



جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : الإعلام والاتصال الرياضي

الرقم التسلسلي:...../2021

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

تخصص: إعلام واتصال رياضي

العنوان

اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية

في الإعلام الرياضي الجزائري

من إعداد

الطالب: حميش يوسف

تاريخ المناقشة: 2021/03/10

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة	الصفة
زواوي عبد الوهاب	أستاذ محاضر "أ"	جامعة المسيلة	رئيس اللجنة
أحمد بن رجم	أستاذ دكتور	جامعة المسيلة	مقررا ومناقشا
السعيد بن البار	أستاذ دكتور	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
خالد خضار	أستاذ محاضر "أ"	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
خالد مريشيش	أستاذ محاضر "أ"	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
الهادي عيسى	أستاذ دكتور	جامعة الجلفة	عضوا مناقشا
عبد الله لونس	أستاذ محاضر "أ"	جامعة البويرة	عضوا مناقشا

الموسم الجامعي: 2021/2020



جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : الإعلام والاتصال الرياضي

الرقم التسلسلي:...../2021

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

تخصص: إعلام واتصال رياضي

العنوان

اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية

في الإعلام الرياضي الجزائري

من إعداد

الطالب: حميش يوسف

تاريخ المناقشة: 2021/03/10

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة	الصفة
عبد الوهاب زواوي	أستاذ محاضر "أ"	جامعة المسيلة	رئيس اللجنة
أحمد بن رجم	أستاذ دكتور	جامعة المسيلة	مقررا ومناقشا
السعيد بن البار	أستاذ دكتور	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
خالد خضار	أستاذ محاضر "أ"	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
خالد مريشيش	أستاذ محاضر "أ"	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
الهادي عيسى	أستاذ دكتور	جامعة الجلفة	عضوا مناقشا
عبد الله لونس	أستاذ محاضر "أ"	جامعة البويرة	عضوا مناقشا

الموسم الجامعي: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر

خير ما نبدأ به الكلام قوله تعالى عز وجل: (لِرَشْكُرْتُمْ لَّا زِيدَنَّكُمْ)

فالحمد لله حمدا كثيرا أوفقنا لإتمام هذا البحث،

وعملا بقوله صلى الله عليه

وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى المشرف على هذا العمل "الأستاذ الدكتور أحمد بن رجم"، على دماثة أخلاقه وحسن معاملته، والذي أفادني بتوجيهاته ونصائحه وتذليل الصعوبات الإدارية، كما أتقدم بالشكر إلى المشرف المساعد بجمهورية مصر العربية الأستاذ الدكتور عرفة علي سلامة على كل ما قدمه لي من الناحية العلمية أو التسهيلات الإدارية في جامعة حلوان وجامعة القاهرة، الشكر موصول إلى لجنة المناقشة على قبولها مناقشة هذا العمل شكري موصول كذلك إلى أعضاء لجنة التكوين في الدكتوراه على متابعة وتقييم هذا العمل بشكل دوري كل باسمه وكل حسب مقامه، كما لا يفوتني شكر جميع أساتذة الإعلام الرياضي على تعاونهم معي، من خلال توجيهاتهم، ونصائحهم، أخص بالذكر الدكتور جلال صلاح

الدين، والدكتور عبد الوهاب زاوي

إلى كل من ساهم في هذا العمل

الطالب يوسف حميش



إهداء

أهدي هذا العمل إلى
أمي الغالية حفظها الله
إلى روح أبي الطاهرة
إلى إخوتي وأخواتي وكل أبنائهم
إلى كل حبيب فقدناه
إلى جميع الأحباب والأصدقاء
إلى كل أبناء وطني الحبيب من طلبة العلم

الطالب يوسف حميش





قائمة المحتويات

فهرس المحتويات	
رقم الصفحة	المحتوى
--	شكر
--	إهداء
--	قائمة الجداول
--	قائمة الأشكال
--	الملخص بالعربية
--	الملخص بالإنجليزية
- أ -	مقدمة
الجانب المنهجي	
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
05	1-1- إشكالية الدراسة
06	1-2- فرضيات الدراسة
07	1-3- أهمية الدراسة
07	1-4- أهداف الدراسة
08	1-5- تحديد مفاهيم الدراسة
10	1-6- الدراسات السابقة
32	1-7- مميزات الدراسة
الجانب النظري	
الفصل الثاني: مدخل إلى الإعلام الرياضي	
34	تمهيد
34	2-1- تعريف الإعلام الرياضي
35	2-2- أهمية الإعلام الرياضي
35	2-3- وظائف الإعلام الرياضي
36	2-4- أهداف الإعلام الرياضي

37	2-5- خصائص الإعلام الرياضي
37	2-6- أنواع الإعلام الرياضي
38	2-7- تأثير الإعلام الرياضي في الجمهور
42	2-8- سيكولوجية الإعلام الرياضي
42	2-9- الإعلام الرياضي والحاجات النفسية
43	2-10- نظريات التأثير في الإعلام الرياضي
44	2-11- القائم بالاتصال والمقاربات النظرية الخاصة بالدراسة
68	خلاصة
الفصل الثالث: الاتجاهات	
70	تمهيد
71	3-1- الاتجاهات وبعض المصطلحات المشابهة
72	3-2- أنواع الاتجاهات
72	3-3- خصائص الاتجاهات
73	3-4- وظائف الاتجاهات
74	3-5- مكونات الاتجاهات
75	3-6- تكوين الاتجاهات
76	3-7- تغيير وتعديل الاتجاهات
77	3-8- النظريات المفسرة للاتجاهات
82	خلاصة
الفصل الرابع: الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي	
84	تمهيد
86	4-1- الأنواع الصحفية الإخبارية
86	4-1-1- الخبر الصحفي
86	4-1-1-1- تعريف الخبر الصحفي
88	4-1-1-2- أنواع الخبر الصحفي

90	4-1-1-3- الفرق بين الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني
91	4-1-1-4- عناصر الخبر الصحفي وصفات
93	4-1-2- التقرير الصحفي
93	4-1-2-1- تعريف التقرير الصحفي
93	4-1-2-2- أنواع التقرير الصحفي
94	4-1-2-3- بنية وكتابة التقرير الصحفي
96	4-1-2-4- التقرير الصحفي والأنواع الصحفية الأخرى
99	4-1-3- الحديث الصحفي
99	3-1-3-1- تعريف الحديث الصحفي
99	3-1-3-2- أنواع الحديث الصحفي
101	3-1-3-3- إجراء الحديث
102	4-1-3-4- القوالب الفنية للحديث الصحفي
103	4-1-3-5- بنية الحديث الصحفي
104	4-2- أنواع الصحفية الفكرية (أنواع الرأي)
104	4-2-1- المقال الصحفي
104	4-2-1-1- نشأة المقال الصحفي
104	4-2-1-2- تعريف المقال الصحفي
105	4-2-1-3- لغة المقال الصحفي
106	4-2-1-4- وظائف المقال الصحفي
106	4-2-1-5- بنية المقال الصحفي
107	4-2-2- العمود الصحفي
107	4-2-2-1- تعريف العمود الصحفي
108	4-2-2-2- خصائص العمود الصحفي
108	4-2-2-3- بنية وكتابة العمود الصحفي
109	4-2-2-4- الفرق بين العمود الصحفي والافتتاحية

110	4-2-3 - الافتتاحية
110	4-2-3-1 - تعريف الافتتاحية
110	4-2-3-2 - خصائص الافتتاحية
112	4-2-3-3 - خصائص كاتب الافتتاحية
112	4-2-3-4 - كتابة وبنية الافتتاحية
114	4-2-4 - التعليق الصحفي
114	4-2-4-1 - تعريف التعليق الصحفي
114	4-2-4-2 - أنواع التعليقات الصحفية
115	4-2-4-3 - بنية التعليق الصحفي
117	4-3 - الأنواع الصحفية التعبيرية
117	4-3-1 - البورتريه الصحفي
117	4-3-1-1 - تعريف البورتريه الصحفي
117	4-3-1-2 - عوامل ظهور البورتريه في الإعلام
118	4-3-1-3 - الخصائص الفنية للبورتريه
119	4-3-1-4 - بنية وكتابة البورتريه
120	4-3-1-5 - البورتريه والروبورتاج
120	4-2-3 - الروبورتاج
121	4-2-3-1 - تعريف الروبورتاج
121	4-2-3-2 - أنواع الروبورتاج
123	4-2-3-3 - خصائص الروبورتاج
124	4-2-3-4 - بنية الروبورتاج الصحفي
126	4-4 - النوع الاستقصائي (التحقيق الصحفي)
126	4-4-1 - تعريف التحقيق الصحفي
126	4-4-2 - مصادر التحقيق
127	4-4-3 - أنواع التحقيق الصحفي

128	4-4-4- القوالب الفنية للتحقيق الصحفي
128	4-4-5- بنية التحقيق الصحفي:
129	خلاصة
الجانب التطبيقي	
الفصل الخامس: منهجية الدراسة	
131	5-1- الدراسة الاستطلاعية
131	5-2- منهج الدراسة
131	5-3- متغيرات الدراسة
132	5-4- مجتمع وعينة الدراسة
137	5-5- أساليب (أدوات) جمع البيانات
138	5-6- الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة
140	5-7- تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية
141	5-8- خطوات إجراء الدراسة الميدانية
141	5-9- صعوبات الدراسة
الفصل السادس: عرض وتحليل ومناقشة النتائج	
143	6-1- عرض وتحليل النتائج
143	6-1-1- عرض وتحليل نتائج لدراسة الميدانية
212	6-1-2- عرض وتحليل نتائج لدراسة التحليلية
226	6-2- مناقشة النتائج في ظل الفرضيات
226	6-2-1- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
243	6-2-2- مناقشة نتائج الدراسة التحليلية
الفصل السابع: الاستنتاجات والاقتراحات	
247	7-1- الاستنتاج العام
251	7-2- الاقتراحات
--	قائمة المصادر والمراجع
--	قائمة الملاحق



قائمة الجداول

قائمة الجداول		
الرقم	عنوان الجدول	صفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	133
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	133
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص	133
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية	134
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المسمى الوظيفي	134
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الأقدمية	134
07	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة الإعلامية	135
08	يبين كيفية اختيار العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الدورة بالنسبة لجريدة الهدف	136
09	يبين كيفية اختيار العينة التحليلية للدراسة	137
10	يبين معامل الارتباط "لبيرسون" لمحاور الدراسة ومدى اتساقها بالدرجة الكلية	139
11	يبين معامل الثبات ألفا كرونباخ " <i>Alpha Cronbach</i> " لأداة الدراسة	139
12	يبين العلاقة بين النوع الصحفي الإخباري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة أكثر وطبيعة المؤسسة	143
13	يبين نوع الأخبار التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها	144
14	يبين نوع بنية الأخبار التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة	145
15	يبين نوع البنية التي يميل إلى استخدامها أفراد العينة في كتاباتهم وتقييمهم للأخبار	146
16	يبين ما إذا كانت المصدقية والموضوعية سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي	147
17	يبين ما إذا كان سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي راجع لقلة تكلفته من ناحية الوقت والمال	148
18	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة	149
19	يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو التغطية الإخبارية كمصدر للأخبار أم نحو مصادر أخرى ونوع المؤسسة الإعلامية	150
20	يبين معايير ترتيب أفراد العينة للأخبار الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري	151
21	يبين نوع التقارير الصحفية التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها	152
22	يبين مكان تفضيل إنجاز التقارير بالنسبة لأفراد العينة	153

153	يبين نوع الأحداث التي يميل أفراد العينة نحوها عند استخدامهم للتقارير الصحفية	23
154	يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق	24
155	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي راجع إلى كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل أكثر	25
156	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعة التحرير على هذا النوع الصحفي	26
157	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب سهولته	27
157	يبين أنواع الحديث الصحفي التي يميل أفراد العينة إلى استخدامها	28
158	نوع الأحاديث الصحفية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة	29
159	يبين مكان تفضيل أفراد العينة لإجراء الأحاديث الصحفية	30
160	يبين ما إذا كان امتلاك أفراد العينة مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولهم نحو استخدام الحديث الصحفي	31
161	يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل أم لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى	32
162	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث	33
163	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات	34
164	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل توسيع ثقافة ومعرفة الصحفي الرياضية من خلال الاحتكاك بالشخصيات موضوع الحديث	35
164	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي تحقيقا لرغبات الجمهور والنيابة عنهم في معرفة كل ما يتعلق بالشخصيات موضوع الأحاديث	36
165	يبين العلاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية	37
166	يبين ما إذا كانت هناك صعوبة في التفريق بين الروتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى لدى أفراد العينة	38
167	يبين نوع الروبورتاج الأكثر ميولا لدى أفراد العينة	39
168	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبورتاج بسبب إبداعهم	40

168	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبوتاج لمعايشة الحدث	41
169	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبوتاج من أجل زيادة نسبة المشاهدة	42
170	يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون لاستخدام أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبوتاج	43
171	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم أم لأسباب أخرى	44
172	يبين نوع البورتريهات التي يميل أفراد العينة إلى استخدامها	45
172	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم في تسليط الضوء على الشخصيات الرياضية	46
173	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه من أجل تكوين علاقات مع الشخصيات موضوع البورتريه	47
174	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب إمكانية حمله لبعض خصائص الأنواع الصحفية الأخرى	48
174	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب إمكانية إبرازه للشخصية أكثر من الحديث (المقابلة) وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى	49
175	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه يعطي لهم فرصة إبداء الرأي	50
176	يبين العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدامه أفراد العينة والتخصص	51
177	يبين العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدام أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية	52
178	يبين العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدامه أفراد العينة ونوع المؤسسة	53
179	يبين نوع التعليق الصحفي الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة	54
180	يبين ما إذا كان لأفراد العينة موهبة في مجال التعليق الصحفي	55
181	يبين ما إذا كان التعليق الصحفي من أولويات المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة	56
182	يبين ما إذا كانت زيادة المشاهدة للتعليق الصحفي سبب ميول أفراد العينة نحو استخدامه	57
182	يبين ما إذا كان التعليق الصحفي يزيد من شهرة أفراد العينة	58
183	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التعليق الصحفي ووفقا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية بالتحليل والتفصيل	59

183	يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الافتتاحية	60
184	يبين ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة الافتتاحية في المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها	61
185	يبين نوع الافتتاحية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة	62
186	يبين ما إذا كان عدم الرغبة في كشف السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة يؤثر على ميولهم نحو استخدام الافتتاحية	63
186	يبين ما إذا كان غياب شخصية كاتب الافتتاحية يقلل من رغبة أفراد العينة في الميول نحو استخدام الافتتاحية	64
187	يبين ما إذا كان كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في ميول أفراد العينة أفراد نحو استخدام الافتتاحية	65
188	يبين الهدف من ميول أفراد العينة نحو استخدام الافتتاحية في مؤسساتهم الإعلامية	66
189	يبين ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي	67
189	يبين ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة العمود الصحفي في المؤسسة التي يعملون فيها	68
190	يبين مدى تأثير طبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة) في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي	69
190	يبين مدى تأثير هامش الحرية في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي في مؤسساتهم الإعلامية	70
191	يبين ما إذا كان يشترط عدد سنوات الخبرة في كتابة العمود الصحفي بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة	71
192	يبين ما إذا كانت الحماية القانونية تؤثر في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود	72
192	يبين رأي أفراد العينة حول قلّة استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري	73
193	يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي ونوع المؤسسة الإعلامية	74
194	يبين نوع المقال الصحفي الذي يميل نحوه أفراد العينة	75
195	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي لإبداء رأيهم بحرية أكثر من الأنواع الصحفية الأخرى	76
195	يبين مدى تأثير توجيهات هيئات التحرير في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي	77

196	يبين ما إذا تم رفض بعض المقالات لأفراد العينة في مؤسساتهم الإعلامية	78
197	يبين مدى تأثير اهتمام الجمهور في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي	79
198	يبين مدى تأثير مساحة الإشهار في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي	80
199	يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة	81
200	يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي ونوع المؤسسة	82
201	يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام بعض الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي	83
202	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي لكثرة طلب الجماهير	84
203	يبين ما إذا كانت طبيعة المؤسسة الإعلامية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي	85
203	يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو التحقيق الصحفي بحثاً عن التميز	86
204	يبين العلاقة بين مدى تأثير صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية	87
205	يبين ما إذا كان نقص الخبرة والتجربة عند أفراد العينة في مجال الاستقصاء يحول دون الميول نحو استخدام التحقيق الصحفي	88
206	يبين ما إذا كانت كثرة الرقابة من هيئة التحرير على التحقيق الصحفي تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام هذا النوع الصحفي	89
207	يبين ما إذا كان نقص الحماية القانونية في المجال الإعلامي يؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي	90
208	يبين العلاقة بين مدى تأثير نقص الحوافز المادية على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية	91
209	يبين العلاقة بين ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية	92
210	يبين ما إذا كنت أخلاقيات المهنة الصحفية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي	93
211	يبين ما إذا كان قصر تجربة الإعلام في المجال الرياضي أثرت على استخدام التحقيق الصحفي في المؤسسات الإعلامية	94
212	يبين مساحة الأنواع الصحفية مقارنة بالمساحة الكلية لعينة الدراسة التحليلية	95
213	يبين المواضيع الغير الرياضية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية	96

214	يبين المواد الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية حسب التقسيم الجغرافي	97
215	يبين اتجاه أفراد العينة عند كتابة المواد الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية	98
216	يبين مصادر المواد الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية	99
217	يبين أنواع المواد الإعلامية الرياضية حسب نوع الألعاب في عينة الدراسة التحليلية	100
218	يبين نوع اللغة المستخدمة في كتابة المادة الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية	101
220	يبين الأنواع الصحفية الإخبارية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية	102
221	يبين استخدام الأنواع الصحفية التعبيرية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية	103
222	يبين الأنواع الصحفية الفكرية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية	104
223	يبين الأنواع الصحفية الاستقصائية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية	105
224	يبين الأنواع الصحفية ومساحتها في جريدة الهدف	106
224	يبين الأنواع الصحفية ومساحتها في الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيون	107



قائمة الأشكال

قائمة الأشكال		
الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح العلاقة بين النوع الصحفي الإخباري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة أكثر وطبيعة المؤسسة	143
02	يوضح نوع الأخبار التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها	144
03	يوضح نوع بنية الأخبار التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة	145
04	يوضح نوع البنية التي يميل إلى استخدامها أفراد العينة في كتاباتهم وتقييمهم للأخبار	146
05	يوضح ما إذا كانت المصدقية والموضوعية سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي	147
06	يوضح ما إذا كان سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي راجع لقلّة تكلفته من ناحية الوقت والمال	148
07	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة	149
08	يوضح العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو التغطية الإخبارية كمصدر للأخبار أم نحو مصادر أخرى ونوع المؤسسة الإعلامية	150
09	يوضح معايير ترتيب أفراد العينة للأخبار الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري	151
10	يوضح نوع التقارير الصحفية التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها	152
11	يوضح مكان تفضيل إنجاز التقارير بالنسبة لأفراد العينة	153
12	يوضح نوع الأحداث التي يميل أفراد العينة نحوها عند استخدامها للتقارير الصحفية	153
13	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق	154
14	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي راجع إلى كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل أكثر	155
15	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعة التحرير على هذا النوع الصحفي	156
16	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب سهولته	157
17	يوضح أنواع الحديث الصحفي التي يميل أفراد العينة إلى استخدامها	157
18	يوضح نوع الأحاديث الصحفية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة	158
19	يوضح مكان تفضيل أفراد العينة لإجراء الأحاديث الصحفية	159

160	يوضح ما إذا كان امتلاك أفراد العينة مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولهم نحو استخدام الحديث الصحفي	20
161	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل أم لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى	21
162	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث	22
163	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات	23
164	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل توسيع ثقافة ومعرفة الصحفي الرياضية من خلال الاحتكاك بالشخصيات موضوع الحديث	24
164	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي تحقيقاً لرغبات الجمهور والنيابة عنهم في معرفة كل ما يتعلق بالشخصيات موضوع الأحاديث	25
165	يوضح العلاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية	26
166	يوضح ما إذا كان كانت هناك صعوبة في التفريق بين الروبوتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى لدى أفراد العينة	27
167	يوضح نوع الروبوتاج الأكثر ميولا لدى أفراد العينة	28
168	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبوتاج بسبب إبداعهم	29
168	يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبوتاج لمعايشة الحدث	30
169	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبوتاج من أجل زيادة نسبة المشاهدة	31
170	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يميلون لاستخدام أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبوتاج	32
171	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم أم لأسباب أخرى	33
172	يوضح نوع البورتريهات التي يميل أفراد العينة إلى استخدامها	34
172	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم في تسليط الضوء على الشخصيات الرياضية	35

173	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه من أجل تكوين علاقات مع الشخصيات موضوع البورتريه	36
174	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب إمكانية حمله لبعض خصائص الأنواع الصحفية الأخرى	37
174	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب إمكانية إبرازه للشخصية أكثر من الحديث(المقابلة)وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى	38
175	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه يعطي لهم فرصة إبداء الرأي	39
176	يوضح العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدامه أفراد العينة والتخصص	40
177	يوضح العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدام أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية	41
178	يوضح العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدامه أفراد العينة ونوع المؤسسة	42
179	يوضح نوع التعليق الصحفي الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة	43
180	يوضح ما إذا كان لأفراد العينة موهبة في مجال التعليق الصحفي	44
181	يوضح ما إذا كان التعليق الصحفي من أولويات المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة	45
182	يوضح ما إذا كانت زيادة المشاهدة للتعليق الصحفي سبب ميول أفراد العينة نحو استخدامه	46
182	يوضح: ما إذا كان التعليق الصحفي يزيد من شهرة أفراد العينة	47
183	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التعليق الصحفي ووقفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية بالتحليل والتفصيل	48
183	يوضح: ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الافتتاحية	49
184	يوضح ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة الافتتاحية في المؤسسات الصحفية التي يعملون فيها	50
185	يوضح نوع الافتتاحية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة	51

186	يوضح ما إذا كان عدم الرغبة في كشف السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة يؤثر على ميولهم نحو استخدام الافتتاحية	52
186	يوضح ما إذا كان غياب شخصية كاتب الافتتاحية يقلل من رغبة أفراد العينة في الميول نحو استخدام الافتتاحية	53
187	يوضح ما إذا كان كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في ميول أفراد العينة أفراد نحو استخدام الافتتاحية	54
188	يوضح الهدف من ميول أفراد العينة نحو استخدام الافتتاحية في مؤسساتهم الإعلامية	55
189	يوضح ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي	56
189	يوضح ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة العمود الصحفي في المؤسسة التي يعملون فيها	57
190	يوضح مدى تأثير طبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة) في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي	58
190	يوضح مدى تأثير هامش الحرية في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي في مؤسساتهم الإعلامية	59
191	يوضح ما إذا كان يشترط عدد سنوات الخبرة في كتابة العمود الصحفي بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة	60
192	يوضح ما إذا كانت الحماية القانونية تؤثر في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود	61
192	يوضح أي أفراد العينة حول قلّة استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري	62
193	يوضح العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي ونوع المؤسسة الإعلامية	63
194	يوضح نوع المقال الصحفي الذي يميل نحوه أفراد العينة	64
195	يوضح ما إذا ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي لإبداء رأيهم بحرية أكثر من الأنواع الصحفية الأخرى	65
195	يوضح مدى تأثير توجيهات هيئات التحرير في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي	66
196	يوضح ما إذا تم رفض بعض المقالات لأفراد العينة في مؤسساتهم الإعلامية	67
197	يوضح مدى تأثير اهتمام الجمهور في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي	68
198	يوضح مدى تأثير مساحة الإشهار في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي	69
199	يوضح العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة	70

200	يوضح العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي ونوع المؤسسة	71
201	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام بعض الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي	72
202	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي لكثرة طلب الجماهير	73
203	يوضح ما إذا كانت طبيعة المؤسسة الإعلامية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي	74
203	يوضح ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو التحقيق الصحفي بحثاً عن التميز	75
204	يوضح العلاقة بين مدى تأثير صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية	76
205	يوضح ما إذا كان نقص الخبرة والتجربة عند أفراد العينة في مجال الاستقصاء يحول دون الميول نحو استخدام التحقيق الصحفي	77
206	يوضح ما إذا كانت كثرة الرقابة من هيئة التحرير على التحقيق الصحفي تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام هذا النوع الصحفي	78
207	يوضح ما إذا كان نقص الحماية القانونية في المجال الإعلامي يؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي	79
208	يوضح العلاقة بين مدى تأثير نقص الحوافز المادية على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية	80
209	يوضح العلاقة بين ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية	81
210	يوضح ما إذا كنت أخلاقيات المهنة الصحفية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي	82
211	يوضح ما إذا كان قصر تجربة الإعلام في المجال الرياضي أثرت على استخدام التحقيق الصحفي في المؤسسات الإعلامية	83

ملخص الدراسة بالعربية

أراد الباحث من خلال هذه الدراسة التي كانت تحت عنوان "اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري" التركيز على أهمية الإعلام الرياضي في المجتمع الجزائري، لمساهمته في إنتاج ثقافة إعلامية رياضية لدى الجمهور، وذلك من خلال الأخبار الهائلة التي ينتقها من هذه الوسائل الإعلامية؛ وهذا من خلال تسليط الضوء الكاشف على أحد أهم عناصره، ألا وهو الصحفي الرياضي في الجزائر، والذي يعد أحد عناصر الإعلام الرياضي، فالصحفيون الرياضيون غالبا ما يكونون وسطاء الثقافة العامة الرياضية للمجتمع، فوظيفة الصحفي الرياضي من كل هذا جمع المعلومات والأخبار الرياضية وتوظيفها حسب الهدف منها في قالب (نوع) صحفي معين؛ فقد ظهرت الأنواع الصحفية لتلبية الحاجات الموضوعية المتنوعة للجمهور ومعالجة الوقائع والظواهر والتطورات والأحداث الرياضية من زوايا متعددة؛ وتتعدد الأنواع الصحفية لتستجيب لمجموعة من المتغيرات المحددة لاستعمالها، والمتعلقة بتنوع الواقع الرياضي وتعبده، وبالجمهور الذي يوجه إليه، والوسيلة الإعلامية المستعملة لتقديمه، ناهيك عن تنوع الحاجات الإعلامية لدى الجمهور الرياضي، غير أن هناك خلط واضح في هذه الأنواع الصحفية خاصة في وسائل الإعلام الجزائرية؛ فالصحفي الرياضي في الجزائر يجد صعوبة في تصنيف مادتها الإعلامية إلى أنواع صحفية بشكل مضبوط، وهذا لتداخلها وللخلط الواضح في استخدامها، رغم أن لكل نوع صحفي أسلوبه وطريقة عرض، ووظائف وخصائص تختلف عن النوع الآخر، وتكمله أحيانا.

إن هذه الدراسة جاءت لتكشف عن الاتجاهات السائدة لدى الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، فهي تركز على القائم بالاتصال كأحد أهم عناصر العملية الاتصالية، والمتمثل في الصحفي الرياضي الجزائري، مع الأخذ بعين الاعتبار تأثير العناصر الأخرى في تشكيل وتكوين هذه الاتجاهات على غرار تكوينه الأكاديمي، وكذا نوع المؤسسات الإعلامية (المكتوبة والمسموعة، والتلفزيونية) وخطها التحريري، ومصادر المعلومات، فضلا عن الأنواع الصحفية بحد ذاتها، من التركيب والتعقيد، والهدف والوظائف، والخصائص...، ولأجل الإلمام والإحاطة بمتغيرات وعناصر هذه الدراسة والوصول إلى نتائج موضوعية ودقيقة، قام الباحث بدراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين الرياضيين قوامها 130 صحفي، وأخرى تحليلية من خلال تحليل محتوى جريدة الهدف، وبرنامج إذاعي وآخر تلفزيوني، من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي، وباستخدام أدوات جمع البيانات، والمتمثلة في المقابلة للاقتراب أكثر من أفراد مجتمع الدراسة، والاستبيان لجمع المعلومات المتعلقة بميولات أفراد العينة نحو الأنواع الصحفية، في حين استخدم أداة تحليل المحتوى للوقوف على الاستخدام الفعلي للأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري.

Study summary in English

The researcher wanted through this study, which was entitled " Algerian journalists' attitudes towards the journalistic genres in the Algerian sports information," concentration on the importance of sports information in Algerian society, for his participation to the production of a sports media culture among the public, and this is by concentration on one of its most important elements, which is the sports journalist in Algeria, sports journalists are often the mediators of the general sports culture of society, so the job of a sports journalist from all this is to collect information and sports news, and employ them according to their goal in a specific genres journalist; the journalistic genres emerged to meet the diverse objective needs of the public and to address facts, phenomena, developments and sporting events, so the journalistic genres vary according to a respond of specific variables for their use, related to the diversity and complexity of sports reality, the audience to which it is directed, and the media used to present it, in addition to the diversity of the media needs of the sports public, however, there is clear mixing of these genres of journalism, especially in the Algerian media, the sports journalist in Algeria finds a difficult to classify its media article into precisely genres of journalism, this is because of their overlapping and clear confusion in their use, although each journalistic genre has its own style, presentation, functions and characteristics that differ from the other type, and sometimes complement it.

This study came to reveal the towards prevailing among Algerian journalists towards journalistic genres in the Algerian sports media, It concentrates on the communicator as one of the most important elements of the communication process, It is represented in Algerian sports journalist, with taking into consideration, The influence of other elements in the formation of these towards, As his academic formation as well as the type of media institutions, and their editorial line, and sources of information, as well as the journalistic genres themselves, of composition and complexity, goal, functions, and characteristics...; In order to understand the variables and elements of this study and to reach objective and exact results, The researcher did a field study on a sample of 130 Algerian sports journalists, And an analytical study by analyzing the content of the elhaddaf's newspaper, broadcast program and televisual program, by relying on the descriptive method in an analytical manner, and by using data collection tools, represented by: The interview is to get closer to the Study population members, and the questionnaire is to collect information related to the Sample members attitudes towards journalistic genres, While the content analysis tool was used to find out the actual use of journalistic genres in the Algerian sports media.



مقدمة

يشهد العالم في الألفية الثالثة تطورا رهيبا في جميع الميادين، وليس الإعلام بمنأى عن هذه التطورات الحاصلة، والإعلام الرياضي جزء لا يتجزأ من الإعلام العام، فهو لا يقل أهمية عنه في حياة هذا المجتمع أو ذلك، فبفضل وسائل الإعلام الرياضية (مقروءة، مسموعة، مرئية) تنتج لدى الجمهور ثقافة وحصيلة علمية وإعلامية من المعارف الرياضية، وذلك من خلال الأخبار الهائلة التي يتلقاها من هذه الوسائل الإعلامية؛ فالإعلام الرياضي يهتم بجانب من جوانب المعرفة الإنسانية، ويسعى إلى الوصول إلى جمهور متخصص، تجمع خصائص وسمات محددة، بهدف نشر أنواع محددة ومتخصصة من المادة الإعلامية وإتاحتها؛ فهو يعد من أهم الوسائل إتاحة للثقافة الرياضية ونشرها لدى الجمهور، ويحظى الإعلام الرياضي بأهمية بالغة لدى قطاعات كبيرة من الجمهور الرياضي، بما اكتسبه من أهمية في مجال التغطية للأحداث والأنشطة الرياضية في العالم؛ التي صارت متابعة وسائل الإعلام الرياضية، عادة متأصلة في الكثير من الجمهور على اختلاف فئاته ومستوياته؛ والجزائر جزء من هذا العالم الفسيح، وبالتالي فهي ليست بمنأى عن هذه التطورات، فمنذ الاستقلال كان الإعلام الرياضي حاضرا متمثلا في الصحافة المكتوبة، رغم قلتها آنذاك سواء الناطقة بالعربية أو باللغة الفرنسية، تخصص فضاء للرياضة عموما، ولكرة القدم بوجه خاص.

وكانت جريدة المجاهد الناطقة باللغة الفرنسية، الأولى التي خصصت منذ 1966 مكانة للمعلومات الرياضية من خلال إضافة ملحق "الأخبار الرياضية" الذي كان يصدر نهاية كل أسبوع، وشهدت سنة 1972، إطلاق أول أسبوعية رياضية ناطقة باللغة الفرنسية "الهدف"، وبعد 13 سنة من الانتظار، ظهرت أول أسبوعية رياضية في الجزائر ناطقة باللغة العربية سنة 1985 اسمها "المنتخب"، واختفى كلا العنوانين السابقين اللذين كانا تابعا للقطاع العمومي، ومع ظهور التعددية الإعلامية في بداية التسعينات وفي سنة 1991 قام عز الدين ميهوبي بإصدار "صدى الملاعب" المخصص لكرة القدم الوطنية والدولية، بعدها ظهرت يومية "الشباك" لتظهر أسبوعية "كومبتيسون" بعدها فقط بشهور، والتي أصبحت سنة 2007 يومية، أما سنة 1997 فقد صدرت جريدة "le butteur" أما جريدة "الهدف" فظهرت سنة 1998 و"الخبر الرياضي" سنة 2010، كل هذا فتح باب المنافسة بين هذه الجرائد لمحاولة جذب أكبر عدد من القراء (<https://www.djazairess.com/aps/429634>)

وفي عام 2012 صدر قانون الإعلام 05/12 والذي فتح الباب لإنشاء قنوات إعلامية خاصة، حيث ظهرت عدة قنوات تلفزيونية، تهتم بالمجال الرياضي بتخصيص برامج رياضية، ناهيك عن عدة قنوات تلفزيونية متخصصة في المجال الرياضي إلا أنها لم تدم طويلا وأغلقت، على غرار قناة الوفاق، وقناة كواليس...، ما عدا قناة الهدف التي تتشط لغاية اللحظة.

وعندما نتحدث عن الإعلام الرياضي في الجزائر فإننا لا بد من إلقاء الضوء على العقل الصحفي الرياضي، والذي يعد احد مكونات الإعلام الرياضي ومنظومة الرياضة الحديثة التي جذبت مختلف

الأعمار من خلال الصحفي الرياضي الذي أصبح يعبر ويصف كل لعبة رياضية بلغة تعبيرية مميزة؛ فالصحفيين الرياضيين الجزائريين غالبا ما يكونون وسطاء الثقافة العامة الرياضية للمجتمع، ولذلك فهم صناع أسطورة الرياضة لتركيز قدراتهم في الميدان، وما فيه من نجوم الرياضة، كما أنهم يغطون جميع الأحداث الرياضية (هواة ومحترفين)، فوظيفة الصحفي الرياضي من كل هذا جمع المعلومات والأخبار الرياضية بعد التحقق من مصداقيتها وتوظيفها حسب الهدف منها في قالب (نوع) صحفي.

إن التحرير الصحفي في الإعلام الرياضي يمثل صلب العملية الإعلامية الاتصالية، والرسالة الإعلامية هي جوهر التحرير الصحفي الذي يمكن أن نميز فيه بين جانبين: العناصر التي تتكون منها الرسالة، والبناء أو التركيب الخاص بوضع هذه العناصر معا لتنتج لنا رسالة معينة تصل إلى الجمهور؛ فالتحرير في كل وسيلة من وسائل الإعلام، إنما ينطبع بطابع جنسها (نوعها) الإعلامي الذي يوجهه إلى اختيار لغته وأسلوبه وبلاغته؛ فطبيعة النوع الصحفي هي التي تحدد طريقة وضع الفكر في رموز تنفق وخصائص هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك، والتي ترتبط بدورها بقدرات المتلقي وقدرات المصدر في آن واحد، وتشير الأبحاث إلى أن المقدرة الإقناعية تختلف باختلاف الأنواع الصحفية، كما تشير إلى أن لكل نوع صحفي إمكاناته وخصائصه ومميزاته (شرف، 2000، ص ص 18-19)

إن الأنواع الصحفية هي العناصر الخارجية أو الصور الظاهرية للعمل الصحفي الرياضي الذي يتضمن الأحداث والظواهر الرياضية المعبر عنه بواسطتها، وقد ظهرت الأنواع الصحفية لتلبية الحاجات الموضوعية المتنوعة للقراء ومعالجة الوقائع والظواهر والتطورات والأحداث الرياضية من زوايا متعددة؛ وتتعدد الأنواع الصحفية لتستجيب لمجموعة من المتغيرات المحددة لاستعمالها، والمتعلقة بتنوع الواقع الرياضي وتعقده، وبالجمهور الرياضي الذي يوجه إليه والوسيلة الإعلامية المستعملة لتقديمه، ناهيك عن تنوع الحاجات الإعلامية لدى الجمهور الرياضي، فلكل نوع صحفي أسلوبه وطريقة عرضه، وهذا ليس أمرا ظاهريا أو لغويا، وإنما مرتبط أساسا بالتركيب البنوي للنوع الصحفي، وبموضوع هذا النوع، وبالوظيفة التي يسعى إلى تحقيقها؛ غير هناك خلط واضح في هذه الأنواع الصحفية خاصة في وسائل الإعلام الجزائرية؛ فالصحفي الرياضي في الجزائر يجد صعوبة في تصنيف مادتها الإعلامية إلى أنواع صحفية بشكل مضبوط، وهذا لتداخلها وللخلط الواضح في استخدامها، رغم أن لكل نوع صحفي وظائف وخصائص ومميزات تختلف عن النوع الآخر، وتكمله أحيانا.

إن هذه الدراسة جاءت لتكشف عن اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، فهي تركز على القائم بالاتصال كأحد أهم عناصر العملية الاتصالية، والمتمثل في الصحفي الرياضي الجزائري، مع الأخذ بعين الاعتبار تأثير العناصر الأخرى في تشكيل وتكوين هذه الاتجاهات على غرار تكوينه الأكاديمي، وكذا المؤسسات الإعلامية (المكتوبة والمسموعة، والتلفزيونية) وخطها التحريري، والمصادر، فضلا عن الأنواع الصحفية بحد ذاتها، من التركيب والتعقيد، والهدف

والوظائف، والخصائص...، ولأجل الإلمام والإحاطة بمتغيرات وعناصر هذه الدراسة تم تقسيمها إلى ثلاثة جوانب : منهجي، نظري، وتطبيقي

فالجانب المنهجي احتوى على إشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، أهميتها وأهدافها، بالإضافة تحديد المفاهيم والمصطلحات الخاصة بها، ناهيك عن الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها، علاوة على مميزات هذه الدراسة

أما الجانب النظري، فقد احتوى على ثلاثة فصول، فالأول، تطرق الباحث فيه إلى الإعلام الرياضي، من جانبه المفاهيمي(التعريف، الأهمية، الأنواع، الخصائص، الأهداف..) بالإضافة إلى القائم بالاتصال والمقاربات الخاصة بالدراسة، والتي احتوت على نظريتي حارس البوابة وترتيب الأولويات. والفصل الثاني، فقد تعرض فيه الباحث إلى الاتجاهات، من حيث المفهوم، الأنواع، الخصائص، الوظائف، كيفية تكوين، تغيير الاتجاهات، وكذا أهم النظريات المفسرة لها.

والفصل الثالث، فقد خصصه الباحث للأنواع الصحفية، حيث تطرق فيه تقريبا لجميع الأنواع الصحفية، الأنواع الصحفية الإخبارية والتي ينطوي تحتها الخبر والتقرير والحديث، الأنواع التعبيرية والتي تحتوي البورتريه والروبورتاج، أما الأنواع الفكرية فتتكون من المقال الصحفي، العمود الصحفي، الافتتاحية، التعليق الصحفي، في حين الأنواع الاستقصائية فانفردت بالتحقيق الصحفي، حاول الباحث من خلالها إبراز المفاهيم والأنواع والخصائص، وكذا كيفية كتابة وبنية كل نوع صحفي في مجال الإعلام الرياضي.

أما الجانب التطبيقي فقد شمل ثلاثة فصول هو الآخر، فالفصل الأول خصصه الباحث لمنهجية الدراسة، والذي كان الهدف منه التأكد من صلاحية أدوات البحث من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث للوقوف عن كثب من أفراد مجتمع الدراسة، وأخذ عينة منه للدراسة الميدانية وكذا تم سرد كيفية اختيار هذه العينة، بالإضافة إلى الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة، ناهيك عن كيفية تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية والخطوات التي سارت عليها.

والفصل الثاني عرض فيه الباحث نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية التي توصل إليها ، وتحليلها وتفسيرها، ومناقشتها في ظل الفرضيات، في حين الفصل الثالث والأخير فقد خصصه الباحث للاستنتاج العام والاقتراحات



الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

تعتبر الأنواع الصحفية حجر الزاوية للكتابة الصحفية في الإعلام الرياضي؛ فهي تعكس وفرة عرض وسائل الإعلام، وتحاول أن تلبى انشغالات الجمهور الرياضي وحاجاته، وتسهم في تشكيل شخصية الوسيلة الإعلامية وخطها التحريري، وعلاقة قاعة التحرير بمصادر الأخبار، لذا تعتبر الأنواع الصحفية جوهر العمل الصحفي.

فالأنواع الصحفية تختلف فيما بينها، فتوجد أنواع أقدر على حمل مضامين معينة أكثر من غيرها، فهي متفاوتة القدرات في الإخبار والتبليغ والتعبير، والتوجيه الفكري، فإذا كانت الأنواع الإخبارية (الخبر والتقرير) تكتفي بتقديم الحقائق والوقائع كما هي (الخبر مقدس) فالأنواع الفكرية أو التأملية (المقال، العمود، التعليق..)، لا تتعامل مع الواقع بغرض نقله أو التبليغ عنه فقط، بل تسعى إلى إبراز الموقف أو تقديم وجهة النظر منه، ناهيك على أنها تهدف إلى غرس مجموعة من القنوات والمواقف في ذهن القارئ، في حين تقوم الأنواع التعبيرية (البورتريه، الروبورتاج) بإبراز حالات خاصة أو تقدم أشخاص معينين، فتسلط عليهم الضوء، وتصنفهم في تفاعلهم مع الوسط الاجتماعي الذي يعيشون فيه. وبالتالي فغياب أي نوع من هذه الأنواع ينقص من قيمة الرسالة الإعلامية التي تصل إلى الجمهور الرياضي، وفي هذا الصدد يقول الخبير الإعلامي نصر الدين لعياضي: "إذا تبادلت الأنواع الصحفية المتعارف عليها المضامين والأدوار فإنها تترك الجمهور، وتقضي على العقد الإعلامي" (لعياضي، 2007، ص 21-22).

فغالبا ما يجد الصحفي الرياضي صعوبة في تصنيف المواد الإعلامية، نظرا للخط الكبير بين الأنواع الصحفية المختلفة، فالمدرسة الأنجلوساكسونية تسمي التحقيق بالروبورتاج أو العكس، فهي لا تفرق بينهما عكس المدرسة الفرنكوفونية، فالتصنيفات ليست من أجل فقط من باب التنوع، بل لكل نوع صحفي وظيفته ومكانته الخاصة ومميزات وخصائص لا يمكن لنوع آخر أن يؤديها كما هي، فقد تشترك الأنواع الصحفية في بعض الخصائص، غير أن لكل نوع زاوية معالجة وخاصة تميزه عن النوع الصحفي الآخر

إن المتأمل في الكتابة الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري يتسنى له بوضوح الخط الواضح في الأنواع الصحفية، وغياب بعض هذه الأنواع من جهة، وكثرة بعضها الآخر من جهة أخرى، خاصة في الآونة الأخيرة بعد إصدار قانون الإعلام سنة 2012 وفتح المجال لإنشاء قنوات تلفزيونية وإذاعية خاصة، وولوج المتطفلين إلى عالم الإعلام في الجزائر، وانتشار ظاهرة عمل الصحفيين الرياضيين في أكثر من مؤسسة إعلامية، وعدم الاستقرار في مؤسسة إعلامية واحدة، مما يؤثر على أدائهم المهني، ناهيك عن إهمال المؤسسات الإعلامية في الجزائر المعايير المهنية لتوظيف الصحفيين الرياضيين، ومن جهة أخرى غياب التخصص في المجال الإعلامي بصفة عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص، علاوة على نقص التكوين للصحفيين الرياضيين من طرف المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها في

مجال التحرير الصحفي، فمن خلال كل هذه الظروف والمعطيات يجد الصحفي الرياضي الجزائري نفسه تائها في فوضى وعشوائية، في ظروف عمل لا ترقى لممارسة صحفية احترافية، مما يجعله واقفا في مفترق طرق يجهل الاتجاه الصحيح للهدف المنشود وراء توظيف المواد الإعلامية في قالب صحفي يناسبها ويتلاءم مع خصائصها ومميزاتها؛ فمن هنا تتجلى لنا ضرورة معرفة الأسباب الكامنة وراء اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو نوع صحفي معين بدل الآخر في الإعلام الرياضي الجزائري بأنواعه المكتوبة، السمعية، والتلفزيونية.

وانطلاقا من الطرح المتقدم في التوطئة، ولتحليل هذه المشكلة البحثية والإحاطة بحيثياتها تتضح جليا معالم الإشكالية التي تخص دراستنا هذا، والتي يمكن صياغتها في التساؤل الرئيسي التالي:
ما هي الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري؟
وتتدرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية:

- تساؤلات الدراسة

- ما هي الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري؟

- ما هي الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري؟

- ما هي الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري؟

- ما هي الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى الصحفيين الجزائريين في اتجاهاتهم نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري تعزى إلى متغيرات (السن، المستوى التعليمي، التخصص، طبيعة المؤسسة الإعلامية، نوع المؤسسة الإعلامية، المنصب الإداري، سنوات الأقدمية) عند مستوى الدلالة 0.05؟

1-2- فرضيات الدراسة

تعتبر الفرضيات أساسية في البحث العلمي، فنحن لا نستطيع التقدم في دراستنا، ما لم نبدأ بتفسير مقترح أو حل للصعوبة التي تواجهنا، والتي من أجلها نقوم بالبحث، وقد عرفت الفرضيات أنها: " ما يتوقعه الباحث من نتائج على مستوى بحثه في شكل فكرة، توقع، حل، إجابة، رأي يصور علاقات التأثير والتأثر بين متغيرات الظاهرة المدروسة. (دليو، وآخرون: 1999، ص 103)؛ إذن تلعب الفرضيات دورا هاما في توجيه البحث، وإبعاده عن العموميات والتشتت، وذلك بالتركيز على قضايا محددة، يتضمنها ذلك التفسير المقترح للمشكلة التي واجهت الباحث؛ وعلى هذا الأساس سعينا من خلال القيام بهذه الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

1-2-1- الفرضية العامة

- الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري تختلف من نوع صحفي إلى آخر، في ظل هذه المؤشرات (تكوين الصحفيين وأقدمية العمل الصحفي، نوع وطبيعة المؤسسات الإعلامية، السياسة الإعلامية) (الخط التحريري) لكل مؤسسة)

1-2-2- الفرضيات الفرعية:

- للصحفيين الجزائريين اتجاهات إيجابية نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري.
- للصحفيين الجزائريين اتجاهات إيجابية نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري.
- للصحفيين الجزائريين اتجاهات سلبية نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري.
- للصحفيين الجزائريين اتجاهات سلبية نحو الأنواع الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى الصحفيين الجزائريين في اتجاهاتهم السائدة نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري تعزى إلى متغيرات (السن، المستوى التعليمي، طبيعة المؤسسة الإعلامية، نوع المؤسسة الإعلامية، المنصب الإداري، سنوات الأقدمية) عند مستوى الدلالة 0.05.

1-3- أهمية الدراسة:

دراستنا هذه تندرج ضمن الدراسات التي تزو إلى تحقيق فهم جيد للعملية الاتصالية من خلال دراسة مركزة على مجموعة من عناصرها المتمثلة في الصحفي الرياضي والمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها وحتى الجمهور من خلال تأثير الخط الإعلامي للمؤسسة الإعلامية، وكذا الجمهور على اتجاهات القائم بالاتصال، نحو أنواع صحفية معينة دون أخرى، وبلورتها في رسالة إعلامية تقدم للجمهور، وبالتالي فهم مدى تناسق وتناغم كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية وتأثيره على الآخر ومكانته في هذه العملية الاتصالية؛ فهذه الدراسة تعتبر مرجعا للطلبة والأساتذة نظرا لقلّة الدراسات التي تطرقت للقائم بالاتصال والأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي في الجزائر وحتى في الوطن العربي.

1-4- أهداف الدراسة:

يرى موريس أنجرس أن هدف البحث هو تصريح عن غاية للإجابة عن سؤال البحث، يستلزم القيام بتحقيق إمبريقي (أنجرس، 2004، ص 152).

وعليه نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نذكرها فيما يلي:

- معرفة الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري
- معرفة الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري
- معرفة الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري

- معرفة الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري

- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية ومقارنتها بالاستخدام الفعلي من خلال الدراستين الميدانية والتحليلية

- معرفة أهم العراقيل التي تعيق الصحفي الرياضي في الجزائر في استخدامه لأنواع صحفية بدل الأخرى
1-5- تحديد مفاهيم الدراسة:

المفاهيم يعرفها السرياقوسي بقوله: "المفاهيم العلمية هي معاني يحددها العالم للمصطلحات العلمية التي يستخدمها في التعبير عن وقائع العلم وحقائقه(السرياقوسي، 1986، ص124)؛ فكل موضوع علمي له مفاهيمه المتميزة والخاصة بعملية البحث(بدر، 2008، ص19)، وأهم المفاهيم(الكلمات الدالة) الواردة في دراستنا هذا هي كما يلي:

1-5-1- الاتجاه: هو استعداد وجداني مكتسب يحدد سلوك وشعور الفرد إزاء موضوع معين من حيث التفضيل أو عدم التفضيل(خليل ميخائيل معوض: 2003، ص234)، وتعرفه دائرة المعارف البريطانية بأنه: "ميل نحو نمط معين من ردود الفعل" (محمد شفيق، 2005، ص114)؛ والاتجاه: "هو موقف أو ميل راسخ نسبيا سوا أكان رأيا أم اهتماما أم غرضا يرتبط بتأهب لاستجابة مناسبة(أبو حطب، وفهمي، 1984، ص17)، أما "كريتشي وكريتشفيلد" فيعرفانه على أنه: "تنظيم نهائي لعمليات الإدراك والعاطفة والدوافع والمعرفة مع التركيز على بعض المفاهيم المتعلقة بعالم الفرد(شفيق، 2005، ص114)، ويعرف الاتجاه كذلك: "أنه حالة من الاستعداد العقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيرا توجيهيا على استعداد الأفراد لجميع المواقف والأشياء(الفار، 2014، ص06)؛ وفي دراستنا هذه نقصد بالاتجاه: ميولات الصحفيين الجزائريين محل الدراسة نحو استخدام الأنواع الصحفية وتفضيلها في الإعلام الرياضي الجزائري.

1-5-2- الصحفي: هي كلمة عربية قديمة كانت تقال لمن يجلب المعلومات من الكتب دون معلم، فكانوا عند المناقشات الأدبية يعيرون على من ليس له شيخ أو معلم وينعتونه بالصحفي(كنعان، 2013، ص34)؛ ومصطلح الصحفي بلغة بسيطة يقصد به "رجل الإعلام الذي يقوم بجمع الأخبار ومعالجتها(ساعد، 2012، ص25)، ويعرف كذلك بأنه: "كل شخص اتخذ الصحافة مهنة له وفق أحكام قانونها"(الراعي، 2014، ص59)، كما أن هذا المصطلح(الصحفي) أصبح يطلق على العاملين في مجال جلب الأخبار وتحريرها والتعليق عليها(الزبيدي، 2010، ص156).

1-5-3- الصحفي الرياضي: هو ذلك الصحفي الذي يقوم بتغطية ومتابعة الأحداث والأنشطة الرياضية المختلفة، والكتابة عنها بالعرض والنقد والتحليل محققا وظائف الصحافة في الإعلام والتوجيه والتفسير، من خلال الخبر والتقرير والحديث والتحقيق، والعمود الصحفي(العجروود، 2018، ص51) وحسب القانون العضوي 05/12 الخاص بالإعلام؛ فتتص المادة 73 منه أنه: "يعد صحفيا محترفا في مفهوم

هذا القانون العضوي كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو نقد الخبر لدى أو لحساب نشرية، دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا للجيلية الرّسمية للجمهورية الجزائرية: (2012، ص28).

والصحفي الرياضي الجزائري في هذه الدراسة: "نقصد به الصحفي الذي يعمل في الأقسام الرياضية بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية العمومية والخاصة، سواء كانت مكتوبة، مسموعة، أو مرئية".

1-5-4- الأنواع الصحفية: النوع لغة: هو كل صنف من كل شئ(الشيرازي، 1979، ص88)

أما الأنواع الصحفية فتعرف بأنها: "طائفة من الإسهامات العامة التي تملك شكلا قاعديا واحدا وثابتا نسبيا، أو أنه مجال واسع جدا من الخطاب الذي يبرر مبدئيا بشكل واحد ومتمائل، ويترجم الظواهر والحقائق، مستهدفة بذلك لإيصال رسالة محددة للقارئ لتخاطب ذهنه ومشاعره قصد ترسيخ قناعة محددة لديه، ومن ثم تمكينه من أن يفهم الواقع على ضوء هذه القناعة(العياضي، 2007، ص ص26-27)، وتعرف كذلك بأنها: "صيغ تعبيرية تعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، كما تفسر الوقائع والأحداث والظواهر والتطورات وتتضمن التحليل والشرح والتفسير(تومي، 2006-2007، ص18)، هادفة لإيصال رسالة محدد للجمهور(قارئ، مستمع، مشاهد)، تكون موجهة لذهنه، مشاعره انفعالاته قصد اطلاعه على معلومات وآراء ووجهات نظر، تهدف إلى إيجاد قناعة لديه، وكذا فهم الواقع، ومن ثم دفعه للسلوك بشكل متوافق مع هذه القناعة ومع هذا الفهم(الهادي، 2015، ص80).

وفي دراستنا نقصد بالأنواع الصحفية: هي كل الأنواع الصحفية الإخبارية(الخبر، التقرير، الحديث)، والتعبيرية(البورتريه الربورتاج)، والفكرية(المقال، العمود، الافتتاحية، التعليق)، والاستقصائية(التحقيق) التي تستخدم في الإعلام الرياضي الجزائري(المكتوب، المسموع، التلفزيوني).

1-5-5- الإعلام الرياضي: الإعلام في اللغة: العلم نقيض الجهل ويقال: "استعلم لي خبر فلان أو أعلمنيه حتى أعلمه وأستعلمني الخبر فأعلمته إياه، فأعلم وابلغ ويدين وأوصل تعني إشاعة المعلومات وبثها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس"(ابن منظور، 2007، ص3083).

والإعلام اصطلاحا: يعرف بأنه استقصاء الحقائق والمعلومات والأخبار ومعالجتها ونشرها على أوسع نطاق جماهيري وفي الوقت الملائم، من خلال وسائل الإعلام الحديثة والمتنوعة(المقروءة، المسموعة، والمرئية)(محمد، 2014، ص ص127-128)، ويعرف كذلك بأنه: "منهج وعملية تقوم على هدف التنوير والتثقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة(محمود، 2002، ص173).

الإعلام الرياضي: هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي(عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص22).

والإعلام الرياضي في دراستنا هذه نقصد به: "عملية نقل، كتابة، نشر، المعلومات التي تتعلق بكل الأحداث والتظاهرات الرياضية، ومعالجتها ووضعها في قالب صحفي معين وإيصالها للجمهور بغية تحقيق أهداف محددة، عن طريق وسائل الإعلام والاتصال المكتوبة، المسموعة، والتلفزيونية.

1-6- الدراسات السابقة:

ويقصد بها الدراسات و الأبحاث التي جرت في المجال الذي يفكر فيه الباحث (الصيرفي، 2002، ص93)، لذلك ينبغي بذل جهد والإطلاع على الدراسات السابقة من خلال الاطلاع المتواصل على مستخلصات الرسائل والأطروحات تجنباً لموقف يصعب تصوره (عيشور، 2017، ص93)

وقد اعتمدنا على بعض الدراسات السابقة لدراستنا، منها ما هو محلي، ومنها ما هو على المستوى العربي، حيث كانت عوناً لنا في قيامنا بدراستنا هذا والتي يمكن سردها فيما يلي:

الدراسة الأولى: دراسة فاطمة الزهراء مشقة بعنوان: "الأنواع الصحفية الإخبارية في جريدة "لوموند" *Le Monde* الفرنسية"، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016/2015.

انطلقت هذه الدراسة من الفرضيات التالية:

-تعتبر الأنواع الصحفية قوالب تعبيرية مرنة، ومتغيرة، ويمكن أن تتغير خصائص النوع الصحفي من حيث الممارسة من مجتمع إلى آخر.

- تساهم التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال في تغيير بعض خصائص الأنواع الصحفية.

وكان الهدف من الدراسة استخلاص أحدث الطرق المعتمدة في المدارس الكبرى، ولما لا محاولة المزج بين أفضل التقنيات للحصول على طرق وأساليب تحرير تشبع حاجيات القراء.

- إزالة الغموض واللبس الذي ما يزال يكتنف بعض الأنواع الصحفية وخاصة فيما تعلق بخطها مع أنواع أخرى لها مميزات الخاصة.

واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واستخدمت تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، أما مجتمع هذه الدراسة فتكون من مجموعة من الأعداد الخاصة بصحيفة- *Le Monde* "لوموند" - في الفترة الممتدة من 1 جوان 2008 إلى 10 نوفمبر 2008 والمقدر عددها ب 156 مفردة بحث، وقد اختارت الباحثة عينة مكونة من 78 وحدة أي ما يمثل 50 بالمائة من مجتمع البحث الأصلي، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- لم تعد الأنية تمثل الميزة الرئيسية للتقرير الصحفي، ولا يشترط التقرير ذكر الزمان والمكان اللذين وقع فيهما الحدث، ويعرض فقط تفاصيل الوقائع، كما أن مصادر التقرير الصحفي تعددت بين معلومات يقدمها المختصون والمحللون ذوو العلاقة بالموضوع ويكونون من داخل الأحداث أو خارجها، وبين المواقع الإلكترونية، وقواعد البيانات، كما أن التقرير يعالج زاوية معالجة واحدة في كل موضوع مهما تعددت الجوانب المهمة فيه.

- يحتل التحليل مكانة مهمة في التقرير الصحفي وهو إحدى ميزاته الأساسية.
الدراسة الثانية: دراسة عبد العالي رزاقى " الأنواع الصحفية وتطبيقاتها في الصحافة الجزائرية" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/ 2009

انطلقت هذه الدراسة من الفرضيات التالية:

- ارتبط ظهور الأنواع الصحفية بالأدباء والكتاب في الوطن العربي، قبل أن يرتبط برجال الإعلام لاعتبارات أهمها: أن الصحافة دخلت مع الاحتلال الأجنبي لأقطار الوطن العربي، ولم تتحرر إلا بعد خروجه منها؛ ففي الجزائر ازدهرت الصحافة خلال الاحتلال، وخاصة بعد مرور 100 سنة من الاحتلال.

- إن كتابات الرأي في الصحافة الجزائرية على مدى 132 من الاحتلال شكلت أهم انشغالات الصحافة التي أنشأتها فرنسا أو الجزائريون في العهد الاستعماري، واستمرت هذه الكتابات إلى ما بعد استرجاع السيادة الوطنية، وتطورت مع ميلاد التعددية الإعلامية.

- إن التحاق خريجي المدرسة العليا للصحافة معهد علوم الإعلام والاتصال خلال مرحلة الحزب الواحد ساعد على ظهور أنواع صحفية جديدة، وساهم في تطوير صياغة الأخبار، لكنه لم يعط دفعة قوية للأنواع الصحفية التقريرية الكبرى، بسبب التضيق السياسي في مجالي التقصي والتحري.

- أحدث الانفجار الإعلامي باعتماد التعددية الإعلامية في دستور 1989/12/23، توسعا في أنواع الكتابة الصحفية، مما كرس وجودا للتقارير الصحفية بمختلف أشكالها

وتكمن أهمية هذه الدراسة: أنها ستضع لبنة في بناء مدرسة صحفية عربية باعتبار أنها ما تزال غير متبلورة كنظرية في البحوث والدراسات الإعلامية بالرغم من أن الأنواع الصحفية على مستوى الممارسة تغطي مساحة مهمة في الصحافة الجزائرية والعربية .

أما أهدافها: فتسليط الضوء على النماذج المعبرة عن الأنواع الصحفية وعبر دراستها وتبيان طريقة المعالجة فيها وخصائصها التيبوغرافية والفنية، بهدف تقديم صورة موضوعية عن الأنواع الصحفية وتطبيقاتها في الصحافة الوطنية، سعيا إلى رفع اللبس عن التداخل بينها، ووضع قواعد وأسس تكون أداة لمفهوم موحد، واعتمد الباحث على منهج دراسة الحالة، وأرجع سبب اختياره لهذه المنهج في أن الأنواع الصحفية التي سيدرسها الباحث مرتبطة بمراحل تطورها وبكتابتها، وبالتالي فإن الاعتماد على هذا المنهج يعود إلى أنه يمثل أساليب البحث الوصفي.

ويتكون مجتمع البحث من الأنواع الصحفية التي صاحبت الصحافة الجزائرية في ظل الحزب الواحد والتعددية الصحفية في الصحافة العربية العمومية والخاصة واختار الباحث عينة من الأنواع الصحفية التي تتوفر على الخصائص التيبوغرافية والبناء الفني، حيث قام باستخراج ذلك منها، ودرس كيفية تطبيقاتها لهذه القواعد والأسس.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها فيمايلي:

- تختلف الأخبار في معالجتها من صحيفة إلى أخرى.
- عدم وجود التوقيع على الأخبار أو الإشارة إلى المصادر خارج نص الخبر، وتضعهما، وأغلب مقدمات الأخبار، إما مكررة ما بين الصفحة الأولى والصفحات الداخلية، وإما أن المقدمة والعنوان المنشورين في الصفحة الأولى غير المقدمة والعنوان المنشورين في الصفحة الداخلية، وهناك اتجاه في الصحافة الجزائرية نحو عدم احترام عنصر الزمن في الخبر، بحيث أنها تعيد نشر الخبر بعد نشره في صحف أخرى دون الإشارة إلى المصدر الذي سبقها في نشره، وهي ظاهرة ملفتة للنظر.
- وإذا كانت التقارير الإخبارية هي المادة المصاحبة للأخبار فإنها على مستوى الخصائص التيبوغرافية لا تجعل أية سمة من سماتها، إلا في عدد قليل من الصحف.
- الدراسات الإعلامية لا تضع حدودا بين التقرير الخبري والخبر، فهي تعرف الخبر بالتقرير والتقرير بالخبر.

الدراسة الثالثة: دراسة آسيا العجود بعنوان: واقع الصحافة الرياضية المتخصصة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال -السمعي البصري-، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، 2018.

انطلقت هذه الدراسة من الإجابة عن الإشكالية التالية:

- ما هو واقع الصحافة الرياضية المتخصصة في الجزائر، وما طبيعة الصحفيين العاملين بها؟
- وانبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:
- ما هي مختلف القضايا الرياضية التي تطرحها صحيفتا الهدف اليومي والخبر الرياضي على صفحاتهما؟ وما طبيعة القيم التي تتخللهما؟ وهل تحض كل الألعاب الرياضية بصحيفتي الهدف اليومي والخبر الرياضي بنفس الأهمية في المعالجة؟ وما هي مختلف المصادر التي تعتمد عليها كل من صحيفتي الهدف اليومي والخبر الرياضي في استقاء مادتهما الخبرية؟ وما طبيعة اللغة المستخدمة؟
- ما نوع الصور المرفقة للمواضيع الرياضية بصحيفتي الهدف اليومي والخبر الرياضي؟
- تكم أهمية الدراسة في دراسة مضمون الصحف من قضايا وموضوعات، وكذا دراسة القائم بالاتصال في المجال الرياضي كعنصر هام من عناصر العملية الرياضية
- أما أهداف الدراسة: هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى مايلي:
- معرفة مدى اهتمام الصحافة الرياضية المتخصصة في الجزائر المتمثلة في صحيفتي الهدف اليومي والخبر الرياضي بالأنشطة الرياضية المختلفة التي تغطيها
- محاولة الكشف عن طبيعة الشخصيات التي تكتب في الصحافة الرياضية المتخصصة المتمثلة بصحيفتي الهدف اليومي والخبر الرياضي، والوظائف التي يشغلونها والأدوار التي يؤديونها

ولتحقيق صحة فرضية الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، أما أدوات جمع البيانات؛ فقد اعتمدت الباحثة في دراستها على أداة تحليل المحتوى، من خلال تحليلها لمحتوى جريدتي الخبر الرياضي، وجريدة الهدف، وكذا استخدام استمارة استبيان كأداة ثانية

وتمثل مجتمع الدراسة في كل الصحف الرياضية المتخصصة بالجزائر (الهدف اليومي، الهدف الدولي، الشباك اليومي، كومبتيسيون، لوبيتور، الخبر الرياضي، الكرة نيوز،...)؛ أما عينة الدراسة فكانت مختارة بطريقة قصدية، بالنسبة للصحف، حيث اختارت الباحثة صحيفتي الهدف والخبر الرياضي لتحليل محتوَاهما، وبطريقة عشوائية منتظمة بالنسبة للأعداد المختارة، حيث اختارت الباحثة 12 عددا من كل صحيفة، بالاعتماد على الأسبوع الصناعي، في حين كان عدد الصحفيين (30 صحفي، 11 صحفي بالهدف اليومي، و11 صحفي بالخبر الرياضي) للإجابة على أسئلة الاستبيان وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، نلخصها فيمايلي:

- الصحيفتين محل الدراسة تعتمدان على "المراسل الصحفي" كمصدر رئيسي لجلب المعلومة الرياضية
- سيطرة قالب الخبر والتقرير على باقي القوالب الصحفية الأخرى.
- هناك فئة قليلة جدا من الصحفيين الذين كان لهم الحظ الاستفادة من الدورات التدريبية
- إخفاء مصادر الخبر بالنسبة للصحفيين تعود أساسا إلى الرغبة في تحقيق سبق الصحفي
- وعن مستوى الصحافة الرياضية المتخصصة بالجزائر فقد أجمع الأغلبية من الهدف اليومي والخبر الرياضي على أنها ذات مستوى متوسط بتقديرهم الشخصي.
- قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات نوجزها في مايلي:
- إعادة النظر في البرامج والمقاييس التي تدرس على مستوى الجامعة الجزائرية، وتكييفها بما يتماشى مع متطلبات عالم الشغل المتخصص، وبما يلبي متطلبات البيئة الرقمية الجديدة المنافسة.
- تقليص مساحة الأخبار الرياضية الدولية والأوروبية ومشاهير كرة القدم الأوروبية ومنح مساحة أكبر للقضايا الوطنية خاصة على مستوى صحيفة الهدف اليومي.
- ضرورة العمل أكثر على المضمون التحريري للصحافة الرياضية بدل الاهتمام بالجانب الشكلي.
- ضرورة الالتفات إلى المشاكل الكثيرة التي يواجهها الصحفي الجزائري إجمالا، والصحفي الرياضي تحديدا من نقص الوسائل والأدوات، وإيجاد حلول لها .

الدراسة الرابعة: دراسة عيسى الهادي الموسومة ب البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه نظرية و منهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص: إعلام رياضي تربوي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2012.

انطلقت الدراسة من محاولة الإجابة عن مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما هي خصوصية العملية الإعلامية الرياضية في التلفزيون، وما هي القواعد التي تحكمها، وما مدى التزام البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري بها؟ وما هي الوضعية الراهنة للبرامج الرياضية المقدمة في

التلفزيون الجزائري؟ وما مدى اهتمام البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري بمقومات البرامج الرياضية؟ وما هي اتجاهات مشاهدي البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري من حيث الشكل والمضمون؟

قام الباحث بالإجابة عن الأسئلة السالف ذكرها بشكل أولي من خلال هذه الفرضيات:

- الفرضية العامة: البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد

الفرضيات الجزئية:

- الوسائل المعتمدة في البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري وأسلوب تقديمها لا يساعد على جلب الجمهور المشاهد لمتابعتها

- يركز التلفزيون الجزائري في برمجه على رياضات والعباب معينة على حساب رياضات أخرى من خلال مقدمي ومعدي هذه البرامج

- لا تلقى البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري بالاهتمام الكافي من ناحية عدد ساعات البث والإرسال، ولا من ناحية أهميتها أهدافها كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي

تتبع أهمية الدراسة حسب رأي الباحث من أهمية عناصر العملية الإعلامية ذاتها في تحقيق الكثير من مهام ووظائف الإعلام، وحسب الباحث أهمية بحثه تكمن كذلك في أننا في حاجة إلى التلفزيون كوسيلة إعلامية هامة لتحقيق الكثير من أهداف الرياضة

وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مضامين البرامج الرياضية ومحتوياتها

- معرفة المكانة التي تخص بها السياسة الرياضية لدى الرجل الإعلامي وموقعها في إطار السياسة العامة للبرامج التلفزيونية

- معرفة مدى عملها على نشر الثقافة والوعي الرياضي، من خلال تفحص أهدافها وأسلوبها ونمط معالجتها للموضوعات.

- معرفة مدى إشباع هذه البرامج الرياضية لاحتياجات الفئات المختلفة من الجمهور المشاهدين ، ولتحقيق هذا الهدف.

- محاولة الربط بين التخصصات كالتربية البدنية والإعلام.

ولتحقيق صحة فرضيات الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي

أما مجتمع الدراسة فتمثل في جمهور البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري، واعتمد الباحث على عينة كرة الثلج، وقد بلغ حجم العينة 1000، 300 طالب من معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر3، 200 طالب من التربية البدنية والرياضية جامعة وهران، و100 طالب من معهد التربية البدنية والرياضية جامعة مستغانم، 100 طالب من قسم التربية البدنية والرياضية جامعة

عناية، 100 طالب من قسم التربية البدنية والرياضية جامعة سوق اهراس، 100 طالب من قسم التربية البدنية والرياضية جامعة الجلفة، 100 طالب من قسم التربية البدنية والرياضية جامعة الأغواط واستخدم الباحث أداتين بحثيتين تمثلتا في استمارة استبيان تكونت من 1000 استمارة موزعة على عدد أفراد العينة، وأداة تحليل المضمون ل 48 حلقة من مجموع البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري في الفترة الممتدة من أكتوبر 2010 إلى جوان 2011 .

وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج تحليلية وميدانية أهمها:

- أن البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري، وأسلوب التقديم الذي تتخذه هذه البرامج لا يساعد على جذب الجمهور المشاهد لمتابعته، كما أن هذه البرامج لا تلقى الاهتمام الكافي لا من ناحية ساعات البث والإرسال، ولا من ناحية أهميتها وأهدافها كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي.

- المواضيع والبرامج المحلية هي الأكثر هيمنة، بعدها المواضيع الوطنية، وأخيرا المواضيع الدولية.

- احتل الخبر الصحفي الصدارة في البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى، يأتي بعده التعليق، ثم الحديث الصحفي، وأخيرا التحقيق في المرتبة الأخيرة.

- غلب الاتجاه الإيجابي على مواضيع البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري.

- الأخبار والنتائج هيمنت على المضامين للبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري

- طبيعة مواضيع البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون الجزائري بسيطة أكثر منها مركبة

الدراسة الخامسة: دراسة محمد بوراس الموسومة ب" أساليب معالجة الصحافة الرياضية الجزائرية لقضايا الرياضة وانعكاسها على الأداء المهني"، أطروحة دكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة الجزائر3، 2015.

انطلقت الدراسة من محاولة الإجابة الإشكالية التالية: ما هي طبيعة الأساليب المستعملة في فنيات التحرير الصحفي الرياضي أثناء معالجة الصحافة الرياضية لقضايا الرياضة؟ وكيف تؤثر هذه الأساليب المتبعة على الأداء المهني؟ وانبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكرها فيما يلي:

- ما هي أهم مجالات الاهتمام التي تطرحها الكتابة الصحفية الرياضية الجزائرية إزاء القضايا الرياضية؟

- ما هي أهم السمات التي يتسم بها الفن الصحفي للصحف الرياضية المدروسة في طرحها للقضايا الرياضية؟ وما هي أجندة الموضوعات الرئيسية التي يطرحها المضمون الصحفي الرياضي في الجزائر؟

- ما هي المصادر التي تعتمد عليها الصحف المدروسة أثناء تحريرها للمواد الصحفية المتعلقة بالقضايا الرياضية؟ وإلى أي مدى يلتزم هذا الخطاب بمقتضيات المسؤولية الرياضية والاجتماعية فيما يطرحه من

قضايا رياضية وما يستخدمه من مصادر وما يركز عليه من أهداف وأدوار؟ وما هو أسلوب عرض القضايا الرياضية؟ وما هي رؤية الخبراء والأكاديميون للواقع الحالي للخطاب الرياضي في الصحافة

الرياضية؟ وهل الاستقلالية في العمل الصحفي تنعكس على الأداء المهني للصحف الرياضية والصحفي الرياضي بحد ذاته؟ وحاول الباحث الإجابة على الأسئلة المطروحة سالفا من خلال الفرضيات التالية:

الفرضية العامة: للصحافة الرياضية دور كبير في معالجة القضايا الرياضية وتوجيه الرأي العام الرياضي، كما أن كل صحيفة رياضية تعتمد علي سياسة تحرير معينة ونمط معين من الكتابة الصحفية له علاقة كبيرة بتكوين الصحفي، والأداء المهني يتأثر بحسب أسلوب الصحفي وبحسب السياسة التحريرية للصحيفة. أما الفرضيات الجزئية فكانت مايلي:

- يغلب علي الكتابة الصحفية بالصحف الرياضية طابع العرض والتحليل السطحي إزاء القضايا الرياضية دون مناقشتها ووضع الحلول لها.

- ما يميز الأسلوب المتبع في معالجة القضايا الرياضية بالصحف المدروسة أنه يغلب عليها طابع الكتابة الخبرية.

- هناك أولوية في تقديم المادة الصحفية في عرض القضايا الرياضية، وهي تختلف من جريدة لأخرى.

- لكل جريدة رياضية مصادرها الخاصة، كل حسب إمكانياتها المادية والبشرية.

- لكل صحيفة أجندتها الخاصة، حيث تتبع في ذلك خط معين، وبالتالي تسعى لتحقيق أهدافه.

- هناك عدة أساليب صحفية يعتمد عليها الصحفي الرياضي في الكتابة الصحفية، وذلك حسب التكوين الشخصي للصحفي.

- الحرية في الكتابة الصحفية تضي انعكاسات علي الأداء المهني للصحفي والجريدة إما بطريقة سلبية أو إيجابية.

وحسب الباحث فإن أهمية هذه الدراسة من حيث تناولها موضوعا لم يأخذ المجال الأوسع في الدراسات الإعلامية وحتى الرياضية، كما أنها تحاول معرفة مضامينها والقضايا المطروحة، وهو ما يفيدنا من جانبين أولها: الإحاطة بحجم الاهتمام الذي توليه الصحافة الرياضية للقضايا الرياضية، وثانيها: تكون هذه الدراسة مرجعا لهذه الصحف وتدفعها إلى تحسين اهتمامها لهذه القضايا شكلا ومضمونا، والمساهمة في تشكيل رأي عام رياضي. أما أهداف الدراسة فهي: رصد درجة اهتمام الصحافة الرياضية بالقضايا الرياضية من حيث حجم التغطية وأشكالها ومضامينها،

- معرفة القوالب الفنية التي تركز عليها صحف الدراسة.

- التعرف على المصادر الصحفية الخاصة بالقضايا الرياضية و علي الأسلوب الإقناعي الذي تستخدمه الصحف الرياضية و علي نوع معالجة القضايا الرياضية بالصحف المدروسة

- معرفة مدي تأثير الخط الافتتاحي للصحيفة الرياضية علي الأداء المهني للصحفي.

- معرفة مدي تأثير نوع الكتابة الصحفية علي الخط الافتتاحي للصحيفة الرياضية.

ولتحقيق صحة الفرضيات، فقد اعتمد الباحث على منهج الدراسات المسحية، واعتمد كذلك على المنهج المقارن، وذلك للمقارنة بين سمات ومكونات الكتابة الصحفية، والمقارنة بين جرائد الدراسة الثلاث (الخبر الرياضي، الهدف، الشباك الرياضي)، أما مجتمع الدراسة، فتمثل في الصحف الرياضية الصادرة باللغة العربية بأنواعها المتخصصة والعامة، التي تخضع للدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة للبحث،

وكانت عينة الدراسة قصدية، تمثلت في تحليل مضمون الثلاث جرائد السالف ذكرها؛ كما أن الباحث استخدم في دراسته أداتين لجمع البيانات، تمثلتا في استمارة استبيان موجهة إلى الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي، ومقابلة بعض الأخصائيين في المجال، وذلك لقياس الأداء المهني للصحفي، وقام الباحث كذلك بتشكيل استمارة تحليل المضمون التي قام بإعدادها وتحديد فئاتها وفقا للدراسة

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، نوجزها فيما يلي:

- هناك تأثير للمتغيرات الديمغرافية (المستوى التعليمي، عامل الخبرة) على الأساليب التي يستخدمها أفراد العينة المبحوثة في معالجتهم لقضايا الرياضة.

- تم اكتشاف أن الصحفيين في جرائد الدراسة الثلاثة، ثلاثة أنواع، ولكل منهم أسلوب معين في الكتابة ومعالجته للقضايا الرياضية، وهم كالتالي:

- صحفي لم يدرس علم الصحافة وبالتالي لا يفقه شيئا في العمل الصحفي نهائيا ولا يفقه شيئا أيضا في أخلاقيات المهنة الصحفية، وهو يعتمد في ذلك على الموهبة التي يتمتع بها فقط.

- صحفي درس الصحافة لكنه غير متكون جيدا، ولم يخضع لتكوين مطول ومستمر في الجريدة التي يعمل بها، وربما يعول على موهبته أكثر من تكوينه، وبالتالي هو أيضا لا يفقه أخلاقيات المهنة والعمل الصحفي، وهو ما ينعكس على أدائه أثناء قيامه بعمل التغطية.

- صحفي غير مختص في الإعلام الرياضي وبالتالي هو أيضا لا يفقه في فنيات التحرير الصحفي الرياضي التي باتت تختلف عن فنيات التحرير بصفة عامة وهو ما يؤثر على أسلوبه وحتى في تعامله مع مختلف القضايا الرياضية.

- تم الوصول إلى اكتشاف أن الكتابة الصحفية في جرائد الدراسة تخضع لأهواء الصحفي، وهو ما يؤثر على أخلاقيات المهنة الإعلامية

- تعنت رئيس التحرير في إبداء آرائه عنوة، ويقوم بالضغط على الصحفي من أجل عدم إتاحة الفرصة الكاملة له في تحليله بعض المناسبات الرياضية بحكم تخصصه، وإلزامه بالكتابة بنوع معين.

اقتراحات الدراسة: قام الباحث بمجموعة من الاقتراحات أهمها:

- الارتقاء بمستوي الكتابة الصحفية لدى الصحفيين وتكوينهم جيدا بما يتماشى ومقتضيات الضرورية

- تنويع الأساليب التي تستخدم في عرض القضايا الرياضية

- ضرورة الاهتمام بالمصادر الصحفية الداخلية الخاصة

- استخدام كافة الفنون الصحفية في عرض قضايا الرياضة، وخاصة التحقيق الصحفي

- ضرورة اهتمام صحف الدراسة بمصادرها الخاصة

- تنظيم دورات تدريبية في مجالات فنون الكتابة الصحفية المختلفة.

- تنظيم النشاط الصحفي في الجزائر، وتحسين ظروف عمل الصحفيين.

الدراسة السادسة: دراسة حسن تومي بعنوان: "الحديث الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007. انطلقت هذه الدراسة من الإجابة على الإشكالية التالية: إلى أي مدى تتجلى الخصائص الفنية النظرية في الأحاديث الصحفية في جريدتي الخبر والوطن الجزائريتين؟ وندرجت تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية نذكرها في مايلي:

- ما هي أنواع الحديث الصحفي ومجالاته في كلا الجريدتين وهل هي ملائمة لمكانتهما؟
 - هل تحسن كل من الصحيفتين استعمال الحديث كنوع صحفي؟ وهل الصحفي العامل في كل منهما، تتوفر فيه الخصائص المطلوبة في هذا المجال؟ وهل الشخصيات المختارة أهل للأحاديث الصحفية؟
 - إلى أي مدى يمكن توقع تأثير الأحاديث في الجمهور؟
- أهداف الدراسة : تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الغايات التالية :
- إثارة المشكلة للتطرق أكثر في المستقبل لمثل هذه الدراسات المتعلقة بالحديث الصحفي وبالأشكال الصحفية ككل؛ بالإضافة إلى التعرف على مدى تطبيق الجوانب النظرية للحديث في الصحافة الوطنية الخاصة المكتوبة وبالتالي تقييم التجربة الحديثة لهذه الأخيرة.

-المساهمة بطريقة غير مباشرة في الجدل القائم حول فنية الصحافة أو علميتها. ولتحقيق صحة فرضيات الدراسة اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي مجتمع وعينة الدراسة: لجأ الباحث لاستخراج الأعداد المعنية بالدراسة من الجريدتين إلى طريقة العينة المتعددة المراحل (multi stage sample): فوصول الباحث إلى المحتوى مر بعدة مراحل لاختيار عينة منه، واستخدم في هذه المراحل طريقة أو عدة طرق لاختيار عينة من الأسماء والأعداد والمحتوى، كالآتي:

- عينة من المصدر أو الأسماء، عينة زمنية من فترات الإصدار أو الإرسال، عينة من وحدات المحتوى فتم اختيار الأشهر التالية من سنة 2006: جانفي، مارس، ماي، جويلية، سبتمبر ونوفمبر. ومن الأشهر المختارة، وقع انتقاء الأسابيع على النحو التالي: الأسبوع الأول من الشهر الأول والأسبوع الثاني من الشهر الثاني وهكذا دواليك، وبعد مسح الأعداد المعنية بالبحث تم التوصل إلى مجموعتي الأحاديث التالية: بالنسبة لصحيفة "الخبر" بلغ عدد الأحاديث المنشورة: 22 حديثاً، أما جريدة "الوطن" فعدد أحاديثها، هو: 35 حديثاً؛ يمثل مجتمع دراستنا إذن، 57 حديثاً.

واستخدم الباحث أداتين بحثيتين تمثلتا في استمارة تحليل المحتوى، حيث حلل مضمون 57 حديثاً من جريدتي الخبر والوطن، واستمارة استبيان وزعت على صحفيي هاتين الجريدتين وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج لعل أهمها مايلي:

- عمدت الجريدتان بالدرجة الأولى إلى العناوين الدالة ثم المفسرة في أغلب الأحيان
- تقادت الجريدتان الأسئلة ذات النهاية المغلقة في أحاديثهما

- إن معظم خواتم (إنزالات) أحاديث الصحيفتين، هي من النوع المفتوح
- نسبة 62.5% من صحفيي جريدة الخبر ونسبة 25% من زملائهم في جريدة الوطن، يرون أنه هناك
نوعا من الرقابة على الأحاديث الصحفية.

- حررت كل من الصحيفتين مقدمات مستفيضة ومكثفة لأحاديثهما الصحفية، بحيث عمدتا إلى استخدام
الخلفية (المرجعية) فيها، مما يدل على حسن صياغة المقدمات من جهة، وتوفر الخبرة الكافية
لصحافييهما، من جهة أخرى.

- من حيث الشكل، عمدت الجريدتان إلى أسلوب سؤال- جواب، وليس أسلوب الرواية عن الحوار، كما
وفقت الصحيفتان إلى حد بعيد في تحضير أسئلتهما من حيث المضمون، فلجأت جريدة الخبر بالدرجة
الأولى إلى الأسئلة ذات النهاية المفتوحة، ثم إلى الأسئلة ذات النهاية المغلقة، فجريدة الوطن، فضلت
الأسئلة التقليدية الستة في أول المقام، ثم تليها الأسئلة ذات النهاية المفتوحة.

- إن جريدة الخبر تهتم بصفة خاصة بأحاديث الرأي أولا، ثم بأحاديث الشخصيات ثانيا.
أما جريدة الوطن، فينصب اهتمامها على الأحاديث الإخبارية ثم على أحاديث الشخصيات.
الدراسة السابعة: دراسة ساعد ساعد الموسومة ب" التعليق الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية"،
رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007

انطلقت هذه الدراسة من الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو أثر التغيرات الثقافية والاجتماعية
والسياسية التي طرأت جراء التعددية السياسية والإعلامية في الجزائر على استخدام التعليق الصحفي
وتوظيفه في الصحافة المكتوبة الجزائرية؟ واندرجت تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية
التالية:

- ما هو التعليق الصحفي؟ وما هي بنيته وأنواعه؟ وكيف يتم إخراجها في الجريدة؟ وما هو التعليق عند
صحفيي جريدة الشروق والخبر؟ وهل تتطابق وتتوافق تعليقاتهم اتجاه الأحداث والقضايا والظواهر اليومية؟
وما هي العوامل المؤثرة في كتابة التعليق عند الصحفيين؟ وما هي علاقة المؤسسة الإعلامية في هذه
المعادلة؟ هل لمتغير الانتماء السياسي والثقافي والتخصص الدراسي دور في كتابة التعليق؟

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تكمن أهميتها في معالجة التعليق كنوع صحفي قائم بذاته خلافا لبعض
الدراسات التي لا تميزه عن الأنواع الصحفية الأخرى، هذا وتكتسي دراسة التعليق الصحفي أهمية بالغة،
لأنه من الأنواع الصحفية التي تعبر عن وجهة نظر الصحفي والخط السياسي للجريدة؛

أما هدف الدراسة فهو معرفة العوامل والأسباب المؤثرة في كتابة التعليق الصحفي

ويشمل مجتمع هذه الدراسة الصحفيين الذين يشتغلون في قطاع الصحافة المكتوبة الجزائرية، حيث
اعتمد الباحث على عينة قصدية تمثلت في جريدتي الشروق اليومي والخبر، حيث بلغت عينة الدراسة
130 صحفي يعملون بالجريدتين، واعتمد الباحث على استمارة استبيان، حيث تم توزيع 130 استمارة، تم
استرجاع 120 استمارة، وإلغاء 10 استمارات، حيث تكونت عينة الدراسة (64 صحفي من جريدة الخبر،

و56 صحفي من جريدة الشروق)، واستخدم الباحث المقابلة، حيث كانت له مقابلات مع رؤساء التحرير بعض الصحفيين، وبعض كتاب التعليق المعروفين في الجريدتين محل الدراسة، واعتمد الباحث كذلك على الملاحظة بالمشاركة للتعرف الجيد على مجتمع البحث، واكتشاف الصحفيين بشكل تلقائي

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، نوجزها في مايلي:

- التعليق الصحفي كفن هو توضيح للخبر
- بعض الصحفيين، وحتى رؤساء التحرير لا يفرقون بين الأنواع الصحفية
- اهتمام الصحافة الجزائرية بالهرم المقلوب في الكتابة الصحفية
- تلعب جملة من العوامل والمتغيرات في التأثير على استخدام التعليق الصحفي؛ تتمثل في: الخط الإعلامي للجريدة، الجمهور، طبيعة الموضوع، عمر الصحفي المهني، رأي الصحفي، وانتمائه السياسي
- ومن خلال النتائج السالف ذكرها قدم الباحث مجموعة من التوصيات، نذكرها في مايلي:
- حسن اختيار وصحة العناوين والطرق الفنية في الكتابة الصحفية.
- وجوب خروج الصحافة من صحافة الجماعة أو الجهة إلى صحافة مجتمع تعكس اهتماماته وتطلعاته.
- اتجاه الصحافة المكتوبة للجزائرية نحو التعليق وتقديم الرأي لا يجب أن يكون عبر بوابة الخبر، وإنما عبر أركان أخرى، حسب النوع الفني والمساحة المكانية.
- الدراسة الثامنة: دراسة طيبي عمار الموسومة ب"الآداء الصحفي الرياضي بالجرائد الرياضية الجزائرية في ظل قانون الإعلام 05/12 المتعلق بالإعلام"، أطروحة دكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر3، 2014.

انطلقت الدراسة من الإجابة على الإشكالية التالية: ما مدى مساهمة قانون الإعلام 05/12 في تنظيم وتحسين الآداء الصحفي الرياضي بحسب وجهة نظر الصحفيين، وأثر ذلك على مستوى الآداء لديهم؟ واندرجت تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما طبيعة وحدود الحرية المهنية في آداء الصحفيين الرياضيين أثناء تغطيتهم للأحداث والقضايا الرياضية في ظل قانون الإعلام 05/12؟ وما طبيعة علاقة الصحفي الرياضي مع المصادر في تقديم المعلومات المتصلة بدوائرها؟ وما مدى تحقيق بنود قانون الإعلام 05/12 ما يصبوا إليه الصحفيين الرياضيين من ناحية الرواتب والحوافز المادية، وكذا عدم وجود الاستقرار الوظيفي؟ وهل تساهم ضوابط وأخلاقيات المهنة في قانون الإعلام 05/12 في تحسين وترقية الآداء الصحفي الرياضي؟

وحاول الباحث الإجابة كلى هذه الأسئلة من خلال الفرضيات التالية:

الفرضية العامة: يساهم قانون الإعلام الجديد 05/12 في تنظيم وتحسين الآداء الصحفي الرياضي وفق ما تقتضيه المهنة، مما ينعكس ذلك إيجابا تحسين مستوى الآداء لدى الصحفيين الرياضيين

الفرضيات الفرعية:

- يعمل قانون الإعلام الجديد 05/12 على ضبط النشاط الإعلامي بطريقة تسمح ببلوغ مستوى التوازن بين الواجبات الحقوق بين مختلف المتعاملين في النشاط الصحفي

- المصادر تعتبر بصفة القانون مكلفة بتقديم المعلومات المتصلة بدوائرها للصحفي الرياضي انسجاما مع حق الناس للوصول إلى المعلومات

- يحمي قانون الإعلام الجديد 05/12 الصحفيين الرياضيين من حيث الرواتب والحوافز المادية، وكذا عدم وجود الاستقرار الوظيفي

- تساهم ضوابط وأخلاقيات المهنة في الإعلام 05/12 في تحسين وترقية الأداء الصحفي الرياضي، والتأكيد على أهمية هذه الضوابط الأخلاقية والقيمية في الرسالة الإعلامية

ويسعى الباحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال هذه الدراسة، كما يرى أن لدرسته أهمية كبيرة، يمكن أن نوجزها في مايلي:

- تحليل بيئة الصحافة والمتغيرات المحيطة بها، والتعرف على تصور الصحفيين الرياضيين على مفهوم الرقابة على الصحف، بالإضافة إلى معرفة مدى التطبيق العلمي لمعايير السلوك المهني وأخلاقية مهنة الصحافة الرياضية، ناهيك عن معرفة المشكلات التي قد يتعرض لها الصحفي الرياضي

- مدى تأثير التشريعات على الممارسة الصحفية الرياضية، ومدى إلمام الصحفيين الرياضيين بها

- معرفة مدى تأثير العلاقة بين الصحفي الرياضي ومصادر الأخبار على الأداء الصحفي الرياضي واعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي، وحسب الباحث؛ فإن مجتمع دراسته تمثل في الصحفيين الرياضيين في الجرائد الرياضية الجزائرية، (الهداف، الخبر الرياضي، الشباك)، واعتمد الباحث على عينة الحصر الشامل لكل صحفيي هذه الجرائد الثلاثة، حيث بلغ عددهم 336 صحفي أثناء إجراء الدراسة واعتمد الباحث في داسته على استمارة استبيان، بالإضافة إلى المقابلة، حيث تم مقابلة رؤساء تحرير الجرائد الثلاثة محل الدراسة، بالإضافة إلى تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، حيث قام الباحث بتحليل محتوى قانون الإعلام 05/12 .

توصل الباحث من خلال دراسته إلى مجموعة من النتائج، نوجزها في مايلي:

- كل أفراد مجتمع الدراسة يرون أن المواضيع تنفق والسياسة التحريرية للجريدة الرياضية.

- جل الصحفيين الرياضيين محل الدراسة على دراية واطلاع على محتوى القانون 12/05

- جل الصحفيين الرياضيين محل الدراسة اتفقوا على أن انعدام الحرية في مجال الصحافة الرياضية من شأنه التأثير على العملية الإعلامية بغض النظر عن الخبرة التي يملكها كل منهم.

- العوامل والأسباب التي تؤدي إلى خلق الرقابة الذاتية لدى الصحفي الرياضي هي: مسؤولوا الجريدة الرياضية التي يعمل بها الصحفي، ثم السياسة التحريرية، ثم الضغوط الخارجية

- الانترنت مصدر رئيسي للصحفي الرياضي محل الدراسة في الحصول على المعلومات.

ومن خلال هذه النتائج قدم الباحث مجموعة من التوصيات نذكرها في مايلي:

- ضرورة إعادة النظر في طبيعة العلاقة المهنية التي تربط الصحفي الرياضي بالجريدة الرياضية.
- إتاحة الفرصة للصحفيين الرياضيين وفتح المجال أمامهم للتكوين وعن طريق إقامة دورات تدريبية
- تفعيل سلطة ضبط الصحافة المكتوبة المنتظر منها أن تلعب دورا في مراقبة وتحسين مستوى الأداء .
- الدراسة التاسعة: دراسة رضوان بوحيلة: الصحافة الرياضية في الجزائر - دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهدف والخبر الرياضي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام، كلية علوم الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2018.

انطلقت الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

-تساؤلات الدراسة التحليلية:

أ-المرتبطة بالمضمون:

- كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب مستوى المنافسة الرياضية في يوميتي " الهدف والخبر الرياضي" في الفترة المحددة من 21 جانفي إلى 11 ديسمبر 2012 م؟
- كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب نوع اللعبة الرياضية في يوميتي " الهدف والخبر الرياضي" في الفترة المحددة؟
- ما هو حجم المعالجة الصحفية للمواضيع من زاوية الجانب السلبي في الحدث أو الشأن الرياضي في يوميتي " الهدف والخبر الرياضي" في الفترة المحددة؟
- ما هي المصادر التي إعتدتها " الهدف والخبر الرياضي" في جمع المواد الصحفية في الفترة المحددة؟
- ب-المرتبطة بالشكل:
- ما هي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في يوميتي " الهدف والخبر الرياضي" الجزائريتين في الفترة الممتدة من 21 جانفي إلى 11 ديسمبر 2012؟
- ما هي الأهمية النسبية للصور المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في يوميتي " الهدف والخبر الرياضي" في الفترة المحددة؟
- ما هي النسبة المخصصة للإعلانات ضمن المواد الصحفية المنشورة في يوميتي " الهدف والخبر الرياضي" في الفترة المحددة؟
- تساؤلات الدراسة الميدانية:
- ما هي أهم السمات العامة للصحفيين في يوميتي " الهدف و" الخبر الرياضي"؟
- ما هي الخصائص التأهيلية والتكوينية للصحفيين العاملين في يوميتي " الهدف و" الخبر الرياضي"؟
- ما هو واقع التدريب المهني للصحفيين في يوميتي " الهدف و" الخبر الرياضي"؟
- ما هي طبيعة التوجهات والتصورات المهنية لدى الصحفيين في يوميتي " الهدف و" الخبر الرياضي" عند أداء مهامهم؟

هدفت الدراسة التحليلية إلى :

- التعرف على واقع التحرير الفني الصحفي في الصحف الرياضية الجزائرية.
- التعرف على إهتمامات التغطية والمعالجة الصحفية لمختلف الأحداث والشؤون الرياضية في الجزائر.
- كشف المحتويات والمواضيع الرياضية التي تتناولها الصحف الرياضية الجزائرية بمختلف مستوياتها وجوانبها، خصوصا مع وجود متغيرات ومستجدات في الساحة الرياضية الجزائرية.
- كشف نسبة إهتمام الصحف الرياضية بالإعلانات التجارية ضمن المواد الصحفية المنشورة.

أما الدراسة الميدانية فهدفت إلى:

- التعرف على واقع التكوين العلمي والثقافي والتأهيلي للعاملين في الصحف الرياضية في الجزائر.
- التعرف على الأقدمية والخبرة المهنية للصحفيين في يومي "الهدف" و"الخبر الرياضي" سواء في العمل الصحفي في المجال الرياضي أو خارجه.

واعتمد الباحث في دراسته هذه على منهج المسح الوصف، واستخدم أداتين لجمع البيانات، أداة

تحليل المحتوى، وللجانبة التحليل للدراسة، واستمارة استبيان في الدراسة الميدانية

وحدد الباحث سنة 2012 كعينة زمنية للدراسة التحليلية على يومي "الهدف" و"الخبر الرياضي"، وفصلها كمايلي: مجتمع الدراسة التحليلية هو 620 عددا لكل من اليوميين معا ب 14260 صفحة، وتم إختيار العينة الدورية أو عينة الأسبوع الصناعي في الدراسة التحليلية، باختيار 12 عددا لكل من جريدتي "الهدف" و"الخبر الرياضي"، وتم إختيار الفترة الزمنية الممتدة من الأحد 01 جانفي 2012 إلى الإثنين 31 ديسمبر 2012، أما عينة الدراسة الميدانية فكانت عمدية(قصدية)، تمثلت في 36 صحفي، 24 صحفي يعملون بجريدة "الهدف"، و12 بجريدة "الخبر الرياضي"

نتائج الدراسة: من خلال عرض إستنتاجات شقيها التحليلي والميداني ومناقشتها، تم توصل الباحث إلى النتائج التالية:

-نتائج الدراسة التحليلية:

- هيمنة المواد الخبرية والتقريبية على حساب مواد الرأي
- شبه غياب لمواد الرأي في صحيفتي الدراسة، بالإضافة إلى غياب كلي للتحقيق في كلتا الصحيفتين
- الإهتمام شبه المطلق بتغطية لعبة كرة
- إعتقاد كل من الصحيفتين على المصادر المجهولة (بدون توقيع) بنسب كبيرة مع إختلاف طفيف فيما

نتائج الدراسة الميدانية:

- ولوج كثير من الكوادر للعمل الصحفي الرياضي من تخصصات علمية أخرى قريبة من الصحافة
- هيمنة اللغة الفرنسية على باقي اللغات الأجنبية في التحكم من طرف الصحفيين
- لم يستفد أغلبية الصحفيين (91%) من دورات تدريبية وتأهيلية في العمل الصحفي الرياضي
- يرى أغلبية الصحفيين ضرورة التفسير وإبداء الرأي عند معالجة الأخبار الرياضية

- معظم الصحفيين يجدون صعوبة في الوصول إلى مصدر المعلومة، ووجود رقابة وضغوط أثناء أداء عملهم ومعظمها كان مصدرها الميدان الرياضي المعاش وليس المجال القانوني والتشريعي، ويقرون بأن مستوى حرية الممارسة الصحفية مقبول ولكن ليست إلى الحد الجيد على ضوء النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة وبعض ما تم الإشارة إليه من خلال بعض الدراسات السابقة تم إقتراح التوصيات التالية:

- الإهتمام بكافة الأنواع الصحفية بتخصيص مساحات مهمة لمواد الرأي والتشجيع على الصحافة الإستقصائية في المجال الرياضي.

-فتح مجال العمل أكثر للإطارات الجامعية المتخصصة في الإعلام والصحافة.

- منح صلاحيات وحرية أكبر للمحررين والمراسلين الصحفيين وتحفيزهم من أجل العمل الدؤوب.

- إدراج الإعلام الرياضي كمقياس، أو مشروع ماستر أو دكتوراه في أقسام كليات الإعلام والاتصال.

الدراسات في الوطن العربي:

الدراسة الأولى: دراسة رباب رأفت محمد جمال الموسومة بـ " فنون التحرير الصحفي في الصحف المسائية" دراسة تطبيقية مقارنة على جريدتي المساء والأهرام المسائي، أطروحة دكتوراه في الصحافة، جامعة الزقازيق، مصر، 1998.

انطلقت الدراسة من الإجابة على الإشكالية التالية: ما هي خصائص فنون التحرير الصحفي في الصحف المسائية في مصر؟

وقسمت الباحثة أسئلة الدراسة إلى مستويين: مستوى تحليل مضمون الصحف، ومستوى القائم بالاتصال فالتساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية كانت كمايلي:

ما هو نوع المضمون الصحفي المقدم بجريدتي المساء والأهرام المسائي؟

ما هي الأنماط الصحفي التي تستخدم في تحرير المضمون بجريدتي المساء والأهرام المسائي؟

ما هي الأشكال الصحفي التي تعرض الماد الإخبارية بجريدتي المساء والأهرام المسائي؟

أما التساؤلات التي تدور حول واقع المعالجة الصحفية لفنون التحرير الصحفي فكانت كمايلي:

ما هو تقييم القائم بالاتصال لصياغة الفنون الصحفية بجريدته؟ وما هو تصور القائم بالاتصال لماهية

الخبر الصحفي؟ وما الهدف من نشر الماد الإخبارية؟ وما هي المعايير التي تحكم نشر الأخبار

بالجريدة؟ ومن الذي يحددها؟ وما هي أهم التحقيقات والحملات التي شارك فيها؟

ما هو تقييم المبحوث لفن الحديث الصحفي بالجريدة؟ وإلى أي مدى تهتم الجريدة بفن المقال؟ ومن هو

الكاتب المفضل له؟

وهدفت الدراسة إلى استخلاص خصائص فنون التحرير الصحفي في الصحف المسائية في مصر

من يناير 1991 حتى نهاية ديسمبر 1998، كهدف رئيسي.

أما الأهداف الفرعية فهي كما يلي:

- محاولة رصد أنواع فنون التحرير الصحفي المقدمة بجريدتي المساء والأهرام المسائي، والمقارنة بين فنون التحرير الصحفي في الجريدتين.

- استطلاع رأي عينة من المحررين بالجريدتين فيما يخص فنون التحرير الصحفي المقدمة بجريدتيهما في الوقت الحاضر، والكشف عن تصوراتهم لما ينبغي أن يكون عليه فن التحرير الصحفي

واعتمدت الباحثة على أكثر من منهج في دراستها هذه، حيث اعتمدت على المنهج التاريخي في إبراز نشأة وتطور الجريدتين محل الدراسة، في حين استخدمت منهج المسح الإعلامي لإعداد مسح شامل لكل فنون التحرير الصحفي بالجريدتين محل الدراسة؛ بالإضافة إلى مسح جمهور القارئ بالاتصال من خلال أداة الاستبيان التي وزعت على 80 صحفي بالجريدتين؛ أما المنهج المقارن فاعتمدت عليه الباحثة للمقارنة بين الجريدتين محل الدراسة وبيان مدى الاتفاق والاختلاف بينهم، وبين اتجاهات القارئ بالاتصال أما مجتمع الدراسة فتمثل في الصحافة المصرية، في حين عينة الدراسة كانت قصدية تمثلت في جريدتي المساء وجريدة الأهرام المسائي.

كما استخدمت الباحثة ثلاث أدوات بحثية تمثلت في: تحليل المضمون؛ من خلال تحليل مضمون الجريدتين محل الدراسة، بالإضافة إلى المقابلة الحرة الغير المقننة مع عدد من المحررين والمسؤولين في الجريدتين محل الدراسة، أما الاستبيان فقد قامت الباحثة باستخدامه بهدف التعرف على اتجاهات وآراء القارئين بالاتصال في الجريدتين محل الدراسة

توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكرها في مايلي:

- تنوعت فنون التحرير الصحفي بالجريدتين محل الدراسة، واحتل الخبر الصحفي المقدمة، يليه المقال.
- تنوعت مصادر الأخبار بالجريدتين محل الدراسة، وجاء في مقدمتها المراسل الصحفي.
- احتل الهرم المقلوب المركز الأول بالجريدتين محل الدراسة
- تفوقت جريدة الأهرام المسائي على جريدة المساء من حيث عدد التحقيقات الصحفية، واعتمدت كلا الجريدتين على الحديث الصحفي، وتفوقت جريدة المساء على جريدة الأهرام المسائي من حيث استخدام المقال الصحفي، واحتل العمود الصحفي المركز الأول بالجريدتين كنوع من أنواع المقال الصحفي.
- قدمت الباحثة في ضوء النتائج السالفة الذكر مجموع من التوصيات، نذكرها في مايلي:
- مراعاة التوازن في الاهتمام بفنون التحرير الصحفي، بدلا من التركيز على الخبر الصحفي
- الدعوة إلى مواصلة دراسة تكنولوجيا التحرير الصحفي، وتطبيقاتها العملية في الصحف والجرائد

الدراسة الثانية: دراسة أسامة عبد الرحيم علي، المكوسومة ب: "دراسة العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، أطروحة دكتوراه في الصحافة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، مصر، 2002.

انطلقت الدراسة من الإجابة على الإشكالية التالية: ما العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية (الخبر، الحديث، التحقيق، المقال، التقرير)، والعمليات الإدراكية (الانتباه، الإدراك، والتذكر) لدى جمهور قراء الصحف؟ وتفرعت عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، هي كما يلي:

ما عوامل انتباه القراء للفنون الصحفية وإدراكها وتذكرها؟ وما الخصائص الإدراكية للفنون الصحفية؟ ما مدى معرفة القراء للفروق بين الفنون الصحفية لمؤالم المعالم التي يتعرف بها القراء على الفنون الصحفية؟ وما هي الإشباعات المتحققة من قراءة الفنون الصحفية لدى الشباب متوسطي العمر؟ ما القالب الصحفي الأكثر تفضيلاً لدى القراء؟ وما مدى تذكر القراء لكل فن صحفي على حدى؟ وللإجابة على هذه الأسئلة وضع الباحث مجموعة من الفرضيات، نذكرها في مايلي:

تختلف قوة (الإدراك، الانتباه، التذكر) للفنون الصحفية باختلاف الخصائص الديموغرافية - يوجد ارتباط دال بين (قوة الانتباه، قوة الإدراك، قوة التذكر) وتفضيل الفنون الصحفية - هناك علاقة بين تفضيل كل فن من الفنون التحريرية وبين غيره من الفنون الأخرى - هناك علاقة بين تفضيل كل فن من الفنون التحريرية في موضوع ما وبين نفس الفن - يوجد ارتباط بين (قوة الانتباه، قوة الإدراك، قوة التذكر) وقوة الدوافع إلى قراءة الفنون الصحفية.

ترجع أهمية الدراسة إلى مايلي:

- تسهم في العمليات الإدراكية المرتبطة بقراءة الفنون الصحفية لدى الجمهور
- تساهم القائمين بالاتصال في الصحف على اختيار القوالب الفنية التحريرية التي يفضلها الجمهور
- تسهم في بناء الإطار النظري والمعرفي لعملية قراءة الصحف، وذلك بالربط بين ما توصلت إليه أبحاث سيكولوجية القراءة في علم النفس المعرفي، وبحوث قراءة الصحف.

أما أهداف الدراسة، فقد حددها الباحث في النقاط التالية:

- تحديد مدى مقدرة القراء ذوي الخصائص المتباينة على التمييز بين الفنون الصحفية
- الكشف على عول الانتباه للفنون الصحفية وإدراكها وتذكرها
- التعرف على أسباب تفضيل الجمهور لكل فن صحفي والإشباعات المتحققة من قراءته
- التعرف على علاقة الموضوعات المفضلة لدى الجمهور بالقوالب الصحفية التي تكتب بها واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، بطريقة مسحية من أجل معرفة خصائص القراء الاتصالية ويتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في قراء الصحف في المجتمع المصري ككل، ولهذا اعتمد الباحث على العينة العمدية: حيث اختار الباحث 400 مفردة من المجتمع المصري، وبالضبط من محافظتي

القاهرة، والدقهلية ممن تتوفر فيهم خصائص معينة كالتعليم العالي، قراءة الصحف بانتظام، السن يتراوح ما بين 60/25 سنة.

أعتمد الباحث مقياس الانتباه للفنون الصحفية وإدراكها وتذكرها، حيث قام الباحث بمقابلة المبحوثين حتى يتأكد من الإجابة الصحيحة للمبحوثين، وأعتمد الباحث على المقابلة، حيث استخدم المقابلة المقننة، والتي حافظ فيها على نفس الأسئلة الموجودة في المقياس بنفس الترتيب وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموع من النتائج، نذكرها في مايلي:

أوضحت الدراسة إلى أن فذّي التحقيق والتقرير احتلا المرتبة الأخيرة في إدراك الجمهور للفنون الصحفية، عكس المقال والحديث.

- أوضحت الدراسة أن القراء يتعرفون على الخبر الصحفي من خلال العناوين الكبيرة، أما الحديث الصحفي، فيتعرفون عليه من خلال الأسئلة والأجوبة، شخصية المتحدث، اسم المحرر، صورة المتحدث؛ أما التحقيق الصحفي فيتعرفون عليه من خلال تعدد المصادر والمتحدثين، والآراء المتعارضة، المساحة الكبيرة؛ في حين أن المقال يتم التعرف عليه من خلال اسم الكاتب، الموقع الثابت، عنوان الموضوع؛ أما التقرير الصحفي فيعرف من خلال العنوان، زيادة الوصف والتفسير، اسم الكاتب.

- احتل الخبر المرتبة الأولى بالنسبة للفنون الصحفية التي يفضلها القراء في الموضوعات المختلفة، والتقرير ثانياً، ثم الحديث ثالثاً

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الانتباه للفنون الصحفية

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب متوسطي العمر في إدراك للفنون الصحفية لصالح الشباب، ووجود علاقة ارتباطية سلبية قوية عند مستوى الدلالة 0.01 بين قوة الانتباه وبين تفضيل أسلوب التحقيق الصحفي

- وجود علاقة ارتباطية سلبية قوية عند مستوى الدلالة 0.01 بين قوة الإدراك وبين تفضيل أسلوب التحقيق الصحفي، وكذلك بين قوة التذكر وبين تفضيل فني المقال والحديث الصحفي

- وجود علاقة ارتباطية سلبية قوية بين قوة الانتباه والإدراك، والدوافع إلى قراءة الفنون الصحفية

بناء على النتائج التي توصل إليها الباحث، أوصى بمايلي:

- أن تقوم الصحافة بتلبية حاجة القراء والاهتمام بالفنون الصحفية التي يفضلها القراء

- أن تعرض الصحافة الموضوعات عرضاً جيداً من ناحية الشكل والمضمون، وتدعم الموضوعات بالصورة الحية والتفاصيل التي يحتاج إليها القارئ

- استخدام أسلوب الحملة الصحفية في الموضوعات والقضايا التي تريد الصحف إقناع القارئ بها

- العمل على تطوير صفحات الرأي في الصحف اليومية والأسبوعية .

الدراسة الثالثة: دراسة يسرا محمد أسامة الموسومة بـ: " تحرير أخبار الصفحة الأولى في الصحف المطبوعة والشبكية"، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، أطروحة دكتوراه في الصحافة، كلية الأدب، قسم الإعلام، جامعة حلوان، مصر، 2015

انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: " كيف يتم تحرير أخبار الصفحة الأولى في كل من الصحف المطبوعة والشبكية والمقارنة بينهما؟ وندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية، نذكرها فيما يلي:

- ما هي سمات وخصائص تحرير الخبر في كل من الصحف المطبوعة والشبكية؟ وما هي عناصر الاتفاق والاختلاف بين أسلوب تحرير المواد الإخبارية في كل من الصحف المطبوعة والشبكية؟ وما هي اتجاهات القائم بالاتصال نحو أدواره في عملية إنتاج المضمون الخبري في كل من الصحف المطبوعة والشبكية؟ وما مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الصحفي في كل من الصحف المطبوعة والشبكية؟ وكيف يؤثر نظام العمل الصحفي في كل من الصحف المطبوعة والشبكية؟ وكيف تؤثر خصائص الصحف الشبكية(التفاعلية، الآنية، الوسائط المتعددة..)في أسلوب تحرير المواد الإخبارية ؟ وحاول الباحث الإجابة عن تساؤلات دراسته من خلال وضع الفروض التالية:

- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين العمل في غرف الأخبار الشبكية وبين كل من المتغيرات الآتية: المستوى الشخصي (النوع والسن والخبرة والتأهيل الأكاديمي والاشتراك في دورات تدريبية) المستوى الروتيني(ضغوط العمل ووجود معايير محددة لنشر الخبر)، المستوى التنظيمي(علاقات العمل مع كل من الزملاء والرؤساء ومستويات مشاركة العمل الصحفي مع كل من الزملاء والرؤساء) ولخص الباحث أهمية الدراسة في العناصر التالية:

- حاجة المكتبة العربية إلى البحوث التي تناولت أسلوب التحرير الشبكي في الصحافة العربية والمصرية - النمو المتسارع للصحافة الشبكية وظهورها بوصفها وسيلة إعلامية جديدة يتزايد الإقبال عليها من قبل القائمين بالاتصال والجمهور

- خصوصية صحفيي الشبكات في عصر المنتج الصحفي الرقمي وتعاملهم مع بيئة عمل جديدة.

وهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى :

- الوقوف على خصائص تحرير أخبار الصفحة الأولى في الصحف الشبكية والمطبوعة والمقارنة بينهما - تحليل السمات الأسلوبية لتحرير أخبار الصفحة الأولى في الصحف الشبكية والمطبوعة والمقارنة بينهما - الكشف عن الاختلافات التي طرأت على أسلوب تحرير أخبار الصفحة الأولى في الصحف الشبكية وعلاقتها بالخصائص المميزة لها (التفاعلية، الآنية، الوسائط المتعددة،..)

- رصد اتجاه القائم بالاتصال نحو أدواره في عملية تحرير المواد الإخبارية للصحافة الشبكية والمطبوعة - رصد القوى المؤثرة في أداء القائم بالاتصال وفقاً لنظرية حارس البوابة الإعلامية ولتحقيق صحة فرضيات الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي.

كما أن الباحث اعتمد على عينتين، عينة تحليلية، تمثلت في ثلاث صحف، صحيفة الأهرام، صحيفة الوفد، صحيفة اليوم السابع، حيث قام الباحث بحصر شامل لجميع أخبار الصفحات الأولى لأعداد الصحف الثلاثة لمدة ستة أشهر بدأت من يوم 1 جويلية 2013 - 31 ديسمبر 2013، وكان إجمالي عدد أخبار الصفحة الأولى التي تم تحليلها 7693 خبرا، أما عينة القائم بالاتصال فشملت 167 صحفيا، تم سحبها بطريقة العينة المتضاعفة، وتوزعت العينة على النحو التالي: 58 صحفيا يعملون في الصحف الشبكية، و65 صحفيا يعملون في الصحف المطبوعة، و44 صحفيا يعملون في غرف اخبار مختلطة؛ اعتمد الباحث على ثلاث أدوات لجمع المعلومات، وهي الاستبيان: حيث قام بوضع استمارة استبيان وزعها على 167 صحفيا يعملون بثلاث صحف (الأهرام، الوفد، اليوم السابع)، والمقابلة المقننة: وتم إجراؤها مع رؤساء تحرير الصحف الثلاثة محل الدراسة، واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون: واعتمد على فئة ماذا قيل؟، وكيف قيل؟ وكانت الدراسة لمدة 6 أشهر لأخبار الصفحة الأولى لصحف الأهرام، الوفد، اليوم السابع.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكرها فيما يلي:

- أسلوب تحرير الخبر الصحفي تأثر بطبيعة النشر الشبكي في بعض السمات الأسلوبية واحتفظ ببعض السمات الراسخة للخبر التقليدي في الصحف المطبوعة، وأبرز هذه العوامل (أنية النشر وسرعته)
- لازالت الصحافة تفتح ذراعيها لتخصصات غير إعلامية
- خبرة الصحفي هي العامل الأكثر تأثيرا في إدراكه لروتين العمل.
- الصحفي يرى أن نشر الخبر في "أسرع وقت وتزويد القارئ بجميع المعلومات هي المهام الأهم له
- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين نوع الصحف، وتدريب الصحفيين داخل وضغوط تحرير الخبر
- تتغير سنوات خبرة الصحفي هو الأكثر ظهورا وتأثيرا في إدراك ومعرفة خطوات تحرير الخبر
- وأوصى الباحث من خلال هذه الدراسة بـ

- إجراء المزيد من البحوث في فنون التحرير الصحفي الأخرى على شبكة الإنترنت
- تبني مشروع لإصدار الصحف لكتب أسلوبية تشرح أساليب تحرير الخبر وفق السياسة التحريرية
- الدراسة الرابعة: دراسة محمود حسن أبو دريس، والموسومة بـ " واقع الصحافة الرياضية في مملكة البحرين - دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية -، رسالة ماجستير في التربية الرياضية، كلية التربية، قسم التربية الرياضية، جامعة البحرين، 2004
- انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية: ما هي الألعاب الرياضية الأكثر تكرارا التي تقوم الصحافة الرياضية بتغطيتها؟ وما المساحة التي تخصصها الصحافة الرياضية البحرينية للألعاب الرياضية المختلفة؟ وما هي وسائل الإبراز المستخدمة في الصحف لتقديم المادة الصحفية؟ وما هي الأشكال الصحفية والفنون الصحفية التي تستخدمها الصحافة الرياضية البحرينية؟ وما نسبة الموضوعات الصحفية الرياضية المحلية في الصحافة الرياضية البحرينية مقارنة بالموضوعات الخليجية العربية والعالمية؟

- من منتج الموضوعات في الصحافة الرياضية البحرينية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جريدتي الدراسة من حيث (المضمون، المساحة، وسائل الإبراز، الأشكال الصحفية، مجال التغطية، منتج المادة الصحفية)؟ وهل توجد فروق في المعوقات التي تواجه الصحفيين الرياضيين في البحرين تبعا لمتغيرات (جهة العمل، سنوات الخبرة، العمر)؟

وحسب الباحث **فأهمية** هذه الدراسة تكمن في أن الصحافة الرياضية تلعب دورا كبيرا في الارتقاء بالحركة الرياضية، كما أنها يمكن أن تسهم بشكل كبير في تطوير الفكر الرياضي، كما أن أهمية الدراسة تتلخص في تسليط الضوء على المستوى الذي تقف عنده الصحافة الرياضية والتقصي عن واقعها. أما أهداف الدراسة فتمثلت في مايلي:

- التعرف على الألعاب الرياضية الأكثر تكرارا، والتي تقوم الصحافة الرياضية بتغطيتها

- تحديد الأشكال الصحفية المستخدمة في الصحافة الرياضية البحرينية

- التعرف على المعوقات التي تواجه الصحفيين الرياضيين في جريدتي الدراسة

واعتمد الباحث **المنهج** الوصفي بصورته المسحية، ويتضمن **مجتمع** هذه الدراسة جميع الصفحات الرياضية في جريدتي الأيام وأخبار الخليج خلال الفترة الممتدة من 1997-2001، وقد بلغ حجم مجتمع الدراسة 3650 عدد، في حين مجتمع الدراسة للصحفيين، فينتكون من جميع العاملين في الجريدتين خلال فترة 2003، واختار الباحث **عينة** عشوائية منتظمة تم سحبها بأسلوب الأسبوع الصناعي، خلال الفترة الممتدة من أول يناير 1997 إلى غاية ديسمبر 2001، وتم الاختيار العشوائي لليوم الأول من الأسبوع الأول من شهر يناير 1997، حيث بلغ مجموع عدد العينة من جريدتي الدراسة 460 عددا من أصل 3650، واستخدم الباحث في دراسته هذه أداتين بحثيتين، تتمثلان في استمارة استبيان، لجمع المعلومات حول المعوقات التي تواجه الصحفيين في جريدتي الدراسة، وأداة تحليل المحتوى للدراسة التحليلية وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى مجموعة من **النتائج**، نذكرها فيما يلي:

- احتل الخبر الصحي المرتبة الأولى، بنسبة 81%، و 80.4% في جريدتي الأيام وأخبار الخليج تواليا

- الحديث الصحفي في المرتبة الثانية، بنسبة 2.4%، و 3%، في جريدتي الأيام وأخبار الخليج تواليا

- العمود الصحفي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 2.2%، و 2.6% جريدتي الأيام وأخبار الخليج تواليا

- التعليق الصحفي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 0.9%، و 0.4% في جريدة الأيام وأخبار الخليج تواليا

- التحقيق الصحفي جاء في المرتبة الأخيرة، بنسبة 0.8%، و 0.4% في جريدتي الأيام وأخبار الخليج تواليا

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة شيوع المعوقات تبعا لمتغير الخبرة المهنية، وكذلك في درجة شيوع المعوقات تبعا لمتغير السن؛ ومن خلال النتائج التي توصل إليها الباحث **أوصى** بمايلي: - ضرورة التنوع في استخدام الأشكال الصحفية البحرينية، خاصة التحقيق والمقال والتعليق، - عدم المبالغة في التركيز على تغطية الأخبار والأحداث المتعلقة بكرة القدم

- ضرورة إيجاد مراسلين صحفيين للجراند

- الدراسة الخامسة: دراسة محمد عبد العزيز محمد أحمد، والموسومة بـ " دور الصحافة في معالجة القضايا الرياضية خلال التغيرات السياسية في جمهورية مصر العربية، أطروحة دكتوراه في فلسفة التربية البدنية والرياضية، كلية التربية البدنية، جامعة حلوان، مصر، 2013.

يرى الباحث وبأن أهمية الدراسة تكمن في التعرف على المعالجة الصحفية لبعض الأحداث السياسية التي مرت بها مصر وتوصيفها توصيفا علميا دقيقا يساعد على التعرف على الدور الذي قامت به الصحافة الرياضية في تلك الفترة (25 يناير 2011/30 يونيو 2013).

أما الهدف من هذه الدراسة فهو التعرف على دور الصحافة الرياضية من خلال دراسة تحليلية للمعالجة الصحفية بالأقسام الرياضية في بعض الصحف للأحداث السياسية المعاصرة في الفترة الزمنية من 25 يناير 2011/30 يونيو 2013.

ويتمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في: جميع الصحف القومية وبعض المستقلة اليومية الصادرة بجمهورية مصر، الصحفيين العاملين في الصحف القومية والمستقلة بمجال الصحافة الرياضية في مصر أما عينة الدراسة، فاختار الباحث الصحف القومية (الأهرام، الأخبار، الجمهورية) عن طريق الحصر الشامل لها، وعينة من الصحف المستقلة اليومية (المصري اليوم، الدستور، اليوم السابع) بالطريقة العمدية، وقام الباحث باستعراض هذه الصحف لتحليل مضمون المعالجة الصحفية في القسم الرياضي بهذه الصحف، من الفترة الممتدة من 25 يناير 2011 - 30 يونيو 2013، حيث استعمل طريقة الأسبوع الصناعي، حيث بلغت 31 عددا من كل صحيفة (186 عددا)، وتم اختيار العينة البشرية للبحث بالطريقة العشوائية الطبقية من الصحفيين العاملين في مجال الصحافة الرياضية بالصحف السابق ذكرها.

واعتمد الباحث في دراسته هذه على أداتين من أدوات جمع البيانات، تمثلتا في أداة تحليل المحتوى والاستبيان، حيث اعتمد في تحليل المحتوى على أربع فئات (فئة الهدف من الموضوع، فئة مصادر المادة الصحفية، فئة النوع الصحفي، فئة وسائل الإبراز)؛ أما الاستبيان فقد صمم الباحث استمارة استبيان مكونة من 28 عبارة، بهدف التعرف على دور الصحافة الرياضية خلال الأحداث السياسية وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- احتل الخبر الصحفي الترتيب الأول، يليه التقرير في جميع الجرائد محل الدراسة، ماعدا صحيفة المصري اليوم احتل فيها التقرير الصحفي المرتبة الأولى يليه الخبر الصحفي، أما التحقيق فكان الأخير كنوع صحفي في جميع جراد الدراسة، ففي بعضها غائب تماما

- احتل المراسل الترتيب الأول كأحد مصادر المادة الصحفية، يليه محرر الجريدة، فوكالات الأنباء. في ضوء النتائج التي تحصل عليها التباحث أوصى بمايلي:

- يجب على الصحافة توظيف فنون التحرير الصحفي المختلفة في الموضوعات السياسية المرتبطة بالرياضة، ضرورة اعتماد الصحفي على مصادر إخبارية تتمتع بدرجة عالية من المصداقية
- وضع ميثاق عربي للإعلام الرياضي تلتزم به جميع وسائل الإعلام للمساهمة في أوامر الصداقة

التعليق على الدراسات السابقة: من خلال إطلاع الباحث على هذه الدراسات والتي تم سردها بالتفصيل، يمكن القول: أن موضوع الأنواع الصحفية في مجال الإعلام الرياضي موضوع حديث، لم يتم التطرق إليه، بصفة مباشرة، إلا كعنصر فرعي في الدراسات التحليلية التي درست فئة الأنواع الصحفية، غير أن هناك دراسات بحثت في الأنواع الصحفية في ميدان الإعلام والاتصال بصفة عامة، وبالضبط في الصحافة المكتوبة، وليس الإعلام الرياضي، كدراسة عبد العالي رزاق، ودراسة مشقة فاطمة الزهراء، فهذه الأخيرة بحثت في الأنواع الصحفية الإخبارية، أما دراسة ساعد ساعد، ودراسة حسين تومي، فقد تطرقتا إلى نوع صحفي واحد، هو التعليق والحديث الصحفيين؛ غير أن الباحث استفاد من هذه الدراسات وكانت له عوناً في دراسته من حيث:

- الجانب النظري، من تحديد الخلفية النظرية وأهم المقاربات التي تخص الدراسة، ناهيك عن أهم المراجع التي تحدثت عن الأنواع الصحفية.

- الجانب المنهجي، فقد كانت عوناً للباحث في تحديد مشكلة الدراسة، أهدافها، ضبط فرضياتها، ومعرفة الأدوات البحثية المستخدمة، التي تصلح للدراسة خاصة أداة تحليل المحتوى، فضلاً عن المنهج المتبع، وكيفية تحديد مجتمع وعينة الدراسة الميدانية والتحليلية.

- أما الجانب التطبيقي، فقد كانت هذه الدراسات سندا للباحث في تطبيق أدوات البحث والإجراءات الميدانية لها، ناهيك عن تحليل النتائج ومناقشتها وتفسيرها، وربطها بالدراسة السابقة

1-7- مميزات الدراسة الحالية:

إن موضوع الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري موضوع حديث، لم يتم دراسته والتطرق إليه لا على المستوى الوطني ولا على المستوى العربي في إطار المدة الزمنية والجهد الذي بذله الباحث، هذا من جهة، ومن جهة أخرى؛ فإن هذه الدراسة من مميزات أنها درست تقريبا كل الأنواع الصحفية (الإخبارية، التعبيرية، الفكرية، والاستقصائية) في الإعلام الرياضي العمومي والخاص، المكتوب والمسموع والتلفزيوني، والتي تمت باستخدام أداتين بحثيتين (أداة الاستبيان من أجل معرفة ميولات الصحفيين نحو الأنواع الصحفية، وأداة تحليل المحتوى، من أجل الوقوف على الاستخدام الفعلي للأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري)؛ بالإضافة إلى مقابلات في الدراسة الاستطلاعية مع المسؤولين عن بعض المؤسسات الإعلامية والصحفيين العاملين فيها.

فضلا على احتوائها على ثلاثة عناصر من عناصر العملية الاتصالية، فقد درست اتجاهات القائمين بالاتصال (الصحفيين الرياضيين)، أما الرسالة الإعلامية فتمثلت في الأنواع الصحفية، في حين تعتبر المؤسسات الإعلامية محل الدراسة والتي بلغت 35 مؤسسة إعلامية القناة التي تمر عن طريقها الرسائل الإعلامية؛ وبالتالي تعتبر هذه الدراسة مرجعا في الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري وحتى على المستوى العربي.



الفصل الثاني

مدخل إلى الإعلام الرياضي

تمهيد:

يعتبر الإعلام من المجالات الهامة والمؤثرة التي تحتاج إلى مزيد من الفهم والدراسة، فالإعلام تطور بشكل هائل في النصف الثاني من القرن العشرين مما قارب بين دول العالم بشكل كبير زمنيا. فالباحث في هذا المجال يعلم أن ما يحدث في أقصى أطراف الأرض ينقل في دقائق قليلة ونشاهده وكأنه يحدث في مجتمعنا عبر وسائل الإعلام المختلفة، مما جعل الدول توليه أهمية كبرى وتسعى إلى تقريبه إلى المواطن، من خلال فتح المجال لإنشاء مؤسسات إعلامية (جرائد، إذاعات، قنوات فضائية...) تسعى من خلالها إلى تحقيق رغبات المتابعين وإشباع حاجاتهم.

يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام إذ يهتم بمجال واحد هو المجال الرياضي، حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين ويعتبر الموضوع الأساسي له، فالإعلام الرياضي يهدف أولا وقبل كل شيء إلى إيصال المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام، خاصة في الآونة الأخيرة، فقد أصبح يلعب دورا كبيرا في تغطية الأحداث الرياضية العالمية والمحلية، ونقلها للجمهور الرياضي، وفي هذا الفصل أراد الباحث أن يضع بين يدي القارئ أهم المنطلقات النظرية الخاصة بالإعلام الرياضي بصفة عامة، من مفاهيم، وأهداف وأنواع وأهم النظريات المفسرة للإعلام الرياضي....

2-1- تعريف الإعلام الرياضي:

يعرفه الدكتور أديب خضور على أنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، والصحافة من أبرز الوسائل الإعلامية فهي تمثل عنصر جذب واستقطاب للنشء، والمساهمة في تثقيفهم واكتساب المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو الكامل" (خضور، 1994، ص87)؛ ويرى محمد الحماحي أن " الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات المعرفية المرتبطة بهذا المجال، بغرض تفسير القواعد و القوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، التي توضح الرؤى العلمية نحو العديد من القضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري (الحماحي، وسعيد، 2006، ص23)؛ إذن فالإعلام الرياضي هو "نشاط إعلامي متخصص في نقل الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بهدف تلبية الحاجات والإشباع الإعلامية، والثقافية، والرياضية للجمهور، وكذلك تهتم بتفسير المبادئ والقوانين التي تنظم المنافسات والألعاب الرياضية المختلفة، بالاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيرية.

2-2- أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية، ومراكز الشباب، والمؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة، وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنتشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا أو صغارا بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة(بوداود، 2014، ص94).

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية، تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية، وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي لهم وتعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة. " (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص 23)، كما أن للإعلام الرياضي أهمية كبيرة في مجال التربية البدنية والرياضية فهو يساهم في تحقيق الأهداف التالية: "

- تكوين بنية معرفية للمتابعين للرسالة سواء إذاعية أو تلفزيونية أو منهجية .
- تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بمكونات التربية البدنية والرياضية لدى الجمهور بهدف محو الأمية المرتبطة بالمفاهيم .
- تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في الأفراد.
- تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو التربية البدنية والرياضات التنافسية والرياضية للجميع.
- من خلال الفقرات والبرامج يمكن متابعة كل ما هو جديد ومستحدث وكيفية استثمار وقت الفراغ.(الشافعي، 2003، ص107)

2-3- وظائف الإعلام الرياضي:

تختلف وظائف الإعلام الرياضي باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع، كما تختلف وظائف وسائل الإعلام من فترة زمنية إلى أخرى في نفس المجتمع، ولكن يمكن تحديد أهم هذه الوظائف فيما يلي:

2-3-1- الإخبار والإعلام: وذلك بتغطية الأخبار الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل، بما يعطيها معناها الحقيقي، ولا يكفي أن تعلم الصحيفة قراءها بالأحداث بل عليها أيضا أن تثير اهتمامها(المدني، 2006، ص29).

2-3-2- الشرح والتفسير والتحليل: وتعني تقديم المزيد من التفاصيل والتوضيحات للأحداث الرياضية المختلفة وللموضوعات والقضايا الرياضية المثارة في المجتمع، ويتم هذا من خلال وضع الحدث أو الموضوع الرياضي في التيار العام للأحداث وباستخدام أشكال صحفية مختلفة، تقوم هذه الوظيفة على أساس التحليل السببي، أو الغوص في أعماق الحقائق وتقديم الخلفيات التاريخية والوثائق لهذه الحقائق أو

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

الأحداث، إذن فلا بد للصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) من أن تقدم لقراءها أو جماهيرها تفسيراً للأحداث الرياضية وتوضيحاً لأسبابها ومسبباتها. (علم الدين، وعبد المجيد، 2000، ص 46)

2-3-3- الإرشاد والتوجيه: وهذا بالطبع نتيجة منطقية للشرح والتفسير والتوضيح والتحليل والنقد والتعليق وطرح الرأي، فالصحافة الرياضية بعد أن تفسر و توضح لا بد أن ترشد و توجه إلى الطريق حتى تكون مهمتها ايجابية .

2-3-4- التثقيف: الصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) تقدم للقراء والجماهير الثقافة الرياضية، كما تقوم بنقل التراث الثقافي الرياضي من جيل لأخر، وتعريف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي للمجتمع و المشكلات التي واجهته.

2-3-5- التوثيق والتأريخ: إذ تقوم الصحافة بتسجيل وقائع الحياة الرياضية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها، وتتوقف إمكانية اعتبار الصحيفة (أو أي وسيلة إعلامية أخرى) وثيقة تاريخية على اعتبار الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية و (الرياضية) التي تصدر في ظلها الصحيفة (أو وسيلة إعلامية ما أخرى)، على تحديد حجم حرية الصحافة المتاحة في المجتمع، ولقد أصبحت الصحافة مرجعاً وثائقياً لا يمكن الاستغناء عنه (عبد الستار، 2001، ص76).

2-3-6- النقد والتعليق وطرح الرأي: ويتوقف القدر الذي تمارس به الصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) هذا الدور على مدى تمتعها بالحرية في التعبير عن الآراء المختلفة، إذ أن الصورة المثلى هو أن تقوم الصحافة بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات و التيارات في المجتمع، وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية في المجتمع". (عبد الرحمن وآخرون، 1983، ص36)

2-3-7- التنقيب عن الفساد وكشف الانحراف: أن تقوم الصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الهيئات الرياضية المختلفة، مثل المجلس القومي للرياضة، المجلس القومي للشباب، مديريات أو مراكز الشباب، لجنة أولمبية أو اتحادات أو أندية رياضية، والكشف عن الانحرافات إذ تسعى الصحف (وسائل الإعلام) إلى التحري عن قضايا معينة أو موقف أو أمور تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد، ويساعد على القيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية وما يوفره لها القانون في هذه المجتمعات من حماية عن تصديها لقضايا الانحراف ضد بطش السلطات. (المدني، 2006، ص31)

2- 4 - أهداف الإعلام الرياضي:

يرى كل من خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم أن " الصحافة الرياضية تهدف إلى إشباع حاجة الفرد من المعرفة وتكوين الآراء والاتجاهات، ومن هذا المنطق هدفت الصحافة الرياضة إلى تحقيق الأغراض التالية:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي تطرأ عليها .

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ، لأن التوافق سمة من سمات المجتمع(فاضل 2011، ص49) .

- نشر الحقائق و المعلومات و الأخبار المتعلقة بالقضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها، لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي، و إعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور و تثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستوى المحلي والدولي.

- الترويج عن الجمهور و تسليتهم بالطرق و الأشكال التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.(عويس، و عبد الرحيم: 1998، ص 24)

2- 5- خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص، من أبرزها ما يلي: (كنعان، 2014، ص13).

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا مثلا برنامج إذاعي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة موجهة إلى جمهور كرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني لكرة اليد.

- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

- الإعلام الرياضي في سعيه إلى اجتذاب اكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية الموجهة إلى المعوقين.....الخ

- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب للبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لأبد أولا من دراسة وفهم المجتمع الذي يعمل فيه، حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة العاكسة لصورة و فلسفة المجتمع ".(عويس، و عبد الرحيم، 1998، ص25).

2- 6- أنواع الإعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع فيما يلي:

(بوداود، 2014، ص99)

2-6-1- الإعلام الرياضي المقروء: يعتمد على الكلمة المكتوبة، مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات و الملصقات

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-6-2- الإعلام الرياضي المسموع: يعتمد على سمع الإنسان، مثل الراديو والشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.

2-6-3- الإعلام الرياضي المرئي: ويسمى المرئي المسموع ويعتمد على بصر الإنسان، مثل التلفاز والانترنت والسينما...

2-6-4- الإعلام الرياضي الثابت: وهو الذي يوجه الإنسان إليها ليطلع عليها مثل المعارض و المؤتمرات والمسارح.

2-7- تأثير الإعلام الرياضي في الجمهور:

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة على الجمهور او على نوعية ذلك التأثير، بالرغم من أن هناك إجماع على تأثير تلك الوسائل على جمهورها وخاصة الإعلام الرياضي نظرا لمخاطبته لقطاع كبير من الجمهور.

2-7-1- أنواع تأثير الإعلام الرياضي: يمكن القول أن للإعلام أنواع عديدة من التأثيرات يحدثها في الجمهور المتلقي للمعلومات الرياضية يمكن عرضها وتبينها كالتالي: (الشميري، 2010، ص 59)

2-7-1-1- تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي: وهو من ابرز وأوضح مظاهر التأثير لوسائل الإعلام الرياضي وهذا الموقف قد يتغير سلبا أو ايجابيا، أو رفضا أو قبولا، أو حبا أو كرها، عداا أو مودة، وذلك بناء على المعلومات التي تتوافر للإنسان ووسائل الإعلام عادة ما تزودنا بالمعلومات أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فان وسائل الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة تؤثر على فهمنا ومواقفنا وحكمنا على الأشياء .

2-7-1-2- تغيير المعرفة الرياضية: وهي درجة متقدمة من تأثير وسائل الإعلام وذلك على النحو التالي:

- المعرفة الرياضية هي مجموع المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذا السلوك الرياضي(بوداود، 2014، ص 101) .

- المعرفة اعم واشمل من السلوك الذي يعيد جزء من جزئيات المعرفة؛ فالتغيير المعرفي أعمق أثرا في حياة الإنسان بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئا وأحيانا يزول مع المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمتا طويلا.

2-7-1-3- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي: " في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمه السلوك المقبول رياضيا، وتزويدهم بالمعارف والعقائد الرياضية والقيم النبيلة التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات البيت، المدرسة، بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية... الخ

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-7-1-4- الإثارة الجماعية: من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي يتمثل في إساءة استخدام ذلك، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية، حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز و هذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

2-7-1-5- الاستثارة العاطفية: الإعلام الرياضي يتمتع بقدره فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانيات تخاطب الفكر والوجدان، فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضي مبررات لهزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة إفريقيا للأمم نتيجة ظلم الحكام على الرغم من إن هذه المبررات قد لا تقوم على سند صحيح، كما إننا في الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات والمبررات قد نكره حكام هذه المباراة ولا نحزن للأذى الذي قد يتعرضوا له من الجماهير وتجاهله لإدانة او شجب هذا السلوك غير الرياضي.

2-7-1-6- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي: تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف، إظهار قدراتهم وإبداعهم الرياضية، ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسبها، سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك، أثناء إجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم، ملم بالقواعد و القوانين المنظمة للعبة، بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك، في ظل عدم رؤية الحكم إذا كان لاعبا أو مدربا أو في ظل غياب الأمن بالنسبة للجمهور.

2-7-1-7- صياغة الواقع: حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو، ويقصد بالواقع هو: " ذلك الجزء الذي يعرضه او ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدوا كأنه واقعي وطبيعي و معبر عن الحقيقة، وهذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي ولكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع، فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما ولكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضية يعطي انطبعا مختلفا عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة.(عويس، وعبد الرحيم1998، ص 52).

