضائية، كالمحاكم.

- المسؤولين الرسميون.

و في معظم الحالات يمكنك عد أي من تلك المصادر السابقة معتمدا بما يكفي لأن تنقل عنه الخبر من دون إضاعة مزيد من الوقت في التأكد من مصادر أخرى، غير أن ذلك لا يعفيك من متابعة البحث فور نشر الصيغة الأولية من الخبر، منسوبة إلى المصدر، فرما تحصل على معلومات أخرى أكثر دقة أو أكثر تفصيلا تؤكد أو تنفي أو تصحح الصيغة الأولية.

و بصفة عامة يتوجب على المراسل الميداني أن يكون على اتصال دائم على علاقة مستمرة بعدد من المصادر المعتمدة، غير أن من الممكن أحيانا و بسبب الثقة المتبادلة أن تحصل على معلومات خاصة من مصدر معتمد دون أن يسمح لك بنشرها، و لكن على الأقل، قد تتمكن من خلالها من نفي روايات أخرى متضاربة تتداولها الأنباء.

النسب إلى المصادر:

القاعدة هنا هي أن من واجب الصحافي تعريف الجمهور بمصدر الخبر كلما كان ذلك ممكنا.

أمثلة:

"و يقول شهود العيان أن الطائرة انفجرت فور إقلاعها و قبل مغادرتها أجواء المطار..."

"بينما تقول مصادر الشرطة إن عدد المعتقلين لا يزيد عن مائة، فقد ذكرت جماعات حقوق الإنسان أن ما لا يقل عن ألف متظاهر اقتيدوا إلى مختلف مراكز الشرطة بالعاصمة..."

"وذكر مراسل لوكالة رويترز للأنباء موجود في كابل أن القوات التابعة لتحالف الشمال المناوئ لطالبان باتت تسيطر على قلب المدينة..."

"و ذكرت شبكة "سي أن أن" أن اللقطات التي بثها لأبي مصعب الزرقاوي قم تم التقاطها على الأرجح خلال الشهري الماضيين..."

و تسمى هذه العملية: النسب إلى المصدر، أي أن ينسب الصحفي في الخبر إلي مصدره، و ليس من المعيب كون المصدر منافسا طالما كان هو المصدر الوحيد للخبر لا يمكنك تجاهله، فمن الأخطاء الفادحة تجاهل الخبر بمجرد أن مصدره الوحيد وسيلة إعلام منافسة، و في هذا استخفاف بعقلية الجمهور القادر على متابعة المصادر كلها.

و تضمن عملية النسب إلى المصدر عدم الوقوع في خطأ نشر آراء، أو ترويح شائعات على أنها حقائق، و مع أن النسب إلى المصادر غالبا ما يدفع المسؤولية الصحافية أو القانونية عن كاهل الصحفي أو المؤسسة، فإن المسؤولية الأخلاقية تظل موجودة على من قرر بث الخبر، و يتوجب هنا على المسؤول التحرير الأعلى اتخاذ القرار إذا تعلق الأمر بخبر على درجة عالية من الأهمية (التغيير، و التأثير، و التقارب)، لا يتوافر إلا عبر مصدر واحد.

ففي حالات معينة، و بسبب سمعة وسيلة إعلامية معينة، و شهرتها في مجال أو في منطقة محددة، يتحتم عليها أن تتوخى مزيدا من الحذر، و لا تعد نسب الخبر أمرا كافيا، فوكالة الأنباء الأردني (بتر) لا يمكنها الاعتماد على خبر ورد عبر وكالة الأنباء الفرنسية مثلا يتعلق بتطور كبير في الأردن مثل حادث تفجيرات الفنادق، و لن يعفي نسب الخبر وكالة (بتر) من المسؤولية، لأنه فور وروده عليها ستنقله وسائل أخرى عنه و ليس عن مصدره الأول.

الصحفي الرياضي

الخصائص التي يتميز بها الصحفي الرياضي:

1. أن يكون ممن مارسوا النشاط الرياضي حتى يستطيع أن يحكون ملما بكافة التفاصيل الدقيقة حول قانون و فنون اللعبة التي يكتب عنها.
 2. أن يكون دقيقا عند كتابته أسماء اللاعبين و الحكام.
 3. لديه دراية عن تاريخ الألعاب المختلفة و تاريخ بلده الرياضي.
 4. أن يعمل على غرس القيم الرياضية الأصيلة من خلال كتاباته لكل القراء و اللاعبين.
 5. أن يكون أو الحاضرين إلى مكان المنافسة (الملعب) و آخر المنصرين حتى ينقل الصورة كاملة للقراء.
 6. أن يعمل على نقل كافة التفاصيل و الأحداث حتى يجعل القراء و كأهم شاهدوا المباراة من الملعب.¹
- هذا بالإضافة إلى بعض الخصائص العامة التي يجب أن يتميز بها الصحفي الرياضي و التي منها:

1. الموهبة الصحافية.

2. المعايضة الصحفية للأحداث و الأنباء.

¹ - حازم عبد المحسن محمد ابراهيم: الصحافة الرياضية في مصر في الفترة من عام 1982-1990، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية بنين، القاهرة 1993، ص 150-152.

3. القدرة على استكمال مادة التحقيق.

4. الثقافة العامة مع الاهتمام بفرع من فروعها.

5. الهواية و الحماس.¹

التزامات الصحفيين و واجباتهم في مجال الرياضي:

إلى جانب ما يتمتع به الصحفيون في مجال الرياضي من حقوق و ضمانات عليهم أن يلتزموا في المقابل بمجموعة من المسؤوليات و الواجبات أثناء ممارستهم لمهنتهم تتمثل أربعة أنواع:²

1. التزامات و مسؤوليات مهنية.

2. التزامات و مسؤوليات اخلاقية.

3. التزامات قانونية.

4. التزامات و مسؤوليات اجتماعية.

أولاً: الالتزامات و المسؤوليات المهنية للصحفي الرياضي و التي تتمثل في:

1. نقل الأخبار الرياضية دون تحريف أو تشويه و ذكر الحقيقة من غير مراوغة أو تستر لا مبرر له.

2. الالتزام بالموضوعية و الصدق في تناوله للأخبار و الموضوعات و القضايا الرياضية.

3. الحرص على العمل من أجل التدفق الحر و المتوازن للإعلام.

4. التحقق من صدق الخبر و صحته و عدم نشر معلومات زائفة أو غير مؤكدة أو لأهداف دعائية.

5. احترام أسرار المهنة و الحفاظ عليها و الالتزام بعدم التصريح بالإطلاع على معلومات معينة إلى للمصرح لهم بذلك.

6. الحصول على موافقة الشخص الذي يتم تخزين المعلومات عنه عدا في الحالات التي ينص عليها القانون صراحة كالأمن القومي و الإجراءات الجنائية.

ثانياً: الالتزامات و المسؤوليات الأخلاقية للصحفي الرياضي:

ويقصد بها المسؤوليات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة و التي تتمثل في:

1. التزام الصحفي الرياضي بمستوى أخلاقي عال و بحيث يتمتع بالنزاهة و يتمتع عن كل ما يسيء لمهنته كأن يكون

دافعه للكتابة مصلحة شخصية على حساب الصالح العام أو منفعة مادية.

¹ - محمود علم الدين: الصحافة ، المداخل الأساسية كلية الإعلام جامعة القاهرة 1991، ص 23-24

² - نفس المرجع ص 85-88

2. و من خلال الإطار السابق على الصحفي الرياضي أن يمتنع عن العمل تزويد بعض الجهات بالمعلومات لحساب جهة أخرى أو القيام بأعمال التجسس لحساب هذه الجهة تحت ستار واجباته المهنية.
3. احترام كرامة البشر وسمعتهم.
4. عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد الرياضيين أو جعلها بمنأى عن العلانية.

ثالثا: الالتزامات القانونية للصحفي الرياضي

ويقصد بها مجموعة الالتزامات التي يفرضها القانون على المهنيين و يعاقبهم جنائيا في حالة مخالفتها و هي

كالتالي:

1. الالتزام بأحكام القانون.
2. الامتناع عن التشهير أو الاتهام الباطل و القذف و السب.
3. عدم انتحال آراء الغير و نسبها إلى نفسه.
4. عدم التحريض على أي عمل غير قانوني ضد أي شخص أو مجموعة من الأشخاص في المجال الرياضي.
5. عدم نشر أي أمور من شأنها التأثير في سير العدالة حتى تتوفر الضمانات للمتهمين و المتقاضين في محاكمة عادلة أما قاضيه الطبيعي فلا يجوز محاكمتهم على صفحات الصحف الرياضية قبل حكم القضاء.
6. الامتناع عن نشر أنباء جلسات المحاكم السرية أو التحقيقات التي تجريها الأندية و الاتحادات الرياضية لبعض الأفراد في المجال الرياضي.

رابعا: الالتزامات و المسؤوليات الاجتماعية للصحفي الرياضي

ويقصد بها المسؤوليات التي يقبل الصحفي الرياضي طواعية الالتزام بها لإحساسه بالمسؤولية و الاجتماعية

تجاهها و التي تتمثل في:

1. أن يتصرف الصحفي الرياضي بشكل مسؤول اجتماعيا و يحترم مسؤوليته إزاء الرأي العام الرياضي و حقوقه و مصالحه.
2. احترام حقوق الأفراد في المجال الرياضي وإقرار التعاون بينهم.
3. عدم الحض على الكراهية القومية أو العرقية في المجال الرياضي و التي تشكل تحريضا على العنف أو التعصب.
4. الامتناع عن نشر الموضوعات التي تحرض على الإجراء و الانحراف و تجذب المخدرات و ما إلى ذلك.
5. الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي.
6. مراعاة مسؤولية تجاه المجتمع الرياضي الدولي فيما يتعلق باحترام القيم التي ينص

مبادئ الصحافة الرياضية:

لكي يتمكن الصحفي الرياضي من ممارسة مهنته على قواعد عادلة و سليمة عليه أن يتبع المبادئ الصحفية التالية:¹

1. **المسؤولية:** لا توجد وسيلة لاجتذاب القراء إلى الصحافة الرياضية و المحافظة عليه كقارئ سوى تفانيها في خدمته و العمل على رفاهيته و كذلك مساهمتها في رعاية مصالحه و هذا يحملها مسؤولية كبرى هذه المسؤولية توزع على كافة العاملين فيها، و الصحفي الرياضي الذي يستخدم إمكاناته لتحقيق منفعة شخصية لا يكون محل ثقة أو تقدير من جانب العاملين معه في الحقل الصحفي و من جانب جمهور القراء أيضا.
2. **حرية الصحافة:** حيث يجب المحافظة على حرية الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة و كذلك باعتباره حق من حقوق الإنسان و هذا الحق يقرره القانون للأفراد بدون استثناء و على الصحفي الرياضي الذي يتمتع بحرية العمل في المؤسسات الصحفية أن يقرها بمسؤولياته كمواطن أقسم اليمين باحترام الدستور.
3. **استقلال الصحافة:** الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة حرة من كل قيد عدا قيد ولائها للجمهور فلا يجوز للصحافة الرياضية أن تتبنى موضوعا خاصا ضد مصالح هذا الجمهور مهما كان السبب لأن هذا العمل يتعارض مع الأمانة الصحفية مع ضرورة الالتزام بإيضاح مصادر الأخبار التي تستقيها منها.
4. **الولاء و الصدق و الذمة:** إن الثقة المتبادلة بين القراء و الصحيفة هل أساس الصحافة الناجحة و على أساس هذا المبدأ يكون من واجب الصحافة الرياضية قول الحق و لا عذر لها في مجابته بحجة عدم العلم بالخبر كاملا أو تقصير مراجعتها له، و كذلك يجب أن يكون العنوان الرئيسي لأي موضوع متماشيا مع مضمون هذا الموضوع.
5. **عدم التحيز:** حيث يجب أن تفرق ما بين الخبر و الرأس فالأخبار عادة ما تكون خالية من وجهات النظر مجردة من الرأي أما التعبير على الرأي فله مكانة في بعض الفنون الصحفية الأخرى كالمقالة التي تحرر و توقع دفاعا عن وجهة نظر معينة أو قضية معينة تهم جمهور القراء وتشغل بال الرأي العام الرياضي.
6. **الصراحة في القول:** حيث لا يجوز للصحافة الرياضية أن تنشر اتهامات غير رسمية تمس سمعة الأفراد في المجال الرياضي دون أن تعطي الفرصة للمتهم من إبداء دفاعه كخبر رشوة بعض الحكام، و قد جرت العادة أن تعطى الصحافة الرياضية فرصة للمتهم في جميع أحوال الاتهام التي لا يتناولها القضاء للدفاع عن نفسه، كما لا يجوز للصحافة الرياضية أن تهاجم المشاعر الشخصية للأفراد في المجال الرياضي بدون التأكد من أن هذا بدون التأكد

¹ - غريب محمد سيد: متطلبات العمل الاعلامي الصادق ، الندوة العلمية الرابعة، المركز القومي للدراسات الاعلامية، 1982. ص 237-238

من أن هذا من حق المجتمع الرياضي و فضول الناس، كما أنه من الواجب على الصحافة الرياضية أن تصحح أخطائها فوراً مهما كان مصدرها.

7. قواعد اللياقة: حيث لا يجوز للصحافة الرياضية أن تسرف في نشر تفاصيل الجرائم التي قد تحدث في المجال الرياضي لأن رسالتها أسمى من أن تتعرض لنشر كل ما يتعلق بالجرائم و سوء السلوك.

الشروط التي يجب توافرها للصحافة الرياضية للمساس بخصوصيات الأفراد¹

1- وقوع الظلم على الأفراد:

فعندما يقع ظلم من صاحب الخصوصية على فرد من الأفراد وحب عليه إفشاء ذلك على الرغم مما في ذلك من إساءة لصاحب الخصوصية وإظهار الأمور قبيحة في المجتمع.

ومثال على ذلك عندما أفشت إحدى الصحف بأمريكا حادث اغتصاب الملاكم العالمي مايكل تايسون بطل العالم في الملاكمة للوزن الثقيل لإحدى الفتيات.

وكذلك لو ظلم أحد رؤساء الأندية أو الاتحادات الرياضية رؤوسيه وترك رعاية شؤونهم وتفرغ لإشباع نزواته وأطماعه جاز لهم بل وحب عليهم فضح أمره وسحب الرئاسة منه وليس هذا حق القانون فقط فإذا كان الإسلام يحرم الجهر بالسوء كقاعدة عامة فإنه جعل للمظلوم استثناء من هذه القاعدة وذلك لرد الظلم الذي وقع عليه.

يقول الله تبارك وتعالى:

{لَا يُجِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلِمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا} سورة النساء، الآية رقم 148.

2- الاستناد إلى أدلة مشروعة:

حيث يجب عدم إفشاء خصوصيات الأفراد والمساس بسمعتهم أو الإساءة إلى مكاتبتهم أمام الآخرين بغير أدلة مشروعة تثبت صحة الإدعاء محل النشر أو الإعلام.

وقد يشكل بما يسيء إليهم عبثاً أو افتراء بغير دليل صحيح غير جائز.

وقد يشكل هذا جريمة قذف في القانون الجنائي الذي يعاقب عليها أما في الشريعة الإسلامية فمن حق المظلوم أن يجهر بالسوء طلباً للحق وإن افتقد إلى الدليل مادام يرى نفسه صادقاً أمام الله عز وجل.

¹ - خير الدين عويس، عطاء الله عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 119.

كما يجب أن تكون أدلة الإدعاء مشروعة فلا يكفي أن تكون الواقعة صحيحة فلو حدثت نفس الواقعة موضوع النشر أو الإعلام في مكان خاص كمنزل صاحبها مثلا أو عن طريق القهر أو العنف كاختحام البيوت بغير إذن مقبول، فإن الأدلة العلمية بشأنها يجب ألا يعتد بها وذلك بخلاف الحال إذا وقع الحدث في مكان عام من حق الآخرين التواجد فيه كالنادي مثلا أو في مكان خاص تم الاتصال به بطريق مشروع.

3- تحقيق فائدة من الإعلام أو النشر :

الأصل أن الجهر بالسوء من خصوصيات الأفراد محظور نشره أو إعلامه نظرا لضرورة وما يمكن أن يؤدي إليه من شيوع الرذيلة في المجتمع ولا يسمح بالخروج على هذا الأصل إلا استثناء إذا وجد المبرر لهذا الاستثناء وهذا المبرر يتمثل في الفائدة التي يمكن أن تعود على الفرد المظلوم أو الجماعة كلها من النشر أو الإعلام المتصل بهذه الخصوصية وهذه الفائدة قد تتمثل في الرد الظلم عن المظلوم بمساعدة الآخرين الذين تم إعلامهم سواء كانوا مسؤولين بالأندية أو الاتحادات الرياضية أو بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة والذي قد يتمثل في رئيس هذا المجلس الوزراء بحكم منصبه.

وقد تتجسد أيضا في رفع الظلم عن نادي مركز الشباب من جراء قيام أحد الطغاة أو المنحرفين برئاسته وقد يكون رفع الظلم عن هذا النادي أو ذلك ولو بالوفاة وليس صحيحا فيما نرى أنه يحرم ذكر مساوئ الميت مطلقا امتثالا لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " أذكروا محاسن موتاكم " رواه داود والترمذي، وقال: حديث حسن

فهذا الحديث يتعلق بموتى الأفراد من أحاد الناس ولا يقصد موتى الأفراد من ولاة الأمور " مسؤولين بالأندية بالاتحادات الرياضية بالمجلس الأعلى للشباب " فسيرة ولاة الأمور يجب أن تذكر بصدق لحق التاريخ ولاستنباط العبر والمواعظ منها وللاستفادة منها في تنظيم مستقبل الجماعة وعدم تكرار الوقوع في الأخطاء والمخاذير.

الصحيفة:

تعتبر الصحيفة وسيلة اتصال جماهيرية أقدم من السينما والراديو والتلفزيون، تنشر الكلمة والخبر والصورة ، وتحمل الفكرة إلى عشرات الملايين من القراء وستتناول بداية المفهومين اللغوي والاصطلاحي للصحيفة.

الصحيفة لغة: ورد في لسان لابن منظور: أن الصحيفة التي يكتب فيها ، والجمع صحائف وصحف ويستخدم قاموس أكسفورد كلمة Presse بمعنى صحافة ، وتعني شيئا مرتبطا بالطبع والنشر والأخبار والمعلومات ، Journalisme بمعنى صحافة أيضا ، و Journaliste بمعنى صحفي.¹

¹ - محمود علم الدين، مدخل الى الفن الصحفي، القاهرة، د.د.د.د. 2004.ص3

الصحافة (بكسر الصاد) من صحيفة جمع صحائف أو صحف، والصحيفة هي الصفحة وصحيفة الوجه أو صفحة الوجه هي بشرة الجلد.

والصحيفة أو الصفحة هي قرطاس المكتوب أو ورقة الكتاب بوجهيها وورقة الجريدة بها وجهان اي صفحتان أو صحيفتان.

الصحيفة اصطلاحا :

والصحيفة هي مجموعة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة وتتضمن اخبار السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة وما يتصل بها.

وسميت صحيفة، وعليها أومنها سمي: صحافة، والمزاويل لها يسمى صحفيا (بكسر أوضم أو فتح الصاد).

وباللغة اللاتينية تسمى الصحيفة بالفرنسية Journal، أي يومية وبالإنجليزية Newspaper وهي كلمة من New وتعني أخبار والثانية Paper وتعني ورق ومعناها الكامل ورق الأخبار.

كم تعرف أيضا بأنها : "الورقة من الكتاب بوجهيها، وصحيفة الوجه اي البشرة ، والصحيفة جمعها صحف، والجريدة الصحيفة هي النشرة الدورية التي تحمل الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية المتنوعة "

وتشترط اغلب قوانين الإعلام والاتصال والصحافة في العديد من دول العالم ان تكون الصحيفة متصفة بما يلي:

ا- ان تكونه الصحيفة (الجريدة) أو المجلة مطبوعة .

ب- ان يكون للصحيفة اسم واحد

ج- دورية الصدور : فيجب أن تصدر بانتظام كل يوم والمجلة الأسبوعية كل أسبوع وهكذا الصحافة بمعنى "Presse" هي صناعة إصدار الصحف، واستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة المحكومة فضلا عن انها من اهم وسائل توجيه الرأي العام .

والصحافة بمعنى "Journalisme" هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار كما تسمى الصحيفة كذلك "الوقائع" وهي التسمية التي كانت تطلق عليها في بداية القرن التاسع عشر، ومنها جريدة الوقائع المصرية كما دعاها رفاة الطهطاوي.

كما سميت أيضا " غازيته " نسبة إلى قطعة من النقود كانت تباع به الصحيفة، وسميت كذلك "جور نال" وهي كلمة فرنسية معناها "يومي" اي المنسوبة إلى اليوم للدلالة على الصحف اليومية .

ويحدد مؤرخ الصحافة الامريكى ادوين ايمري "Edwin Emery" سبعة معايير أو سمات للجريدة هي:

- 1- أن تنشر أسبوعيا على الأقل.
- 2- أن تطبع ميكانيكيا.
- 3- أن تكون متاحة للناس من كل جوانب المجتمع وفئاته.
- 4- أن تنشر الاخبار ذات الاهتمام العام عن تلك المجالات ذات الموضوعات المتخصصة.
- 5- أن يستطيع قراءها كل من تلقى تعليما عاديا.
- 6- أن ترتبط بوقتها.
- 7- أن تكون مستقرة عبر الوقت.

خصائص الصحيفة :

تتميز الصحيفة بمجموعة من الخصائص أبرزها:

- 1- تزويد القراء بالمعلومات السياسية والاقتصادية والثقافية كذا الاجتماعية المتنوعة.
- 2- تحتوي على مقالات ومعلومات متعددة تناسب معظم الأذواق.
- 3- تتيح للقارئ قراءتها أكثر من مرة .
- 4- تتيح القارئ في المساهمة بطرح أفكاره.
- 5- تعد وثيقة تاريخية نرجع إليها لدراسة وكتابة التاريخ.
- 6- تساهم الصحيفة في تشكيل رأي عام مستنير عن طريق العرض والتحليل والمتابعة والنقد البناء حول موضوع من المواضيع لكشف الحقائق للجمهور.
- 7- تقوم الصحيفة بدور تثقيفي وتعليمي وترفيهي في المجتمع.

دور الصحافة :

يتحلى دور الصحافة (الجريدة) باعتبارها أداة اتصال يومي ومباشر لجمهور القراء، بغرض نقل الخبر والرأي التحليلي لهم، حسب طبيعة وتوجه كل جريدة أو صحيفة ودرجة انتشارها وتوزيعها، تحتل الصحافة المكتوبة مكانة مرموقة إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى حسب تجربتها التاريخية، فهي تعرض يوميا اتجاهاتها السياسية وكذا آرائها في حل المشاكل الاجتماعية المختلفة.

كما أنها تعرض الأحداث والأخبار اليومية عن طريق اختيارها لبعض المواضيع ومعالجتها بواسطة الخبر أ المقال أ النقد وكذا التحقيق... الخ.

وتمتلك الصحيفة القدرة على بث الأفكار والإقناع بها، إلا أنها تعتمد على الكلمة المطبوعة التي تمتلكها من استشارة الانفعالات لقرائها، من خلال تغطية كافة مجالات الحياة وتقدم الخبر والرأي والخدمة، إلى جانب ميزات أخرى كالتحكم في أوقات التعرض وسهولة الحمل والنقل، كما أن القارئ يجد وقتا للتفكير في المعلومات التي قرأها لبلورة وجهة نظره فيها.

وتؤدي الصحيفة واجبها بالحياد وإعطاء الاخبار الصحيحة، فتسمى بذلك صحيفة خبر، وإما أنها تعطي آراءها واتجاهاتها السياسية مع الاخبار فتسمى عندئذ صحيفة رأي، وغالبا ما تقوم الصحيفة بإعطاء الجانبين معا.

وتظهر أهمية الصحافة المكتوبة كذلك من خلال اتساعها في العديد من الأحيان في تناول بعض القضايا والمواضيع التي تعترضها، فتقوم بتناولها من زوايا مختلفة وبأنواع صحفية متعددة، فهي بذلك تقوم ببعض المهام التي قد لا تقوم بها وسيلة أخرى مثل الراديو.

في ذلك يقول عبد العزيز الغنام أنه : "يصعب على السامع أو الناظر أن ينظر إلى الأخبار كلها نظرة مستوعبة بما يستطيع ان يحللها أو ينظمها طبقا لأهميتها وبالأخص انه لا يمكن عن طريق الراديو إعطاء رسوم بيانية أو توضيحي، ومن هنا يزداد اهتمام القارئ بالصحافة المكتوبة وخصوصا بعد سماع أو رؤية أخبار مهمة بالراديو أو بالتلفزيون. فالصحف تهم بعض القراء في دورها التقليدي كمصدر للمعلومات والأفكار عن الشؤون العامة الجادة، وقد وجد الباحثون ان القراء لا يستخدمونها فقط للحصول على الحقائق الخام عن الأحداث الجارية وانما من أجل التفسيرات التي يقدمها كتاب المقالات والمعلومات والأعمدة ...

المؤسسة الصحفية:

يقصد بالمؤسسة: المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة.

ولأهداف المؤسسة الصحفية بعدان:

البعد الأول: يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية، ويتضمن عددا من الأهداف النوعية يمكن حصرها في :

- الأخبار: دعم المبادئ والاسس التي يقوم عليها المجتمع.

- رفع المستوى الفكري والثقافي ، ونشر الوعي السياسي لتكوين رأي عام مستنير.

- الإمتاع والترويح عن القراء بالمادة الخفيفة.

البعد الثاني : يتعلق بتحويل الصحافة إلى صناعة لها متطلباتها وأدواتها ويشمل عدة أهداف فرعية أبرزها:

- تحقيق الربحية مما يضمن عائدا استثماريا على رأس المال يكفل لها الاستمرارية في تقديم خدماتها ويحقق رسالتها الإعلانية.

- الاستقلال المالي بما يضمن لها الاستقلالية التامة، وهذا البعد يرتبط بالإعلان الذي يمثل 60 بالمائة من داخل المؤسسة الصحفية.¹

نماذج من المؤسسات الصحفية الجزائرية:

سنتعرض في هذا العنصر لنموذجين من الصحف الجزائرية وهم صحيفتا الخبر والوطن التابعتان للقطاع الخاص في الجزائر ، وذلك من حيث الهيكلة والدرو.

صحيفة الخبر:

تأسست صحيفة الخبر في الفاتح من نوفمبر 1990 على شكل شركة مساهمة برأسمال ابتدائي يقدر ب30.1600 د ج ، حيث تعد أول صحيفة جزائرية مستقلة باللغة العربية.

¹ - محمود علم الدين، وأميرة العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي، ص 42-43.

وقد تمت هيكلة شركة المساهمة "الخبر" وفق قانونها الأساسي الذي يطبع مثل هذا النوع من الشركات ذات الطابع التجاري في الشكل، حيث يتولى إدارتها مجلس ادارة الشركة الذي يحوي كل المساهمين، ويمارس هذه السلطات للتصرف في كل الظروف باسم الشركة ، ويقوم رئيس هذا المجلس بالإدارة العامة وتمثيل الشركة مع الغير.

وإلى جانب مجلس الإدارة والرئيس المدير العام ، نجد رئيس التحرير الذي يكون مكلفا بالسهر على تحرير ونشر مضامين الصحيفة.

وتحوي اليومية على خمسة أقسام هي:

- **القسم الوطني** : ويتولى تغطية الأحداث والأخبار الوطنية والجهوية والمحلية .

- **القسم الدولي**: يتولى صحفيوه تحرير تقارير عن أخبار الساعة التي تحدث في العالم ، فضلا عن اجراء لقاءات صحفية مع بعض الشخصيات السياسية الأجنبية.

- **القسم الثقافي** : يقوم هذا القسم بتغطية المهرجانات الثقافية الوطنية ومعالجة مختلف القضايا الثقافية ...

- **القسم الرياضي** : يقوم بالتغطيات الإعلامية لمختلف النشاطات الرياضية المحلية والوطنية.

- **قسم المنوعات**: تسهر من خلاله الصحيفة على تسليط الضوء على الواقع الاجتماعي للمواطن الجزائري بواسطة الأخبار والتحقيقات.

- **القسم الصحي**: يشرف عليه طبيب، يقدم من خلاله الإرشادات الصحية، كما يجيب عن مختلف الأسئلة.

ويقدر الطاقم الصحفي العامل بالصحيفة بأكثر من تسعين 90 صحفيا إلى جانب 60 مراسلا من متعاون ودائم¹.

صحيفة الوطن :

صحيفة الوطن مؤسسة ذات أسهم برأسمال 5.148 دج ، ويقدر عدد صحفيتها ب32 صحفيا، فضلا عن عدد من المراسلين والمتعاونين إلى جانب مكاتب الصحيفة الثلاثين في مختلف أنحاء الوطن، ويصل سحبها إلى 100.000 نسخة . وتتكون صحيفة الوطن من عدة أقسام أهمها :

¹ -نسيمة مقبل، الاخبار الاجتماعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مقارنة تحليلية ليومتي الخبر والوطن من سنة 1991 الى سنة 200،رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2002.ص35-37.

- قسم التحرير: يتكون من رؤساء الأقسام والصحفيين، ومهمة هذا القسم تكمن في تحضير المادة الإعلامية لكل يوم.

- قسم التوثيق: يقوم بتوفير المعلومات (مقالات، مجلات، كتب، صور...) للصحفيين، كما يقوم بحفظ المعلومات بالطريقتين الإلكترونية والتقليدية.

- قسم الاشهار : ويقوم موظفو هذا القسم باستقبال المعلنين وبرمجة طلباتهم لنشرها.

- قسم الادارة والمالية: ويتولى مهمة التسيير المالي ، كما يتكفل بدفع اجور العمال، ومتابعة البيع مع شركة التأمين ،وكذا مصلحة الضرائب.

قسم الوسائل العامة: وتمكن مهمته في توفير الوسائل التي تحتاجها الصحيفة من أجهزة وعتاد وسيارات ...

وبالنسبة للإشهار الذي يعد منبع كل الصحف، وهو مورد مالي لا غنى عنه تتحصل صحيفة الوطن على مجمل أموالها من أموالها من الإشهار وتخصص له صفحات معنية في صفحاتها.

الصحيفة في عصر المعلومات:

تتميز صحيفة عصر المعلومات خاصة في بعض دول العالم المتقدم بمجموعة من الخصائص والسمات أبرزها:

1- الحوسبة الكاملة للعملية الصحفية: فهناك استعمال متسع لأجهزة الإعلام الآلي من قبل الصحفيين الذين يعالجون بواسطتها المعلومات، كما أصبحت الصحف الآن تنتج ليتم قراءتها علي شاشات الحاسبات الالكترونية المرتبطة بشبكات المعلومات، كما يستطيع الصحفي من خلال جهاز الإعلام الآلي المحمول ان يكتب الموضوع الصحفي في أي مكان داخل البلد الذي تصدر فيه الصحيفة أو خارجها.

2- الاهتمام بالتفسير والتحليل: وذلك للسعي للوصول إلى خلفيا وتفصيل وأسباب الأحداث، مما يمكن من فهم الخبر واستيعابه ووضع في المعلوماتية الضخم الذي يشهده العالم.

4-الميل للتخصص: وذلك بظهور الجرائد والمجلات المتخصصة التي تعكس الميولات المختلفة والمتخصصة لجمهور القراء من سياسية واقتصادية وفنية وثقافية ورياضية، وسيارات وطهي ...

5- الميل للإقليمية: وذلك للتغلب على المنافسة الشديدة للتلفزيون وللتقليص من نفقات التوزيع

6-الميل للدولية: وذلك بطبع الجريدة في أكثر من بلد، وفي أكثر من قارة لان العالم أصبح قرية صغيرة .

7-المحرر المؤهل للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة : حيث أضحى المحرر الصحفي مطالبا باستيعاب أساليب استخدام الحاسبات الإلكترونية، بكل تجهيزاتها وبرامجها الموظفة في العمل الصحفي، وأجهزة الفاكسيميلي وكاميرات التصوير الرقمية والتعامل مع البنوك المعلومات وأشكالها المختلفة.

8- المعالجة الصحفية العلمية لبعض القضايا الجماهيرية: حيث تتجه بعض الصحف إلى معالجة بعض المواد الصحفية من خلال توظيف بعض أدوات البحث العلمي في جمع المعلومات الخاصة بموضوع صحفي، وفي معالجتها وتحليلها مثل أداة تحليل للمضمون وأداة للاستقصاء، وقياس الرأي العام وذلك من اجل الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية مما يعطي المضمون الصحفي مصداقية أكثر.

9- الدراسة المستمرة لاتجاهات القراء: ويرجع ذلك الاهتمام بالتعرف المستمر على اتجاهات القراء، والأداء الصحفي للجرائد والمجلات من خلال دراسات القراء الميدانية وعقد حلقات نقاش مع عينات من القراء...

10-التصحيح الذاتي لسليبات الممارسة الصحفية: ومثال ذلك ما تقوم به بعض الصحف حاليا، بتعيين بعض كبار محرريها المخضرمين في وظيفة محكم يكون بمثابة المقوم اليومي لأداء الصحيفة.¹

مراحل تطور الإذاعة المسموعة:

تطور الإذاعة الصوتية بعد الحرب العالمية الأولى:

بعد الحرب العالمية الأولى تم إستئناف النشاطات المتعلقة بالإذاعة وتطوير تقنياتها، ووظفت في مجالات حياتية كثيرة، فظهرت أول إذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية سميت بمحطة (K-DKA) إستخدمت في نقل إنتخابات الرئاسة الأمريكية، إذ إستمع إلى نتائج الانتخابات في نفس وقت إعلانها على الهواء.

وفي عام 1921 تم لأول مرة إنتاج أول جهاز إستقبال راديو للإذاعة العامة في باريس ، ثم تحول هذا الاكتشاف على نطاق تجاري لإنتاج أعداد كبيرة من هذه الأجهزة، التي تحافت الناس على شرائها لاستقبال برامج الإذاعة.

وفي عام 1922 بدأت الإذاعة في بريطانيا عندما ساهم أصحاب الشركات المنتجة لأجهزة الاستقبال بإنشاء شركة للإذاعة البريطانية حتى عام 1926.. حيث تم إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وهكذا إنتشرت محطات الإذاعة في أوروبا بعد أن بدأت محطة برلين بث برامجها عام 1923 لأول مرة.

تجدد الإشارة إلى أن جميع تلك المحطات إستخدمت الموجات الطويلة، وتضافرت الجهود الدولية في هذا المجال إلى أن تم تغطية الولايات المتحدة الأمريكية وكافة البلدان الأوربية بالبث ،ومن ثم إنتشر البث إلى خارج القارة الأوربية.

¹ - المرجع السابق، ص 65-69.

دخول الإذاعة إلى الدول العربية:

تعد بداية دخول الإذاعة إلى البلدان العربية إلى عقد العشرينات من القرن الماضي، دخول العديد من المحطات الأهلية وإنتشارها بشكل سريع بين هواة اللاسلكي من العديد من البلدان العربية، إلى أن تنبثت حكوماتها آنذاك إلى أهمية الإذاعة للمجتمع، فقامت بإلغاء المحطات الأهلية وإنشاء إذاعات حكومية إستمرت بالعمل تحت إشراف الدولة إلى وقت متأخر.

"ظهرت الإذاعة في الجزائر أواخر العشرينيات من القرن العشرين تقريبا، وبقيت تابعة لوزارة البريد الفرنسية حتى سنة 1945 عندما أدمجت الإذاعة الجزائرية بالإذاعة الفرنسية، وتعتبر سنة 1948 إنطلاقا شاملا للإذاعة الجزائرية إذ أنشئت أول قناة ناطقة باللغة العربية، ثم قناة أخرى ناطقة باللغة القبائلية وانتشرت في مختلف المدن مثل: قسنطينة، وهران، وبجاية"¹ قامت الحكومة المصرية بإنشاء أول إذاعة حكومية في: 1934/05/31، وإستمرت بالعمل تحت إشراف الدولة إلى وقت متأخر، وفي عام 1932 م أنشأ الملك عبد العزيز شبكة إذاعية خاصة به في المملكة، ولكن الإذاعة بمعناها الشامل لم تبدأ الإرسال في المملكة العربية السعودية إلا عام 1948م من خلال محطة صغيرة في جدة.

يعتبر تاريخ 1937/06/15 يوم تأسيس الإذاعة العراقية وسميت بمحطة قصر الزهور، وتم نصب محطة ثانية في 01 كانون الأول 1937، ثم ثالثة في نيسان من عام 1938 وكانت هذه المحطات تبث برامج دينية وتربوية وتعليمية وإخبارية وترفيهية وكانت معظم برامجها محلية.

ثم توالت بعد ذلك تأسيس العديد من المحطات الإذاعية في البلدان العربية حتى أضحت الإذاعات تغطي مساحة الوطن العربي بأكمله، وأن العديد من البلدان العربية لديها محطة أو أكثر لبث البرامج الموجهة إلى خارج المنطقة العربية.²

3 - خصائص الإذاعة:

إن الإذاعة كنوع من أنواع الإعلام لها خصائصها التي تميزها عن باقي الأنواع وهي كالآتي:³

- إن خاصية الانتشار التي تتميز بها الإذاعة جعلت من الإذاعة المسموعة أداة مرافقة للفرد أين ما حل أو ذهب، يستمتع بها في كل وقت يرغب في الاستماع إليها، مما خلق الألفة والتقارب بين الفرد و الوسيلة.
- إن الأساليب الفنية المتطورة والمتجددة مكنت الإذاعة من توظيف رسائلها الاتصالية في برامج التنمية وعمليات التغيير الاجتماعية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات المعاصرة، خلال التأثير على العاطفة والعقل في آن واحد.
- إن إمكانية تقديمها لمضامين مختلفة ومتنوعة أدى إلى تحقيق أهدافها في المجتمع.

¹ بيبير ألبير: تاريخ الاذاعة والتلفزة، ترجمة: محمد قدوش، ديوان المطبوعات الجامعة الجزائرية 1984، ص108.

² مصطفى حميد كاضم الطائي: مرجع سبق ذكره، ص21.

³ نفس المرجع، ص23.

- أسهمت الإذاعة في خلق الإحساس الجماعي لدى الأفراد بعيدا عن العزلة لدرجة جعلت الفرد يحس انه عضو في مجتمع كبير يمكن أن يتفاعل معه من خلال هذه الوسيلة، الأمر الذي دفعه إلى متابعة برامجها والمشاركة في هذه البرامج.
- الفورية في نقل البرامج الإذاعية أشعرت الفرد بالإحساس بالذات والتفاعل مع المجتمع بمصادقية من خلال هذه الوسيلة، وأسهمت الإذاعة في توسيع مدركات الفرد وتنمية خياله.
- إن إمكانية تسجيل البرامج وإعادة بثها أكثر من أتاح إمكانية ترسيخ الكثير من القيم والمفاهيم وأنماط السلوك والمعايير الاجتماعية.

4- أهمية الإذاعة كوسيلة إتصال إقناعي:

- إن أهمية الإذاعة المسموعة كوسيلة إتصال إقناعية تنبع من سعة إنتشار هذه الوسيلة، فضلا عن تطورها السريع في الوسيلة والأسلوب وما أحدثته من تحولات سريعة في المجتمعات المعاصرة، من خلال إشاعتها للأفكار والمعلومات والمعارف وعمليات تداولها بين الأفراد والمجتمعات،
- وإن أهم ما يميز الإذاعة المسموعة ويضفي عليها الأهمية¹:
- أنها تخطت كافة الحواجز: كالمسافات المتباعدة والأمية والفوارق الاقتصادية والاجتماعية، بإعتمادها على الكلمة المذاعة التي أضحت مسموعة في كل مكان من خلال شمولية التغطية، في كل زمان من خلال سعة البث وإنتشاره، وأصبح لها تأثير واضح على البنى الاجتماعية والثقافية في كافة المجتمعات.
 - إن سعة وتنوع البرامج الإذاعية جعل منها وسيلة ممتعة فإستخدمت أداة التعليم والتثقيف وتعميق المعارف والتعرف على الآداب والفنون، كما إستخدمت للإمتاع والترفيه.
 - تعتبر الإذاعة كوسيلة إتصال إقناعية مهمة لأنها تقوم بتأثير في القيم والعادات والتقاليد وتغيير أنماط السلوك الفردي والجماعي، ولما تتمتع به الإذاعة من قدرة على الإقناع فقد أثرت في خلق الميول، وأسهمت في تعزيز الاتجاهات الايجابية، وجسدت الممارسات الديمقراطية، وتوسيع خيال الأفراد ورفع تطلعاتهم وإحاطتهم بكل ما يجري حولهم من أحداث وتطورات حتى وصفت بأنها "جامعة شعبية على الهواء".
 - تكمن الإذاعة المسموعة بإعتبارها وسيلة إتصال جماهيرية في الخصائص التي تتمتع بها والتي مكنتها من توطيد الصلة بطبقات واسعة من الجماهير.

¹ نفس المرجع، ص22.

5- أهمية دراسة الجمهور المستهدف:

يتطلب إنتاج البرنامج الإذاعي الناجح دراسة الجمهور بشكل مستفيض، فمن خلال تحديد فئات الجمهور المستهدف من جميع الجوانب ومعرفة إتجاهات هذا الجمهور، يستطيع منتج البرامج استخدام أفضل الأساليب الممكنة للتأثير على الأفكار والسلوك، ودراسة هذا المستمع دراسة واقعية تتيح إنتاج برامج تحقق المتعة والفائدة معا. وإذا كان البرنامج يعالج مشكلة إجتماعية، فلا بد من تحديد الجماعات المعنية بهذه المشكلة على وجه الدقة، فمثلا إذا كان البرنامج يتعامل مع السيدة الحامل فإن كل النساء في سن الحمل يصبحن جمهورا ثانويا محتملا لهذا البرنامج، وإذا كان البرنامج يتعامل مع أحد الأمراض التي تصيب المحاصيل يكون المزارعون الذين يزرعون هذا المحصول هم الجمهور الأساسي ويكون باقي المزارعين من الجماهير الثانوية المحتملة، والمقصود هو إعداد البرنامج الإذاعي المناسب تماما للجمهور الحقيقي المستهدف.

وكانت دراسة الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية قد مرت بتطورات عديدة طوال القرن العشرين، فخلال النصف الأول من هذا القرن كان هناك إعتقاد راسخ بأن وسائل الإعلام الجماهيرية قادرة على تكوين الرأي العام، وحمل الجماهير على تغيير آرائها إلى وجهة نظر يرغب القائم بالاتصال في نقلها، والفكرة الأساسية التي إنعقد عليها الاعتقاد هي أن الرسالة الإعلامية تصل إلى جميع أفراد المجتمع بطريقة متشابهة وإن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة التعرض لهذه المؤشرات (الرسائل) فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء، والمستمعين والمشاهدين، وهذه الجماهير مهيأة دائما لاستقبال الرسائل، وتمثل كل رسالة منبها قويا ومباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال.

6- الإذاعة المحلية في الجزائر وتطورها:¹

- ضرورة الإذاعة المحلية في الجزائر:

كان بث الإذاعة الجزائرية يتوقف في منتصف الليل فإن هذا الوضع ينتج غيابا لصوت الإذاعة الجزائرية في الجزائر نفسها، وفي كل منطقة المغرب العربي، ولهذا كانت بداية البث الجهوي لمدة 6 ساعات من وهران وفي نفس الإطار أعطيت فترة بث جهوي لقسنطينة وبنفس الحجم الزمني كان ذلك في نهاية 1975.

وفي الجزائر المستقلة لم تظهر الإذاعة المحلية إلا في السنوات متأخرة وذلك للعوائق القانونية والسياسية على الرغم من وجود عدة مجتمعات محلية تتميز في العادات والتقاليد واللهجات وبعد التحولات السياسية والتعديلات القانونية شهد قطاع الإعلام عدة تغيرات نحو حرية التعبير والتعددية الإعلامية التي سمحت بظهورها من جديد في التسعينات، وذلك للتسهيلات التي خولت للإذاعة السمعية العمومية، طبقا للمادة 13 من قانون الإعلام، والتي سمحت بإستعمال

¹ إبراهيم وهي: الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1985، ص24.

إمكانياتها وقنواتها لبث الثقافة الشعبية ، واللهجات المحلية ولقد أنشئت هذه المحطات في الولايات التي تتوفر على أجهزة تقنية ومالية موروثة عن الاستعمار.

وكانت البداية من بشار، حيث إنطلقت إذاعة الساورة في 20 أبريل 1991، ثم تلتها متيجة في 08 ماي 1991، والواحات بورقلة في 09 ماي من نفس السنة، لتتوالى بعد هذا التاريخ سلسلة إنطلاق المحطات الإذاعية المحلية في الجزائر، ليصل عددها عام 2004 إلى 29 إذاعة.¹

على غرار إذاعات جيجل وسعيدة وغيرها التي إنطلقت بعد هذا التاريخ، وآخرها إذاعة البرج 2008 وبذلك تكون شبكة الإذاعات المحلية قد بلغت 36 محطة عامة، وثلاث محطات موضوعاتية وهي: البهجة الموسيقية، وإذاعة القرآن الكريم الدينية والإذاعة الثقافية.²

وقد وزعت الإذاعات الأولى على طول الحدود لمواجهة المنافسة الخارجية للبلدان الشقيقة، بعدما عممت على كامل التراب الوطني لتغطية عجز الإذاعة الوطنية أمام الزخم الهائل من الإعلام الأجنبي، مما جعلها تسعى إلى تأسيس إذاعات فرعية، قائمة بذاتها لتكوين جمهور خاص داخل الوطن، كإعلام مضاد للغزو الإعلامي الخارجي من جهة، وملء الفراغ الإعلامي الذي يعاني منه الإعلام المحلي من جهة أخرى.

وتبقى الإذاعة المحلية المسؤول الوحيد على تأسيس الإذاعات الجهوية كونها صاحبة الخبرة الوحيدة، والنواة الأولى في الميدان الإذاعي الجزائري فيما يخص "الإنتاج - التنظيم - التسيير"، إضافة إلى كونها صاحبة المبادرة في إنشاء الإذاعات المحلية وهي إمتدادات لها فروع.

- أسباب تأسيس الإذاعة المحلية:

من الأسباب التي أدت إلى إنشاء المحطات المحلية نذكر:

- ظهور الصحافة المستقلة، فقد طبعت فترة التغيير السياسي لما بعد 1989م بتغيرات جذرية في الميدان الإعلامي، وكانت أهم مظاهرها التسريح القانوني لإمكانيات إطلاق صحافة خاصة، سواء كانت معارضة أو مستقلة أو الاستفادة الخاصة من الموجات الصوتية.
- نظرا للتغيرات العديدة التي أفرزتها التعددية، كان لزاما على القطاع السمعي البصري وخاصة الإذاعي أن يقترب أكثر من المواطن، وهكذا أصبح ضرورة فتح قنوات إعلام على مستوى الأفق ومنح الولايات الداخلية إذاعات محلية تتجه بالدرجة الأولى إلى سكان هذه المناطق.

¹ نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، ص 138.

² بركات عبد الفتاح وآخرون: تأثير الاعلام الرياضي على قرارات رؤساء الاندية الرياضية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2008/2009، ص 69.

- الطلبات التي ميزت هذه الفترة من الجهات لإنشاء هياكل تسمح لها بإبصال صوتها عبر القنوات، وهذا يعني محاولة تبني صيغة "البرنامج الجهوي" وذلك لمأ الفراغ الإعلامي الذي تعاني منه مختلف المناطق البعيدة عن المركز.¹
- الرغبة في فك العزلة الثقافية عن المناطق الداخلية النائية حتى تكون حافزا جديدا في التنمية المحلية في كافة المجالات.