2-7-2 - شروط تأثير الإعلام الرياضي:

إن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، إنما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسي له علاقة بشخصية الإنسان، وبعضها اجتماعي له علاقة ببيئته الاجتماعية، وبعضها رياضي يتعلق بالفترة الزمنية التي قضاها الإنسان في الملاعب الرياضية

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

سواء كان ممارسا للرياضة أو مشاهدا لها، وما صاحب ذلك من خبرات متنوعة، هذه المتغيرات هي الشروط التي يجب توافرها لحدوث التأثير وهي كالتالي:

2-7-2-1- الشروط التي لها علاقة بمصدر رسالة إعلامي: وتتكون مما يلي:

2-7-2-1-1- خبرة المصدر: حيث تضيف الخبرة التي يتمتع بها مصدر الرسالة الإعلامية الرياضية قدرة تأثيرية على رسالته والخبرة التي يقصدها مدى معرفة صاحب الرسالة بالموضوع الذي يتحدث عنه فكلما كان الشخص ملما بموضوع الرسالة الإعلامية كان تأثيره أو تأثر المتلقي بها اكبر والعكس صحيح.

2-7-2-1-2- المصادقية: حيث تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا المصدر على ثقة الجمهور بمصادقية معهم ويقل هذا التأثير تبعا لضعف هذه الثقة أو مصادقية إلى أن قد تتلاشى تماما.

2-7-2-1-3- وسيلة الإعلام الرياضية: حيث تتفاوت وسائل الإعلام الرياضية في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقا لقدرات وإمكانات كل وسيلة منها فالإذاعة غير التلفزيون غير الصحافة.

2-7-2-1-4- احتكار وسيلة الإعلام الرياضية: حيث يؤدي احتكار وسيلة الإعلام الرياضية إلى أحادية في المصدر للمتلقي، هذه الأحادية تؤثر في الفرد من حيث تلقي التنوع في الآراء والأفكار ووجهات النظر الرياضية الذي على أساسه يستطيع الفرد أن يشكل تصور محايدا من خلال اختيار عدة فصائل.

2-7-2-2- الشروط التي لها علاقة بالبيئة (المحيط الاجتماعي): إن البيئة التي يعيش فيها الإنسان تمثل عاملا مساعدا للإعلام الرياضي لكي يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق:

2-7-2-2-1- قادة الرأي وأصحاب المكانة الاجتماعية في المجال الرياضي: حيث أن معظم الناس في محيطهم الاجتماعي يقيمون اعتبارا للرأي لبعض الأفراد اللذين يتمتعون بمكانة خاصة في المجتمع الرياضي أو شهرتهم كلاعب كرة قدم.

2-7-2-2-2- الحالة التي عليها المجتمع: حيث تؤثر حالة المجتمع الرياضية في قدرة الإعلام الرياضي على التأثير في الجمهور لأن مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية لكي يؤثر لابد أن يعكس الواقع للمجتمع بشكل أو بآخر، فالرسالة الإعلامية هي انعكاس لواقع هذه الجماهير وتعبير عن اهتماماتهم. (الحضيف، 1998، ص 41)

2-7-2-3- الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية: يتأثر الجمهور بنسب متفاوتة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية إذا ما توفرت العوامل التالية: (الحضيف، 1994، ص 53)

2-7-2-3-1- أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية يتعلق بقضية رياضية تشغل الرأي العام الرياضي: فالقضايا الرياضية التي يعيشها الجمهور في حياته اليومية هي التي تشد انتباهه ويتفاعلون معها .

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-7-2-3-2- تكرار عرض الرسالة الإعلامية: تكرار تعرض الإنسان للرسالة الإعلامية لمرات عديدة تجعله ينتبه إليها وبعد مرورها بالمراحل التالية (التعرف، التفسير، الحفظ، الاسترجاع) يكسبها كمعلومة ومن ثم يمكن التأثر بها.

2-7-2-3-3- طريقة عرض الرسالة الإعلامية: نتيجة التطور الهائل للإعلام الرياضي ودخوله المجال التكنولوجي الحديث تضاعفت لمرات عديدة التأثيرات التي تحدثها تلك الرسالة في الجمهور، فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية الرياضية المجردة وبشكل مباشرة، فالرسالة أصبحت تأتيه محفوفة بكثير من المؤثرات لفظية والسمعية والبصرية وأصبح الإخراج فنياً قائماً بذاته له مجالاته العلمية والفنية والأكاديمية وله أقسام خاصة لدراسته بالمعاهد الفنية المختلفة مما أعطى الفرصة للعقول لأن تبذل فيه أعمالاً خلاقية.

2-7-2-3-4- طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية: الصياغة هي الطريقة التي من خلالها الفكرة التي تقوم عليها الرسالة نفسها أو القالب الذي تصاغ فيه أفكار الرسالة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للوقائع والأحداث، ويطلق عليه في الصحافة الرياضية بالأسلوب، وفي البرامج الرياضية باسم السيناريو.

2-7-2-4- الشروط التي لها علاقة بالجمهور المستقبل: إن الجمهور خليط متباين من الأفراد يختلف كل فرد فيه عن الآخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يتحقق التأثير المتوقع من الإعلام وهذه العوامل هي:

2-7-2-4-1- نوع الجمهور: نوع الجمهور متغير جوهري في عملية التأثير لأن الرسائل الإعلامية (المعلومات الرياضية) مختلفة فما يصلح لهم لا يصلح لغيرهم، والرسائل التي تخاطب النساء لا تناسب النساء ومخاطبة المختصين في المجال الرياضي تختلف عن مخاطبة الرجل العادي وهكذا.

2-7-2-4-2- الموقع الاجتماعي للفرد: تؤثر المكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه على درجة تكيفه وتفاعله مع الرسالة الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي هذا التأثير يأتي من كون أن الإعلام الرياضي نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دورها داخل هذا المجتمع، حيث تقوم بتوزيع الأدوار الاجتماعية التي تعرضها على أفراد هذا المجتمع فيذيب الفرد نفسه داخل هذه السلسلة. (الحضيف، 1998، ص61)

2-7-2-4-3- معتقدات الجمهور: إن تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية الرياضية يتوقف على المعتقدات والقناعات الخاصة به، فكلما كانت هذه الرسالة قريبة من معتقداته ومنسجمة مع ما يؤمن به كلما كان قبولها لديه أكثر وتأثيرها عليه أشد. وبالمقابل تضعف قدرة تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية على الجمهور عندما تتباين أو تختلف مع ما يعتنقه هذا الجمهور.

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-7-2-4-4-4- إدراك المتلقي للرسالة: يختلف الأفراد فيما بينهم في إدراك وفهم الأفكار والقضايا والمشكلات الرياضية التي تقدم لهم من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية باعتبارها أحد المثيرات الذهنية التي يتعرض لها الإنسان، فيستجيب لها ويتفاعل معها ويفهمها بطريقة تختلف عن الآخرين، هذا التباين يحدث نتيجة لوجود الكثير من المتغيرات النفسية والفسولوجية والتي تميز كل مرحلة عن الأخرى، وكذلك التكوين الثقافي ووسائل التربية التي يمر بها وبالتالي يختلف حكمهم عليها اختلافا واضحا (الحضيف، 1998، ص 63)

2-8- سيكولوجية الإعلام الرياضي: يقوم الجهاز العصبي للإنسان باستيعاب الرسالة الإعلامية باعتبارها مثير يستجيب لها الجمهور، والاستجابة للرسالة الإعلامية في المجال الرياضي تتوقف على ما إذا كانت هذه الرسالة بسيطة أم مركبة، مباشرة أم غير مباشرة، كافية أم غير كافية، واضحة أم غير واضحة، وهناك بعض العوامل التي يجب توفرها في الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يمكن أن يتفاعل معها الجمهور وبالتالي تحقق الاستجابة المرجوة وهي:

- التناغم أو التشابه والمشاركة في الخبرات لدى كل من المرسل (الإعلامي) والمستقبل (الجمهور) بما يضمن فهم الرموز ومعرفتها وبالتالي الاستجابة لها.
- استثارة انتباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة.
- ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة إشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة.
- مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور.
- الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي تخاطب الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستواه الثقافي والتعليمي ويفضل استخدام اللغة الإعلامية وهي التي تجمع بين الفصحى والعامية (زهرا، د س ن، ص ص 339 - 340)

2-9 - الإعلام الرياضي والحاجات النفسية:

من أهم الحاجات التي يمكن للإعلام أن يشبعها ما يلي:

- الحاجة إلى المعلومات والمعارف والمفاهيم الرياضية .
- الحاجة إلى الأخبار الآنية (مشكلات الساعة) في المجال الرياضي .
- الحاجة إلى معرفة القواعد والقوانين و اللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.
- الحاجة إلى الإلمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة .
- الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة و تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية او تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي(عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص65).

2-10-10- نظريات التأثير في الإعلام الرياضي:

لقد أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور مجالاً ضخماً قائماً بذاته له نظرياته وأبحاثه الخاصة، ويمكننا أن نتناول هنا علاقة الإعلام الرياضي بنظريات الإعلام لإيضاح أساليب تأثيره على الجمهور.

2-10-10-1- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى: " ملخص هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية مهما كان نوعها والتي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي لها تأثيراً مباشراً كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصاً (الحضيف، 1998، ص16).

2-10-10-2- نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي: يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة، حتى تظهر أثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية، وليس على التغيير الآني لسلوك الفرد. (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص31).

2-10-10-3- نظرية التطعيم أو التلقيح: اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض؛ فالجرعات المتتالية من المفاهيم والقيم الرياضية، التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي تحقن بها لكي تقل أو تتعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا، فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف والجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلاً يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها. (الحضيف، 1998، ص21)

2-10-10-4- نظرية التأثير على مرحلتين: ويقصد بذلك انتقال المعلومة على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين:

2-10-10-4-1- المرحلة الأولى: هي ما تبثه وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور فالذي نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر فينا كثيراً، بل لا يغير ادني اهتمام عندما تبث وسائل الإعلام رسائلها، ويتلقينا لتلك الرسائل تنتهي المرحلة الأولى.

2-10-10-4-2- المرحلة الثانية: يبدأها من يسميهم علماء الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع، كالجماعات من الأصدقاء والزلاء والنادي والفريق والأقارب، و قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أو أصحابنا أو ذوي الرأي فينا، فالذي يحدث في هذه المرحلة هو أن قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا نفس لشيء شاهدناه أو قرعوا نفس الذي قرأناه فبدؤوا بالحديث عنه بطريقة تتبهننا لأشياء لم ننتظن لها و بأسلوب أكثر إقناعاً من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام وقائد الرأي هذا قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية، مما يؤدي إلى تأثيرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة .

2-10-10-5- نظرية تحديد الأولويات ونظرية حارس البوابة: سنتطرق لهما بالتفصيل في مقاربات

الدراسة

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-10-6- نظرية الاستخدامات والإشباع: هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة، ففي هذه النظرية ليس الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل إن استخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسالة الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي؛ فنظرية الاستخدام والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري وتفسيره لآ الإنسان يعرض نفسه اختياريًا لمصدر المعلومات الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير؛ كما أن نظرية الاستخدامات والإشباع يكون لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي، طالما أن ما يقدمه الإعلام في المجتمع خالي من العنف والعدوان ويعمل على كبح الخيالات المريضة. (عويس، عبد الرحيم، 1998، ص ص 38 - 39).

2-11- القائم بالاتصال والمقاربات النظرية الخاصة بالدراسة

أصبحت المؤسسات الإعلامية في زمننا هذا شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، فحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو محطة الإذاعة أو محطة التلفزيون، نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها، ففي داخل تلك المؤسسات لإعلامية يومية، بل وكل دقيقة قرارات هامة وخطيرة، ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن تعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز أو المناصب التي تنفذ تلك القرارات وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية، والقيم والمستويات التي تعتقها القائمين بالاتصال (رشتي، 1978، ص 293)

ولقد اتفق عدد من علماء وباحثين في الإعلام والاتصال أن من الصعوبة بمكان تفسير السبب في إهمال الباحثين لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الاتصالية والإعلامية ودراسة القائمين بالاتصال (المشاقبة، 2015، ص 188)، ليس معنى هذا أن الباحثين لم يكتبوا عن رجال الإعلام القدامى، فالواقع أن تاريخ الصحافة حافل بتاريخ حياة أعلام الصحافة، كذلك تقوم الجامعات بتدريس ما يحدث داخل المؤسسة الإعلامية أو أسلوب عملها للطلبة (الضلاعين، وكافي، 2016، ص 167)؛ فدراسة القائم بالاتصال لا تقل أهمية عن دراسة محتوى الرسالة الإعلامية عند تحديد تأثير هذه الأخيرة (مكاوي، العبد، 2007، ص 295)

وغالبا ما تتم دراسات القائم بالاتصال في إطار تحليل وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات لها وظيفة اجتماعية، والظروف التي تؤثر على اختيار محتوى معين (مكاوي، والسيد، 2012، ص 175).

يُعتقد أن حراس بوابات الإعلام الجماهيري، سواء كانوا على صواب أو خطئ، قد زادوا من سلطتهم على الحياة العامة، إنهم هم الذين "وضعوا جدول الأعمال" للمناقشة السياسية، لذلك يزعم بالإضافة إلى كل هذا، فقد أصبحت "تجربة وسائل الإعلام" حقيقة من حقائق الحياة العامة في معظم البلاد (McQuail, 2010, p439).

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-11-1- مفهوم القائم بالاتصال والشروط الواجب توفرها فيه: يمثل القائم بالاتصال وحدة التحليل الأصغر في الإجابة على الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية، ويعتبر أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسة الإعلامية؛ وهذا المفهوم يمتد ليشير إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع، وقد فرض هذا المفهوم نفسه منذ أن أصبح إنتاج الرسالة الإعلامية يتجاوز حدود الفرد والجماعات الصغيرة، وأصبح يعتمد على تنظيم معقد من الأدوار والمواقع التي تسهم في هذا العمل (عبد الحميد، 2004، ص153).

وتتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض المدارس إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار: "بأنه الشخص الذي تولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء، ويحدد مصير العملية الاتصالية برمتها"؛ وتطرح المدرسة الفرنسية مفهوماً آخر للقائم بالاتصال، إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أن أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة؛ فهو يبحث عن المعلومة، ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه إلى جمهور، فهو بذلك يلعب دوراً تفاوضياً بين صانعي المعلومة" المصدر، والجمهور المتلقي (الدريملي، 2015، ص62)

والقائم بالاتصال هو: "أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر، عبر الوسيلة الإعلامية أو أي فرد آخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور، عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، (محمود، 2002، ص187)

أما الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال: فقد حددها ديفيد بيرلو فيما يلي:

- توافر مهارات الاتصال وهي خمس، مهارات الكتابة، مهارات التحدث، مهارة القراءة، مهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال
- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال (مكاوي، والعبد، 2007، ص296)
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته (الدريملي، 2015، ص64)

- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي، وطبيعة الأدوار التي يؤديها، والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال

هذا وقد حدد " ألكسيس تان" العوامل التي تجعل القائم بالاتصال في إقناع الجمهور في ثلاثة عوامل: المصادقية، الجاذبية، السلطة والنفوذ (مكاوي، والسيد، 2012، ص175)

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

2-11-2 - المقاربات النظرية للدراسة: في الأصل لا توجد نظريات خاصة بالإعلام والاتصال الرياضي، إلا أن الإعلام الرياضي جزء لا يتجزأ من الإعلام والاتصال، وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على النظريات التالية:

2-11-2 -1- نظرية حارس البوابة:

2-11-2 -1-1 - النشأة والتطور: إن جذور حراسة البوابة تعود أساساً إلى الدراسات التي قام بها كل من " وايت وجيبر"، وهذا مثبت في دراسات عديدة (حيشي، وبن زروق، 2017، ص264).

إلا أن الفضل بالتعريف بنظرية حارس البوابة يعود لعالم النفس الأمريكي " كيرت لوين" الذي استطاع تطوير هذه النظرية باعتبار أن دراساته من أهم الدراسات المنهجية لنظرية حارس البوابة (الدلمي، 2012، ص53)، والذي كان له إسهامات في أبحاث لسلوك الجماعة اتجاه قضية التعبئة حول المجهود الحزبي، في حين كانت اهتماماته منصبّة على بناء استراتيجيات اجتماعية تستهدف تغيير الأنظمة الغذائية لربات البيوت (آرمان، وماكلار، 2005، ص65)؛ فأول دراسة تناولت بالشرح قطاعاً من القائمين بالمعنى الذي نقصده هي دراسة " روستن" التي ظهرت في الولايات المتحدة تحت عنوان (مراسلو واشنطن) سنة 1937، وتعتبر دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي (المفلح، 2015، ص133)، ولكن في سنة 1941 نشرت مجلة الصحافة ربع السنوية التي تصدر في ولاية آيوا بالولايات المتحدة الأمريكية، دراسات عامة عن العاملين بجريدة ملواكي، وكان من الممكن أن تفتح هذه الدراسات الباب لإجراء دراسات مماثلة عن المؤسسات الإعلامية الأخرى (رشتي، 1978، ص294).

ولكن مضت فترة طويلة دون أن تظهر أبحاث تتناول القائمين بالاتصال ومؤسساتهم إلى أن جاءت أبحاث عالم الاتصال "ديفيد مانج دايت" في دراسته حول حارس البوابة وانتقاء الأخبار التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال المهم (المشاقبة، 2015، ص190).

وقد أجريت في الخمسينيات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية " حراسة البوابة" بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح (مكاوي، والعبد، 2007، ص297)، وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار، والإدراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية، ومصادر أخبارهم، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار، وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال (بريد، كارتر، ستارك، جيبر، جاد، وايت... وغيرهم) (مكاوي، والسيد، 2012، ص176)، وشرح علماء آخرون مثل (1972 McCombs & Shaw)، بعد إجراء دراسات واسعة النطاق حول تأثير الحملات الإعلامية على قرارات التصويت السياسي بالولايات المتحدة الأمريكية، فتوصلوا من خلال هذه النظرية إلى أنه من خلال اختيار الأخبار وعرضها، يلعب حراس البوابة الإعلاميون دوراً رئيسياً في التأثير على الواقع السياسي: "إن القراء لا يتعلمون فقط مسألة معينة، ولكن مدى أهمية إرفاقها بهذه القضية من خلال كمية المعلومات الموجودة في إحدى الأخبار وموقعها... (Tayebwa, 2012,p80)"

وأشارت هذه الدراسات إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقا لاصطلاح نظرية المعلومات؛ فالإتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات (مكاوي، والعبد، 2007، ص297)

2-11-2 -2 -1 -2 مفهوم وأهمية نظرية حارس البوابة: نظرية حارس البوابة تعني في أبسط تعريفاتها أن الرسالة تمر قبل نشرها في وسائل الإعلام بمراحل متعددة حتى تنتشر وتصل إلى الجمهور، وفي كل مرحلة يوجد شخص أو مجموعة أشخاص يقررون ما الذي ينشر وما الذي لا ينشر (محمد بن سعود البشر، 2014، ص108)

واستعمل مفهوم حارس البوابة لأول مرة من قبل عالم النفس " كيرت لوين"، وحراس البوابات هم أشخاص او جماعة من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في قناة الإتصال (المفلح، 2015، ص135)؛ وتعني حارس البوابة الإعلامية: السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الإتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف (الضلاعين، وكافي، 2016، ص176)

وحراس البوابات هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزورون الصحفيين بالأخبار، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة في نقطة ما أو مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأنباء (رشتي، 1978، ص295) أي أن حراس البوابة ليسو فقط الصحفيين الذين يقومون بنقل الأخبار، وإنما هم مصادر تلك الأخبار الذين يزودون الصحفيين بها، فمثلا إذا حدث حادث ما في إحدى المدن وكان أول من لاحظه أحد الأفراد فإن الفرد بحسب طبيعته وفكره يلاحظ من خلال الحدث أشياء دون أشياء، ويتحدث عن أمور ويهمل أموراً أخرى، وبذلك يعد هذا الفرد أول حراس البوابة، ومن ثم يأتي دور الحارس الثاني، وهو المخبر الصحفي، حيث ينقل الأخبار من خلال الفرد السابق نفسه كشاهد عيان، ثم يقوم المخبر أو المرسل الصحفي بانتقاء حقائق وإهمال أخرى ويقرر الأشياء التي تستحق أن تكتب والتي لا تستحق أن تكتب، ثم يقوم بتسليم الخبر إلى الوكالة والتي تمثل حارس البوابة الثالث، ومن خلال اتخاذها لذات التدابير، بحيث يقوم احد محرري الأخبار في الوكالة باختصار الخبر أو إضافة كلمات إليه مع استعادة أو استقاء ما يراه مناسباً ثم يرسلها إلى الصحف، وهناك ينتظرها حارس بوابة آخر، هذا الأخير يمارس بدوره سلطته عليه، وهكذا فإن كل الذين قاموا بنقل الخبر عبارة عن حراس بوابة يقف كل منهم على نقطة أو مرحلة من مراحل الخبر (الديلمي، 2012، ص54).

أما أهميتها فيقول "كيرت لوين": " إن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حيث تظهر على صفحات الصحف والمجلات، أو الإذاعة والتلفزيون، وقد يسمى لوين هذه المراحل بالبوابات، وقال إن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر من المعلومات التي تستمد من خلالها، وقد أشار لوين إلى أن فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة" (الطيب، 2014،

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

ص122)؛ ونجد من بين هذه المؤثرات والمعايير: معايير مهنية تشمل سياسة الوسيلة الإعلامية ومصدر الأخبار المتاحة، ومعايير ذاتية تشمل الاتجاهات أو الميول والانتماءات والجماعات المرجعية، ويدخل ضمنها معايير المصادقية والموضوعية(البقي، 2015، ص28)؛ فنظرية حارس البوابة هي أول دراسة تجريبية ومنظمة لسلوك أولئك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية(المشاقبة، 2015، ص191)

2-11-3 - فروض نظرية حارس البوابة: نجد من أهم افتراضات نظرية حارس البوابة مايلي:

إن المعلومات والأخبار تتساب ضمن سلسلة مترابطة يقع ضمن حلقاتها أفراد لهم القدرة على حجب انسياب الرسائل، أو القيام بإصفاء تعديلات عليها(حيشي، وبن زروق، 2017، ص265).

بمعنى آخر هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، يتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم، كما أن لهم الحق في إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر(رشتين 1978، ص300)، وفي هذا الصدد يرى "لوين" أنه في حال كانت هذه المواد (الرسائل) الإعلامية طويلة المراحل وازدادت سلطة الفرد أو الأفراد على هذه المواد، بحيث يسمحون لأنفسهم بأن يقطعوا أو يضيفوا التعديلات التي يرونها مناسبة على المادة الإعلامية(الدلمي، 2012، ص ص53-54)

يعتبر الأفراد المسؤولون على اتخاذ القرارات بشأن مرور الرسالة، بمثابة حراس لنظم أخرى سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، وفي الغالب هم جزء من النسق العام لهذه النظم سواء إراديا بدافع الانتماء أو إكراهيا بفعل ضغوطات مختلف السلطات العليا ضمن المؤسسة الإعلامية ذاتها أو من خارجها(حيشي، وبن زروق، 2017، ص265)؛ فالانتماء يعد عنصرا محددًا من محددات القائم بالاتصال، لأنه يؤثر في طريقة التعبير والتفاعل مع العالم المحيط به، كما أن الجماعات المرجعية تعني أن القائم بالاتصال ينتمي إلى بعض الجماعات الثقافية أو السياسية أو غيرها، وهي جماعات يشاركون القائم بالاتصال في الدوافع والميول والاتجاهات، وتمثل قيمهم ومعاييرهم، بما يؤثر على توجهاته وقراراته فيما ينشره للجمهور(البشر، 2014، ص109)

ونجد نسبة كبيرة جدا من السلاسل تركز الضوء على بعض الأفراد في المجتمع ممن يمكن أن يكون لهم نفوذ أو قادة رأي أو الصفوة الذين يتكون عن الآخرين بأنهم يقرؤون أكثر ويطلعون على وسائل الإعلام أكثر، ولهم اتصالات شخصية أكثر من الآخرين، وهو أمر له أهمية خاصة بأن هؤلاء الأفراد يتمتعون باحترام كبير ويعتبر أولئك الأفراد بدورهم حراس بوابة(الضالعين، وكافي، 2016، ص175)

إن تحكم حراس البوابة في المعلومات الهائلة التي ستصل إلى الجمهور، يجعل منهم المسؤولين على تحديد وترتيب أهم القضايا من وجهة نظرهم، وبالتالي التحكم في رؤيتنا للواقع(حيشي، وبن زروق، 2017، ص265).

أي أن نظرية حارس البوابة من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير وسائل الإعلام تنطلق من أن الأشخاص العاملين في وسائل الإعلام هم ممن يتحكمون فيما يصل إلى الناس من مواد إعلامية(الحضيف، 1998، ص ص24-25)

2-11-2 -1 -2 -4- العوامل المؤثرة في نظرية حارس البوابة:

2-11-2 -1 -2 -4-1- المحافظة على قيم المجتمع وتقاليد: يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها(الضالعين، وكافي، 2016، ص176)، ويمكن أن تعتبر هذه المهمة أو الهدف متصلة بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، فوسائل الإعلام تعكس هذا الاهتمام وبمحاولاتها المحافظة على القيم الاجتماعية والثقافية، وضمان قبول المواطنين لهذه القيم، فأى نظام اجتماعي سواء أكان دولة متقدمة، أو دولة نامية، يعمل على جعل المواطنين يقبلون أنماطه(رشتي، 1978، ص300)، ويرى الباحث" وارين بريد" أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي، ولكن القائم بالاتصال يغفل أحيانا تقديم بعض الأحداث منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية والمجتمعية(مكاوي، والعبد، 2007، ص299)؛ فقد تضحى وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهتم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليد(مكاوي، والسيد، 2012، ص178).

2-11-2 -2 -4-1-2- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال: تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا هاما مثل النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعلم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات(المفلح، 2015، ص139)؛ فالفرد المنتمي لبعض الجامعات، هذه الأخيرة تعد بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات، وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو قيامه بسلوك معين(الضالعين، وكافي، 2016، ص177)؛ فالانتماء يعد عنصرا محددًا من محددات الشخصية(مكاوي، والعبد، 2007، ص299)

2-11-2 -2 -4-1-3- المعايير المهنية التي تؤثر على القائم بالاتصال: يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال(مكاوي، والعبد، 2007، ص300) وتتضمن هذه المعايير ما يلي:

2-11-2 -2 -4-1-3-1- سياسة المؤسسة الإعلامية: لكل مؤسسة إعلامية سياسة، سواء اعترفت بها أم لم تعترف، فقد تظهر هذه السياسة في تحريفها للموضوعات الإخبارية، أو في إهمالها لقصص

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

وأحداث معينة(رشتي، 1978، ص324)، وضغوط المؤسسة الإعلامية تتعدد، منها ضغوط خارجية كوجود محطات إعلامية منافسة، وضغوط داخلية كنمط الملكية والنظم الإدارية، ضغوط الإنتاج... (المفلح، 2015، ص139).

وتلعب هذه العوامل دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزء من الكيان العام للمؤسسة الإعلامية(مكاوي، والسيد، 2012، ص180) وفي كثير من الأحيان لا يكون للتقييم الذاتي لمحرر الأخبار دور أساسي، وإنما تعتبر آراء صاحب العمل هي المؤشر الأساسي؛ فالمحررون يشعرون بأنهم موظفون في بيروقراطية جمع الأنباء(مكاوي، العبد، 2007، ص300)، ويتعلم العاملون السياسة التحريرية في المؤسسات الإعلامية كمايلي:(رشتي، 1978، ص335)

- أول وسيلة لزيادة الخضوع هي التطبيع أو التنشئة الاجتماعية للعاملين لكي يستوعبوا تقاليد عملهم، ليس بالتعلم المباشر، ولكنهم يعرفونها عن طريق الاستيعاب التدريجي، فهذا يعني من الناحية الاجتماعية أنه تم تطبيعهم عن طريق إدراكهم أو تعرفهم على أسلوب العمل وتفاصيل الوظيفة التي يقومون بها، فالسياسة عنصر هام من عناصر الأنماط أو الأساليب السائدة في حجرة التحرير، ويتعلم فحواها كآلاتي:
- يقوم الصحفي في المؤسسة الإعلامية بقراءة الجريدة، الاستماع للإذاعة، أو مشاهدة القناة
- توجه المؤسسة الإعلامية الصحفيين الجدد فيها بشكل غير مباشر عن طريق المحررين والصحفيين القدامى.

- يتعرف الصحفي على سياسة المؤسسة الإعلامية من أحاديته مع زملائه الصحفيين، أو عن طريق المؤتمرات الصحفية التي تعقد بالمؤسسة(مكاوي، والسيد، 2012، ص ص180-181).

والتزامه بهذه السياسات ضرورة لاستمرار المؤسسة الإعلامية واستقرارها في علاقتها بالمجتمع، وهذا الالتزام هو الذي يظهر فيما يقوم به أو غيره في عمليات المراجعة للمحتوى حتى يتفق مع هذه الأهداف والسياسات، سواء بالحذف، أو الإضافة، أو التعديل، بما يشير في النهاية إلى التحيز في إنتاج المحتوى نحو خدمة الأهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة المعلنة أو المستترة التي تحدد ما يجب وما لا يجب أن يتعلمه القائم بالاتصال أثناء ممارسته لعمله(العبد الله، 2006، ص155).

والأسباب التي تجعل الصحفيين يخضعون لسياسة المؤسسة الإعلامية هي:

- سلطة المؤسسة العقوبات التي تفرضها: فهناك المؤسسة يمتلك ويتوقع من وجهة النظر التجارية البحتة أن يطيعوه من يعملون عنده، فهو يمتلك سلطة عقاب المحرر أو فصله، عن طريق التقليل من سلطاته أو تعديله عن منصبه وتكليفه بمهام أخرى أقل من مستواه لعدم طاعته الأوامر.

- الشعور واحترام الرؤساء: فالصحفي يشعر بأن عليه التزام للمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها هي التي ضمنت له عملا، وكذا شعوره بالاحترام والإعجاب والعرفان بالجميل لبعض المحررين لتعليمهم إياه،

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

أو وقوفهم إلى جانبه، وهذه المشاعر تلعب دورا هاما في دفع الصحفيين للخضوع لسياسة المؤسسة(رشتي، 1978، ص ص337-338)

- **تطلعات الصحفي:** فالصحفيون يعتبرون عملهم مجرد جسر يؤدي بهم إلى أعمال أخرى يحققون منها أرباحا أكثر في عدة مجالات كالعلاقات العامة والإعلان، أو العمل كنفاد مستقلين...
- عدم وجود تكتل لمعارضة السياسة الإعلامية السائدة في المؤسسة(مكاوي، والعبد 2007، ص301)
- **طبيعة العمل الإعلامي** الذي يتم بالود والتعاون وتبادل المناقشات والأفكار(الضلاعين، وكافي، 2016، ص178)

- **التركيز على الأخبار كقيمة أساسية:** فالصحفيون يبذلون جهودهم للحصول على مزيد من الأخبار بدلا من سعيهم لتحقيق الحياد بالنسبة للسياسة الإعلامية كمقياس لحسن الأداء، ويعمل التنافس الصحفي والرغبة في تحقيق سبق الصحفي على التركيز على جمع الأخبار(مكاوي، السيد، 2012، ص182)؛ فنجد الصحفيين يتحدثون عن أخلاقيات المهنة ، والحياد والقيمة النسبية لمختلف المؤسسات فقط حينما لا يكون هناك أخبار يمكن الحصول عليها(رشتي، 1978، ص340).

2-11-2 -1 -2 -3-4 -2 **القائمون بالاتصال ومصادر الأخبار:** أشارت اغلب الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره(المفلح، 2015، ص40) وهذا بسبب تأثيرها على القيم الإخبارية والمهنية، وتشمل هذه التأثيرات فيمايلي:

- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه على أخبار معينة، فهي تؤثر على طريقة تقسيم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم(نضال فلاح الضلاعين، مصطفى يوسف كافي: 2016، ص178)
- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة
- تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا للأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى(مكاوي، والعبد، 2007، ص302)

- تقدم وكالات الأنباء بشكل غير مباشر " النموذج " والذي يتعرض له المسؤولون عن التحرير

- تقلد الصحف الصغرى والمؤسسات الإعلامية المؤسسات الكبرى في أسلوب اختيار المضمون(مكاوي، والسيد، 2012، ص182)

ويتوقع المجتمع من الصحافة أن تغطي الأخبار بشكل نقدي، وأن تقيمها بشكل مستقل، ويتطلب هذا أن تبقى الصحافة حرة من أي تأثيرات تفرضها المؤسسات الاجتماعية الأخرى، وأن يبقى الصحفي مستقلا عن الضغوط التي تأتي من مصادر الأخبار، ومتحررا بقدر الإمكان من بيروقراطية جميع الأنباء التي تتدخل في آدائه لعمله وعن نقله للأخبار، كما يجب وبشكل فيه ممارسة لقدراته النقدية، فالمبرر الأساسي لوجود الصحافة هو خدمة الجمهور، وجهاز جمع الأخبار وبيروقراطية جمع الأخبار هما فقط وسائل لخدمة الجمهور، فاحتياجات الجمهور هي الأهداف التي يجب أن تبذل المساعي لتوفيرها. ويشارك كلا من المصدر والقائم بالاتصال في مسؤولية انهيار الاتصال، لأن الإطار الدلالي الذي

يعملان على أساسه، كان يتسم بالتناقض، فكل واحد فيهما كان ينقل أفكارا، متوثرا بالنواحي البيروقراطية الخاصة به، مما جعل أهدافهم الحقيقية تضيع أو تتناسى(رشتي، 1978، ص320).

11-2 - 2 - 1 - 3-3-4 - علاقات العمل وضغوطه على القائم بالاتصال: يرتبط القائم بالاتصال مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق جماعة أولية ويتوحدون فيما بينهم، ويجعل الصحفي على هذه الجماعة ودعمها، كما يتضح التنافس على السبق الصحفي، وكسب الثقة(المفلح، 2015، ص40)؛ وهذه العلاقات تخلق بعدا اجتماعيا، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذي داخل الجماعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي(مكاوي، والعبد، 2007، ص303)؛ وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال تجد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق السبق للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية أو فكرية أو عقائدية، ولذلك فإنه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية، إلا أنه يضل لكل منه معايير الخاصة. وبجانب اكتساب القائم بالاتصال المعايير المهنية تقوم علاقات العمل على مساعدته لتجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي، والذي يؤثر بالتالي في الواقعية والإنجاز(مكاوي، والسيد، 2012، ص183).

11-2 - 2 - 1 - 4-3-4 - الجمهور وتأثيره على القائم بالاتصال إن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة وإن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قرارات تأثيرا لا يمكن أن تقلل من شأنه(الضالعين، وكافي، 2016، ص179)؛ فأيا كانت أنماط العلاقات التي يرتبط بها القائم بالاتصال، التأثيرات والضغوط الداخلية أو الخارجية، فإنه يجب أن يبدأ ويرسم توقعاته عن خصائص جمهور المتلقين، وتصوراته عن علاقة هذه الخصائص بالأنماط السلوكية المستهدفة، وهذا التصور يؤثر في اختياره لأنواع الرسائل الإعلامية ومحتواها وشكلها، التي يقدمها للجمهور حتى يحقق الهدف الاتصالي الذي يسعى إليه(عبد الحميد، 2004، ص ص1182-183)؛ وفي هذا الصدد لاحظ الباحثان"شولمان وإثيل" أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح، حيث يؤثر الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الأخبار التي يتلقاها(فلاح، 2015، ص140)؛ فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها- إلى حد ما- توقعاته عن ردود الجمهور، وبالتالي يلعب هذا الأخير دورا إيجابيا في عملية الاتصال ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها(مكاوي، والعبد، 2007، ص303)

وقد أظهرت الدراسات التجريبية التي عقدها "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه؛ فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق هذا يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية(مكاوي، والسيد، 2012، ص184)؛ ولكن قد يعاني القائم بالاتصال الذي يعمل في وسيلة

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

جماهيرية من صعوبة تصور أو إدراك جمهوره، ولأن مؤسسات الإعلام تتسم بالتعقيد وتستخدم عددا كبيرا من البشر ليس في تعليمهم وخلفيتهم جوانب كثيرة مشتركة مع السواد الأعظم من الجمهور، لذلك نجد أن قيم أولئك العاملين ستلعب دورا هاما في الطريقة التي ستؤدي بها عملهم، بالإضافة إلى ذلك من الصعب أن يختار القائم بالاتصال جمهوره بدقة لأن الاتصال الجماهيري بحكم طبيعته عام ويتوافر للجميع، بالرغم من أنه في بعض الظروف الخاصة، قد تجيب وسائل إعلام معينة جماهير محددة بدقة (رشتي 1978، ص350).

11-2 - 2 - 1 - 5 - الانتقادات التي وجهت لنظرية حارس البوابة: وجهت لنظرية حارس البوابة مجموعة من الانتقادات نذكر أهمها فيمايلي:

إن الرسالة الإعلامية بما تحمله من معاني تمر بعدة مراحل حتى تصل عند الجمهور، وفي كل مرحلة من هذه المراحل هناك شخص يحدد ما الذي يعرض ويتم استبعاده، وهذا الشخص هو كحارس للبوابة، وبالتالي ففي وسائل الإعلام هناك من هو قيّم عليها ويحدد ما يتم عرضه أو ما يتم استبعاده وفق مقاييس الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية، وبالتالي التأثير في المجتمع هو ناتج عن تأثرهم بأفكار واختيارات وقواعد وقيم حارس البوابة لأنه هو الذي يحدد المواضيع المطروحة؛ فتأثير هذه الوسائل يأتي في دور حارس البوابة في سماحه لهذه الرسالة أو منعه لها (فلاح، 2015، ص138).

- إن دور حارس البوابة الإعلامي مؤثر في الجمهور من ناحيتين:

أولاً: من خلال ما يعرضه عليه بناء على اعتبارات شخصية بحتة، قد تكونت تلك الاعتبارات سياسة إعلامية مقصودة مراد من خلالها إحداث تغير ثقافي واجتماعي بالجمهور المستهدف، وقد تكون وجهة نظر أملتتها تنشئة ثقافية واجتماعية معينة لحارس البوابة، أيا كان موقعه في وسيلة الإعلام المعنية ومهما كانت تلك الاعتبارات فإنها التأكيد لا علاقة لها بمصلحة الجمهور من قريب أو بعيد (الحضيف، 1998، ص25)

ثانياً: من خلال تأثير حارس البوابة في الجمهور من خلال ما يحجبه عنهم

- وفي دراسة أجراها الباحث "وارين بريد" على القائمين بالاتصال والقوى الاجتماعية التي تؤثر على القائمين في الصحف سنة 1955، وقد توصل إلى وجود عملية تأثير تعالج بها الصحف الصغيرة، تميل على تقليد الكبيرة، وبالتالي يحرم الجماهير من التغير والتنوع وتلاقح الآراء، ولا يساعد على خلق رأي عام واع؛ كما توصل الباحث في دراسة أخرى كيفية تحكم الصحف بالمنتج الصحفي الإعلامي من خلال عمليات الدفن والحذف للأخبار، وخاصة الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي أو تهاجمه أو تهدد إيمان القائم بالاتصال (المشاقبة، 2015، ص193).

- وفي دراسة "جيبير" أظهرت حقيقتين تبعثان على القلق:

أولاً: أن محرر الأنباء الخارجية كان في سلوكه الاتصال سلبيا ولا يلعب دورا فعالا كقائم بالاتصال، فهو لا يدرك بشكل انتقادي الأنباء التي تصله يوميا، وهناك بعض الدلائل التي تشير بأن محرر الأنباء

الأبناء الخارجية كصحفي يعمل ملازما لمكتبه، وقد تختلف دوافعه عن المخبر الذي ينتقل من مكان إلى آخر كي يجمع الأخبار، ويؤثر هذا بالتالي على ما يختار ذلك المحرر من أبناء، وربما كان محرر الأبناء الخارجية كسولا، أو أصبح كسولا لان رؤساءه لا يشجعونه على أن يصبح أكثر نشاطا، وبشكل عام فهذا المحرر لا يختار برقياته بشكل يظهر أنه يقيد ما يقدمه بشكل نقدي(رشتي، 1978، ص296) **ثانيا:** إن محرر الأبناء الخارجية كقائم بالاتصال ليس لديه إدراك حقيقي لطبيعة جمهوره، ولهذا فهو لا يتصل بذلك الجمهور في واقع الأمر، وإذا كانت المهمة الأساسية للصحيفة هي تقديم تقرير هادف عن الظروف المحيطة من أجل خدمة القارئ، فيمكن أن نقول ان هذه المهمة كانت تؤدي فقط بالصدفة(المشاقبة، 2015، ص193)

2-11-2 -2 نظرية ترتيب الأولويات:

2-11-2 -2 -1 نشأة وتطور النظرية: ترجع بداية هذه النظرية إلى "والتر ليبمان" من خلال كتابه، حيث يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيانات زائفة في عقول هذه الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع(مكاوي، والعبد، 2007، ص392).

وعلى الرغم من غموض مفهوم "ليمان" بالمقارنة بالفروض المحددة والدقيقة لترتيب الأولويات، إلا أنه يمكن القول بوجود صلة بين ما قاله والمفهوم اللاحق لترتيب الأولويات(العبد، العبد، 2011، ص324). وقد ظهرت أول إشارة إلى وظيفة وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات(الأجندة، أو ما يسمى ترتيب جدول الأعمال) في مقال للصحفي والباحث "نورتن لانج" عام 1958 والذي وجد ان الصحافة هي المحرك والعامل الأول في وضع أجندة القضايا المحلية باعتبارها تمارس دورا كبيرا في تحديد ما يتحدث عنه معظم الناس(الخرزوجي، 2015، ص127).

وبعد ذلك أعاد الباحث "كوهين" إحياء وجهة "ليمان" حين زعم أن وسائل الإعلام لا تتجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنتج دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه(المعلومات)(مكاوي، والسيد، 2012، ص289).

هذا وقد طور "ماكوس و"شو" في عام 1972 بحوث الاجندة واختبروا فرضها الرئيسي الذي يتمثل في العلاقة الإرتباطية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة واهتمام الجمهور بها(العبد، والسيد، 2011، ص325).

بينما قد يكون لوسائل الإعلام تأثير محدود على نوع أو شدة الاتجاهات، إلا أنه يفترض أن تقوم وسائل الإعلام بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون بتلك الوسائل تأثير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة(مكاوي، والسيد، 2012، ص290)

وبناء على نتائج هذه الدراسات ثبت أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يدعم قدرته على فهم ومعرفة القضايا المحيطة به ووضع تصورات عن الحلول للمشاكل التي تواجهه، وهذا لا يعني أن وسائل

الاتصال قد نجحت في استمالة الأفراد لتغيير رأيهم وتبني وجهة نظر جديدة، لكنه يعني أنها نجحت في إقناع الناس بأن يعتبروا بعض الموضوعات أكثر أهمية من موضوعات أخرى، وهو ما يعني بالنتيجة أن جدول وسائل الإعلام، أو بالأحرى ترتيب أهمية الموضوعات عندها هو نفسه جدول أعمال الجمهور (الخروجي، 2015، ص ص 128-129).

2-2-2-11-2 مفهوم نظرية ترتيب الأولويات: تسمى هذه النظرية بنظرية وضع الأجندة، وتهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع (الطيب، 2012، ص 138).

فمفهوم هذه النظرية هو أن القائم بالاتصال يحاول أن يرتب اهتمامات الجمهور وفق القضايا التي تتناسب وتوجهاته الفردية أو بما يوافق إيديولوجية المؤسسة الإعلامية (البشر، 2014، ص 105).

وكلمة (أجندة) بشكل عام تعني حسب قاموس المورد برنامج أو جدول الأعمال، والمقصود بها في الإعلام قدرة وسائل الإعلام على تحديد الأولويات فيما يخص المواضيع والقضايا التي سيناقشها الناس، وجدول الأعمال مفهوم شائع في اللقاءات والاجتماعات، ذلك أنه في أي لقاء هو الذي يحدد ترتيب المواضيع التي سوف تناقش بناء على أهميتها.

وقد عرف " ستيفانس بايرسون" نظرية ترتيب الأولويات بأنها: " العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق ردود فعل الحكومة والجمهور من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وإن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما يتعرض لها سوف كيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة (الخروجي، 2015، ص ص 130-131)

فلسفة هذه النظرية تلتقي مع القول المشهور لأحد علماء الاتصال هو: " إنه مهم جدا لدرجة أنه حاضر دائما في وسائل الإعلام والآخر تافه للحد الذي يرى إلا نادرا في وسائل الإعلام" (الحضيف، 1998، ص 23).

2-2-3-11-2 أهمية وأهداف نظرية ترتيب الأولويات: إن أية وسيلة إعلامية مهما كانت لا بد لها من خطة واستراتيجية وأهداف مبنية على أساسها، ولا يمكن لوسيلة إعلامية أن تتجح دون وضع هذه الخطة التي من خلالها تصنف كل الموضوعات والقضايا بحسب الأهمية والأولوية، فنظرية ترتيب الأولويات تعد إحدى نظريات دراسة الديمقراطية في مجتمع معين في الوقت الحاضر فأساس الديمقراطية هو أن تستجيب الحكومة لرغبات الرأي العام، بينما يقوم الإعلام بدور الوسيط في شرح هذه الرغبات وتفسيرها، ما من شأنه يعمق مفهوم ديمقراطية الإعلام، وأنه توجد علاقة مباشرة بين الرأي العامة والسياسات العامة، بحيث يسمح الإعلام بالكشف عن القضايا المهمة ذات الأولوية، ويقوم بترتيبها حسب درجة أولويتها، وبعد ذلك معالجتها بنوع من الانسجام بين رؤية الإعلام ورؤية الجمهور للقضية من جهة أخرى (الدلمي، 2012، ص ص 51-52)

كما تكمن قوة وأهمية هذه النظرية في اهتمام عدد كبير من العلماء بدراسة هذا المجال، كل حسب تخصصه، فقد اهتم بدراسة نظرية ترتيب الأولويات كل من باحثين: الإعلام، علم النفس، السياسة، وعلم الاجتماع السياسي، وذلك سعياً وراء تكوين فهم دقيق عن كيفية التعامل مع الرأي العام والتأثير عليه وإعادة صياغة اتجاهاته وطرق تفكيره (العبد، والعبد، 2011، ص ص 329-330).

كما أن هذه النظرية، تسمح بالكشف عن أولويات القضايا لدى كل من وسائل الإعلام والرأي العام في فترة زمنية .

ترتيب الأولويات كذلك يخلق الإحساس المشترك بالمجتمع الواحد بما يقاوم حالات التفتت الاجتماعي والتصدع السياسي (الخروجي، 2015، ص 135)؛ علاوة على ذلك، فإنها تهدف إلى صنع الثقافة السياسية للجمهور، ناهيك على أنها تلعب دوراً اجتماعياً هاماً بتحقيق الإجماع حول بعض الاهتمامات والموضوعات وإكسابها أهمية عند الجمهور التي يمكن أن تصبح رأياً عاماً (الدليمي، 2012، ص 44)، بالإضافة إلى التأثير على تغيير المعرفة عند الأفراد وبناء تفكيرهم، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الإعلام، وهو مقدرتها على ترتيب العالم وتنظيمه عقلياً للأفراد (الخروجي، 2015، ص 137)، وحسب تعبير "ديفلر" هذه النظرية توسعت من أهمية إعداد جدول الأعمال من فرضية وصفية إلى فرضية لها مغزاهما القوي وأهميتها للعلاقة الديناميكية بين الصحافة والجمهور والسياسيين (ديفلر، وبول، 1998، ص 367) وبحوث الأجنحة لها أهمية كبيرة كونها تجمع بين التأثيرات وبين الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمعات المختلفة (الطرابيشي، والسيد، 2006، ص 267).

2-11-2 - 2-4-2 - فروض نظرية ترتيب الأولويات:

تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، مما يجعلها تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، من ثم تلقى أهمية أكبر عند الناس من الموضوعات الأخرى (McCombs and Donald, 1972, P17)؛ أي أن هذه النظرية تفترض كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور (العبد، والعبد، 2011، ص 342)، بعبارة أخرى، أن هذه النظرية انطلقت من فرضية مؤداها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال فيما يجب أن يفكر به الجمهور وليس كيف يفكر (المشاقبة، 2015، ص 187)؛ أي أن الموضوعات التي تركز عليها وسائل الإعلام والاتصال تمثل لدى الجمهور أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام أو التي تطرحها وسائل الإعلام أقل أهمية عند الجمهور (الطيب، 2014، ص 138)؛ بمعنى آخر محاولة وسائل الإعلام تركيز وشد انتباه الجمهور على عدد قليل من القضايا والموضوعات الرئيسية، رغم أن هناك عدد كبير من القضايا الأخرى اللافتة للانتباه (Ropert S, and Others, 2014, p252)؛ كما أن هذه النظرية تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين أجنحة وسائل الإعلام وأجنحة الجمهور، ومن

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

بين الدراسات التي اختبرت هذا الفرض دراسة" دافيد ب هيل" 1985، ودراسة " إلين ريتشارد ل."، فاستو إيكارى" 1988، أما الدراسات العربية التي اختبرت هذا الفرض فنجد كلا من دراسة " بسيوني حمادة 1986"، " سالم عيسى بلحاج 2004" ونهى العبد 2006" (العبد، والعبد، 2011، ص 342).

إن الافتراض الأساسي لمقترح تحديد الأجندة بكل بساطة مفاده أنه أثناء عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام (الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون) باختيار بعض القضايا من بين الكم الهائل الموجود على الساحة تُضعها في مستهل الأخبار، في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور، وتصبح هذه القضايا مع مرور الوقت والتوكيد عليها وتكرارها، مهمة في أذهان الجمهور وجزء لا يتجزأ من أجندته القائمة؛ يعني أن تأثير وسائل الإعلام في مجال تكوين الرأي العام يتم بتركيز انتباه الجمهور على من؟ وماذا يفكر؟ (بومعزة، 2006، ص ص 85-86)؛ لكن هل تخبرنا وسائل الإعلام (أيضاً) بماذا تفكر؟: إن أهم التحديات التي تواجه الإدعاءات الأصلية الخاصة ببحوث وضع جدول الأعمال، تدحض بشكل مباشر ادعاء برنارد كوهين بأن وسائل الإعلام تخبرنا فقط بما يجب التفكير فيه وليس بما نفكر فيه؛ في الواقع، منذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي، نشر علماء الاتصالات مئات الدراسات التي تبين أن وسائل الإعلام تخبرنا بما يجب التفكير فيه (أي القضايا التي يجب التركيز عليها) وما الذي يجب التفكير فيه (أي المواقف والأحكام التي يجب اتخاذها بشأنهم) (Stephen W. and Karen A, 2009, p32).

بمعنى آخر أن الإعلاميين يلعبون دوراً هاماً في تشكيل حياتنا الاجتماعية، حينما يمارسون دورهم في اختيار وعرض الأخبار علينا وترتيب الأولويات فيها، أي أن وسائل الإعلام تقوم بتحديد المسائل الهامة لنا، فالأولويات التي تفرضها على الجمهور تكون هي نفسها لدى الجمهور، ذلك أن وسائل الإعلام تقوم بوضوح الأجندة للجمهور (أبو أصبع؛ 2006، ص 145).

2-2-11-2- العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:

2-2-11-2- طبيعة وأهمية القضية: يقصد بطبيعة القضايا مدى كون القضية ملموسة أو معروفة لدى المتلقي، وتمثل طبيعة القضية وإدراك الجمهور لها أحد أهم المتغيرات الوسيطة، فكلما زادت درجة معايشة الجمهور للقضية قلّ تأثير وسائل الإعلام بشأنها، وذلك لأن الخبرة المباشرة سوف تعمل بديلاً لوسائل الإعلام في حلق الاهتمام، وكذلك الحال للقضايا ذات الطابع النظري (التجريد) التي يصعب على المرء استيعابها (الخرزوجي، 2015، ص 140)، وقد أجرى " زوكر" أول دراسة إمبريقية تهدف إلى قياس تأثير طبيعة القضية خلال فترة زمنية ممتدة لثمانية أعوام من 1968 إلى 1976، ثم نشر هذه الدراسة سنة 1978، وقد أجرى الباحث القياس على ست قضايا، منها ثلاثة اعتبرها غير ملموسة وهي: التلوث، المخدرات، الطاقة، وثلاثة ملموسة هي: تكاليف المعيشة، البطالة، الجريمة. وخلص الباحث إلى وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام على القضايا الملموسة (مكاوي، والعبد، 2007، ص ص 396-397)، والقضايا الملموسة هي تلك القضايا التي كون للجمهور خبرة فيها (الطيب، 2014، ص 142)، وبالرغم

من تعدد الدراسات التي أجريت بشأن تحديد نوع القضية مجردة أو ملموسة، إلا أنه لم يستقر بعد على طريقة موحدة لتحديد نوع القضية ملموسة كانت أم مجردة، لكن بوجه عام تعد القضايا المعتادة اليومية التي يعايشها الجمهور هي قضايا ملموسة (العبد، والعبد، 2011، ص335)

أما أهمية القضايا: فقد افترضت دراسة كاتز وزملاءه وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية، وزيادة حصولها على أولويات أكبر (مكاوي، والسيد، 2012، ص294)؛ أي الارتباط المتبادل بين مدى اهتمام المتلقي بقضية ما، ووفرة نصيبها في الحصول على الأسبقية الترتيبية؛ أي كلما كان اهتمام المهور كبيرا لقضية ما كانت درجتها الترتيبية أفضل (الخرزوجي، 2015، ص141) وقد تناولتها بعض الدراسات مع التركيز على أهمية القضايا بالنسبة للجمهور ولها نوعان:

قائمة الأولويات الذاتية وهي: القضايا ذات الأهمية الخاصة لدى الفرد التي لا يتنافس مع الآخرين بشأنها.

وقائمة الأولويات الشخصية وهي: القضايا محل النقاش مع الآخرين، في حين ركزت دراسات أخرى على أهمية القضايا لدى وسائل الإعلام، ومن الجدير بالذكر، أن أهمية أي قضية تتولد نتيجة الارتباط المباشر بين تلك القضية والفرد والمجتمع، سواء كانت قضية سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، فهي إفران طبيعي للعلاقة بينهما، وبذلك فإن هذه الأهمية تولد الإحساس بالحاجة لمعرفة المزيد حول القضية أو الموضوع المثار (العبد، والعبد، 2011، ص ص339-340).

2-11-2 -2-5-2- الخصائص الديموغرافية: يعد هذا المتغير مثار جدل بين العديد من الباحثين فهناك من يؤمن بوجود علاقة بينها وبين عملية ترتيب الأولويات، وهناك من لا يؤمن بذلك، كخاصية التعليم مثلا، إذ توصل "ويتني" في دراسته إلى التعليم يؤدي دورا مهما في ترتيب أولويات القضايا المطروحة من قبل الوسائل الاتصالية (الخرزوجي، 2015، ص141)؛ ومن جانب آخر أشارت دراسة" شاو، ومارتن" إلى عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديموغرافية وترتيب الأولويات.

كذلك أشارت دراسة"بسيوني حمادة"1987، ودراسة حسن عماد مكاوي1991، إلى أن الخصائص الديموغرافية ليست من العوامل المؤثرة في تحديد الأولويات (مكاوي، والسيد، 2012، ص295).

2-11-2 -2-5-3- الاتصال الشخصي: تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة (مكاوي، العبد، 2007، ص398).

ومن أمثلة ذلك دراسة "موتز 1987" الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة اجتماعية ، ودراسة" ويفر1982" حول دور الاتصال الشخصي في نقل المعلومات وترتيب الأولويات، وأيدت هذه الدراسات دور الاتصال الشخصي في ترتيب أولويات الاهتمام (مكاوي، والسيد، 2012، ص295)وقد كانت دراسات " لازارسفيلد" للاتصال الشخصي أهمية بالغة في تناول جدول الأعمال والجمهور وأهم المتغيرات المتحركة فيها، باعتبار أن الفرد عند تناوله القضايا التي تعرضها عليه وسائل الإعلام، أو القضايا التي يرى فيها أهمية، في كلتا الحالتين تخضع هذه القضايا

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

لعدة جهات للنظر فيها وفي ترتيبها بحكم طبيعة الفرد في مشاركة الآخرين وميله إلى رأي الأغلبية للحكم على القضايا المعروضة، ولكن وضع جدول الأعمال الخاصة بالفرد لا يخضع في كل الحالات على ما يراه الآخرون مهما، بل قد يتناول الفرد قضية معينة لأنه يعايشها(تمار، 2004-2005، ص 115-116)؛ وأوضحت الدراسات أن المعلومات التي تنتقل عبر الاتصال الشخصي تستند على التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، لأن هذه الأخيرة تساهم في تشكيل الأجندة الإخبارية للأفراد الذين يشاركون في محادثات مع الآخرين حول أجندة القضايا التي تثيرها وسائل الإعلام بدرجة أكبر من الذين لا يمارسون الاتصال الشخصي؛ وبهذه الطريقة الاتصال الشخصي بهمة الوصل بين الإدراك الذاتي لأهمية القضايا على المستوى الشخصي، وبين إدراك أهمية هذه القضايا على المستوى العام(الطرابيشي، والسيد، 2006، ص 269)

2-11-2 - 2-5-4- توقيت إثارة القضايا: كلما كان اختيار الوقت مناسباً لاختيار قضية معينة وطرحها على الجمهور، كانت التأثيرات الاتصالية بشأنها أقوى(الخرروجي، 2015، ص 141)؛ فهناك عدة دراسات أشارت إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات، ومن أمثلة هذه الدراسات دراسة " روبرتس " حول التنبؤ سلوك التصويت الانتخابي، ودراسة " بروسياش " و"كليب لنجر" حول تأثير وسائل الإعلام على الميول الانتخابي في ألمانيا(مكاوي، العبد، 2007، ص 398).

2-11-2 - 2-5-5- نوع الوسيلة المستخدمة: أثبتت العديد من الدراسات المتعلقة بهذا الشأن أن هناك علاقة طردية بين فعالية وميزات الوسيلة الإعلامية من جهة، ومدى التأثير الذي تحدثه في تحديد الأولويات لدى المتلقي(الخرروجي، 2015، ص 141)، حيث أشارت دراسة "ماكويش" إلى أن الصحف تقدم وظيفة وضع الأولويات لقراءها، في حين لا يقدم التلفزيون هذه الوظيفة للمشاهدين(مكاوي، والسيد، 2012، ص 297)؛ أما دراسة "خالد صلاح الدين" إلى أن الصحف والتلفزيون يحققان وظيفة وضع الأولويات للجمهور، ولكن الاختلاف يكمن في المدى الزمني لوضع الأولويات، حيث ثبت أن التلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير، في حين تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى البعيد(مكاوي، والعبد، 2007، ص 399-400)؛ ومن ناحية أخرى أوضح بعض الدراسات أن الجمهور يفضل التلفزيون كوسيلة لاستقصاء الأنباء القومية والعالمية، في حين يفضلون الصحف كوسيلة لاستقصاء الأخبار المحلية(العبد، والعبد، 2011، ص 337)

2-11-2 - 2-5-6- المدى الزمني لصياغة الأولويات: يحظى المدى الزمني الذي تحقق فيه وسائل الإعلام أقصى تأثير تراكمي على أولويات الجمهور باهتمام كبير ضمن الإطار العام لنظريات الاتصال، وقد أشار المنظرون في بدايات تناولهم لنظريات الاتصال إلى أن تأثيرات الرسالة لا تحدث قصراً أو بشكل إلزامي، كما أنها لا تحدث بشكل مباشر وسريع(مكاوي، والعبد، 2007، ص 400)

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

بل هي تأثيرات تدريجية تستغرق أوقات نسبية معينة وفقا لطبيعة القضايا المطروحة بين عمليتي العرض والتلقي لهذه المواد(الخرزوجي، 2015، ص142)؛ وحول هذا التأثير أشار " هوفلاند" إلى فكرة التأخر أو التباعد ما بين تقديم المصدر للرسالة من ناحية، وقبول المتلقي لها من ناحية أخرى، وعرف ذلك بالتأثير النائم، فبعد فترة من الزمن ينسى المتلقي المصدر في حين يتذكر الرسالة(مكاوي، والسيد، 2012، ص297).

وقد اختلفت الدراسات في تحديد طول الفترة التي تنتقل فيها أجندة الإعلام إلى الجمهور، وقدرتها بعض الدراسات بحوالي أربعة أشهر، ودراسات أخرى قدرتها بحوالي شهر إلى ستة أشهر، بينما أوضحت دراسات أخرى أن المدة المثالية لانتقال الاهتمام بقضية معينة من أجندة الإعلام إلى أجندة الجمهور يستغرق شهرا، ومن هذه الدراسات دراسة" وينتر و يال" 1981 ودراسة " ألتون 1989" ودراسة " جو نزينباش1992"، وربما تعد هذه الاختلافات إلى اختلاف ظروف كل دراسة عن الأخرى، ومن الملاحظ أن المدى الزمني الأمثل لوضع الأجندة غير ثابت، وغير محدد مما يتطلب إجراء المزيد من الدراسات لتحديد المدى الزمني الأمثل لانتقال الأجندة(العبد، والعبد، 2011، ص338).

2-11-2 -2-6- الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

إن ترتيب أولويات الجمهور في القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام هي عملية أيديولوجية، وهذه العملية تجعل وسائل الإعلام تركز على موضوع معين، وتمنحه حيزا كبيرا يدل على أن الموضوع له من الأهمية ما يجعله حاضرا باستمرار وبكثرة في وسائل الإعلام، كما أن الموضوعات الأخرى ليس لها أهمية لدى الجمهور، وهذه الأهمية التي تمنحها وسائل الإعلام لموضوعات دون أخرى لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا هي أهم من تلك التي تعرضها وسائل الإعلام، بل يؤثر بشكل مباشر على الوعي العام بقضايا المجتمع(البشر، 2014، ص107).

- يرى"جريفين" أنه على الرغم من أن"ماكويس وشو" اعتبرا أن وظيفة الأجندة حقيقة قائمة، إلا أن بعض الدراسات التالية أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة، حيث أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتكوين أجندة قضاياهم قد اختلف كثيرا من دراسة لأخرى(العبد، والعبد، 2011، ص350)

- هذا وقد وجد"كاراجيه وزملاؤه" العديد من الانتقادات لبحوث وضع الأولويات والتي نذكر منها:
- غياب الأسس النظرية التي تركز عليها هذه البحوث، لأنها تركز على بحوث وقضايا متخصصة، بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس(مكاوي، والعبد، 2007، ص401).

- إغفال هذه النظرية التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام، وركزت على الآثار قصيرة المدى(العبد، والعبد، 2011، ص350).

- إغفال بعض الأحداث السريعة التي يؤثر في صياغة الأولويات التي تخص وسائل الإعلام والجمهور معا(الخرزوجي، 2015، ص152)؛ ويرى محمد عبد الحميد: " أن القائمين على التحرير في وسائل

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

الإعلام هم الذين يتولون بأنفسهم ترتيب الأولويات بالنسبة لما ينشر أو لا ينشر، وتحديد موقعه ومساحته وزمنه من الوسيلة الإعلامية، وبالتالي التأثير في إدراك القارئ للأخبار والآراء بما يتفق مع اتجاهات القائمين بهذا الترتيب (عبد الحميد، 1992، ص ص 33-34).

وعلى الرغم من تلك الانتقادات، فهناك إجماع لدى الباحثين على أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم وسائل الإعلام في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام (مكاوي، والسيد، 2012، ص 299).

2-11-3- نظرية الاستخدامات والإشباعات(*)

تأخذ هذه النظرية في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشر مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها (أبو العلا، 2014، ص 83)؛ بعكس النظريات السابقة، تحاول هذه النظرية أن تنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، بناء على هذه النظرية، ليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها؛ بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام (الحضيف، 1998، ص 26).

إن ظهور هذه النظرية في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال على جمهور المتلقين (الطيب، 2014، ص 145)

2-11-3-1- النشأة والتطور:

يعد "الياهو كاتز" أول من وضع اللبنة الأولى في النظرية الاستخدامات والإشباعات، عندما كتب مقالا عن هذه النظرية سنة 1959 يرد فيها على رؤية "بيرلسون" بموت حقل أبحاث الإعلام ن حيث قال: "بان حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات إذا استهدفت اغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، واقترح "كاتز" التحول إلى تساؤل حول: ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟ (أمين، 2008، ص 34).

وتمثل النظرية تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام والطاغية، الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية، التي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لان الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة

(*)عتمدنا في دراستنا على هذه النظرية رغم أن الباحثين صنفوها في خانة النظريات التي تخص جمهور وسائل الإعلام، كون الجمهور عنصر مهم جدا في التأثير على القائم بالاتصال (اتجاهات الصحفيين الجزائريين محل الدراسة) نحو أنواع صحفية معينة، تلبية لرغبات هذه الجماهير.

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

متشابهة خاصة مع الاعتقاد متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود، وليس لأسباب منطقية، لكن نظرية الاستخدامات والإشباع لها رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام (العبد، والعبد، 2011، 297).
لقد اهتمت هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة (مكاوي، 2012، ص239).

تعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام عملية معقدة، وترجع إلى عدة عوامل متشابهة منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية مثل: السن، الدخل، التعليم، المستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد...إذ أن كل هذه المتغيرات أو بعضها تأثير على اختباره للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها (العبد، والعبد، 2011، ص297).
وبذلك ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من الإجابة على السؤال ماذا؟ إلى الإجابة على السؤال لماذا؟ للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بدوافع التعرض، كما إنها تحاول التعرف على الإشباع التي حققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور، وبهذا تم تحويل واهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور، إلى ما يفعله الجمهور في الرسالة، ومن هنا اختلفت هذه النظرية عن النظريات التي سبقتها، حيث ركزت على الجمهور: خصائصه، ودوافعه انطلاقا من مفهوم الجمهور النشط " الإيجابي" الذي يختار رسالة إعلامية معينة، لتحقيق منفعة ما (العبد، والعبد، 2011، ص298).
رغم هذه الشعبية التي تحظى بها هذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، إلا أن تطور هذه النظرية كان بطيئا، وذلك لعاملين أساسيين هما: (الطباشيري، والسعيد، 2006، ص232)
- سيطرة اتجاهات بحوث التأثير على دراسة الاتصال الجماهيري قبل وبعد الحرب العالمية الثانية، ولم تحظى دراسات الاستخدام والإشباع القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام كاف.
- كانت بحوث الاستخدامات والإشباع في مراحلها الأولى تقتصر إلى افتراضات نظرية (العادلي، 2004، ص111).

2-11-2-3-2- فروض النظرية وأهدافها

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين، قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي ينطلقون منها، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ويرى "كانتر وزملاؤه" أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية، هذه الفروض هي كمايلي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد. (العادلي، 2004، ص113)

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .

- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط. (البشر، 2014، ص135)

أما أهداف النظرية فهي كما يلي: (مكاوي، والعبد، 2007، ص364)

- السعي إلى كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاتهم .

- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

2-11-2-3- عناصر النظرية: تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية، هي كمايلي:

2-11-2-3-1- افتراض الجمهور النشط: فالجمهور وفقا لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته و أهدافه، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل و من هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذه النظرية (العادلي، 2004، ص126).

ويرى "ليني" و "ويندال" أن نشاط الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري له بعدان هما:

البعد الأول: وهو ما أسماه التوجيه النوعي لأفراد الجمهور نحو عملية الاتصال وهو توجه ذو ثلاث مستويات:

الانتقائية: وهي عملية الاختيار غير العشوائي لواحد أو أكثر من البدائل المعرفية أو الإدراكية المرتبطة بوسائل الإعلام.

الانهماك: وهي الدرجة التي يدرك بها فرد من الجمهور وجود رابطة أو صلة بينه وبين محتوى وسائل الإعلام وكذلك الدرجة التي يتفاعل بها الفرد سيكولوجيا مع وسيلة إعلامية أو محتواها.

المنفعة: وهي أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام أو يتوقعون استخدامها لتحقيق أهداف اجتماعية أو نفسية.

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

البعد الثاني: أسماء ليفي وويندال البعد المؤقت وهو تقسيم الجمهور في عملية الاتصال على أساس بذل هذا النشاط قبل وأثناء وبعد التعرض (حسن:1991، ص 13)

أكدت كذلك دراسات أخرى فيما يتعلق باستمرارية نشاط الجمهور وفاعليته حتى مع تطور تكنولوجيا الاتصال، على أن هذا الجمهور يظل نشطا حتى مع استخدامه وسائل الإعلام الحديثة. ففي أجزاها "ليفي" (1978 م) حول استخدام الجمهور لجهاز الفيديو والذي كان يعتبر من التكنولوجيا الحديثة الجديدة للجمهور في ذلك الوقت، وقد توصل "ليفي" في هذه الدراسة التي استهدفت قياس تسع أنواع مختلفة من التفاعل مع المضامين المقدمة إلى مالكي أجهزة الفيديو أظهرها درجات عالية من التفاعل والنشاط. وفي دراسة أخرى أجراها كل من "روبين" و"بانتر" (1989 م) والتي طبقا فيها مدخل الاستخدامات والإشباع على استخدام الجمهور لجهاز (الفيديو. وأوضحت هذه الدراسة أن مستخدمي أجهزة الفيديو يختارون بكامل إرادتهم شرائط الفيديو لعدد مختلف ومتنوع من الأغراض (Severin, 1992, pp278-279).

2-11-2-3-3-2- الأوصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام.

ويعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده و تفاعله مع بيئته الاجتماعية، و من خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، و الملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل بل تؤثر أيضا على نفسه لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها (أمين، 2008، ص 38).

2-11-2-3-3-2- دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات و الإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية و الاجتماعية و تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال. و قد اعتبر كاتز Katz و زملاؤه 1983 أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين، و قاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث السابقة و ذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية و النفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي: (أمين، 2008، ص 39).