- أهداف تأسيس الإذاعة المحلية:

- إن الغاية من إنشاء الإذاعة المحلية في الدول النائية، والتي تصنف الجزائر منها ليست نفسها في الدول الأكثر تقدما، والتي وصلت اليوم إلى ما يطلق عليه الإذاعات المتخصصة مثل: الإذاعات التعليمية، ومع تقدم وتعدد الاتصال والغزو الثقافي الكبير، وتعمق الصراع الحضاري، وإزدياد السكان في شكل غير محسوب، كان من الضروري إنشاء الإذاعات المحلية وإبرازها وسط الزخم الثقافي الكبير الذي يصلنا من جميع الجهات، وتتمثل هذه الأهداف في:²
- خدمة المستمع المحلي وتقديم المواد التي لا يتيسر تقديمها في البرنامج العام للإذاعة المركزية بالنظر إلى القاعدة الشعبية العريضة للمستمعين بتقديم ما يحتاجونه دون مضايقة الراغبين عن هذه المواد المقدمة.
- خدمة الثقافة الوطنية وتعميق جذورها عن طريق ما يقدم من برامج وأبحاث حفاظا على الإرث الثقافي والحضري لكل منطقة وإبرازها.
- تقدم الإذاعة المحلية كل ألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية ورياضية، وبرامج دينية وثقافية، وبرامج تعليمية وأخرى إقتصادية كما تقدم بعض الخدمات التجارية ضمن برامجها.
- إبراز الثقافة المحلية خوفا من إضمحلالها، كونها أساس من أسس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها، خاصة أن المجتمع الجزائري فسيفساء من العادات والتقاليد.
- تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي، مستندين في ذلك إلى خبرة الناس ونضرتهم إلى الحياة والاقتراب منهم.
- الإعلام المحلي تظهر أهميته في توصيل وتبسيط وحسن التنفيذ، ومتابعة الأهداف المحلية والتنموية العليا، وتغطية الأخبار والأحداث المحلية التي لا تغطي وطنيا.
- تحقيق فرصة الاتصال الجماهيري (الاتصال المستمر بالجمهور المحلي) وحرية التعبير ومنبر حر بالنسبة للأشخاص الراغبين في تبليغ السكان بالمواضيع ذات المصلحة المشتركة، كما تهدف أيضا إلى المشاركة بالإنتاج لصالح القناة المركزية الوطنية.

¹ نور الدين تواتي: مرجع سبق ذكره، ص 140.

² نفس المرجع: ص 141.

كل هذه الأهداف جعلت للإذاعة المحلية مكانة في الوسط الإعلامي وال جماهيري ويظهر ذلك من خلال درجة تبني بعض الجهات للإذاعة المحلية، حيث أصبح لا يصدق الخبر إلا إذا أعلنته إذاعتهم.

4- دور الإذاعة المحلية في الجزائر :

إن الإذاعة المحلية هي العين التي نرى بها الواقع المحلي، ونسمع أخباره السياسية منها الثقافية والاجتماعية وتخدم أفرادها وتنمي المجتمع بأسلوب بسيط ولغة محلية مفهومة، فهي همزة وصل بين الهيئة والمواطن، وهي الوسيلة التي تساعد الأفراد لكي يعبروا عن الواقع واهتماماتهم وقضاياهم ومشاكلهم، وإبرازا كل ما تفخر به المدينة والقرى والأرياف المجاورة لها من عادات وتقاليد ونشاطات ثقافية وتصحيح ما أفسده الدهر، وتنشيط دور المراكز الثقافية والطقوس الدينية والتاريخية، وتدعيم القيم الأخلاقية والاجتماعية والفنون والآداب الشعبية المحلية والمحافظة على البيئة والوسط المحلي بمشاركة الشباب، وانتشارها الواسع أهمية كبرى، حيث أن دورها فعال، وينفذ إلى جميع شرائح المجتمع، ويمكن حصره فيما يلي:

- إذاعة الأخبار والحقائق وحول الأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والطبيعية والصحية، حيث يؤكد حمدي حسن ذلك من خلال قوله: "يرتبط ظهور الراديو باعتباره وسيلة اتصال جماهيرية بالوظيفة الإخبارية من لحظات الميلاد".

- إن الإذاعة تقدم المعلومات المتنوعة حول قضايا والمسائل العامة التي تهم الجماهير المستمعة، فهي تلعب دورا كبيرا التثقيف من خلال برامج الثقافة المحلية والوطنية، وتحارب الثقافات الأجنبية، سيما التي تحمل قيما مضادة لقيم للمجتمع وتقاليد، فالراديو يعمل على توحيد الفكر والذوق والشعور من جهة، ومتابعة احتياجات الجماهير الفكرية والنفسية، ومحاولة الرفع من مستوى رصيدهم الثقافي من جهة ثانية، وخاصة أن أسلوبه بسيط يفهمه الجميع دون عناء.

- الحديث عن الثقافة والتثقيف يجعلنا نقف عند التوجيه والإرشاد والتنوعية وتنمية الفكر والمدارك ونشر المعارف، وخاصة تلك الجديدة التي تعود بالفائدة على المجتمع لتطويره وتحديثه.

- للإذاعة دور كبير في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقرّبها من مجتمعات المدن الكبرى، كما تقدم لسكان هذه المناطق جملة من الإرشادات والنصائح يستعملونها من أجل تحسين وضعيتهم، فالإذاعة مسؤولة عن التنمية الريفية وانتعاش الزراعة والفلاحة، لإمكانية الاتصال بالمزارعين وتوجيههم توجيهها تربويا وثقافيا، لتحقيق الصورة المثلى للمزارع العصري، وتكوين وعي صحي واجتماعي.

- تلعب الإذاعة دور الوسيط بين الحكومة والشعب، فهي تبلغ صوت الدولة وتنشر أفكارها ومشاريعها وإيديولوجيتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم إلى السلطة لتصدر القرارات المناسبة.

- تلعب الإذاعة دور الرقيب، حيث تتابع وتراقب انجاز المشاريع وتتطرق إلى أبرز أسباب تأخرها وتعطلها.

- تلعب الإذاعة دور اقتصاديا ، حيث تقدم خلال أو بين برامجها إعلانات و اشهارات ، من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما ، ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدا خيلها.
- قد تخضع الإذاعة للمراقبة من طرف السلطة أو الحكومة ، وذلك ينعكس بالضرورة على الأخبار والبرامج خاصة السياسية منها، ما يجعل المستمع يحس بتزييف الحقائق والدعاية لسياسة معينة.
- للإذاعة دور بالغ في التأثير على الأفراد وتشكيل الرأي العام وتوجيهه، حيث تقوم من خلال البرامج بعرض الآراء والأخبار ووجهات النظر المتفكدة والمتضاربة، والمعلومات المتعلقة بالقضايا العامة والتي لها علاقة بأفراد المجتمع.

- ويحدد محمود عليان المشروط مجالات تأثير الراديو فيقول: " يظهر التأثير العميق للث الإذاعي في المجالات التالية:
 - في مجال السلوك الفردي
 - في مجال الآراء والتصورات
 - في مجال التعريف والمعرفة
 - في مجال العواطف والانفعالات.

ويبرز الراديو في الحملات الانتخابية والأزمات السياسية، حيث يجد المرشحون للانتخابات في الراديو وسيلة للوصول إلى كافة شرائح والفئات الاجتماعية، ويعبرون من خلالها بأسلوب يفهمه الناخبون ومثقفين أو غير المثقفين عن البرامج السياسية والمشاريع الاقتصادية والخطوط العريضة للسياسة التي سيتبعونها إذا ما انتخبوا، كما تشن بواسطة حرب نفسية عن طريق الخطب والأغاني الحماسية والوطنية على الأفراد في الداخل لإثارة حماسهم تحريك وطنيتهم، أو في الخارج لإحباط عزيمة الأعداء وخفض معنويات وقتل حماسهم ، وخاصة خلال فترات الحرب ، وقد أثبتت هذه التقنية نجاحها وفعاليتها خاصة في الحرب العالمية الأولى والثانية، حول هذا الموضوع يقول حسن مزالي: " استعمل د.جوبلز الكذب والحقائق المزيفة في جرعة موجهة كلياً لخدمة النازية وقد نجح إقناع هتلر المتصلين في إتباع خطوات هتلر للسيطرة على العالم، واستخدم في ذلك الإذاعة".

- تقوم الإذاعة بدور لا يقل أهمية عما سبق، وهو الترفيه والتسلية من اجل كسر الروتين وإبعاد الملل وقتل الوقت وقضاء أوقات الفراغ، حتى يتمكن المستمعون من تجديد قواهم وأفكارهم ، وفي بعض الأحيان حماسهم ويتم ذلك من خلال الاستماع إلى مسرحيات إذاعية-أغاني- معزوفات ومقاطع موسيقية وبرامج ترفيهية وفنية معينة.
- قد تؤدي الإذاعة دورا سلبيا من خلال نشر إشاعات ، كما باستطاعتها محاربة الإشاعات والدعايات المضادة لسياسة الدولة، وكل ذلك حسب السياسة التي تتبعها الهيئات المسؤولة في الإذاعة.

أهمية الموضوعات الاجتماعية والثقافية والرياضية والاقتصادية، والدور الفعال التي تقوم به في تنمية المجتمع كبير جدا، وأهمهما ما قد اشرنا إليه سابقا، وفيما يلي نتعرف على البرنامج الإذاعي.

6-5- خصائص الإذاعة المحلية الجزائرية:

صاحبت الإذاعة المحلية عدة ظروف أعطتها صبغة ومميزات خاصة، وطبعت الجانب الشكلي والضمني لها من

بين ما تتميز به الإذاعة المحلية في الجزائر نذكر:

- تجربة الجزائر في ميدان البث الإذاعي المحلي حديثه، تقترن بالتجربة الديمقراطية نفسها.
- المحطات المحلية ومشروع من المشاريع التوسعية لإذاعة الوطنية، وبالتالي فهي امتداد للمؤسسة الوطنية للإذاعة.
- الإذاعة المحلية قطاع عمومي ، مع أن قانون الإعلام لعام 1990 يسمح بتحرير الموجات وبإطلاق المشاريع الخاصة..
- سبقت المحطات المحلية الهياكل المديرية لها من حيث النشأة فكان إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية والتي مهمتها تسيير هذه المحطات، وتنسيق مهامها، وتوجيه برامجها في سبتمبر 1993م، في حين أن عدد المحطات بهذا التاريخ كان 5 محطات.
- الإطلاق السريع والمفاجئ كان يعبر عن مساندة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة إلى الإذاعة المحلية.
- بعض الإذاعات تتجاوز الحدود المحلية لتغطي أكثر من ولاية مما يجعلها أكثر منها محلية.
- و عموما يمكن القول أن إطلاق المحطات الإذاعية المحلية تزامن مع تغيرات جذرية في كثير من الجوانب السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية، لهذا يمكن القول أن كل هذه الظروف صاحبت ميلاد الإذاعات المحلية في بلادنا وأعطتها جانبا متميزا.

6-6- الفراغ القانوني الخاص بالإذاعات المحلية:

لا يوجد أي قانون خاص بإنشاء الإذاعات المحلية، وإنما تنشأ هذه المحطات من طرف المدير العام للإذاعة الوطنية، وذلك بعد توفر الشروط اللازمة، من وسائل تقنية، واستعداد السلطات المحلية للإذاعات المحلية الموجودة حاليا أنشئت بمبادرة فردية، وأنجزت بطريقة متسارعة بقرار داخلي على مستوى الإذاعة المركزية ، في غياب الوزارة المركزية، وأصبح مصيرها متعلقا بمصير أشخاص وليس القانون.

وكان يجب انتظار أكتوبر 1994م ،ليقدم لرئاسة الحكومة أول برنامج حقيقي لإنشاء المحطات ، وفيه إعطاء الأولوية للمناطق الحدودية المحلية، وكانت أماكن إنشاء هذه المحطات المحلية حسب ظروف الكثافة السكانية والخصوصية المحلية والظروف التقنية للإذاعة الوطنية في مناطق عجزها.

وبعد دراسة دفاتر الشروط والاعتماد يتم قبولها والمصادقة عليها من قبل المديرية العامة للإذاعة، ويسند مشروع إنشاء المحطة إلى الإذاعة المركزية،-التنظيم والتسيير-وتتولى تنسيقية الإذاعات المحلية التكويني والمتابعة أما توفير المقر، فهو من المسؤوليات الهيئات المحلية.

6-7- الحجم الساعي للبث في الإذاعة المحلية:

إن عدد ساعات البث هي 4 ساعات يوميا عند الشروع بالإذاعة المحلية في البث ولا يزال هذا النظام الساعي معمولا به عند نشأتها ثم يتطور إلى 8 ساعات بعد مرحلة التأهيل المتابعة، مع انتظار ارتفاعها إلى 12 ساعة يوميا ، وتوسع جمهور المستمعين عاملا في تضاعف عدد ساعات البث، ويتوقف الحجم الساعي أيضا على جملة من العوامل:

- الإمكانات المادية والبشرية ونوعيتها.
- خصوصية المنطقة

وعلى هذه الأسس يكون الحجم الساعي والتوقيت مختلفين:

- الإذاعة المنشأة حديثا 4 ساعات من 9:00 إلى 13:00 يوميا.
- الإذاعة التي يتوفر الإمكانات اللازمة، مادية وبشرية، ويمكن أن يرتفع بثها إلى 12 ساعة يوميا من 6:00 صباحا إلى 18:00 مساء أو من 9:00 إلى 21:00 يوميا.

7- البرنامج الإذاعي:

وعموما فالبرنامج الإذاعي هو تخصصها الإذاعة لوقت محدد لبث قضايا تتعلق بمختلف جوانب الحياة وتهم المتسمع. يحاول هذا البرنامج معالجتها من احدي أو كل أبعادها، كما تستخدم فيه المؤثرات الصوتية والموسيقية حتى لا يشعر المستمع بالملل.

ويعتبره بعض الباحثين مجموعة الحصص التي تتناول موضوعا أو أكثر في شكل في مميز يختلف عن الإلقاء العادي، وغالبا ما يعالج حدسا سياسيا أو قضية اجتماعية كالبطالة، أزمات السكن، عالم الشغل ، الصحة. كما انه يمكن أن يكون أشبه بالجللة الأسبوعية التي تجمع بين الأخبار والريورتاجات والتحقيقات الأسبوعية، ويقول محمود فهمي: " البرامج هي تلك القائمة من لخصص الراديو والتلفزيون لفترة معطاة مع حجم الساعات والمواضيع".

7-1- تغطية الأحداث الرياضية:

تبدأ معظم البرامج الرياضية بعرض نتائج المباريات أولا، باعتبارها العنصر الأكثر أهمية، ثم تعرض التفاصيل الخاصة بالمباريات بعد ذلك، ويتم تنسيق الأخبار الرياضية المحلية مع الأخبار القومية والعالمية.

وتكتسب تغطية المباريات الرياضية على الهواء مباشرة شعبية كبيرة من جانب المستمعين، ويعد مقدم البرنامج المقدمة والخاتمة وبعض الفقرات ذات الصلة بموضوع المباريات مثل الخلفيات السابقة والإحصاءات والألوان وترتيب الفرق بين الرياضة، ومعلومات يمكن سردها في سياق البث المباشر، كذلك يتم جمع معلومات عن الأندية المتنافسة واستعداداتها وأسماء اللاعبين، وأرقامهم ومتوسط أعمارهم ، وموقع كل لاعب بالنسبة للفريق

وخلفياته المهارية ويستعين المعلق بهذه المعلومات أثناء وصف المباراة 46Hilliard , 1982p245.2

7-2- التفاعل مع الجمهور في البرامج الإذاعية المعاصرة:

أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ربط أجزاء العالم ببعضها البعض غير العديد من وسائل الاتصال ولعل أبرزها شبكة الانترنت ، وقد استفادت الإذاعة من نتائج تكنولوجيا الاتصال في العقدين الأخيرين. وانعكست آثار ذلك بالاجابية على الإذاعة المسموعة سواء في ما يتعلق بالشكل او المضمون. وتمثلت إحدى الثمار الايجابية لتكنولوجيا الاتصال في تنمية التفاعل والتواصل بين وسائل الاتصال الجماهيرية وقطاعات الجمهور **المستهدف** Interactvity، ويعد عنصر تفاعل الجمهور مع القنوات الإذاعية احد المعالم الدور الفاعل للإذاعة في المجتمع المعاصر، إضافة إلى دور المستمعين في تنشيط العمل الإذاعي وتطويره إلى الأمام وأسهمت تكنولوجيا الاتصال في تنمية هذا الدور وتفعيله.

ويتيح التفاعل بين الإذاعة ومستمعيها حرية التعبير والمشاركة في تحديد أولويات الاهتمام بالقضايا التي تطرحها الإذاعة للمنافسة والحوار، وعرض مشكلات الحياة اليومية للمستمعين.، وطرحها أمام المسؤولين لإيجاد الحلول الممكنة ، إضافة إلى طلب الاستشارات الطبية والقانونية من أصحاب الخبرة الذين تستضيفهم الإذاعة في برامجها المختلفة مما يتيح للمستمعين الحصول على المعلومات المهمة دون عناء او تكلفة، وكذلك المشاركة في استطلاعات الرأي التي تجريها الإذاعة حول القضايا المهمة بما يضمن الديمقراطية ويطرح ردود الأفعال الفورية أمام صانعي القرار.

ويعد الاتصال الهاتفي احد الوسائل المهمة لتحقيق التفاعل بين الإذاعة والجمهور.

المبحث الأول: التلفزيون وخصائصه.

أولاً: نشأة التلفزيون

يسرد الدكتور علي الجابري قصة موجزة لنشأة التلفزيون فيقول : بدأت أولى التجارب على إرسال الصور الثابتة باللونين الأسود والأبيض عن بعد، في منتصف القرن التاسع عشر، وتطور هذا الاختراع حتى استطاع الألماني (دي كورن) اختراع الفوتوتيلغرافيا عام .. 1905 واستمرت هذه التجارب حتى توصل كل من الإنكليزي (جون ليجي بيرد) والأمريكي(س.ف .جنكس) إلى وسيلة إرسال تستعمل فيها اسطوانة دورانية مثقوبة عام 1923⁽¹⁾. و يعود اختراع التلفزيون بشكله البدائي إلى العالم البريطاني(جون ل .بيرد)سنة 1924 ، وبعد ذلك بثلاث سنوات بدأ هذا العالم تجاربه على التلفزيون الملون، كما أجريت عدة تجارب لنقل الصور سلكياً، نجح من خلالها الباحثون في إرسال صورة تلفزيونية عبر دائرة مغلقة من واشنطن إلى نيويورك عام 1927⁽²⁾ .

¹ صابر فلحوظ ومحمد البخاري، العملة والتبادل الإعلامي الدولي. دار علاء الدين، دمشق، 1999 ، ص1.

² نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون. دار الفكر العربي، القاهرة، 1993 ، ص10

و قد تكللت هذه التجارب التي أجريت خلال ثلاثينيات القرن العشرين بنجاح، إذ بدأ مركز اليكاندر بلاس البريطاني بال بث مدة ساعتين يومياً عام 1936 وتبعه المركز الفرنسي في لاتوريفال ببث برامج تلفزيونية يومية عام 1938⁽¹⁾، واستطاع الدكتور (فلاديمير زوريكين) أن يقدم جهاز تلفزيون بنظام إلكتروني كامل عام 1938 ، خلال المعرض العالمي الذي أقيم في نيويورك، وفي هذا الوقت كان التلفزيون ينتشر سريعاً في الدول الأوروبية مثل ألمانيا والاتحاد السوفيتي وفرنسا.

بينما شرعت الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1939 ببث تلفزيوني لجمهور كبير. وبالرغم من أن الحرب العالمية الثانية أخرت البداية الفعلية لانتشار البث التلفزيوني للجمهور العريض حتى عام 1945-1946⁽²⁾، لم تقف حائلاً دون تطور جهاز التلفزيون، وزيادة عدد المحطات التلفزيونية في العالم، ففي عام 1948 أصبحت الولايات المتحدة تمتلك أكثر من (24) محطة إرسال تبث برامجها في المدن الأمريكية الكبرى.

و في 1958 أصبح عدد المحطات التلفزيونية 529 محطة تغطي كل الولايات المتحدة، وعدد أجهزة التلفزيون (50) مليون جهاز، وعام 1970 أصبح عدد الأجهزة (140) مليون جهاز⁽³⁾.

أما التلفزيون الملون فقد بدأ الانتشار في انكلترا منذ عام 1946 ، وفي الخمسينيات من القرن الماضي بدأ الانتقال التدريجي إلى نظام البث التلفزيوني الملون في كثير من دول العالم، وشهدت تلك المرحلة إنشاء محطات التلفزيون ودخوله إلى عدد كبير من الدول في قارات آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، حيث تفوق في نقل المناسبات والأحداث على الهواء مباشرة، وظهر نشرات أخبار جديدة تقدم أحداث العالم معززة بالصور بفضل الإمكانيات المتطورة للعديد من المحطات التجارية مثل شبكات التلفزيون الأمريكية . وتبع ذلك الانتشار العاصف للبث التلفزيوني بوساطة الدارات المغلقة ومحطات التقوية الأرضية، إلى أن انتقل البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية مع تطور غزو الإنسان الفضاء الكوني الذي بدأ في المدة نفسها تقريباً⁽⁴⁾ و ظهر التلفزيون في الوطن العربي في منتصف الخمسينيات من القرن الماضي، وقد أنشئت أولى المحطات العربية في العراق والجزائر عام 1956 .

ثانياً: خصائصه: انطلاقاً من قوة وسائل الإعلام وفعاليتها باشرت الدول في إنشاء محطات تلفزيونية وتسخيرها لخدمة التنمية، وتعتبر وسائل الإعلام والاتصال السمعية البصرية من أهم وسائل التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي ، وذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي

¹ صابر فلحوظ ومحمد البخاري، مرجع سبق ذكره، ص 10.

² نوال محمد عمر، مرجع سبق ذكره، ص 9.

³ هشام حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 56.

⁴ صابر فلحوظ ومحمد البخاري، مرجع سبق ذكره، ص 11.

المتسارع للتكنولوجيا الحديثة ، ويعتبر التلفزيون من أهمها بل من أحدثها ومن أخطرها في نفس الوقت وذلك لما تتميز به من قدرة كبيرة على جذب الكبار والصغار حوله (...)(¹).

فهو يتوفر على سمات و خصائص نذكر منها:

الاستحواذ: تؤكد سامية بن عمر أن أبرز صفات التلفزيون هي صفة استحواذه على مشاهديه ، فهو -حسب عبد الفتاح السيد- " يسيطر على سمع الرائي وبصره، لأنه يركز انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة و محصورة في إطار صغير محدود، و لا يكلف الرائي جهدا،...، ينتقل معه

في حجرة الجلوس أو أي مكان أراد،...، بل يوفر له وهو في مقعده كل الجهد، فيصل يبصره وسمعه إلى استوديوهات الإنتاج السينمائي، وإلى خشبات المسارح...، وهذه الطوعية الواسعة المدى للتلفزيون تسحر بعض الناس حتى يخضع الواحد منهم وقته في كثير من الأحيان وفق برامج هذا الجهاز الصغير"⁽²⁾.

التمييز الفني بالصورة والحركة والصوت: إن أهم ما يميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى إلى جانب حاسة السمع، وعن طريق حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما أنّ استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة 35 ٪ عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ 55 ٪(³).

و يعبر العالم بيار مارتينو عن واقع الصورة فيقول: "للصورة ميزة بالنسبة للنص المكتوب ، فهي تنقل الرسالة فورا ، في حين أن الكلمات تتتابع وتتسلسل ، ليس ممكنا أن نلفظ مجموعة من الكلمات في آن واحد ، الكلمات تتسلسل تبعا لنظام محدد في حين أن رسالة مصورة تظهر منذ النظرة الأولى إليها"⁽⁴⁾؛ فالصورة في التلفزيون عامل جذب وإثارة نفسية لتلقي الرسالة الإعلامية مهما كان نوع الرسالة ومضمونها.

اعتمد التلفزيون على الكاميرا من أجل تسجيل موقف حي به حركة وقد كان إدخال الصور المتحركة أكبر تغيير تكنولوجي يقدم للعين ما يقدمه الفونوغراف للأذن (...)(⁵)، فقد أضافت الحركة إلى قدرة التلفزيون إمكانيات جديدة، ولا تزال مهارات المصورين تبرز في تقديم الحركة بشكل يشد المشاهد ويطرد عنه السأم والملل مما يحقق الهدف الأساسي، وهو إيصال المعلومات والتأثير بها في جمهور المشاهدين.