- الحاجات المعرفية: اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم.
- الحاجات العاطفية: العواطف، الاستماع، الخبرة الجمالية.
- الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصداقية، الثقة، الاستقرار.
- الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة و الأصدقاء.
- الحاجة لتحقيق التوتر: الهروب و الترفيه

2-11-2-3-3-2- التوقعات من وسائل الإعلام:

يرى (كاتز) أن التوقعات هي " الإشباع التي يبحث عنها " (حسن، 2004، ص 23) . وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل و المضامين . ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب (ويليام ريفرز وآخرون، 2005، ص296)

ويصف "بالمجرين" *1984 Palmgreen* م التوقعات باعتبارها "سيناريو" يقرر الفرد من خلاله ما يتوقعه من وسائل الإعلام وقيم مدى تلبية هذه التوقعات. فاستخدام التلفزيون مثلا يلبي غالبا التوقعات التي يستخدم من أجلها وبالتالي يحصل الإنسان على ما يتوقعه وهذا يبرر اختيار بعض الجماهير للوسائل الإلكترونية بدلا من الوسائل المطبوعة (السيد، 2008، ص 10).

2-11-2-3-5- التعرض لوسائل الاتصال:

يفترض مدخل الاستخدامات و الإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، و في إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع و تمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور لمستخدم الانترنت فيما يلي:

- اكتشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي.
- البحث عن المعلومات.
- الاستمتاع و التسلية.

- الاتصال بالآخرين حيث يستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الانترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد، ومن واحد إلى مجموعة، من مجموعة إلى مجموعة) و توجد تطبيقات للاتصال الإنساني عبر الانترنت سواء في الأنشطة البحثية و العلمية أو في مجالات الاتصالات الشخصية و الاجتماعية، مثل استخدام خدمات البريد الإلكتروني و الجماعات الإخبارية و جماعات المنافسة، أو غرف الحوار و الدردشة.

- تحقيق الوجود الافتراضي و هو من الإشباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب، و يعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر، و تختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها.

و هناك عدة جوانب لمفهوم الحضور أو الوجود الافتراضي، منها ما يتعلق بحيرة نقل الواقع إلى المستخدم في مكانه، و منها ما يتعلق بخبرة الانتقال أو تبادل الأماكن و المقصود بخبرة نقل الوقائع أو تصويره الدرجة التي تستطيع فيها الوسيلة أن تقدم للجمهور تصورات قريبة من تصوراتهم للموضوعات و الأحداث المختلفة و تبدو كما لو كانت حقيقة واقعية (أمين، 2008، ص 40).

2-11-2-3-6- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الإشباعات:

2-11-2-3-3-6-1- إشباعات المحتوى: و تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، و هي

نوعين:

- إشباعات توجيهية تتمثل في: مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات .

- إشباعات اجتماعية ويقصد بها: ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية
" (مكاوي، والعبد، 2007، ص ص371-372) .

2-11-2-3-3-6-2- إشباعات العملية: و تنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين: إشباعات شبه توجيهية و تتحقق من خلال الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتتعكس في برامج التسلية و الترفيه والإثارة وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و إحساسه بالعزلة (مكاوي، السيد، 2008، ص249)

2-11-2-3-4- الانتقادات الموجهة للنظرية

- إن فكرة اعتماد هذا الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق وإشباع حاجاتهم قد ذهبت بعيدا عن فكرة الإشباع، بحيث أصبحت أي رسائل إعلامية تخدم العديد من الوظائف والتي منها التعلم الاجتماعي وتدعيم الهوية واستمرارية التفاعل الاجتماعي وتوفير فرصة الهروب والاسترخاء...، ولكنها بالتدريج أصبح من الواضح أن هذه الوظائف قد أصبحت غير محددة، وهذه الدراسات لم تحدد ما الذي تم تعلمه، وما هي جوانب الهوية التي يتم دعمها وما الذي يتم الحديث عنه وإلى أين سيذهب الفرد (Severin, 1992, p65)

- يرى بعض النقاد أن هذه النظرية أقل من أن تكون نظرية مستقلة بذاتها وما هي إلا صياغة معادة محددة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي (ديفلر، وبول، 1993، ص267)

- إن تطبيق هذا المدخل يطرح تساؤلات حول قياس الاستخدام، فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام، وهل يشير ذلك وحده إلى الاستغراق في المحتوى والإحساس بالرضا طوال فترة التعرض، وهل تشير كثافة التعرض أو الاستخدام إلى قوة الدافع وضغط الحاجات على الفرد المتلقي مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على كثافة التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات. (عبد الحميد، 2000، ص291)

- يستخدم الكثير من باحثي هذه النظرية الأطر والمفاهيم النظرية الحالية في التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وهي أطر ومفاهيم لا يمكن أن تؤدي إلى فهم عميق للعلاقة القائمة بين التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال وبين جمهور وسائل الإعلام (حمدي حسن، 2004، ص33)

- تنطوي نظرية الاستخدامات والإشباعات على جوانب محيرة، فالجمهور النشط الذي يفرض وجوده لن يستخدم وسائل الإعلام بعقلانية في كل الحالات، كما أن عنصر النشاط يتضمن مزيدا من العمدية التي تسبق الدوافع والاختيارات والأذواق والاهتمامات. وهي عوامل تعتمد عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات.

- ركزت بحوث الاستخدامات والإشباعات على الاختيار الكلي للوسائل والمحتوى ولم تحدد ماذا يفعل الجمهور بالمحتوى عندما يختارونه (محمد عبد الحميد، 2000، ص292).

الفصل الثاني : مدخل إلى الإعلام الرياضي

- إن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام، واختيار المحتوى وبالتالي. (تكون هناك صعوبة في تحديد شدة أو قوة هذه الحاجات وأهمية كل منها بالنسبة للفرد.

- إن هذا المدخل يتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف والوظيفة وهذه مفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق هذا المدخل تبعاً لاختلاف التعريفات، لذلك يرى بعض النقاد أنه لا بد أن تكون هناك مفاهيم متفق عليها في هذا المدخل. (إسماعيل، 2003، ص 257).

2-11-2-3-5- الرد على الانتقادات

ورد مؤيدو مدخل الاستخدامات والإشباع على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل ونلخصها في النقاط التالية: (حمدي حسن، 2004، ص 34)

- إن مدخل الاستخدامات والإشباع ليس وظيفياً بطبيعته وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام أو في تنظيم محتوى هذه الرسائل.

- إن التناقض بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور وبين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه.

- إن التغيير يمكن أن ينشأ من تنوع الظروف الاجتماعية والثقافية التي يتم خلالها استخدام وسائل الإعلام، فالاتجاهات الاقتصادية والتيارات السياسية تأتي معها بقيم واحتياجات وظروف اجتماعية مختلفة وبالتالي يخضع محتوى وتنظيم وسائل الإعلام للتغيير.

- إن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال يفرض على الوسائل والجمهور أشكالاً من التغيير.

- أمكن من خلال أساليب القياس في الدراسات السابقة التغلب على مفهوم الجمهور النشط من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في الانتقاء قبل التعرض والاهتمام أثناء التعرض وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض.

- تعتبر المشكلة الخاصة بقياس الاتجاهات والسلوك مشكلة منهجية متأصلة في العلوم الاجتماعية بصفة عامة، وليست مشكلة خاصة بمدخل الإشباع بمفرده.

- يتناسب مدخل الاستخدامات والإشباع مع نوعية البحوث الاستطلاعية في المجالات الجديدة لاستخدام وسائل الإعلام وهي مجالات تتطلب معلومات عن الجمهور وكيفية استخدامه لوسائل الإعلام، وغيرها من البيانات التي توفرها البحوث وفق هذا المدخل.

وعلى الرغم من هذه الانتقادات التي وجهت إلى هذه النظرية إلا أن صلاحيتها في دراسة الاتصال الجماهيري ما تزال قائمة حيث أنه يقدم مجالاً لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، ويساعد على وصف الأنشطة الأساسية التي تقوم به وسائل الإعلام، من حيث علاقتها بالعمليات الاجتماعية.

من خلال ما تم التطرق له في هذا الفصل من معلومات عن الإعلام الرياضي، يمكن القول أن الإعلام الرياضي لا يقل أهمية عن الأنواع الأخرى (إعلام سياسي، ثقافي...)، لما يلعبه من دور تثقيفي وتعليمي، وجعل الجماهير على دراية تامة بالوقائع والظواهر والأحداث الرياضية المحيطة بها، وكذا مساهمته في تكوين الآراء الصائبة نحو هذه القضايا؛ لذا أصبح من الضروري التخصص في مجال الإعلام، ووضع استراتيجية واضحة ودقيقة للاهتمام بهذا المجال، كون الرياضة أصبحت موردا ماليا معتبرا يعود على الدول بالفائدة، لهذا وجب على المهتمين والمسؤولين في هذا المجال في الجزائر أن يستجيبوا لمتطلبات الجماهير الرياضية الواسعة، بفتح المجال للاستثمار في الإعلام الرياضي عن طريق فتح قنوات وإذاعات وجرائد متخصصة، تعمل على تغطية الأحداث الرياضية المحلية والعالمية، لتلبية حاجات ورغبات الجماهير الرياضية في الجزائر.



الفصل الثالث

مدخل إلى الاتجاهات

إن الاتجاهات تتشكل عند الفرد عن طريق التراكمات المعرفية والاجتماعية للبيئة التي يعيش فيها، والمؤسسات الاجتماعية التي نشأ فيها ، فتبدأ من الأسرة التي تربي فيها والعادات والتقاليد التي اكتسبها، إلى المدرسة التي تعلم فيها، والمسجد الذي تلقى فيه أمور دينه وعقيدته، وكذا السلوكات التي تلقاها من خلال مصاحبة الرفاق والزملاء... كل هذه المعطيات تزيد من التراكمات المعرفية لديه، مما يزيد من خبرته وتجربته في الحياة، وبالتالي يمكنه تكوين اتجاهاته سواء بالسلب أو بالإيجاب نحو الأحداث والظواهر المحيطة به، والصحفي الرياضي كأحد أفراد المجتمع لا يمكنه الخروج عن البيئة التي يعيش فيها، فهو يعمل بالمؤسسة الإعلامية التي تعتبر مرجعا له في تكوين اتجاهاته نحو القضايا والأحداث الرياضية عن طريق المسؤولين، والقوانين الداخلية، والسياسة الإعلامية لهذه المؤسسة، ناهيك عن رفقاء العمل... وفي هذا الفصل سنتطرق للاتجاهات كأحد أهم عناصر علم النفس الاجتماعي، من المفهوم إلى الأنواع والأهمية، ناهيك عن مكوناتها، وتكوينها، وكيفية تغييرها وصولا إلى أهم النظريات المفسرة لها

3-1 - الاتجاهات وبعض المصطلحات المشابهة:

3-1-1-1- الاتجاه والميل: هناك عدد كبير من الباحثين يعرفون الاتجاه على أنه ميل والميل على أنه اتجاه، فمثلا يرى فؤاد البهي السيد الاتجاه أنه ميل عام مكتسب، نسبي في ثبوته، عاطفي في أعماقه، يوجه سلوك الفرد، وهو إحدى حالات التأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، في حين يعرف **الميل:** "أنه مفهوم يعبر عن استجابات الفرد إزاء موضوع معين من حيث التأييد والمعارضة"؛ ومن هنا يتضح لنا الفرق بين الاتجاه والميل يكمن في ماهية أو طبيعة الموضوع الذي تدور حوله استجابات الفرد؛ فإن كان الموضوع تساؤل أو محل صراع نفسي أو اجتماعي يسمى المفهوم المعبر عن لاستجابات اتجاهها، وإن كان الموضوع تغلب عليه الصفة الذاتية أو الشخصية يسمى ميلا (دويدار، مصر، 1999، ص 341)، فهناك فرق بين الميل والاتجاه فالأول هو ما نحب أو نفضل، بينما الاتجاه يتعلق بما نعتقد، لأنه ليس كل ما نحب نعتقد فيه والعكس صحيح، أي أن الاتجاه يعبر عن عقيدة، بينما الميل يعبر عن شعور (شفيق، 2005، ص 118)؛ ويفرق "ثورنديك وهاجن" بين الاتجاه والميل على أساس العمومية والخصوصية، ذلك بأن الاتجاه لا يقتصر على مجرد النشاط نحو موضوع ما، بل يتسع حتى يشمل على مجرد تهيؤ الفرد لهذا الميل (دويدار، 1999، ص 341)؛ فالفرق بين الاتجاه والميل هو أن الميل شخصي، لكن الاتجاه رأي وعقيدة وصلة انفعالية، فأنا أميل إلى الموسيقى لكنني أحترم علماء ورجال الدين، وقد يتعارض الميل مع الاتجاه، لكن قد يستطيع الاتجاه القوي أن يغير الميل (عوض، 2003، ص 238-239)؛ فالالاتجاه والميل يرتبطان ارتباطا وثيقا، لكن الاتجاه أوسع في معناه وينطوي تحته الميل، مع ذلك فكل من الميل والاتجاه عبارة عن وصف لاستعداد الفرد للاستجابة بشيء ما بطريقة معينة (درويش، 2005، ص 93).

3-1-2- الاتجاه والرأي: يرى بعض العلماء أن هناك فرقا بين الاتجاه والرأي، ويرى البعض الآخر أنه لا يوجد فرق في المفهومين، ومن أمثلة العلماء الذين انحازوا إلى الرأي الأول "هارتلي وهارتلي هارت"، فالرأي لا يوجد في نظرهما إلى حيث تعجز الاتجاهات وحدها عن تمكين الفرد من مواجهة التدبير في عواقب الأمور أو القرارات التي تتخذ، ومعنى هذا أن مجموعة القيم والاتجاهات السائدة هي التي تلعب دورا في تحديد الدور النهائي (شفيق، 2005، ص 117)

ويوضح "إيزنك" العلاقة بين الرأي والاتجاه من حيث أن الرأي هو الوحدة البسيطة والاتجاه هو الوحدة الأكثر تركيبا، فالالاتجاه في رأيه عبارة عن عدد من الآراء التي تندرج على بعد الموافقة والمعارضة لموضوع الاتجاه (دويدار، 1999، ص 93)

ويرى بعض العلماء أيضا أن الآراء أكثر خصوصية من الاتجاهات، فهذه الأخيرة أكثر عمومية، إذ تشتمل على اهتمامات رجال السياسة، الإعلام، القضاء...، أما الرأي فهو حكم أو وجهة نظر نحو موضوع معين كرأي رئيس في مرؤوسه (عوض، 2003، ص 239)

وفيمايلي مجموعة من الاختلافات بين الاتجاه والرأي:

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

- الرأي هو اعتقاد خال من الدافعية ، في حين تتسم الاتجاهات بالدافعية
- الرأي قابل للتحقق، حيث يتناول الوقائع، في حين الاتجاهات لا تقبل التحقق لأنها تتعلق بالجانب الوجداني أو الانفعالي

- الرأي أكبر عرضة للتغيير من الاتجاهات

- الرأي أكثر نوعية وخصوصية من الاتجاهات (السيد، وعبد الرحمان، 1999، ص ص 251-252)

3- 2- أنواع الاتجاهات: قسم علماء وباحثو علم النفس الاجتماعي الاتجاهات إلى عدة أنواع، نذكر أهمها فيمايلي:

3- 2- 1- الاتجاهات الجماعية والفردية:

3- 2- 1- 1- الاتجاه الجماعي: ويقصد به ذلك الاتجاه الذي يشترك فيه عدد كبير من أعضاء الجماعة مثل اتجاهاتهم نحو نوع خاص من الرياضات، ولكن من الوارد أيضا أن يختلف أفراد الجماعة في اتجاههم من حيث الدرجة أو الشدة.

3- 2- 1- 2- الاتجاه الفردي: هو ذلك الاتجاه الذي يتبناه ويؤيده فرد واحد من أفراد الجماعة، وهذا من حيث النوعية أو الدرجة، ومعنى ذلك أن الفرد إذا تكون لديه اتجاها خاصا نحو مدرك يكون في بؤرة اهتمامه هو يسمى ذلك اتجاها فرديا، كذلك إذا كان المدرك في مجال الجماعة وكوّن كل فرد من أفرادها اتجاها نحوه يختلف عن الفرد الآخر كان ذلك أيضا اتجاها فرديا(السيد، وعبد الرحمان، 1999، ص ص 258-259).

3- 2- 2- الاتجاهات من حيث درجة القوة والضعف: تنقسم الاتجاهات من حيث درجة القوة والضعف إلى نوعين أساسيين هما:

3- 2- 2- 1- الاتجاهات القوية: وهي الاتجاهات التي يتمسك بها الفرد ولا يقبل بتغييرها(كمال، 2005، ص 201)، وتكون الاتجاهات قوية عند الفرد نحو موضوع ما عندما ينعكس ذلك في سلوكه الذي يتجلى في قدرته على إحداث التغييرات المطلوبة في ذلك الموضوع؛ فالشخص الذي يرى الخطأ ويثور ضده يحاول إبعاده بكل ما أمكن ذلك بسبب ما كوّن من اتجاه قوي ضد الخطأ.(المحاميد، 2003، ص 208).

3- 2- 2- 2- الاتجاه الضعيف: هو الاتجاه الذي يمكن للفرد أن يتخلى عنه بسهولة(حسين صديق، 2012، ص 308)؛ أي أن الاتجاه الضعيف يتمثل في وقوف الفرد موقفا ضعيفا رخوا خانعا مستسلما؛ فهو يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه، كما يشعر بها الفرد في الاتجاه القوي(المحاميد، 2014، ص 342).

3- 3- خصائص الاتجاهات: يوجد لدى كل منا عدد غير محدود من الاتجاهات، ترتبط لموضوع أو بفكرة، أو بمفهوم، أو بشخص، أو أي شيء يتفاعل معه الفرد في بيئته الفيزيقية أو الاجتماعية، وللاتجاه العديد من الخصائص التي تميزه عن غيره من المتغيرات أو الظواهر النفسية الأخرى نجد منها:

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

- إن الاتجاه مكتسب وليس فطري، أي يكتسبه الفرد من خلال حياته نتيجة لما يتعرض له من خبرات عديدة(المحاميد، 2003، ص185).

- إن الاتجاه ديناميكي، أي أنه قابل للتغيير (درويش، 2005، ص91)

- لا يلاحظ الاتجاه مباشرة، وإنما يستدل عليه من خلال ما يبدو على الفرد من أفعال خارجية خاضعة للملاحظة والقياس (وحيد، 2001، ص41)

- الاتجاهات تتفاوت في وضوحها، فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما غامض، ومنها ما هو معلن، ومنها ما هو سري

- يقع الاتجاه دائما بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب أو التأييد المطلق والمعارضة المطلقة، وقد يكون محايدا أحيانا في بعض المواقف لغياب المكون المعرفي حول موضوع الاتجاه(العتوم، 2009، ص198)

- قد تكون أحيانا متناقضة بين اتجاهات الشخص المتكون من خبراته الخاصة، وبين الاتجاهات التي يجب أن يتمثلها تبعا لثقافة مجتمعه، وقيمه، وعاداته، وقوانينه(صديق، 2012، ص307)

- قد تكون الاتجاهات قوية وتظل قوية على مر الزمن وتقاوم التعديل، وقد تكون ضعيفة يمكن تعديلها وتغييرها(ملحم، 2005، ص319)

3-4- وظائف الاتجاهات:

تلعب الاتجاهات أدوارا هامة في تحديد سلوكنا، فهي تؤثر في أحكامنا وإدراكنا للآخرين، وهي تؤثر على سرعة وكفاءة تعلمنا، وهي تساعد في تحديد الجماعات التي نرتبط بها، والمهن التي نختارها في النهاية، بل وحتى الفلسفة التي نعيش بها (لامبرت، ولامبرت، 1993، ص120).

ويرى كاتز(1960) أن الاتجاهات لها أربع وظائف أساسية هي: التوافق، الدفاع عن الأنا، التعبير القيمي، المعرفة؛ فالتوافق والدفاع عن الأنا تخدم احتياجات عملية، فهي تمكننا من تنظيم وتوفيق سلوكنا لكي نحصل على الاستحسان وتجنب العقاب، أما وظائف التعبير القيمي والمعرفة في الجانب الآخر تشبع الاحتياجات العليا، والتي تتعلق بتحقيق الذات وهي تشكل الطرق التي نتصور بها أنفسنا في علاقاتنا بالعالم، والتي تحدد اتجاهاتنا التي نبحث عنها (عبد الباقي 2002، ص151) وللاتجاهات عدة وظائف أخرى نذكر أهمها فيما يلي:

- الاتجاهات تجعل الفرد يتخذ القرار في حسم واتساق، دون تردد بطريقة تكاد تكون ثابتة(معوض، 2003، ص255)

- إن للاتجاهات الدور الرئيس في تنظيم العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في مجال الذي يعيش فيه الفرد.

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

- الاتجاهات تبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وعالمه الاجتماعي، فهي تساعد على التكيف مع الحياة الواقعية، كما تساعد على التكيف الاجتماعي، ذلك عن طريق قبول الفرد للاتجاهات التي تعتقها الجماعة، فيشاركهم فيها ومن ثم يشعر بالتجانس معهم.

- تعمل الاتجاهات على إشباع الكثير من الدوافع والحاجات النفسية والاجتماعية، منها الحاجة إلى التقدير الاجتماعي، والقبول الاجتماعي، والانتماء إلى جماعة معينة (مجيد، 2014، ص ص 242-243)

- يعمل الاتجاه كإطار مرجعي يفسر ويدرك ما يجري حول، وما يوجهه من أشخاص ومواقف وأحداث يستطيع التعامل معها ببسر وحرية كاملة (العتوم، 2009، ص 201)

- للاتجاه كذلك وظيفة تحقيق الذات، من أن الفرد يتبنى اتجاهات توجه سلوكه، وتتيح له فرصة التعبير عن ذاته وتحديد هويته، ومكانته في المجتمع الذي يعيش فيه (سلامة، 2007، ص 61)

3-5- مكونات الاتجاهات:

كان الاعتقاد السائد ولفترة طويلة أن الاتجاه ذو طبيعة بسيطة، وأنه ذو بعد واحد إلا أن هذا الاعتقاد لدى الباحثين تغير الآن بعد الدراسات الكثيرة التي أجريت حول الاتجاه، والتي أكدت نتائجها أنه ذو بناء مركب من ثلاثة عناصر أو مكونات، بل وأكدوا وجوب اتساق هذه المكونات لدى الفرد (وحيد، 2001، ص 47)؛ وتتكون الاتجاهات ممايلي:

3-5-1- المكون المعرفي: وهو عبارة عن مجموعة المعلومات والخبرات والمعارف التي تتصل بموضوع الاتجاه، والتي انتقلت عن طريق التلقين أو عن طريق الممارسة المباشرة، ذلك بالإضافة إلى رصيد المعتقدات والتوقعات (السيد، وعبد الرحمان، 1999، ص 47) ويتطلب هذا المكون حدا أدنى من الإدراك والمعرفة بموضوع الاتجاه، وتتوقف الاتجاهات من حيث قوتها أو ضعفها على المكون المعرفي؛ فكلما كانت المعلومات والأفكار واضحة وثابتة كان الاتجاه ثابتا وقويا والعكس صحيح (السامرائي، 2007، ص 86)

3-5-2- المكون العاطفي (الوجداني): يشير هذا المكون إلى الحالات الشعورية الذاتية أو المزاجية والاستجابات الفيزيولوجية التي تصاحب الاتجاه (عبد الباقي، 2002، ص 144)

فهذا المكون يشير إلى مشاعر الحب والكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه، ويرتبط بتكوينه العاطفي، فيكون نحو هذا الموضوع سواء سلبيا أو إيجابيا حسب حبه وكرهه للموضوع (سلامة، 2007، ص ص 62-63)

3-5-3- المكون السلوكي: يشير إلى العمليات النفسية والعقلية التي تعد الفرد للتصرف بطريقة معينة (عبد الباقي، 2002، ص 144)؛ أي هو عبارة عن مجموعة التغييرات والاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد في موقف ما بعد إدراكه ومعرفته وانفعاله في هذا الموقف؛ إذ عندما تتكامل جوانب الإدراك

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

بالإضافة إلى رصيد الخبرة والمعرفة التي تتناسب مع هذا الانفعال، وهذه الخبرة وهذا الإدراك (السيد، وعبد الرحمان، 1999، ص254).

3-6- تكوين الاتجاهات:

أثبتت الدراسات في مجال علم النفس الاجتماعي بأن الاتجاهات مواقف مكتسبة لدى الأفراد من خلال المعارف التي يحصلونها في مختلف فترات حياتهم، والأفعال التي يتعودون عليها والقيم التي يكتسبونها عن هذا المحيط، ومن هنا كشف تحليل الجهود التي يزخر بها تراث العلوم النفسية والاجتماعية المتعلق بتكوين الاتجاهات عن حقيقة مؤداها أن الاتجاهات تتكون لدى الأفراد من خلال المؤثرات الثقافية التي يتعرضون لها أثناء حياتهم الأولى في جماعتهم الأولية، وبخاصة الأسرة وجماعات الرفاق والأقران والزملاء للكثير من المؤثرات الثقافية التي تسهم في تكوين الاتجاه (دويدار، 1999، ص344)

فالالاتجاهات الوالدية هي نتاج للمؤثرات الثقافية السائدة في المجتمع، فالآباء هم المصدر المباشر للمعتقدات والاتجاهات وأنماط السلوك الاجتماعي عن طريق ما يغرسونه منها في النشء، إنه الأساس التربوي للمجتمع؛ في حين نجد أن المدرسة مهمتها الأساسية هي دعم الاتجاهات الإيجابية، ومعالجة ما تعلمه الطالب من اتجاهات غير صحيحة سواء في جو الأسرة، أو من زملائه وأيضاً ما يكتسبه من المجتمع الخارجي (صديق، 2012، ص310). ونجد كذلك للسلطات العليا دورها في تكوين الاتجاهات لدى أفراد المجتمع فهي تعرض على الفرد الالتزام بأمر معينة كاحترام القوانين وتنفيذها، مما يؤدي إلى تكوين الاتجاهات لديهم نحو هذه الموضوعات، نظراً لما يترتب على عدم الالتزام بها أو الخروج عنها من عقاب، وتتكون الاتجاهات في هذه الحالة نتيجة عاملين أساسيين هما الاحترام والخوف (سلامة، 2007، ص65)

وتتكون الاتجاهات كذلك من طرق عدة نجد منها: الخبرة الشخصية والممارسة الفعلية، إذ أن الخبرة

لها دور كبير في تنفيذ وتكوين الاتجاهات (كمال، 2005، ص206)

- الترغيب وهو من العوامل الهامة في تكوين الاتجاهات؛ فالرغبة في الشيء دافع قوي لإنجازه.
- القدوة الحسنة والمثال الفعلي للاتجاه، أي التأثير دون إقناع منطقي، تقوم بدور كبير في تكوين الاتجاهات، إذ أن تأثير السلوك الفعلي من تأثير الألفاظ (دويدار، 2006، ص165).
- ولتكوين وتعلم الاتجاهات مبادئ أساسية هي: الارتباط، التحويل، إشباع الحاجة، مثلاً: أننا نتعلم أن نخاف من الناس المرتبطين بخبرات غير سارة وتجنبه، ونحب المرتبطين بخبرات سارة ونقترب منهم، وعندما نتجنب المواقف الغير السارة ونقترب من المواقف السارة، فإننا نكون قد أشبعنا حاجتنا الأولية للسرور والراحة (وحيد، 2001، ص45).

3-7- تغيير وتعديل الاتجاهات:

إن الاتجاهات، كما سبق وأن ذكرنا بأنها تتسم بالاستقرار والدوام النسبي، لكن ذلك لا يعني استحالة تغييرها، أو التعديل فيها إذ يمكن بالفعل تغيير الكثير من اتجاهات الأفراد نحو الموضوعات المختلفة من خلال برامج محددة تستهدف إحداث تغييرات معينة في الاتجاه النفسي للفرد بصورة أو بأخرى (درويش، 2005، ص 110)

لقد أجريت بحوث عديدة لدراسة وسائل وطرق تغيير أو تعديل الاتجاهات لدى الفرد، ويتجلى تلخيصها فيما يلي:

- تغيير الجماعة: تتغير الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، والتي تحددت اتجاهاتها على أساس أهدافها، فعندما ينتمي الفرد إلى جماعة أخرى ذات اتجاهات مختلفة يبدأ الفرد في استبدال اتجاهاته القديمة باتجاهات جديدة تتوافق مع أغراض الجماعة الجديدة بمرور الزمن (معوض، 2003، ص 259).

- الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه: وهذا عندما يتصل الفرد اتصالا مباشرا بموضوع الاتجاه، إذ أن ذلك يسمح له التعرف على جوانب عديدة، مما يؤدي إلى تغيير الفرد نحوه

- تأثير الضغوط: تتغير اتجاهات الفرد نتيجة تعرضه لضغوط شديدة كالاقتال والأسر (المحاميد، 2003، ص 213)

- التغيير في موضوع الاتجاه: قد يحدث تغيير في موضوع الاتجاه ذاته نتيجة عن ذلك يتغير الاتجاه ذاته، فعندما يتولى شخص ما مركز كبيرا أو موقعا قياديا متميزا فإن اتجاهات الآخرين نحوه تتغير (معوض، 2003، ص 260)

- وسائل الإعلام: وسائل الإعلام المختلفة أثرا كبيرا في تغيير اتجاهات الفرد، لما لها من تغيير وسرعة وصول إلى الأفراد، في الإذاعات وشبكات التلفزيون المنتشرة والإنترنت، كلها تقوم بتقديم المعلومات والأخبار والأفكار بالصوت والصورة، الأمر الذي يجعل الأفراد على اتصال مباشر بهذه المصادر، وهذا من شأنه أن يلقي الأضواء على الأحداث ويساعد بالتالي على تغيير الاتجاهات سلبا أو إيجابا (المحاميد، 2003، ص ص 213-214).

وحتى الباحثين من يرون بأن تغيير الاتجاهات لها طريقتين أساسيين هما: (محمد، 2008، ص 38)

- الطريقة المباشرة: ويسترشد هذا الأسلوب إلى الحكمة القائلة: "إن أقصر طريق بين نقطتين الخط المستقيم"، فإذا رغبتنا في تغيير أو تعديل اتجاه شخص معين، فما علينا إلا أن نبدأ بمناقشة متعمقة ومباشرة للقضايا (الجوانب المعرفية) الذي يتكون منها موضوع الاتجاه (المعلومات)، وهذا الأسلوب يناسب شخصا مهتما في التفكير في القضية موضوع الاتجاه، كما أنه قادر على فعل ذلك، وبعبارة أخرى يناسب هذا الأسلوب في إجراء التغيير لمن هم يهتمون بالجوانب المعرفية أكثر من اهتمامهم بالجوانب الشعورية أو الانفعالية.

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

- الطريقة الغير المباشرة: يهتم هذا الأسلوب باستخدام العناصر المحيطة بالرسالة الإعلامية بهدف الإقناع أن التأثير في تغيير الميول أو الاتجاهات، ومثال ذلك: مقدار جاذبية بمقدم أو مقدمة البرنامج واستحواده على اهتمام المشاهدين وإعجابهم، وكذلك المؤثرات الصوتية وهذا الأسلوب هو الأكثر نجاحا مع المشاهد الذي لا يهتم كثيرا بالأفكار، المعلومات والقضايا المنطقية التي تتصل بموضوعات الاتجاه.

على الرغم من التشابه بين عملية تكوين الاتجاه، وعملية تغيير فإن هناك فرقا هاما بينهما؛ ففي حالة تغيير الاتجاه توجد مسبقا التقييمات نحو الهدف، وهذا من شأنه أن يجعل الفرد أكثر مقاومة للتغيير في اتجاهه، حيث تؤثر التقييمات السابقة في تفسير الشخص للمعلومات الجديدة ومدى تقبلها من الفرد، أما في حالة تكوين الاتجاه، فلا توجد هذه التقييمات المسبقة (خليفة، ومحمود، د.س.ن، ص42).

3-8- النظريات المفسرة للاتجاهات:

3-8-1- النظرية الوظيفية للاتجاهات: تنتهي النظرية الوظيفية للاتجاهات إلى أن اتجاهات الأفراد تحددها الاحتياجات التي يمكن أن تحقق أهدافهم الأساسية، ومن ثم فإن تغير الاتجاهات لا يتحقق بتغيير معلومات الأفراد أو مفاهيمهم أو سلوكهم نحو موضوع معين، وإنما يتحقق بتغيير الدوافع التي تحددها هذه الاتجاهات (عجوة، 2003، ص51)؛ وفي هذا الصدد يشير كل من " كاتز" (1960) و" ستوتلاند" (1959) في أن الأساس الدافعي للاتجاه هو بمثابة مفتاح فهم تغير الاتجاهات ومقاومتها للتغيير (دويدار، 2006، ص169) ويواصل قولهما بأن العوامل الموقفية الاتصالية الموجهة نحو تغيير الاتجاهات لها تأثيرات متوقعة على الأساس الدافعي للاتجاهات (دويدار، 1999، ص ص99-100) فمن خلال تعبير الفرد عن ذاته بالاتجاهات، فإنه يستمد الإشباع عندما تكون هذه الاتجاهات متسقة مع مفهومه عن ذاته وقيمه الشخصية (كمال، 2005، ص209)

ويرى (كاتز) أن السلوك الإنساني يمكن تصنيفه إلى سلوك منفعي يهدف إلى إشباع الحاجات وسلوك يهدف إلى الدفاع عن الذات لحمايتها من الصراع الداخلي، وسلوك يهدف إلى التعبير عن قيم معينة يبقى للفرد الإحساس بشخصيته، وأخيرا السلوك الذي يهدف إلى البحث عن المعرفة، وعندما نسعى إلى تغيير الاتجاهات عند الأفراد أو الجماعات فلا بد من معرفة دوافع السلوك للتركيز على تعديلها أو إجراء التحول فيها (عجوة، 2003، ص51).

وهذه النظرية لا تعتبر أساسية بالنسبة لتعديل الاتجاهات النفسية فقط، ولكن أيضا لتعديل العقائد والمذاهب كذلك، فالمحور الأساسي لهذه النظرية هو المكون الإدراكي للاتجاه النفسي أو بمعنى آخر المجال الذي يقع فيه موضوع الاتجاه (السيد، و عبد الرحمان، 1999، ص263).

3-8-2- النظريات المعرفية: تؤكد النظريات المعرفية ان الأفراد يسعون إلى تحقيق الترابط والتماسك وإعطاء معنى لأبنياتهم المعرفية، أين يسعون لتأكيد الاتساق فيما بين معارفهم المختلفة، وبالتالي فإنه لن يقبل الفرد "إلا الاتجاهات التي تتناسب مع بنائه المعرفي (المحاميد، 2003، ص217).

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

واستند وجهة أصحاب النظر المعرفية (بياجيه، برونر، وأوزيل) في تكوين الاتجاهات إلى الافتراض بأن الإنسان عقلائي ومنطقي وتفاعله مع الأحداث، والأشياء والمعلومات، وفي موقفه وآرائه، وأن الفرد يمكن حفزه للاتصالات إلى رسالة معينة والتفاعل مع محتواها وتعلمه، ومن ثم تمثله في سلوكه من خلال الفهم والإقناع (ملحم، 2005، ص 321).

كأنَّ الاتجاه المعرفي يقوم على مساعدة الفرد في إعادة تنظيم معلوماته حول موضوع الاتجاه وإعادة تنظيم البنى المعرفية المرتبطة به في ضوء المعلومات والبيانات المستجدة حول موضوع الاتجاه (عبد الباقي، 2002، ص 152).

وتتكون النظريات المعرفية ممايلي:

3-8-2-1- نظرية التوازن المعرفي: انبعت هذه النظرية من أعمال " فريدزهايدر" (1946-1958) وهو الذي ناقش رغبة الناس في المحافظة على اتساق اتجاهاتهم بمحاولة توازن مشاعرهم وعقائدهم المتعارضة مع مشاعرهم وعقائدهم (سلامة، 2007، ص 73)

وتتضمن هذه النظرية ضغوط الاتساق بين المؤثرات داخل النسق المعرفي البسيط والذي يتكون من موضوعين، والعلاقة القائمة بينهم أو تقويمات الفرد لها (محمد، 2008، ص 47)، ويرى أصحاب هذه النظرية (هايدر، روزنبرج، أبلسون) أن العلاقة أو الرابطة التي يمكن أن تربط عنصرين معرفيين في نفس الإنسان يمكن أن تتخذ واحدا من ثلاثة أشكال مختلفة هي: علاقة موجبة (+) أو علاقة سالبة (-) أو لا علاقة إذا لم تكن هناك رابطة.

ويحدث التوازن بين الاتجاهات التي يحملها الفرد حالتين أو لاهما إذا كانت الاتجاهات تحمل إشارات متشابهة (+،+ أو -،-) أي في نفس النوع والحالة الثانية: عندما تحمل الاتجاهات النفسية إشارات مختلفة (+،-)، حيث تتولد حالة من التوتر تدفع الفرد للتخلص منها بإحدى الطرق الثلاثة التالية:

- تغيير إشارة اتجاه أو أكثر من الاتجاهات المفسية المعارضة للفرد

- إعادة النظر في الاتجاهات النفسية التي يتبناها الفرد

- التوقف تمام عن التفكير في الموضوع الذي يثير التوتر حتى يحتفظ الفرد بتوازنه النفسي (مكاوي، والسيد، 2012، ص 138)، ونظرا لان الدافع الأساسي الذي يدفع الأشخاص نحو التوازن هو محاولة تحقيق التناغم وإعطاء معنى للمدركات، وتحقيق أفضل صورة من التفاعل والعلاقات الاجتماعية، لنظام التوازن يجعلنا نتفق مع الأشخاص الذين نحبهم، ونختلف مع الأشخاص الذين نكرههم.

وتستخدم نظرية التوازن هذه في التنبؤ باتجاه التغيير المحتمل حدوثه، ومن أمثلة هذه التنبؤات أن الضغوط نحو التوازن تكون ضعيفة عندما نكره أو نعارض الشخص الآخر أكثر منها عندما نتفق معه

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

وقد أطلق " نيوكامب: على هذه المواقف اللاتوازن، وفكرته الأساسية في ذلك هي أننا غالباً لا نهتم بما إذا كنا نتفق أو لا نتفق مع شخص ما لا نرغب، إذ إننا حينئذ ننهي العلاقة وننسى كل شيء عن الموضوع كلية.

والقيمة الأساسية لتصور " نيوكامب" تتمثل في أنه يصف الاتساق المعرفي بمصطلحات بسيطة، ويقدم دليلاً مقنعاً لفهم الاتجاهات، فنموذج التوازن يتضح في موقف معين كأنه إعادة لحل عدم الاتساق(محمد، 2008، ص48).

3-2-2-8- نظرية التنافر المعرفي: إن الفرد عادة ما تكون اتجاهاته متسقة ومنسجمة مع أفعاله وسلوكه، ولكن قد يحدث تنافر وتباعد معرفي، وعدم اتساق بين المعرفة والمعلومات وبين السلوك والاتجاهات(عوض، 2003، ص 256)؛ وفي هذا الصدد يرى "ليون فيستنجر" صاحب هذه النظرية استناداً إلى فكرة "الاتزان النفسي" أن الإنسان عندما يقع تحت تأثير أفكار متنافرة، فإنه يتولد داخله نوع من التوتر من شأنه إحداث تغيير لإزالة هذا التنافر والعودة بالشخص مرة أخرى إلى حالة التوازن، والتآلف المعرفي" (مكاوي، والسيد، 2012، ص139).

وينتج التوتر غالباً بعد حالة من الصراع ناتجة عن عدم تطابق بين قرارات الفرد من جهة واتجاهاته ومعتقداته من جهة أخرى، مما يعني أن الأسهل للفرد أن يدافع عن قراره وسلوكه على حساب اتجاهاته ومعتقداته، مما دعا البعض إلى اعتبار نظرية التنافر المعرفي إحدى طرق تغيير الاتجاهات(العنوم، 2008، ص ص2010-211).

والتنافر المعرفي يمثل قوة ضاغطة مثيرة للتوتر، تدفع الفرد إلى أن يخفض من إحساسه ب هاو يتخلص منه، ولا يتحقق ذلك إلا بتوافر الاتساق بين انساق المعتقدات لديه وبين صور السلوك المتصلة بها(المحاميد، 2003، ص 218).

وتفترض نظرية التنافر المعرفي أيضاً أن لكل منا عناصر معرفية تتضمن بذاته (وما نكرهه، وأهدافنا، وأشكال سلوكنا)، كما أن لكل منا معرفة بالطريقة التي يسيرها العالم من حوله، فإذا ما تنافر عنصر من هذه العناصر مع عنصر آخر حدث الوتر الذي يملئ علينا ضرورة التخلص منه(درويش، 2005، ص ص103-104).

ويرى " فيستنجر" أن التنافر في المعرفة ينشأ نتيجة أحد الأسباب التالية:

- وجود تعارض أو عدم اتفاق منطقي، ويحدث ذلك حين تعتمد معلومة ما على معلومة أخرى بشكل منطقي، كإيمان الناس بالفناء، لكنهم يؤمنون في نفس الوقت بأنهم يعيشون أبداً
- وجود تعارض بين الرأي والسلوك
- الخبرات السابقة(مكاوي، والسيد، 2012، ص ص139-140)

3-8-2-3- نظرية التوافق (التطابق المعرفي):

قدّم " أسجود " و "تاننبوم" اللذان يعدان من أصحاب هذه النظرية مفهوم التوافق، والذي أضاف هذا المفهوم إلى نظرية التوازن، هذا القياس لكمي الذي يسمح بتحديد حجم التغيير المحتمل في الاتجاه، وينظر أصحاب هذه النظرية إلى نظرية التوازن المعرفي على أنها نظرية محدودة النطاق، كما أن نظرية التطابق تركز على مسألة تغير الاتجاه التي تحدث حينما يظهر مصدر يجعلنا مرتبكين نحو مفهوم معين، فمثل هذه العبارات أو الرسائل المتطابقة تكون متوازنة، وغير المتطابقة تكون غير متوازنة مع الإطار المرجعي للفرد (عبد الباقي، 2002، ص154)

ويرى أصحاب هذه النظرية (أسجود، تاننبوم) أن الإنسان يميل إلى تبجيل وتقدير الآراء والمعتقدات التي توافق آراءه ومعتقداته، وكذلك يميل إلى تقدير الأشخاص الذين يتفقون مع أفكاره، ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق وينقص بنقصانه (مكاوي، والسيد، 2012، ص139)

وقد بدأ اهتمامها بالاتجاهات أثناء قيامها بعمل مقياس لقياس المعاني، وقد ركز هذان العالمان على التقسيم باعتباره بعدا من أبعاد الاتجاه النفسية لوجود حكم على الأشياء بأنها مقبولة أو غير مقبولة، فالإتجاه النفسي عندهما هو بعد من عدة أبعاد في المجال الكلي للمعاني عند الشخص، وللإتجاه من عناصره التالية المستمدة من نظرية الاتصال:

المصدر: وهو مصدر الاتجاه

المفهوم: ويقصبه مفهوم الرسالة

التأكيد: وهو المعنى الذي يعطي المصدر لموضوع الرسالة، والتطابق عندهما هو حالة من حالات أطراد التقييم ووجود ترابط بين المصدر والمفهوم والتأكيد (قدور، 2006، ص27).

وهكذا إذا كانت المصادر التي نحبها تثير أفكارا نحن نتفق معها، أو تأكيدها يقودنا ذلك إلى تطابق مع إطارنا المرجعي، على كل إذا كانت المصادر التي نحبها تثير أفكار لا نوافق عليها (أو تثير جدلا- إذ كان المصدر الذي لا نحبه يثير أفكارا نوافق عليها)، سيكون تأكيدها غير متطابق مع إطارنا المرجعي، فالفرد الذي يجبر أو يمارس عدم التطابق سيجد نفسه مضطرا لتغيير الاتجاهات نحو المصدر أو نحو المفهوم الذي يقيم من قبل المصدر (عبد الباقي، 2002، ص155).

وقد استخدم " أسجود " و "تاننبوم" مقياسا للاتجاهات النفسية طبقوها بنجاح ملحوظ في دراساتهم وتجاربهم التي قاموا بها لتوضيح نظريتهم وإثبات فوائدها في التنبؤ بسلوك الأفراد عندما يتعرضون لمواقف اتصالية تؤدي بهم إلى نوع من عدم التوافق، وتقوم فكرة المقياس على أن يكون الاتجاه إيجابيا أو سلبيا وفي كلتا الحالتين يكون شديدا أو بسيطا أو ضعيفا، وتشير نقطة الصفر في المقياس الشخص الذي لا يحمل اتجاها ما نحو شخص أو شيء يعنيه، وتتخذ درجات المقياس الشكل التالي (+3، +2، +1، 0، -

1، -2، -3) (مكاوي والسيد، 2012، ص139)

يرتبط اتجاه ومنحنى هذه النظرية ارتباطا وثيقا بـ" كارل هوفلاند" وآخرين، والافتراض الأساسي لهذه النظرية هو ان الاتجاهات تتعلم بنفس الطريقة التي تتعلم بها العادات الأخرى، فكما يكتسب الأفراد المعلومات والحقائق، هم أيضا يتعلمون المشاعر والقيم المرتبطة بهذه المشاعر، كما يمكن ان يحدث التعلم أيضا من خلال التدعيم والتقليد، فالترابط والتدعيم والتقليد هي الميكانزمات الرئيسية في تعلم الاتجاهات(محمد، 2008، ص45).

ومن ثم فإن المبادئ والقوانين التي تنطبق على تعلم أي شيء تحدد كيفية اكتساب وتكوين الاتجاهات النفسية، فالفرد يستطيع ان يكسب المعلومات والمشاعر بواسطة عملية الترابط أو الاقتران بين موضوع ما، وبين الشخصية الوجدانية المصاحبة، أي أن المحدد الرئيسي في تكوين الاتجاهات هو تلك الترابطات التي يعيشها الفرد لموضوع الاتجاه(درويش، 2005، ص ص99-100).

كذلك يمكن ان يحدث تعلم الاتجاهات عن طريق التعزيز، فإذا تلقى الفرد بعض الدروس في علم النفس مثلا أو استمتع بها فإن ذلك سوف يمثل تعزيرا له، وبالتالي يميل لأن يتلقى دروسا أخرى فيما بعد في هذا العلم، كذلك فإن تعلم الاتجاهات يكون عن طريق التقليد، أي تقليد الأفراد الآخرين الذين يعتبرونهم نماذج وقدوة(المحاميد، 2003، ص 218).

ويشير "دوب" إلى العلاقة القوية بين الاتجاه والتعلم وفي رأيه ان دراسة الاتجاهات يمكن ان تندرج تحت دراسة تعلم السلوك، ويخلص في النهاية أن السلوك والاتجاهات تحكمها معا نفس المبادئ والمفاهيم(عجوة، 2003، ص55).

فالخلاصة أن نظريات التعلم تؤكد أن الترابط والتعزيز والتقليد هي الآليات أو المحددات الرئيسية في اكتساب وتعلم الاتجاهات، وأن الآخرين هم مصدر هذا التعلم، والاتجاه النفسي للفرد في صورته المتكاملة يتضمن الترابطات والمعلومات التي تراكمت عبر كل ما تعرض له من خبرات سابقة(المحاميد، 203، ص216).

3-8-4- نظرية الدافع(الباعث): يرى مؤيدو هذه النظرية أن الشخص يبتلى الاتجاه الذي يريده ويعطيه أكبر قدر من الاهتمام، فهناك حساب للتكاليف والفوائد لأي قضية من القضايا، ويسعى الفرد لان يبتلى القضية التي تحقق له أكبر قدر من المكاسب(محمد، 2008، ص46).

فهذه النظرية تشير إلى أن تكون الاتجاهات تحقق من خلال عملية تقدير او موازنة بين كل من السلبيات والإيجابيات، أو بين صور التأييد والمعارضة لجوانب أو موضوعات مختلفة، ثم اختيار أحسن البدائل.

ومن أبرز معالم نظرية الباعث منحنى " التوقع- القيمة" والذي قام به " إدواردز" والذي يشير فيه إلى أن الأشخاص يبتنون المواقف والاتجاهات التي تؤدي إلى توقع أكبر لاحتمالات الآثار الطيبة،

الفصل الثالث : مدخل إلى الاتجاهات

ويرفضون المواقف والاتجاهات التي يمكن أن تؤدي إلى الآثار السلبية وغير المرغوب فيها (المحاميد، 2003، ص216).

ومن هنا نرى أن نظرية الباعث تؤكد على أن الأفراد يسعون دائما نحو الكسب، وبالتالي تبني الاتجاهات التي تحقق الإشباع أو الرضى، ويتأكد ذلك عندما يحدث صراع بين الأهداف، حيث يتبنون المواقف التي يتوقعون فيها الكسب أو الفائدة، ومن ثم تؤكد هذه النظرية الدور الإيجابي والفعال للأفراد في اكتساب وتكون اتجاهاتهم، فهم مستقلون وصناع قرار إلى حد كبير، وهي تختلف في ذلك عن نظريات التعلم التي نرى أن الأفراد فيما يتصل باكتساب أو تكوين الاتجاهات يتأثرون بالقوى السيئة الخارجية بدرجة كبيرة (درويش، 2005، ص103)

وكخلاصة لجميع النظريات المتعلقة بتفسير الاتجاهات أن الاختلاف في وجهات النظر التي تناولت موضوع الاتجاه يرجع إلى تعقد مفهومه لذا فإن أفضل وجهة نظر يمكن تبنيها عندما نتعرض لموضوع الاتجاه، هي النظرية التكاملية بين النظريات المختلفة التي تناولت موضوع الاتجاه بالتفسير والتعليل (النيال، 2002، ص39)

خلاصة:

من خلال التطرق إلى الاتجاهات كأحد أهم روافد علم النفس الاجتماعي، من زاوية نظرية، ولو أسقطنا العناصر التي تحدثنا عنها في هذا الفصل على موضوع دراستنا، يمكن القول أن الاتجاهات تعمل كدوافع مكتسبة من خلال الخبرات والتجارب في المؤسسات الإعلامية الرياضية، تعبر عن آراء الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري حول قضية أو حدث رياضي معين، وتشكل سلوكهم وردود أفعالهم، سواء بالسلب أو بالإيجاب، من خلال الإفصاح عنها في قالب صحفي معين، وهذا لا يكون إلا بإحدى مكونات الاتجاهات، فلا يمكن أن يتحرك مؤشر الاتجاهات إلا بتناغم هذه المكونات والمتمثلة كما تطرقنا لها آنفا في المكون المعرفي، المكون العاطفي، والمكون السلوكي، وأي نقص من هذه المكونات، لا يمكن للاتجاهات أن تكون



الفصل الرابع الأنواع الصحفية

تمهيد:

تعتبر الأنواع الصحفية جوهر العمل الإعلامي بصفة عامة؛ والإعلام الرياضي جزء لا يتجزأ منه؛ إذ من خلالها تعبر المؤسسات الإعلامية عن سياستها التحريرية وخطها الإعلامي، وترتيب أجندها، ويعبر الصحفي الرياضي عن آرائه ونقل أفكاره حول القضايا والأحداث الرياضية الراهنة في قالب صحفي حسب ما يراه مناسباً للحدث، فمن خلال هذا لفصل سنحاول أن نبين هذه الأهمية التي تتميز بها الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، من خلال التطرق لجلها، من الأنواع الإخبارية(الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، الحديث الصحفي)، إلى التعبيرية(البورتريه الصحفي، الروبورتاج الصحفي)، مروراً بالأنواع الفكرية التأملية(المقال الصحفي، العمود الصحفي، الافتتاحية، التعليق الصحفي)، وقفاً عند الأنواع الاستقصائية(التحقيق الصحفي)، وتبيين ماهية كل نوع على حدة، وكيفية كتابته وأهم الفروق بينها، بالإضافة إلى بنيتها...

إن الأنواع الصحفية هي قوالب لسد المادة الصحفية وفق ما تتطلبه كل حالة إخبارية أو ما تتصل بالرأي، وهي أشكال تفرض قوانينها الخاصة على الصحفي، كما تمنحه آليات للتعامل مع كل الوضعيات الإخبارية ومتطلباتها التقنية؛ وتحدد الأنواع الصحفية توجه الإنجاز الإعلامي نحو نقل الواقع أو تجلية الحقيقة، كما أنها تميز بين طرائق العمل، وتضبط العلاقة بالموارد، وتدل على أساليب التحرك في الميدان، وتحيل على نظم المعالجة(الرامي، 2011، ص09).

في الواقع ، الأنواع الصحفية هي فئات تتكيف مع أولئك المهرة في الفن الصحفي لتشكيل مقالاتهم، إلى كل نوع يتوافق ليس فقط مع الشكل ، ولكن الأهم من ذلك ، وظائف متميزة، وتستخدم هذه الأنواع لنقل المعلومات حول الحدث والتعبير عن رأي(BENABDELKADER, 2011, p)؛ فبالرغم من الاهتمام الواسع بالأنواع الصحفية تنظيرا وتطبيقا، إلا أننا نفتقد إلى أسس ومعايير ومبادئ تشكل لنا رؤية شاملة لنظرية حول الأنواع الصحفية؛ فأغلب الدراسات منصبة على الجانب التصنيفي لها دون تحديد قواعد ثابتة تسمح بتحديد الفاصل بينها(رزاق، 2009، ص49).

تختلف الأنواع الصحفية وتتعدد وفقا لخواص معينة تخص كل نوع وتعدد، منها اتساع وعمق الشريحة التي تعكسها وتنقلها من الواقع الموضوعي إلى المتلقي، ولذلك فإن الواقعة الواحدة يمكن أن تعالج إعلاميا من خلال الأنواع الصحفية، إن العامل الحاسم والمميز في استخدام هذا النوع الصحفي من دون الآخر في معالجة هذه الواقعة هو مدى اتساع وشمولية المعالجة(الهادي، 2012، ص200).

ويسجل الباحثون ثلاث اختلافات بين الأنواع الصحفية(رزاق، 2008، ص7)

- تختلف فيما بينها وفق مادتها وشكلها وطبيعتها وموضوعها

- تختلف فيما بينها وفق غرضها الملموس ومقاصدها ومهامها ووظيفتها

- تختلف فيما بينها وفق الطرق النموذجية ووسائل الصياغة

إن تباين الأنواع الصحفية في وسيلة إعلامية واحدة ، جاء ليترجم تنوع حاجات القارئ، ولمساعدته في متابعة الأخبار، وفهم دلالتها، وإدراك خلفياتها، والقيام بتثقيفه وتسليته، فرغم تكامل وظائف الأنواع الصحفية، إلا أن لكل نوع صحفي وظيفة محددة ودقيقة، لا يستطيع أن يتولاها نوع آخر(مشتى، 2016، ص67).

وتمكن مقارنة الأنواع الصحفية(كما وكيفا) داخل وسائل الإعلام من استقراء خطوطها التحريرية نظرا للعلاقة الجدلية بين هذه الأنواع والسياسات التحريرية، ومن هذا المنطلق نلاحظ إجمالا أن صحافة الخبر تعتمد على الأنواع الخبرية، في حين توظف صحافة الرأي بشكل بارز أنواع الرأي، وتقوم صحافة التحري(الاستقصاء) على التحقيق الصحفي، أم صحافة الماغزين، والأخبار الناعمة، فإنها تميل إلى الروبورتاج ولورترية (ERRAMI: 2016, p09)

إن تصنيف الأنواع الصحفية مسألة صعبة ومعقدة؛ فلم يكن هناك توافق في الآراء حول معايير محددة أو حتى عدد التصنيفات (FLOREA, 2012, p131)؛ ففكرة الأنواع الصحفية، بقدر ما يستخدمها الخبراء والباحثون، ليست فكرة ثابتة التصنيف فالأكثر شيوعاً في أدلة الصحافة يميز أنواع المعلومات وأنواع الرأي لكن من الصعب فهم منطق (أو) التصنيفات التي تقترحها كتب الصحافة (Ringoot, and Rochard, 2005, p77).

بعد الاطلاع على العديد من الكتب والدراسات السابقة التي لها علاقة بالأنواع الصحفية، وجدنا أن للأنواع الصحفية العديد من التقسيمات والتصنيفات، حيث اكتفى الباحث بهذا التصنيف الذي اعتمده الباحث نصر الدين لعياضي

4-1-1- الأنواع الصحفية الإخبارية: هذه الأنواع هي الأكثر ارتباطاً بالحدث؛ فالصحفي ينقل الأحداث بشفافية، محاولاً وضع الجمهور على أفضل اتصال بالحقائق، وتجنب التدخل في الآراء بطريقة مباشرة أو ضمنية، وهذا بالابتعاد عن الكتابة بضمير المتكلم. (Grevisse, 2014, p17).

4-1-1-4- الخبر الصحفي: يعتبر الخبر حجر الزاوية في الصحافة بشكل عام، فهو المادة الأولى لكل ما تتناوله الصحيفة، من تحقيقات وأحاديث وتعليقات، ونظراً لأهميته في العملية الإعلامية بشكل عام، فالاهتمام به ليس وليد العصر الحديث، ولكنه بعض ما ورث هذا العصر من عصور قديمة عبر وسائل اتصالية متعددة (مدكور، 2002، ص 25)

4-1-1-1- تعريف الخبر الصحفي:

والحق أن الأخبار لم تعد حاجة من حاجات الصحف وحدها، وإنما أصبحت حاجة من حاجات الأمة كلها، ولذلك اتخذت الأخبار مكانها الممتاز في جميع وسائل النشر، ومنها الصحف والإذاعة والسنما والتلفزيون... (حمزة، 1956، ص 59).

الخبر في اللغة: جاء في لسان العرب لابن منظور أن الخبر من الخبير من أسماء الله عزَّ وجلَّ العالم بما كان وما يكون، وخبرْتُ بالأمر أي علمته، وخبرْتُ الأمر أخبرُهُ إذا عرَفْتُهُ على حقيقته، والخبر ما أتاك من نبيِّ عمن تستخبر (ابن منظور، 2007، ص 109)

وجاء في القرآن الكريم: قوله تعالى سورة النمل: " إِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِأَهْلِهِ إِنِّي آنَسْتُ نَارًا سَآتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ بَشِيرٍ أَوْ نَذِيرٍ أَوْ تَصْطَلُونَ { 7 }"، وفي سورة القصص يقول الله تعالى: " فَلَمَّا قَضَىٰ مُوسَىٰ الْأَجَلَ وَسَارَ بِأَهْلِهِ آنَسَ مِنْ جَانِبِ الطُّورِ نَارًا قَالَ لِأَهْلِهِ امْكُثُوا إِنِّي آنَسْتُ نَارًا لَعَلِّي آتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ جَذْوَةٍ مِنَ النَّارِ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ { 29 } وقال أيضاً في سورة الكهف: " وَكَيْفَ تَصْبِرُ عَلَىٰ مَا لَمْ تُحِطْ بِهِ خَيْرًا { 68 } ."

إصطلاحاً: يعرف الخبر الصحفي أنه: " تقرير عن حادث ترى الصحيفة في نشره وسيلة للريح المادي (حمزة، 1956، ص 57)؛ ويعرف الخبر الصحفي كذلك أنه: " هو كل شيء بدونه لا يتكون الرأي ولا تأخذ الأشكال الصحفية طريقها إلى النور، ولا يمكن من دونه أن صدر مجلة أو جريدة (الخوري،

2009، ص77)؛ كما عرف أنه: "حدث أو معلومة يتميز بالجدة، وينقل حادثة مكان وزمان ما قريبا من موقع صناعة الخبر، أو أن يتميز بالغرابة أو الدهشة أو يثير الفضول، ويجيب عن الأسئلة الستة الشهيرة(من، ماذا، متى، أين، كيف، لماذا) وهو بمثابة العمود الفقري لكافة الوسائل الإعلامية لأنه يحمل في ثناياه الجديد والمتجدد من الوقائع وينقل توضيح وتفسير الأحداث(عبد الجبار، 2012، ص77)؛ وعرفته هيئة الإذاعة البريطانية BBC الخبر بأنه: "معلومات حديثة تنقل بأمانة ودقة عن أحداث جارية أيا كان نوعها وفي أي مكان من العالم تقارن بمعلومات أساسية أخرى نقلت بأمانة ودقة وجمعت على شكل خبر واختيرت بموضوعية ولكن دونما موازنة مصطنعة أو دافع أساسي أو تزويق تحريري من قبل الصحفيين المحترفين في نشرة إخبارية لأنها ممتعة مهمة أو لأنها تناسب جمهور القراء من وجهة نظر صحيفة، وتقدم بموضوعية دونما خوف مع مراعاتها للقانون والقواعد الخاصة بهيئة الإذاعة البريطانية فيما يخص الذوق ومستويات التحرير(البدراي، 2014، ص17).

أما وكالة الأنباء(رويترز) فتعرف الخبر: " أنه ما رآه مراسلها جدير بالتغطية؛ في حين ترى وكالة الأنباء (أسوسيايتد برس) أن الخبر: " هو تقديم تقريرا عن آخر الأحداث التي تحمل تطورات جديدة بصيغة يحتاجها الناس"(أبو السعد، الملا، 2009، ص56).

أما المفهوم الليبرالي للخبر الصحفي فقد جاء على لسان اللورد نورثكليف منشئ الصحافة الشعبية الإنجليزية الحديثة، وصاحب صحيفة *the Evening News*، والذي نشره عام 1865، حيث يقول فيه: " الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، فعندما يعرض الكلب رجلا، فليس هذا بخبر، ولكن عندما يعرض الرجل كلبا، فهذا هو الخبر الذي يستحق النشر(مدكور، 2002، ص30). ويعرفه بعض الليبراليين كذلك: "الخبر هو تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان، والخبر الجيد هو الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء"(إبراهيم، 1998، ص10).

وبعضهم من يفسر كلمة الأخبار بالإنجليزية *News* ترجع في الأصل إلى أن كل حرف منها يمثل اتجاها من الاتجاهات الأربعة الأصلية في البوصلة فحرف *N* يعني كلمة شمال *North*، وحرف *E* يعني كلمة شرق *East*، وحرف *W* يعني كلمة *West*، وحرف *S* يعني كلمة جنوب *South*، وهذا التفسير أيضا له دلالة كبيرة، تتلخص في أن الأخبار يجب أن تعرف بأنها التبليغ عن الأحداث التي تقع في جميع الجهات(عزت، مدخل إلى الصحافة، 1993، ص171)

المفهوم العربي للخبر الصحفي: " هو الكلام الذي يحتمل الصدق والكذب"(والمتجدد من الوقائع وينقل الأحداث توضيح وتفسير (عبد الجبار، 2012، ص79)

أما المفهوم الاشتراكي للخبر: المفهوم الاشتراكي للخبر ليس سوى انعكاس للمفهوم الماركسي له، حيث يعرفون الخبر الصحفي أنه: " النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والأساس المكون للصحافة، وهو الذي يقوم بنقل معلومات معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة(أبو زيد، فن الخبر الصحفي، 1992، ص41).

أما مفهوم الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، فقد قدمه لنا (أدجار ديل) الذي عمل فترة طويلة مستشارا وخبيرا في الصحافة بهيئة اليونيسكو، فهو يعرف الأخبار بمدى تأثيرها علينا، حيث هي أحيانا تلبي رغباتنا في العلم بالشيء، وتذكرنا في الماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة، وهي تمكنا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين (عبد الحبار، 2012، ص79).

وهذه بعض التعاريف الخاصة بالباحثين العرب للخبر الصحفي

يرى فاروق أبو زيد أفضل تعريف للخبر الصحفي في الدول النامية أنه: "تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد القراء، وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته، ويرجع هذا لاعتبارين أساسيين حسب فاروق أبو زيد إلى أن: الأول هو أن اتصاف الخبر في الدول النامية بالصدق والدقة والموضوعية شرط ضروري لتكوين رأي عام حر ومستنير يمكن شعوب هذه المجتمعات من اتخاذ المواقف السليمة المبنية على المعلومات الصحيحة، والثاني هو أن التزام الخبر في المجتمعات النامية في المساهمة تنمية المجتمع وترقيته لا يرجع إلى أي نوع من الالتزام، وإنما هو التزام مهني يقوم على الإرادة الوطنية الحرة للصحفي (أبو زيد، فن الخبر، 1992، ص ص56-57)؛

أما الدكتور إبراهيم إمام فيعرفه: " أنه أحداث اليوم التي ستصبح تاريخا للغد" (ربيع، 2005، ص50)
4-1-1-2- أنواع الخبر الصحفي: ينقسم الخبر الصحفي إلى عدة أنواع نذكرها فيمايلي:
4-1-2-1-1- حسب الوسيلة

4-1-1-2-1-1- الخبر الكتابي (المقروء): وهو الذي ينشر ويتم استقباله عن طريق استخدام الرمز الكتابي (اللغة). بكلمة أخرى ينشر الكتابة ويتم استقباله (الدروبي، 1996، ص 103)؛ فهو يتحمل الإسهاب في التفاصيل كما يتحمل التعقيد في الصياغة وطول الجملة، لهذا فهو أسهل أنواع الأخبار التي تكتب من قبل الصحفي. فقارئ الخبر الصحفي، قارئ هادئ بمعنى أنه يمتلك الوقت لقراءته متى أراد وفي أي مكان، كما يمكنه الرجوع إليه متى شاء لأنه مطبوع ومحفوظ على الورق (العاني، 1980، ص16).

4-1-1-2-2-1-1- الخبر المسموع (الإذاعي): وهو الخبر الذي يركز على الصوت في نشره، وعلى حاسة السمع في استقباله (الدروبي، 1996، ص 103)؛ فهو يمتاز عن الخبر الصحفي أنه خبر مسموع، أي أن السامع لا يمتلك إمكانية الرجوع إليه إلا في حالة تسجيله على آلة تسجيل، لهذا فهو، أي السامع مجبر على الإصغاء التام والانصراف إليه تماما ثم بالتالي التقيد بمواعيد بثه. وكاتب الخبر الإذاعي ملزم بأن يكون الخبر الذي يكتبه سلس العبارة خاليا من أي لفظ معقد، فهو يمتاز بالجمل المقطعة، قصيرا لا يمله السامع (العاني، 1980، ص ص16-17).

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

4-1-1-2-1-3- الخبر المرئي(التلفزيوني): وهو الخبر الذي يقوم على الصوت والصورة في نشره، وعلى حاستي السمع والرؤية في استقباله؛ ويتابع هذا الفريق من الخبراء والأكاديميين تعليهم وتبريرهم لهذا التصنيف انطلاقاً من أن الطبيعة التكنولوجية المختلفة لبث الأخبار. (الدروبي، 1996، ص ص103-104) والخبر التلفزيوني هو المسجل أو المنقول حياً، في موقع الحدث، يتولى طاقم التغطية الإخبارية تغطيته من جميع جوانبه، ويضع الخبر التلفزيوني إلى مقومات أساسية هي مقومات الخبر الصحفي عموماً، ومن هذه المقومات، الأهمية، الإثارة، الطرافة، التشويق، والاهتمام الإنساني؛ ويختلف أسلوب الكتابة الصحفية التلفزيونية عن الكتابات الصحفية الأخرى، لأنه موجه إلى العين والأذن معاً. فالصور تخاطب العاطفة والقول يجذب العقل، ويخاطب المحرر الإخباري التلفزيوني كل الفئات المختلفة والمتباينة(العياري، وآخرون، 2006، ص 11)؛ والتعامل مع الخبر التلفزيوني سكون تعاملًا خاصاً، فهو يعتمد في الأساس على الصورة التي ترافقه حتى لو كانت صورة ساكنة(صورة فوتوغرافية) والخبر التلفزيوني متى ما فقد هذه الخاصية يكف عن أن يكون خبراً متميزاً(العاني، 1980، ص 17)

4-1-1-2-2- حسب بنية الأخبار: ينقسم الخبر حسب هذا التقسيم إلى نوعين هما كمايلي:
(الخوري، 2009، ص 106).

4-1-1-2-2-1- الأخبار البسيطة: هي أخبار شبه كاملة ولا تحتاج إلى جهود كبيرة في معالجتها وكتابتها.

4-1-1-2-2-2- الأخبار المركبة: وهي أخبار تفرض الحاجة إلى تفسيرات وتعليقات لتوضيحها
4-1-1-2-3- الخبر حسب التقسيم الجغرافي:

4-1-1-2-3-1- الأخبار الداخلية: وهي الأخبار التي تقع داخل نطاق المجتمع أو البلد الذي تصدر فيه الصحيفة، حيث يميز العنوان الخبر المحلي عن الخارجي، وكثيراً ما نلاحظ صحفاً وفضائيات وإذاعات ومواقع إخبارية تولى الخبر المحلي اهتمام كبيراً نظراً لشعبيته الواسعة بين القراء والمستمعين، كونه يلبي حاجاته. (البدراني، 2014، ص 53)

4-1-1-2-3-2- الأخبار الخارجية: وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، وتعنى بالشؤون الخارجية الدولية.(البدراني، 2014، ص 53)

4-1-1-2-4- حسب المضمون(المجال): قسم الخبر وفق هذا التصنيف إلى أخبار سياسية، أخبار اقتصادية، أخبار ثقافية، أخبار رياضية... (رزاق، 2004، ص 29)؛ وهذا التقسيم ذو أهمية قصوى في المؤسسة الإعلامية، نظراً إلى أهمية تخصص الصحفيين العاملين بمجالات محددة وتركيز معظم اهتمامهم عليها، مما يؤدي إلى تطوير آفاقهم المعرفية فيها وازدياد مخزونهم المعلوماتي حولها إلى درجة تمكنهم من أن يتحولوا تدريجياً إلى خبراء أو شبه خبراء في هذا المجال أو ذاك(الدروبي، 1996، ص 103)؛ والمشكلة في هذا التصنيف لا يأخذ بعين الاعتبار تداخل الموضوعات داخل الخبر الواحد، فمثلاً استقبال رئيس الوزراء لبعثة المنتخب الوطني لكرة القدم، فهذا ليس خبراً رياضياً فقط، فهو خبر

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

سياسي أيضا لوجود رئيس الوزراء، وبالتالي لا يمكن وضعه في تصنيف واحد(نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص ص60-61).

4-1-1-3- الفرق بين الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والتلفزيوني

يكمن الفرق بين هذه الأنواع الثلاثة في أن لكل منهم خصائص تميزه عن الآخر فجميع المبادئ الخاصة بأخبار الراديو تكاد تنطبق على أخبار التلفزيون؛ فقد استمد التلفزيون كثير من قواعد عمل الراديو منذ البداية لأن العاملين في التلفزيون عند بدء انتشاره كانوا قد تلقوا تدريبهم في الراديو(الشريف، ونداء، 2004، 98). وهناك تشابه وثيق بين الراديو والجريدة بحيث أن كاتب التعليق الإذاعي يسمى في أدبيات الإذاعة والتلفزيون كاتب الافتتاحية على الأثير ويعرف التلفزيون أحيانا جريدة الهواء المصورة؛ فكاتب الأخبار الإذاعية أو التلفزيونية يستحسن أن يكون قد أتقن أصول كتابة وتحرير أخبار الجريدة لأن هذه الأصول تفرض حضورها في كل نشرة أخبار إذاعية وتلفزيونية، ورغم التشابه الكبير إلا أن هناك فروق أساسية بين الأسلوب الصحفي والأسلوب الإذاعي والتلفزيوني، ونذكر أهم هذه الفروق فيمايلي:

(الشاري، 2010، ص ص92-93)

- في أخبار الإذاعة والتلفزيون يتم تجنب البنية المعكوسة، وتكون الجملة قصيرة وبسيطة، أي عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة

- في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لا بد أن تكون سهلة النطق.

- إن ما يكتب للجريدة يخاطب القارئ وليس المستمع وهذا ما لا ينسجم تمام الانسجام مع فن الكتابة للأذن.

- يتميز الخبر الإذاعي بالإيجاز الشديد عكس الخبر الصحفي يتميز بالتفصيل والإحاطة بزوايا الحدث(نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص52).

- الصحف تملك فرصة نشر جميع أنواع الأخبار(داخلية وخارجية، بسيطة ومركبة، سياسية، اقتصادية، رياضية...، في حين أن الإذاعة والتلفزيون يذيعان أنواعا أقل من الأخبار، فهي لا تستطيع أن تجاري الصحف وخاصة الصحف اليومية في تقديم الأخبار بأنواعها المتعددة(أبو زيد، فن الخبر الصحفي، 1992، ص ص376-377)

- تتميز الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بالفورية، إذ أنه في حالة ورود خبر مهم تستطيع الإذاعات ومحطات التلفزيون قطع برامجها وبث الخبر، بينما في الصحف تتحول الفورية إلى عنصر الجدة الذي قد يطول زمنيا، فالخبر الإذاعي والتلفزيوني خبر فوري، أما الخبر الصحفي فهو خبر جديد. (نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص52)، وهناك فرق آخر بين هذه الأخبار كذلك من ناحية الجمهور، فالخبر الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب مستوى تعليمي عال للمستمع أو المشاهد حتى يستطيع فهمه، على عكس الخبر الصحفي(نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص58).

وفي الأخير يمكن القول انه إذا كان هناك أي اختلاف بين أخبار الإذاعة والتلفزيون والأخبار الصحفية، فإن هذا الاختلاف ليس اختلافا في مضمون الخبر؛ فالخبر هو حقيقة ما حدث، ولكن الاختلاف سيكون في أسلوب معالجة وتحضير الخبر، لأن هناك اختلافات جوهرية بين كتابة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، والأخبار المطبوعة، لأن الإنسان المستمع يختلف عن الإنسان القارئ.. وكتابة الأخبار الإذاعية، والتلفزيونية ليست عملية قراءة أخبار مطبوعة بصوت عال؛ فالصحف تتطلب تركيزا تاما من القارئ التي يجب أن يطلق لخياله العنان، أما التلفزيون فإنه ينقل الأخبار إلى المشاهد الذي لا يعمل خياله إلا قليلا.. أخبار الإذاعة، وأخبار التلفزيون لا يمكن أن تقدم كمية كبيرة من الحقائق، كما تفعل الصحف، وعلى الكاتب للأخبار الإذاعية والتلفزيونية أن يدرك هذه الحقيقة، لان المشاهد، أو المستمع لا يستطيع أن يستوعب جرعة كبيرة من التفاصيل ومن الحقائق..

إن محرر الأخبار في كل من الإذاعة، والتلفزيون يهدف إلى إحداث تأثير لدى المشاهدين، والمستمعين، إنه يجعلهم يفعلون لحادث من الأحداث.. أهم هدف يمكن أن تحققه أخبار الإذاعة، وأخبار التلفزيون، هو الانطباع(مرزوق، 2007، ص246)

4-1-1-4- عناصر الخبر الصحفي: يتكون الخبر الصحفي من عدة عناصر نذكرها فيمايلي:

4-1-1-4-1- الغرابة: الغرابة تعني الخروج عن المألوف، وأن يقدم الخبر عكس ما اعتاد عليه الناس(إبراهيم، 1998، ص ص16-17)؛ فالغرابة من أهم عناصر التشويق الإخباري، فالخبر الغريب المدهش الذي لا يمكن حدوثه ولكن يحدث، يستحوذ على اهتمام الجمهور بشكل يستثير دهشته أو حتى حيرته(جواد، 2001، ص49)، فكلما كان الخبر يحتوي على بعض الطرائف استحسنة الجمهور، كذلك فإن الخبر الغريب والممنوع مرغوب عند الجماهير(عبد الجبار، 2012، ص82).

4-1-1-4-2- القرب: فالخبر لا بد أن يكون قريبا من حيث المكان، فالجمهور يهتم بالأحداث التي تقع قريبا منه(معوض، 1994، ص11)، فمن الطبيعي أن يهتم الجمهور بالأخبار التي تدور في بلده ومدينته بل حتى في حيهم، مما يستدعي من الصحافة الإخبارية أن تولي اهتمام لهذا لعنصر القرب(عبد الستار جواد، 2001، ص47)، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تفضل عند الاختيار بين خبرين أن تنشر ما يتناسب مع الاهتمامات الجغرافية لجمهورها(نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص76).

والقرب قد يكون نفسيا، فما يحدث لأبنائنا في الخارج كالجاليات مثلا يكون قريبا إلى نفوسنا، ولذا يؤكد النشر أو البث مهما بعدت المسافة(معوض، 1994، ص11)

4-1-1-4-3- الشهرة: وتعني ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة في المجتمع، أو بالأماكن التي لها قيمة تاريخية، وتستند هذه القيمة على قاعدة صحفية مشهورة(عبد النبي، 1989، ص47)، فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر زادت أهمية الخبر وازدادت فرصة بثه أو نشره، فالأسماء الكبيرة تصنع الأخبار(أبو زيد، فن الخبر الصحفي، 1992، ص98)؛ فالجمهور بطبيعته يتشوق لمعرفة أخبار المشاهير سواء كانوا من السياسيين أو من الاقتصاديين أو الرياضيين، والأدباء والفنانين،

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

والأشخاص الذين اكتسبوا الشهرة بأعمالهم الطيبة أو السيئة يستقطبون الكثير من الاهتمام(نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص77)؛ ويرى الدكتور "سليمان صالح" في كتابه مقدمة في علم الصحافة أن هذه القيمة الإخبارية(الشهرة) لها أثارها الخطيرة؛ إذ أنه يتم النظر إلى الشعوب والمجتمعات من خلال زعمائها وقادتها دون إعطاء أي أهمية للجماهير، ويتم اختزال المجتمع أو الدولة كلها في شخص واحد(ربيع، 2005، ص73).

4-1-1-4- الأهمية: وتعني أن الخبر ينطوي على أهمية بالنسبة لجمهور الوسيلة، وهذه الأهمية قد تكون عامة بالنسبة للجمهور، أو خاصة بالنسبة لفئة معينة من المجتمع(نصر، وعبد الرحمان، 2009، ص75). وعنصر الأهمية في الخبر هو ناتج عن اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى، فاتحاد عنصر الشهرة، مع عنصر من الضخامة قد يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية(عبد الجبار، 2012، ص83)؛ إذن فعنصر، لأهمية قد يختزل داخل أكثر من عنصر من عناصر الخبر. ولكنه مع ذلك يملك قدرا كبيرا من التميز عن العناصر الأخرى؛ ولعل أبرز ما يميزه هو أنه يحمل في مضمونه معنى جادا، حيث انه لا مجال لوصف أي حدث طريف أو غريب أنه هام(أبو زيد، فن الخبر الصحفي، 1992ص101).

4-1-1-4- التشويق: الخبر المشوق هو ذلك الخبر الذي يدفع القارئ لقراءة تفاصيله للوقوف على تطوره(عبد الجبار، 2012، ص84)؛ فالتشويق من عناصر الخبر الجيد، فهو يبتعد عن الموضوعات الجافة المجردة، وتقديمها بأسلوب جيد وممتع يدفع الجمهور لمتابعته والوقوف على كل تفاصيله وتطورات(معوض، 1994، ص12)؛ وهناك مستويان للخبر المشوق؛ الأول: أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقا يجذب الجمهور إلى الإطلاع وقراءته حتى نهايته، أما المستوى الثاني: خبر مشوق في حد ذاته يدفع الجمهور في نفس الوقت لمتابعته في الأيام التالية للوقوف على تطوره وأبعاده المختلفة(فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، 1992، ص ص95-96)

4-1-1-4- الإثارة: ويقصد بعنصر الإثارة في الخبر الإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث، وتكسبها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه الجمهور ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة، وهو ما يحدث في بعض الحوادث التي تتعلق بالجرائم أو الجنس أو الفضائح(أبو زيد، فن الخبر الصحفي، 1992، ص101)؛ إلا أن المبالغة في هذا العنصر شيء يجب أن تحرص المؤسسات الإعلامية التقليل منه قدر الإمكان حتى لا تتحول إلى مجرد نشرات صفراء تخاطب الغرائز(إبراهيم، 1998، ص18)؛ ويهدف التركيز على الأخبار ذات الطابع المثير والشاذ وغير المؤلف إلى تحقيق أهداف تجارية عن طرق زيادة التوزيع، وكذا تحقيق أهداف أيديولوجية تتمثل في الإلهاء العام للجماهير عن مشاكلهم الحقيقية(ربيع، 2005، ص75)

4-1-1-4- الاهتمام الإنساني: يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة العناصر التي تضي على الموضوع أو لخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا وأن يكون لها تأثيرها(جواد، 2001، ص50)؛ فالعنصر

الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند الجمهور سواء بالحب أو بالعطف (عبد الجبار، 2012، ص84)؛ فالإنسان عاطفي بطبعه يميل إلى الأشياء التي تخاطب المناطق الإنسانية فيه، سواء بالحب أو بالعطف أو الشفقة أو الكراهية، أو الخوف، ولذلك نجد أن الأخبار التي تدور حول العنصر الإنساني هي أكثر الأخبار تأثيراً على عواطف الجمهور (إبراهيم، 1998، ص17)؛ فالاهتمامات الإنسانية كقيمة إخبارية تتبع من حقيقة أن الخبر ينبغي ان يكون عن الناس ومن أجلهم، وإن كان في كثير من الأحيان تكون لوسائل الإعلام القدرة على تحويل أحداث معينة لتثير هذه العواطف الإنسانية، في حين أن هناك أحداث أخرى يمكن أن تكون بذاتها مثيرة للعواطف لكنها لا تحظى بالتغطية الإعلامية الكافية (ربيع، 2005، ص ص76-77).

4-1-2- التقرير الصحفي

4-1-2-1- تعريف التقرير الصحفي:

يعرف "قاروق أبو زيد" التقرير الصحفي أنه: "فن صحفي يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي، ويقدم التقرير الصحفي مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية، فهو إذن يتميز بالحركة والحيوية (أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، 1992، ص135)، ويعرف التقرير كذلك بأنه: "نوع صحفي إخباري مستقل و متميز يقدم الحقائق والوقائع الجوهرية والتفصيلية عن حدث معين، كما يقدم شرحاً مفصلاً ووصفاً، وربما تفسيراً وتحليلاً لظروف هذا الحدث ودوافعه وأسبابه والشخصيات الفاعلة فيه، ويقدم ذلك من خلال التجربة الذاتية للصحفي بكونه شاهد عيان يعيش لحظات وقوع الحدث ويراقب تفاصيله المتعددة (البدراي، 2015، ص165)؛ ويعرف أديب خضور التقرير الصحفي على أنه: "عبارة عن نقل أو تقديم حدث أو واقعة من منظور ذاتي، أي أن يكون الصحفي قد شاهد الحادث، وهو شرط أساسي وضروري، وهو (التقرير) نوع إخباري تشكل المعلومات العنصر الحاسم والمحدد فيه (عزام، 2015، ص18)؛ والتقرير عبارة عن خبر موسع أضيف إليه تفاصيل أخرى لم يكن ممكناً تضمينها في الخبر الأساسي (الرجوب، 2009، ص24)،

4-2-1-2- أنواع التقرير الصحفي: ينقسم التقرير الصحفي إلى ثلاثة أنواع هي كمايلي:

4-2-1-2-1- التقرير الإخباري: وهو أبسط أنواع التقارير؛ إذ أن منهجه الكتابي يقوم على متابعة الأحداث وتطوراتها بنفس تسلسل وقوعها مع معالجة لأهم الحقائق فيها، ومثل هذا التقرير يكتب عادة بخصوص الأحداث ومجرياتها اليومية التقليدية (الدروبي، 1996، ص133)، فهذا التقرير يهتم في المقام الأول بعرض وشرح وتفسير بعض زوايا أو جوانب من الأخبار أو الأحداث أو الوقائع اليومية الجارية (أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، 1992، ص151)، وهذا النوع من التقرير يعنى بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفي تناولها (عبد الجبار، 2012، ص181)، والتقرير الإخباري يجب أن يلتزم بالأسلوب الموضوعي في عرض المعلومات والبيانات والآراء، بمعنى عدم تحيز

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

الصحفي أثناء سرده للمعلومات، أو تعميمه لنتائجها، وكذلك أن يهتم بتقديم البيانات والمعلومات الجديدة، وتقديم الخلفية التاريخية لموضوع التقرير (عزام، 2015، ص 42)

4-1-2-2-2- التقرير الحي: يركز هذا النوع من التقرير على التصوير الحي للوقائع والأحداث، حيث يهتم برسم صورة الوقائع أو الأحداث أكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها أو تفسيرها (عزت، 1998، ص 127)، ورغم التشابه مع التقرير الإخباري في تناول الوقائع والأحداث ونشر تفاصيلها، إلا أنه يتسم بقدرته على وصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه (خليل، 2009، ص 66)، ويستعين التقرير الحي في كثير من الأحيان بالعديد من الأدوات والأشكال التي يستعين بها التحقيق الصحفي (عبد الجبار، 2012، ص 183)، وينصرف الجزء الأكبر من التقارير الحية إلى تغطية الأخبار الخفيفة، ولكن في نفس الوقت جانب غير قليل من التقارير الحية تغطي الأخبار الثقيلة مثل التقارير التي تغطي المؤتمرات السياسية، والانتخابات (فاروق أبو زيد، 1992، ص 160).

4-1-2-2-3- تقرير عرض الشخصية: وهو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث، أو التي تؤدي دورا بارزا في المجتمع المحلي أو الدولي (عزام، 2015، ص 64)، فمثل هذه الشخصيات قد لا يكتفي الصحفي بكتابة تقرير إخباري عن تلك الأخبار المرتبطة بها، ودالاتها، ونتائجها... وإنما ينتج الصحفي لكتابة تقرير صحفي يعرض ويحلل تلك الشخصية المرتبطة بالحدث، وتاريخها السياسي، وملامح شخصيتها، وفكرها السياسي والاجتماعي، ومدى طموحاتها للمستقبل... (فريد عزت، 1998، ص 132)، وعلى هذا فقد يحدث هناك خطأ بين تقرير الأشخاص والحديث الصحفي القائم مع الشخصية من الشخصيات الموجودة في المجتمع، والتقرير الخاص بعرض الأشخاص يقوم على رسم ملامح شخصية من الشخصيات، وبالتالي ليس شرطا إجراء حوار صحفي معها، أو تناول وجهة نظرها في قضية أو موضوعا من الموضوعات (خليل، 2009، ص 67)، وكاتب هذا النوع من التقارير يجب أن يحرص على التعبير الصادق عن الشخصية أن يميز تمييزا واضحا بين آراء الشخصية وانطباعاتها عن الشخص موضوع التقرير وبين آراء هذا لشخص نفسه (عبد الجبار، 2012، ص 184)

4-1-2-3- بنية وكتابة التقرير الصحفي: يقوم بناء التقرير الصحفي على الهرم المعتدل، حيث تأتي مقدمة التقرير بوقائع ومواقف ومعلومات جديدة عن الواقعة أو الحادثة (خليل: 2009، ص 68)، وتضم مدخلا يمهّد لموضوع التقرير بأن يتناول جانب من جوانب الموضوع، وعلى الصحفي أن يختار هذا المدخل بعناية فائقة (خير الله، 2015، ص 93)، أما جسم التقرير فيتضمن المعلومات والبيانات بما في ذلك الأدلة والشواهد والصور الحية للموضوع، التي تؤكد حقيقة ما جاء في التقرير من معلومات وبيانات (عبد الجبار، 2012، ص 184-185)، أما في نهاية التقرير (خاتمة التقرير) يكشف فيها الصحفي كاتب التقرير ما توصل إليه (خير الله، 2015، ص 94)، وهذه طريقة كتابة التقرير الصحفي

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

سواء في الصحافة المكتوبة، أو الإذاعة، أو التلفزيون بالتفصيل، من العنوان وحتى الخاتمة، والتي يمكن سردها فيمايلي:

4-1-2-3-1-1- عنوان التقرير الصحفي: له أهمية كبرى، ويجب أن يكون مختصرا وواضحا وجذابا ويعكس مضمون التقرير، وقد يتطلب الأمر عنوانا ثانويا لدعم العنوان الرئيسي وعناوين فرعية تؤطر فقرات الموضوع(عبد الجبار، 2012، ص185)، ويستخدم التقرير العناوين التي تحمل مضمونا إخباريا وعنصرا ذاتيا في الوقت نفسه(البدراي، 2015، ص167)

ويكون عنوان التقرير مفردة من مفردات النص تلخصه أو تعطي الملامح العريضة له، وغالبا ما تكون مسندا أو مسندا إليه، كما أن عنوان التقرير ينقسم إلى نوعين عنوان إشارة وعنوان رئيسيا، وهناك من يفضل أن يكون للتقرير عنوانا ثابتا (رزاق، 2008، ص55)

4-1-2-3-2- مقدمة التقرير الصحفي: وهي تقوم على التمهيد للموضوع الذي يتم تناوله من خلال التقرير بما يعني تهيئة القارئ للموضوع المطروح، بحيث تجذب المقدمة انتباه القراء للموضوع الذي يتناوله التقرير وتدفعهم للمتابعة للتفاصيل التي جاءت في إطاره(خليل، 2009، ص67)، وفي المقدمة يتناول الصحفي زاوية معينة من زوايا الموضوع المطروح يختارها بعناية، وهذا المدخل أو التمهيد لا يضم خلاصة الموضوع أو أهم حقائقه، وإنما يضم واقعة ملموسة أو موقفا معينا، أو صورة منطقية، أو زاوية جديدة لموضوع غير جديد (عزت، 1998، ص118)، والمقدمة يجب أن توضح ثلاث أشياء وهي: موضوع التقرير وخلفيته، الهدف من التقرير، حدود التقرير؛ ويمكن أن تشمل المقدمة أيضا شرح موجز لأقسام التقرير، والمقدمة لا تحتوي على أي نتائج أو توصيات أو تفاصيل التقرير؛ فالمقدمة لا بد أن تكون قصيرة بالنسبة لحجم التقرير، فمثلا قد يكون طول المقدمة في حدود الثلاثة بالمئة من طول التقرير، فالتقارير المكونة من عشرات الصفحات قد تكون المقدمة فيها صفحة أو اثنتين(عزام، 2015، ص174)

4-1-2-3-3- جسم التقرير الصحفي: هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير، بما يعني الأدلة والشواهد المنطقية التي تدعم موضوع التقرير(عبد الجبار، 2012، ص186)، ويضم كذلك جسم التقرير جميع العناصر الإخبارية التي حددها الصحفيون لمعالجة الحدث، متسلسلة حسب الأهمية التي حددها كاتب التقرير لكل عنصر من هذه العناصر(البدراي، 2015، ص168)، ومن الضروري أن يحرص الصحفي كاتب التقرير على أن يضمن جسم التقرير جانبيين هامين هما:

- مسار الحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير، وتطور هذا المسار منذ بدايته حتى نهايته(عزت، 1998، ص119)

- الربط بين الوقائع التي يتضمنها التقرير، وأن يكشف العلاقات بينها ويظهر ما وراءها، أو ما يكتنفها من غموض(أبو زيد، 1992، ص141)

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

4-1-2-3-4 - خاتمة التقرير الصحفي: وهي آخر جزء في التقرير، والتي يكشف فيها الصحفي عن نتائج أو خلاصة ما توصل إليه، أو يقدم أهم نتيجة أو حقيقة وصل إليها خلال بحثه في موضوع التقرير (عزت، 1998، ص119)، وتشكل الخاتمة جزءا مهما من بنية التقرير الصحفي، وتملك قوة اتصالية ذاتية مستقلة نسبيا، تعود ضرورة وجودها في التقرير إلى حقيقة وجود عناصر التحليل والتفسير والتقييم بشكل قوي وفعال (البدراني، 2015، ص168)، والخاتمة تعيد تذكير القارئ بالفكرة الشاملة التي يمكن استخلاصها من الموضوع (عبد الجبار، 2012، ص186)، كما أن من الضروري أن يراعي الصحفي كاتب التقرير توفر صفتين هامتين في خاتمة تقريره، ألا وهما:

- أن يحرص بقدر الإمكان أن تثير الخاتمة في ذهن (القارئ أو المشاهد أو المستمع) حوارا حول موضوع التقرير وأن تدفعه إلى التفكير في الموضوع ومتابعته فيما بعد إن الموضوع يستحق المتابعة (أبو زيد، 1992، ص141)

- أن تترك خاتمة التقرير الصحفي صدى في ذهن (القارئ أو المشاهد أو المستمع)، وأن تدفعه إلى بناء أو تكوين رأي عن الحدث أو الواقعة موضوع التقرير (خير الله، 2015، ص95)

4-1-2-4 - التقرير الصحفي والأنواع الصحفية الأخرى: يلتقي التقرير ويختلف مع هذه الأنواع الصحفية في العديد من النقاط نذكرها فيما يلي
4-1-2-1-4 - التقرير والخبر:

- الخبر يختار الحدث على أساس المحلية والعالمية والضخامة والصراع والتوقع والغرابة والشهرة...، ولا تظهر آراء وانطباعات الصحفي لأنه يجب أن يجسد شخصية الإنسان المحايد والناقل للأمانة. أما التقرير فيظهر شخصية الصحفي وآراؤه من خلال إبداء بعض التحايلات.

- الخبر يركز على نقل الحدث فقط بينما التقرير يحرص كاتبه على التفاصيل التالية: الظروف التي أدت إلى وقوع هذا الحدث، الأشخاص الذين لعبوا دورا في هذا الحدث، تقديم المزيد من التفاصيل الجانبية عن الحدث، بالإضافة إلى أن التقرير الصحفي يبحث عن تفاصيل إضافية للخبر ولا يكتفي بالإجابة عن الأسئلة الستة (البدراني، 2015، ص172)

- يصف الخبر الصحفي واقعة أو حادثة، أو فكرة جديدة وصحيحة، وذلك بدقة ومهارة، بحيث تمس هذه الأفكار والوقائع مصالح أكبر عدد من الجماهير، وتثير اهتماماتهم بما تتضمنه من عناصر مختلفة، وعليه يستوجب أن: تختفي ذاتية الكاتب للخبر الصحفي عن الأحداث التي ينقلها حتى لا يفقد الخبر موضوعيته، لذلك لا بد أن يكون الصحفي كاتب الخبر وراء الستار (عزام، 2015، ص22)، بينما التقرير الصحفي يفضل فيه ظهور شخصية الصحفي حتى يعرض إضافة إلى الوقائع الملموسة انطباعاته الشخصية، وآراءه وأحكامه واستنتاجاته، ويمكنه أيضا أن يقدم الأشخاص، ويعرض وجهات نظرهم، وربما يقدم ذات طابع وثائقي (خير الله، 2015، ص ص 91-92).

- ويرى بعض الباحثين وجود تشابه بين الخبر والتقرير الصحفي، حيث أن كلا منهما يحمل مضمونا خبريا جديدا، ومحل اهتمام القراء (عبد الجبار، 2012، ص179)، ومن جهة أخرى كل حدث يمثل مادة لخبر صحفي يمكن أن يمثل كذلك مادة لتقرير صحفي، بالإضافة إلى أنه ليس هنالك تقرير صحفي لا يمكن تحويله إلى خبر، من خلال حذف التفاصيل، والجمل الوصفية، ولا يوجد خبرا صحفيا تقريبا لا يمكن صياغة تقرير صحفي منه، وهكذا تتضح مدى ترابضية الخبر والتقرير الصحفي، فمن الأخبار تولد التقارير الصحفية، حيث يعد الخبر النواة الأصلية الأساسية للتقرير الصحفي (عزام، 2015، ص23)- ويرى البروفيسور الشهير "سيرجي لوكاش": أنه من الصعوبة بمكان ملاحظة التقرير الصحفي على أنه شيء آخر غير الخبر؛ فهو عمليا يمثل خبرا متضمنا المزيد من التفاصيل، أو بتعبير آخر، هو خبر أكثر كمالا" (الدربوي، 1996، ص127)

4-1-2-4-2- التقرير والتحقيق الصحفي:

- التحقيق الصحفي يتميز بالتعمق في بحث ودراسة الأبعاد المختلفة للحدث أو القضية، بينما التقرير يكتفي بتقديم صورة سريعة لهذا الحدث، ويقوم بالتركيز عادة على جانب منه؛ فالتقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر وأقل من التحقيق (خير الله، 2015، ص92).

- التحقيق يهدف إلى إقناع (القارئ أو المستمع، أو المشاهد) بأهمية أو خطورة القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها الصحفي كاتب التحقيق، وذلك بهدف كسب الرأي العام لصالح القضية التي يطرحها أو الحل الذي يقدمه لهذه القضية؛ في حين أن التقرير الصحفي فينحصر هدف كاتبه في إثارة اهتمام (القارئ أو المستمع، أو المشاهد) بموضوع التحقيق، وذلك بتقديم معارف ومعلومات جديدة أو غريبة، أو مسلية عن حدث من الأحداث الجارية، وقد لا يزيد هدف التقرير عن مجرد تسلية القارئ، وإمتاعه بالمعلومة الغريبة (أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، 1992، ص137).

- في التحقيق الصحفي يقوم كاتبه بعرض وجهات النظر في القضية المطروحة من خلال التحقيق، وبالتالي فلا يسمح له بالتعبير عن وجهة نظره، أو تأييد رأي آخر، بينما التقرير الصحفي فيظهر من خلاله شخصية الصحفي كاتب التقرير ووجهة نظره، فضلا عن كونه ليس مضطرا أن يكون التقرير منقحا وسياسة التحرير التي تقوم عليها المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها الصحفي كاتب التقرير (خليل، 2009، ص66).

- يحتاج التحقيق الصحفي إلى أسلوب بسيط ولكن عميق، وهو يحتاج لكي يقنع القارئ بالقضية أو المشكلة (القارئ أو المستمع، أو المشاهد) معتمدا على الأرقام والإحصائيات، وغير ذلك، أما التقرير الصحفي لا يصلح له إلا الأسلوب البسيط الواضح، والجمل القصيرة مع جمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات؛ إذا كان التحقيق الصحفي يحاول أن يشرح ويفسر ويعلق ويبحث في الأسباب والعوامل التي تكمن وراء الخبر، إلا أن التقرير الصحفي غالبا ما يكتفي بزوايا واحدة دون التطرق لباقي الجوانب (عبد الجبار، 2012، ص ص180-181).

يتفق التحقيق الصحفي مع التقرير الصحفي فيما يلي:

- أنهما يشتملان على فنون صحفية أخرى كالخبر والتعليق والصور
- أنهما يكتفيان بالإجابة على السؤال السادس فقط وهو: لماذا؟
- يكشفان عن شخصية كاتبيهما (خير الله، 2015، ص 92).
- ليسا مطالبين بالتعبير عن سياسة المؤسسة الإعلامية، وإن كانا مطالبان بالأيتعارضان معها
- يرسمان صورة واقعية عن الحياة والمجتمع (عزام، 2015، ص 25).

4-1-2-3- التقرير الصحفي والريورتاج الصحفي:

- يجمع الريورتاج بين ثلاثة عناصر متناقضة؛ فهو يملك صفة التقرير باعتبار أن كاتبه يعيش الحدث، ويملك صفة المحلل والمعلق باعتباره يوجه الحدث، ويملك صفة الأديب باعتباره ينقل المشاعر والأحاسيس، وتظهر فيه ذاتية الصحفي كاتبه، فهو يجعل (القارئ أو المستمع، أو المشاهد) يعيش الحدث ويتفاعل معه، لما فيه من تصور حي له، فهو بذلك يتقاطع مع التقرير الصحفي، ناهيك أن أغلب الظن أن مادة الريورتاج مرهونة بكيفية الجمع بين العقل والعاطفة في كتابته، ولعلّ هذا جعل البعض يصنفه كتقرير صحفي (رزاق، 2008، ص 97).

- يهدف التقرير الصحفي إلى نقل الحدث، وهو عادة ما يكون نقلا كرونولوجياً لمجري الأحداث، والعناصر الإخبارية المحيطة به، مع إضافة التفاصيل.

- إن الريورتاج لا يهدف إلى نقل المجاري؛ بل إلى وصف الأحداث والوقائع، وسلوكات الناس في إطار هذه المجريات والوقائع

- إذا اشترك التقرير الصحفي مع الريورتاج في الكتابة عن موضوع ما، فإنهما يفترقان في شكل المعالجة وطريقة تقديم الواقع للجمهور، وهكذا يتبين أيضا أن لكل نوع صحفي وظيفة يقوم بها وهو أقدر على القيام بها فإذا كان الريورتاج أقدر على الوصف، فإن التقرير الصحفي أقدر على السرد ونقل التفاصيل (لعقاب، 2006، ص 90)، وهذه القاعدة لا تمنع كاتب التقرير الصحفي من استغلال بعض التوابل التي تستخدم بذم في الريورتاج، لكن يجب على الصحفي أن يتقيد ببعض الحدود حتى لا ينأى عن الحدث؛ موضوع التقرير، وينصرف وراء انطباعاته الشخصية، وهنا يكمن الحد الفاصل بين التقرير الصحفي والريورتاج.

- خلافا للريورتاج الذي يعد شخصا وذاتيا، يسعى التقرير الصحفي ليكون موضوعيا، ويتطلب كذلك أكبر قدر من الدقة والحياد، ويقدم المعلومات الواقعية المرتبطة بالحدث دون أن يتجاوزها الصحفي.

- ويتفق التقرير الصحفي مع الريورتاج في أن كلا منهما يتطلب حضور الصحفي لعين المكان، مكان وقوع الحدث (لعياضي، 2007، ص ص 66-67)

- يتفقان أيضا في أن كلا منهما يقوم على نقل الواقع للجمهور، أي إخباره به (لعقاب، 2006، ص 90)

4-1-3- الحديث الصحفي:

تجمع أغلب الدراسات الإعلامية على أن الحديث الصحفي هو المقابلة الصحفية، أو الحوار الصحفي، أو اللقاء الصحفي، في حين يرى البعض الآخر أن الحوار نوع من الأحاديث الصحفية، ويذهب البعض الآخر إلى أن الحديث الصحفي أساسه الحوار الحي والمباشر(رزاقى، 2008، ص119)، ويرى آخرون أن المقابلة الصحفية تعتبر مثل المحادثة نوعا من تبادل المعلومات والآراء، والتجارب، من شخص لآخر، وفي أثناء المحادثة تنتقل السيطرة من شخص إلى آخر مرات عديدة، لكن في المقابلة الصحفية فإن الصحفي هو الذي يتحكم في سير المناقشة، ويحدد اتجاه الأسئلة(بياجي، 1986، ص23)؛ وبالرغم من هذه الاختلافات في التسميات، وبعبدا عن الفروق اللغوية؛ فإن لها كلها من حيث الدلالة معنى واحدا(لعقاب، 2006، ص130)؛ ومهما كان الاختلاف بينها؛ فهي طرق هامة للحصول على المعلومات والمعارف والبيانات والأفكار التي تهتم الجمهور والرأي العام الذي يتوجه إليها(عوض الله، 1996، ص11)

4-1-3-1- تعريف الحديث الصحفي: هو فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية(الحسيني، 2005، ص ص111-112)؛ ويعرف كذلك: "على أنه أحد الفنون الصحفية التي تعتمد على الحوار واللقاء والمقابلة الصحفية مع شخصية أدبية أو سياسية أو رياضية أو شخص كان شاهدا على حدث ما، غالبا ما يكون ثنائيا بين الصحفي وشخصية معينة أو مجموعة بين صحفي ومجموعة ممن تجمعهم قضية أو ظاهرة، أو مجموعة صحفيين مع شخصية بارزة(الساري، 2012، ص18)؛ فالحديث الصحفي: " هو عبارة عن مضمون محاورة على موعد يطلبه المحرر من شخصية هامة، بهدف الحصول على بعض المعلومات التي تشغل الرأي العام، أو يكون الهدف منه التعريف بالشخصية التي يقابلها(الخوري، 2009، ص112)، ويعرف كذلك بأنه: "وسيلة أو أسلوب أو أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات للعديد من الأنواع الصحفية الأخرى، كالأشكال الخبرية، وكذلك للتحقيق الصحفي، وأنواع الرأي، وهناك مقولة مشهورة في المجال الصحفي: الأحاديث تصنع الأخبار"(عبد المجيد، وعلم الدين، 2009، ص172)

4-1-3-2- أنواع الحديث الصحفي: ينقسم الحديث الصحفي إلى عدة أنواع نذكر مايلي

4-1-3-1-2- الحديث الصحفي الإخباري: وهو حديث صحفي لتوضيح جوانب معينة في قضية ما باستجواب شخصية لها موقع وظيفي أو اجتماعي أو لتخصصها التقني، ويقدم تفصيلات عن الخلفية المتعلقة بمن أو ماذا جرى؟(الساري، 2012، ص20)، وهنا يجب التنبيه إلى ان المطلوب من الصحفي في هذا النوع ذكر المعلومات والحقائق دون نقص أو زيادة، وعليه أن يبتعد عن إيجاد الآراء أو الاتجاهات أو وجهات النظر المختلفة(عوض الله، 1996، ص20)، حيث نجد أن هذا النوع وظيفته جمع الأخبار والتوصل إلى أدق التفاصيل، بشكل يخدم القارئ، وترجع قوة فاعلية هذا النوع من الأحاديث

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

الصحفية كونه يتميز بالدقة التي تعامل بها الصحفي وهو يشاهد أو يسأل الناس الذين شاهدوا الحدث، ناهيك عن مصداقية المعلومات التي يقدمها على لسان المصدر المتحدث، بالإضافة إلى القيمة الوثائقية للمعلومات، كون هذه المعلومات صدرت من شخص عايش الحدث من خلال تواجده بعين المكان(البدراني، 2014، ص177)؛ فهذا النوع من الأحاديث الصحفية أساس العمل الصحفي برمته، كونه المادة الخام لمصنع الأخبار، رغم أنه لا يحظى باهتمام المستمعين أو المشاهدين أو القراء، إلا في حالات الأخبار العاجلة عندما تكون عملية جمع الأخبار حية على الهواء(خليل، 2014، ص157)

4-1-3-2- حديث الرأي: تهتم وسائل الإعلام بهذا النوع من الأحاديث الصحفية للحصول على آراء ذوي الخبرة والاختصاص في موضوع الحديث(عوض الله، 1996، ص21)، وظيفته النصح والإرشاد والحصول على الحقائق والآراء الخاصة بموضوع الحدث(البدراني، 2014، ص177)؛ فهذا النوع يغطي جانبا كبيرا من النواحي التي تبحث عن الحقائق التي تقابل من الجمهور برعاية واهتمام، وفي هذا المعنى يقول جلال الدين الحمامصي: "يجد الجمهور في هذا النوع غذاء قويا ومتعة تجعله يحس أن يشترك في معركة من معارك الرأي"، فإلى جانب الوظيفة الإعلامية التي يؤديها، هناك وظائف أخرى لحديث الرأي على غرار التوجيه، الشرح والتفسير(شرف، 2000، ص ص246-247).

3-1-3-2-3- حديث الشخصيات: وهذا النوع يستهدف البحث في حياة الشخص الذي يجري معه الحديث، أي أنه يركز على الشخصية من حيث نشأته وحياته وأعماله واهتماماته، وأحلامه وطموحاته، ويسمى هذا النوع كذلك بحديث التسلية والإمتاع أو الحديث الشخصي(إبراهيم، 1998، ص57)؛ فإذا كان الشخص الذي يجري معه الحديث معروفا عند الجمهور ينبغي أن يقدم لهم الصحفي شيئا جديدا عنه، أما إذا كان غير معروف لديهم، فإنه يرسم لهم صورته بالكامل(الساري، 2012، ص20)، وهذا النوع من الأحاديث يؤدي جانبا مهما من وظائف التقيف، والتنشئة الاجتماعية، من خلال تقديم نماذج القدوة للأجيال، وبتث الثقافة من جيل إلى آخر، أو ما يسميه تشارلز رايت بتنمية الروح الاجتماعية(شرف، 2000، ص 248).

3-1-3-2-4- الدائرة المستديرة: هو نوع من أنواع الأحاديث الصحفية، يستخدم بشكل رئيسي في الراديو والتلفزيون، ونادرة في الصحف المكتوبة، وتستخدم بشكل يومي تقريبا في الكثير من شركات التلفزيون، خاصة الأمريكية والأوروبية، تهدف أساسا إلى إضاءة مشكلة، أو حالة هامة جدا من مختلف الجوانب، لذا يستقدم الصحفي شخصين على الأقل لديهم بالضرورة خبرة كبيرة ومؤهلات كافية للحديث حول موضوع الحديث (الدروبي، 1996 ص ص197-198)

3-1-3-2-5- حديث المؤتمرات: وهو النوع الذي يحصل في المؤتمرات الصحفية التي يعقدها كبار المسؤولين أو المشاهير، بهدف تقديم وقائع لموضوع معين على صيغة أسئلة وأجوبة(البدراني، 2014، ص177).

يتوقف نجاح الحديث الصحفي على مهارة الصحفي الذي يملك القدرة على كيفية الإعداد بالطريقة الصحيحة التي اكتسبها من خبرته، من أجل إدارة الحديث بكل جدارة وكفاءة(عوض الله، 1996، ص65)، ومن أجل إجراء أي حديث صحفي يجب على الصحفي أن يتبع الخطوات التالية:

4-1-3-1- تحديد موعد اللقاء: بعد الإعداد الكافي للحديث الصحفي، يبدأ الصحفي بإجراء الاتصال بالشخصية التي سيتم الحديث معها، وذلك إما بالاتصال به عن طريق التلفون، أو بالمقابلة المباشرة، أو عن طريق الوساطة، وكيف أن يخبره: من هو؟ ، ماذا يريد؟ ، ولماذا يريد(سبب الاتصال)؟ (أبو زيد، 1990، ص25)؛ وعلى هذا يجب على الصحفي ألا يفرض على الشخصية ميعادا محددا لإجراء الحوار معه، وإنما يتم اقتراح ميعاد، أو يترك للشخصية تحديد الوقت الذي يناسبها، وهذا هو الأفضل، وذلك نظرا لوجود شخصيات عديدة لديها من المعلومات والآراء الكثير ولا ترغب في التحدث مع وسائل الإعلام(عبد الجبار، 2012، ص226)؛ فلباقة الصحفي وسرعة بديهته وحسن تصرفه لها دور كبير في كسب ثقة المصدر والوصول إليه بسهولة، والصحفي الجيد هو الذي يحدد الموعد مباشرة مع المصدر الذي يريد إجراء الحديث معه دون اللجوء إلى إدارات العلاقات العامة إلا إذا اضطرت الظروف لذلك(إبراهيم، 1998، ص68).

4-1-3-2- إدارة الحوار: عندما يحين الموعد ويبدأ اللقاء لا بد أن يكون الصحفي مستعدا تمام الاستعداد، ومعه جميع الوسائل اللازمة، فهو مثل الجندي في المعركة مسلحا بكامل أسلحته، هذا ولا يجب أن يبدأ الحوار مباشرة بعدالجلوس، وإنما يجب التمهيد للحوار بحديث عام مع المصدر(إبراهيم، 1998، ص70)؛ فكسر الجليد وتقديم انطباع أول جيد يشجع الشخص الذي تقابله على الشعور بالراحة(betz, 2003, p11).

هذا ويجب على الصحفي أن تكون بداية حديثه قوية ومركزة؛ فهذه البداية يتوقف عليها كل شيء بعد ذلك(إبراهيم، 1998، ص70)؛ فمطلع أسئلة الصحفي قد تكون من العوامل المشجعة لاستكمال الحديث حتى نهايته، وقد تكون البداية هي نهاية الحديث الصحفي، لذا يجب على الصحفي أن يحسن اختيار نقطة البداية أو مدخل الموضوع الملائم للشخصية المحاور(عبد الجبار، 2012، ص ص226-227)؛ ويجب كذلك على الصحفي أن يسيطر على المناقشة وعلى تحديد سير الحديث في المجرى الذي يريده، لأن سيطرة المتحدث على سير المناقشة والحوار يفقد الصحفي سيطرته على الموضوع وإدارته(أبو زيد، 1990، ص25)؛ أما بالنسبة لنهاية الحديث فيجب أن تتركز حول غاية التوصل إلى النتائج والخلاصة العامة، واستخلاص أهم المعلومات والآراء التي تخدم موضوع الحديث، والتعرف على وجهة النظر الشخصية للمتحدث(عبد الجبار، 2012، ص227)

4-3-1-4- القوالب الفنية للحديث الصحفي: للحديث الصحفي قوالب فنية نذكرها فيمايلي:

4-3-1-4-1- قالب الهرم المقلوب: وهو نفس الشكل الفني الذي تكتب به الأخبار، حيث يتكون هذا القالب من مقدمة وجسم فقط، ففي المقدمة تأتي أهم الأخبار والمعلومات والآراء، ثم يحتوي الجسم على جميع التفاصيل، وهذا القالب يتلاءم مع الأحاديث الإخبارية وكذلك أحاديث الرأي (إبراهيم، 1998، ص75)، وتتنوع طرق استخدام هذا الشكل، فالبعض يجعل جسم الحديث عبارة عن سؤال وجواب، والبعض الآخر، يذكر السؤال ثم يعقبه بملخصات لأقوال المتحدث، ويزاوج بينهما وبين عبارات منقولة من نص الحديث، وأحيانا يقوم الصحفي بعمل فواصل أو استراحات بين الأسئلة والإجابات من خلال تصوير الجولعام للحديث، وإعطاء خلفيات عن الموضوع أو عن الشخصية التي يجرى معها الحديث (البدراني، 2014، ص181)

4-3-1-4-2- قالب الهرم المقلوب المتدرج: وتحتوي المقدمة والتي تمثل قاعدة الهرم المقلوب، على أهم الأخبار والآراء التي تضمنها الحديث الصحفي، بينما يشتمل جسم الحديث على فقرات متعددة تحتوي كل فقرة على محور من محاور الحديث الصحفي مع الاستشهاد بكلام المتحدث في كل فقرة (عوض الله، 1996، ص84)، ومن الضروري أن ترتب كل فقرة ملخصة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المتحدث حسب أهمية كل منها، حيث يحتل مكانة الصدارة في جسم الحديث الأقوال الأكثر أهمية ثم تليها الأقوال المهمة ثم الأقل أهمية وهكذا حتى نهاية الحديث (أبو زيد، 1990، ص53)

4-3-1-4-3- قالب الهرم المعتدل: ويتكون الحديث في هذا القالب من ثلاثة أجزاء وليس جزئين كما حصل في القالبين السابقين، ففي المقدمة يعدّ الصحفي القارئ للحديث فيقدم للموضوع أو يصف الشخصية في قمة الهرم، أو يصف المكان أو الجو الذي أجري فيه الحديث؛ في حين جسم الحديث يتضمن تفاصيل الحديث ونصه مرتبا حسب الأهمية من حيث ضرورة أن يبدأ من المهم إلى الأقل أهمية وهكذا، وقد تتم كتابة الحديث على طريقة سؤال وجواب أو على طريقة السرد القصصي (البدراني، 2014، ص181-182)؛ في حين نجد أن الخاتمة تحتل قاعدة الهرم المعتدل، وتحتوي على تلخيص لأهم الأخبار أو الآراء التي أدلى بها المتحدث، وقد تحتوي على رأي الصحفي أو تقويمه لأقوال وتصريحات المتحدث (إبراهيم، 1998، ص81)

3-4-3-1-4- قالب الهرم المعتدل المتدرج: يأخذ هذا الهرم شكل مستطيلات متدرجة، ويتكون الحديث الصحفي في هذا القالب من ثلاثة أجزاء، مقدمة، جسم، خاتمة، فهو يتشابه مع قالب الهرم المعتدل (أبو زيد، 1990، ص66)، غير أن الفرق بينهما، أن هذا القالب المعتدل المتدرج يأتي على شكل المستطيلات المتدرجة، أي فقرات تلخص أقوال المتحدث، وتليها فقرات مقتبسة من حديثه (إبراهيم، 1998، ص89).

4-1-3-5- بنية الحديث الصحفي: يتكون الحديث الصحفي مما يلي:

4-1-3-5-1- العنوان: يتميز عنوان (الإشارة) بالديمومة والثبات في الأحاديث الإعلامية، ويأتي اسم الشخصية مباشرة بعد عنوان الإشارة، وهو بمثابة عنوان إشارة ثان، ويكون بعد الوظيفة أو المنصب في السمي البصري، وقبلهما في الصحافة المكتوبة، ويكون بعدها العنوان الرئيسي، وهو أول تماس أو اتصال مباشر بين القارئ والمادة الإعلامية (رزاق، 2008، ص137)؛ ويكون تحرير العنوان بعد الانتهاء من تحرير موضوع الحديث ومقدمته؛ لأنه من الضرورة ربط المقدمة بالعناوين، لأن العنوان هو المدخل إلى المقدمة، هذا ويجب أن يكون جذاباً للقراء، يشعرهم بأهمية موضوع الحديث، مع تجنب الغموض في العناوين، وألا تحتل معنيين أو أكثر، وتحديده بدقة، بحيث يتفق مع جوهر الحديث ("عبد المجيد، وعلم الدين، 2009، ص ص 184-185).

4-1-3-5-2- المقدمة: حيث تحتوي على أهم نقاطه المثارة مع تصوير جذاب للشخصية موضوع الحديث (شرف، 2000، ص 252)، وهناك عدة أنواع من المقدمات نذكر منها: الخبرية، والتي تركز على خبر مهم جاء على لسان المتحدث؛ مقدمة وصفية، تركز على وصف الأشخاص المتحدث معهم؛ مقدمة اقتباسية، وهي التي تبدأ بأقوال أو تصريحات مهمة بالنص كما وردت على لسان المتحدث (عبد المجيد، وعلم الدين، 2009، ص184).

3-1-3-5-3- الجسم: يتضمن تفاصيل الحديث بشكل مرتب وفقاً للأهمية، وتكون كتابة الحديث على طريقة سؤال وجواب، أو على طريقة السرد القصص (البدراني، 2014، ص182)

3-1-3-5-4- خاتمة: تحتوي على تلخيص لأهم الأخبار أو الآراء التي أدلى بها المتحدث، وقد تحتوي على تقييم المحرر لأقوال وتصريحات المتحدث، وقد تحتوي على انطباعات المحرر عن شخصية المتحدث (عوض الله، 1996، ص75). ويرى محمد لعقاب أنه لا توجد خاتمة في الحديث الصحفي؛ إذ ما يتعين على الصحفي أن يعرف كيف ينهي حديثه؛ فالطريقة أو السؤال الذي ينهي به الصحفي حديثه هي الخاتمة (لعقاب، 2006، ص169).

4-2- الأنواع الصحفية الفكرية (أنواع الرأي): تتكون الأنواع الصحفية الفكرية مما يلي:

4-2-1- المقال الصحفي:

4-2-1-1- نشأة المقال الصحفي:

إن فن المقالة ولا سيذ ما الأدبي منه، قد رأى النور في عصر النهضة الأوروبية، حين كانت تزيح عن كاهلها كابوس العصور الوسطى، بما فيها من تعصب ديني وضيق أفق، وجهل مطبق؛ فقد امتازت هذه الفترة بظهور مدارس فلسفية جديدة، فبيئة المقالة كانت بيئة نزعة التفكير الفردي، والميل إلى المعرفة، والرغبة في التجربة في عصر النهضة، فكانت بيئة حرة، وإنسانية و فردية فتحرر الفرد من قيود العصور الوسطى بنظامها الاجتماعي الجامد، وبدأت حضارة جديدة (المحمود، 2008، ص 455-456) وإذا كان عصر النهضة هو البيئة المواتية لظهور فن المقال الأدبي، فقد كانت عصور التقدم العلمي، والتنوير الفكري، وتكوين الرأي العام وظهور الطبقة الوسطى التي تمتاز بعقلية واقعية، وتهتم بمشاكل المجتمع، من أهم عوامل ظهوره (شرف، 2000، ص 235)، أما حديثا فنشأت المقالة في الغرب على يد "مونتني" الفرنسي في القرن السادس عشر، وكانت تتسم باطلاع الذاتية، فقد كان يفيد من تجربته الذاتية في تناول الموضوعات التربوية والخلقية التي انصرف على معالجتها، فلقبت مقالاته رواجاً في أوساط القرن 17 (خليل، 2014، ص 71)، ثم برزت في إنجلترا "فرنسيس باكون" في القرن السابع عشر فأفاد من تجربة مونتني، وطور تجربته الخاصة في ضوءها، ولكن عنصر الموضوعية كان أشد وضوحاً في مقالاته، مع الميل إلى الموضوعات الخلقية والاجتماعية المركزة، وفي القرن الثامن عشر بدت المقالة نوعاً أدبياً قائماً بذاته، يتناول فيه الكتاب مظاهر الحياة في مجتمعهم بالنقد والتحليل وقد أعان تطور الصحافة على تطوير هذا العنصر الأدبي، وبرز فيه عنصر جديد وهو عنصر السخرية والفكاهة، وإن كانت الرغبة في الإصلاح هي الغاية الأساسية لهذا الفن الجديد، وفي القرن التاسع عشر اتسع نطاق المقالة لتشمل نواحي الحياة كلها، وازدادت انطلافاً وتحرراً واتسع حجمها بحكم ظهور المجالات المتخصصة (عبد الجبار، 2012، ص 129)

4-2-1-2- تعريف المقال الصحفي:

اعتاد الباحثون في الفن الصحفي، على أن يشبهوا المقال الصحفي بعقل الإنسان، ومعنى ذلك أن مهمة المقال في الصحيفة كمهمة العقل سواء بسواء، والعقل البشري هو القادر على تفسير المحسوسات، وشرح المؤثرات وتحليلها، وربط الأحداث بعضها ببعض، ولذلك فإن كاتب المقال له أن يستنبط أو يدخل في موازنات، ليخرج وفي النهاية بالقدر من الصواب الذي يرشد ويوجه القراء والرأي العام الوجهة الصحيحة، (1998، ص 67) وأطلق "مونتاني" على مقالاته اسم "المحاولات Essay" كأنه - على حد تعبير العقاد - يعتذر من ترسله فيها بغير تقييد بموضوع واحد أو تعمق في التفكير، وكانت المحاولة اصطلاحاً فنانيين هي معالجة صنع التمثال من مادة رخوة كالشمع قبل صده في قوالب النحاس أو نحته من الرخام، فأراد مونتاني في مقالاته أن تكون محاولات "رخوة" من هذا القبيل (شرف، 2000،

ص332)؛ فالمقال هو جنس من أجناس المادة التي تطرحها الجريدة لتغطية تساؤلات واهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالأحداث المهمة والمشكلات والقضايا الجارية بالفعل في حياة قرّائها أو تلك التي يمكن أن تجرى في حياتهم في المستقبل القريب (عبد المجيد، ومحمود الدين، 2009، ص100). ويعرف المقال كذلك أنه أحد الفنون الصحفية التي تتعامل بها وسائل الإعلام ومنها الصحيفة أو الموقع الإلكتروني وحتى المحطات الإذاعية والتلفزيونية للتأثير على قرّائها وفي التعبير عن وجهة النظر حيال القضايا والمشكلات التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي (البدراي، 2014، ص125) والمقال هو فكرة يتلقفها الصحفي ليعالجها بأسلوبه الخاص وطابعه المتميز، هو أيضا يشكل دعوة للقرّاء للتفكير والتدبّر، وربما التصرف تجاه الأحداث من واقع فهمه لها (خير الله، 2015، ص100). وتعرف دائرة المعارف البريطانية المقال الصحفي: أنه إنشاء متوسط الطول، يكتب للنشر في الصحف، ويعالج موضوعا معينا بطريقة بسيطة وموجزة يلتزم الكاتب فيها حدود موضوعه (نبيل حداد، 2002، ص218).

4-2-1-3- لغة المقال الصحفي:

يرى الدكتور عبد العزيز شرف أن كل كلمة تسمع أو تنطق تترك في أثرها مجموعة من الانطباعات في ذهن كل من المتكلم والمستمع، يشترك الأول بطريق إيجابي، وخاصة في وسائل الإعلام، بوصفه بادئا للاتصال، والثاني بطريق سلبي بوصفه مستقبلا، ويشكل المعنى المشكلة الجوهرية في علم الإعلام اللغوي (الشريف وندا، 2004، ص35)، وكما هو معروف أن الصحافة عمل اجتماعي بحث، وأن اللغة التي تستخدم لهذا الغرض مشتقة من الحياة الواقعية التي يحيها الناس في المجتمعات، وهذه الحياة تلد للصحافة كل يوم جملة صالحة من الألفاظ والتراكيب التي لا عهد لرجال العلم أو الأدب بها، والذين مارسوا الصحافة في أية أمة من الأمم لم يجدوا أبدا من إيثار هذه الألفاظ التي ولدتها الحياة الواقعية (حمزة، 1956، ص286)؛ وفي هذا الصدد يقول الكاتب الإنجليزي ديفو: "إذا سألتني سائل عن الأسلوب الذي أكتبه قلت إنه الذي إذا تحدثت به إلى خمسة آلاف شخص ممن يختلفون اختلافا كبيرا في قواهم العقلية فإنهم يفهمون ما أقول (عزت، 1993، ص184)، وعلى ذلك فالمقال ينبغي أن يكتب بلغة الحياة العامة، أي لغة القارئ العادي، التي يفهمها أكبر عدد ممكن من القرّاء، مهما اختلفت أذواقهم وأفهامهم، وبيئاتهم، ومستوياتهم (عزت، 1998، ص69)، وهذا لا يعني أن تكون لغة المقال الصحفي هي العامية، إنما يجب أن تكون لغة عربية فصحة، ولكنها ليست فصحة العصر الجاهلي، وإنما فصحة عصر الصحافة، أي العصر الحديث، ومن ناحية أخرى ليست الفصحى الأدبية القائمة على الصور البيانية والمحسنات البديعية (أبو زيد، 1990، ص181)؛ فلغة المقال ليست اللغة المتفجرة التي يتسابق الكتاب لحشو مقالاتهم بها، فالكلمات العقيمة والألفاظ الغريبة تجعل القارئ ينفر من قراءة المقال الصحفي (خير الله، 2015، ص105) وإنما هي لغة تقوم على السهولة والبساطة والوضوح، وقد تستفيد بشيء من جمال الأسلوب الأدبي، وقد تستفيد بكثير من دقة الأسلوب العلمي، غير أن ما يميّز المقال

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

الصحفي هو أسلوبه البسيط الواضح السهل (عبد الجبار، 2012، ص132)، وباختصار فإن الخبراء والقراء على وجه السواء يحبّون لغة مفهومة واضحة وكلمات معبرة وجميلة على ألاّ تنزلق إلى البساطة المفرطة، كما يحبّون تجنب الرموز المختصرة والمفاهيم المعقدة وغيرها من الكلمات والجمال التي قد تحتاج هي ذاتها إلى تفسير وتوضيح، أو تنطوي على ازدواجية ما في فهم معانيها ومدلولاتها (الدروبي، 1996، ص151).

4-1-2-4 وظائف المقال الصحفي: للمقال الصحفي الكثير من الوظائف، لعلّ من أهمها مايلي:
4-1-2-4-1 الإعلام: وذلك بتقديم المعلومات والأفكار الجديدة عن الأحداث أو القضايا أو المشكلات التي تشغل الرأي العام، ولكن ليس معنى ذلك أن الإعلام هو الغرض الأول من أغراض المقال الصحفي، ولا ينبغي أن يهدف إلى تحقيق سبق الصحفي (عزت، 1998، ص68).
4-1-2-4-2 التوجيه والإرشاد: وذلك على أساس من العلم والمعرفة التامة بموضوع التوجيه، وإيراد الشواهد القوية من واقع الحياة (حمزة، 1956، ص284)، ويمكن لكاتب المقال، وخاصة في الصحف الكبرى أن يوجه السياسة العامة للدولة (عزت، 1993، ص184).

4-1-2-4-3 الشرح والتفسير: وذلك عن طريق شرح وتفسير الأخبار اليومية الجارية والتعليق عليها بما يوضح أبعادها وجوانبها المختلفة (أبو زيد، 1990، ص180)؛ فالتفسير وظيفة حيوية من وظائف المقال الصحفي، فهو العمود الفقري لهذا الفن الصحفي من أجل تقديم أعقد المشكلات في جميع الميادين باصطلاحات الإنسان العادي، لكي يضمن مشاركة جميع الناس في مناقشتها (شرف، 2000، ص34).
4-1-2-4-4 تكوين الرأي العام: وذلك عن طريق التأثير على اتجاهاته سواء بالسلب أو بالإيجاب في القضايا المختلفة، وحث القراء على اتخاذ القرارات مباشرة تجاه قضايا معينة (عزت، 1998، ص68)

4-1-2-4-5 بنية المقال الصحفي:

من الشروط الهامة واللازمة للمقال الصحفي تحديد أجزاء المقال حتى تتسلسل الأفكار في ترتيب منظم من خلال قالب يحتوي التناول ويسهل مهمة الكاتب في طرح أفكاره، كما تساعد القارئ على متابعة وفهم هذا الطرح (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص177)، ويتكون المقال الصحفي ممايلي:
4-1-2-4-5-1 المقدمة: المقدمة في المقال الصحفي تعيد وصل القارئ بما يعرف بمناسبة المقال أو سببه أو تبريره، وغالبا ما يكون مرتبطا بأهم حدث في اليوم أو الأسبوع، أو بحدث مر حصوله، ويفترض الكاتب إضاءات مهمة عليه، إنه الطعم والأساس الإخباري بعد العنوان في جذب القارئ (الخوري، 2009، ص114)، والمقدمة تشغل على مدخل أو زاوية يمهّد بها كاتب المقال الصحفي لموضوع المقال بهدف تهيئة ذهن القارئ، وتذكيره بالقضية أو المشكلة موضوع المقال، فللمقدمة أهمية بالغة، فمن خلالها يمضي القارئ في إتمام قرائته، إذا كانت مشوقة، وإما تجعله يتوقف عن القراءة إذا كانت رديئة (عزت، 1998، ص09)، فعلى كاتب المقال الصحفي أن يحاول في كتابة المقدمة توضيح الفكرة أو يعطي

القارئ علامات وأدلة يخبر فيها القارئ بما سيقوم بطرحه في المقالة التي بين يديه (عبد الجبار، 2012، ص138)

4-2-1-5-2 الجسم: هو الجزء الذي يحتوي على المادة الجوهرية في المقال الصحفي، وتفاصيل الحدث أو القضية التي يطرحها الكاتب، والأدلة والشواهد والحجج والبراهين المنطقية التي تؤيد وجهة نظر الكاتب وتقع القارئ وتشبع رغبته (عزت، 1998، ص09)، فالجسم هو محور المقال الصحفي وسبب كتابته، وكثيرا ما يكون هذا الجزء هو مصدر القوة في المقال، بحيث إن القارئ يأتي إلى هنا وهو ملم ببعض الأفكار التي استقاها من المقدمة (عبد الجبار، 2012، ص138)

4-2-1-5-3 خاتمة: وينبغي ألا تقل أهمية عن المقدمة، باعتبارها آخر ما يبقى منطبعاً في ذهن القارئ بعد الانتهاء من القراءة، ولا بد أن تكون قوية محكمة واضحة غير مسرفة في الطول حتى لا ينعدم تأثيرها (عزت، 1998، ص09)، والخاتمة في المقال الصحفي عبارة عن استنتاجات الكاتب للمحصلة النهائية لموضوع مقالته وعرض خلاصة بسيطة عن مضمون المقال (عبد الجبار، 2012، ص139)

4-2-2-4 العمود الصحفي

4-2-2-1 - تعريف العمود الصحفي: عبارة عن حوار شخصي، بين كاتب وقرائه، يعبر من خلاله عن مكونات نفسية، ويبدو صريحا واقعيا، ذاتيا، يروي، من خلال ذكرياته وخبراته، وتجاربه، ويعطي نصائحه (عبد الجبار، 2012، ص149)، والعمود الصحفي: هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد عن عمود تضعه لصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها يعبر من خلاله عما يراه من آراء وأفكار وخواطر وانطباعات شخصية حول الأحداث والقضايا (خليل، 2014، ص78).

والعمود الصحفي: هو مساحة مخصصة من الجريدة، وتحتل زاوية منها لا تتجاوز 8 سم أفقيا، و30 سم عموديا، تتراوح ما بين 200-450 كلمة على الأغلب، ويمثل العمود أحد أنماط مادة الرأي التي تنتشر بانتظام تحت عنوان ومكان ثابتين، ويحمل اسم كاتبه (خضير، 2011، ص157).

كما يعرف العمود بأنه: أسلوب صحفي مبسط ذات لغة أدبية جميلة تحمل مشاعر صادقة من الكاتب في مساحة قصيرة بالصحيفة حيال قضايا المجتمع في الحياة الحرة الكريمة وتتعدد إلى جوانب ثقافية واقتصادية واجتماعية وسياسية (البدراني، 2014، ص34)، والعمود الصحفي: مادة صحفية تنسم دائما بطابع صاحبها، أو محررها في أسلوب التفكير، وأسلوب التعبير، ولا تتجاوز في مساحتها عمودا صحفيا، على أكثر تقدير، وتنتشر بانتظام تحت عنوان ثابت، وتوقيع ثابت هو توقيع المحرر (حمزة، 1956، ص308-309)، كما يعرف العمود الصحفي بأنه: حديث شخصي يومي أو أسبوعي لكاتب معين يوقعه باسمه وتحت عنوان ثابت (شرف، فن المقال الصحفي، 2000، ص106)

4-2-2-2-2- خصائص العمود الصحفي: للعمود الصحفي العديد من الخصائص، نذكرها فيما يلي:
- له مكان ثابت لا يتغير وينشر تحت عنوان ثابت، وقد يكون كل يوم، وربما كل أسبوع" (خليل، 2014، ص78)

- يأخذ شكل الهرم المعتدل في الصياغة، فالعمود يشبه المقال، إذ يبدأ المحرر بالفكرة التي يدور حولها العمود، ثم يواصل الإتيان بالأمثلة والشواهد، أو الأدلة والبراهين ثم يأتي بالنتيجة التي أراد الوصول إليها في النهاية(حمزة، 1956، ص314).

- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية، وسهولتها ووضوحها، وبين جمال اللغة الأدبية، ذلك أن العمود الصحفي أشبه بالمقال الأدبي، من حيث العناية باختيار الألفاظ والاحتفاظ بحلاوة الأساليب، إلا أن ذلك ليس شرطاً مطلقاً في لغة العمود الصحفي، ولكنه جائز في هذه المادة الصحفية، حيث لا يجد خبراء الصحافة بأساً من أن يستخدم كاتب العمود الصحفي، أحياناً الأسلوب الأدبي في كتابته، على أن يكون أسلوبه متميزاً بالجمال، وتلك الألفاظ الجذابة والعبارات الرقيقة التي تعبر عن الفكرة تعبيراً جميلاً(عزت، 1998، ص 82)

- التعبير عن التجربة الذاتية للكاتب؛ لأن العمود الصحفي أقرب إلى الأدب، والأدب ذاتي، ولذلك فإن كاتب العمود الصحفي يعطي حرية كاملة، بقدر المستطاع، في التعبير عن آرائه، بشرط ألا يتعارض ذلك مع سياسة الصحيفة(عزت، 1993، ص 195)

- من خصائص العمود الصحفي الإيجاز، حيث يقوم على تطبيق القاعدة الذهبية في الصحافة، والتي تقول: "أكبر كمية من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الألفاظ"(أبو زيد، 1992، ص196)
- عنصر السخرية؛ فأسلوب العمود الصحفي تهكمي، ساخر، ناد، يقوم على الحكم والأمثال والنكت، (البدراني: 2014، ص193)، فالسخرية عنصر مشترك بين العمود والمقال، ولكنه في العمود أشبه ما يكون بلسعة العقرب، أو وقْع الإبرة، ولذا ترى القراء يتأثرون بسخرية العمود(حمزة، 1956، ص313).

4-2-2-3- بنية وكتابة العمود الصحفي: يكتب العمود الصحفي مثلما يكتب المقال الافتتاحي، على شكل الهرم المعتدل الذي يتكون من ثلاثة أجزاء هي(المقدمة، الجسم، الخاتمة)
4-2-2-1-3- المقدمة: وتشمل على مدخل، أو زاوية يمهدها الكاتب لموضوع العمود الصحفي، ويمكن أن يشتمل المدخل على النقاط التالية:

- خبر من الأخبار، أو حدث من الأحداث الهامة الجارية، بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة، أثارت اهتمامه، ويرى أنها تهتم القراء في الوقت نفسه(عزت، 1998، ص 83)
- فكرة أو خاطرة، أو لمحة، أو انطباع يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح أو توضيح، أو تفسير وتعليق، أو استخلاص العبرة منه

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

- قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء أو يثير اهتمامهم، وللكاتب في الحدث أو القضية وجهة نظر يريد الإفصاح عنها، ولكن يشترط أن تكون الزاوية التي يتناول الكاتب من خلالها هذه القضية أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها (أبو زيد، 1992، ص 197)

- آية قرآنية، أو جزء من آية، أو حديث نبوي شريف، أو جزء منه، أو ربما بيت شعري أو حكمة مأثورة، أو مثل شعبي معروف، أو قول لمفكر أو كاتب مشهور... (عزت، 1993، ص 196)

4-2-3-2-4-2-3-2-4 جسم العمود الصحفي: وفيه يركز الكاتب على الموضوع مستعينا بأدلة وشواهد وبراهين تعزز فكرته، وفيه يتم تقديم المادة الأساسية أو الفكرة الرئيسية التي يتضمنها العمود الصحفي (البدراني، 2014، ص 140)، ويتضمن رأي الكاتب، وخلاصة ما يريد قوله للقراء، وقد تشمل على النقاط التالية:

- خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية أو المشكلة التي يعرضها

- العبرة أو الموعظة، أو الحكمة التي يخرج بها الكاتب (عزت، 1998، ص 84)

- الأدلة، أو الشواهد أو الحجج والبراهين المنطقية التي يؤكد بها الكاتب رأيه فيما يعالجه في عموده الصحفي (عزت، 1993، ص 196).

- وعندما يكون العمود الصحفي عبارة عن سؤال من القارئ أو إجابة من الكاتب، فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ (أبو زيد، 1992، ص 197)

4-2-3-3-3-2-4 خاتمة العمود الصحفي: يجب أن يستخلص بها الكاتب فكرته بنصيحة أو رؤية أو إرشاد، ويتطلب منه جمع هذه الأركان تسلسل موضوعي يرتقي من المقدمة وصولا بذروة الموضوع وختمها برؤية الكاتب، وقد تكون الخاتمة كنصيحة، وقد تكون كتعجب يفتح آفاقا للقارئ لإيجاد حلول مستقبلية (البدراني، 2014، ص 140)، وقد تشمل الخاتمة على النقاط التالية:

- خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية، أو المشكلة التي يعرضها

- العبرة أو الموعظة، أو الحكمة التي يخرج بها الكاتب (عزت، 1993، ص 196)

النصيحة التي يقدمها الكاتب للقراء بعد أن يجيب على سؤال يقدم له من قارئ في الأعمدة الصحفية التي يكون موضوعها الإجابة على بعض أسئلة القراء (أبو زيد، 1992، ص 198)

4-2-2-4- الفرق بين العمود الصحفي والافتتاحية:

- يتفق العمود الصحفي مع الافتتاحية بأن له مكانا ثابتا، وعنوانا ثابتا، وينشر بانتظام، وتظم أجزاءه الفقرات المتمثلة بالمقدمة وجسم المادة والنتيجة، ويختلفان في أن كاتب العمود ليس ملزما بالتعبير الحرفي عن سياسة المؤسسة الإعلامية، في حين كاتب الافتتاحية ملزم بذلك (المحمود، 2008، ص 477-

(478)

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

- تكون اللغة عادة في الافتتاحية رصينة قوية متماسكة، وفيها من الإشارات ما يؤكد هوية وسياسة المؤسسة الإعلامية، وعادة ما تكون خليط بين اللغة العلمية واللغة الأدبية؛ في حين تكون اللغة في كتابة العمود الصحفي أكثر طراوة وسهولة في تناول الموضوعات المطلوبة، لكنها تظل لغة النثر الصحفي التي تقوم على أساس الجمل القصيرة، ويطلق عليها عادة اللغة الصحفية السهلة (المقدادي، 2010، ص123)

4-2-3- الافتتاحية

4-2-3-1- تعريف الافتتاحية:

يعتبر **المقال الافتتاحي** من أهم فنون المقال الصحفي، لاعتماده في الشرح والتفسير والإيضاح على الحجج والبراهين، والإحصاءات والبيانات، للوصول في نهاية الأمر إلى إقناع القارئ وكسب تأييده (عبد العزيز شرف: 2000، ص55)؛ فهو يقود غيره من المقالات ويتقدمها من حيث تعبيره عن رأي الصحيفة كمؤسسة، ومن حيث تناوله لأهم الموضوعات بالقياس إلى سياستها التحريرية، ومن حيث المساحة الثابتة الممنوحة له (شرف، 2000، ص336).