¹ سامية بن عمر، تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري (دراسة ميدانية على أطفال مدارس بلدية بسكرة كنموذج)، (رسالة دكتوراه، منشورة الكترونيا)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013، ص94. نقلا عن:

عبد الفتاح سيد ، أنت والتلفزيون. ، ط1، وحدة ثقافة الطفل ، القاهرة، 1993، ص 11.

² سامية بن عمر، مرجع سبق ذكره، ص94.

³ نفس المرجع، ص96.

⁴ نفس المرجع، ص96.

⁵ محمد احمد عدة، (شيطان الإشهار: دراسة تحليلية لتاريخ الإشهار وتغلغله المتنامي في عالم الاتصال)، العرب الأسبوعي، 2008، ص12.

أما عن استخدام الألوان في التلفزيون فذلك يزيد من قوته على الإقناع بصورة هائلة، كما تزداد فعاليته في التأثير على المشاهدين بشكل مثير، وذلك لما للألوان من مزايا وأهمها:

- إنّ الألوان تضفي على الأشياء المعروضة واقعية كما هي في الطبيعة.

- إنّ الألوان تساعد على التفرقة بين الخصائص المميزة للأشياء.

- إنّ الألوان تساعد المشاهد على التذكر.

القدرة على الوصول إلى الجماهير: الوصول إلى الجماهير من أهم أهداف وسائل الاتصال التي اشتقت اسمها من الجماهير، غير أنّ هذه الوسائل تختلف في قدرتها على تحقيق الهدف منها حسب سعة انتشارها أو قدرتها على جذب الجمهور إليها، وتفاعله معها وتأثره بمضامين رسائلها، ويتميز التلفزيون عن غيره من وسائل الاتصال بقدرته على الالتقاء بالجماهير، فالتلفزيون هو المثال لوسائل الاتصال الجماهيرية الذي يشاهده عدد هائل من الناس⁽¹⁾.

التكرار: من الأمور المسلم بها أنّ المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا يستوعبها بكاملها، كما أنه يفقد نسبة كبيرة منها بمرور الوقت، وهنا يشير سمير حسين إلى إن الدراسات قد أثبتت أن الإنسان يستوعب مالا يزيد على 10% مما يسعه أو يشاهده وينسى 60% مما تعلمه خلال ساعة و90% خلال 24 ساعة مما يجعل عملية إعادة عرض المعلومات وتكرارها أمراً ضرورياً ليتم تثبيتها وتذكرها والاستفادة منها⁽²⁾.

وإذا نظرنا إلى التلفزيون وجدناه من أقدر وسائل الاتصال عموماً على التكرار والإعادة، و تقديم الموضوع والفكرة الواحدة بأشكال متعددة، بحيث يظهر في كل مرة وكأنه موضوع جديد، وهذه الخاصية في التلفزيون هي من أبرز عناصر التأثير حيث اعتماد الأسلوب غير المباشر يجعل الأثر أبلغ وأشد.

التأثير على المدى الطويل و تحديد الاختيار: يتصف التلفزيون ببطء تأثيره وصعوبة تحديد هذا التأثير ببحوث فورية، كما يتصف بصفة إعلامية أخرى هي مقدار الحرية التي يجدها المشاهد في اختيار البرامج المختلفة، أو مقدار تسيير الاختيار للمشاهدين من بين مختلف القنوات.

نسبة الواقع إلى الخيال: حيث تضم برامج التلفزيون الخيالي والواقعي، ويغلب عليها الجانب الخيالي خاصة مع تطور تقنيات المؤثرات الخاصة.

تعتبر هذه الخصائص أيضاً عوامل قوة للتلفزيون حيث جعلت منه الوسيلة الأولى المعتمدة لدى اغلب الجماهير وذلك من خلال انتشاره وتأثيره على الرغم من أن الدراسات المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام لم تتوصل إلى درجة التأثير ولا حتى إلى

¹ ناجي تمار، تأثير برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري على معلومات تلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي (دراسة ميدانية في ولاية الجزائر)، (رسالة دكتوراه، منشورة إلكترونياً)، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 36.

² أسامة ظافر كجارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال. دار النهضة العربية، بيروت، 2003، ص 106، 107.

كيفية حدوث ذلك، إلا أن اغلب الدراسات الإعلامية التي تناولت جانب التأثير تتفق على بعض الأمور التي تحققها وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون منها:

1 - تغيير المواقف والاتجاه: عندما يعرض الإنسان لقضية أو لشخص آخر فإنه يبنى حكمه ويتخذ موقفه بناء على ما توفر لديه من معلومات عن هذه القضية أو ذلك الشخص، ولما أصبح التلفزيون مصدراً أساسياً للمعلومات يبنى أفراد المجتمع على معظمها مواقفهم حيال الأحداث والمتغيرات المحيطة بهم بما يوفر عنصر القبول أو عنصر الرفض فإنه بذلك، أي التلفزيون، يسهم بشكل فعال وإيجابي في تشكيل هذه المواقف وخاصة بالنسبة للجمهور المتلقي والمستهدف سواء ذلك بالنسبة للقضايا المطروحة على الساحة المحلية أو على المستوى الدولي العالمي، إن تغيير المواقف والاتجاه لا يقف عند حدود التقبل أو الرفض أو السخط أو الرضا بل يتعدى ذلك إلى القيم وأنماط السلوك الفردي والجماعي، فقد يتقبل المجتمع قيماً كانت محل الرفض وعدم القبول قبل بث الرسالة الإعلامية، أو يرفض قيماً كانت سائدة ومعترف بها ويستبدل بها قيماً أخرى؛ هكذا تصبح الرسالة الإعلامية بمضمونها الواضح وأسلوبها المقنع ووسيلتها المؤثرة، عاملاً من عوامل عملية التحول بما تقدمه من معلومة موجّهة صادقة كانت أو كاذبة، وذلك من خلال التعرض المستمر والمدمن من قبل المتلقي للرسالة الإعلامية.

2 - التغيير المعرفي : حسب احمد حسن محمد انه إذا كان تغيير المواقف من القضايا والأحداث يعتبر أمراً من الأمور التي تعرض للمتلقي للرسالة الإعلامية فإن هذا النوع من التغيير يظل أمراً عارضاً قد يبقى وقد يزول بزوال المؤثر بعكس التغيير المعرفي حيث أن قضية المعرفة تقوم على أسس وجذور ممتدة في أعماق النفس الإنسانية وتتم بعمليات تحول بطيئة قد تستغرق زمناً طويلاً بعكس عملية تغيير المواقف، ووسائل الإعلام، خصوصاً، في العصر الحاضر - تعمل بصورة نشطة في مجال التشكيل المعرفي للمتلقي - أفراداً أو جماعات - مستفيدة من آثار التعرض الطويل والمستمر والمتكرر للرسالة الإعلامية الموجّهة والتي تجتهد الاهتمام باعتبارها مصادر أساسية للمعلومات التي يتطلع إليها الناس⁽¹⁾.

ومن هذا المنطلق فإن الوسيلة الإعلامية من خلال ما تعرضه من أفكار وموجهات إنما تسعى إلى وضع الأصول المعرفية القائمة محل النقاش والجدل بما ينزع عنها الكثير من المسلمات القائمة عليها، ليصبح من الأسهل بعد ذلك اجتثاث هذه الأصول محل محلها أصول جديدة تقوم عليها قناعات مستجدة سواء في مجال الفكر عامة أو حتى المعتقد القائم في نفس المتلقي مستخدمة في ذلك قوالب جذابة لها قدرة مقاومة الأعراف والتقاليد السائدة.

و في هذا يرى احمد حسن محمد (كما يؤكد محمد عبد الرحمن الحضيف في كتابه "تأثير وسائل الإعلام" " إن عملية التغيير المعرفي بهذه الصورة ليست بالأمر السهل المبسط بل هي عملية تتداخل فيها العديد من المتغيرات والتي تتمثل في طبيعة شخصية المتلقي وميوله ومهاراته وبيئته الاجتماعية ونوع ثقافته، كما يدخل فيها عامل الضبط الاجتماعي من

¹ احمد حسن محمد، تأثير التلفاز على المجتمع، ص1، منشور على الموقع الالكتروني: www.meshkat.net/new/contents.php تاريخ الولوج 20/01/2014، ساعة الولوج: 10:00.

تقاليد وعادات ومعتقدات ونظم، ويقدر قدرة الوسيلة الإعلامية على توظيف هذه المتغيرات وتوجيهها ومراعاتها تستطيع الرسالة الموجهة إحداث التغيير المعرفي المطلوب"⁽¹⁾.

3 - التنشئة الاجتماعية: تشترك عدة مؤسسات في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد ثقافة وتعليمياً ونعتبر البيت (والوالدين و الأسرة) من أول هذه المؤسسات وأهمها حيث يتعامل مع النشء منذ ولادته طفلاً رضيعاً وتستمر معه الفترة الأطول من حياته ثم تأتي المدرسة وما يماثلها من مراكز ومؤسسات ثقافية أو تربوية كالأندية و الجمعيات ودور العبادة المسجد ومراكز التوجيه والتنوعية، حتى كان عصر الاتصال الجماهيري ليجعل من وسائل الإعلام عاملاً جديداً من عوامل التوجيه والتنشئة وبدأ ذلك الأمر بصورة متواضعة وإسهام يكاد يكون محدوداً، ومع ثورة الاتصال والتطور التقني لوسائل الإعلام تبع ذلك تطور نوعي في البرامج والرسائل الإعلامية لتصبح لها القدرة على الوصول إلى كل بيت تخاطب الصغير والكبير - المتعلم والأمي - من خلال مضامين فكرية واتجاهات ثقافية تحملها برامج للترويح والتسلية والرياضة و الأغاني وفق نماذج متقدمة في العرض والمخاطبة فاستطاعت أن تستأثر بالعديد من العقول و العواطف حتى أستسلم الطفل لهذا الموجه الجديد والذي أصبح في بعض الأوقات يقوم بدور الأب و المعلم والمدرسة بل إن البالغين أيضاً أصبحوا يتعاملون مع هذه الوسائل على أنها مصدر من مصادر المعلومات والتثقيف والأخبار سواء كان ذلك عن قصد أو غير قصد، حيث أن ما تحمله هذه الوسائل الإعلامية في تطورها التقني والنوعي الحديث لا تخلو من قيم وموجهات تخدم فكر المرسل بهدف إحلال هذه القيم أو إزالة وزعزعة قيم وغرس أخرى أي التدخل والتأثير في عملية التنشئة الاجتماعية بوسائل غير مباشرة تتمثل في صياغة خبر أو تقديم فكاهة أو عرض أحداث مسلسل أو مسرحية أو حتى برنامج علمي⁽²⁾.

إن أجهزة الإعلام تعمل بشكل متواصل على تقديم صور من الحياة المعيشية ونماذج من التصرفات التي تصلح للإقتداء بها وقد تأكد أن استخدام الأطفال لوسائل الإعلام يحقق لديهم ميلاً للأخذ بالعبر و الدروس التي تقدم من خلال هذه البرامج مع ربط ذلك بواقع تجاربهم الذاتية.

و يجدر بالذكر هنا أن تأثير وسائل الإعلام في مجال التنشئة الاجتماعية إنما يتفاعل مع عوامل عديدة مختلفة في المحيط الاجتماعي مع التأكيد على أن فرضيات التأثيرات الإعلامية في التنشئة موجودة ويمكن أن تلمسها في المعايير والتوقعات التي يتوقعها الآباء والأمهات مع استخدام أطفالهم لوسائل الإعلام حيث ينظر أحياناً إلى وسائل الإعلام على أنها تقدم وتوزع مواد إعلامية تهدد وتعارض و تتحدى القيم الاجتماعية التي ييئها الآباء و الأمهات و التربويون و غيرهم من مؤسسات الضبط الاجتماعي.

¹ محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات والأساليب). مكتبة العبيكات، الرياض، 1994، ص33-35. نقلا عن

احمد حسن محمد، مرجع سبق ذكره، ص2.

² احمد حسن محمد، مرجع سبق ذكره، ص2.

و على العموم فإن دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة ليس محل شك أو إنكار ويمكن أن يتوصل إلى درجة التأثير من خلال تحليل مضمون المواد الإعلامية ومن استخداماتها التي تفرض التأثير على الجماهير⁽¹⁾.

و إذا حاولنا أن ندرك مثل هذه المواقف فإنه من خلال مشاهدة الفرد لمسلسل تلفازي يسخر من تعدد الزوجات مثلاً فإن هذا المضمون لا يعرض بحوار مباشر بل من خلال بعض المشاهد المسلية والمضحكة أحياناً يراها ويشاهدها الفرد على أنها مجرد تسلية ومنتعة مشاهدة بريئة، سلبية حيال قضية التعدد بطريقة لا شعورية في حين قد يكون العكس لو تم عرض مثل هذا المضمون في حديث مباشر في محاضرة أو مقال صحفي أو ندوة تلفازية فقد تجد الفكرة حينئذ مقاومة وتفقد تأثيرها المطلوب.

4 - الإثارة الجماعية: من خصائص التلفزيون القدرة على مخاطبة جماهيرية عريضة في وقت واحد بحيث يمكن توجيه هذه الجماهير نحو هدف أو قضية معينة.

وإذا كانت الإثارة الجماعية قد تأخذ شكلاً وهدفاً إيجابياً فإنها أيضاً في حالات أخرى تأخذ شكلاً سلبياً عندما تسعى إلى إثارة نشر الهلع والفرع والفوضى داخل المجتمع، وربما يكون ذلك عن طريق إثارة الجماهير بث أخبار مضللة أو مشوهة تنذر بخطر داهم كما حدث عندما تم افتعال برنامج إذاعي لنشرات إخبارية تعلن غزواً من أهل المريخ للأرض وذلك عام 1938م قدمه المذيع (أورسون ويلز Orason Wells)، ومثل هذا أيضاً ما أصاب مواطني دول الخليج وكذلك اليهود في فلسطين من هلع من جراء نشر أخبار عن عزم العراق ضرب هذه المناطق برؤوس نووية.

كما أنه يوجد نوع آخر من الإثارة الجماهيرية عندما تتجه وسائل الإعلام للدعوة إلى العصيان وإثارة أعمال الشغب ومقاومة السلطات الأمنية وما يحدث من تدمير وسلب نتيجة مثل هذا النوع من الإثارة وبث روح الهلع والقلق والخوف⁽²⁾.

5 - الاستثارة العاطفية: يعيش الإنسان في هذه الحياة ويتعامل مع أحداثها ومستجداتها من خلال التفكير العقلي القائم على المنطق والدليل والاستنتاج بجانب المشاعر والأحاسيس التي تحركها العاطفة والميول والرغبات. وقضية المشاعر والعواطف لا تنفصل عن الطبيعة الإنسانية والفترة البشرية فهي التي تحمل معالم الحب والكراهية والسعادة والرضا والغضب، وهذه العواطف ملازمة للإنسان وقد تغلب أحياناً على أحكام العقل والمنطق نتيجة فشل الفرد في التحكم فيها مما يتعد به السلوك القويم ويأتي التلفزيون ليعمل على استثارة العاطفة باعتباره وسيلة هامة من وسائل التأثير فقد أصبح يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع العواطف الإنسانية بأساليب مختلفة ويظهر ذلك بصورة أوضح فيما يقدم من أعمال درامية تخاطب المشاهد من خلال عواطفه بمواقف وأحداث تثير فيه مشاعر الحب أو مشاعر الكراهية ومشاعر الغضب والرضا، هذا بجانب ما تثيره بعض المشاهد أو البرامج (حتى المسموعة) من غرائز عندما تعرض لموضوعات الجنس والمرأة والعلاقات بينها وبين الرجل من خلال كلمات الإثارة في الأغاني أو عن طريق أدائها، وقد كثرت في الآونة الأخيرة

¹ دينس ماك كويل، الإعلام وتأثيراته. ترجمة: عمر عثمان العربي، ط 1، مطابع دار طبية، الرياض، 1992، ص 150.

² نفس المرجع، ص 100.

مشاهد الإغراء والعري ومواقف الغرام التي تستحث شهوة العديد من المشاهدين (رجالاً ونساءً)، و لعل هذا الجانب و هذا النوع من الإثارة يعد سلبية واضحة من سليات التلفزيون وتأثيره على المتلقي و التي قد تستخدم للتضليل و صرف الجمهور عن القضايا الحقيقة التي تم الأمة⁽¹⁾.

إن قضية إثارة العواطف قد تحمل جوانب إيجابية بناءة إذا ما تم ذلك في الإطار الخاص بها بعيداً عن أهداف كامنة.

6 - الضبط الاجتماعي: مما لا شك فيه أن عملية الضبط الاجتماعي تمثل عنصراً أساسياً في استقرار أي مجتمع تقوم عليه مؤسسات أمنية واجتماعية وفق نظم وقوانين ولوائح، غير أن هناك وسائل أخرى تمثل سلطة قائمة في المجتمع تعمل على الإسهام الجاد في عملية الضبط الاجتماعي وهي تلك التي تنبع من نفس المواطن وإحساسه بالانتماء بواجب الولاء بدافع ذاتي حضاري حتى ولو لم يكن هنالك رجل أمن أو ممثل للقانون ويتم ذلك عن قناعة ورضا، وقد قسم بعض المختصين هذا الجانب من عوامل الضبط الاجتماعي إلى ثلاثة أنواع⁽²⁾ :

(أ) ما كان متعلقاً بأعراف المجتمع وتقاليده.

(ب) ما هو مرتبط بقيم الشخص وقناعاته.

(ج) ما يتعلق بقبول الآخرين ومواقفهم.

بالنسبة للجانب الأول وهو ما يتعلق بالقيم والأعراف الراسخة والقائمة في المجتمع فإنها تمثل عاملاً أساسياً في قيام ظاهرة الضبط الاجتماعي مثل قيم الشرف والمواطنة وهي قيم تحكم ضبط المجتمع ككل، أما بالنسبة للقيم التي يرتبط بها الشخص ويلتزم بها بدافع ذاتي أو تعود ونشأ عليها فهي تحدد طريقة تعامله مع الآخرين وتبقي القواعد التي تنظم طرق التعامل مع الآخرين حيث يلتزم الفرد بما يلتزم به أفراد المجتمع في المظهر أو السلوك كالملبس ومواقف المحاملات والمواساة وغيرها.

و هنا نجد أن التلفزيون أداة من أدوات الضبط الاجتماعي من حيث اعتماد الناس عليه في استقاء المعلومة وبالتالي تحديد وتبصير الناس بما يصح وما لا يصح من أقوال أو أفعال وما تروجه من قيم ومعتقدات مما يجعل منها مصدراً ومكوناً من مكونات العرف الذي قد يجد قبولاً من الجمهور المتلقي، إن التلفزيون يعمل إلى حد ما على توحيد الناس على ثقافة قد يصبح الخروج عليها أمراً غير مقبول.

لقد ظهرت عادات وقيم جديدة مكان عادات وقيم كانت سائدة وأصبحت هذه العادات الجديدة تمثل صوراً من صور الضبط الاجتماعي وذلك من خلال الرسائل المتكررة لوسائل إعلامية مؤثرة بل إن بعض عوامل الضبط الاجتماعي أصبحت بلا أثر ولم تعد تحتل موقعها القديم بعد أن وجدت الاستهجان أو الإنكار أو التعتيم من جانب رسائل

¹ محمد عبد الرحمن الحضيف، مرجع سبق ذكره، ص 37.

² Tom Wily and Sampson E. Social Psychology and country us society, NewYork.1971.

الإعلام⁽¹⁾، ومع ذلك كله فإن وسائل الإعلام تقوم أصلاً على دعم تعزيز القيم السائدة في المجتمع حيث أنها من المفروض أن تكون على طبيعة محافظة.

السلطة والتلفزيون.

1: النظام السياسي والإعلام: يشير محمد عبد الله "أن العلاقة بين النظام السياسي والإعلام في أي مجتمع علاقة متينة إلى الدرجة التي يصعب معها تخيل أحدهما دون الآخر، ومهما كانت طبيعة النظام السياسي وشكله وفلسفته، أو طبيعة الإعلام وشكله وفلسفته، فإن كل النظم السياسية تحتاج إلى وسائل إعلام، لتأكيد شرعيتها وقبولها لدى الرأي العام، ولتمكينها من مواجهة مختلف الأزمات والمشاكل الداخلية والخارجية"⁽²⁾.

وتعمل الحكومات على اختلاف أنظمتها السياسية على وسائل الاتصال -خاصة التلفزيون- في تحقيق أهدافها وفي مقدمتها الأهداف السياسية؛ فالإتصال السياسي عنصر مهم في أداء السلطة والقائمين عليها، ومن يستحوذ على السلطة يسعى جاهداً إلى السيطرة على وسائل الاتصال -خاصة التلفزيون- واستخدامها لكسب التأييد والدعم لسياستها وقراراتها، والتعرف على الاتجاهات السائدة في المجتمع المحلي.

و ينظر للعلاقة ما بين الإتصال والسياسة من زاويتين:

- إن وسائل الإتصال أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية، استناداً إلى المقولة الديمقراطية الشهيرة أن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة.

- إن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الإتصال لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية⁽³⁾.
و من جانب آخر فإن طبيعة التأثير ومداه بين وسائل الإتصال والسلطة السياسية تختلف من مجتمع لآخر ومن نظام سياسي لآخر؛ ففي النظم الديمقراطية تمارس وسائل الإتصال تأثيراً أكبر في النظام السياسي مما عليه الحال في الأنظمة السياسية الأخرى.

كما تختلف رؤى الباحثين حول العلاقة بين الإتصال والسياسة؛ إذ يرى **Lucian bye** لوشيان باي: بوجود علاقة جوهرية بين العملية الاتصالية والعملية السياسية فأهداف النظام السياسي في السيطرة والشرعية والمشاركة عبر انتقالها إلى المجتمع المحلي تستلزم وجود الوسائل التي تقوم بالتعبير الرمزي عن القيم والمعايير الإجرائية للنظام السياسي، وكذلك إيجاد القنوات التي تنقل مصالح ومطالب المواطنين إلى السلطة السياسية⁽⁴⁾.

¹ دينس ماك كويل، مرجع سبق ذكره، ص100.

² محمد عارف محمد عبد الله، دور القناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجاً)، (رسالة دكتوراه، منشورة إلكترونياً)، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2012، ص39.

³ سعد آل سعود، الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي (دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي)، (رسالة دكتوراه، منشورة إلكترونياً)، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006، ص34.

⁴ سعد آل سعود، مرجع سبق ذكره، ص44.

و قد اهتم الموند **Almond** : بتحديد موقع نظام الاتصال في النظام السياسي، وشبه الوظيفة الاتصالية بالدورة الدموية، وركز على الجانب الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها تمثل المدخل الرئيس للتعبير عن المصالح في المجتمعات الديمقراطية، على الرغم من أن النخب السياسية قد تسيطر عليها، فالجانب الوظيفي لها يتمثل في التنشئة السياسية، والتعبير عن مصالح المجتمع ، وتأييد القرارات والسياسات العامة وغيرها من الوظائف.

و انتهى ألموند إلى القول بأن كل شيء في السياسة اتصال ؛ فنظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسة لتدفق المعلومات من النخب السياسية إلى الجماهير، وأيضًا لنقل مشاكل وطموحات وتصورات الجماهير إلى النخب.

أما ديفيد أبتير فيشير إلى أن عدم اكمال دائرة المعلومات يؤثر سلبيًا على فاعلية النظام السياسي وسياساته، ويعقد مقارنة بين التدفق الإعلامي في النظم السياسية للدول الديمقراطية والدول النامية ، حيث تكون دائرة المعلومات في الأولى غالبًا مكتملة ومستمرة، بينما في الثانية فإن دائرة المعلومات غير كاملة، مما يؤدي إلى عدم استقرار النظام السياسي وعدم رشد سياساته⁽¹⁾.

و يرى لازويل **Laswell** أن البناء الاجتماعي يشبه الهرم الذي يتربع الحكام وهم الصفوة على قمته، وجماهير الشعب في القاعدة، وبينهما الخبراء والمتخصصون الذين يقومون بعملية الاتصال ما بين الصفوة وأفراد المجتمع، وهؤلاء قد لا يكونون محايدين عند القيام بأدوارهم، خصوصًا لما يشكلون جزءًا من مؤسسات أو أحزاب سياسية أو غيرها من الجهات التي تقوم بدور نشط في السياسة العامة ، وهذا يتعلق بالتأثير الذي تمارسه وسائل الاتصال السياسي⁽²⁾.

و يرى ماكس فيبر أن وسائل الاتصال تعد مصدرًا هامًا لإضفاء صفة الشرعية للسلطة السياسية أو الإقلال منها في المجتمع الحديث .

و تؤكد عواطف عبد الرحمن على أن هناك شبه إجماع بين أساتذة الإعلام ، باختلاف توجهاتهم، على أنه ليس هناك أيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الإعلام، بل هناك أيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، وتحدد موقف الدولة من الإعلام وأدواره ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة لتحقيق التوازن ودعم وحماية قيم ومصالح وأهداف القوة الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإنتاج الأساس في المجتمع⁽³⁾.

و منه فالعلاقة بين التلفزيون والسياسة علاقة وثيقة إلى حد التداخل الشديد؛ فالعمليات السياسية المختلفة لا يمكن أن تتم بمعزل عن الأنشطة الاتصالية المختلفة اللازمة لقيامها.

2: السلطة و الرأي العام و التلفزيون.

أ-الرأي العام: تشير عبارة " الرأي العام " إلى رأي الشعب، أو في الأقل إلى رأي غالبيته. ولكن الأمر ليس بهذه البساطة تماما ، ذلك لأن للناس آراء ثابتة عديدة في كثير من مناحي الحياة ، وهي آراء تنبع من الثقافة المترسخة والديانة

¹ نفس المرجع، ص44.

² نفس المرجع، ص44.

³ سعود ال سعود، مرجع سبق ذكره، ص45.

السائدة ومن استعدادات أخرى قد تكون موضوعية ، ثم هناك حقيقة انه إذا كان التعبير عن الرأي جزءاً من حرية الإنسان في ممارسة إرادته ، فقد لا يكون هذا الإنسان الممارس للحرية ، مالكاً لحق السيطرة على العملية التي بواسطتها تتشكل هذه الإرادة⁽¹⁾، وهذه الآراء قد تكون نابعة من حالات إنسانية مختلفة مثل تلك المتعلقة بمفاهيم مثل : الاتجاه والسلوك و العاطفة والعقيدة والحكم⁽²⁾.

لكن " الرأي العام " هو رأي غالبية أفراد الشعب في موقف معين ذي أهمية واسعة ، أي أن هذا الرأي متصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام ، وهو ما يمكن أن يمارس تأثيراً على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة للدولة ، والأهم أن هذا " الرأي العام " يتكون نتيجة النقاش الحر داخل المجتمع، أي أنه تفاعل منظم ينتج عن عملية الاتصال والتفاعل بين هؤلاء الأفراد⁽³⁾.

برغم التسليم بمدى التعقيد في تركيب وتشكيل الرأي العام ، ذلك أن تكوين الرأي العام ، بغض النظر عن مجمل المؤثرات والانتماءات الأخرى ، إنما يرتبط بثلاث صور رئيسة :

1- إثارة المسألة.

2- المناقشة حول المسألة والحلول المقترحة تأييداً ومعارضة .

3- الوصول إلى اتفاق⁽⁴⁾ .

وهنا يبرز الدور المؤثر والكبير لوسائل الاتصال، خصوصاً في ظل "ثورة العولمة" ، على إشاعة وترويج الأخبار والمعلومات والآراء بعيداً عن أية رقابة حكومية مما سيدفع نحو عولمة الرأي العام حيث يكون أحد أبرز سمات الرأي العام المعول اهتمامه بالقضايا الدولية في كل بقاع الأرض ، كوحدة واحدة من دون حدود أو حواجز ، وعلى نطاق واسع وفاعل الحضور بين جمهور كبير تنتمي جماعته إلى شعوب وبلدان لا رابط بينها سوى الرابطة الإنسانية التي يقويها توافر وسائل الاتصال الحديثة ، وخصوصاً "التلفزيون والانترنت والستلايت والموبايل" ، فضلاً عن تطور وسائل المواصلات ، إضافة إلى اتفاق هذه الشعوب على قيم مشتركة واحدة مثل النزوع إلى السلام ورفض الحرب وغير ذلك .

ب-تشكل الرأي العام : يرى باحثون أن تكوّن الرأي العام يمر بأدوار أو مراحل خمس ، تبدأ بدور الجماعات الأولية التي تصنع الفكرة التي تصير النواة أو البذرة التي تنمو لتشمل المجتمع ، ثم ظهور الزعامات وقادة الرأي الذين يسيطرون الفكرة ويقدمونها للجمهور بصياغات جذابة ، ثم تتسع دائرة النقاش والجدال ، ثم في مرحلة أخرى يتفق عدد كبير من

¹ ارماند ماتيلار وميشليه ماتيلار (ترجمة : د. أدب حذور). نظريات الاتصال ، دمشق، 2003، ص202.

² الاتجاه هو : حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي والذي تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذا الاتجاه. للتفصيل ينظر : حميدة سميسم ، نظرية الرأي العام - مدخل . دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1992، ص ص73،88.

³ محمد عبد الملك المتوكل ، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة، 1991، ص117.

⁴ دانييل كاتز واخرون (ترجمة: محمود كامل المحامي) ، الإعلام والرأي العام . دار نضضة مصر، القاهرة، 1982 ، ص 56 .

الناس على تقبل الفكرة وتبنيها ، بينما تصمت الأقلية الراضة أو تعزل ، ولأن الرأي العام ظاهرة وقتية فأنها ، في مرحلة أخيرة ، تختفي باختفاء القضية المثارة⁽¹⁾ .

أن أساس تكوّن الرأي العام هو النقاش الذي يدور بين الأفراد والجماعات المختلفة داخل المجتمع حول القضية المثارة ، لكن منطلق هذا النقاش ، هو الخبر أو المعلومة التي تصل الأفراد ، سواء عن طريق الاتصال الشخصي أو الجماهيري ، ومن ثم بالتالي استقبال هذا الخبر أو هذه المعلومة .

و لأن الأحداث تتمتع باهتمام الرأي العام فإن من الضروري تزويد الأفراد بالمعلومات الملائمة للأحداث وبطريقة يسيرة ، خصوصا عن طريق التلفزيون ، لأن من الصعب الاكتفاء بالكلمات في مخاطبة الناس من دون وجود أحداث ووقائع تكون شهودا على ما تتحدث عنه ، ذلك أن الناس يقبلون على بناء آرائهم ووجهات نظرهم بإيثار واقعية الأحداث على الكلام ، ذلك لأن لواقعية الأحداث منطقا "غير منطق الكلمات ، أنها الحجج التي تمسك بيدها الواقع الراهن وأشياء موجودة في عالم الحقيقة"⁽²⁾

ومهما كانت العمليات الجارية فإن هناك من يلخص مراحل تكون الرأي العام ، بغض النظر عن تباينات الأفراد ومستويات إدراكهم واستعدادهم للتعرض ، إلى ثلاث مراحل هي :

أولا: بروز القضية .

ثانيا: النقاش حول القضية وحلول مقترحة مع أو ضد.

ثالثا : الوصول إلى إجماع .

و إلى جانب ذلك فان عملية تكون الرأي العام ليست عملية مجردة عن محيطها المجتمعي أو عن المكونات المتداخلة النفسية وتفكير الأفراد في ذلك المحيط المتشابك.

من هذا المنظور يمكننا الاتفاق مع وجهة النظر التي تقول أن " للرأي العام في أي بلد من البلدان مقوماته المنبعثة من تاريخه وتقاليده وظروفه البيئية وتراثه الثقافي ومناخه النفسي وأوضاعه الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، ومن تجاربه الذاتية وما يصله من تجارب البلدان الأخرى ،

1- الدراسات السابقة:

إن اطلاع الباحث على معظم أو مجمل الدراسات التي تناولت نفس الموضوع أو جانبا منه يعد أمرا هاما في توسع مجال المعرفة لديه أو استكمال جانب لم تتناوله الدراسات قبلا ، لذلك من المهم أن يقوم الباحث بالكشف عن الدراسات السابقة لتفادي عملية تكرار دراسة الموضوع نفسه وبالتالي تغييب الفائدة العلمية من دراسته.

¹ محمد عبد الملك المتوكل ، مرجع سبق ذكره، ص127.

² أنور السباعي ، التخطيط الإعلامي السياسي . القاهرة ، د ، ت ، ص 61.

تعد الدراسات التي بحثت في موضوع مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق التكنولوجي المعلوماتي في المؤسسات الاعلامية ضئيلة جدا، وقد تمكنا من الإطلاع على بعضها.

أ- (الدراسات الأجنبية) العربية: ونذكر منها:

الدراسة: "1 أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية: رسالة دكتوراه قامت بها" سميرة محي الدين شيخاني "في عام 1999، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة. هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات الحديثة على تطور فنون الكتابة الصحفية، وعلى تطور الأداء الصحفي للقائم بالإتصال في جريدة الأهرام وتشرين، ثم الوصف التحليلي، ودراسة العلاقات المتبادلة بين هذا العامل وبين فنون الكتابة الصحفية من جهة، وأداء القائم بالإتصال من جهة أخرى في جريدتي الدراسة.

اعتمدت دراستها على منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الباحثة على أسلوبين رئيسيين للمسح يتفقان مع أسلوب الدراسة هما:

- المسح الوصفي لدراسة الوضع الراهن للكتابة والتحرير الصحفي في جريدتي الأهرام وتشرين، وايضا لدراسة الوضع الراهن للقائم بالإتصال في الجريدتين.

- المسح التحليلي لدراسة لشرح وتفسير فنون الكتابة و التحرير الصحفي في الجريدتين وشرح وتفسير أداء القائمين بالإتصال في الجريدتين ومدى علاقة هذا الأداء بحجم استخدام تكنولوجيا الإتصال والمعلومات من خلال الإستدلالات التفسيرية.

وقد اعتمدت الباحثة في إطار المنهج المسحي على: مسح المحتوى، ومسح وسائل الإعلام، واعتمدت أيضا على منهج دراسة الحالة وطبقته على دراسة جريدتي الأهرام وتشرين. وقد اختارت عينتها الزمنية في الفترة ما بين نوفمبر 1997 وأكتوبر 1998 م، ومجتمع بحثها يمثل 50 بالمئة من القائم بالإتصال في جريدتي الأهرام المصرية وتشرين السورية. وتوصلت دراستها إلى النتائج التالية:

- كشفت الدراسة عن فوارق جوهرية بين الإمكانيات البشرية والتكنولوجية للمحررين والمراسلين في كل من الصحافة المصرية والصحافة السورية، حيث يتوافر للصحافة المصرية شبكة واسعة من المحررين والمراسلين الداخليين والخارجيين والمكاتب الصحفية الداخلية والخارجية، ويتوفر لهذه الشبكة العديد من الإمكانيات التكنولوجية الحديثة لجمع واستكمال ونقل وكتابة المادة الصحفية، بينما لايتوفر للصحافة السورية سوى عدد محدود من المحررين والمراسلين ويعتمدون على الوسائل والأساليب التقليدية في انجاز عملهم.

- أدت التكنولوجيا الإتصالية الحديثة المستخدمة من قبل القائم بالإتصال في جريدة الأهرام إلى تطور كمي وكيفي في أدائه لوظائفه كافة، حيث توفرت في جميع هذه الوظائف متطلبات السرعة والدقة وسهولة الاستخدام والكفاية والسرية والأمان.

-يزداد حجم استخدام التكنولوجيا الإتصالية الحديثة بين الفئات العمرية الشابة ،وبين الفئات المتخصصة في علوم الإعلام،وبين الفئات الحاصلة على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الإتصال والمعلومات، وبالتالي فإن استخدام الصحافة المصرية ممثلة في جريدة " الأهرام "لتكنولوجيا الإتصال الحديثة أدى إلى تطور كافة فنون الكتابة الصحفية فيها. الدراسة:"2 أثر التكنولوجيا على القائمين بالإتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية :("الدراسة قام بها" عادل عبدالزاق ضيف "في عام 1999 م 1)

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التكنولوجيا الحديثة ومدى الإستفادة منها ،كما أن الدراسة تركز على معرفة أثر التكنولوجيا على أداء القائمين بالإتصال في الصحف القومية المصرية.

وقد لخص أهداف دراسته في التعرف علماهية التكنولوجيا في الأقسام الخارجية للصحف المصرية ،متضمنا التعرف على الأجهزة الجديدة التي يستفيد منها القائمون بالإتصال في تلك الأقسام ،ومعرفة الدورات التدريبية التي التحق بها القائمون بالإتصال، وطريقة استخدامهم لتكنولوجيا الإتصال، وتأثيرها عليهم.

تعد دراسته من الدراسات الإستطلاعية والوصفية فهي الأولى من نوعها في هذا المجال أي في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية واعتمد على منهج المسح الإعلامي ،مستخدما الأدوات التالية:

- استمارة الإستبيان وزعها على القائمين بالإتصال في الأقسام الخارجية بتلك الصحف المصرية واستخدم أسلوب الحصر الشامل معهم.

-عمل مقابلة مع كل مبحوث لاستكمال ما لم يتدارك في الإستبيان.

-اعتمد على الملاحظة العلمية.

وتوصل إلى النتائج التالية:

-أن الصحفيين في الأقسام الخارجية تعلموا استخدام التكنولوجيا الحديثة عن طريق زملائهم في العمل وقلة منهم من استفاد عن طريق الدورات التدريبية.

1 -عادل عبد الرزاق ضيف، " أثر التكنولوجيا على القائمين بالإتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية"، من كتاب تكنولوجيا، الإتصال: الواقع والمستقبل ،بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999

-182. ص ص145 .

أما عن أثر التكنولوجيا عليهم ،فأكدوا أنها أدت إلى سرعة معدل الأداء والإنجاز في العمل الصحفي ،وساعدت على:

-تنويع مصادر معلوماتهم.

-تقديم خدمة أفضل للقراء.

أما عن أهم معوقات الاستفادة من تكنولوجيا الإتصال فرأى:

-مشكلات في الأجهزة الحديثة نفسها.

-عدم كفاءة بعض المحررين في استعمال الأجهزة.

-عدم اهتمام الصحف بتدريب الصحفيين.

ب-الدراسات الجزائرية: ونذكر منها دراستين:

-الدراسة¹: إسهام التكنولوجيا الجديدة في تطوير الرسالة التلفزيونية: "

2005، وقد عمل على دراسة وصفية تحليلية لتطور / الدراسة قام بها" عبدالقادر قطشة"، للعام 2004 الرسالة الإعلامية للتلفزيون الجزائري في ظل التنوع الذي عرفه الإعلام السمعي البصري مع ظهور البث المباشر والأقمار الصناعية، ومدى مساهمة التلفزيون الجزائري لهذه التكنولوجيات وتجديد وسائله للتكيف مع العصر الإعلامي الجديد للحفاظ مكانته بين القنوات المحلية والعالمية. كما قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية حول: التغطية الإعلامية للتلفزيون الجزائري للدورة الرياضية العربية

2004/10/ 2004 و. 08 /09/ العاشرة بين 24 وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-النقص الكبير في التكوين على الوسائل التكنولوجية الجديدة ، ونقص الرسكلة ،

وبالتالي لا يرجى من المهنيين تقديم برامج جيدة كما ونوعا.

-إستراتيجية التلفزيون في شراء واقتناء الأجهزة التكنولوجية الجديدة لا يشرك فيها التقنيون المتخصصون ،وتتولاها الإدارة ،وبالتالي هذه الإستراتيجية غير خاضعة لدراسة جيدة.

-الأجهزة الجديدة لا تستغل بصفة جيدة ،أو تستغل بنسبة ضعيفة مقارنة بطاقتها الحقيقية نظرا لنقص التحكم في حباياها.

لوسائل HD والتي تتطلب بدورها أجهزة ماثلة عالية الجودة ،- HD اقتناء أجهزة رقمية حديثة والتي مازالت تعمل بوسائل (TDA) البث على مستوى المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي تقليدية.

أما بالنسبة لتغطية التلفزيون للدورة الرياضية العربية العاشرة فكانت عادية جدا حتى مع استعمال الوسائل الرقمية ،لأن تكوين التقنيين على هذه الوسائل كان محدودا.

وكتيجة عامة خلص الباحث إلى أنه مادام المجال السمعي البصري محتكرا ،أي عدم وجود تعددية في القنوات التلفزيونية في الجزائر ،سواء عمومية أو خاصة يجعل النظر بشكل جدي لإستراتيجية التلفزيون الجزائري غير مكتمل ،وبالتالي لا نصل إلى الغاية الحقيقية وهي مكانته بين التلفزيونات العربية والأجنبية.

-الدراسة²: تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر: "2005 بكلية الإعلام والاتصال ، /الدراسة قامت بها" سولاف بوصبع " في العام الدراسي 2004 بجامعة الجزائر.

وهدف دراستها إلى محاولة فهم العلاقة بين التكنولوجيات الإتصالية الجديدة والعمل

الصحفي، ومحاولة معرفة هذه التكنولوجيات وخصائصها وانعكاساتها على العمل الصحفي.

تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية حيث اهتمت بوصف وتحليل الظاهرة التي تتمثل في تأثير التكنولوجيات الإتصالية على العمل الصحفي في الجزائر، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، وشملت الدراسة المسحية عينة من الصحف الجزائرية وهي: الخبر، الوطن، الشعب، الأحرار.

واعتمدت على استمارة الاستبيان لتحليل معطيات الدراسة الميدانية، التي شملت الصحف الأربعة، وتضمنت عدة محاور:

- المحور الأول: إدخال التكنولوجيات الإتصالية الجديدة وكيفية التعامل معها.

- المحور الثاني: تأثير التكنولوجيات الإتصالية الجديدة على سيرورة العمل الصحفي.

- المحور الثالث: محاسن ومساوئ استخدام التكنولوجيات الإتصالية الجديدة.

- المحور الرابع: تداعيات أخرى.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع هي علاقة تأثير وتأثر في ظل التطور التكنولوجي وتأثر أشكال الكتابة الصحفية بهذا التطور.

- أثرت التكنولوجيا الإتصالية على العمل والوظيفة بصفة عامة حيث أضحى التعامل مع المعلومات الكترونيا، وقد أدى ذلك إلى ظهور وظائف جديدة وفاعلين جدد.

- إن التطورات التكنولوجية أثرت أيضا على جمهور الصحافة، وفتحت أسواق جديدة، ووفرت (ciblage). إمكانية تحديد الجمهور.

- للتكنولوجيا تأثيراتها على سيرورة العمل الصحفي، على كل المستويات: التغطية الإعلامية، التحرير، الإنتاج، الإخراج، الجمع والطبع، النقل والتوزيع، الأرشفة.

- أدخلت التكنولوجيا الإتصالية الجديدة الكثير من المحاسن فيما يتعلق بالجانب الإداري.

- يعتمد جل الصحفيين إلى استعمال ما جلبته التكنولوجيا من أدوات اتصال: إنترنت، هاتف نقال، حواسيب شخصية، وهناك استعمال محتشم للإنترنت كوسيلة اتصال داخلي.

- أظهرت نتائج الدراسة اجماع الصحفيين أن التكنولوجيات الجديدة للإتصال وفرت مصادر للمعلومات تتميز بالتنوع والكثرة والجددة، كما أظهرت نقص دورات التكوين و الرسكلة لتلقين الصحفيين استخدام التكنولوجيات الاتصالية الجديدة في عملهم.

الفصل الثاني

الإطار العام
للدراسة



1-الكلمات الدالة في الدراسة:

تحديد المصطلحات:

-تعريف المهارة لغةً :- هي إحكام الشيء وإجادته والحدق فيه .¹ "

-التعريف الاصطلاحي: يعرفها الأستاذ فاروق أبو زيد أنها" الدقة والسهولة في إجراء عمل من الأعمال . وقيل هي ما يصدر عن الفرد من سلوك لفظي أو مهاري وهذا الأداء عادةً يكون على مستوى معين يظهر منه القدرة أو عدم القدرة على أداء عمل معين² .

-التعريف الإجرائي: هي التمكن من إنجاز مهمة بكيفية محددة وبدقة متناهية، وسرعة في التنفيذ.

-تعريف الصحفي: لغة: على حين الصحافي هو من يعمل في الصحف بمعنى الوراق

تعريف الصحفي إصطلاحاً: هو ما يتعلق بمهنة الصحافة ،ويتصل بها: فيقال أسلوباً صحفياً ،عرضاً صحفياً ،أو أداء صحفياً³ .

-التعريف الإجرائي هو الشخص الذي يزاول مهنة الصحافة إما مكتوبة أو مسموعة أو مرئية .

مؤسسات الاعلام : هي نظام اجتماعي تقدم خدمات للجمهور عن طريق الرسالة مقابل الحصول على المال .

تعريف المؤسسة لغةً : ورد في معجم لسان العرب لابن منظور في فعل (أسس)⁴ .

الأس والأسس والأساس : كل مبتدأ شيء.

والأس والأساس أصل البناء، والأسيس أصل كل شيء ،وأس الإنسان قلبه لأنه أول متكون في الرحم ، وأس البناء مبتدؤه.

اصطلاحاً :للمؤسسة عدة تقسيمات خاصة من الجانب الاقتصادي منظمة ومنشأة خاصة تسمية المنشأة موجودة في عالم الرياضة . ومن أهم تعريف الباحثين نجد

المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصاً ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات لإنتاج سلعة ما ،والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه.⁵

¹ - علي بن هادية وآخرون ،القاموس الجديد للطلاب ،المؤسسة الوطنية للكتاب ،الجزائر ، ط 1991 ، 7 ، ص1402

² - نفس المرجع ،ص1403

³ - فاروق أبو زيد ، مدخل إلى علم الصحافة ، عالم الكتب ،القاهرة ، ط1998 ، ص2

⁴ - جمال الدين ابن منظور ،لسان العرب،المجلد السادس ،(بيروت:دار بيروت للطباعة والنشر،1997)ص 478-482

⁵ - جازية فرقاني،المسرح وفعاليته ،مجلة المسرح دوت كوم ، السنة الثانية يوليو 2003.

تعريف الاعلام لغة : أعلم يعلم ومعناه النشر والارسال والاخبار من طرف الى طرف اخر .

اصطلاحا: عرف ابراهيم امام بأنه ارسال وتزويد مجموعة من الافراد بمعلومات مختلفة لها علاقة بالحدث.

إجرائيا: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر.

تعريف المؤسسة الاعلامية : هي العملية الاعلامية التي تظم عنصريين وهو أساس قيام العملية أحدهما القائم بالاتصال وثانيهما المستقبل ولاكن تكون هناك روابط الرسالة والوسيلة.

التعريف الاجرائي: هي الوسيلة وتعتبر العنصر الثالث حسب لازويل ومعناها هي العناصر البشرية التي تقوم باعداد رسائل مختلفة ومتنوعة سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو بصرية.

2- الإشكالية:

يعتبر العمل المؤسسي مطلب كل منظمة إدارية لكسب رهان المنافسة في ظل تكنولوجيا المعلومات و تنوع المورد البشري، فرض على تلك المؤسسات و منها الإعلامية خاصة مراجعة استراتيجياتها في تحقيق الهدف المنشود.