- **والمقال الافتتاحي:** " هو مقال يقوم على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية بما يعبر عن سياسة الصحيفة تجاه الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع (خليل، 2014، ص75)

- **المقال الافتتاحي:** " هو الكلمة اليومية، أو الأسبوعية، أو الشهرية (حسب مدة الإصدار) التي تعبر من خلالها المؤسسة الإعلامية عن رأيها في موضوع معين (حداد، 2002، ص220)

- **المقال الافتتاحي:** " هو مقال ثابت يظهر يوميا أو حسب دورية صدور الصحيفة، تعلق فيه الصحيفة على الأحداث وتفسرها وتشرحها وتقدم من خلالها وجهة نظرها، ويوقع باسمها، وقد تنشره الجريدة في صفحة الرأي، وأحيانا في الصفحة الأولى، أو صفحة داخلية، حسب تبويب الصحيفة، تعبر فيه عن آرائها ومواقفها عن قضية راهنة، أو مادة نشرتها أو تنشرها الصحيفة أو صحف أخرى، أو موقف أو حدث أو قضية مثارة، وينطق باسم الجريدة، بحيث يعكس موقف الجريدة وتوجهها التحريري (عبد المجيد، وعلم الدين، 2009، ص231)

4-2-3- خصائص الافتتاحية:

يتميز المقال الافتتاحي بمجموعة من الخصائص، نذكرها فيما يلي:

- التعبير عن سياسة المؤسسة الإعلامية، والثبات على التعبير عن هذه السياسة، سواء كانت هذه المؤسسة مستقلة، أو تابعة لحزب من الأحزاب، أو معبرة عن اتجاه سياسي، أو اجتماعي، أو فكري في البلد الذي تصدر فيه (عزت، 1993، ص188).

- الثبات على سياسة واحدة، إذ لا يصح للمؤسسة الإعلامية أن تكون مذبذبة بين سياسات كثيرة، لأنها بذلك تفقد أهميتها كمؤسسة إعلامية بين جمهورها

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

- الحذر والاحتياط في إبداء الرأي لأنه مادام رئيس التحرير أو كاتب المقال الافتتاحي لا يعبر عن رأيه الشخصي، بل عن رأي المؤسسة الإعلامية ككل، وجب عليه الحيطة في كتابة الافتتاحية من أجل عدم تعرض المؤسسة للخطر (شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، 2000، ص 336)

- التبسيط في الحديث، ومعنى ذلك أن حديث الصحفي في المقال الافتتاحي، لا يجوز أن يأتي عن طريق الاستعلاء الذي يحس به (القارئ، المستمع، المشاهد) عند (القراءة، الاستماع، المشاهدة)؛ بل ينبغي أن يأتي عن طريق شعور الصحفي كاتب المقال الافتتاحي و (القارئ، المستمع، المشاهد) معا بأنهما صديقان، يتحدثان حديثا يهم كل واحد منهما بقدر ما يهم الآخر، وليس المقال الافتتاحي في الواقع إلا محاولة هادئة لجذب (القارئ، المستمعين، المشاهدين) وإشعارهم بأنهم شركاء في حل المشكلات العامة (عزت، 1998، ص ص 83-84).

- من خصائص الافتتاحية الإقناع، وهذا عن طريق الشواهد والأمثلة المشتقة من الأحداث الجارية في الحاضر، والأحداث التي جرت في الماضي، والتجارب الإنسانية التي يختزلها الصحفي كاتب الافتتاحية في ذاكرته (رزقي، 2006، ص 59)

- ضرورة إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا التي يتناولها المقال الافتتاحي بالشرح والتحليل
- المقال الافتتاحي يكتبه رئيس التحرير أو كبار الكتاب في المؤسسة الإعلامية من الذين يثق بهم رئيس التحرير أو مالك المؤسسة (أبو زيد، 1992، ص ص 183-184).

- للمقال الافتتاحي مكان ثابت في الصحيفة، وعنوان ثابت، كما أنه ينشر بانتظام، ويتفق معه في ذلك العمود الصحفي (عبد المجيد، وعلم الدين، 2009، ص 235).

- الجدية الزمنية، أو مسايرة المقال الافتتاحي للأحداث، ومعنى ذلك أن ينبغي أن يعالج موضوعات الساعة، ومشكلات اليوم، ويهتم بالأفكار التي تشغل أذهان الناس، وبالتالي تضمن المؤسسة الإعلامية أن يكون لهقر (القارئ، المستمعين، مشاهدين) ينتظرون رأيها في كل حادثة تحدث لهم، أو فكرة تولد بينهم، أو وضع من الأوضاع السياسية أو الاجتماعية، أو الاقتصادية... يراد نقلهم إليه (حمزة، 1956، ص 294).

- التوجيه والإرشاد، على أن يختفي ذلك وراء الصحفي كاتب الافتتاحية، فلا ينبغي أن يكون ذلك في شكل موعظة أو نصيحة، أو أمر أو نهى، أو تعليمات يلقي بها عبر منابر المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، محاولا بذلك التأثير على الرأي العام؛ فالمقال الافتتاحي له قيمة كبرى في توجيه (القارئ، المستمع، المشاهد)، وفئات الرأي العام على اختلافها، وأكثر ما يكون وضوحا بالنسبة للمؤسسات الإعلامية الكبرى (عزت، 1993، ص 189)

- مستوى معالجة الافتتاحية للحدث من حيث الشمولية والعمق والتحليل يقع في مكان ما بين التعليق والمقال؛ فالافتتاحية ليست مجرد تعليق صحفي سريع يكفي بالإشارة إلى الحدث، ومن ثم تقويمه، وإبداء رأي الصحيفة، وهي كذلك ليست مقالا شاملا وعميقا من حدث مهم أو قضية معقدة يستخدم أساليب

التحليل والتفسير، ويتعرض لمختلف جوانب القضية، ويستعرض وجهات النظر المختلفة، ويقدم البراهين والحجج(المحمود، 2008، ص473).

4-2-3-3 خصائص كاتب الافتتاحية:

- كلما ازداد أساس المعرفة عند كاتب الافتتاحية، كلما ازدادت مقدرته على استنهاض الفكر في أي موضوع فالكاتب المجيد يخاطب من الناس عددا أكبر بكثير مما توصل إليه مدرس أو فيلسوف أو ناقد إطلاقا؛ فآثر هذه المعرفة ينعكس على ما يكتبه تحليلا للأخبار، وما وراء الأخبار(شرف، فن المقال، 2000، ص ص59-60).

- ينبغي على كاتب الافتتاحية أن يتحلى بالشجاعة، بحيث يصمد لما يفتتح به على أسس متينة، وألا يكتب أبدا أي شيء ضد ضميره(شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، 2000، ص343)

- يجب على كاتب الافتتاحية أن يكون ذا حاسة اجتماعية مرهفة، أو قدرة بالغة على الانغماس في المجتمع، وبممتلك موهبة الحديث، وغير ذلك من الخصال التي تمكنه من الوقوف على حقيقة الرأي العام، - كاتب الافتتاحية يقضي 90% من وقته في القراءة، والدراسة والإطلاع، و10% في تحرير الافتتاحية(عزت، 1993، ص ص190-191)

- أن يكون كاتب الافتتاحية يملك ثقافة واسعة، ولا بأس أن تبدو في مواضعها عميقة، (رزقي، 2006، ص55)، وبذلك يستطيع الصحفي أن يقف على المعلومات، التي تمكنه من الحكم الصائب، والنظر الصادق، والتوجيه السليم(حمزة، 1956، ص298).

ومما يجدر ذلك في هذا لمقام، أن أهم ما يميز الصحف الأجنبية عن بعض الصحف العربية، هو صفة التخصص، فالافتتاحية في مؤسسة (صحفية، إذاعية، تلفزيونية) أجنبية، إنما يكتبها صحفي مختص في نوع الموضوع الذي تعالجه الافتتاحية، فإن كان الموضوع اقتصاديا، كتبه صحفي مختص في الاقتصاد، وإن كان سياسيا كتبه صحفي مختص في السياسة... وهكذا(عزت، 1998، ص86).

- يستطيع مؤلف المقالة الافتتاحية التعليق من خلال القيام بالتحليلات، وتبرير موقفه، وتميل إلى الكشف عن الأسباب والدوافع والنوايا، كما لو كان يريد إقناع القارئ بأنه يمتلك القدرة على المرور خلف المرأة.

4-2-3-4- كتابه وبنية الافتتاحية:

تصاغ الافتتاحية على هيئة الهرم المعتدل، بمعنى أنه يتألف من ثلاثة أجزاء هي: التقديم أو الفكرة المثيرة لاهتمام القارئ، الحقائق والشواهد والأدلة المؤيدة للفكرة، وأخيرا النتيجة أو الخلاصة التي يخرج بها القارئ(عزت، 1998، ص77).

4-2-3-4-1 عنوان الافتتاحية: يمثل عنصر الجذب الأساسي لأنه عنصر الاتصال الأول بين النص والقارئ، بين فكرة الصحفي كاتب الافتتاحية والجمهور، ونجاحه يشكل نجاحا في دفع القارئ إلى المشاركة في العملية الإعلامية، لذا يفضل أن يكون الإعلام منبها لفضول الناظر المسرع في تصفحه،

كما يفضل أن يكون موجزا ومفيدا، بحيث يختصرا ببراعة أهم ما في الافتتاحية(المحمود، 2008، ص475).

2-4 -3 -4 -2 -مقدمة الافتتاحية: وتحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة التي تدور حولها الافتتاحية، وهذه المقدمة يمكن أن تضم النقاط التالية: (أبو زيد، 1992، ص 186)

عرض فكرة مثيرة لاهتمام القراء

طرح قضية هامة تمس مصالح القراء

- إبراز خبر هام يشغل الرأي العام

- وصف مشكلة هامة صارت حديث الناس في المجتمع(عزت، 1993، ص191)

والمقدمة ترتبط ارتباطا عضويا بالعنوان، الأمر الذي يؤكد وحدة ترابط أجزاء الافتتاحية، فالتقديم لا يمكن أن ينفصل عن عنوان الافتتاحية بحال من الأحوال؛ بل إن كليهما تمّم للآخر(شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، 2000، ص348)، وتقوم المقدمة بعدد من الوظائف منها:

- تهيئة ذهن (القارئ، المستمع، المشاهد) لموضوع الافتتاحية

- إعادة تذكير (القارئ، المستمع، المشاهد) بالقضية أو المشكلة موضوع الافتتاحية، مع مراعاة عدم الإغراق في ذكر هذه التفاصيل(عزت، 1998، ص77).

- جذب(القارئ، المستمع، المشاهد) ودفعه إلى (قراءة، استماع، مشاهدة) الافتتاحية، وهذا عن طريق الطرح الجيد والشيق للموضوع(عزت، 1993، ص191).

2-4 -3 -4 -3 - جسم الافتتاحية: ويضم البيانات والمعلومات الموثقة بالشواهد والأسانيد(خليل، 2014، ص77)، وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الجوهرية في الافتتاحية، وقد يحتوي على النقاط التالية:

- الحقائق والمعلومات الكافية عن الموضوع لإشباع رغبة(القارئ، المستمع، المشاهد)(عزت، 1998، ص77)

- الأدلة والحجج والأسانيد المنطقية، التي تؤيد وجهة نظر المؤسسة الإعلامية في الموضوع وتدعمه

- الخلفية التاريخية للموضوع الذي تعالجه الافتتاحية

- أبعاد الموضوع ودلالاته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية(عزت، 1993، ص192)

2-4 -3 -4 - خاتمة الافتتاحية: وتحتوي على خلاصة الأفكار والآراء التي توصل إليها الصحفي كاتب الافتتاحية في الموضوع المعالج(خليل، 2014، ص77)، وتأخذ الخاتمة أشكالا متنوعة؛ فقد تكون إعادة للعبارات التي بها الاستهلال، وقد تكون تشبيها مجددا للرأي الذي أعلنه الصحفي كاتب الافتتاحية، وأقام عليه البرهان في التوسيع، وقد تكون استنتاج مبدأ عام، وقد تكون تركيبا تعبيريا يربط التوسيع بالمقدمة ويترك أثرا فاعلا في(القارئ، المستمع، المشاهد)(المحمود، 2008، ص476)

4-2-4-4- التعليق الصحفي:

4-2-4-1- تعريف التعليق الصحفي: هو نوع صحفي فكري مستقل ومتميز، يهدف أساسا إلى تقديم رأي صريح، واضح ومحدد، ومعلن إزاء حدث هام (بومعزة، 2002، ص92)، ويقدم الأدلة والبراهين والشواهد التي تؤكد صحة هذا الرأي، محاولا بذلك تقديم مغزى ومعنى وقائع الحدث وإيضاح علاقته المترابطة وسياق تطوره وأسبابه، وتقديمه بشكل متماسك عضويا، وجعله يترسخ هكذا في ذهن القارئ والمشاهد (رزاقى، 2009/2008، ص203)، ويقصد -كذلك بالتعليق الصحفي: تلك المقالة القصيرة التي تناول فيها الكاتب حدثا معيناً، ثم يبدي فيه رأيه استنادا إلى الحقائق المتوافرة لديه (العاني، 1980، ص30)، ظهرت الحاجة إليه بعد أن تعقدت الحياة، وتداخلت شؤونها، وبرزت إلى الوجود بشكل ظاهري قضايا سياسية، اقتصادية، اجتماعية، وعلمية معقدة، إضافة إلى التدفق الهائل للأخبار والمعلومات من كل مصادر الاتصال ووسائل المكتوبة، السمعية، والمرئية، ومن هنا جاء التعليق الصحفي لتقديم إجابة شافية عن سبب وقوع حدث ما، والإجابة عن تساؤلات قد تنثور في ذهن الجمهور عند قراءته، أو سماعه، أو مشاهدته لخبر ما لعدم وضوح هذا الخبر (عبد المجيد، وعلم الدين، 2009، ص237)؛

والتعليق الصحفي الرياضي: " هو فن صحفي يقوم على شرح وتفسير ونقد وتحليل المباريات الرياضية؛ فهو يستهدف تقييم المباراة والكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية في الأداء (إبراهيم، 2001، ص77)؛ فالتعليق الرياضي نوع صحفي فكري مستقل ومتميز، يهدف أساسا لتقديم رأي صريح، وواضح ومحدد ومعلن إزاء حدث رياضي هام، يقدم الأدلة والحجج والبراهين والشواهد التي تؤكد صحة هذا الرأي (الهادي، 2015، ص109) فهو الدراسة الواعية لكل المؤثرات التي تحيط بالمباراة، والتي تتضمن بالضرورة تحليل أدوار كل من يسهم في صناعة المباراة وإخراجها من إداريين، وجمهور، وأرضية، وتحكيم، وإعلام (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص188)

4-2-4-2- أنواع التعليق الصحفي:

يقسم التعليق الصحفي وفق الموضوع إلى (سياسي، رياضي، اقتصادي..)، وهو التقسيم الشائع والمعروف، والذي لا يضيف شيئا جديدا لكيفية كتابة التعليق الصحفي سوى الإشارة إلى ضرورة تمكن الصحفي من موضوع تعليقه أو ضرورة الاختصاص (لعياضي، 2007، ص89)؛ ويقسم التعليق الصحفي أيضا إلى:

4-2-4-2-1- التعليق الصحفي اليومي: ويمثل ردة فعل المؤسسة الإعلامية حول حدث معين، وهو

رد يعكس الخط السياسي للجريدة وتوجهها، بمعنى آخر قراءتها لهذا الحدث (ساعد، 2009، ص57).

4-2-4-2-2- التعليق الصحفي الأسبوعي: هذا النوع يأتي في بداية الأسبوع أو في نهايته، يتم فيه تلخيص الأحداث وربطها ببعضها البعض، وبعد شرحها تقدم الوسيلة الإعلامية موقفها إزاء تلك الأحداث مجتمعة (ساعد، 2012، ص103).

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

4-2-4-3- التعلیق الصحفي في الإذاعة والتلفزيون: ينتهز البعض المميزات التكنولوجية لكل من وسائل الإعلام، ويحاولون فرز أنواع التعلیق الصحفي إلى تعلیق الصحيفة وتعلیق إذاعي وتعلیق تلفزيوني؛ غير أنهم يقرّون بوضوح أن التعلیق هو التعلیق في أي من هذه الوسائل، مع مراعاة الأسبقيات والخصوصيات التي تقدمها كل من هذه الوسائل الإعلامية(الدروبي، 1996، ص161)

4-2-4-4- التعلیق الإذاعي: أدت مقدرة الإذاعة على تقديم الحدث للمستمع في الوقت الحقيقي لحدوثه فجعلت المعلق الرياضي ينقل ملايين المستمعين صورة كلامية لكل حركة المباراة الرياضية(هاردينغ، 2006، ص74)؛ كما أن التعلیق الإذاعي يعرض في نشرات الأخبار الإذاعية المركزية، والنشرات المركزية، إنها النشرات التي تعرف استخداما أكثر لمختلف الأنواع الصحفية(لعياضي، 2007، ص91)ويشترط في التعلیق الإذاعي الدقة المتناهية في اختيار وإيراد الحقائق والبراهين والمواقف والاستنتاجات، والتأكد من مدى سلامتها ومدى تأثيرها وانعكاسها على الجمهور، ويلعب صوت المعلق هنا دورا كبيرا في زيادة أو نقصان القيمة التأثيرية للتعلیق(الدروبي، 1996 ص164).

4-2-4-5- التعلیق التلفزيوني: ويكون بطريقتين مختلفتين، وهما الاعتماد على الصوت من خارج الشاشة (Voix-off) وملء هذه الأخيرة بالصور؛ أو ظهور المعلق الصحفي طيلة مدة التعلیق ليحتل الشاشة لوحدة طيلة غياب الصور، وهذه الأخيرة تقتضي حضور الصحافي في الركح التلفزيوني، وتلقائية حديثه المباشر، والالتزام بمتطلبات الاختصار والدقة(لعياضي، 2007، ص ص93-94)؛ فهذه الخصائص تنطبق كذلك على التعلیق الإذاعي، غير أن التعلیق التلفزيوني لا يتوقف عند حد الصوت، وإنما يقوم بنفس المقدار أو أكثر على الصورة؛ فرسالته تعرض مضامينها وتؤدي مهامها من خلال وحدة وانسجام أدوار الصوت والصورة(الدروبي، 1996، ص164).

4-2-4-3- بنية التعلیق الصحفي:

يرى البعض أن بناء كتابة التعلیق الصحفي محدد على وجه التقريب وتقليدي، ومعتاد، ويتألف من ثلاثة عناصر رئيسية، تلك هي المقدمة، التعلیق، الاستنتاج(رزاق، 2006، ص82)، ويرى بعض المختصين أن المعلق وحده دون سواه، هو الذي يعرف الطريقة التي يعرض بها أفكاره، حيث يستطيع الوصول إلى التأثير المنشود(لعياضي، 2007، ص91)؛ في حين يرى البعض الآخر أن الشروع في كتابة التعلیق الصحفي يتطلب معرفة مايلي: (وائل العاني، 1980، ص ص32-33).

- حول أي موضوع تريد الكتابة؟
- ما الحقائق المتوافرة لدينا حول هذا الموضوع؟
- كيف يمكن استخلاص وجهة نظر الطرف المقابل للموضوع
- ما رأي الصحفي النهائي؟

وهذا الاختلاف حول وجود بنية من عدمها في التعليق الصحفي، يعكس هذا الخلط غياب مرجعية إعلامية موحدة، ونقص في التكوين وإعادة التكوين وغياب التخصص، وعدم وضوح فن التعليق الصحفي كفن صحفي قائم بذاته (ساعد، 2009، ص 136).

4-2-4-3-1- العنوان: يفضل أن يكون مثيرا للانتباه، ملخصا للفكرة، موجها للقارئ، على أن يتسم بالإيحائية، ويبتعد عن المباشرة، قد يكون كلمة أو كلمتين (مسند ومسند إليه)، على أن يكون "عنوان رأي"، وليس عنوانا خبريا (جملة اسمية خبرها جملة فعلية)، وقد يكون اقتباسا أو سؤالاً (ساعد، 2009، ص 60). ولا نضع نقطة في نهايته؛ وإنما نضع علامة استفهام أو تعجب أو لا نضعها، في حالة الدفاع عن موقف معلن؛ والعنوان قد يختفي أحيانا في العناوين الثابتة، مثل التعليق (التعليق اليومي)، وخاصة في الإذاعة (رزاق، 2006، ص 83)

4-2-4-3-2- مقدمة: إعادة ذكر الحدث، حيث يقوم الصحفي بإعادة تذكير الجمهور بالحدث الذي يريد التعليق عليه، وضروري عليه أن يكون متابعا للحدث بكل تفاصيله (ساعد، 2012، ص 103)، وتعتبر المقدمة أهم عنصر من عناصر التعليق لأنها تختصر موضوع التعليق بحياد وموضوعية حتى تسهل المهمة لجسم التعليق تقديم الأدلة والشواهد والأسانيد، وأهميتها تكمن في أن لغتها غالبا ما تكون خبرية، وكتابتها تتطلب الإلمام بالموضوع، ونقل الحقائق، كما وردت في الخبر دون تدخل شخصي (ساعد، 2007، ص 43)، والصحفي الرياضي الجيد هو الذي يستطيع أن يملأ رأس الجمهور بأكبر التفاصيل في المقدمة، بحيث يستطيع أن يجعل قارئه محيطا بالتعليق المفصل (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص 193)

4-2-4-3-3- الجسم: يشتمل على تفسير الحقائق أو الأحداث المتعلقة به، والغوص في أسبابها وحيثياتها ونتائجها المحتملة واحتمالات تطوراتها؛ كما يشتمل على الأفكار المنطقية والبراهين الموضوعية التي تخدم في إيضاح وتفسير الحدث أو الحقائق، بانسجام وتسلسل جذّاب ومتناسك (الدروبي، 1996، ص 161)، والمعلق الرياضي يبدأ في تحليل المباراة، ويقيم طريقة أداء كل فريق، وهل طبق كل منهما طريقة اللعب التي وضعها المدرب، ومدى نجاح كل فريق أو فشله في تطبيق هذه الخطط (إبراهيم، 2001، ص 78)؛ فجسم التعليق الصحفي يركز الإجابة على سؤال: كيف؟ ولماذا؟ وكم؟، والتعليق يكون تأثيره أكبر إذا استخدم المعلق الرياضي بعض المعايير والإحصاءات والأرقام لتقييم اللاعبين (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص 194)، ولذلك من الضروري أن يتضمن جسم التعليق الصحفي العناصر التالية (المدني، 2006، ص 59)

- تحليل طريقة اللعب عند كل فريق
- تقييم أداء أبرز اللاعبين
- تقييم أداء الحكام
- تقييم مستوى المباراة ككل

4-2-4-3-4- خاتمة: تتمثل في المرحلة الأخيرة، حيث يتم إبراز الاستنتاجات والأحكام التي أراد المعلق بالأساس تأكيدها ونشرها بين الجماهير، بحيث لا تعرض ما أمكن بشكل قطعي أو تلقين؛ وإنما يفضل الميل إلى الضمنية قدر المستطاع (الدروبي، 1996، ص 161)، فهي عبارة ملخص لوجهة نظر الصحفي المعلق في المباراة، بتقديم اقتراحاته لعلاج السلبيات التي ظهرت في أداء الفريقين المتنافسين، مع تقديم بعض النصائح (إبراهيم، 2001، ص 78)، ولا بد أن تكون الخاتمة قوية وواضحة وليست مسرفة في الطول، حيث أن التطويل لا يوضح الفاصل بين الخاتمة وجسم التعليق (عويس، وعبد الرحيم، 1998، ص ص 194-195).

4-3- الأنواع الصحفية التعبيرية:

4-3-1- البورتريه الصحفي: يعود مفهوم البورتريه إلى عالم الرسم الزيتي "كان" الذي يعتبر من أبرز الرسامين الروس (1856-1911)، حيث بدأ أول مرة كرسماً إنطلاقاً من لوحته الشهيرة التي وصف فيها إحدى الفنانات الروسيات، وهي على خشبة المسرح، ولكن هذا لا يعني أن البورتريه دخيل على ثقافتنا العربية، فالتراجم والسير رغم حجمها الكبير إلا أنها في حقيقة الحال تعكس جزء من هذا النوع الفني في شكله الحالي (عبد الحميد، 2015، ص ص 190-191).

4-3-1-1- تعرف البورتريه الصحفي: هو نوع صحفي يرسم شخصية فرد ما معروف أو غير معروف عبر خصائصها، سيرتها الحياتية، أنشطتها، تصريحاتها، طريقة عيشها، مظهرها الخارجي. فهو استطلاع حول شخص، مما يجعل جزءاً من تقنياته (التصور، والميدان، والتحرير) تتقاطع مع تقنيات الاستطلاع (الرامي، 2011، ص 143)

ويعرف أيضاً: على أنه رسم بالكلمات لصورة شخصية عمومية أو خاصة، عادية أو مرموقة، لا يستهدف التعريف بها أو تقديم أعمالها وإنما رسم صورة لها في ذهن المتلقي، لما تحمله من قيم وأفكار وطموحات وتطلعات، ومادام كل واحد منا، مهما كانت مكانته، ومهما كان موقفه في المجتمع، يبقى مجرد شخص مثير للاهتمام، أو مجرد محطة موقع جدير التوقف عندها، أو مجرد مرحلة حاسمة قابلة لأن تجسد تصوراً أو مفهوماً يمكن تقييمه، فإن الكشف عنها يصبح من مهمات الصور القلمية (رزاق، 2008، ص 76)؛ ويعرف أيضاً انه نوع صحفي يهتم بتقديم السيرة الذاتية والمهنية للشخصية المختارة، وتقديم المحطات المؤثرة بما تحمله من مواقف، أو لحظات قاسية أو حزينة، أو إخفاقات أدت بأصحابها إلى الصبر وتحقيق الإنجازات (أبو عرجة، 201، ص 148).

4-3-1-2- عوامل ظهور البورتريه في الإعلام: ظهر البورتريه في الإعلام لعدة عوامل، نذكر منها:

4-3-1-2-1- العامل المرتبط بوسائل الإعلام: إن الصحافة لم تستخدم البورتريه اعتباطياً، وإنما استخدمته لأنه أقدر على رسم ملامح الشخصية الظاهرة والباطنة عن غيره من الأنواع الصحفية المعروفة. أي أنه أقدر على القيام بمهمة تقديم الأشخاص إلى الجمهور. لذلك كان لا بد من استخدامه

في الصحافة، كذلك فإنه من مصلحة الصحافة تنويع مضامينها، وتنويع أجناس الكتابة الصحفية، فكان استخدام هذا النوع استجابة أيضا لهذه المصلحة (لعقاب، 2006، ص175).

4-3-1-2-2- ما يتعلق بجمهور وسائل الإعلام: جمهور وسائل الإعلام عادة ما يرغب في معرفة كل شيء عن الأشخاص، وما يصنعون كالنجوم من اللاعبين مثلا (خلايفية، 2016، ص162)، فهم يسعون دائما إلى معرفة المزيد من حياتهم، مما فرض على الصحافة أن تلبى حاجات ورغبات هذه الجماهير وأذواقها

4-3-1-2-3- ما يتعلق بالأشخاص في حد ذاتهم: إن بعض الشخصيات والأشخاص لا تعرف كيف تحكي وتتحدث عن نفسها، لذلك وجب على الصحافة أن تقوم بهذه المهمة، مما أدى إلى ظهور البورتريه وانتشاره وازدهاره (لعقاب، 2006، ص176).

4-3-1-2-4- تطور الحياة الاجتماعية: هناك بعض المحطات في الحياة يكون الجمهور في أمس الحاجة إلى تشكيل صورة كاملة عن هذه الشخصيات كحملات انتخابية، فتجعلهم يتخذون موقفا عنها وليس هناك أفضل من البورتريه في رسم ملامح هذه الشخصيات وصور ذهنية عنهم (خلايفية، 2016، ص162).

4-3-1-2-5- ما يتعلق بطبيعة هذا النوع الصحفي: عادة ما تهمل الصحافة الحديث عن الأشخاص العاديين، على الرغم من وجود أشخاص عاديين يستحقون الكتابة عنهم، وهؤلاء لا يمكن إجراء معهم مقابلة صحفية؛ بل يمكن الكتابة عنهم إلا من خلال هذا النوع الصحفي الفريد والمتميز (لعقاب، 2006، ص177).

4-3-1-3- الخواص الفنية للبورتريه: للبورتريه الصحفي عدة خصائص نذكر منها مايلي:
4-3-1-1- أن يكون له اسم ثابت: في الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة، حتى يتعود عليه الجمهور، ويقيم بينه وبينها علاقة حميمية، ويتعود على متابعتها حتى تستطيع الوسيلة الإعلامية أن تخلق "جمهور البورتريه" مثلما كان هذا بالنسبة للصحافة المكتوبة جمهور العمود الصحفي...

4-3-1-2- مكان وزمان ثابت وانتظام موعد الصدور أو البث: مادام البورتريه يتطلب مدة زمنية للكتابة والمعايشة، فإنها غالبا ما تكون أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية (رزاق، 2008، ص73)، ويختلف المكان من جريدة لأخرى، لكنه بالنسبة لكاتبه ثابت، في صفحة معينة قد تكون في الصفحة الأولى أو الوسطى أو الصفحات الأخيرة (رزاق، 2009، ص169).

ويشترط أن يكون زمن بثه في الإذاعة والتلفزيون ثابتا ولا يتغير، لكي لا يفقد البورتريه مصداقيته وجمهوره
4-3-1-3- يشترط أيضا أن يتم توقيع البورتريه باسم الصحفي الحقيقي: وهذا لأن قيمة البورتريه بقيمة كاتبه (لعقاب، 2006، ص180)، ويفضل أن يكون من الكتاب الصحفيين المشهورين، لأن كتابة البورتريه تحتاج إلى كاتب يملك ناصية اللغة، وإلى صحفي قادر على معايشة الحدث. والصحف الأكثر استعمالا لهذا النوع الصحفي في صفحاتها تلجأ إلى إرفاقها بصورة، وخاصة بورتريهات النجوم في الفن

والرياضة والسياسة (رزاقى، 2008، ص73)، ولا يحق توقيعه بالرموز أو باسم مستعار، لأنه يسيء إلى شخص البورتريه، وبقدر ما يكون كاتبه مشهور، بقدر ما تحقق الأهداف المطلوبة أو المنشودة منها (رزاقى، 2009، ص168)

4-1-3-4- بنية وكتابة البورتريه الصحفي كمايلي:

4-1-3-4- العنوان: يأتي عنوان البورتريه بصورة الشخصية المراد الكتابة عنها، ويكون في الغالب عنوان مرتبط بعنوان ثاني (ساعد، 2012، ص150)؛ فالعنوان يمثل واجهة البورتريه، ويجسد موضوعاته وأفكاره، ويكون في سطرين، إحداهما يأتي في يمين الصفحة، ويكون عبارة عن إسم شخص أو مكان ونضع تحته خطأ (رزاقى، 2008، ص79)؛ فالبورتريه يتطلب عنوان إشارة وعنوان رئيسي، فعنوان الإشارة يشير إلى الشخص موضوع البورتريه، ويقدم العنوان الرئيسي صورة عنه. فعنوان البورتريه لا بد أن يحمل صورة وانطبعا عن الشخص المعني، وقد تكون هذه الصورة من إنتاج الصحفي، أو من إنتاج غيره، كذلك يجب أن يكون العنوان دالا، أي يدل دلالة صريحة على شخص البورتريه، حتى يساهم في غرس صورة أولية عنه لدى الجمهور، وتكتمل الصورة بعد قراءة البورتريه (لعقاب، 2006، ص181).

4-1-3-4- المقدمة: يرى الدكتور عبد العالي رزاقى أن زاوية المعالجة بالنسبة للبورتريه تتجسد في المقدمة قبل أن تتمدد في الجسم (رزاقى، 2008، ص91)؛ فهي تنطلق من مرحلة الصغر للشخصية، أم من لحظة حاسمة في حياتها أو ما يمكن تسميته بالمنعرج، سواء في حياة الرياضي أو السياسي أو غيرهما... (ساعد، 2012، ص150)؛ في حين يرى الدكتور محمد لعقاب أن هناك عدة طرق لكتابة المقدمة مادام هذا النوع الإعلامي هو نوع إبداعي؛ فالصحفي يجتهد في صياغتها حسب قدراته اللغوية وقوة أسلوبه وجزالة ألفاظه؛ فهناك مقدمة تمهيدية، أي يمهد بها للموضوع، ومقدمة تساؤلية، يتساءل فيها عن تكون هذه الشخصية التي أصبحت حديث جميع الناس، أما المقدمة الانطباعية؛ فتحمل أهم الانطباعات التي شكلها الصحفي عن شخصية البورتريه (لعقاب، 2006، ص183)

4-1-3-4- 3-جسم البورتريه: يقوم جسم البورتريه على خصائص (الوصف والحكي والسرد) هذه الثلاثية تحترم دوما السياق التاريخي للأحداث المرتبطة بالشخصية الفاعلة (ساعد، 2012، ص150).

ويعتمد الصحفي في جسم البورتريه على المادة الصحفية الحية والميتة (رزاقى، 2009، ص174)، أي أنه إذا أراد أن ينجز بورتريه عن لاعب مثلا، فيجب عليه أن يبحث عن مكان وزمان ولادته، أسرته، أين نشأ، أين درس، أصدقاءه ورفاقه، الزوجة، الأولاد...، وكل شهادة من شهادات هؤلاء هي بمثابة مصدر للصحفي تقيده في إنجاز عمله.

4-1-3-4- خاتمة البورتريهه: هي الصورة التي يعمل الصحفي على رسمها في ذهن المتلقي عن الشخصية موضوع البورتريه (رزاقى، 2008، ص93)، وفي الغالب تقدم هذه الشخصية كقدوة ونموذج في المجتمع (ساعد، 2012، ص150).

4-3-1-5- البورتريه والروبورتاج: يختلف البورتريه وعن الروبورتاج فيمايلي:

- يبقى البورتريه من الأنواع الصحفية الذي يعمل على تكريس صورة ذهنية عن شخصية أو مكان بهدف غرس أفكار أو قيم جمالية أو مواقف وثوابت في ذهن القارئ، وأساسه الغوص في الأعماق للكشف عن الجوهر في - الإنسان والطبيعة(رزاقى، 2009، ص187)، في حين يمثل الروبورتاج العمل الإعلامي الميداني الذي يعتمد بالدرجة الأولى على المادة الحية وشهادات الشهود ويلتقط المشاهد التي تؤثر في المتلقي، بحيث يقوم الصحفي بدور الموجه للمادة الإعلامية. وأساس الروبورتاج هو البعد الإنساني والعاطفي في نقل الوقائع، بحيث يكون مكملًا للتقرير، لأنه يتيح للصحفي إمكانية الإبداع(رزاقى: 2008، ص169)

- يعتبر الواقع المعيشي والأحداث والوقائع مصدر الروبورتاج، بينما الأشخاص، وبعض الأمكنة وحدهم هم مصدر البورتريه؛ أي أن الروبورتاج يلتصق بالواقع، بينما يلتصق البورتريه بالأشخاص.

- الروبورتاج ينقل ويصف، بينما البورتريه يحكي ويصف.

- إن وصف الواقع هو الهم الأساسي للروبورتاج، بينما رسم الصورة عن الأشخاص والأمكنة هي الهم الأساسي للبورتريه(لعقاب، 2006، ص185).

- يكون الأشخاص في الروبورتاج غير متميزين كل التمايز، يملكون خصائص وسمات مشتركة مع من يعيشون نفس ظروفهم؛ فلو قام صحفي بتغيير اسم الأشخاص أو استبدالهم بأخرين، فبنية روبورتاجه ومضمونه لا يتأثران كثيرا. بينما يملك الشخص في البورتريه الصحفي مكانة هامة، ولا يمكن استبداله بشخص آخر، لأنه هو المقصود بذاته: باسمه، وملامحه، وطباعه، ومزاجه، وتجاربه الناجحة والفاشلة، وعلاقاته في عمله وفي وسطه الاجتماعي. وتصبح كتابة بورتريه عن أي شخص بدون هذه الخصائص التي تميزه(لعياضي، 2007، ص187).

4-3-2- الروبورتاج الصحفي: يعتبر ما كتبه ابن بطوطة في رحلاته إلى إفريقيا وآسيا 1304-1377 مؤشرا على الكثير من بصمات من الروبورتاج الحديث إن لم تكن ناضجة بنفس الدرجة التي ظهرت بها كتابات سليمان الصيام الملياني، وبن علي الشريف في رحلتها إلى فرنسا سنة 1852، يمكن القول أن بعض الملامح الأولية للروبورتاج الصحفي تتجسد فيما اصطلح على تسميته بأدب الرحلات(لعياضي، 2007، ص 138)، أما البدايات الأولى للروبورتاج في الصحافة فتعود إلى مطلع القرن التاسع عشر، عندما قامت جريدة "التايمز"، بتتبع حرب القرم والكتابة عنها، بينما هناك تقديرات أخرى ترى أن أول روبورتاج صحفي حدث في 05 سبتمبر 1723 في تشيكوسلوفاكيا عند وصف حفل تنصيب الملك كارل الثالث، وظهر أول روبورتاج سياسي في عام 1736 عندما نقلت أخبار البرلمان(محمد لعقاب، 2006، ص86)، وهناك من يرى من الباحثين بأن الفضل في ظهور الروبورتاج يعود إلى "ألبير لندر"- 1884-1932، الذي يعد من كبار كتابه، فقد كرس حياته لتغطية الحروب والكوارث الطبيعية، ولعل هذا ما جعل الفرنسيين ينشئون جائزة باسمه بعد عام من رحيله، ليكرم بها أفضل عمل صحفي(رزاقى، 2009،

ص180)، بالإضافة إلى مساهمة إميل زولا والكتاب الذين ساهموا في تحرير مجلة " (نوفال لبتار) "جون كوكتو" و" أندرا موروا" في وضع أسس الروبورتاج الصحفي كنوع متميز ومستقل (لعياضي، 1991، ص213)، ويذكر المؤرخون أن من بين مؤسسي هذا الفن الصحفي نجد الأمريكي "إبتن سنكلر" في كتابه (الغابة المتوحشة)، وكذا الأمريكي "جون ريد" في كتابه (عشرة أيام هزت العالم) (ساعد، 2012، ص141)، ويعتبر بعض الباحثين الروائي الكولومبي غارسيا ماركيز "صاحب جائزة نوبل من كتاب الروبورتاج، المؤرخون النزاعات المسلحة قد أسهمت بشكل واضح في بروز الروبورتاج الصحفي وتطوره، بحيث شكلت الحرب الروسية اليابانية التي جرت في السنتين التاليتين 1904-1905، مرحلة مهمة في تطور هذا النوع ورسخته في حديثها عن سجون الحرب العالمية الثانية (رزاق، 2009، ص180)

4-3-2-1- تعريف الروبورتاج: كلمة روبرت هي كلمة إنجليزية اشتقت من الفعل الإنجليزي reporter أي المخبر الصحفي، وتعني نقل الشيء من مكان إلى آخر، أو بالأحرى (إرجاع الشيء إلى مكانه الأصلي) (ساعد، 2012، ص139).

ويعرف الروبورتاج كذلك على أنه نوع صحي يعتمد على السرد من أجل وصف أحداث ووقائع وظواهر، سواء كانت طبيعية، سياسية، اجتماعية. (ERRAMI, 2016, p62).

ويعرف الروبورتاج أيضا على أنه أحد الفنون الصحفية المعروفة التي تقوم على أساس تناول أو عرض خبر أو قصة أو فكرة، بنوع من الشرح والتفصيل وسرد البيانات والمعلومات والآراء ووجهات النظر المختلفة (رزاق، 2009، ص98)، وهناك من يرى بأن الروبورتاج ذلك الجنس الإعلامي أو الصحفي الذي يولد بعد وفاة الخبر والتقرير والتعليق (مشته، 2014، ص91)، وقد أطلق اصطلاح الروبورتاج في البداية على أخبار الجلسات البرلمان الإنجليزي، حيث كان كتاب التقارير أو التحقيقات يحضرون تلك الجلسات مع ممثلي الصحافة (شليبي، 2008، ص175)، ومن هنا جاء تعريف الروبورتاج على أنه تغطية لمرافعة قضائية، وبعيد عن اشتقاق الكلمة لغويا؛ فهو البحث والتنشيط والمباشرة في تناول الأنباء، يتم ذلك بطرق مختلفة، إذا كان الحدث مرتقبا أو مفاجئا (لعياضي، 1991، ص213).

4-3-2-2- أنواع الروبورتاج:

تعدد الآراء حول أنواع الروبورتاج الصحفي، فيما إذا كان يمكن تصنفه أو تقسيمه إلى أنواع مختلفة، حيث يرى البعض أن هناك عدة تقسيمات ويرى البعض الآخر أنه لا يمكن ذلك.

وهذه بعض آراء الباحثين حول تقسيم الروبورتاج (شليبي، 2008، ص ص 177 - 179)

4-3-2-1- التقسيم الأول

4-3-2-1-1- الروبورتاج الحي: وهو الذي يقدم مباشرة من مكان الحدث، ويسميه البعض بالروبورتاج المباشر

4-3-2-1-2- روبورتاج النص أو روبورتاج الأستوديو: وهو الروبورتاج الذي يتم إعداده وتسجيله في الأستوديو بعد رجوع الصحفي إلى الإذاعة أو القناة التلفزيونية

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

4-3-2-2-3-1-3- ريبورتاج التعليق: وهذا النوع يقوم فيه الصحفي بالتعليق على الوثائق أو المادة الإعلامية، من خلال الوصف والشرح والتعليق، مضيفا إلى ذلك ما يكون قد سجله أو أعده من فيديو أو تسجيلات صوتية أو وثائق مكتوبة في مكان الحدث.

وهناك أيضا أنواع أخرى من الريبورتاجات، كريبورتاج السيرة، الكلمة، ريبورتاجات الحدث المشترك، ...

4-3-2-2-2-2-3-4- التقسيم الثاني: وهناك من يقسم الريبورتاج حسب الموضوع والوسيلة إلى مايلي: (رزاقى، 2008، ص113)

4-3-2-2-2-1- من حيث الموضوع ينقسم إلى : ريبورتاج اقتصادي، سياسي، اجتماعي، ثقافي، رياضي....

4-3-2-2-2-2- من حيث الوسيلة: فينقسم إلى ريبوتاج صحفي، إذاعي، تلفزيوني، إلكتروني

4-3-2-2-3-4- التقسيم الثالث: وينقسم إلى قسمين، ريبورتاج مباشر وغير مباشر (لعقاب، 2006، ص ص86-87)

4-3-2-2-3-1- الريبورتاج المباشر: هو ذلك الريبورتاج الذي يقوم به صحفي من جريدة أو إذاعة أو تلفزيون، حيث يقوم بالنزول إلى الميدان ويجري ريبورتاجاته، وتقوم تلك الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة بنشره أو بثه إذاعته.

4-3-2-2-3-4- الريبورتاج الغير المباشر: هو ذلك الريبورتاج الذي تنتجه مؤسسة إعلامية أخرى كوكالات الأنباء، وتشتره مؤسسة إعلامية أخرى(جريدة، إذاعة، تلفزيون...) وتنتشره، أو تبثه، أو تذيعه، أي أن الريبورتاج الغير المباشر ليس من إنتاج المؤسسة الإعلامية، وإنما من إنتاج غيرها.

وهناك من يرى بأن الريبورتاج الغير المباشر الذي تكون مادته الإعلامية الجهرية هي الريبورتاج المباشر، ويخضع للتركيب والتوليف(رزاقى، 2008، ص113).

4-3-2-2-4- التقسيم الرابع: وهذا التقسيم يرى بأن الريبوتاج له نوعان هما:

4-3-2-2-4-1- ريبورتاج يرتبط بالحدث: وهو الريبورتاج الآتي الذي يمكن للصحفي بموجبه أن يقوم بريبورتاج حول مؤتمر صحفي أو ندوة صحفية، أو مسيرة سياسية، أو مظاهرات عمالية، أو زيارة لرئيس حكومة... وهذا الريبورتاج عادة ما تشتهر به التلفزة بفضل ميزة الصورة التي تتمتع بها وتفرد بها عن الوسائل الإعلامية الأخرى (لعقاب، 2006، ص 87)، وهذا النوع هو أقرب إلى التقرير الصحفي لولا جمالية اللغة والأسلوب والوصف الطاغي على لغة الصحفي (ساعد، 2012، ص144)

4-3-2-2-4-2- الريبورتاج يرتبط بالموضوع: ومن خصائص هذا النوع أنه لا يرتبط بالحدث وتسقط فيه الآنية والحدائثة، وكل ما في الأمر أن المؤسسة الإعلامية تختار موضوعا ما ينجزه الصحفي ويتم بثه في وقت معين(ساعد، 2012، ص144).

ترتبط معظم أنواع الريبورتاجات بالحدث وأنيته في زمانه ومكانه، وبالحضور الصحفي في الميدان، ونقل الحدث على ألسنة أصحابه، على أن يجسد الريبورتاج شخصية كاتبه وأسلوبه، وتكون لغته مزيجا

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

بين اللغة الإعلامية واللغة الأدبية، ولا تتجاوز مستوى اللغة الثالثة أو المعاصرة بالنسبة لأطراف الروبورتاج، في حين تبقى اللغة المكتوب بها الروبورتاج تعبيرية" وكل رسالة إعلامية يجب أن تستخدم أسلوباً معيناً يناسب الجمهور من المشاهدين أو المستمعين أو القراء، من ناحية مستوياتهم الثقافية والاجتماعية لتحديث فيهم الأثر المطلوب" (رزاقى، 2008، ص114)، ويقدر ما يبتعد الصحفي عن الكتابة التقريرية ويقترّب من الكتابة الإبداعية بقدر ما يصبح الروبورتاج ناقلاً للواقع المعيش في بعده الإنساني، ومضيفاً على الحدث الأحاسيس والمشاعر التي تتقاطع مع أحاسيس ومشاعر المتلقين له (رزاقى، 2009، ص183).

وهنا من الباحثين من يرى بأن الروبورتاج لا يمكن تصنيفه، حيث يرجع هذا إلى مايلي:

إن اعتماد الأسلوب كميّار للتصنيف هو جهد غير مجد كون أساليب كتابة الروبورتاج مسألة ذاتية متعلقة بالمقدرة الإبداعية، وربما كان هناك أساليب بعدد كتاب الروبورتاج؛ أما اعتماد الموضوع كميّار فإنه يدخلنا في متاهات لا صلة لها بالروبورتاج وأحكام إنتاجه، كما يفرز لنا ليس 15 نواع فقط؛ بل ربما 150 نوعاً أو أكثر، ولك بقدر ما نسيطيع أن نحصي من قطاعات اجتماعية وإنسانية تدور فيها أحداث وظواهر يمكن أن تكون موضوعاً للروبورتاج، من هنا كان ميلنا للاعتقاد بأنه ليس للروبورتاج من أصناف وفق معايير مقبولة؛ فأى ريبورتاج مطلوب منه إرضاء ثلاثة عناصر ومجموعة من المواصفات وما تبقى مسألة ذاتية تابعة للصحفي، هذه العناصر والمواصفات هي: العنصر التحليلي (التقييمي)، العنصر الإخباري، العنصر الأدبي (الدروب، 1996، ص176).

4-3-2-3 - خصائص الروبورتاج الصحفي: للروبورتاج العديد من الخصائص نذكرها فيمايلي:

- الروبورتاج هو مجرد قصة تجري أحداثها في الواقع، وتعاد روايتها بالكلمات، ومادامت الحياة فضاء من الأفراح والأحزان، من الخير والشر أبطالها أناس عاديون؛ فإن حياتهم العادية هي نقطة الارتكاز في الروبورتاج، وهي الأصعب في الوصف (رزاقى، 2008، ص102)، والروبورتاج الناجح هو الذي يستوعب ما يجري في الشارع من خلال سرد الصحفي لما يراه ويسمعه بطريقة حية، استناداً إلى القاعدة الذهبية في المسرح الكلاسيكي (وحدة الزمن، ووحدة المكان ووحدة الحدث) (رزاقى، 2009، ص181).

- الروبورتاج قريب جداً من الكتابات الأدبية من حيث أسلوب صياغته والاستعارات الجمالية في لغته، وتعامله المباشر مع الأشخاص، واتساع الحوار ووصفه للبيئة والمؤثرات والأحاسيس والحركات بما فيها حركة الوجه؛ فالروبورتاج مثله مثل الكتابات الأدبية يرصد بعين يقظة التفاصيل على اختلافاتها ويقدمها بكلمات مؤثرة جميلة معبرة (الدروبي، 1996، ص170).

- يقوم الروبورتاج الصحفي على وصف الحياة الإنسانية وتفاعلاتها في محيط معين.

- يركز الروبورتاج على خاصتي الوصف والسرد ويحاول أن يصور الواقع ويقربه أكثر للجمهور، لدرجة يشعر فيها المتلقي أنه جزء من هذا الإنتاج الفني أو ما يسمى لدى البعض بتغليب عنصر المشاركة تتبعاً للأحداث وتطوراتها. (عبد الحميد، 2015، ص189)؛ فالصحفي كاتب الروبورتاج هو عين وأنف وأذن

متصلة بقلم، فهو يلاحظ بدقة ما الذي يشكل الحدث الرئيسي، ويسجل كل ذلك مع مجموعة كبيرة من التفاصيل التي لا غنى عنها (Lagardette, 1994, p94).

- تصور فن الـرورتاج الصحفي الواقع كما هو في كل المؤسسات الإعلامية (مكتوبة، سمعية بصرية)؛ فهو أقرب للواقعية لذلك يعتمد كثيرا في المعالجة الإعلامية لبعض المشكلات لأنه يسمح بالتمايز بين المؤسسات الإعلامية في الموضوع الواحد ويترك هامشا ومنتسعا لإبداء التوجهات بطريقة غير مباشرة (عبد الحميد، 2015، ص189).

- يعبر الصحفي في الـرورتاج عن ذاتيته وميوله وانطباعاته الشخصية.

- ونجد أن الـرورتاج يميل إلى البعد الثقافي الذي جعل حياته أطول سواء في التغطية الميدانية أو في النشر (ساعد، 2014، ص261).

- يركز الـرورتاج على الجانب الإنساني في الوضع أكثر من اهتمامه بالحدث في ذاته؛ بمعنى أن الصحفي يعطي الكلمة لشهود عيان وضحايا حدث ما أو صناعة ليبرز العواطف التي يثيرها أكثر من السياق الذي جرى فيه الحدث، لكن لا يجب الإفراط في إبراز العاطفة.

- الـرورتاج لا يبرهن؛ بل يقدم ما يجعل الجمهور يشعر، يستعين بالتفاصيل لكشف حالات نفسية وأوضاع، ولا يعمل على إبراز مفاهيم أو إنتاجها (العياضي، 2007، ص ص 140-141).

4-3-2-4- بنية الـرورتاج الصحفي:

لا يمكن القول بأن هناك وصفا جاهزة أو قالبا فنيا معينا للـرورتاج، ولكن ما عدا الـرورتاج الذي يقرر القالب الفني والشكل المناسب، والطريق الذي يسلكه في كل حالة على ضوء فكرة البرنامج وطبيعة موضوعه أو القضية أو الحدث الذي يتناوله (شليبي، 2008، ص181)، غير أن جل الباحثين يرون بأن الـرورتاج يتكون من عنوان، مقدمة، جسم، خاتمة، وقد يتساءل القارئ الآن عن طريق تحرير الـرورتاج، وعن كيفية بنائه، وبناء مقدمته، وصيغة عناوينه، وخاتمته، إلا أنني أستطيع القول أن كل هذا يتعلق بإبداع الصحفي؛ فالـرورتاج عمل إبداعي أولا وقبل كل شيء، إلا أنه يجب مراعاة مايلي: (لعقاب، 2006، ص91)

4-3-2-4-1 عنوان الـرورتاج: يلعب العنوان في الـرورتاج دورا أساسيا في متابعة الجمهور، ولذلك فإن اختياره حساسا جدا، ويكون في الغالب جملة وصفية لما في نص الـرورتاج (ساعد، 2012، ص144)، حيث يتشكل عنوان الـرورتاج من عنوانين، عنوان إشارة، وعنوان رئيسي، حيث يجب أن يعبر العنوان بصدق وشفافية عن مضمون الـرورتاج (لعقاب، 2006، ص91)؛ فالعنوان بالنسبة للـرورتاج هو الواجهة أو نقطة الاستئناف للقارئ، والكثير منهم يكتفي بقراءة العنوان دون متابعة نص الـرورتاج ما لم يحمل عنوانه ما يجذب إليه (رزاق، 2009، ص184)، وقد يتحول العنوان من الإعلان عن سلعة إلى سلعة في حد ذاته، وذلك بحكم نفوذه القوي والمكانة التي يحتلها في عالم الصحافة، وهناك ما يشبهه بالمدفعية التي تمهد لزحف المنشأة والدروع (رزاق، 2008، ص102).

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

4-3-2-4 -2 مقدمة الروبورتاج: يجب أن تكون مقدمة الروبورتاج مقدمة جرة تسمح للمتتبع بالدخول في موضوع الروبورتاج دون شعور منه (ساعد، 2012، ص145)، ومادام الروبورتاج يبني كقصة بأسلوب يمزج ما بين الصحافة والأدب؛ فإن المقدمة هي المدخل التمهيدي للحديث عن الموضوع أو تحديد عنصر المكان، وتبرز زاوية المعالجة للموضوع، ويرى الباحثون أن هناك ثلاثة مقدمات صالحة للروبورتاج:

- مقدمة تمهيدية: يقوم الصحفي فيها بالتمهيد لموضوع الروبورتاج، أي بطريقة يراها مناسبة (رزاق، 2009، ص185).

- مقدمة تحديد المكان: يحدد من خلالها الصحفي مكان الروبورتاج

- مقدمة تحديد الموضوع: أي يحدد الصحفي موضوع الروبورتاج (لعقاب، 2006، ص92).

4-3-2-4 -3 جسم الروبورتاج: إن تحرير جسم الروبورتاج يخضع للأسلوب الذي يختلف من صحفي إلى آخر، وإلى إمكانياته اللغوية والإبداعية، كما معاشته لواقع الأحداث وحديثه إلى شخصيات الروبورتاج تلعب دورا في طريقة عرض وكتابة الجسم؛ فهو شاهد عيان الوحيد على الحدث والمصور الوحيد للوقائع، فمن هم أكثر منه خبرة لا يمكنهم وصف وكتابة ما شاهده وسمعه، وما قيل له، وفي هذا المجال يقول " إيريجيو لانسيبيرو": إن على الصحفي أن لا يترك أحدا يكتب النص مكانه حتى لو كان أفضل المختصين عالميا في مجال تخصصه (مشته، 2017، ص ص201-202)؛ وتكون في الجسم تطورات الأحداث عن طريق السرد أو القص بشكل منطقي وصارم ليجذب الجمهور ويمس عواطفه (العياضي، 2007، ص148).

ونظرا لأن الروبورتاج يأخذ بعض السمات من الأدب؛ فإنه... في الجسم يجب تصوير واقع الحدث أو الموضوع كما هو، مركزين على جوانب الزمان والمكان والفاعلين فيهما، وبأسلوب تعبيرى بليغ وحيوي وفعال يشعرك بالمشاركة من خلال المشاهدة، حتى وإن كان النص في الصحف؛ فتركيز الروبورتاج على لغة التمشهد تجعل المتتبع يشعر وكأنه يعيش اللحظة، لحظة القيام بالروبورتاج (ساعد، 2012، ص145)، ومادام الصحفي هو الذي يشيد ببنيان الروبورتاج نفسه، ومادام الروبورتاج لا يتوقف عن الكشف عن الحالات وعن أساليبها وظروفها وأبعادها وانعكاساتها؛ فعليه أن يقدم أحكامه وتقييماته بشأن موضوعه (رزاق، 2008، ص110).

4-3-2-4 -4 خاتمة الروبورتاج: تختلف خاتمة الروبورتاج باختلاف الوسيلة، ففي الصحافة المكتوبة تكون مغلقة أو مفتوحة، في شكل سؤال أو خلاصة أو توقعات توجه قارئ الروبورتاج (رزاق، 2009، ص186)، وفي الإذاعة والتلفزيون يكون الوقفة النهائية والأخيرة هي خاتمة الروبورتاج (ساعد، 2012، ص145)، وتخضع خاتمة الروبورتاج إلى جملة من المتغيرات: الموضوع، نوع الروبورتاج، أسلوب الصحفي، المدة الزمنية الممنوحة، أو المساحة التي تخصص له في الصحيفة (العياضي، 2007، ص ص148-149).

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

4-4-4- النوع الاستقصائية(التحقيق الصحفي): يعد التحقيق الصحفي أحد أهم الفنون الصحفية رغم أنه فن حديث نسبيا في العمل الصحف، فهو لم يستخدم على نطاق واسع إلا مع مطلع القرن العشرين، حيث كان الطابع الخبري والمقال أساس العمل الصحفي آنذاك.

4-4-1- تعريف التحقيق الصحفي: التحقيق هو ترجمة للكلمة *Re-reportage* التي تعني عملية إعادة نقل الأحداث بزواياها المختلفة إلى الجمهور(البدراي، 2014، ص184)، ويعرف التحقيق الصحفي أيضا على أنه: "أحد الأشكال الصحفية التي تتناول موضوعا يهم عددا كبيرا من الجماهير، ويقوم على البحث والتحري والاستطلاع والتحليل الواقعي لمشكلة أو قضية، لمعرفة أسبابها ومسبباتها وعواملها، بهدف تقديم حلول لها أو عرض وجهة نظر حيالها تدعمها الحقائق والشواهد أو الإحصاءات(شلهوب، 2004، ص21)، والتحقيق الصحفي هو: "عملية تسليط الضوء على فكرة أو مشكلة أو ظاهرة آنية، إيجابية أو سلبية من خلال تناولها بالشرح والتحليل بالاستعانة بالأشخاص الذين يقعون في دائرتها(حداد، 2002، ص195).

4-4-2- مصادر التحقيق: للتحقيق الصحفي العديد من المصادر نذكرها فيمايلي:

4-34-2-1 وسائل الإعلام: وهذا عن طريق ما تقدمه الصحافة، الراديو، التلفزيون، وغيرها من مواد إعلامية، التي تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي(عبد الجبار، 2012، ص191)؛ فوسائل الإعلام تعتبر سجلا حافلا بالموضوعات التي يمكن لكاتب التحقيق الصحفي أن يختار منها العديد من الزوايا، وليكتفي الصحفي بمجرد اختيار الموضوع المناسب بالنسبة إليه؛ بل لا بد من مراعاة اهتمام القراء والمشاهدين بالموضوع(خليل، 2014، ص34).

4-4-2-2 التجربة الشخصية وخبرة الصحفي: وهذا عادة ما يستخدم في الصحفي التعبير الشخصي وعبارة الأنا(نسيم الخوري، 2009، ص119)، وهناك أصحاب الخبرات الذين على الصحفي أن يسعى إليهم ليعيش تجاربهم ويستمد منها ما يمكن أن يفيد به ويدعم موضوعه، واحتكاك الكاتب بأصحاب الخبرة تمدّه بالأفكار، وتفتح أمامه آفاقا واتجاهات جديدة في موضوعات قد تصلح مستقبلا تحقيقات ناجحة(نبيل حداد، 2002، ص207).

4-4-2-3 التقارير والوثائق الصادرة عن الهيآت الرسمية: وتتمثل في التقارير التي تصدرها الجهات الرسمية كمراكز البحث، الوزارات...، وعادة ما تكون المعلومات الواردة عن هذه الهيآت أساسا لتحقيقات صحفية(لعقاب، 2006، ص114)؛ ففي الجانب الرياضي مثلا نجد تقارير تصدر عن وزارة الشباب والرياضة، الاتحاديات، الرابطات، النوادي...، تكون مصدرا هاما للصحفيين الذين يعملون في الإعلام الرياضي.

4-4-2-4 الأحاديث الصحفية: تعتبر الأحاديث الصحفية مصدرا قيما للإعلام والتقارير على السواء، فربّ حديث صحفي يتناول موضوعا ما يوحى إلى المحرر الذكي بموضوعات أخرى لا تصلح لأن تكون جزء من الحديث الأصلي، وإنما تصلح أن تكون تحقيقا صحفيا(حمزة، 1956، ص446).

4-4-3- أنواع التحقيق الصحفي: للتحقيق الصحفي عدة أنواع لعل أهمها ايلي:

4-4-3-1- التحقيق الصحفي المفصل: هذا النوع من التحقيقات تكون الكلمة المكتوبة هي الأساس تعاونها المواد المصورة، ويعتمد المحرر في تحقيقه على المصادر الحية من خلال لقاءات مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين...، وكذلك المصادر غير الحية كالوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوع التحقيق الصحفي(إبراهيم، 1998، ص103)؛ وهذا التحقيق يقتضي طريقة منتظمة للوصول إلى حلول ناجحة، ففي الصحافة الرياضية نجد هذا النوع من التحقيقات الصحفية يستلزم من محرريه الاستعانة بأدوات جمع البيانات الخاصة بمناهج البحث العلمي وتقنيات جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالمادة الصحفية الرياضية للوصول إلى نتائج دقيقة، لذا نجد هذا النوع يتصف بالموضوعية(بوراس، 2015، ص ص72-73)، نظرا لتناوله الموضوع من جميع جوانبه، ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها(عبد الجبار، 2012، ص193)

4-4-3-2- التحقيق الصحفي الخاص بالبحث والتحري: هذا النوع من التحقيقات الصحفية يشبه إلى حد كبير رجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث(فاضل محمد البدراني: 2014، ص185)؛ فهو يشبه التحقيقات التي تجربها للكشف عن ملابسات جريمة، أو حادث غامض، للكشف عن الحقيقة التي لا يعرفها القراء والمشاهدون(خليل، 2014، ص38)، ففي الإعلام الرياضي مثلا نجد خير مثال عن هذا النوع من التحقيقات الصحفية اغتيال لاعب شبيبة القبائل إيوسي سنة 2015 بملعب تيزي وزو

4-4-3-3- التحقيق الصحفي التوجيهي(الإرشادي): هو التحقيق الذي يتم فيه التصدي لمعالجة المشكلات أو القضايا التي تهم الرأي العام ودراسة المشكلة من جميع جوانبها وأبعادها المختلفة، من خلال جمع كافة المعلومات عنها وتلقي الآراء والاتجاهات المؤيدة والمعارضة لموضوعها، والاستعانة بالأخصائيين والخبراء ذوي العلاقة بذلك الموضوع للوصول إلى نتائج واضحة حول القضية المعروضة(شلهوب، 2004، ص21)

4-4-3-4- التحقيق الصحفي الطويل: هو التحقيق الذي يتناول قضية كبرى متشعبة الجوانب تتطلب جهدا صحفيا كبيرا لتفسير مختلف جوانبها والبحث عن مختلف أسبابها (بوراس، 2015، ص73)؛ وهذا النوع من التحقيقات نجده في الجانب الرياضي مثلا عن الفساد الذي يجري عند بناء المشاريع الكبرى كالملاعب، والهياكل القاعدية الكبيرة، خاصة عندما يتعلق الأمر بتنظيم تظاهرة رياضية بحجم كأس العالم، كأس إفريقيا، وبالتالي فهو يستغرق وقتا طويلا في البحث وكذلك في البث، ومساحة واسعة للنشر

4-4-3-5- التحقيق الصحفي القصير: هذا النوع يختلف عن التحقيق الصحفي الطويل من ناحية الوقت ومدة البث ومساحة النشر، وعادة ما يكون مرتبط بالحدث، فالصحفي لا يستغرق في إنجازهِ وقتاً طويلاً (لعقاب، 2006، ص ص 116-117).

4-4-4- القوالب الفنية للتحقيق الصحفي: يبنى للتحقيق الصحفي على القوالب الفنية التالية:
4-4-1- قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي: وفيه يقوم المحرر بعرض القضية أو المشكلة التي يتناولها بشكل موضوعي من خلال مقدمة تثير هتمام القراء أو المشاهدين بالموضوع (عبد الجبار، 2012، ص 197)، بعدها يقوم بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في صلب التحقيق، من خلال عرض المحرر للمعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها، وكذلك من خلال عرضه للمقابلات الصحفية التي أجراها مع الشخصيات التي ترتبط بالموضوع، وكذلك البيانات والمعلومات التي جمعها عن الموضوع من أرشيف المعلومات (البدراني، 2014، ص 191).

4-4-2- قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف: يقوم هذا النوع على وصف الحدث أو المشكلة وتأكيد أهميتها، وإلى أي مدى تكون الضرورة الملحة لوجود حلول لها، ووصف تفاصيل المشكلة وعناصرها، والشخصيات والأماكن التي تدخل في موضوع التحقيق (خليل، 2014، ص ص 41-42)؛ فهذا القالب يصلح لكتابة التحقيقات الصحفية التي تدور حول المسابقات الرياضية، الندوات الانتخابية... (أبو زيد، 1990، ص 116).

4-4-3- قالب الهرم المعتدل المبني على السرد: يكتب هذا النوع في شكل قصة يسردها المحرر كما تسرد القصص الأدبية، إلا أنه يختلف عنها في كونه واقعياً بالفعل، ولا يعتمد على وقائع خيالية كما هو الحال في القصة الأدبية، ويستخدم هذا النوع في التحقيقات الصحفية التي تتناول الموضوعات الإنسانية والحوادث والكوارث والجرائم... (إبراهيم، 1998، ص 144).

4-4-5- بنية التحقيق الصحفي:

4-4-5-1- عنوان التحقيق الصحفي: كل تحقيق صحفي يتضمن عنوان إشارة قد يحمل اسم (نوع التحقيق)، أو عبارة التحقيق، وبعدها يأتي عنوان رئيسي شبه معلق يسلط الضوء على مضمون التحقيق والمشكلة، إلى جانب عناوين فرعية تقسم التحقيق إلى فقرات أو وحدات، علاوة على التصريحات أو الآراء أو المعلومات التي يتم إبرازها بالخط أو اللون، أو أي شيء فني آخر (رزاق، 2006، ص 163)

4-4-5-2- مقدمة التحقيق الصحفي: من الصعوبة بمكان تقديم نموذج جاهز لمقدمة التحقيق الصحفي، لأنها تخضع لمجموعة الاعتبارات، كطبيعة الموضوع وطبيعة الجمهور، الحجم والأسلوب، لكن هناك مجموعة من الشروط التي تخضع لها المقدمة أهمها: طرح المشكل بشكل واضح وقوي وجذاب (العياضي، 2007، ص 174).

4-4-5-3- جسم التحقيق الصحفي: قبل التطرق للجسم هناك ما يسمى بالوصل، والذي يربط بين المقدمة وجسم التحقيق الصحفي، ويمهّد للقارئ أو المشاهد للانتقال بينهما، وفيها يعتمد الصحفي كاتب

الفصل الرابع : الأنواع الصحفية

التحقيق إلى ذكر معلومات جديدة مثيرة، أملا في كسب ثقة القارئ أو المشاهد، وإشعاره بأن ما يقرأه، أو يشاهده جديد على مسمعه ^{هزّت} (1993، ص210)؛ أما جسم التحقيق فهو التحقيق نفسه، حيث يتضمن بالترتيب الجواب على الأسئلة المطروحة في المقدمة، أو يبدأ الصحفي بتفسير الظاهرة، وتفكيك الارتباطات بين عناصرها المختلفة، مدعما كل ذلك بالاستشهادات التي جمعها، والانتقال من فكرة إلى أخرى على أساس تسلسل منطقي، حتى لا يفقد التحقيق بنيته وتماسكه (لعقاب، 2006، ص 120).

4-4-5 - خاتمة التحقيق الصحفي: لا يكون حجمها مساويا لحجم حسم موضوع التحقيق، فهي مجرد فقرة صغيرة، وربما جملة واحدة إن اتسمت بشروط الخاتمة الناجحة من قوة التأثير (حداد، 2002، ص203)؛ وخاتمة التحقيق الصحفي هي النتائج والآفاق والتوقعات أو القرارات أو الحلول، وهي بمثابة خلاصة قد تثبت ما ورد في المقدمة على أن تكون النهايات مفتوحة أو مغلقة، أو تلخيص للتحقيق، ويستحسن أن تكون النهاية غير متناقضة مع المقدمة، وتكرس ما هو موجود من أدلة وشواهد وأسانيد في الجسم (رزاق، 2006، ص166)

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق إليه حول الأنواع الصحفية، نستنتج أن بعض الأنواع الصحفية ظهرت بظهور الصحافة، كالخبر الصحفي، وأنواع أخرى استقلت عن الأدب على غرار المقال الصحفي، وأنواع صحفية أخرى تابعة للفن كالبيورتريه، كما أن لها عدة تقسيمات اختلفت من باحث إلى آخر، علاوة على أن لكل نوع صحفي خصائص ومميزات وبنية تميزه عن النوع الصحفي الآخر، كما أن هناك خلط واضح عند الباحثين في التفريق بين بعض الأنواع الصحفية خاصة بين التحقيق الصحفي والروبورتاج الصحفي، وإذا جئنا إلى الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي، فتبقى تحافظ على نفس الخصائص والبنية، فقط تختلف من حيث الحامل له، فالتلفزيون يختلف عن الإذاعة والإذاعة تختلف في مميزاتها عن الصحافة الرياضية المكتوبة



الفصل الخامس

منهجية الدراسة

5-1- الدراسة الاستطلاعية:

من خلال الدراسة الاستطلاعية يمكننا الحصول على البيانات الأولية إما من خلال الملاحظة أو من خلال التواصل المباشر مع المستجيبين بشكل أو بآخر أو من خلال المقابلات الشخصية (Cothari, 2004, p95)؛ وبالتالي على الباحث القيام بدراسة استطلاعية بغية معرفة مدى ملائمة ميدان الدراسة لإجراءاتها الميدانية، والتأكد من صلاحية الأداة المعتمدة في الدراسة.