هذه المراجعة تتمثل في البرامج والخطط التسييرية وكيفية هندسة المورد البشري بما يستجيب وتنفيذ التغيير المنشود للتكيف الخارجي والاندماج الداخلي، لكن المؤشر التي تراهن عليه اليوم المؤسسات وخاصة الإعلامية هو المورد البشري المعد للرسالة الإعلامية ومخرجاها و منفذها في مختلف صورها ودلالاتها. يعرف العالم تطورا متصاعدا في المجال الإعلامي بكل أصنافه السمعي والسمعي البصري والصحافة المكتوبة، حيث أصبحت الابتكارات النوعية تحكم مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال باعتبار الإعلام والاتصال من أهم ركائزها والتكنولوجيا هي متابعة إحدائيات ومعطيات العصر من وسائل وأجهزة وتطبيق استخداماتها الحديثة والاستفادة منها في شتى مناحي الحياة الإنسانية بما في ذلك تأثيراتها في مجال المعلومات ووسائل الإعلام على اختلافها

إن ما سبق نجد الجزائر ليست بمعزل عن هذه المطالب، فمؤسساتها الإعلامية تبنت استراتيجيات في التكيف مع هذه التغييرات وخاصة في ظل الانفتاح القطاع السمعي بصري، حيث يمكن طرح إشكالية في كيفية تكيف واندماج هذه المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة الجزائرية، مع هذه المعطيات المطروحة من خلال هندسة كفاءاتها الإعلامية.

وقد امتد هذا التطور العظيم إلى مختلف وسائل الإعلام الجزائرية بدءا بالصحافة المكتوبة التي أصبحت تعيش اليوم مرحلة جديدة من الاتصال أحدثتها ثورة الانترنت عند دخولها إلى الجزائر في مارس 1993 حيث أصبحت تسمى "بالصحافة الإلكترونية" وأصبحت تفرض نفسها داخل المؤسسات الصحفية لأنها توفر لها العديد من الخدمات، كما شمل هذا

التطور التكنولوجي الرقمي الوسائل المرئية من تلفزيون وسينما وذلك من خلال تطويرهما بأحدث التجهيزات الرقمية، وأطلق عليهما اسم "التلفزيون التفاعلي" و"السينما الرقمية"

وعلى هذا الأساس تتمحور إشكالية دراستنا على النحو التالي:

هل لمهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني دور في التوافق التكنولوجي المعلوماتي بالمؤسسات الاعلامية؟

التساؤلات الفرعية:

هل للإثراء الوظيفي للصحفي الرياضي التلفزيوني أثر لرفع مستوى التوافق التكنولوجي للمورد البشري من خلال أدواته؟

هل لتحليل وتوصيف المهام دور في تحديد الاحتياجات الحقيقية لضمان توافق لمورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة؟

3-أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

- تقويم الواقع الحالي مدى أهمية مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني وتوافقها مع أنظمة المؤسسات الاعلامية التي جلبتها تكنولوجيا المعلومات.
- تحديد المشاكل والمعوقات التي تواجه الصحفي الرياضي وتحدُّ من استغلالها للخدمات والإتاحات التي تتيحها التكنولوجيا المعلومات المتوفرة في شكل شبكة وأنظمة استغلال ومعالجة.
- محاولة فهم العلاقة بين مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني والتكنولوجيات المعلومات الجديدة
- الوقوف عند أهم الجوانب التي أثرت فيها تكنولوجيا المعلومات الحديثة ودورها في تحسين الأداء الإعلامي والنهوض بقطاع الإعلام.
- معرفة أهمية مهارات الصحفي الرياضي في التلفزيون وكيفية استغلالها على أحسن وجه.
- اقتراح بعض الحلول التي من شأنها المساهمة في تطوير استخدام الوسائل الإعلامية لخدمات هذه التكنولوجيات واستثمارها على الوجه الأمثل وبأعلى كفاءة.
- توضيح كيفية توظيف مهارات الصحفي الرياضي وتطويرها للوصول بكفاءة للجماهير بالشكل الذي يناسب أساليب استخدامها.

4-أهمية الدراسة:

يمكن حصر أهمية البحث في جانبين رئيسيين هما:

- الجانب العلمي والمعلوماتي: ويقصد به ما توفّره تكنولوجيا المعلومات من إتاحات إعلامية وعملية، تعطي لمهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني إمكانية الحصول على المعلومة ومعالجتها وإيصالها إلى الجمهور في أحسن صورة.

- الجانب الإقتصادي: ويقصد به ما توفره هذه التكنولوجيا من الجهد والوقت والمال على الإعلاميين ومؤسساتهم، وبشكل خاص في الحصول على المعلومات المطلوبة وكذا معالجتها وإرسالها، مهما تباعدت مصادرها، مع أكثر فنية ومهنية مع مهاراته.

كما أن الموضوع يكتسي أهمية باعتبار موضوعاً جديداً ظهر في ظل التطور الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات منذ مطلع التسعينيات.¹

حدود الدراسة:

لقد شملت الدراسة التلفزيون الجزائري (القسم الرياضي) حاولنا من خلالها دراسة الواقع العملي لمهارت الصحفيين .

5- فرضيات الدراسة:

قبل الخوض في صياغة بعض الفرضيات من المستحسن تعريف الفرض العلمي الذي هو "عبارة عن جملة أو جمل عدة تعبر عن إمكانية وجود علاقة بين عامل مستقل وعامل آخر تابع، فهي كافة الاحتمالات أو أفكار تتولد في عقل الباحث يسعى إلى إثباتها أو نفيها"¹ ومنه تتمحور فرضيات الدراسة في الآتي:

- ✓ للإثراء الوظيفي للصحفي أثر لرفع مستوى التوافق التكنولوجي للمورد البشري من خلال أدائه .
- ✓ لتحليل وتوصيف المهام دور في تحديد الإحتياجات الحقيقية لضمان التوافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة .

أسباب الدراسة:

وقع اختيارنا على هذا الموضوع لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية منها:

الأسباب الموضوعية:

- شهدت الساحة الإعلامية الجزائرية عامة والقطاع السمعي البصري خاصة نوعاً جديداً من الإذاعات المحلية، وستنطرق إلى أهم الجوانب المتعلقة بهذا النوع الإعلامي خاصة أنه لا توجد دراسات كافية عن الإذاعات المحلية بالجزائر.
- إثراء مكتبة علوم الإعلام والاتصال بمرجع جديد يدرس مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني وتوافقها مع التكنولوجيا الجديدة .
- معرفة مدى قدرة وكفاءة القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية في التعامل مع تكنولوجيا المعلومات الجديدة .

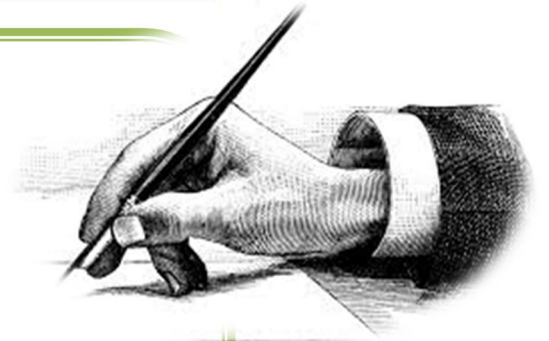
¹ محمد عبيدات وآخرون، "منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات"، طبعة 1، الأردن: دار وائل للنشر، 1999، صفحة 28

الأسباب الذاتية:

- ميلنا للعمل الصحفي بدافع حب المعرفة والإطلاع على الحقائق.
- اختيارنا للتلفزيون لم يكن وليد صدفة وإنما يرجع إلى توافقها مع التكنولوجيا المعلومات .
- رغبتني في القيام بهذه الدراسة باعتباري طالب على وشك التخرج من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، لمعرفة الطريق الأمثل للاندماج في العمل الصحفي دون التعرض لمعوقات تمنع سير ذلك بشكل جيد.

الفصل الثالث

الإجراءات
الميدانية للدراسة



تمهيد :

تهدف البحوث العلمية عموماً إلى الكشف عن الحقائق ، وتكمن قيمة هذه البحوث وأهميتها في التحكم في المنهجية المتبعة فيها ، وهذه الأخيرة تعني " مجموعة المناهج والطرق التي تواجه الباحث في بحثه ، وبالتالي فإن وظيفة المنهجية هي جمع المعلومات ، ثم العمل على تصنيفها وترتيبها وقياسها وتحليلها من أجل استخلاص نتائجها والوقوف على ثوابت الظاهرة المراد دراستها"¹.

1. الدراسة الاستطلاعية:

تعد الدراسة الاستطلاعية مرحلة من أهم مراحل البحث العلمي ، فهي القاعدة التي يبنى عليها الباحث انطباعاته وتصوراته الأولية حول دراسته وميدان تطبيقها ، كما تساعده على تجنب بعض العراقيل وفهم وتفسير بعض النواحي الغامضة ، ليقوم بعدها بالمراجعة النهائية لخطوات لتطبيق أداة بحثه ضماناً للسير الحسن لها.

إذ أن الهدف الأسمى من الدراسة الاستطلاعية يتمحور في النقاط التالية :

— تكوين وبناء أداة القياس استمارة الاستبيان بناءً محكماً ودقيقاً .

— البحث عن الخصائص العلمية لأداة القياس الصدق والثبات .

— تقييم المستوى المعرفي لأفراد العينة ومدى مطابقتها لموضوع الدراسة .

فقبل التطبيق النهائي للاستبيان الذي اعتمدناه في بحثنا هذا ، قمنا بزيارة أولية إلى مؤسسة التلفزيون الجزائري ، وذلك بغرض اختيار العينة الملائمة ووقع الاختيار على القسم الرياضي:

فقابلنا 50 صحفي لمعرفة ما إذا كانت الأسئلة في متناولهم أم لا فوجدنا تجاوب كبير مع الأسئلة.

2. المنهج المتبع :

إن مناهج البحث تختلف في البحوث الاجتماعية باختلاف مشكلة البحث وأهدافها، فالمنهج « هو عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه "² . ففي مجال البحث العلمي يعتمد اختيار المنهج السليم والصحيح ، لكل مشكلة بحث بالأساس على طبيعة المشكلة ومن هذا المنطلق فموضوع بحثنا يتمثل في " مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق التكنولوجي المعلوماتي في

¹ - فريدريك مونتوق : معجم العلوم الاجتماعية : انجليزي - فرنسي - عربي - أكاديميا ، بيروت ، لبنان ، 1998 ، ص . 231

² - رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط 1 ، 2002 ، ص . 191 .

المؤسسات الاعلامية " يمللي علينا اختيار المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع البيانات الميدانية ومن أحسن طرق البحث.

3. مجتمع و عينة البحث :

" وهي عبارة عن مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل ، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الذي تجري عليه الدراسة ، فالعينة إذا هي جزء أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي " ¹.

ونظرا لطبيعة بحثنا وتطلعنا للموضوعية في النتائج ، تم اختيار عينة بحثنا عينة شاملة والتي شملت 50 صحفي ينشطون في التلفزيون الجزائري (القسم الرياضي) التي نحن بصدد إجراء الدراسة عليها حيث تم اختيار كل الصحفيين ، تم توزيع الاستمارات عليهم وذلك بغية تزويد بحثنا .

4. الأداة المستعملة :

في هذا البحث تناولنا تقنية الاستبيان الذي يعتبر من أنجع الطرق للتحقيق حول الرأي العام ومن أنسب الطرق لتحقق من الإشكالية التي قمنا بطرحها ، كما يسهل علينا جمع المعلومات المراد الوصول إليها انطلاقا من الفرضيات السابقة .

ويعرف الاستبيان على أنه : " أداة من أدوات الحصول على الحقائق والبيانات والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات عن طريق الاستبيان من خلال وضع استمارة الأسئلة ، ومن بين مزايا هذه الطريقة أنها اقتصاد في الجهد والوقت كما أنها تسهم في الحصول على بيانات من العينات في أقل وقت بتوفير شروط التقنين من صدق وثبات وموضوعية ²

وتضمن الاستبيان قائمة تضم (18) سؤالاً ، يجاب عليها بعلامة (x) داخل الخانة المختارة ، وهي موجهة إلى أفراد العينة من أجل الحصول على معلومات حول الموضوع أو المشكلة المراد دراستها ، وقد تم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية .

حيث تتكون استمارة الاستبيان من محورين وهي على الشكل التالي :

المحور الأول : متعلق بالاثراء الوظيفي للصحفي الرياضي وأثره لرفع مستوى التوافق التكنولوجي للموردي البشري من خلال ادائه

¹ - رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، مرجع سابق ص 192 .

² - حسين أحمد الشافعي ، سوزان أحمد علي مرسي ، مبادئ البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية، منشقة المعارف ، الإسكندرية ، ص 203-205.

المحور الثاني: متعلق بتحليل وتوصيف المهام ودورها في تحديد الاحتياجات الحقيقية لضمان توافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة

1-4 خصائص السكومترية للأداة

1-1-4 صدق الأداة :

تعرفه " أناستازي " 1990 إن صدق الاختيار يعني ما الذي يقيسه الاختبار و كيفية صحة هذا القياس ويقبل الصدق على أساس معاملات الارتباط التي تشير إليه "صدق بحثنا هذا يتمثل في صدق أساتذة المحكمين .

2-1-4 ثبات الأداة :

وتعني أن الدرجات التي يتم الحصول عليها دقيقة و خالية من الخطأ ، وهذا يعني أنه في حالة تطبيق نفس أداة القياس(الاختبار أو المقياس) على نفس الفرد أو الشيء ، أي عدد من المراتب نفس الطريقة و الشروط فإننا سوف نحصل على نفس القيمة في كل مرة

5. إجراءات التطبيق الميداني للأداة :

1-5 المجال المكاني :

لقد ارتأينا في بحثنا هذا إلى إجراء الدراسة الميدانية على مستوى التلفزيون الجزائري، وتم توزيع الاستمارات عليهم .

5-2 المجال الزمني :

لقد تم ابتداء البحث منذ أوائل شهر جانفي عن طريق البحث في الخلفية النظرية أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد تم توزيع الاستمارات على الرياضيين خلال الفترة الممتدة ما بين 15 افريل 2015 إلى غاية 10 ماي 2015

6- أسلوب التحليل الإحصائي :

لكي يتسنى لنا التعليق والتحليل عن نتائج الاستمارة بصورة واضحة وسهلة قمنا بالاستعانة بأسلوب التحليل الإحصائي وهذا عن طريق تحويل النتائج التي تحصلنا عليها من خلال الاستمارة إلى أرقام على شكل نسب مئوية وهذا عن طريق إتباع القاعدة الثلاثية المعروفة بـ :

$$\begin{array}{l} \text{س} \longleftarrow 100\% \\ \text{ع} \longleftarrow X \\ \text{فإن } X = \frac{\text{ع} \times 100}{\text{س}} \\ \text{النسبة المئوية} . \end{array}$$

ع : عدد الإجابات (عدد التكرارات).

س : عدد أفراد العينة¹.

- استعمال البرنامج الإحصائي SPSS (statistical package for social science) أي الحزمة الإحصائية لعلوم الاجتماع نسخة 19.

7 - المتغيرات المستعملة: يمكن أن نقسم موضوع بحثنا حسب المتغيرين التاليين:

7-1 المتغير المستقل (السبب):

وهو الذي يؤدي التغير في قيمته إلى التأثير في قيم متغيرات أخرى لها علاقة به وحدد المتغير المستقل في بحثنا الحالي في : مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني .

7-2 المتغير التابع (النتيجة) :

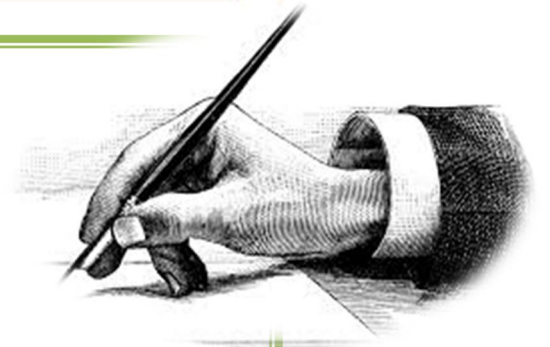
وهو الذي تتوقف قيمته على قيم متغيرات أخرى ومعنى ذلك أن الباحث حينما يحدث تعديلات على قيم المتغير المستقل تظهر نتائج تلك التعديلات على قيم المتغير التابع وحدد في بحثنا كما يلي:

-تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الاعلامية.

¹ - معين أمين السيد : المعين في الإحصاء ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، القبة ، 1998 ، ص 34

الفصل الرابع

عرض النتائج
وتفسيرها ومناقشتها



الفصل الرابع----- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

تحليل الجداول البسيطة.

1/ تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين.

2/ المحور الأول: متعلق بالاثراء الوظيفي للصحفي الرياضي وأثره لرفع مستوى التوافق التكنولوجي المعلوماتي للمورد البشري من خلال اداءه

3/ المحور الثاني: متعلق بتحليل وتوصيف المهام ودورها في تحديد الاحتياجات الحقيقية لضمان توافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة .

السؤال رقم (1) السن

جدول رقم (1) السن : الفئات العمرية لعينة البحث.

النسبة المئوية %	التكرار	السن
%00	00	25/20
%04	02	30/26
%06	03	35/31
%50	25	40/36
%40	20	41 فما فوق
%100	50	المجموع

السؤال رقم (2) مستوى الدراسي .

جدول رقم (2): مستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
%94	47	ليسانس
%6	03	ماجستير
%0	00	دكتوراه
%100	50	المجموع

التحليل:

من خلال تحليل الجدول رقم (1) ، (2) يمكن ان نلاحظ ان غالبية افراد العينة المدروسة يتراوح سنهم ما بين 36-40 بنسبة 50% و 41 بنسبة 40% وهي الفئة الغالبة في الدراسة بينما ينقسم باقي مجتمع الدراسة بين فئة اقل من 35 سنة ، واكثر من 26 سنة بنسبة متفاوتة.

كما يتبين من تحليل الجدول التالي في دراسة متغيرات ان اغلب افراد مجتمع البحث لديهم مستوى ليسانس بنسبة 94% بينما نسبة 6% لديهم مستوى ماجستير بينما مستوى دكتوراه لاتوجد في هذه الفئة.

المحور الأول: متعلق بالإثراء الوظيفي للصحفي الرياضي وأثره لرفع مستوى التوافق التكنولوجي للمورد البشري .

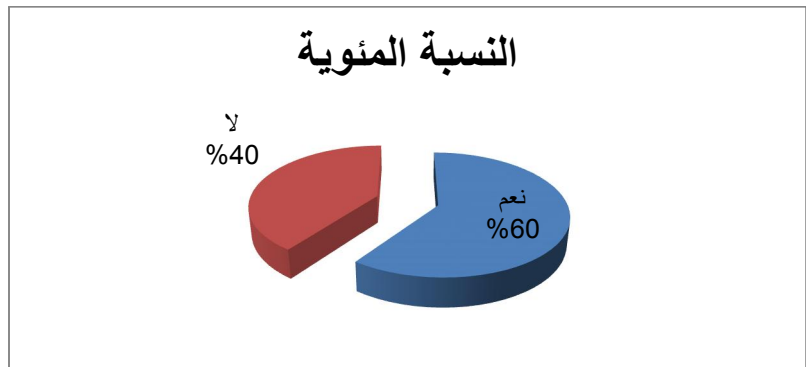
السؤال رقم (3) : هل تملك جهاز كمبيوتر خاص بك؟

الغرض من السؤال : معرفة مدى مساهمة الصحفيين لتكنولوجيا المعلومات الحديثة.

جدول رقم : (3) امتلاك الباحثين لجهاز كمبيوتر.

هل تملك جهاز كمبيوتر خاص بك؟		السؤال	الاجابة
النسبة المئوية	التكرار		
60%	30		نعم
40%	20		لا
100%	50		المجموع

الشكل رقم : 01 يمثل نسبة امتلاك الجهاز الكمبيوتر



التحليل :

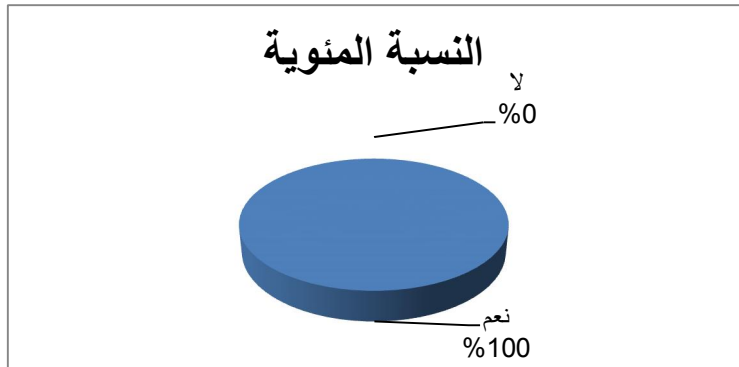
من خلال تحليل الجدول رقم(3) يتبين أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة يمتلكون جهاز كمبيوتر أي ما نسبته 60 % هي فئة تمثل أكثر من نصف عينة البحث، وبالتالي تعكس صورة مجتمع البحث، وهذا يعني أن هناك مسايرة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وامتلاكها.

السؤال رقم(4) هل تلقيت تكويناً أو تدريباً في الإعلام الآلي؟
الغرض من السؤال : معرفة مدى التحكم في استعمال جهاز الكمبيوتر.

جدول رقم : (4) نسبة التكوين على الإعلام الآلي لدى أفراد عينة البحث.

هل تلقيت تكويناً أو تدريباً في الإعلام الآلي؟		الاجابة
التكرار	النسبة المئوية %	
50	%100	نعم
00	%0	لا
50	%100	المجموع

الشكل رقم : 2) يمثل نسبة التكوين او التدريب على الإعلام الآلي .



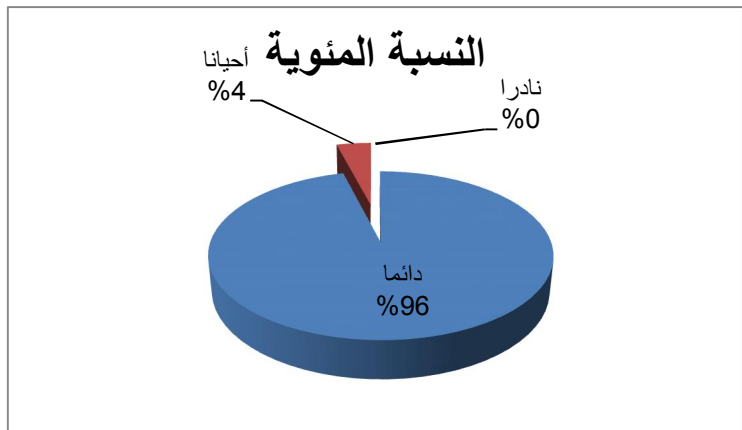
التحليل:

من خلال تحليل الجدول رقم (4) يتبين أن نسبة 100% من العينة المدروسة لديهم تكوين، أو تدريب في الإعلام الآلي، وهي نسبة تفوق النصف من عينة البحث، مما يعكس مساهمة التحكم في التكنولوجيا المعلوماتية الحديثة والتي يشكل الكمبيوتر أهمها في ظل ثورة التكنولوجيا المعلومات التي نعيشها، كما تعكس هذه النسبة الرغبة في مساهمة استعمال الإعلام الآلي في العمل الإعلامي من خلال التأكيد على القيام بتدريب أو تكوين في هذا التخصص للتحكم في إتاحتها، وتطبيقها في العمل الإعلامي.

السؤال رقم(5)- إذا كنت ممن لم يتلقوا تكويناً في الإعلام الآلي هل ذلك يعني أنك لا توظفه في عملك؟
الغرض من السؤال: معرفة مدى استعمال الكمبيوتر في العمل الإعلامي لدى الفئة التي لم تتلق تكويناً عليه.
جدول رقم: (5) استعمال الكمبيوتر والتكوين عليه لدى المبحوثين.

التكرار الإجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائم	48	96%
أحيانا	02	4%
نادرا	00	0%
المجموع	50	100%

الشكل رقم: 3 يمثل نسبة التكوين على الإعلام الآلي .



التحليل

من خلال تحليل الجدول رقم(5) ان نسبة الفئة المبحوثة الذين لم يتلقوا تكوينًا أو تدريبًا على الإعلام الآلي ويستعملونه في عملهم بالرغم من ذلك، بحيث هي النسبة الغالبة ب100 %، وهي الأغلبية العظمى ومنه نستنتج أن صحفيي الرياضي التلفزيون يستعملون الكمبيوتر في عملهم وفق فئتين، فئة تستعمله وقد تلقت تكوينًا أو تدريبًا عليه، والفئة الأخرى تستعمله وذلك بواسطة التدريب عليه بالمحاكاة والتعود اليومي بالعمل عليه.

السؤال رقم - (6) هل تجيد استعمال خدمات الانترنت؟

السؤال رقم - (7) هل توظف الانترنت في عملك الإعلامي؟

الغرض من السؤالين : معرفة التحكم في استعمال الانترنت وتوظيفها في العمل الإعلامي.

جدول رقم (6):

السؤال الإجابة	هل تجيد استعمال خدمات الانترنت؟		هل توظفها في عملك الإعلامي؟	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	50	%100	50	%100
لا	00	%0	00	%0
المجموع	50	%100	50	%100

الشكل رقم : 04 يمثل نسبة معرفة التحكم في استعمال الانترنت وتوظيفها في العمل الإعلامي.



التحليل:

من خلال تحليل الجدول رقم(6) يتبين لنا أن الغالبية العظمى من العينة المبحوثة تتحكم في استعمال الانترنت بما نسبته 100% من عينة البحث، ويتم توظيفها لدى نسبة كبيرة جدا أيضا 100% في العمل الإعلامي، الأمر الذي يظهر مكانة الانترنت كوسيط إعلامي لدى الإعلاميين الجزائريين أصبح لا يمكن الإستغناء عن خدماته مع مرور الوقت.

السؤال رقم (8) وس رقم(9)

8- إضافة إلى الانترنت هل تتحكم في استعمال أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك (ENPS/News Base) ؟

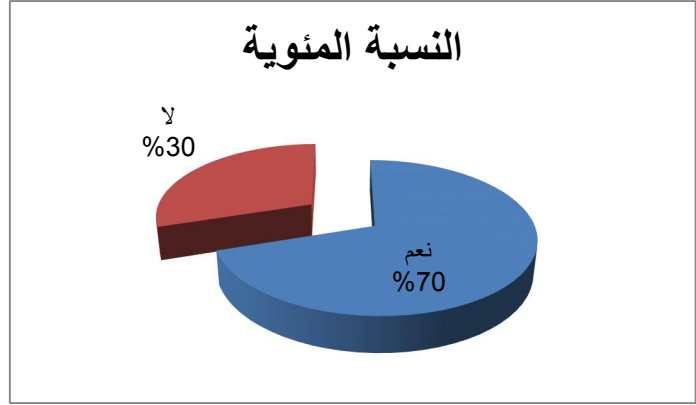
9- هل تلقيت تكوينًا أو تدريبًا على أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك (ENPS/News Base) ؟

جدول رقم : (7) التحكم والتكوين على الأنظمة الجديدة للاتصال.

السؤال الإجابة		إضافة إلى الإنترنت هل تتحكم في أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة		هل تلقيت تكوينًا أو تدريبًا على هذه الأنظمة الجديدة ENPS/News.b	
		التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
نعم		35	70%	35	70%
لا		15	30%	15	30%
المجموع		50	100%	50	100%

الشكل رقم : 05 يمثل نسبة تتحكم في استعمال أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك (ENPS/News Base)

يمثل نسبة تلقيت تكوينًا أو تدريبًا على أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك (ENPS/News Base)



التحليل:

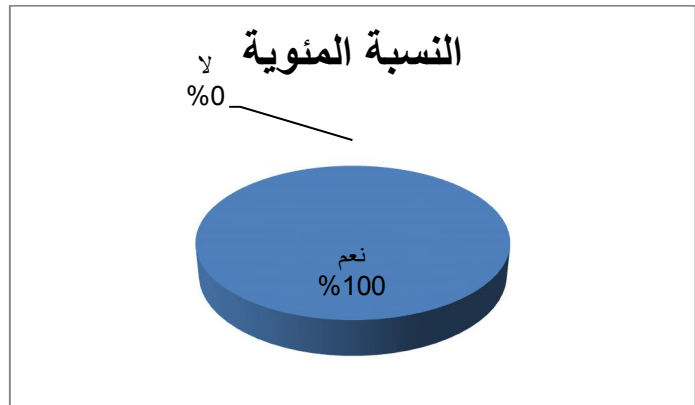
من خلال تحليل الجدول رقم(7) يتبين لنا أن نسبة كبيرة من الفئة المبحوثة تتحكم في استعمال أنظمة تحرير ومعالجة الأخبار الجديدة المدججة في قسم الرياضي بالتلفزيون، بحيث أن نسبة 70% وهي الغالبية العظمى أجابت بذلك، بينما يبقى التكوين عليها في غير مستوى استعمالها، بحيث أن نسبة 70% أجابوا بأنهم تلقوا تكوينًا أو تدريبًا عليها، بينما نسبة 30% وهي تقارب نصف عينة البحث أجابت بعدم تلقي تكوين أو تدريب على الأنظمة الجديدة لتحرير ومعالجة الأخبار (ENPS/News Base) وتصدر الإشارة إلى أن الفئة التي أجابت بنعم للتكوين والتدريب، يقصدون التمرن عليها فقط عند فرضها في العمل من طرف الإدارة، وما يؤيد ذلك هو الدراسة الميدانية، والزيارات المتكررة بقاعات التحرير والمقابلات المختلفة التي أجريت مع الصحفيين أثناء فترة الدراسة.

السؤال رقم (10)

-هل سبق لك أن قمت بتغطية خارج المقر المركزي للتلفزيون الجزائري؟
الغرض من السؤال: معرفة نسبة تغطية الأحداث خارج مقر التلفزيون
جدول رقم: (8) نسبة القيام بتغطيات خارج التلفزيون

هل سبق لك أن قمت بتغطية خارج المقر المركزي للتلفزيون؟		السؤال الاجابة
التكرار	النسبة المئوية %	
50	%100	نعم
00	%0	لا
50	□100	المجموع

الشكل رقم: 06 يمثل نسبة تغطية الأحداث خارج مقر التلفزيون.



التحليل:

من خلال الجدول رقم (8) يتبين أن نسبة كبيرة من المبحوثين 100% سبق لهم وأن قاموا بتغطية خارج مقر التلفزيون، ومنه أن أكبر فئة سبق وأن قامت بتغطية خارج مقر التلفزيون.

السؤال رقم - (11) هل تستعمل هذه الوسائل المعلوماتية لأداء عملك الإعلامي؟
الغرض من السؤال: معرفة الأدوات التكنولوجية الأكثر استعمالاً لأداء العمل الإعلامي.
جدول رقم(9) استعمال الوسائل المعلوماتية في العمل الصحفي.

Filing Déruchage		Cellule de Montage		PC/Portab		FLASH Disk		CD/DVD		الوسيلة استعمالها
ن	تك	ن	تك	ن	تك	ن	تك	ن	تك	
78%	39	62%	31	20%	10	84%	42	44%	22	نعم
22%	11	38%	19	80%	40	16%	08	56%	28	لا
100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع

الشكل رقم : 07 يمثل نسبة معرفة الأدوات التكنولوجية الأكثر استعمالاً لأداء العمل الإعلامي.



التحليل:

من خلال تحليل الجدول رقم (9) يتبين لنا أن هناك استعمال مكثف ومسايرة لمختلف الوسائل التكنولوجية لتخزين وتحويل المعلومات، ويأتي في مقدمتها استعمال خلايا التركيب (Filing/Deruchage) والتي تعمل في نظام (News Base) بنسبة % 78.8 ، وكذا استعمال حامل (Flash Disk) بنسبة %84 ، الذي أصبح يعتبر كوسيط تخزين حل محل وسائط التخزين القديمة مثل الأسطوانة المرنة (Disquette) كذلك الحال بالنسبة للأقراص المضغوطة (DVD/CD) والتي لاستعملها فئة كبيرة من العينة تقدر بـ %44، فيما يظل الإعتماد على خلايا التركيب القديمة قائما بنسبة % 65 مما يعكس مزاجية العمل بالأنظمة القديمة والحديثة في التركيب وتحويل المعلومات نظراً لحداثة نظام (News Base) الذي لا يزال العمل جاري لتعميم العمل به، والتحكم في جزئياته.

الفصل الرابع----- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

المحور الثاني: متعلق بتحليل وتوصيف المهام ودورها في تحديد الاحتياجات الحقيقية لضمان توافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة .

السؤال رقم (12) هل توظف تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي جلبتها المؤسسة (انترنت+شبكة داخلية في علاقتك مع الإدارة +ENPS+News Base)

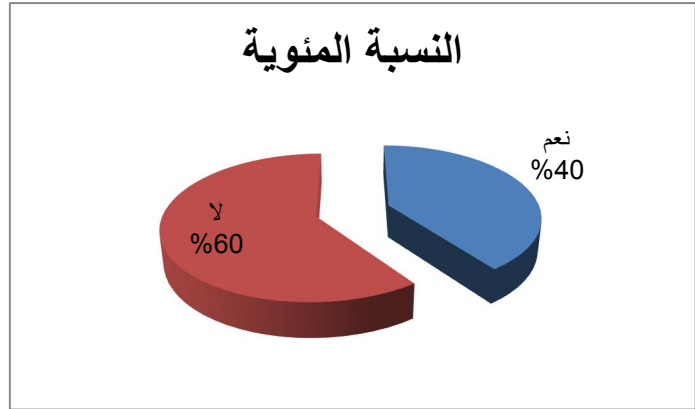
السؤال رقم - (13) إذا كان جوابك نعم ففي أي المجالات توظفها؟

الغرض من السؤالين: مدى توظيف الصحفيين تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الداخلي للمؤسسة (إدارة ومسؤولين)

جدول: (10) توظيف الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال في علاقتهم مع الإدارة.

هل توظف تكنولوجيا الإتصال الحديثة التي جلبتها المؤسسة (انترنت + ENPS.B.News) في علاقتك مع الإدارة				السؤال (12) و(13) الاجابة	
النسبة المئوية □	المجموع	النسبة المئوية □	التكرار		
%40	20	%20	10	إستفسار . ي مشكل رفع إنشغال معين تقديم إقتراح معين	نعم
		%6	03		
		%14	07		
%60	%30	%60	30		لا
□100	50	%100	50		المجموع

الشكل رقم : 08 يمثل نسبة مدى توظيف الصحفيين تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الداخلي للمؤسسة (إدارة ومسؤولين) .



التحليل:

يتبين من خلال قراءة الجدول رقم (10) أنه رغم التقدم الحادث في الربط الشبكي المشار إليه في المحاور السابقة من الدراسة الميدانية، ورغم استحداث مؤسسة التلفزيون للتكنولوجيا الحديثة للاتصال إلا أن توظيفها في الاتصال الداخلي من طرف الصحفيين في علاقتهم مع الإدارة لا يزال بعيداً جداً عن المستوى المطلوب في عصر التكنولوجيا، بحيث أن نسبة 60 % وهي غالبية المبحوثين لا يوظفونها في الاتصال الداخلي، بينما نسبة ضعيفة ممن يوظفون التكنولوجيا الحديثة للاتصال في علاقتهم مع الإدارة بنسبة 40% ، و 20% منهم يوظفونها في الاستفسار عن مشكل معين ، وكذا يعكس بعد الصحفيين عن استغلال التكنولوجيا الحديثة لفتح قنوات الاتصال مع المسؤولين.

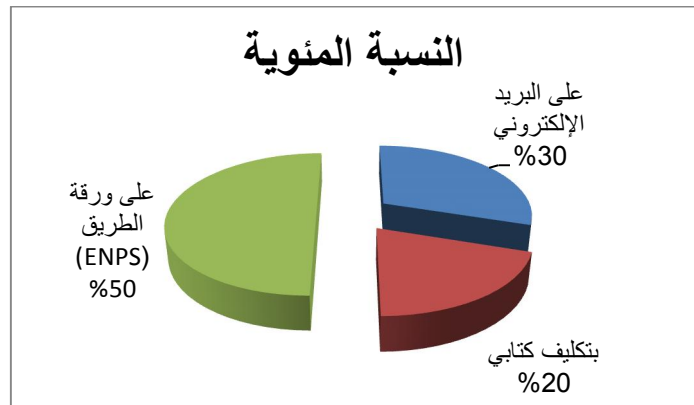
الفصل الرابع----- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

السؤال رقم 14:

- عند تكليفك بإنجاز موضوع ما كيف تتلقى التكليف بمهمة في عملك؟
 الغرض من السؤال: توظيف الأنظمة الحديثة للاتصال في التكليف بمهمة.
 التحليل الكمي: جدول رقم (11) توظيف الأنظمة الحديثة للاتصال في التكليف بمهمة.

النسبة المئوية %	التكرار	السؤال الاجابة
30%	15	على البريد الإلكتروني
20%	10	بتكليف كتابي
50%	25	على ورقة الطريق (ENPS)
100 %	50	المجموع

الشكل رقم : 09 يمثل نسبة توظيف الأنظمة الحديثة للاتصال في التكليف بمهمة.



التحليل:

من خلال تحليل الجدول رقم(11) من خلال الجدول السابق، يمكن أن نستشف أن مؤسسة التلفزيون تستعمل التكنولوجيا الحديثة من خلال ورقة ، (ENPS)نسبيا في التكلفة بمهمة، فنسبة 50% يتلقون التكلفة بمهمة على نظام الطريق الموجودة عليه، بينما نسبة20% يتلقون التكلفة بمهمة بتكلفة كتابي، بينما يستعمل البريد الإلكتروني لخدمة التكلفة بمهمة بنسبة 30%، ومنه فإن التكلفة بمهمة لا يزال متداول بالطريقة التقليدية بالنسبة للمهام خارج المؤسسة، بينما الذين يتلقون التكلفة بمهمة على ورقة الطريق فأغلب المواضيع الموكلة إليهم يتم إنجازها داخل المؤسسة ونسبة قليلة يستغل البريد الإلكتروني في تكليف الصحفيين بمهمة، مما يجعل الصحفي الإلتحاق بالمؤسسة للحصول على المهمة الموكلة إليه،عكس ما هو حادث في المؤسسات الإعلامية في الدول المتقدمة التي يكفي صحفيوها بتصفح البريد الإلكتروني لمعرفة المهمة الموكلة لهم، ومن هذه النتائج نستخلص أن التلفزيون لا يزال يعمل بطريقة تقليدية في استغلال التكنولوجيا المعلوماتية الحديثة لغرض التكلفة بمهمة.

السؤال رقم 15

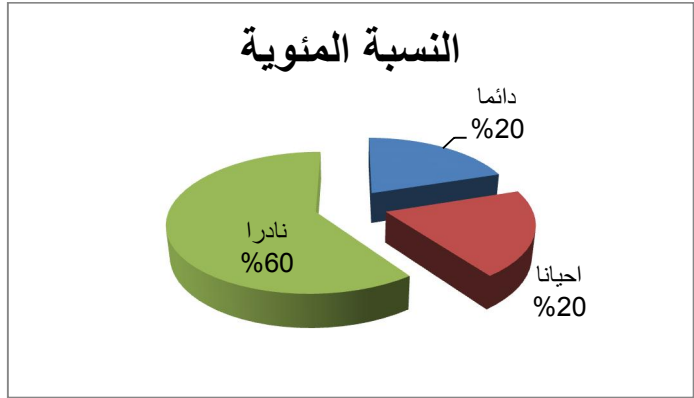
-هل يساهم الموقع الإلكتروني للمؤسسة في تعزيز الاتصال الداخلي بفتح فضاء اتصال للصحفيين؟

الغرض من السؤال :مدى استغلال الموقع الإلكتروني في تعزيز الاتصال الداخلي بالمؤسسة.

التحليل: جدول رقم : (12) مساهمة الموقع الإلكتروني في الاتصال الداخلي للمؤسسة

النسبة المئوية%	التكرار		
20%	10	دائما	استغلال الموقع الإلكتروني في تعزيز الاتصال الداخلي
20%	10	أحيانا	
60%	30	نادرا	
المجموع 100	50	المجموع	

الشكل رقم : 10 يمثل نسبة مدى استغلال الموقع الإلكتروني في تعزيز الاتصال الداخلي بالمؤسسة.



التحليل:

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (12) أن 10 من العينة المبحوثة يرون بأن الموقع الإلكتروني لا يساهم في تعزيز الاتصال الداخلي، أي ما نسبته 60% يرون بأن الموقع الإلكتروني لم يشغل لفتح فضاء اتصال للصحفيين والمؤسسة ككل، أما الذين يرون عكس ذلك فيمثلون نسبة 20% من عينة المبحوثين، أما فيما يتعلق بالشرط الثاني المفتوح من السؤال (كيف ذلك)؟ فقد أجاب غالبية المبحوثين بأن الموقع الإلكتروني لا يعد أن يكون واجهة للتلفزيون يعرض لحة عن التلفزيون وبرامجه، كما يتضمن البث الحي للتلفزيون، دون فتح فضاء للاتصال والمقالات والتحليلات، مثلما هو معهود على مواقع التلفزيونات العالمية، مثل ، bein sport ..

ومنه يمكن أن نقول أن مسؤولي التلفزيون وإدارته لا يستغلون هذه الخدمة التي توفرها شبكة الانترنت لتعزيز الاتصال الداخلي في المؤسسة، ولا لفتح فضاء اتصالي عملي مع الصحفيين لتعزيز وتوطيد وتحسين العمل الإعلامي وتوسيعه، مثلما هو حادث في التلفزيونات العالمية الأخرى.

السؤال: رقم (16)

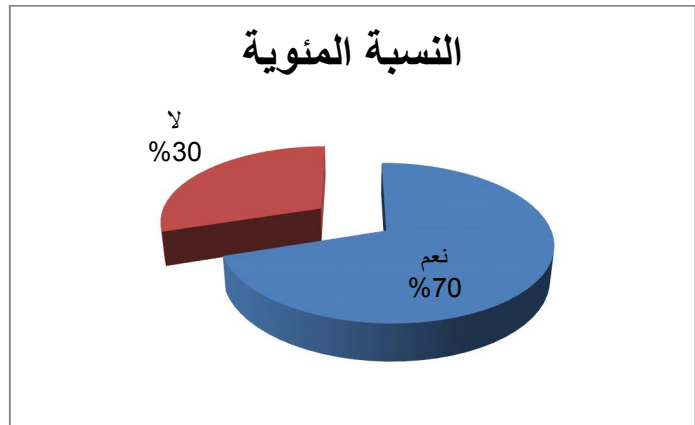
-هل ترى أن التلفزيون الجزائري يمتلك الوسائل التكنولوجية الضرورية التي يتطلبها العمل الإعلامي خارج المؤسسة؟

الغرض من السؤال : معرفة مساهمة التلفزيون وامتلاكه للتكنولوجيا الضرورية للعمل الإعلامي خارج المؤسسة؟

جدول رقم : (13) امتلاك التلفزيون للتكنولوجيا الضرورية للعمل خارج المؤسسة.

السؤال الاجابة		امتلاك التلفزيون للتكنولوجيا الضرورية للعمل خارج المؤسسة
نعم	لا	التكرار
35	%70	النسبة المئوية %
15	%30	
50	%100	المجموع

الشكل رقم : 11 يمثل نسبة معرفة مساهمة التلفزيون وامتلاكه للتكنولوجيا الضرورية للعمل الإعلامي خارج المؤسسة.



الفصل الرابع----- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

التحليل:

من خلال الجدول رقم(13) نلاحظ أن 35 من الفئة المبحوثة أجابوا بأن التلفزيون يمتلك التكنولوجيا الضرورية للعمل الإعلامي خارج المؤسسة، بنسبة 70%، بينما أجاب 15 من أفراد الفئة المبحوثة بالنفي، ومنه تعكس النتائج المتحصل عليها من خلال هذا الجدول الرضا النسبي على التكنولوجيا الحديثة التي يوفرها التلفزيون لتغطية الأحداث، مع فارق التحفظ والنقائص التي عبرت عنها الفئة التي أجابت بالنفي بنسبة 30%.

السؤال رقم(17)

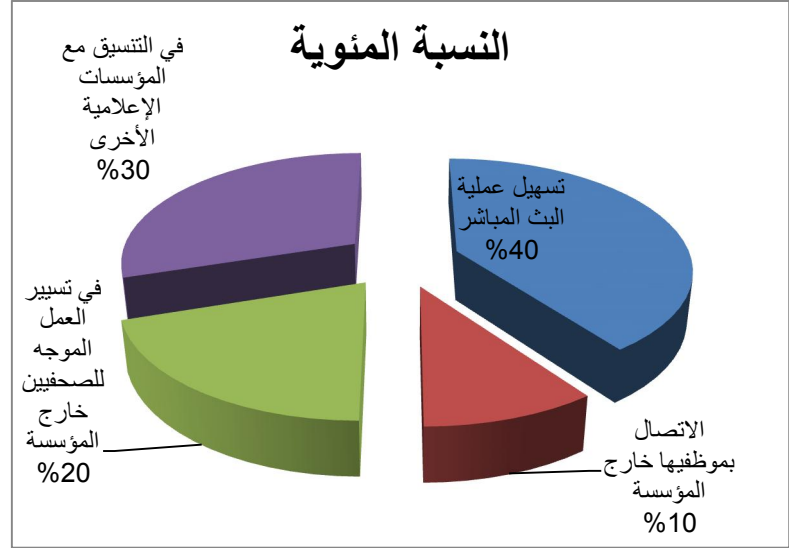
- ماهي المجالات التي توظف فيها مؤسسة التلفزيون التكنولوجيا الحديثة للاتصال خارج المؤسسة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

الغرض من السؤال: معرفة مجالات توظيف التلفزيون لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الخارجي.

التحليل: جدول رقم: (14) مجالات توظيف التكنولوجيا الحديثة في الاتصال الخارجي.

النسبة المئوية %	التكرار	مجالات توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة من طرف مؤسسة التلفزيون في الاتصال الخارجي
40%	20	تسهيل عملية البث المباشر
10%	05	الاتصال بموظفيها خارج المؤسسة
20%	10	في تسيير العمل الموجه للصحفيين خارج المؤسسة
30%	15	في التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الأخرى
100%	50	المجموع

الشكل رقم : 12 يمثل نسبة معرفة مجالات توظيف التلفزيون لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الخارجي.



التحليل:

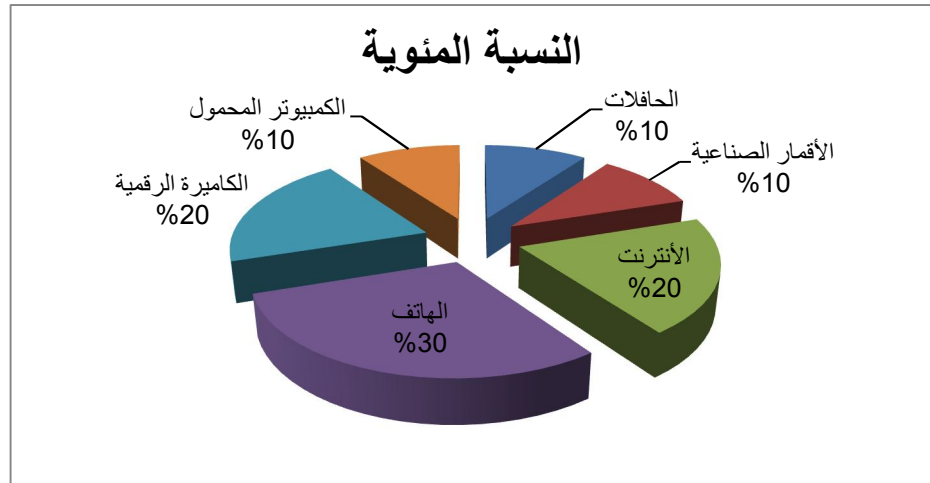
من خلال الجدول رقم(14) يتبين أن التلفزيون يوظف التكنولوجيا الحديثة للاتصال في الاتصال الخارجي بدرجات متفاوتة باختلاف المجالات، وقد أجاب المبحوثون أن أكبر توظيف لهذه التكنولوجيا هو في مجال تسهيل عملية البث المباشر التي أيدتها نسبة 40% من الفئة المبحوثة، ثم يليها مجال التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الأخرى بتأييد نسبة 30% من المبحوثين وتليها توظيف التكنولوجيا في مجال تسيير العمل الموجه للصحفيين خارج المؤسسة بنسبة 20% من مجموع المستجوبين، بينما استغلال التكنولوجيا الحديثة للاتصال بالموظفين خارج المؤسسة أو أثناء غيابهم فيقول به نسبة ضعيفة 10% ومنه نستنتج من تحليل هذا السؤال، أن استغلال التكنولوجيا الحديثة في الاتصال الخارجي بالتلفزيون يغلب عليه طابع العمل الإعلامي والتنسيق الإعلامي مع المؤسسات الإعلامية الأخرى، بينما يتركز الاتصال بالموظفين لتسهيل ظروف عملهم ضعيفا وغير معتبر.