وفي هذه الدراسة، توجه الباحث إلى أفراد عينة الدراسة المتمثلين في الصحفيين الرياضيين في الجزائر، في كل من القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري، والقسم الرياضي للإذاعة الوطنية، وكذا قناة الهدف، ناهيك عن الكثير من الجرائد الرياضية الخاصة والعامّة، حيث قام الباحث بمقابلة رؤساء التحرير وعدة صحفيين يعملون في هذه المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة، ومعرفة اتجاهاتهم واستخدامهم لأهم الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، وبالتالي أخذ نظرة شاملة عن أفراد العينة، عن النظام الداخلي وسير العمل الصحفي لكل المؤسسات الإعلامية في المجال الرياضي التي تم زيارتها، وأهم العراقيل التي تعيق طريق عمل الصحفي الرياضي في اتجاهاته نحو بعض الأنواع الصحفية

5-2- المنهج المتبع في الدراسة:

ويعرف المنهج على أنه: "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة قصد اكتشافه الحقيقة" (عبد الكريم، 1990، ص19)؛ فالمنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي (مرسلي، 2005، ص283) والمنهج الملائم لهذا النوع من البحوث، هو المنهج الوصفي، بأسلوب تحليلي، ويتضمن البحث الوصفي جمع البيانات من أجل فحص النظريات أو الإجابة على أسئلة تهتم بالوضع الحالي للفئات المدروسة، ومن الأنواع الشائعة في مثل هذه الدراسات تلك المتعلقة بدراسة الاتجاهات أو الآراء نحو المؤسسات ولأفراد والحوادث (الضامن، 2009، ص ص133-134)

5-3- متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل (السبب): الصحفيين الجزائريين الرياضيين

المتغير التابع (النتيجة): الأنواع الصحفية

هذا بالإضافة إلى بعض المتغيرات التي تؤثر على الصحفيين على غرار القوانين الإعلامية، والسياسة الإعلامية للمؤسسات التي يعملون فيها، والتي يصبح من خلالها الصحفي متغيرا تابعا.

5-4- مجتمِع وعينة الدراسة

5-4-1- مجتمِع وعينة الدراسة الميدانية:

5-4-1-1- مجتمِع الدراسة:

ويقصد به مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته" (عبد الحميد، 2004، ص130).

ومجتمع الدراسة الخاص بدراستنا هذا يتمثل في الصحفيين الرياضيين الجزائريين الذي يعملون في المؤسسات الإعلامية الجزائرية (المكتوبة، المسموعة، التلفزيونية).

5-4-1-2- عينة الدراسة:

تعرف عينة الدراسة بأنها: "جزء من مجتمع البحث الأصلي، تحقق أغراض البحث، وتغني الباحث عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي" (عطوي، 2000، ص85).

ويرى "Angers Maurice" أن العينة هي: "هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث (Maurice, 2006, p228)؛ وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على عينة عشوائية قدرها 130 مفردة متمثلة في الصحفيين الرياضيين الجزائريين الذين يعملون بالمؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة (المكتوبة، والمسموعة، والمرئية)؛ فالمكتوبة تمثلت في عدة جرائد يومية عامة ومتخصصة (جريدة الهداف والهداف الدولي، الخبر الرياضي، البطولة، الكورة نيوز، القسم الرياضي لجريدة الشروق، النهار، الخبر، الصوت الآخر، اليوم، الحياة، المساء، اللقاء، البلاد، الأجواء، صوت الأحرار، الشعب، الوسط) أما التلفزيون فتتمثلت في (القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري، قناة الهداف، الأقسام الرياضية لقناة الشروق، النهار، الجزائرية وان، دزاير نيوز) بالإضافة إلى المحطات الإذاعية والمتضمنة (الأقسام الرياضية للقناة الأولى، الثانية، الإذاعة الدولية، إذاعة البهجة، إذاعة بومرداس، إذاعة البلدية، إذاعة البويرة، إذاعة تيسيمسيت، إذاعة سطيف، البرج، إذاعة أم البواقي، إذاعة الجلفة، إذاعة ورقلة)، وتم اختيار هذه المؤسسات عن طريق اعتماد معيار نوع وطبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة/ مكتوبة، مسموعة، تلفزيونية) حيث تم توزيع الاستمارات على جميع عدد أفراد العينة المختارة بالنسبة للصحافة المكتوبة، والتلفزيونية؛ أما الأقسام الرياضية للإذاعات فقد تم التوزيع فيها عن طريق التقسيم الجغرافي (شرق، غرب، وسط، جنوب)، وتوزيع الاستمارات على عدد الصحفيين الموجودين بالإذاعات المختارة عشوائيا عن طريق القرعة، وكان عددهم 57 استمارة، تم استرجاع 34 منها، بينما تم استرجاع 51 استمارة بالنسبة للصحفيين الذين يعملون بالإعلام الرياضي التلفزيوني، و45 استمارة خاصة بالإعلام الرياضي المكتوب، فالمجموع الكلي 130 استمارة تم استرجاعها من مجموع 203 استمارة تم توزيعها.

والجداول الآتية تبين توزيع أفراد عينة الدراسة:

الجدول رقم(1) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النوع			من خلال بيانات الجدول رقم (01).والذي يتضح
النسبة المئوية(%)	التكرار		أن نسبة الذكور بلغت نسبتهم 88.5% من العدد
88.5	115	ذكر	الإجمالي لأفراد العينة، في حين كانت نسبة
11.5	15	أنثى	الإناث 11.5%، وهذا الفرق الواضح يعود
100	130	المجموع	لطبيعة التخصص(الإعلام الرياضي)، والذي

يتطلب شجاعة كبيرة في التغطية والخبرات

الميدانية إلى الملاعب وقاعات الرياضة، والتي لا يمكن للأنتى أن تدر عله، عكس الذكور

الجدول رقم(2) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المستوى			يبين الجدول رقم(02) أن نسبة
النسبة المئوية(%)	التكرار		99.2% من أفراد العينة يحملون
0.8	1	ثانوي	شهادات جامعية(الليسانس في المرتبة
81.5	106	ليسانس	الأولى بنسبة 81.5%، بعدها الماستر
13.1	17	ماستر	بنسبة 13.1%، والدراسات العليا بنسبة
4.6	6	دراسات عليا	4.6%، في حين نجد واحد فقط من
100.0	130	المجموع	مجموع أفراد العينة بنسبة 0.8% من لديه

مستوى ثانوي

الجدول رقم (3) يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة المئوية	التكرار	التخصص	كما يختلف الأفراد في الذكاء وفي القدرات
77.7	101	اعلام واتصال	والاستعدادات، فإنهم يختلفون كذلك في الميول،
22.3	29	تخصصات أخرى	فمن الملاحظ أن بعض الأفراد لهم القدرة على
100	130	المجموع	القيام بعمل ما، ولكنهم لا ينجحون به لعدم ميلهم

له، كما أن هناك الكثير ممن يحمل الشهادات

الجامعية وفي تخصصات مختلفة، غير أنهم لا يعملون في تخصصهم لعدم رغبتهم له، أي أنهم أرغموا على هذه الدراسات التي لم يميلون لها(السامرائي: 2007، ص171)، وهذا ما بينه الجدول رقم(03)، حيث نجد نسبة 77.7% من مجموع أفراد العينة لديهم شهادات في تخصص الإعلام والاتصال، بينما البقية، والذين بلغت نسبتهم 22.3%، ليس لهم علاقة بالتخصص، في حين انعدم تخصص الإعلام والاتصال الرياضي، وحتى تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

الفصل الخامس : منهجية الدراسة

الجدول رقم(4)يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية

النسبة المئوية(%)	التكرار	طبيعة المؤسسة الإعلامية	الجدول رقم(04) يبين أن نسبة
45.4	59	عمومي	54.6% من أفراد عينة الدراسة يعملون
54.6	71	خاصة	بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، بينما
100	130	المجموع	البقية، والذين بلغت نسبتهم 45.6% يعملون في المؤسسات الإعلامية العمومية

الجدول رقم (5)يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المسمى الوظيفي

النسبة المئوية(%)	التكرار	المسمى الوظيفي	من خلال بيانات الجدول رقم(05) يتضح أن
87.7	114	صحفي	نسبة الصحفيين بلغت 87.7% من مجموع أفراد
10.8	14	رئيس تحرير	العينة، وجاء في المرتبة الثانية رؤساء التحرير،
0.8	01	مدير أخبار	حيث بلغت نسبتهم 10.8%، وأخيرا مدراء
0.8	01	رئيس قسم	الأخبار ورؤساء الأقسام بنسبة متساوية بلغت
100	130	المجموع	0.8%، لكل منهما.

الجدول رقم(6)يبين توزيع أفراد العينة حسب

عدد سنوات الأقدمية

النسبة المئوية%	التكرار	الأقدمية	تبيّن نتائج الجدول رقم(06) أن نسبة
2.3	03	من 1 إلى 5	45.4% من أفراد العينة فاقت سنوات الأقدمية
0.8	01	من 6 إلى 10	في العمل الصحفي في المجال الرياضي
26.2	34	من 11 إلى 15	لديهم 25 سنة، وحلت في المرتبة الثانية الفئة
25.4	33	من 16 إلى 25	التي انحصرت سنوات الأقدمية لديها من 11-
45.4	59	أكثر 25	15 سنة، بنسبة 26.2%، ونجد الفئة المحددة في
100	130	المجموع	المجال من 16-25 سنة بلغت نسبتهم
			25.4%، في المرتبة الثالثة، في حين الفئة

المحددة في المجال من 1-5 سنوات احتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 2.3%، وجاءت الفئة المحددة في المجال من 6-10 سنوات أخيرا كأقل نسبة من بين المجالات المحددة في سنوات الأقدمية لدى أفراد العينة بلغت 0.8%

الجدول رقم(7)يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة الإعلامية

نوع المؤسسة الإعلامية	التكرار	%	تبين نتائج الجدول رقم(07) أن نسبة 39.2% من أفراد العينة يعملون بمؤسسة التلفزيون، وجاء في المرتبة الثانية الذين يعملون بالمؤسسات الإعلامية المكتوبة، بنسبة 34.6%، في حين كانت نسبة الذين يعملون بالمؤسسات الإعلامية الإذاعية 26.2% من مجموع أفراد العينة
صحافة مكتوبة	45	34.6%	
إذاعة	34	26.2%	
تلفزيون	51	39.2%	
المجموع	130	100%	

5-4-2- مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

في الجانب التحليلي، يتمثل مجتمع الدراسة في الجرائد الرياضية، والبرامج التلفزيونية والإذاعية الرياضية في كل من الإعلام العمومي والخاص، ولأنه يستحيل تحليل مضمون هذه الوسائل كلها، لجأ الباحث لاختيار جريدة الهدف اليومي بالنسبة للإعلام الرياضي المكتوب، فهي تمثل الإعلام الرياضي المكتوب المتخصص، واختار البرامج الرياضية الإذاعية التي تبث عبر الإذاعة الوطنية، كونها الإذاعة الأم والأكثر وفرة على البرامج الرياضية، واختار البرامج الرياضية التي تبث عبر التلفزيون الجزائري العمومي؛ حيث تم اختيار العينة الدورية أو عينة الأسبوع الصناعي(أسلوب الدورة) في الدراسة التحليلية، فهي من بين الطرق الشائعة لاختيار العينات، والذي يتم بطريقة عشوائية منتظمة؛ وهو أن يختار الباحث العدد الموافق لليوم الأول من الأسبوع الأول والعدد الثاني الموافق لليوم الثاني من الأسبوع الثاني .. وهكذا حتى يكتمل النصاب(تمار، 2007، ص ص 32-33)، بما أنه حددت سنة 2018 كعينة زمنية للدراسة التحليلية على يومية الهدف الرياضي، وبما أن عدد أيام السنة 365 يوماً مع حذف 52 جمعة بالإضافة إلى رأس السنة الميلادية والعديد من نحد 310 أيام، أي أن مجتمع الدراسة الخاص بالدراسة التحليلية للصحافة الرياضية المكتوبة هو 310 عددا من جريدة الهدف، وقد تم تحديد الصحف المختارة والمقدرة بـ 12 عددا من الجريدة محل الدراسة بطريقة عشوائية منتظمة، حيث يرى الباحث " ستامبل" أن زيادة حجم العينة في تحليل مضمون الصحف اليومية عن 12 عددا في السنة قد يكون إستثمارا فقيرا لوقت الباحث وهذا يعني أن تجاوز حجم العينة عن 12 عددا، إلى 24 عددا، أو 36 عددا يؤدي إلى نفس النتائج في السنة؛ فحسب الباحث نفسه لا يخلق إختلافات معتبرة في النتيجة(*)، وقد تم اختيار الفترة الزمنية من 01 جانفي 2018 إلى غاية 31 ديسمبر 2018 بالنسبة لجريدة الهدف اليومي، والجدول التالي يبين كيفية اختيار العينة الخاصة بجريدة الهدف.

(*) - وهذا ما تم التأكد منه من طرف الباحث، حيث قام باختيار أعداد عشوائية أخرى لكل نوع إعلامي فاقت 12 عددا، من جريدة الهدف، وكذلك من برامج رياضية تلفزيونية وإذاعية، وذكر منها، البرنامجين الإذاعيين ملفات رياضية، ومنبر الكرة، والبرنامجين التلفزيونيين الأسبوع الرياضي، والشوط الثالث، فتم الحصول على نتائج تكاد تكون متطابقة بالنسبة لاستخدام الأنواع الصحفية.

الفصل الخامس : منهجية الدراسة

الجدول رقم(8)يبين كيفية اختيار العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الدورة بالنسبة لجريدة الهداف

الأيام						الأسابيع	الأشهر
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت		
					x	الأول	جانفي
				x		الثاني	فيفري
			x			الثالث	مارس
		x				الرابع	أفريل
	x					الأول	ماي
x						الثاني	جون
					x	الثالث	جويلية
				x		الرابع	أوت
			x			الأول	سبتمبر
		x				الثاني	أكتوبر
	x					الثالث	نوفمبر
x						الرابع	ديسمبر

أما فيما يخص عينة القسم الرياضي للإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري، فقد تم اختيار برنامج من كل البرامج التي تبثها هاتين الوسيطتين، حيث تم اختيارها عشوائيا عن طريق القرعة، فوق الاختيار على برنامج "أستوديو الكرة"^(*) بالنسبة للقسم الرياضي للإذاعة الوطنية الأولى، و"أستوديو المحترفين"^(*) بالنسبة للقسم الرياضي للتلفزيون العمومي، وكان الموسم الرياضي 2018/2017 كفترة زمنية للتحليل، وكانت بداية الموسم بالنسبة لـ"أستوديو الكركيتداء" من 25 أوت 2017 إلى غاية 25 ماي 2018، وبالتالي فقد احتوى البرنامج على 39 عددا كمجتمع للدراسة التحليلية الخاصة بالإعلام الرياضي المسموع، فيما كانت بداية الموسم بالنسبة لـ"أستوديو المحترفين" هي 12 أوت 2017 إلى غاية 19 ماي 2018، فقد احتوى على 41 عددا كمجتمع للدراسة التحليلية الخاص بالإعلام الرياضي التلفزيوني، وقد اختار الباحث 12 عددا من كل برنامج رياضي بأسلوب الدورة، بطريقة عشوائية منتظمة، يتم فيه اختيار الحالة الأولى من العينة بطريقة عشوائية ثم يختار الباحث بقية الحالات على أبعاد رقمية منتظمة

(*) - هو برنامج رياضي إذاعي يقدمه الصحفي عيسى مدني كل يوم جمعة من الساعة 10:03 إلى الساعة 11:00 صباحا، بالقسم الرياضي للإذاعة الوطنية الأولى.

(*) - هو برنامج رياضي تلفزيوني يقدمه الصحفي مسعود ديشيشية كل يوم سبت من الساعة 21:00 إلى الساعة 22:30 ليلا، بالقسم الرياضي عبر القناة الثالثة للتلفزيون الجزائري

الفصل الخامس : منهجية الدراسة

أو متساوية بين الحالات، بحيث تكون المسافة بين أي وحدتين متتاليتين ثابتة في جميع الحالات، حيث تم قسمة مجتمع الدراسة على العينة، ففي برنامج أستوديو الكرة كانت كمايلي:

$3.25 = 12/39$ ، أي أن المسافة بين كل الأعداد هي 3، وتم اختيار العدد الأول عشوائيا من 1-3، فوقع الاختيار على العدد الأول، والمصادف لتاريخ 25 أوت 2017، أما العدد الثاني فيكون العدد الأول الذي تم اختياره عشوائيا، يضاف إليه طول الفئة، فيصبح $4=3+1$ ، أي أن العدد الثاني هو العدد الرابع من البرنامج، وهكذا حتى يتم إتمام الأعداد الـ 12 الخاصة بعينة الدراسة التحليلية، وتم اختيار عينة القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري بنفس الطريقة، مع العلم أنه في حالة عدم تمكن الباحث من الحصول على العدد، أو عدم إصداره، أو لأي سبب كان، فيلجأ الباحث لاختيار العدد الموالي، وهكذا، والجدول التالي يبين الأعداد المختارة من جريدة الهذاف الرياضية، والقسم الرياضي للإذاعة الوطنية والتلفزيون العمومي

الجدول رقم (9) يبين كيفية اختيار العينة التحليلية للدراسة

التلفزيون العمومي(استوديو المحترفين)		الإذاعة الوطنية(استوديو الكرة)		الهذاف اليومي	
العينة	تاريخ صدورها	العينة	تاريخ صدورها	العينة	تاريخ صدورها
01	2017/08/26	01	2017/08/25	01	2018/01/06
02	2017/09/23	02	2017/09/29	02	2018/02/11
03	2017/10/14	03	2017/10/13	03	2018/03/26
04	2017/11/04	04	2017/12/01	04	2018/04/24
05	2017/12/02	05	2017/12/29	05	2018/05/02
06	2018/01/06	06	2018/01/19	06	2018/06/14
07	2018/01/20	07	2018/02/16	07	2018/07/21
08	2018/02/17	08	2018/03/09	08	2018/08/26
09	2018/03/17	09	2018/03/30	09	2018/09/03
10	2018/04/07	10	2018/04/20	10	2018/10/09
11	2018/04/28	11	2018/05/11	11	2018/11/21
12	2018/05/19	12	2018/05/18	12	2018/12/27

5-5- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا الميدانية على: أداتين بحثيتين، تمثلتا في الاستبيان، وتحليل المضمون 5-5-1- الاستبيان: يعتبر أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها(عقيل حسين عقيل: 1999، ص148)، وما يشجع على استخدام الإستبانة عدد من المزايا أهمها أنها تطبق على أعداد كبيرة من المستجوبين، كما أنها توفر الإحساس بعدم معرفة شخصية المستجيب، وبالتالي الحصول على المعلومات الحساسة(نوفل، أبو عواد، 2010، ص246)، واستخدم

الباحث هذه الأداة لمعرفة ميولات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية، وأهم العراقل التي تحيل بينهم وبين استخدام بعض الأنواع الصحفية الأخرى.

5-5-2- أداة تحليل المحتوى:

حسب "برنارد بيرلسون" الذي يعد من أوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المضمون، فيعرف تحليل المضمون على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال (تمار، 2007، ص 9)، وقد كان الهدف من أداة تحليل المحتوى الوقوف على الاستخدام الفعلي لأنواع الصحفية ومعرفة الأنواع الصحفية الأكثر استخداما في الإعلام الرياضي الجزائري، ومنه الوصول نتائج موضوعية قريبة من الحقيقة من خلال مخرجات الدراسة الميدانية والتحليلية ومقارنتهما (مقارنة الميولات مع الاستخدام الفعلي لأنواع الصحفية).

وقد احتوت استمارة تحليل المحتوى على (فئات محتوى الموضوع المعالج: فئات ماذا قيل؟، وفئات شكل الاتصال: كيف قيل؟، بالإضافة إلى وحدات الاتصال) (أنظر الملحق الخاص بأداة تحليل المحتوى النهائي)

5-6- حساب الخصائص السيكومترية للأداة

5-6-1- صدق أداة الدراسة

5-6-1-1- الصدق الظاهري:

بعد إعدالاستبانة في صورتها الأولية تم عرضها على مجموعة المحكمين (7 محكمين) ممن لهم خبرة في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، والذين لديهم دراية كافية بموضوع الدراسة، بهدف تحكيم الاستبيان ومعرفة مدى صدقه من حيث: دقة الصياغة اللغوية ووضوح فقرات الاستبيان، مدى مناسبة وشمولية الاستبيان لجميع أبعاد الدراسة ومجالاتها.

مدى مناسبة الفقرات للمجال الذي تنتمي إليه، وفي الأخير حذف العناصر أو الفقرات الغير المناسبة واقترح عناصر جديدة

5-6-1-2- صدق الاتساق الداخلي للأداة:

تمّ التحقق من صدق الاتساق لأداة الدراسة بتطبيقها على عينة استطلاعية حجمها تسعة (09) أفراد من أفراد مجتمع الدراسة، وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات كل محور من المحاور الأربعة للدراسة والدرجة الكلية للاستبانة، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي spss ، والجدول الآتي يوضح ذلك:

الفصل الخامس : منهجية الدراسة

الجدول رقم(10)يبين معامل الارتباط "البيرسون" لمحاور الدراسة ومدى اتساقها بالدرجة الكلية للإستبانة.

المحاور	عناوين المحاور	م/الارتبط بيرسون	مستوى د-
محور 1	اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري	0.695	.000
محور 2	اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري	0.584	.000
المحور 3	اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري	0.791	.000
المحور 4	اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري	0.680	.000

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه ، وجدنا أن معاملات الارتباط تراوحت ما بين 0.584 إلى 0.791، ويتضح كذلك أن جميع المحاور دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.01) وهذا ما أكد صدق اتساق محتوى المحاور والدرجة الكلية للأداة.

5-6-2- ثبات أداة الدراسة:

5-6-2-1- ثبات الاستبيان للتأكد من أن الإجابات ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة، وهذا من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم(11)يبين معامل الثبات ألفا كرونباخ " *Alpha Cronbach* " لأداة الدراسة

عدد العبارات (البند)	معامل الثبات ألفا كرونباخ " <i>Alpha Cronbach</i> "
75	.817

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح بأن معامل الثبات للأداة الذي قيمته (.817) عال، أي أن ثبات الأداة تتميز بدرجة ثبات عالية، مقارنة بمعامل الثبات للدراسة الاستطلاعية (.870).

5-6-2-2- ثبات أداة تحليل المحتوى

وبعد الترميز قمنا بحساب متوسط الإتفاق بين كل محكمين إثنين أ-ب و أ-ج ثم بين المحكمين ب-ج، و هي طريقة " هولستي" لحساب معامل الثبات في التحليل الإخباري الذي يقوم به أكثر من محللين أي معامل ثلاثة محكمين أو أكثر التي تقوم على القاعدة الرياضية التالية:

ن(متوسط الإتفاق بين المحللين)

معامل الثبات =

$1 + (n-1)(\text{متوسط الاتفاق بين المحللين})$

حيث أن:

ن = عدد المرمرزين أو المحكمين.

- متوسط الاتفاق بين المحليين يتم حسابه عن طريق جمع ما اتفق عليه المحللون و تقسيمه على الفئات التي تم تحليلها، ثم جمع كل تلك النسب و تقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون، ثم يتم تطبيق المعادلة السابقة بما وصل إليه الباحث من نتائج واحتوت الدراسة على 59 تعريفا إجرائيا وكانت النتائج كالآتي:

- بين أ و ب تم الاتفاق بينهما على 41 عنصر من 49 و بعد عملية القسمة، أي $0.84 = 49 \div 41$
 - بين أ و ج تم الاتفاق بينهما على 44 عنصر من 49 و بعد عملية القسمة، أي $0.90 = 49 \div 44$
 - بين أ و د تم الاتفاق بينهما على 45 عنصر من 49 و بعد عملية القسمة، أي $0.92 = 49 \div 45$
 - بين ب و ج تم الاتفاق بينهما على 38 عنصر من 49 و بعد عملية القسمة، أي $0.77 = 49 \div 38$
 - بين ب و د تم الاتفاق بينهما على 40 عنصر من 49 و بعد عملية القسمة، أي $0.82 = 49 \div 40$
 - بين ج و د تم الاتفاق بينهما على 43 عنصر من 49 و بعد عملية القسمة، أي $0.88 = 49 \div 43$
 بعدها تم جمع كل النتائج وقسمتها على 6 (عدد الأزواج لاستخراج متوسط الاتفاق).
 - متوسط الاتفاق بين المحكمين $= 0.84 + 0.90 + 0.92 + 0.77 + 0.82 + 0.88 = 5.13 \div 6 = 0.85$
 بعدها تم تطبيق المعادلة السابقة كمايلي:

$$4 (0.85) = 3.4$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{3.4}{3.55} = \frac{4(0.85)}{(0.85)(1-4)+1} = 0.95$$

أي ثبات أداة تحليل المحتوى هو 0.95، وهي قيمة عالية، أي أن ما تم اختياره من طرف الباحث فيما يخص الفئات و فروعها، صالح لمثل هذا النوع من المحتويات، و من الإشكالية المطروحة.
5-7- تصميم الدراسة والمعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى جهاز الحاسوب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها إحصائيا باستخدام برنامج "SPSS" أي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "fore Social Science Statistical Package" وتم اللجوء في تحليل بيانات الدراسة إلى الاختبارات الإحصائية التالية:

Ø التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

Ø اختبار كاي² (**Chi Square Test**) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات التي تخص الدراسة.

Ø حساب معامل الارتباط بيرسون "**Pearson Correlation**" لمحاور الدراسة ومدى اتساقها بالدرجة الكلية للإستبانة.

Ø اختبار ألفا كرونباخ **Cronbach Alpha** لمعرفة وقياس ثبات عبارات الاستبيان. وبعد الانتهاء من ترميز وإدخال البيانات تمّ معالجتها وإخراجها، وتبويبها في جداول إحصائية منتظمة، وكل هذه الإجراءات من أجل الحصول على نتائج صحيحة، دقيقة وموضوعية.

5-8- خطوات إجراء الدراسة الميدانية:

بعد الدراسة الاستطلاعية، والإلمام بموضوع البحث إماما كافيا، من الناحية النظرية باطلاع الباحث على عدة كتب تخص موضوع الدراسة، والدراسات السابقة، والاستعانة بأساتذة التخصص، تم تحديد أسئلة الاستمارة تبعا لفرضيات الدراسة حتى تتماشى وأهدافها، وتتلاءم مع طبيعة الموضوع، ومع المبحوثين من حيث خصائصهم ومكان تواجدهم؛ ولإعداد أسئلة الاستمارة، وصياغتها صياغة نهائية قام الباحث بإتباع الخطوات التالية:

- بعد الصياغة الأولية للاستمارة (أنظر الملحق الخاص باستمارة الاستبيان الأولية) عرضت على المحكمين وهم مجموعة من الأساتذة المختصين في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، والذين لهم خبرة طويلة في هذا المجال، وذلك لإبداء رأيهم حول مضمونها، ومدى مطابقتها لأسئلتها للفرضيات التي صغناها، والأهداف التي يرجو الباحث تحقيقها من الدراسة، بعدها تم إجراء التعديلات اللازمة عليها وإعادة صياغة بعض الأسئلة، وتعديل البعض، وحذف البعض الآخر، وعرضها مرة أخرى على نفس المحكمين، وتم قبولها؛ وأخيرا فقد تم صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي (أنظر الملحق الخاص باستمارة الاستبيان النهائية)، وقد اشتملت الدراسة على استمارة استبيان احتوت على 85 سؤالا موجهة للمبحوثين؛ توزعت على أربع محاور؛ فالأول شمل: الأنواع الصحفية الإخبارية، أما الثاني فقد خصص للأنواع التعبيرية، في حين أن المحور الثالث كان للأنواع الفكرية، وأخيرا المحور الرابع تضمن الأنواع الاستقصائية (التحقيق الصحفي)؛ كما أن أسئلتها جاءت متنوعة منها: المغلقة، المفتوحة، والأسئلة النصف مغلقة، بعدها تم توزيع 203 استمارات على عينة البحث، والمتمثلة في الصحفيين الرياضيين الجزائريين الذين يعملون في المؤسسات الإعلامية الجزائرية (المكتوبة، المسموعة، التلفزيونية) العمومية والخاصة، واسترجع الباحث 130 استمارة.

5-9- صعوبات الدراسة: ككل بحث علمي، هناك مجموعة من الصعوبات اعترضت طريق الباحث في هذه الدراسة، أهمها مايلي:

- صعوبة الدخول إلى المؤسسات الإعلامية محل الدراسة
- صعوبة ضبط مقابلات مع الصحفيين ورؤساء التحرير في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة.
- صعوبة ضبط مجتمع الدراسة (عدم وجود سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، أما سلطة ضبط السمعي البصري، فلا علم لهم بعدد الصحفيين الرياضيين في الجزائر)، وصعوبة توزيع وطول مدة استرجاع الاستمارات الخاصة بالدراسة، وغياب الجدية في الإجابة على أسئلة الاستمارة من بعض أفراد العينة.
- كبر موضوع الدراسة، خاصة في شقه التطبيقي (35 مؤسسة إعلامية تمت عليها الدراسة).



الفصل السادس
عرض وتحليل ومناقشة النتائج

1-6- عرض وتحليل النتائج

1-1-6- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1-1-1-6- عرض وتحليل نتائج المحور الأول: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع

الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري

1-1-1-1-6- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الخبر الصحفي في الإعلام

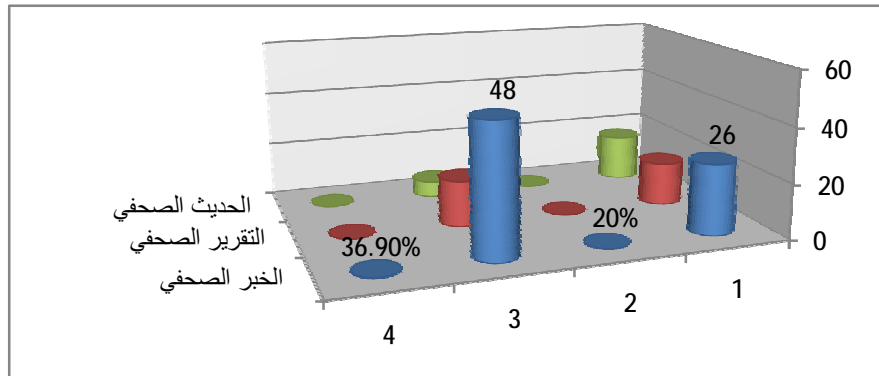
الرياضي الجزائري

الجدول رقم (12) يبين العلاقة بين النوع الصحفي الإخباري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة أكثر

وطبيعة المؤسسة

المجموع		خاصة		عمومية		المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك	البدائل
56.9%	74	36.9%	48	20%	26	الخبر الصحفي
25.4%	33	13.1%	17	12.3%	16	التقرير الصحفي
17.7%	23	4.6%	06	13.1%	17	الحديث الصحفي
100%	130	54.6%	71	45.4%	59	الإجمالي

د - الحرية = 2 $\chi^2 = 10.816$
مستوى الدلالة = 0.004



الشكل رقم (1) يوضح: العلاقة بين النوع الصحفي الإخباري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة أكثر وطبيعة المؤسسة

تحليل النتائج

من خلال الجدول رقم 12 يتضح أنه هناك علاقة بين النوع الصحفي الإخباري الذي يميل

لاستخدامه الصحفيون أكثر وطبيعة المؤسسة، وهذا ما تؤكد عليه قيمة χ^2 ، التي بلغت قيمتها =

10.816، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.004، حيث نجد أن الخبر الصحفي هو الأكثر ميولا في

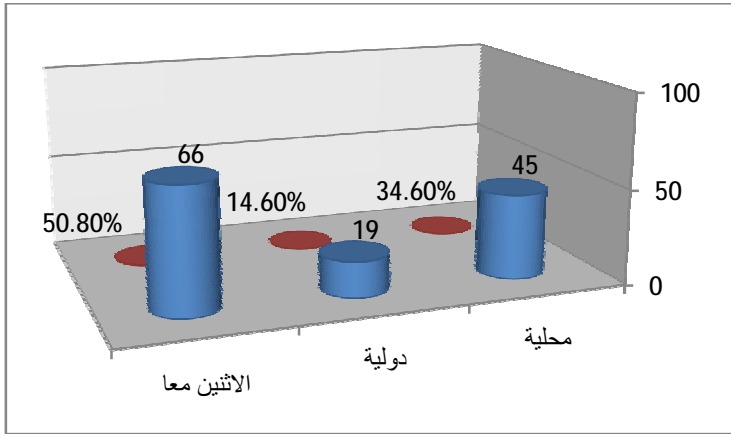
المؤسسات الإعلامية الخاصة، وهذا ما أعرب عنه أفراد العينة، حيث بلغت بنسبتهم 36.9%، ثم التقرير

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الصحفي، وأخيرا الحديث الصحفي، بنسبة 13.1% و 4.6% تواليا من مجموع الكلي للصحفيين الذين يعملون في الإعلام الخاص، بينما نجد الخبر الأكثر ميولا يأتي بعده الحديث ثم التقرير الصحفي تواليا بنسبة (20%، 13.1%، 12.3%) في الإعلام العمومي.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن الخبر الصحفي له أهمية كبيرة لدى الصحفيين الرياضيين الجزائريين مقارنة مع الأنواع الصحفية الأخرى، والذي يعتبر المادة الخام لكل نوع صحفي آخر، فالأصل في كل الأنواع الصحفية مهما كان نوعها، فهي عبارة عن خبر في بدايتها، وبدون الأخبار الرياضية لا يمكن أن تكون هذه الأنواع الصحفية.

الجدول رقم (13) يبين نوع الأخبار التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها



الشكل رقم (2) يوضح: نوع الأخبار التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها

الأجوبة	التكرار	%
محلية	45	34.6%
دولية	19	14.6%
الاثنتين معا	66	50.8%
المجموع	130	100%
قيمة كا: 2.25		
د - الحرية: 02		
م - د: 0.000		

تحليل النتائج

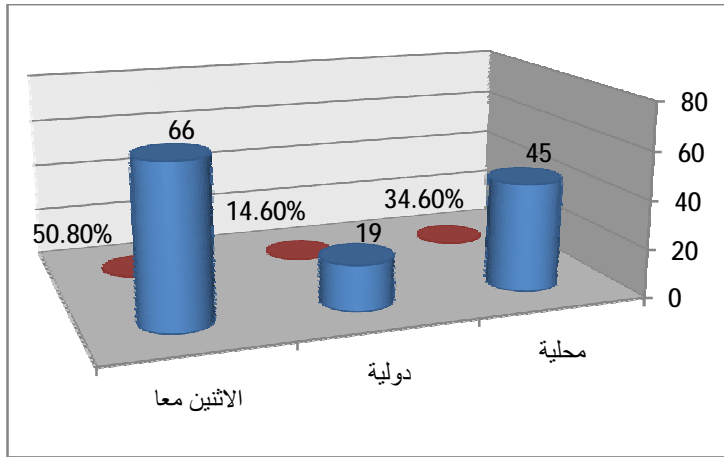
بيّنت نتائج الجدول رقم (13) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا= 25.585 عند درجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، فالنتائج أظهرت أن أغلب الصحفيين الرياضيين الجزائريين يفضلون استخدام الأخبار المحلية الدولية معا، حيث بلغت نسبتهم 50.8% من النسبة الكلية لأفراد العينة المدروسة، بينما نجد نسبة 34.6% يفضلون الأخبار المحلية، ونسبة 14.6% يفضلون استخدام الأخبار الدولية، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن الصحفيين الرياضيين الجزائريين يميلون إلى التنوع في الأخبار ما بين المحلية والأخبار الدولية ووقفا عند رغبة الجماهير من جهة، وتنوع الأحداث الرياضية من جهة أخرى وتجدر الإشارة إلى أن تعريف الأخبار الأجنبية يتحدّد بعلاقتها بالعديد من جوانبها؛ فتُعرف كأخبار محلية خارج البلاد، وكأخبار أجنبية داخل البلاد، وكأخبار أجنبية خارج البلاد، وقد يكون مصدر القصة الإخبارية أجنبياً والعناصر التي تدور حولها أجنبية، وعادة ما يكون مصطلحاً الأخبار الأجنبية والأخبار المحلية مكافئين لمصطلح الأخبار الأجنبية في مقابل الأخبار القومية، ويستند هذا المنهج إلى اعتبار الدول القومية نقطة بدء بديهية للدراسة وإلى القبول بالتحفظ بأن القصة الإخبارية الجديدة إما قصة «

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

محلية «وإما «أجنبية» بناءً على معرفة إن كانت أحداثها قُوتعت خارج الدولة التي يوجد بها وسيُتُنقل الخبر أم لا (رائتانن، 2015، ص 11-112).

وفي زمننا وفي ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته الساحة الإعلامية الرياضية، لم يعد هناك مشكلة الخبر المحلي أو الدولي، فالعالم أصبح قرية صغيرة كمال جاء في نظرية الحتمية التكنولوجية لماك لوهان، وبكسبة زر يمكنك أن تتطلع على جميع أخبار العالم الرياضية، أو في أي مجال أردت.

الجدول رقم(14)يبين نوع بنية الأخبار التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة



الأجوبة	التكرار	%
بسيطة	25	19.2%
مركبة	8	6.2%
الاثنين معا	97	74.6%
المجموع	130	100%
كا ² : 103.031		د-ح: 02
م- الدلالة: 0.000		

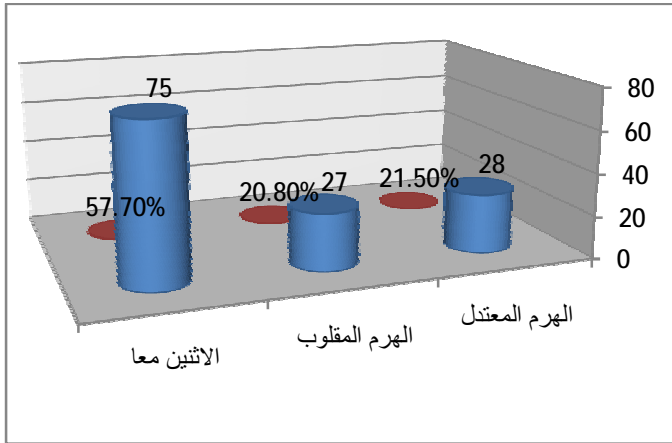
الشكل رقم(3)يوضح: نوع الأخبار التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة

تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم (14) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²= 103.031 عند درجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن أغلب الصحفيين الرياضيين الجزائريين يفضلون استخدام الأخبار البسيطة والمركبة معاً سواء في الإعلام الرياضي المكتوب، أو السمعي البصري، حيث بلغت نسبة من يميلون إلى استخدام الخبر المركب والبسيط معاً من الصحفيين الرياضيين 74.6%، من مجموع أفراد العينة، ثم تأتي في المرتبة الثانية الأخبار البسيطة بنسبة 19.2%، بينما نسبة قليلة بلغت 6.2% فقط ممن يستخدمون الأخبار المركبة.

ويمكن تفسير هذه النتائج لتشعب وكثرة الأطراف الموجودة في الخبر، فأحياناً ما يكون الخبر الرياضي يخص شخصية رياضية واحدة، وأحياناً نجد فيه عدة شخصيات، كأن يتطرق الصحفي الرياضي كاتب الخبر إلى أحد النوادي ثم، يشير إلى المدرب واللاعبين، ورئيس النادي...، ومن جهة أخرى حسب أهمية الخبر والحدث الرياضي، فمنها ما يحتاج إلى حيثيات، وبالتالي إلى خبر مركب وهكذا، ومنها ما يحتاج فقط إلى خبر بسيط.

الجدول رقم(15)يبين نوع البنية التي يميل إلى استخدامها أفراد العينة في كتاباتهم وتقييمهم للأخبار



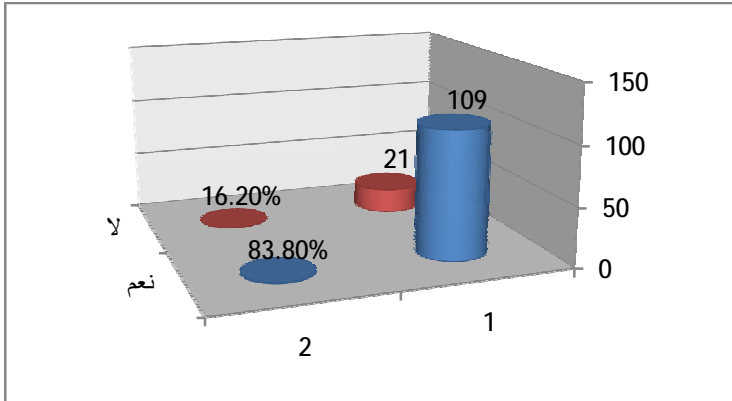
الأجوبة	التكرار	%
الاهرام المعتدل	28	%21.5
الاهرام المعكول	27	%20.8
الاثنتين معا	75	%57.7
المجموع	130	%100
كا: 34.723		د-ح: 02
م-د: 0.000		

الشكل رقم(4)يوضح: نوع البنية التي يميل إلى استخدامها أفراد العينة في كتاباتهم وتقييمهم للأخبار

تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم (15) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 34.723$ عند درجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، فالنتائج أظهرت أن أغلب الصحفيين الرياضيين الجزائريين يفضلون استخدام الأخبار بطريقة الهرم المعتدل والمقلوب معاً، نسبة 57.7%، بينما نجد تقارباً في كل نوع على حدٍ، فقد بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يميلون نحو استخدام بنية الهرم المعتدل في الخبر الرياضي 21.5%، من مجموع أفراد العينة، في حين الصحفيون الذين يميلون نحو استخدام الهرم المقلوب بلغت نسبتهم 20.8%. وقد نفسر هذه النتائج أن هناك تنوع في بنية الأخبار الرياضية، وهذا راجع لنوع الجمهور، وكذا أهمية الخبر بالنسبة لكل مؤسسة إعلامية، رغم أن الأنواع الإخبارية تبنى على الهرم المقلوب في الغالب، على شكل قصة إخبارية، من المهم إلى الأكثر أهمية.

الجدول رقم(16)يبين ما إذا كانت المصدقية والموضوعية سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي



الاجوبة	التكرار	%
نعم	109	83.8%
لا	21	16.2%
المجموع	130	100%
كا ² : 59.569 د-ح: 01		
م-د: 0.000		

الشكل رقم(5)يوضح: ما إذا كانت المصدقية والموضوعية سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي

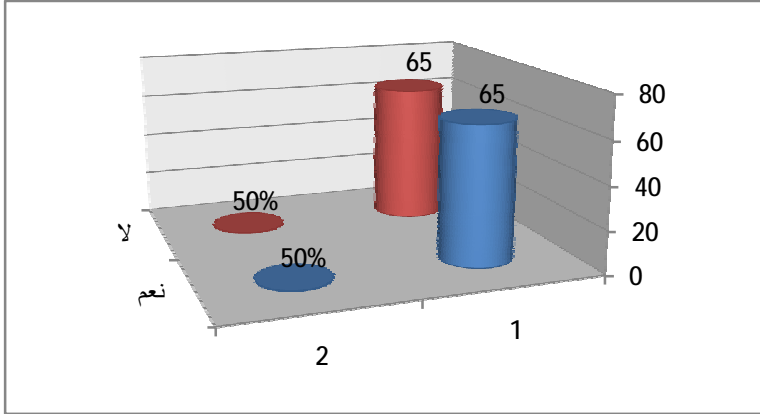
تحليل النتائج

الخبر الصحيح هو الذي يصنع مصداقية الوسيلة الإعلامية بين جمهورها؛ فالمتلقي يتعامل مع وسيلته لمعرفة ما وقع بالفعل من أحداث ووقائع، فإذا انتقلت هذه الإمكانية لم يعد هناك مبرر للتعامل مع الوسيلة أصلاً؛ فالخبر الصحيح(الصادق) هو مبرر وجود أي وسيلة إعلام جادة تدرك حقيقة دورها الاجتماعي وتعي خطورة مسؤوليتها إزاء جماهيرها(العياري، 2006، ص16)

بيّنت نتائج الجدول رقم (16) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²= 59.569 عند درجة حرية 01، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، فالنتائج أظهرت أن غالبية الصحفيين الرياضيين الجزائريين يميلون نحو استخدام الخبر الصحفي بسبب موضوعيته، فقد بلغت نسبتهم 83.8%، بينما نجد نسبة 16.2% يرون عكس ذلك.

تفسير هذه النتائج قد تعود لصفات الخبر الراسخة التي تلقى قبولا لدى الجماهير، ومحاولة الصحفيين التحلي بهاتين الصفتين.

الجدول رقم(17)يبين ما إذا كان سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي راجع لقلّة تكلفته من ناحية الوقت والمال



الأجوبة	التكرار	%
نعم	65	50.0%
لا	65	50.0%
المجموع	130	100%
كا ² =0.000 د-الحرية: 01		
م-د = 1.000		

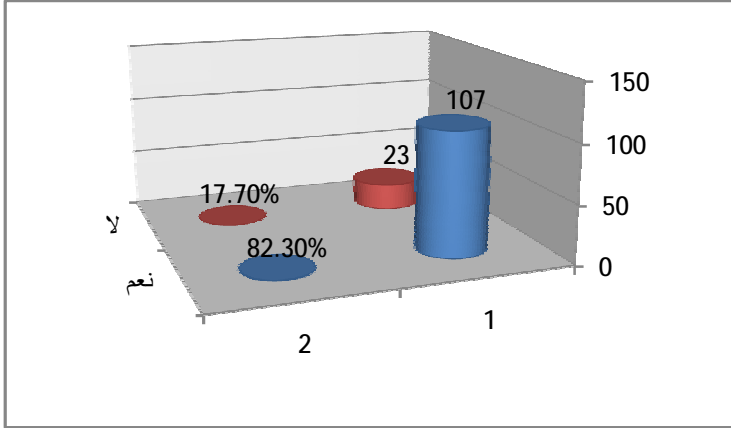
الشكل رقم(6)يوضح: ما إذا كان سبب ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي راجع لقلّة تكلفته من ناحية الوقت والمال

تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم (17) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=0.000 عند درجة حرية 1، ومستوى دلالة 1.000، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية، وهذا ما أثبتته النتائج، حيث نجد نسبة 50% من الصحفيين الرياضيين الجزائريين يميلون نحو استخدام الخبر الصحفي نظرا لقلّة تكلفته من ناحية الوقت والمال، ونفس النسبة يختلفون معهم في الرأي. وهذا يعود لاختلاف الآراء بينهم، وتنوع مستوى كل صحفي رياضي، وطبيعة ونوع كل مؤسسة إعلامية يعمل فيها؛ فهناك من الصحفيين الرياضيين من لا يخرج من بيته، أو من مكتبه في المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها، وإنما يتخذ الإنترنت أو أحد المصادر الأخرى على غرار مؤسسات الإعلام، أو حتى بعض زملائهم من المؤسسات الإعلامية الأخرى، عن طريق الهاتف مصدرا له لتحرير أخباره الرياضية التي ينشرها، وهذا لا يكلفه لا الوقت ولا المال، بينما هناك صحفيون آخرون ينزلون للميدان لتغطية الأحداث والتظاهرات الرياضية والحصول على الأخبار من مكان الحدث.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(18)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة



الشكل رقم(7)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة

الأجوبة	التكرار	%
نعم	107	82.3%
لا	23	17.7%
المجموع	130	100%
كا ² =54.277 د الحرية=01		
م-د=0.000		

تحليل النتائج

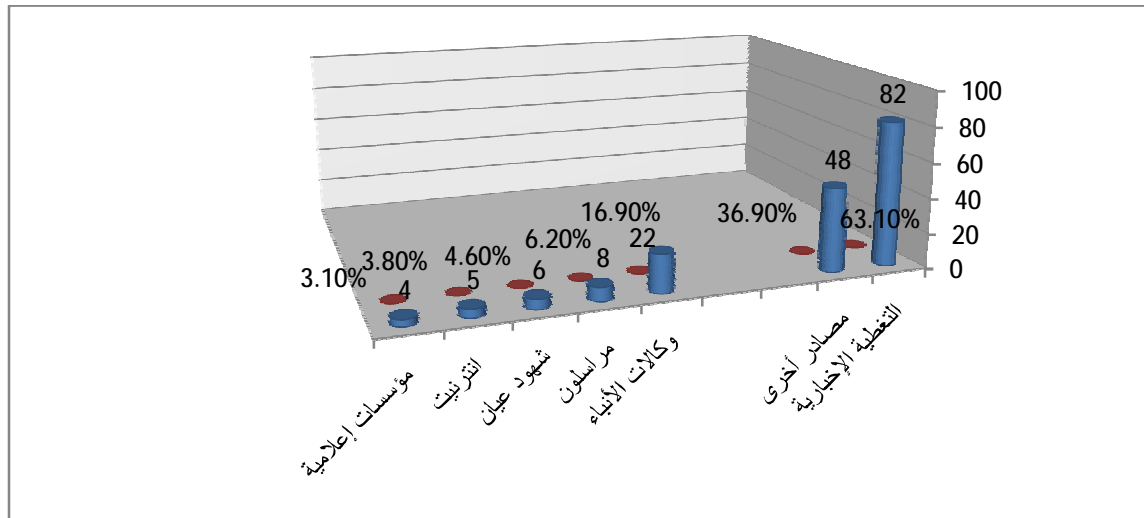
تبين نتائج الجدول رقم (18) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=54.277 عند درجة حرية1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية.

فالنتائج أظهرت أن غالبية الصحفيين الرياضيين الجزائريين يميلون نحو استخدام الخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة، حيث بلغت نسبتهم 82.3%، والبقية من أفراد العينة لا يتماشون مع هذا الطرح، حيث بلغت بنسبتهم 17.7% . وقد نفسر هذه النتائج لكثرة الأخبار بالنسبة للجماهير وتوفرها نظرا لوجود الكثير من البدائل للجمهور الرياضي من المؤسسات الإعلامية، بجميع أنواعها، وزيادة التطور التكنولوجي الذي يوصل هذه الأخبار بسرعة كبيرة للجماهير ويوفرها في كل وقت.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم (19) يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو التغطية الإخبارية كمصدر للأخبار أم نحو مصادر أخرى ونوع المؤسسة الإعلامية

المتغيرات البدائل		صحافة		إذاعة		تلفزيون		المجموع
		ك	%	ك	%	ك	%	%
التغطية الإخبارية		21	16.2%	25	19.2%	36	27.7%	82 63.1%
مصادر أخرى		24	18.5%	09	6.9%	15	11.5%	48 36.9%
الإجمالي		45	34.6%	34	26.2%	51	39.2%	130 100%
إذا كنت تميل نحو استخدام مصادر أخرى، فما هي هذه المصادر								
وكالات الأنباء		22	16.9%					
مراسلون		8	6.2%					
شهود عيان		6	4.6%					
انترنت		5	3.8%					
مؤسسات إعلامية		4	3.1%					
المجموع		45	34.6%					
كا ² = 8.034 د- الحرية = 2								
مستوى الدلالة = 0.018								



الشكل رقم (8) يوضح: العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو التغطية الإخبارية كمصدر للأخبار أم نحو مصادر أخرى ونوع المؤسسة الإعلامية

تحليل النتائج

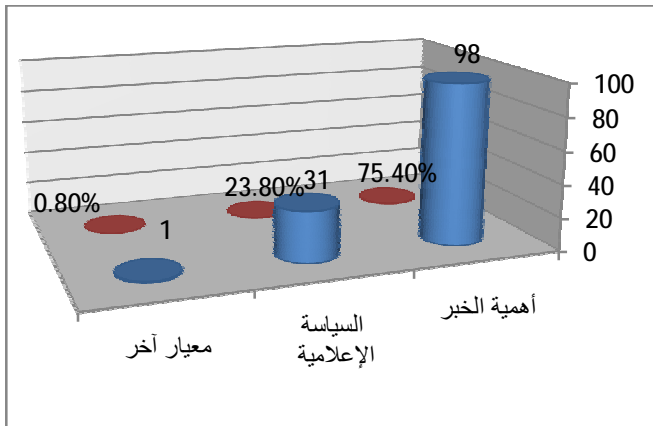
من خلال بيانات الجدول رقم (19) يتضح أنه هناك علاقة بين النوع الصحفي الإخباري الذي يميل لاستخدامه الصحفيون الرياضيون أكثر وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

تؤكد قيمة χ^2 ، التي بلغت قيمتها = 8.034، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.018، وهذا ما أسفرت عنه النتائج، حيث وجدنا أن الخبر الصحفي هو الأكثر ميولا في المؤسسات الإعلامية الخاصة من طرف الصحفيين الرياضيين، حيث بلغت نسبتهم 36.9%، من المجموع الكلي لأفراد العينة، ثم يأتي بعده التقرير الصحفي، وأخيرا الحديث الصحفي، بنسبة 13.1% و 4.6% تواليا، حيث نجد بعض الصحفيين الرياضيين يستخدمون الحديث الصحفي لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى على غرار التقرير الصحفي؛ بينما بقية مفردات العينة من الصحفيين الرياضيين كما هو موضح في الجدول السابق والذين بلغت نسبتهم 36.9% يفضلون مصادر أخرى، والمتمثلة في وكالات الأنباء (16.9%) مراسلين (6.2%)، شهود عيان (4.6%)، انترنيت (3.8%)، مؤسسات إعلامية (3.1%) تواليا.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى تنوع مصادر الخبر بالنسبة لكل صحفي رياضي، ووجود بدائل في اختيار مصادر الخبر، يرجع هذا للمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها الصحفي الرياضي، فقد تملك عدة مراسلين، وقد تتعاقد مع عدة مؤسسات أخرى كوكالات الأنباء مثلا، ناهيك عن العلاقات العامة والخاصة لمالكي المؤسسات الإعلامية مع مصادر الخبر الصحفي

الجدول رقم (20) يبين معايير ترتيب أفراد العينة للأخبار الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري



الشكل رقم (9) يوضح: معايير ترتيب أفراد العينة للأخبار الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري

الأجوبة	التكرار	%
أهمية الخبر	98	75.4%
السياسة الإعلامية	31	23.8%
معيار آخر	01	0.8%
المجموع	130	100
		$\chi^2 = 113.831$
		د الحرية = 02
		م- د = 0.000

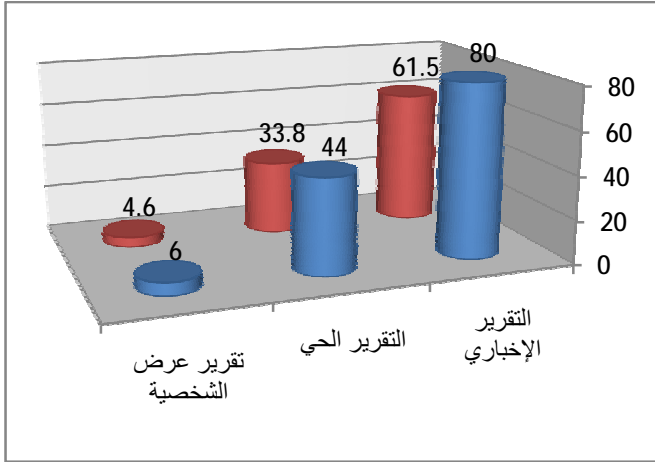
تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم (20) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 113.831$ عند درجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.005، وبالتالي فهي دالة إحصائية، حيث تظهر النتائج أن 75.4% من الصحفيين الرياضيين الجزائريين يرتبون الأخبار حسب أهميتها، بينما 23.8% منهم يرتبون الأخبار حسب السياسة الإعلامية للمؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، ونجد 0.8% فقط من أفراد العينة يعتمدون على معايير أخرى لترتيب الأخبار.

وهذه النتائج قد ترجع لاختلاف السياسة الإعلامية لكل مؤسسة إعلامية، فنجد لكل منها أجندتها الخاصة في ترتيب الأخبار الرياضية حسب ما تراه هي مهم وملئم لأهدافها، وبالتالي على الصحفي الالتزام بهذه السياسة.

6-1-1-1-2- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو التقرير الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(21)يبين نوع التقارير الصحفية التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها



الشكل رقم(10)يوضح: نوع التقارير الصحفية التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها

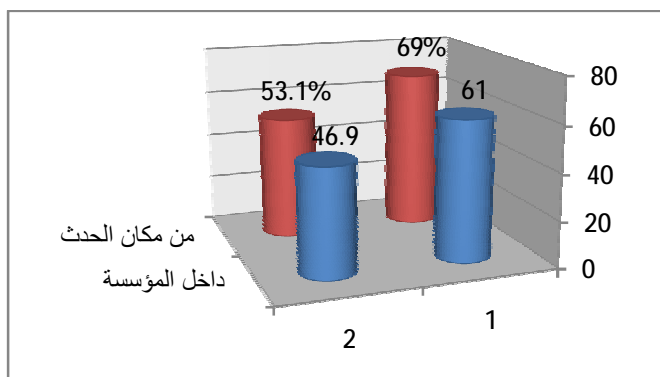
الأجوبة	التكرار	%
التقرير الإخباري	80	61.5%
التقرير الحي	44	33.8%
تقرير عرض الشخصية	6	4.6%
المجموع	130	100%
كا ² =2*63.200		
د الحرية=02		
م-د=0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (21) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=2*63.200 عند درجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، حيث تظهر النتائج أن 61% من الصحفيين الرياضيين الجزائريين يفضلون استخدام التقارير الرياضية الإخبارية، من أجل تغطية الأحداث الرياضية على غرار المؤتمرات والندوات الصحفية التي غالبا ما يعقدها المدربون وبعض اللاعبين بعد نهاية كل مباراة، للحدّث عن مجرياتها، وأسباب الفوز أو الخسارة...، بينما بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يميلون نحو استخدام التقرير الرياضي الحي 33.8%، وهذا النوع من التقارير الصحفية يستخدمونه لسرد ووصف الأحداث الرياضية بآنية من مكان الحدث، أما البقية من أفراد العينة، والذين بلغت نسبتهم 4.6% يميلون نحو استخدام تقرير عرض الشخصية، والذي يهتم بالتكريمات الخاصة بالشخصيات الرياضية.

وقد نفسر هذه النتائج إلى أن الصحفيين الرياضيين الجزائريين يعتمدون على الأخبار من وكالات الأنباء وبعض المصادر الأخرى أكثر من القيام بالتغطيات الصحفية، وكذا الاعتماد على أنواع صحفية أخرى كالبورترية بدلا من تقرير عرض الشخصية، ومن جهة أخرى الهدف من الرسالة وحجم المادة الإعلامية، والحدث الرياضي...، كلها عوامل تفرض على الصحفي الرياضي استخدام نوع معين من التقارير الصحفية الرياضية.

الجدول رقم (22) يبين مكان تفضيل إنجاز التقارير بالنسبة لأفراد العينة



الأجوبة	التكرار	%
داخل المؤسسة	61	46.9%
من مكان الحدث	69	53.1%
المجموع	130	100%
كا ² =0.492		د الحرية=01
م الدلالة=0		

الشكل رقم(11) يوضح: مكان تفضيل إنجاز التقارير بالنسبة

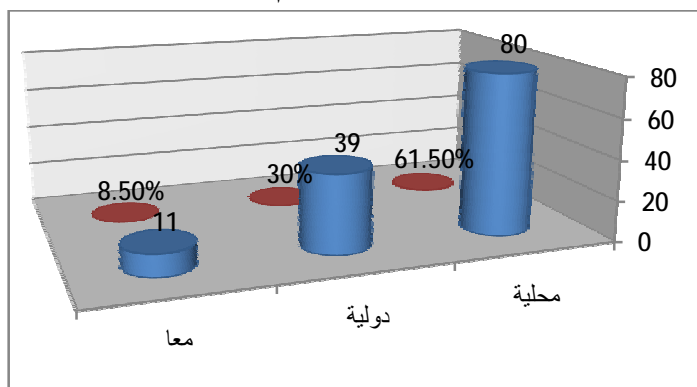
لأفراد العينة

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(22) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2=0.492$ عند درجة حرية 1، ومستوى دلالة 0.483، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية، حيث تظهر النتائج أن هناك تقارب في تفضيل مكان إنجاز التقارير بالنسبة للصحفيين بين من يفضل إنجازها من مكان الحدث، وبين من إنجازها داخل المؤسسة، وهذا بنسبة (53.1%، و 46.9% تواليًا).

وقد نفسر هذا التفضيل إلى تنوع إنجاز التقارير بتنوع الأحداث الرياضية وأهميتها، فهناك أحداث تفرض على الصحفي النزول إلى الميدان عكس بعض الأحداث التي قد يكفي الصحفي بإنجازها داخل المؤسسة الإعلامية، ومن جهة أخرى هناك بعض المؤسسات الإعلامية التي تعتمد على الأخبار الإلكترونية وتعيد صاغتها على شكل تقارير إعلامية، خاصة إذا كانت أخبار رياضية عالمية

الجدول رقم(23) يبين نوع الأحداث التي يميل أفراد العينة نحوها عند استخدامهم للتقارير الصحفية



الأجوبة	التكرار	%
محلية	80	61.5%
دولية	39	30%
معا	11	8.5%
المجموع	130	100%
كا ² =55.585		د الحرية=02
م الدلالة=0.000		

الشكل رقم(12) يوضح: نوع الأحداث التي يميل أفراد العينة نحوها عند

استخدامهم للتقارير الصحفية

تحليل النتائج

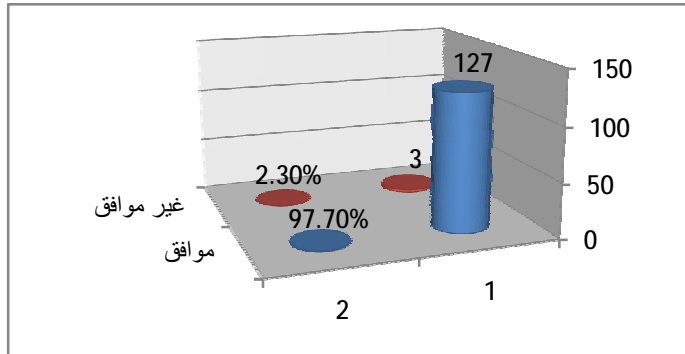
بينت نتائج الجدول رقم (23) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2=55.585$ عند درجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

إحصائياً، حيث تظهر النتائج أن 61.5% من الصحفيين يميلون إلى الأحداث المحلية عند إنجازهم للتقارير الصحفية، بينما 30% من أفراد العينة يميلون إلى الأحداث الدولية، في حين تأتي نسبة 8.5% ممن يميلون نحو الأحداث المحلية والدولية معا عند إنجازهم للتقارير الصحفية، وهذا راجع لتنوع التقارير الصحفية؛ فمنها ما تكون ذات طابع دولي تهتم بالأخبار الدولية العالمية، ومنها ما هو محلي تهتم بالأخبار والأحداث المحلية، بالإضافة إلى طلبات الجماهير التي تكون متنوعة، خاصة في ظل التطور التكنولوجي والذي يتيح لها البدائل من حيث الوسائل الإعلامية، فكبسة زر على آلة التحكم عن بعد يمكن تغيير القناة والتنقل إلى أخرى، حيث يجد رغباته وحاجاته الإعلامية، وهنا يمكن الإشارة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي نصت على الانتقال من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام.

وفي نفس السياق نجد في إحدى فرضيات نظرية البقية " أنه كلما وفرت وسائل الإعلام الاتصال خدمات معلوماتية مهمة كنشر الأخبار والترفيه، كلما كان الجمهور تابعا لها" (المشاقبة، 2015، ص172)، ناهيك عن القسم الذي يعمل فيه الصحفي، فقد نجد بعض الصحفيين يعملون في قسم الأخبار الدولية أو العكس.

الجدول رقم(24)يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق



الشكل رقم(13)يوضح: ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق

الأجوبة	التكرار	%
موافق	127	97.7%
غير موافق	03	02.3%
المجموع	130	100%
كا ² =118.277		دالحرية=01
م الدلالة=0.000		

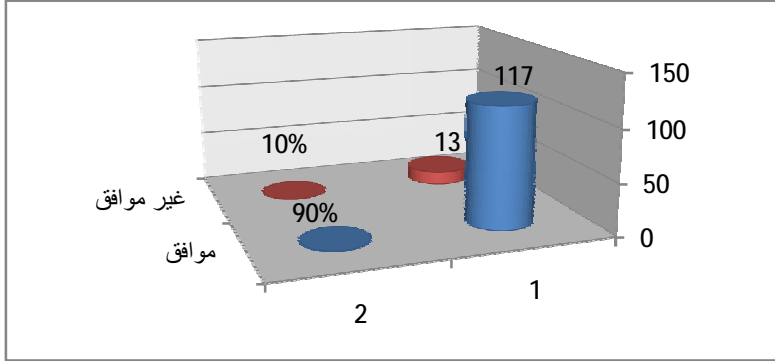
تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم (24) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=118.277 عند درجة حرية 1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً، حيث تظهر النتائج أن غالبية الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة يستخدمون التقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق، حيث بلغت نسبتهم 97.7%، بينما نجد 2.3% فقط من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يتوافقون مع هذا الطرح.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن التقرير لصحفي من بين خصائصه الغوص في تفاصيل الأحداث ووضع الجمهور في الحدث من أجل معاشته ومعرفة كل ما يجري بالتفاصيل، ومن جهة أخرى قد تختلف الأهداف من صحفي رياضي لآخر عند استخدامهم للتقرير الصحفي، فقد يستخدمه البعض لأسباب وأهداف أخرى غير المذكورة آنفاً.

الجدول رقم(25)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي راجع إلى كثرة الأحداث الرياضية.



الشكل رقم(14)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي راجع إلى كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل أكثر

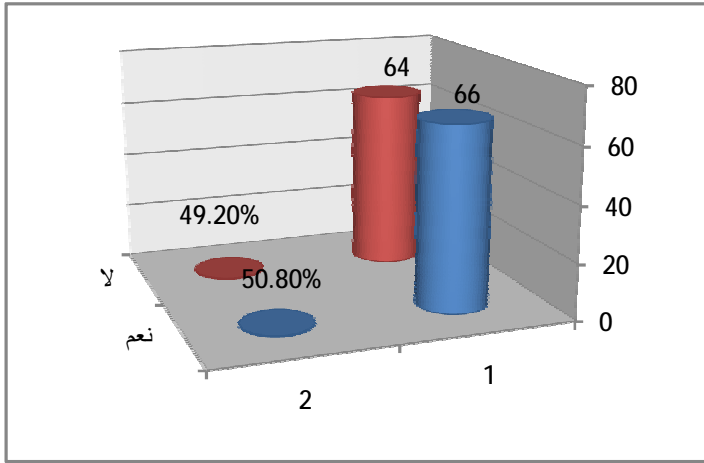
الأجوبة	التكرار	%
موافق	117	90%
غير موافق	13	10%
المجموع	130	100%
كا ² =83.200 د الحرية=01		
م الدلالة=0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (25) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=83.200 عند درجة حرية1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، حيث تظهر النتائج أن غالبية الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل أكثر عنها، حيث بلغت نسبتهم ب 90%، من المجموع الكلي لأفراد العينة، بينما بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين لا يوافقون هذا الطرح 10% فقد تكون لهم أهدافا أخرى غير المذكورة.

وقد نفسر هذه النتائج بأن الأحداث الرياضية في زمننا توجد بكثرة نظرا لأهمية الرياضة في العالم كله، لما لها من أهمية سواء على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، أو حتى السياسي، فنحن الآن نعيش زخما هائلا من المؤسسات الإعلامية وكثرتها، خاصة في ظل تواجد الإنترنت، وبالتالي فهذه الأحداث تحتاج لتفاصيل أكثر لتقريبها من الجمهور الرياضي.

الجدول رقم(26)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعة التحرير على هذا النوع الصحفي



الاجوبة	النكرار	%
نعم	66	50.8%
لا	64	49.2%
المجموع	130	100%
كا ² =0.0131		دالحرية=01
م الدلالة=0.861		

الشكل رقم(15)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعة التحرير على هذا النوع الصحفي

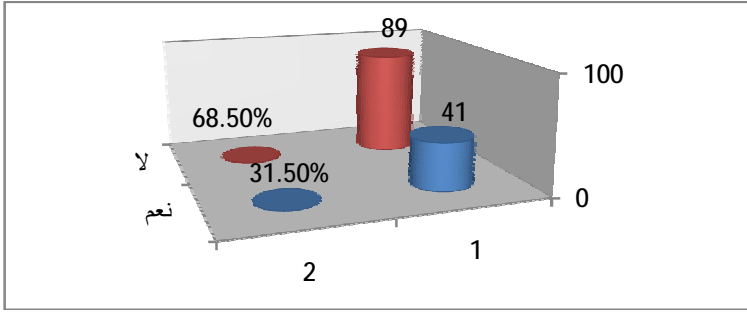
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (26) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=0.031 عند درجة حرية 1، ومستوى دلالة 0.861، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً؛ فكما بينته نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 50.8% من الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعات تحرير المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها على هذا النوع الصحفي، بينما نجد نسبة تقاربها من الصحفيين الرياضيين الذين لا يوافقون هذا الرأي، حيث بلغت 49.2%، من المجموع الكلي لأفراد العينة.

وهذا الاختلاف الواضح يمكن أن نرجعه إلى شخصية كل صحفي، بالإضافة إلى الخط الإعلامي لكل مؤسسة، وحتى نوع وطبيعة كل مؤسسة إعلامية، فهناك من المؤسسات الإعلامية من لا يكون التقرير الصحفي من أولوياتها، أي أن أجندها الإعلامية في توصيل الرسائل الإعلامية للجمهور تعتمد على أنواع صحفية أخرى غير التقرير، كالخبر أو الحديث، أو التعليق...