الفصل الرابع----- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

السؤال رقم (18): ما هي الوسائل التي توظفها خارج مقر التلفزيون في عملك الإعلامي؟
الغرض من السؤال: معرفة أكثر الوسائل الحديثة توظيفا في العمل خارج المؤسسة .

النسبة %	التكرار	الوسيلة التكنولوجية
10%	05	الحافلات
10%	05	الأقمار الصناعية
20%	10	الإنترنت
30%	15	الهاتف
20%	10	الكاميرة الرقمية
10%	05	الكمبيوتر المحمول
100%	50	المجموع

الشكل رقم : 13 يمثل نسبة معرفة أكثر الوسائل الحديثة توظيفا في العمل خارج المؤسسة .



التحليل:

من خلال الجدول السابق يمكن أن نلاحظ من إجابات الباحثين، أن أكثر الوسائل التكنولوجية الحديثة، الهاتف، والكاميرا الرقمية، والانترنت نسبة 30 % 20 % 20 % على التوالي ، بينما يرى نفس الباحثين أن الحافلات والأقمار الصناعية يتم توظيفها بدرجة أقل، وهذا بنسبة 10 % لكليهما، فيما تعتمد نسبة 10 % فقط على توظيف الكمبيوتر المحمول في العمل الإعلامي خارج مقر التلفزيون. ومنه يمكن أن نقول أن الهاتف والكاميرا الرقمية والانترنت هي الوسائل التكنولوجية الأكثر توظيفا في العمل الإعلامي خارج المؤسسة جعلت منها ضرورة لتغطية وإنجاز الأعمال الصحفية، حيث أصبح الصحفي يعتمد عليها بشكل أساسي. بينما الحافلات الرقمية، والأقمار الصناعية يتم توظيفها في النقل المباشر فقط وهذا ما يعكس تراجع استعمالها بالنسبة للوسائل السابقة.

فيما يظل اعتماد الكمبيوتر المحمول بعيداً عن اهتمامات الصحفي في التلفزيون رغم ما يتيح من اتصال بالشبكة، وتسجيل واسترجاع وتخزين المعلومات.

الفصل الخامس

استنتاجات
واقتراحات



1- الإستنتاج العام:

بعد الدراسة الاستطلاعية التي تم الاعتماد فيها على منهج المسح الشامل والمقابلة والاستبيان كأدوات للبحث وبعد تحليل النتائج ومناقشتها على ضوء الفرضيات ، كما أردنا أن نستقرئ واقع ذلك من حيث مساهمة الصحفيين لهذه التكنولوجيا المعلوماتية الحديثة في وسائل الإعلام عندنا ومدى التحكم فيها واستغلالها بالأسلوب الأمثل ، لإحداث التغيير الهادف الذي يسعى إليه الواقفون على وسائل الإعلام من خلال بناء الرسالة الإعلامية التي تغيرت شكلا ومضمونا ، كما شهد العالم تطورا مذهلا في وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيات المعلوماتية التي تستخدمها في أداء رسالتها الإعلامية وما عرفته البشرية في الخمسين عاما الأخيرة من القرن العشرين ، أسس لدخول مجتمع ذو تركيبة مختلفة في إدارة الحياة ، مست التكنولوجيا جميع جوانبه لا سيما الإعلامية والاتصالية منها هو مجتمع المعلومات ، وعملت الجزائر منذ الاستقلال على تنمية قطاع الإعلام والاتصال وتعزز هذا المطلب مع الانفتاح على التعددية الإعلامية في بداية التسعينيات ، حيث سخرت الجزائر لذلك منظومة قانونية سمحت بإنشاء المؤسسات ذات الطابع الاتصالي التي تعنى بقطاع الإعلام والاتصال والتي سخرتها المؤسسات الإعلامية من صحافة مكتوبة ومسموعة ومرئية في مسيرتها الصحفية ، مع الحرص على التجديد، والتحديث وهذا ما لاحظناه من خلال التعرض إلى بعض المؤسسات الإعلامية والاتصالية في دراستنا. وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية المسح الشامل أن مؤسسة التلفزيون الجزائري في القسم الرياضي تملك جزءا هاما من الوسائل التكنولوجية المعلوماتية الحديثة التي وصلت إليها التقنية الحديثة في مجال الإعلام والاتصال ؛ نفي نوعا ما بالغرض الاتصالي في وضعية الجزائر إذا ما قورنت بجيرانها من الدول العربية والإفريقية، وهي تسعى إلى تطويرها و مواكبة ما تجود به التكنولوجيا الحديثة من مستجدات للحاق بركب الدول المتقدمة.

ولضمان توافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة على الأداء المتضمن في العمل الإعلامي ، خلصنا إلى أن نسبة الصحفيين المتفائلين بما أتاحتها التكنولوجيا المعلوماتية في ميدان الإعلام والاتصال هي النسبة الطاغية فيما يظل التشاؤم يمس جانب التحكم و بعض الجوانب الاجتماعية كطغيان الآلة على الوظيفة ، و بصفة عامة هناك رضا وارتياح لما آل إليه الأداء الإعلامي في ظل التكنولوجيا المعلوماتية التي أجمع المستجوبون من عينة بحثنا أنّها قد توافقت على مستوى أدائهم ومهاراتهم الإعلامي رغم إجماعهم على أن التكنولوجيا الاتصالية التي وفرتها المؤسسة لا تكفي لمساهمة التقدم الحادث في ميدان الإتصال ، مما يدل على إمام أفراد عينتنا وبالتالي مجتمع البحث بالتطورات الجديدة في ميدان الإتصال والرغبة والإستعداد لمسايرتها والتحكم فيها ، رغبة في الوصول إلى أداء أمثل بغية التأثير المطلوب لتحقيق التغيير المأمول الذي تسعى إليه كل منظومة إعلامية هادفة.

2- إقتراحات :

إن مهارات الصحفي الرياضي تغيرت باستمرار أساليبه حديثة أو محسنة بأدوات جديدة، وبالتالي عملية الحصول عليها هي عملية استمرارية، تفرض مسايرتها، وشهدت الأوساط الإعلامية اهتماما حول مهارات العمل الصحفي بتكنولوجيات المعلوماتية ويمكن ذكر اقتراحات لمهارات الصحفي الرياضي مع التكنولوجيا المعلومات الحديثة:

- * توسيع المشهد الإعلامي بإتاحة مساحات ونوافذ إعلامية جديدة.
- * توسيع الدور التقليدي للصحافة و توسيع رقعة تأثيرها
- * توسيع الدور التقليدي للصحافة و توسيع رقعة تأثيرها.
- * تسهيل الاتصال الداخلي وإتاحته للجميع وتفاعلية الاتصال الخارجي.
- * خلق ضرورات جديدة وظائف مهنية جديدة.
- * تكريس الإبداع في أداء العمل الصحفي، وفتح دائرة التخصص الصحفي.
- * التصدي للمنافسة التي عرفها الإعلام في ظل انتشار الفضائيات.
- * زيادة الإنتاج ، ويتجلى ذلك بتوسيع التلفزيون إلى محطات جديدة ، ولايزال الباب
- * مفتوحا لإنشاء مجمع التلفزيون وبعث قنوات أخرى متخصصة في المجال الرياضي .

3- الآفاق المستقبلية

- ممارسة الاعلام الرياضي الإذاعي ودورها في التحكم التكنولوجي المعلوماتي .
- الأساليب الإعلامية ودورها في تسهيل العمل الإعلامي في مؤسسات الاعلامية .
- إستخدام أخلاقية المهنة في ضل التكنولوجيا الاتصالية الحديثة

4- قائمة المصادر والمراجع :

قائمة المراجع باللغة العربية:

المصادر:

1. جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، المجلد السادس، (بيروت: دار بيروت للطباعة والنشر، 1997) الكتب:
1. جازية فرقاني، المسرح وفعاليته، مجلة المسرح دوت كوم، السنة الثانية يوليو 2003.
2. (محمد عبد الحميد": البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة 2000
3. إبراهيم وهي: الخبر الاذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1985
4. ارماند ماتيلار وميشليه ماتيلار (ترجمة : د. أديب حضور). نظريات الاتصال، دمشق، 2003،
5. أنور السباعي، التخطيط الإعلامي السياسي. القاهرة، د، ت،
6. بيير ألبير: تاريخ الاذاعة والتلفزة، ترجمة: محمد قدوش، ديوان المطبوعات الجامعة الجزائرية 1984
7. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام - مدخل. دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1992، ص
8. دانييل كاتز وآخرون (ترجمة: محمود كامل المحامي)، الإعلام والرأي العام. دار نهضة مصر، القاهرة، 1982
9. سعد آل سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي (دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي)، (رسالة دكتوراه، منشورة الكترونياً)، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006،
10. صابر فلحوظ ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي. دار علاء الدين، دمشق، 1999
11. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط 1991
12. فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط 1998،
13. محمد عارف محمد عبد الله، دور القناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجاً)، (رسالة دكتوراه، منشورة الكترونياً)، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2012،
14. محمد عبد الملك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1991
15. محمد عبيدات وآخرون، "منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات"، طبعة 1، الأردن: دار وائل للنشر، 1999
16. نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون. دار الفكر العربي، القاهرة، 1993،

17. نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر

الأطروحات والرسائل العلمية:

1. بركات عبد الفتاح وآخرون: تأثير الاعلام الرياضي على قرارات رؤساء الاندية الرياضية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2009/2008
2. شريفة يعقوبي: التكوين الجامعي المتخصص وأداء العمل الصحفي الإذاعي (دراسة ميدانية بالإذاعات الجهوية)، رسالة ماجستير في تنمية الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2007.
3. محاضرة في التقديم التلفزيوني الإخباري للأستاذ المذيع هاني المغاري.
4. محاضرة في التقديم التلفزيوني الإخباري للأستاذ المذيع هاني المغاري.

المواقع الإلكترونية:

1. <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=315>
2. <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284>
3. <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=278>
4. <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=355>
5. <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=357>
6. <http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=354>

5- الملاحق:

1- الاستمارة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الاعلام والاتصال الرياضي

فرع الإعلام والاتصال الرياضي

تخصص سمعي بصري

استمارة استبيان.

في إطار إنجاز مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في التربية البدنية والرياضية

قسم الاعلام والاتصال الرياضي الرياضي فرع الإعلام والاتصال الرياضي

بعنوان :

مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق التكنولوجي المعلوماتي في المؤسسات الاعلامية.

السادة الإعلاميون المحترمون بمؤسسة التلفزيون الجزائري

تحية طيبة وبعد...

يرجى تفضلكم بقراءة الاستبيان والإجابة على فقراته المتعلقة مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق التكنولوجي المعلوماتي

في المؤسسات الاعلامية.

آملين تعاونكم معنا من أجل المساهمة في تطوير الحركة الإعلامية في بلدنا العزيز الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. ولكم منا

جزيل الشكر وأسمى عبارات الامتنان.

ملاحظة: وضع علامة (x) في مربع الإجابة

السنة الجامعية 2014 / 2015

البيانات الشخصية:

1 : السن -1 25/20 -2 30/26 -3 35/31 -4 40/36

فوق فما 5- 41

2 المستوى الدراسي : 1- ليسانس 2- ماجستير 3- دكتوراه

المحور الأول :متعلق بالاثراء الوظيفي للصحفي الرياضي وأثره لرفع مستوى التوافق التكنولوجي

المعلوماتي للمورد البشري من خلال اداءه

السؤال رقم : (3) هل تملك جهاز كمبيوتر خاص بك؟

نعم لا

السؤال رقم : (4) هل تلقيت تكوينا أو تدريبا على الإعلام الآلي؟

نعم لا

السؤال رقم : (5) إذا كنت ممن لم يتلقوا تكوينا في الإعلام الآلي هل ذلك يعني انك لا توظفه في عملك؟

د نا را

السؤال رقم : (6) هل تجيد استعمال خدمات الانترنت ؟

نعم لا

السؤال رقم : (7) هل توظف الانترنت في عملك الإعلامي ؟

دائما أحيانا نادرا

السؤال رقم : (8) إضافة إلى الانترنت هل تتحكم في استعمال أنظمة معالجة و تحرير الأخبار الجديدة

؟ (ENPS / NEWS BASE).في مؤسستك

نعم لا

السؤال رقم : (9) هل تلقيت تكوينا أو تدريبا على أنظمة معالجة و تحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك

ENPS / NEWS BASE؟

نعم لا

السؤال رقم : (10) هل سبق لك أن قمت بتغطية خارج المقر المركزي للتلفزيون الجزائري ؟

نعم لا

السؤال رقم : (11) هل تستعمل هذه الوسائل المعلوماتية لأداء عملك الإعلامي ؟

دائم أحيانا نادرا

- CD/DVD _ الأقراص المضغوطة A -
- FLASH DISK (USB) _ حامل المعلومات B -
- PC/PORTABLE _ الكمبيوتر المحمول D -
- CELLULE DE MONTAGE _ خلايا التركيب القديم E -
- Filing /DERUCHAGE _ خلايا التركيب الحديثة F -

المحور الثاني: متعلق بتحليل وتوصيف المهام ودورها في تحديد الاحتياجات الحقيقية لضمان توافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة

السؤال رقم (12) هل توظف التكنولوجيا الحديثة التي جلبتها المؤسسة (انترنت + شبكة داخلية في علاقتك مع الإدارة؟ ENPS / NEWS BASE)

نعم لا

السؤال رقم (13) إذا كان جوابك نعم فماهي مجالات توظيفها؟

1- الاستفسار عن مشكل معين

2- رفع انشغال معين

3- تقديم اقتراح معين يهم المؤسسة

السؤال رقم: (14) - عند تكليفك بانجاز موضوع ما كيف تتلقى التكليف بمهمة في عملك ؟

_ على بريدك الالكتروني A-

_ بتكليف كتابي C -

_ على ورقة الطريق B-

السؤال رقم (15) هل يساهم الموقع الالكتروني للمؤسسة في تعزيز الاتصال الداخلي بفتح فضاء اتصال

للصحفيين ؟

دائما أحيانا نادرا

كيف ذلك.....

السؤال رقم (16) هل ترى أن التلفزيون الجزائري يمتلك الوسائل التكنولوجية الضرورية التي يتطلبها

العمل الإعلامي خارج المؤسسة ؟

نعم لا

السؤال رقم (17) ما هي المجالات التي توظف فيها مؤسسة التلفزيون التكنولوجي المعلومات

خارج المؤسسة ؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة.

- _ في تسهيل عملية البث المباشر A -
- _ في الاتصال بموظفيها أثناء غيابهم B -
- _ في تسيير العمل الموجه للصحفيين خارج المؤسسة C -
- _ في التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الأخرى D -

أخرى اذكرها.....
.....

السؤال رقم: (18) ما هي الوسائل التي توظفها خارج مقر التلفزيون في عملك الإعلامي؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة.

- 4 _ الهاتف 1 - _ الحافلات الرقمية
- 5 _ الكاميرا الرقمية 2 - _ الأقمار الصناعية
- 6 _ الكمبيوتر المحمول 3 - _ الانترنت

وسائل أخرى اذكرها.....



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الاعلام والاتصال الرياضي

فرع الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة استبيان تحكيمية قصد تحري وثبات

الاستبيان

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاعلام الرياضي سمعي بصري

قمت بوضع استمارة الاستبيان هذه بين ايديكم قصد دراسة صدق ومطابقة الأسئلة من حيث الألفاظ والصياغة

اللغوية لها وكذا خدمتها للفرضيات خاصة أن موضوع دراستي حول

مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق التكنولوجي المعلوماتي

في المؤسسات الإعلامية

تحت إشراف الدكتور:

من إعداد الطالب:

* عمرون مفتاح

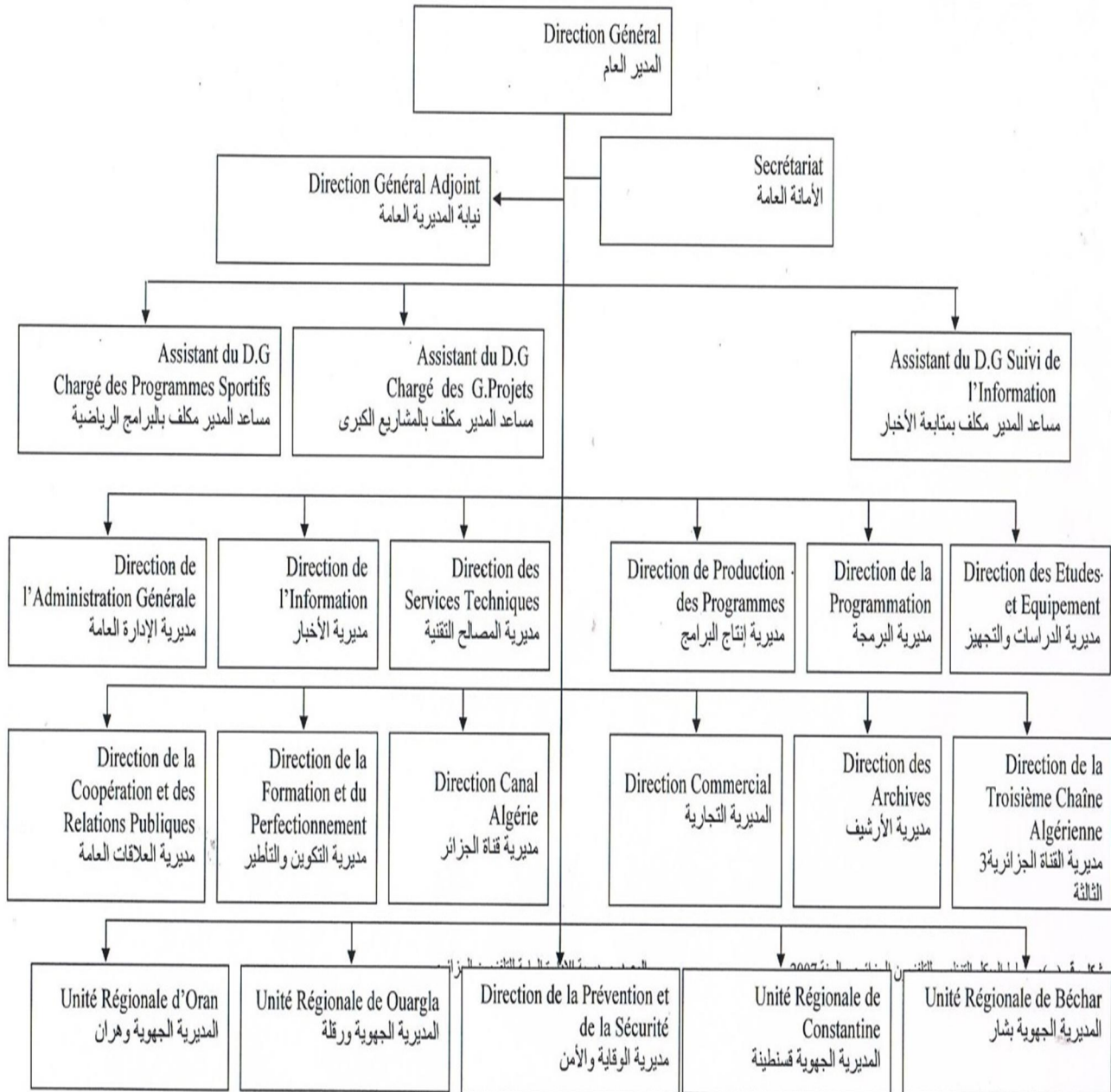
* مقراني عبد السميع

السنة الجامعية 2014 / 2015

الدرجة العلمية	الإسم
بروفيسور في علم الاجتماع	- بن يمينة السعيد
د.أستاذ جامعي ورئيس قسم الاعلام الرياضي	- زواوي عبد الوهاب
إعلامي وأستاذ جامعي بدرجة دكتوراه في الإعلام الرياضي	-جلال صلاح الدين
أستاذ في الإعلام في جامعة سوق اهراس	-موقف صلاح

Schéma d'Organigramme de L'E.N.T.V

الهيكل التنظيمي للتلفزيون



6- ملخص البحث

❖ عنوان الدراسة: مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني ودورها في التوافق التكنولوجي المعلوماتي في المؤسسات الاعلامية

❖ أهداف الدراسة:

- ✓ تقويم الواقع الحالي لمدى أهمية مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني وتوافقها مع أنظمة المؤسسات الاعلامية التي جلبتها تكنولوجيا المعلومات
- ✓ تحديد المشاكل والمعوقات التي تواجه الصحفي الرياضي وتحدُّ من استغلالها للخدمات والإتاحات التي تتيحها التكنولوجيا المعلومات.
- ✓ محاولة فهم العلاقة بين مهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني والتكنولوجيات المعلومات الجديدة.
- ✓ معرفة أهمية مهارات الصحفي الرياضي في التلفزيون وكيفية استغلالها على أحسن وجه.
- ✓ الوقوف عند أهم الجوانب التي أثرت فيها تكنولوجيا المعلومات الحديثة ودورها في تحسين الأداء الإعلامي والنهوض بقطاع الإعلام.
- ✓ توضيح كيفية توظيف مهارات الصحفي الرياضي وتطويرها للوصول بكفاءة للجماهير بالشكل الذي يناسب أساليب استخدامها.
- ✓ اقتراح بعض الحلول التي من شأنها المساهمة في تطوير إستخدام الوسائل الإعلامية لخدمات هذه التكنولوجيات وإستثمارها على الوجه.

❖ مشكلة الدراسة:

✓ هل لمهارات الصحفي الرياضي التلفزيوني دور في التوافق التكنولوجي المعلوماتي بالمؤسسات الاعلامية؟

❖ فرضيات الدراسة:

- ✓ للإثراء الوظيفي للصحفي أثر لرفع مستوى التوافق التكنولوجي المعلوماتي للمورد البشري من خلال أدائه .
- ✓ لتحليل وتوصيف المهام دور في تحديد الإحتياجات الحقيقية لضمان التوافق المورد البشري مع التكنولوجيا الجديدة .
- ✓ إجراءات الدراسة الميدانية:

- العينة : قمنا باختيار عينة شاملة تمثلت 50 صحفي في (القسم الرياضي) .
- المجال الزمني: قمنا بإجراء دراستنا بداية من شهر جانفي إلى شهر ماي
- المجال المكاني: توزعت هذه الدراسة على التلفزيون الجزائري .

❖ المنهج المتبع: تم استخدام المنهج الوصفي.

- الأدوات المستعملة: استبيان.

- النتائج المتوصل إليها

- ✓ التوظيف للتكنولوجيا المعلومات وتوافقها مع مهارات الصحفي يرفع من عدد البرامج ويحسن في إعدادها فيتيح البرامج ذات نوعية عالية وجيدة.
- ✓ كلما استعملت المؤسسات الاعلامية للتكنولوجيا المعلومات ساهم ذلك في تحسين مهارات الصحفي الرياضي لمختلف القائمين بالاتصال والرفع من كفاءتهم ومهاراتهم وأكسبهم خبرة في المجال الإعلامي.
- ✓ للتكنولوجيا المعلومات أهمية كبيرة في وسائل الإعلامية، حيث أصبح ضرورة حتمية تفرض نفسها في المؤسسات الإعلامية على اختلافها وبتخلي هذه الأخيرة عن النظام الرقمي تفقد مكانتها ولذلك وجب عليها تبنيه.

❖ توصيات وإقتراحات:

- ✓ الاحتكاك مع مختلف الصحفيين ذوي الخبرة والكفاءة والاستفادة من خبراتهم المختلفة، والتركيز على العمل التطبيقي المستمر، والتكوين الذاتي داخل المؤسسة الاعلامية.
- ✓ تكريس الإبداع في أداء العمل الصحفي؛ وفتح دائرة التخصص الصحفي.
- ✓ تسهيل الاتصال داخل المؤسسة، رغم استمرار تصلّب قنوات الإتصال مع الإدارة.



ت

بِحَمْدِ

اللَّهِ