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(27)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب سهولته



الشكل رقم(16)يوضح: يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب سهولته

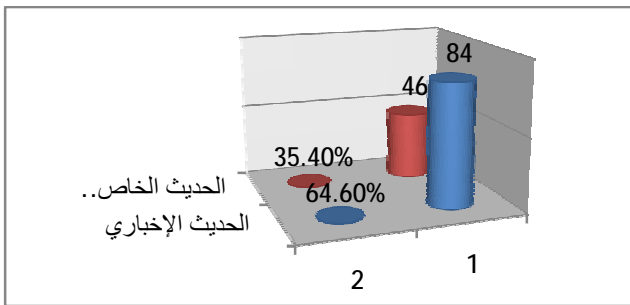
الأجوبة	التكرار	%
نعم	41	31.5%
لا	89	68.5%
المجموع	130	100%
كا ² =17.723 د الحرية=01		
م الدلالة=0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (27) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=17.723 عند درجة حرية1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، حيث بينت النتائج أن 68.5% من الصحفيين الرياضيين الجزائريين لا يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب سهولته، وهنا قد يوجد من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة من لا يقر بسهولة التقرير الصحفي هي سبب ميوله نحو استخدامه، أما الذين وافقوا هذا الرأي فقد بلغت نسبتهم 31.5% . ويمكن تفسير هذا الاختلاف أن الصحفيين الذين يستخدمون التقرير نظرا لسهولته، أرجعوا هذه السهولة في التحرير، سهولة النشر، سهولة الوصول إلى المعلومة، عكس الرأي الآخر الذين يرون أن التقرير الصحفي يحتاج إلى النزول إلى الميدان مكان الحدث، وما يتلقاه الصحفي من صعوبة في التغطية.

6-1-1-3- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الحديث(المقابلة) الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(28)يبين أنواع الأحاديث الصحفية التي يميل أفراد العينة إلى استخدامها



الشكل رقم(17)يوضح: أنواع الأحاديث الصحفي التي يميل أفراد العينة إلى استخدامها

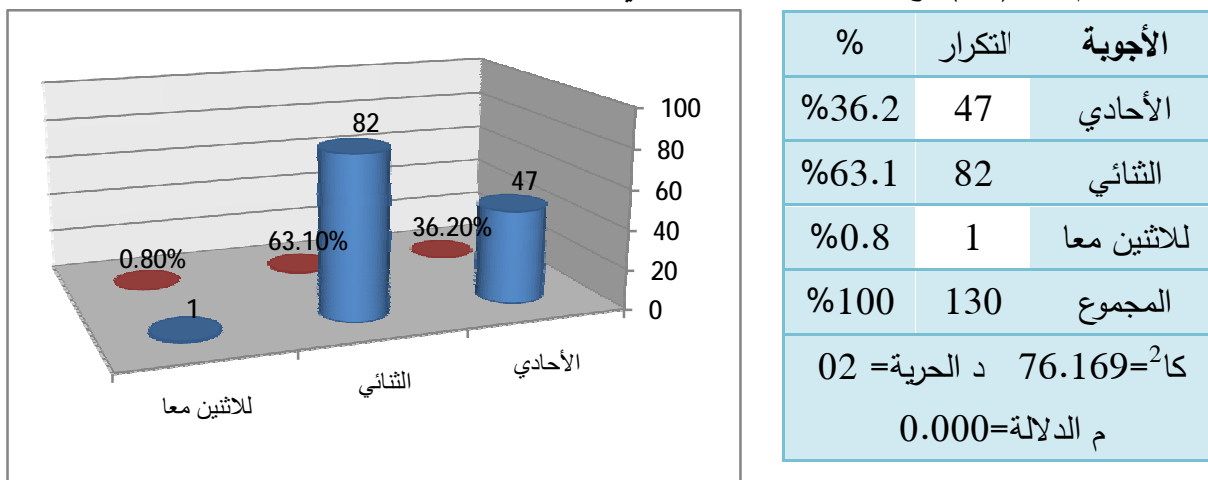
الأجوبة	التكرار	%
الحديث الإخباري	84	64.6%
الحديث الخاص بالرأي	46	35.4%
المجموع	130	100%
كا ² =11.108 د-ح=01 م-د=0.001		

تحليل النتائج

حسب نتائج الجدول رقم(28)تبيّن أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة كا²=11.108، عند درجة الحرية1، ومستوى دلالة 0.001، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي دالة

إحصائياً، وهذا ما تظهره النتائج أعلاه، حيث أن 64.6%، من مجموع الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي الإخباري، الذي يكون الهدف منه الإخبار بما يجري في الساحة الرياضية من أحداث آنية، في حين البقية من أفراد عينة الدراسة من الصحفيين الرياضيين يميلون نحو استخدام أحاديث الرأي والذي يكون الهدف منه معرفة آراء الشخصيات التي يقوم بمقابلتها الصحفي الرياضي حول قضية أو حدث رياضي معين، حيث بلغت نسبتهم 35.4%، من مجموع أفراد عينة الدراسة، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن الأحاديث الصحفية بصفة عامة في الإعلام الرياضي تكون إخبارية أكثر منها أحاديث رأي.

الجدول رقم يبين(29)نوع الأحاديث الصحفية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة



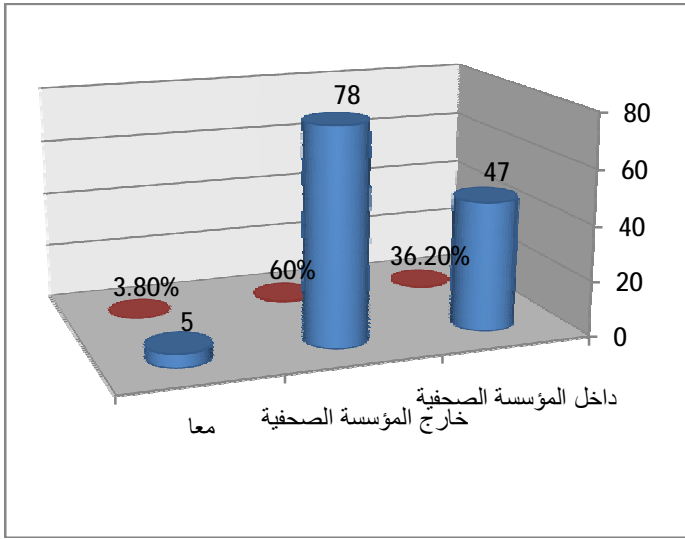
الشكل رقم(18)يوضح: نوع الأحاديث الصحفية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة

تحليل النتائج

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم(29)تبيّن أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة كا²=76.169، عند درجة الحرية2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، وهذا ما بينت عنه النتائج أعلاه، حيث أن نسبة 63.1%، من مجموع الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي الأحادي، أي مع شخصية واحدة فقط، ونسبة 36.2% من مجموع أفراد العينة يميلون إلى استخدام الأحاديث الثنائية، أي مع أكثر من شخصية، في حين البقية من أفراد عينة الدراسة يميلون إلى استخدام النوعين معاً، والذين بلغت نسبتهم 0.8%.

وفي رأبي أن هذه النتائج تعود أسبابها إلى نوع المؤسسة الإعلامية، فعادة نجد البرامج الرياضية الإذاعية والتلفزيونية تعتمد على الأحاديث الثنائية فأكثر، أو ما يسمى بالطاولة المستديرة، والتي يكون في الصحفي الرياضي مع العديد من الضيوف لمناقشة وتحليل الأحداث الرياضية الراهنة، بينما الإعلام الرياضي المكتوب عادة ما يعتمد على الأحاديث الصحفية الأحادية، وقد يكون السبب أيضاً راجع إلى الصحفي الرياضي فهناك من الصحفيين من لا يمكنه إدارة الحوار والتحكم فيه، فيفضل الحديث الأحادي.

الجدول رقم(30)يبين مكان تفضيل أفراد العينة لإجراء الأحاديث الصحفية



الأجوبة	التكرار	%
داخل المؤسسة الإعلامية	47	36.2%
خارج المؤسسة الإعلامية	78	60%
معاً	05	3.8%
المجموع	130	100%
كا ² = 61.954		د الحرية = 02
م الدلالة = 0.000		

الشكل رقم(19) يوضح: مكان تفضيل أفراد العينة لإجراء الأحاديث الصحفية

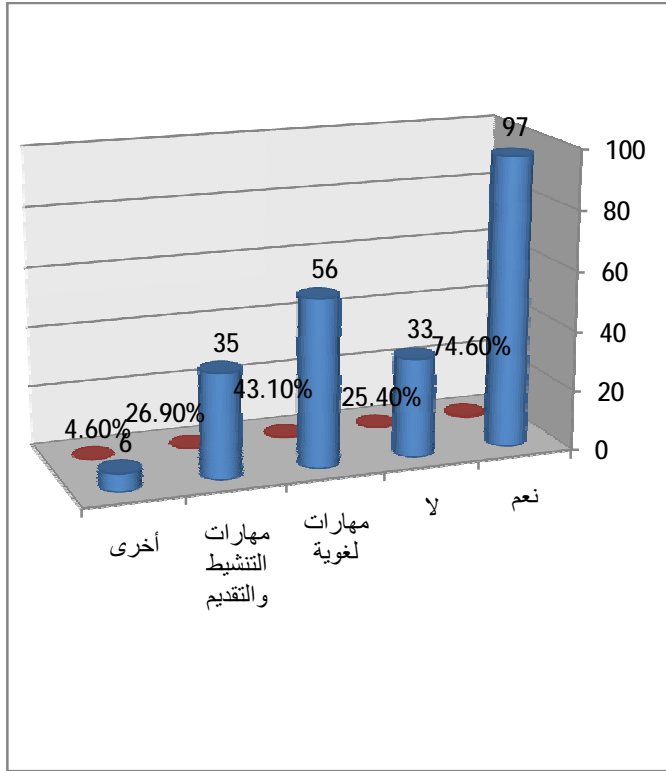
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(30) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 61.954، عند درجة الحرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، وهذا ما ترجمته النتائج، إذ وجدنا أن أغلب الصحفيين الرياضيين يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي خارج المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، حيث بلغت نسبتهم 60% من مجموع أفراد العينة، بينما الصحفيين الذين يفضلون الحديث داخل المؤسسة الإعلامية بلغت نسبتهم 36.2%، وأخيراً الصحفيين الرياضيين الذين يفضلون الحديث خارج وداخل المؤسسة الإعلامية معا بلغت نسبتهم 3.5%.

وقد يعود هذا إلى الشخصية محل الحديث الصحفي، حيث نجد بعض الشخصيات تفرض على الصحفي الانتقال إلى مكان إقامتها، ومن جهة أخرى نجد العكس، حيث أن هناك من الشخصيات من يفضل الحضور إلى مقر المؤسسة الإعلامية، خاصة إذا كان الأمر متعلق ببرامج رياضية تلفزيونية أو إذاعية، وقد يستخدم الصحفي الرياضي أحيانا المكالمات الهاتفية، حينما يتعذر عليه الذهاب أو الوصول إلى الشخصية المراد مقابلتها، وأحيانا بعض الشخصيات لا تحب الظهور في وسائل الإعلام خاصة التلفزيونية منها.

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم: (31) يبين ما إذا كان امتلاك أفراد العينة مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولهم نحو استخدام الحديث الصحفي



الشكل رقم (20) يوضح: ما إذا كان امتلاك أفراد العينة مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولهم نحو استخدام الحديث الصحفي

الأجوبة	التكرار	%
نعم	97	74.6%
لا	33	25.4%
المجموع	130	100%
كا ² =31.805 د الحرية=01 م الدلالة=0.000		
إذا كان الجواب ب نعم، فيما تتمثل هذه المهارات		
مهارات لغوية	56	43.1%
مهارات التنشيط والتقديم	35	26.9%
أخرى	6	4.6%
المجموع	97	74.6%
كا ² =38.990 د الحرية=02 م الدلالة=0.000		

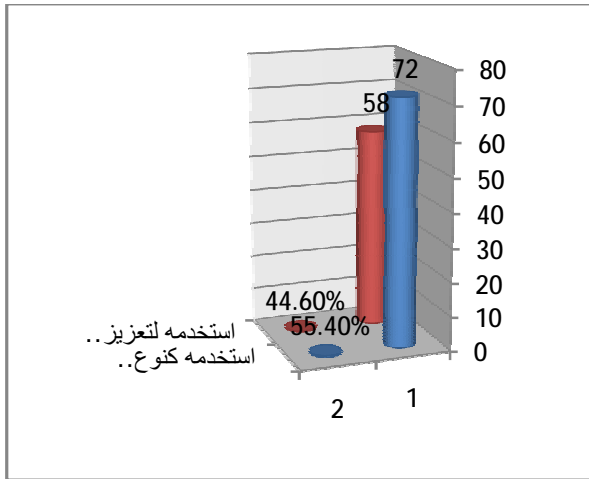
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (31) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=31.508، عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، وهذا ما كشفت عنه نتائج الجدول أعلاه، حيث أن أغلبية الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يملكون مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص، وهذا سبب ميولهم نحو استخدام الحديث الصحفي، حيث بلغت نسبتهم 74.6% من مجموع أفراد العينة، وتتصدر هذه المهارات كما هو موضح في الجدول: اللغة، بنسبة 43.1% من مجموع الصحفيين الرياضيين محل الدراسة الذي أجابو ب نعم؛ فاللغة تعتبر شرطاً أساسياً في المجال الإعلامي، وخاصة في التنشيط، فبدون إتقان الصحفي الرياضي لغة معينة والتحكم في قواعدها، لا يمكن له توصيل رسالته الإعلامية بوضوح إلى الجمهور المنتبغ له، ثم تأتي ثانياً مهارتا التنشيط والتقديم، وهما صفتان واجب توفرهما في الصحفيين الرياضيين خاصة العاملين بالإذاعة والتلفزيون، حيث بلغت نسبة من يملك هاتان الصفتان 26.9% من الصحفيين الرياضيين الذين أجابوا ب نعم، وعند اختبار كا²، اتضح لنا أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمتها: 38.990، عند درجة حرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، لصالح المهارات اللغوية، أما الصحفيين

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الرياضيين الذين لا يرون أن امتلاكهم لمهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولهم نحو استخدام الحديث الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري فقد بلغت نسبتهم 25.4% من المجموع الكلي لأفراد عينة الدراسة، وهذا يعود لتباين الآراء بين الصحفيين الرياضيين واختلاف الرؤى بينهم، فقد يوجد من الصحفيين الرياضيين من لا يملك هذه الصفات، أو أنه يملكها وليست هي سبب ميوله نحو استخدام الحديث الصحفي.

الجدول رقم(32)يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل أم لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى



الأجوبة	التكرار	%
استخدمه كنوع صحفي مستقل	72	55.4%
استخدمه لتعزيز أنواع صحفية أخرى	58	44.6%
المجموع	130	100%
كا ² =1.508 د الحرية= 01		
م الدلالة= 0.219		

الشكل رقم(21)يوضح: ما إذا كان أفراد العينة يميلون

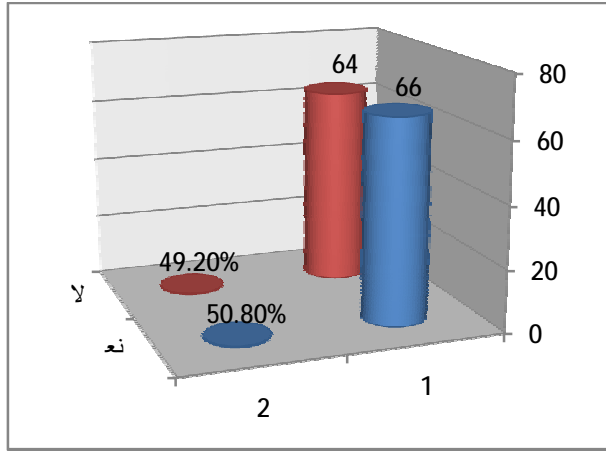
نحو استخدام الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل أم لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(32) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة كا²=1.508، عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.219، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً، وهذا ما بينته النتائج، حيث أن هناك تقارب في الآراء بين أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل 55.4%، بينما البقية من أفراد عينة الدراسة الذين يميلون نحو استخدامه لتعزيز أنواع صحفية فقد بلغت نسبتهم 44.6%.

وهذا الاختلاف بين الصحفيين الرياضيين محل الدراسة قد يعود لاختلاف الهدف من استخدام الأحاديث الصحفية، ويمكننا القول أن الحديث نوع صحفي متقل بذاته، لكن غالباً ما يكون معزراً لجل الأنواع الصحفية الأخرى، حتى الأخبار، فالصحفي الرياضي الذي يغطي الأحداث الرياضية من مكان الحدث يقوم بمجموعة من الأحاديث الصحفية التي إما أن تكون مستقلة بذاتها كنوع صحفي يبيث أو ينشر، أو يكون ضمن التقارير أو التحقيقات أو الروبورتاجات والبورتريهات الصحفية، حسب الهدف المسطر من إجراءاته.

الجدول رقم (33) يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث



الاجابة	التكرار	%
نعم	66	50.8%
لا	64	49.2%
المجموع	130	100%
كا ² =0.031		د الحرية=01
م الدلالة=0.861		

الشكل رقم (22) يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو

استخدام الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث

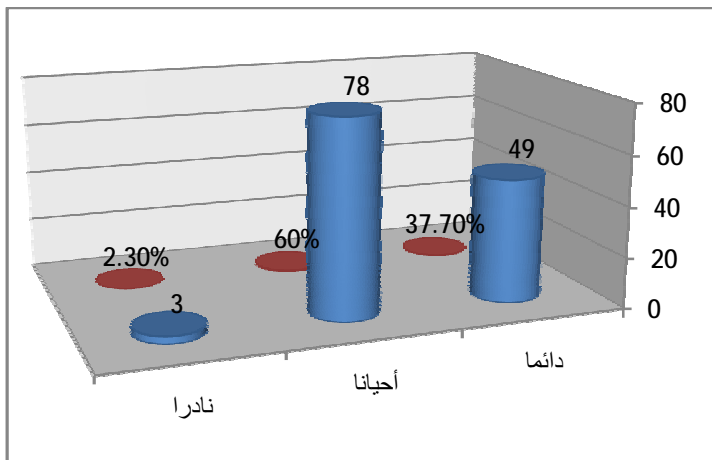
تحليل النتائج

يرجع تميز العلاقات العامة إلى مفهومها ذاته، وكلمة العلاقات تعني عقد صداقات، والإنسان العادي يرغب في أن يكون له أصدقاء، ويود المحافظة على العلاقات الطيبة مع محيطه ومع زملائه في العمل أو رؤسائه؛ فهدف العلاقات العامة، إذن هو إقامة هذه الاتصالات وإحكام روابط التواصل (شومالي، وهويسمان، 1994، ص ص 20-21)؛ فنتائج الجدول رقم (33) بينت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة كا²=0.031، عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.861، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً، وهذا ما أشارت إليه النتائج أعلاه، حيث وجدنا تقارب في الآراء بين الصحفيين الرياضيين أفراد العينة من يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث، وبين من يرى غير هذا، بنسب متقاربة جداً، حيث بلغت نسبة من أجابوا بنعم 50.8%، والذين أجابوا بلا 49.2%

ويعود هذا حسب رأيي أن البعض من الصحفيين الرياضيين لا يودون البوح بهذا السبب، وقد لا يكون هدفهم من الحديث الصحفي تكوين علاقات عامة مع الشخصيات الرياضية، وإنما لأهداف أخرى، على عكس الصحفيين الرياضيين الذين أيدوا الطرح؛ فهم يرون أن العلاقات العامة ضرورية في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، فقد أصبح حتماً لازماً للصحفي تكوين علاقات عامة مع المسؤولين الرياضيين كونهم يشكلون أحد أهم المصادر الإخبارية التي يستقي منها معلوماته، ويتحصل من خلالها على السبق الصحفي الذي يعزز من متابعيه ومصداقيته؛ فالحديث الصحفي يعتبر من أهم الأنواع الصحفية التي تتيح للصحفي الرياضي تكوين علاقات عامة وخاصة مع الشخصيات الرياضية، ولذا نجد أحياناً بعض التصريحات من المسؤولين في الرياضية لا تكون إلا لبعض الصحفيين أو القنوات، حصرياً.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(34)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء ومواقف الشخصيات



الأجوبة	التكرار	%
دائما	49	37.7%
أحيانا	78	60%
نادرا	3	2.3%
المجموع	130	100%
كا ² =66.015		د الحرية= 02
م الدلالة=0.000		

الشكل رقم(23)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات

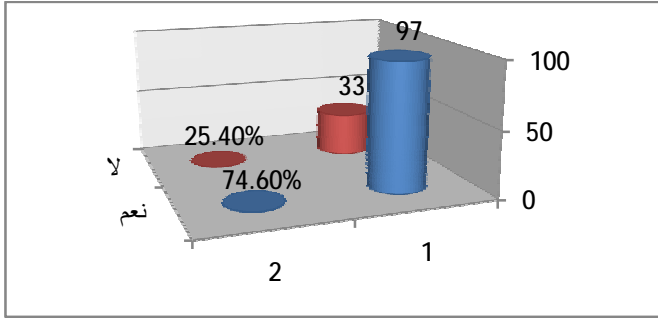
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(34) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=66.015، عند درجة الحرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، وهذا ما ترجمته إجابات المبحوثين، حيث بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين أحيانا ما يميلون إلى استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات اتجاه أحداث وقضايا رياضية معينة 60%، تليها نسبة الذين أجابوا بدائما، وأخيرا الذين أجابوا بنادرا بنسبة(37.7%)، 2.3% تواليا.

وهذا التباين في الآراء بين الصحفيين الرياضيين حسب رأيي يعود للغرض من الحديث الصحفي بين ما هو إخباري وبين ما يهدف إلى معرفة رأي الشخصية، غير أن النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة التحليلية أظهرت أن جل الأحاديث الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائي إخبارية وليست أحاديث رأي إلا القليل منها، عندما يتعلق بالحديث إلى كبار المسؤولين على غرار رؤساء الاتحاديات أو الرابطات، حول قضايا رياضية معينة تهم الرأي العام الرياضي

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(35)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي بهدف زيادة ثقافة الصحفي الرياضي



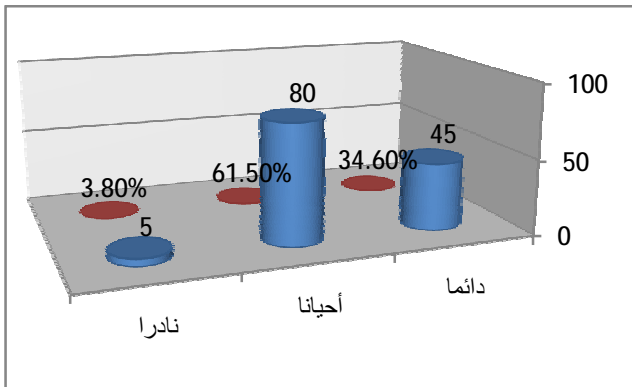
الشكل رقم(24)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي بهدف زيادة ثقافة الصحفي الرياضية

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	97	74.6%
لا	33	25.4%
المجموع	130	100%
كا ² = 31.508	د-ح=01	
م-د=0.000		

تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم(35) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 31.508، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، فالنتائج كما هو مبين في الجدول أظهرت أن أغلب أفراد العينة من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل توسيع ثقافتهم ومعارفهم الرياضية من خلال الاحتكاك بالشخصيات موضوع الحديث، حيث بلغت نسبتهم 74.6%، من مجموع أفراد العينة، بينما بقية الصحفيين الرياضيين الذين لا يرون هذا الطرح، أي ربما يستخدمون الحديث الصحفي لأهداف أخرى غير هذا الهدف، بلغت نسبتهم 25.4%، زمن مجموع أفراد العينة.

الجدول رقم(36)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي تحقيقاً لرغبات الجمهور



الشكل رقم(25)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي تحقيقاً لرغبات الجمهور

الأجوبة	التكرار	%
دائماً	45	34.6%
أحياناً	80	61.5%
نادراً	05	3.8%
المجموع	130	100%
كا ² = 65000	د-ح=02	
م-د=0.000		

تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم(36) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية =، حيث بلغت قيمة كا² = 65.000، عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن غالبية الصحفيين الرياضيين يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي من حين إلى آخر تحقيقاً لرغبات الجمهور والنيابة عنهم في معرفة كل ما يتعلق بالشخصيات موضوع

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

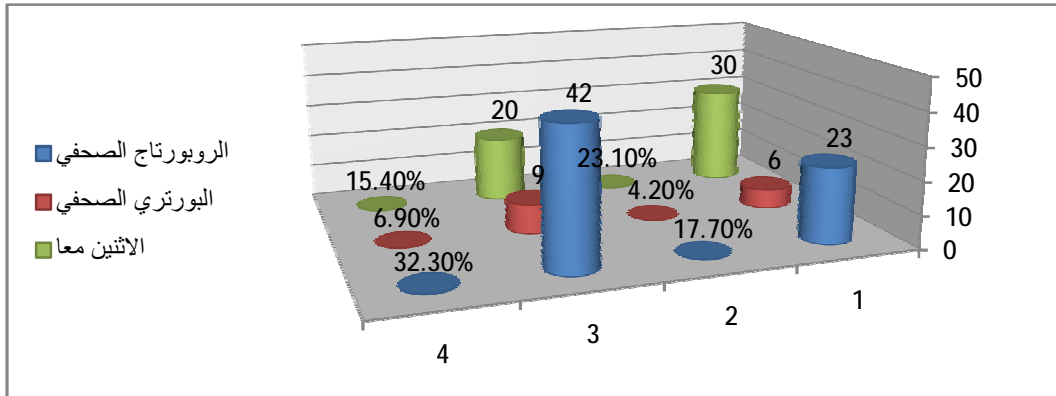
الأحاديث الصحفية بلغت 61.5% من مجموع أفراد العينة، يأتي بعدهم الصحفيين الرياضيين اللذين دائما ما يميلون لاستخدام الحديث الصحفي لهذا الغرض المذكور آنفا، حيث بلغت نسبتهم 34.6%، وأخيرا اللذين أجابوا بنادرا، بنسبة 3.8% تواليا، ويمكن القول أن الهدف الرئيس من الرسالة الإعلامية التي يبثها، أو يكتبها الصحفي الرياضي هي تحقيق رغبات وتلبية حاجات الجماهير الرياضية

6-1-1-2- عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية التعبيرية (الروبورتاج، البورتريه) في الإعلام الرياضي الجزائري

6-1-1-2-1- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الروبورتاج الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري.

الجدول رقم (37) يبين العلاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية.

طبيعة المؤسسة الإعلامية						المتغيرات
المجموع		خاصة		عمومية		
%	ك	%	ك	%	ك	البدائل
50%	65	32.3%	42	17.7%	23	الروبورتاج الصحفي
11.5%	15	6.9%	9	4.2%	6	البورتريه الصحفي
38.5%	23	15.4%	20	23.1%	30	الاثنين معا
100%	130	54.6%	71	45.4%	59	الإجمالي
0.029 = مستوى الدلالة			د - الحرية = 2			كا = 2 = 7.107



الشكل رقم (26) يوضح: العلاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية

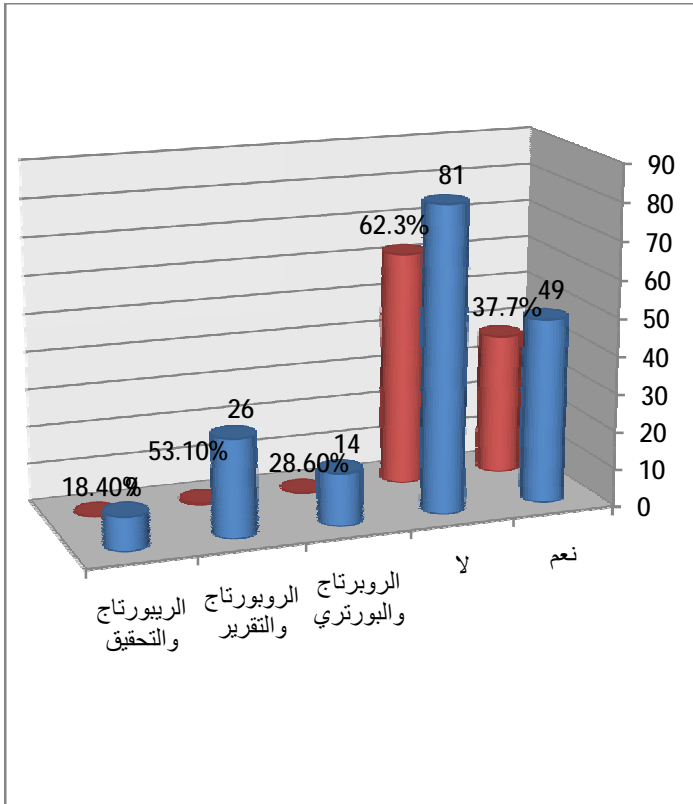
تحليل النتائج

من خلال نتائج الجدول رقم (37) يتضح أن هناك علاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

بلغت = 7.107، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.029، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، حيث أسفرت النتائج أن الروبورتاج الصحفي هو الأكثر ميولا في المؤسسات الإعلامية الخاصة، وهذا بنسبة 32.3%، وبنسبة 17.7 في المؤسسات العمومية، في حين نجد نسبة 38.5 من مجموع أفراد العينة يميلون نحو استخدام الروبورتاج والبورترية معا، منهم 23.1% من الإعلام العمومي، و15.4% من الإعلام الخاص، وجاء في المرتبة الأخيرة الذين يميلون نحو استخدام البورترية بنسبة 11.5%، منهم 6.9% من الإعلام الخاص.

الجدول رقم (38) يبين ما إذا كان كانت هناك صعوبة في التفريق بين الروبورتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى لدى أفراد العينة



الشكل رقم (27) يوضح: ما إذا كان كانت هناك صعوبة في التفريق بين الروبورتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى لدى أفراد

الأجوبة	التكرار	%
نعم	49	37.7%
لا	81	62.3%
المجموع	130	100%
كا ² = 12.308		د الحرية = 01
م الدلالة = 0.000		
الأنواع الصحفية التي لا يفرق أفراد العينة بينها وبين الروبورتاج		
الروبورتاج والبورترية	14	28.6%
الروبورتاج والتقرير	26	53.1%
الروبورتاج والتحقيق	9	18.4%
المجموع	49	100%
كا ² = 9.347		د الحرية = 01
م الدلالة = 0.009		

العينة

تحليل النتائج

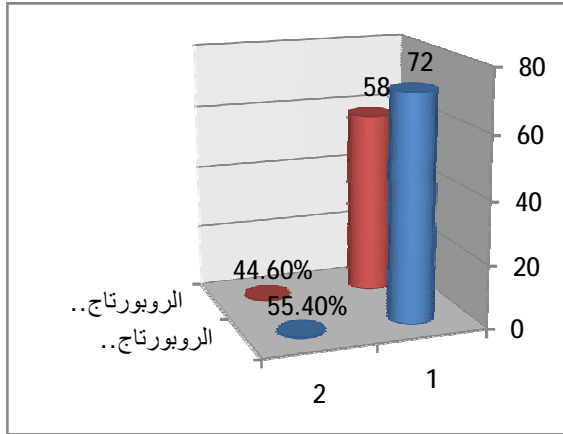
بينت نتائج الجدول رقم (38) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 12.308 عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن أغلب الصحفيين الرياضيين لا يجدون صعوبة في التفريق بين الروبورتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى، حيث بلغت نسبتهم 62.3%، من مجموع أفراد العينة، بينما البقية من الصحفيين الرياضيين، والذين بلغت نسبتهم 37.3%، يجدون صعوبة، وتتمثل هذه الصعوبة في التفريق

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

بين الروبورتاج والتقرير، الروبورتاج والبورتريه الروبورتاج والتحقيق، بنسبة (53.1%، 28.6%، 18.4% تواليا). وهذا واضح في تأثير المدرسة الفرنسية على الصحافة الجزائرية في ميدان الأنواع الصحفية، حيث يمكن أن نكتشف بسهولة المفارقة التي تحملها الممارسة الصحفية الفرنسية؛ فرغم مساهمة هذه المدرسة في وضع أسس الروبورتاج كنوع صحفي متميز ومستقل، إلا أننا نلاحظ الخلط الغريب في بعض الأنواع الصحفية؛ فمثلا نجد فيليب غيار في كتابه "تقنيات الصحافة" بين التحقيق الصحفي والروبورتاج، وبين هذا الأخير والتقرير الصحفي (لعياضي، 1989، ص 20).

وعند اختبار χ^2 اتضح لنا أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للأنواع الصحفية التي يجدون صعوبة في التفريق بينها، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 9.347$ ، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.009، وهي أقل من 0.005، وبالتالي فهو دال إحصائيا.

الجدول رقم (39) يبين نوع الروبورتاج الأكثر ميولا لدى أفراد العينة



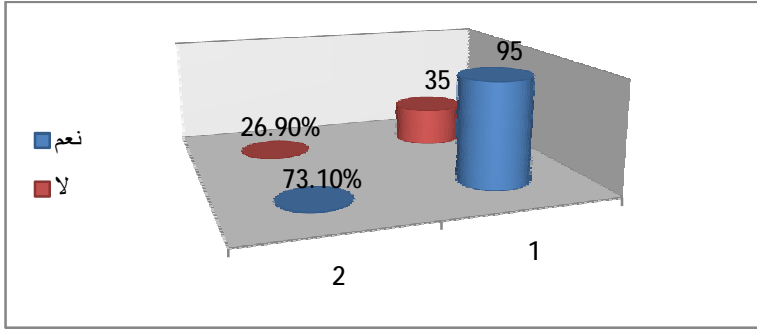
الأجوبة	التكرار	%
الروبورتاج الحي	72	55.4%
الروبورتاج الموضوعاتي	58	44.6%
المجموع	130	100%
كا ² = 1.508 د-ح = 01		
م - د = 0.219		

الشكل رقم (28) يوضح: نوع الروبورتاج الأكثر ميولا لدى أفراد العينة

تحليل النتائج

بيّنت نتائج الجدول رقم (39) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 1.508$ ، عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.219، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائيا؛ وهذا ما تظهره النتائج أعلاه، حيث أن إجابات أفراد العينة انقسمت بنسب متقاربة بين من يميل إلى استخدام الروبورتاج الحي، والذي يتميز بالآنية ولديه طابع إخباري، والروبورتاج الموضوعاتي، حسب الموضوع، ويرتبط بالأحداث الآنية، حيث بلغت نسبتهم على التوالي (55.4%، 44.6%)

الجدول رقم(40)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبورتاج بسبب حرية إبداعهم



الشكل رقم(29)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام

الروبورتاج بسبب حرية إبداعهم

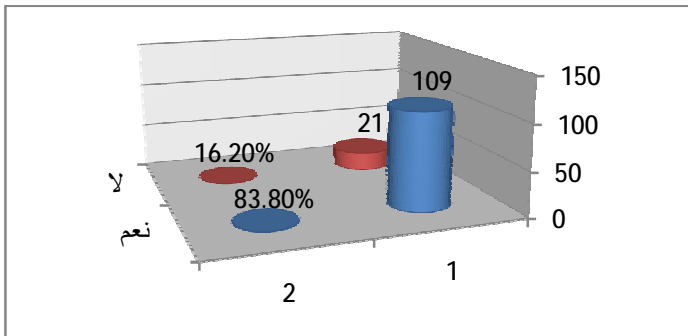
الأجوبة	التكرار	%
نعم	95	73.1%
لا	35	26.9%
المجموع	130	100%
كا ² = 27.692		د-ح=01
م - د=0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(40) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=27.692؛ عند درجة الحرية1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ فقد أظهرت النتائج أن الغالبية من مجموع أفراد العينة يبررون ميولهم نحو استخدام الروبورتاج بسبب إيجاد حريتهم في الإبداع، حيث بلغت نسبتهم 73.1%، بينما البقية من الصحفيين الرياضيين من أفراد عينة الدراسة لا يتماشون مع هذا الطرح.

وحسب أفراد العينة الذين أجابوا بنعم، فإنهم يرون أن الروبورتاج يعطيهم فرصة الإبداع من حيث الاستعمال اللغوي وكذا تقنيات الميكساج المونتاج، خاصة في الإذاعة والتلفزيون، فالروبورتاج الصحفي من بين خصائصه ذاتية الصحفي؛ أفصحى الرياضي يعبر عن مشاعره وأحاسيسه بكل حرية وإبداع، وهي مميزات لا نجدها في الأنواع الصحفية الإخبارية

الجدول رقم(41)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبورتاج لمعايشة الحدث



الشكل رقم(30)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام

الروبورتاج لمعايشة الحدث

الأجوبة	التكرار	%
نعم	109	83.8%
لا	21	16.2%
المجموع	130	100%
كا ² = 59.569		د-ح=01
م - د=0.000		

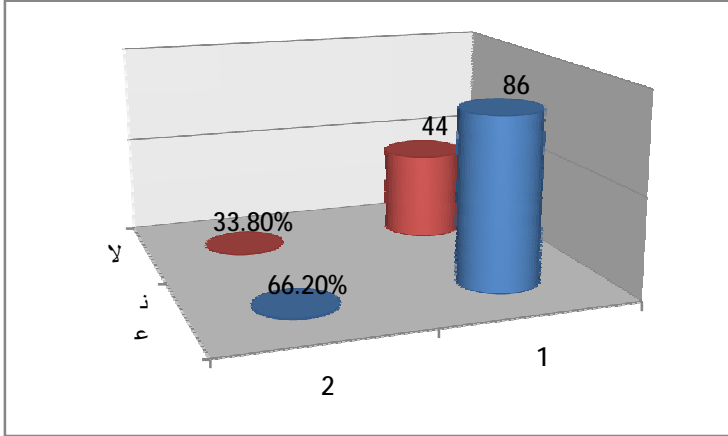
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(41) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=59.569؛ عند درجة الحرية1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ وكما هو مبين في الجدول، فإن الغالبية من الصحفيين الجزائريين الرياضيين يرون بأن ميولهم

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

نحو استخدام الروبورتاج بسبب معاشة الأحداث الرياضية من عين المكان، فنزول الصحفي الرياضي إلى الميدان وتغطية الأحداث الرياضية عن كثب شرط لازم عند إنجاز الروبورتاج الصحفي، حيث بلغت نسبتهم 83.8%، من مجموع أفراد عينة الدراسة، بينما البقية من الصحفيين الرياضيين لا يرون هذا سبب ميولهم نحو الروبورتاج.

الجدول رقم(42)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبورتاج من أجل زيادة نسبة المشاهدة



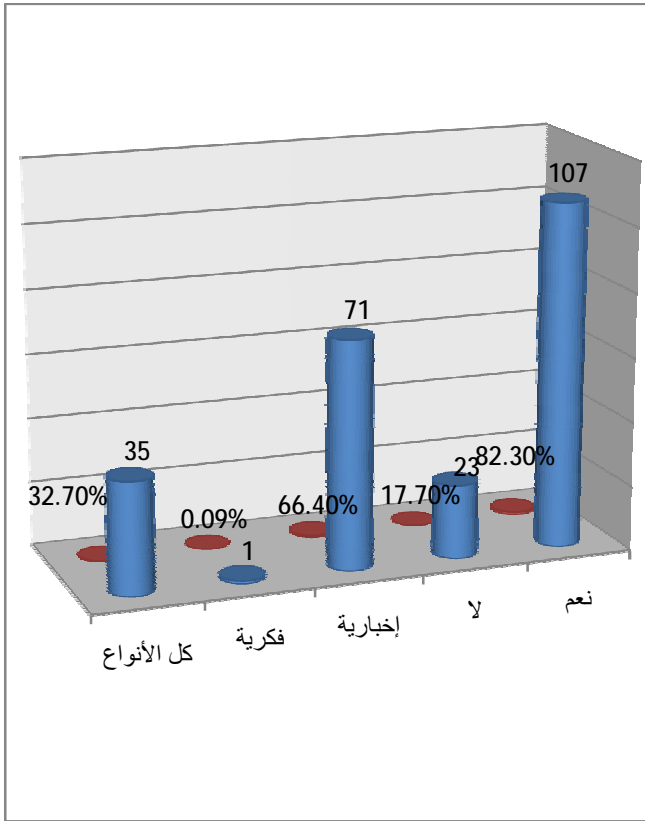
الشكل رقم(31)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام الروبورتاج من أجل زيادة نسبة المشاهدة

الأجوبة	التكرار	%
نعم	86	66.2%
لا	44	33.8%
المجموع	130	100%
كا ² = 13.569		د-ح=01
م - د = 0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(42) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 13.569، عند درجة الحرية 1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فنجد من خلال ما بينته النتائج في الجدول أعلاه أن الغالبية من الصحفيين الجزائريين الرياضيين يميلون لاستخدام لروبورتاج من أجل زيادة نسبة المشاهدة، حيث بلغت نسبتهم 66.2%؛ فالروبورتاجات الرياضية عادة ما تكون على المواضيع المهمة لدى الجماهير الرياضية، فهي غالبا ما تكون على الواقع المعاش داخل الأندية أو تحكي عن إنجازاتها، أو عن اللاعبين الأكثر شهرة، أو عن الأماكن والتظاهرات والأحداث الرياضية...، بأسلوب تعبيرى جذاب يمزج بين العاطفة أحيانا والموضوعية أحيانا أخرى، وهذا ما يحببه الجمهور، وهو ما يزيد من متابعة هذه الأنواع الصحفية، بينما البقية من الصحفيين الرياضيين من عينة الدراسة لا يرون أن زيادة نسبة المشاهدة على هذا النوع الصحفي سبب ميولهم نحو استخدامه، حيث بلغت نسبتهم 33.8% من مجموع أفراد العينة.

الجدول رقم(43)يبين: ما إذا أفراد العينة يميلون نحو استخدام أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبورتاج



الشكل رقم(32)يوضح: ما إذا أفراد العينة يميلون نحو استخدام أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبورتاج

الأجوبة	التكرار	%
نعم	107	82.3%
لا	23	17.7%
المجموع	130	100%
كا ² = 54.277		د الحرية = 01
م الدلالة = 0.000		
أنواع الصحفية المستخدمة لتعزيز الروبورتاج		
إخبارية	فكرية	كل الأنواع
71	1	35
66.4%	0.09%	32.7%
المجموع	107	100
كا ² = 122.429		د الحرية = 01
م الدلالة = 0.000		

تحليل النتائج

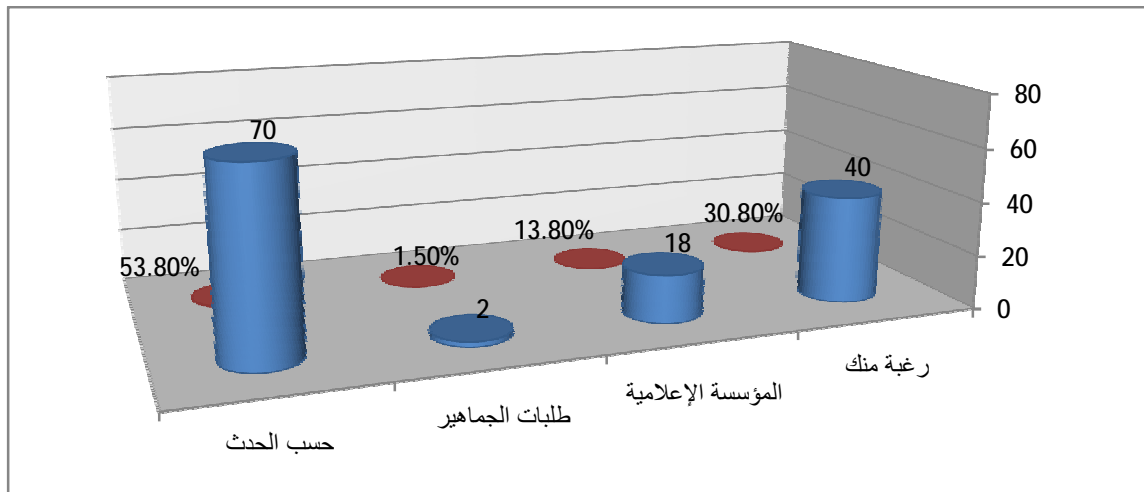
بيّنت نتائج الجدول رقم(43) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 54.277، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن أغلب الصحفيين الرياضيين يميلون نحو استخدام أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبورتاج، حيث بلغت نسبتهم 83.3%، من مجموع أفراد عينة الدراسة، بينما البقية، أجابوا بلا. وحسب أفراد العينة الذين أجابوا بنعم؛ فتصدر استخدامهم للأنواع الإخبارية لتعزيز الروبورتاج، ثم كل الأنواع الصحفية في المرتبة الثانية، وأخيرا الأنواع الفكرية، بنسبة (66.4%، 32.7%، 0.9% .تواليا)، وعند اختبار كا² اتضح لنا أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للأنواع الصحفية المستخدمة لتعزيز الروبورتاج ، حيث بلغت قيمة كا² = 122.429، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.005، وبالتالي فهي دالة إحصائية.

والظاهر أن هناك من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يعرفون خصائص ومميزات الروبورتاج، فهذا الأخير كنوع صحفي تعبيرى لا يمكن أن يحكى الواقع إن لم يكون فيه مقابلات وأحاديث صحفية من الجهات موضوع الروبورتاج، ناهيك عن الأخبار التي تطرقت للموضوع، وبالتالي فالصحفي الرياضي الذي يستخدم هذا النوع الصحفي يحتاج على الأقل للأنواع الصحفية الإخبارية لتعزيزه.

6-1-1-2-2- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو البورتريه الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(44)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم أم لأسباب أخرى

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
رغبة منك	40	30.8%	80.092	03	0.000
المؤسسة الإعلامية	18	13.8%			
طلبات الجماهير	2	1.5%			
حسب الحدث	70	53.8%			
المجموع	130	100%			



الشكل رقم(33)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم أم لأسباب أخرى

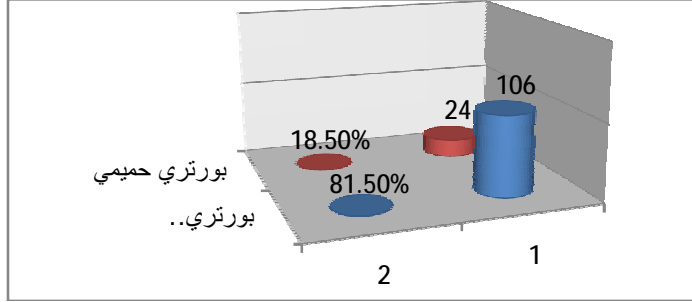
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(44) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=80.092، عند درجة الحرية3، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فمن خلال ما بينته النتائج هناك تنوع في آراء أفراد عينة الدراسة، فقد وجدنا أن أغلبية الصحفيين الرياضيين يكون ميولهم نحو استخدام البورتريه حسب الأحداث الرياضية، حيث بلغت نسبة من يتماشون مع هذا الرأي 53.8%، بينما جاءت في المرتبة الثانية الذين يميلون لاستخدام البورتريه رغبة منهم، بعدها المؤسسة الإعلامية، أي أن هذه الأخيرة من أولوياتها الاعتماد على هذا النوع الصحفي، وأخيرا طلبات الجماهير لهذا النوع الصحفي، بنسبة(30.8%، 13.8%، 1.5% تواليًا)، فالظاهر أن الصحفيين الرياضيين لا يولون أهمية للجماهير عند استخدامهم لهذا النوع الصحفي، وهذا ما لا يتماشى مع نجاح العملية الاتصالية، فالجمهور(المستقبل، المرسل إليه) هو أحد أهم عناصر العملية الاتصالية، ونجاح أي رسالة إعلامية لا يكون إلا بالدراسة العميقة والأخذ بعين الاعتبار خصائص

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

ومميزات الجمهور الذي توجه له هذه الرسالة، فالصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أن الأحداث الرياضية ورغبتهم هما العاملان الرئيسيان الأكثر تحفيزا لاستخدام هذا النوع الصحفي التعبيري

الجدول رقم(45)يبين: نوع البورتريهات التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها

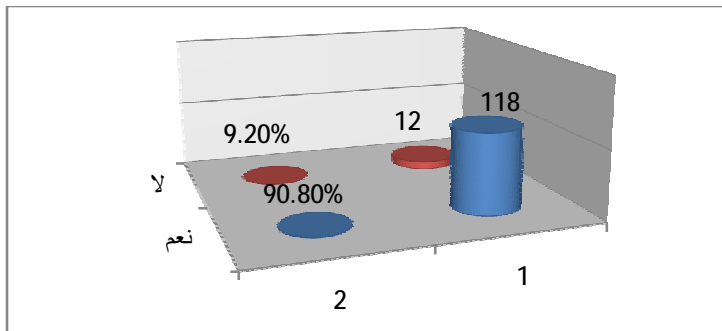


الشكل رقم(34)يوضح: نوع البورتريهات التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها

الأجوبة	التكرار	%
بورتريه كلاسيكي	106	81.5%
بورتريه حميمي	24	18.5%
المجموع	130	100%
كا ² =51.723		د-ح=01
م - د=0.000		

تحليل النتائج: بينت نتائج الجدول رقم(45) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=51.723، عند درجة الحرية1، ومستوى دلالة 0.000، وهي قيمة أكبر من 0.05؛ وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فكما بينته النتائج أعلاه يتضح بأن غالبية الصحفيين الجزائريين الرياضيين يميلون نحو استخدام البورتريه الكلاسيكي، بنسبة بلغت 81.5%، فهذا النوع من البورتريهات يهتم أكثر بنجاح الشخصيات الرياضية وتكوينها ومعرفة مسارها المهني، وهذا عادة ما نجده في البورتريهات، فغالبا ما تكون على الشخصيات الرياضية، كاللاعبين والمدربين الأكثر شهرة، وبالتالي هي أكثر متابعة وطلبا من طرف الجمهور الرياضي، بينما البقية من أفراد عينة الدراسة الذين يميلون نحو البورتريه الحميمي، والذي عادة ما تغلب عليه عاطفة الصحفي، والذي بدوره يسلط الضوء عن الشخصيات الرياضية، حيث بلغت نسبتهم 18.5%.

الجدول رقم(46)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم في تسليط الضوء على الشخصيات الرياضية



الشكل رقم(35)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم في تسليط الضوء على الشخصيات الرياضية

الأجوبة	التكرار	%
نعم	118	90.8%
لا	12	9.2%
المجموع	130	100%
كا ² =86.431		د-ح=01
م - د=0.000		

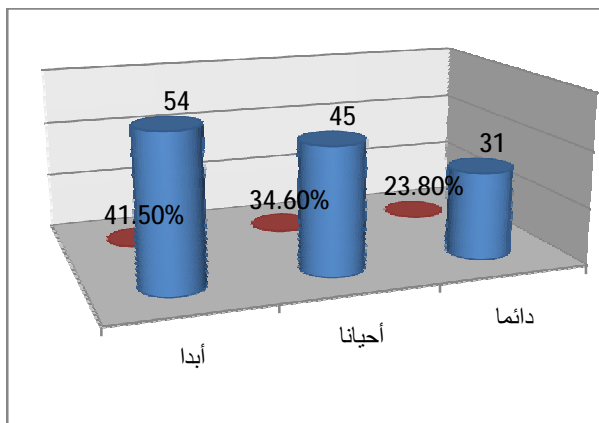
تحليل النتائج : بينت نتائج الجدول رقم(46) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=86.431؛ عند درجة الحرية1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن غالبية ميول الصحفيين الجزائريين الرياضيين نحو استخدام البورتريه رغبة منهم في تسليط الضوء على الشخصيات الرياضية، حيث بلغت نسبتهم 90.8%، بينما البقية من أفراد عينة الدراسة أجابوا بلا، بنسبة 9.2%.

فالشخصية أهم عنصر في البورتريه فلا يمكن إنجازه بمنأى عن الشخصية، وإلا فلا يسمى بهذا النوع الصحفي، فالبورتريه الصحفي هو رسم صورة بالقلم عن الشخصيات الرياضية وتسلط الضوء عليها من طرف الصحفيين الرياضيين، خاصة الشخصيات المشهورة الأكثر تأثيرا على الرأي العام في الوسط الرياضي، على غرار اللاعبين، والمدربين وحتى الإداريين، سواء على المستوى المحلي أو العالمي، وهذا ما أثبتته النتائج المذكورة سائفا في الجدول السابق.

الجدول رقم(47)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه من أجل تكوين علاقات مع الشخصيات موضوع البورتريه



الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	31	23.8%
أحيانا	45	34.6%
أبدا	54	41.5%
المجموع	130	100%
كا ² =6.200		د-ح=02
م - د=0.045		

الشكل رقم(36)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو

استخدام البورتريه من أجل تكوين علاقات مع الشخصيات موضوع البورتريه

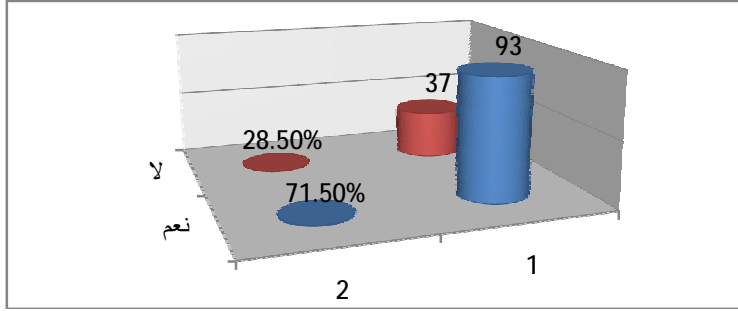
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(47) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=6.200؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.045، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن أكثرية الصحفيين الرياضيين لا ما يميلون نحو استخدام البورتريه من أجل تكوين علاقات مع الشخصيات موضوع البورتريه، حيث بلغت 41.5% من مجموع أفراد العينة، ثم الذين أجابوا بأحيانا وأخيرا للذين أجابوا بدائما، بنسبة 34.6%، و 23.8% تواليا

ويمكن تفسير النتائج المتحصل عليها، والتي أظهرت تنوع في آراء الصحفيين الرياضيين محل الدراسة، بين مؤيد ومعارض لهذا الطرح، وكذا منهم من يؤيده أحيانا ويعارضه أحيانا أخرى كون الشخصيات الرياضية محل البورتريه غالبا ما لا تكون باتصال مباشر مع الصحفي الرياضي منجز البورتريه، فقد تكون شخصيات رياضية عالمية، وتكون المعلومات عنها متوفرة بشكل كبير، بينما الصحفي الرياضي يكون مغمورا، وأحيانا أخرى تكون الشخصيات محلية، يكون الصحفي الرياضي قريبا منها، وأحيانا باتصال مباشر بها أو بأحد المقربين منها.

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(48)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب حمله لبعض خصائص أنواع صحفية أخرى



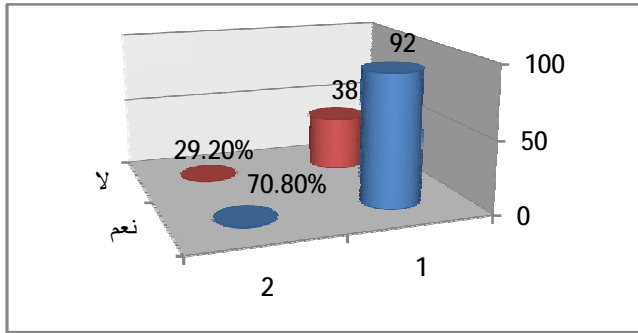
الشكل رقم(37)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب حمله لبعض خصائص أنواع صحفية أخرى

الاجوبة	التكرار	%
نعم	93	71.5%
لا	37	28.5%
المجموع	130	100%
كا ² =24.123		د-ح=01
م - د=0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(48) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=24.123، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ حيث كشفت النتائج، أن معظم الصحفيين الجزائريين الرياضيين، يميلون نحو استخدام البورتريه الصحفي بسبب إمكانية حمله لبعض خصائص الأنواع الصحفية الأخرى، على غرار حديث الشخصيات، حيث بلغت نسبتهم 71.5%، بينما الذين لا يرون هذا الطرح، بلغت نسبتهم 28.5% من مجمع أفراد العينة

الجدول رقم(49)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب إمكانية إبرازه للشخصية أكثر من الحديث(المقابلة)



الشكل رقم(38)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه بسبب إمكانية إبرازه للشخصية أكثر من الحديث(المقابلة)

الاجوبة	التكرار	%
نعم	92	70.8%
لا	38	29.2%
بالمجموع	130	100%
كا ² =22.431		د-ح=01
م - د=0.000		

تحليل النتائج

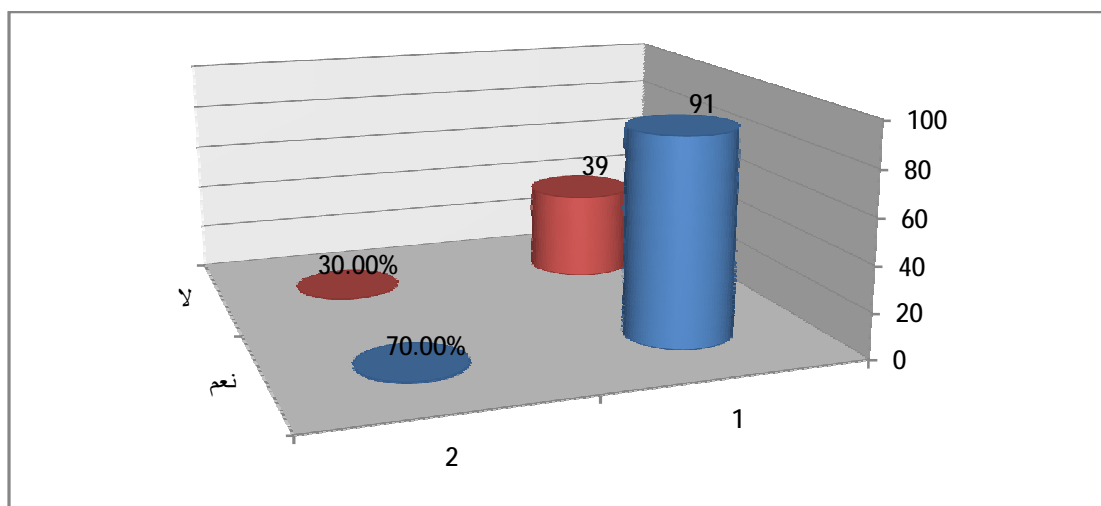
بينت نتائج الجدول رقم(49) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=22.431، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً، وهذا ما أسفرت عنه النتائج، حيث أن معظم أفراد عينة الدراسة، يميلون لاستخدام البورتريه الصحفي بسبب إمكانية إبرازه للشخصية أكثر من الحديث(المقابلة)، فقد بلغت نسبتهم 70.8%، فهناك من

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الشخصيات الرياضية من لا يستطيعون التعبير عن آرائهم سواء بسبب نقص مستواهم الدراسي، أو بسبب خجلهم، وأحيانا أخرى هناك من لا يحب الظهور على وسائل الإعلام، بصف مباشرة، خاصة التلفزيون، وبالتالي فالصحفي الرياضي ينوب عنهم في التعريف بحياتهم، ومشوارهم الرياضي عن طريق البورتريه، بينما البقية من الصحفيين الجزائريين الرياضيين الذين لا يرون هذا الطرح بلغت نسبتهم 29.2%.

الجدول رقم(50)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه يعطي لهم فرصة إبداء الرأي وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نعم	91	70.0%	20.800	01	0.000
لا	39	30.0%			
بالمجموع	130	100%			



الشكل رقم(39)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه يعطي لهم فرصة إبداء الرأي وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(50) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=22.431، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ فقد كشفت النتائج أن معظم الصحفيين الجزائريين الرياضيين يميلون نحو استخدام البورتريه لأنه يعطي لهم فرصة إبداء الرأي وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى، فالبورتريه تغلب عليه العاطفة من خلال استخدام اللغة التي تعبر عن المشاعر والأحاسيس، فالصحفي الرياضي له الحرية في إبداء رأيه والتعبير عما يجول في خاطره نحو الشخصية الرياضية محل البورتريه، عكس الأنواع الصحفية الإخبارية، حيث بلغت نسبتهم 70%، بينما البقية من أفراد عينة الدراسة الذين لا يتماشون وهذا الطرح، بلغت نسبتهم 30% من مجموع أفراد العينة.

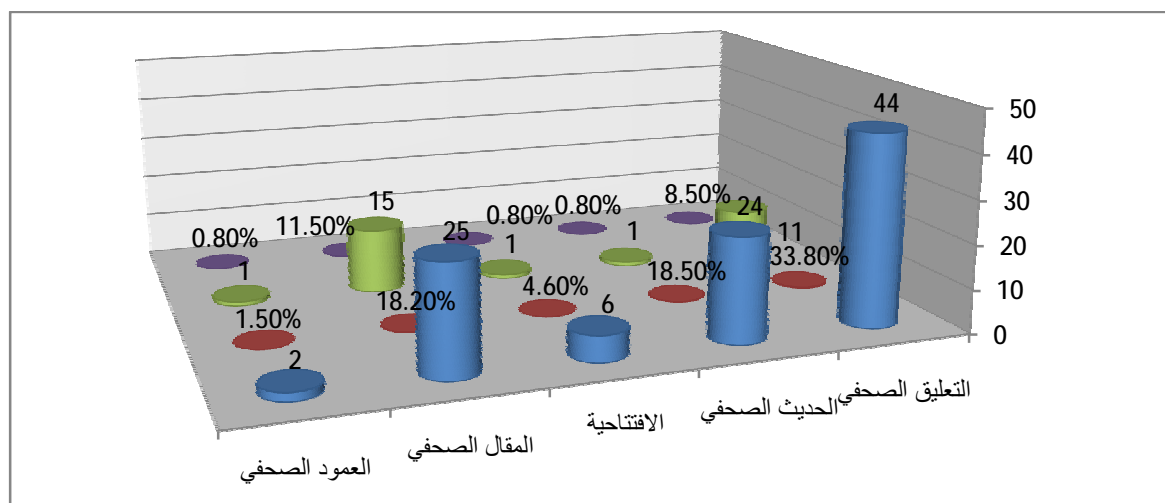
الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

6-1-1-3- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري

6-1-1-3-1- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو التعليق الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(51)يبين العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل إلى استخدامه أفراد العينة والتخصص

المتغيرات البدائل	إعلام واتصال		تخصص آخر		المجموع		كا ²	د-ح	م-د
	%	ك	%	ك	%	ك			
التعليق الصحفي	33.8%	44	8.5%	11	42.3%	55	10.801	04	0.029
الحديث الصحفي	18.5%	24	0.8%	1	19.2%	25			
الافتتاحية	4.6%	6	0.8%	1	5.4%	07			
المقال الصحفي	18.2%	25	11.5%	15	30.8%	40			
العمود الصحفي	1.5%	2	0.8%	01	2.3%	03			
الإجمالي	77.7%	101	22.3%	29	100%	130			



الشكل رقم(40)يوضح: العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة والتخصص

تحليل النتائج

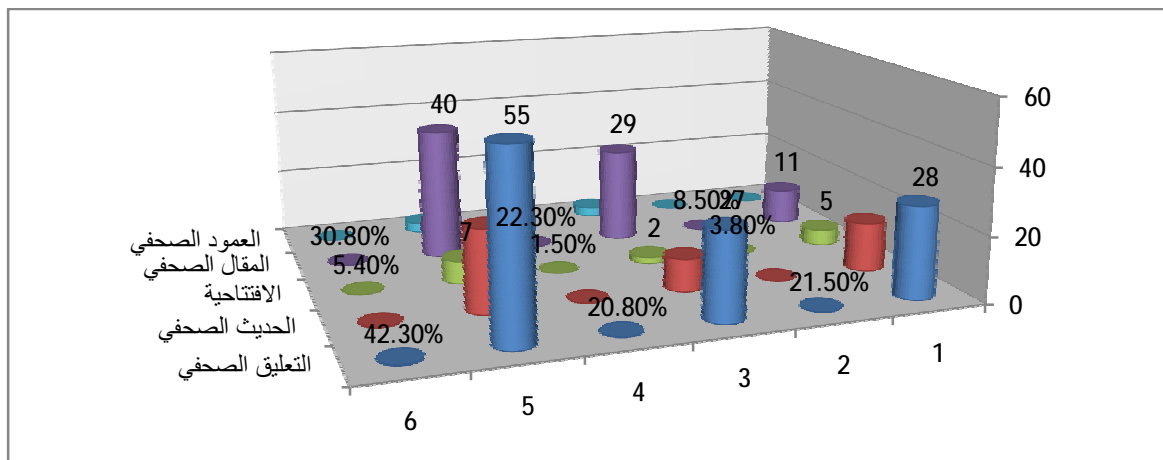
من خلال نتائج الجدول رقم(51) يتضح أن هناك علاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وتخصصهم، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 10.801، بدرجة حرية 4، ومستوى دلالة 0.029، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، حيث جاءت النتائج على النحو التالي: نجد أن أفراد العينة أكثر ميولا نحو استخدام التعليق الصحفي مقارنة بالأنواع الفكرية الأخرى، بنسبة 42.3% من مجموع أفراد العينة، منهم 33.8% تخصص إعلام واتصال، وفي

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

المرتبة الثانية، نجد المقال الصحفي بنسبة 30.8%، منهم 18.2% تخصصهم إعلام واتصال، وثالثا الحديث الصحفي بنسبة 19.2% من مجموع أفراد العينة، منهم 18.5% تخصصهم إعلام واتصال، في حين جاءت الافتتاحية والعمود تواليا في المرتبة الرابعة والخامسة بنسبة 5.4% و 2.3%.

الجدول رقم (52) يبين العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل نحو استخدام أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية

م-د	د-ح	كا	المجموع		خاصة		عمومية		المتغيرات البدائل
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.015	04	12.402	42.3%	55	20.8%	27	21.5%	28	التعليق الصحفي
			19.2%	25	7.7%	10	11.5%	15	الحديث الصحفي
			5.4%	07	1.5%	02	3.8%	5	الافتتاحية
			30.8%	40	22.3%	29	8.5%	11	المقال الصحفي
			2.3%	03	2.3%	03	00%	00	العمود الصحفي
			100%	130	54.6%	71	45.4%	59	الإجمالي



الشكل رقم (41) يوضح: العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل نحو استخدام أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية

تحليل النتائج

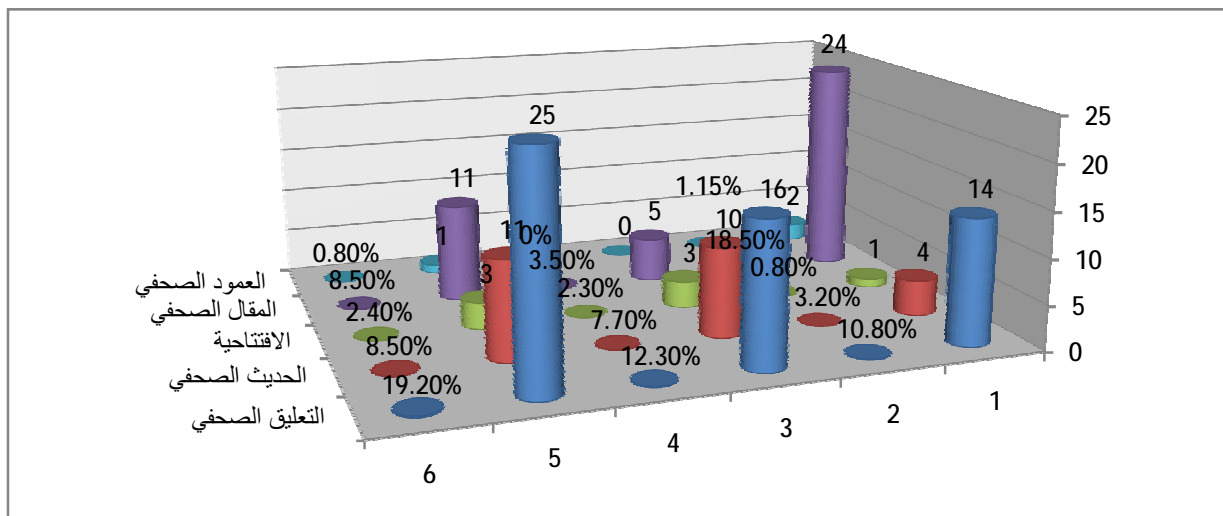
من خلال نتائج الجدول رقم (52) يتضح أن هناك علاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 12.402، بدرجة حرية 4، ومستوى دلالة 0.015، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائياً، فالنتائج أسفرت على أن أفراد العينة أكثر ميولا نحو استخدام التعليق الصحفي مقارنة بالأنواع الفكرية الأخرى، بنسبة بلغت 42.3% من مجموع أفراد العينة، منهم 21.5.8% يعملون بالمؤسسات

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الإعلامية العمومية، و20.8% يعملون في المؤسسات الخاصة، في حين جاء المقال الصحفي في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت 30.8%، منهم 22.3% من الإعلام الخاص، وثالثا الحديث الصحفي بنسبة 19.2%، منهم 11.5% من الإعلام العمومي، في حين جاءت الافتتاحية والعمود تواليا في المرتبة الرابعة والخامسة بنسبة 5.4%، و2.3%. من مجموع أفراد العينة

الجدول رقم(53)يبين العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة ونوع المؤسسة

المتغيرات البدايل	صحافة		إذاعة		تلفزيون		المجموع		كا ²	د-ح	م-د-
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
التعليق الصحفي	10.8%	14	12.3%	16	19.2%	25	42.3%	55	21.546	04	0.006
الحديث الصحفي	3.2%	04	7.7%	10	8.5%	11	19.2%	25			
الافتتاحية	0.8%	01	2.3%	03	2.4%	03	5.4%	07			
المقال الصحفي	18.5%	24	3.5%	05	8.5%	11	30.8%	40			
العمود الصحفي	1.15%	02	00%	00	0.8%	01	2.3%	03			
الإجمالي	34.7%	45	25.8%	34	39.4%	51	100%	130			



الشكل رقم (52) يوضح: العلاقة بين النوع الصحفي الفكري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة ونوع المؤسسة

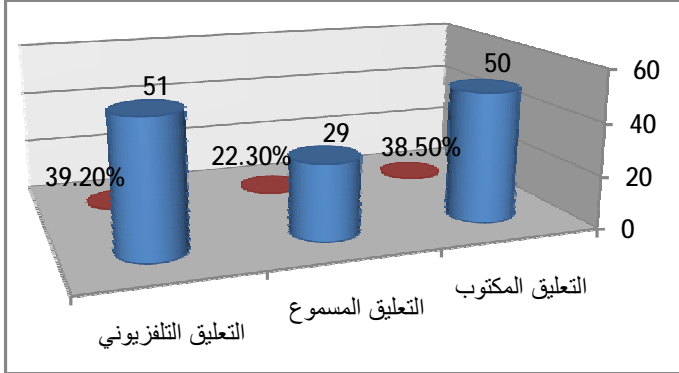
تحليل النتائج

أظهرت نتائج الجدول رقم(53) أن هناك علاقة بين النوع الصحفي التعبيري الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة ونوع المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 21.546، بدرجة حرية 4، ومستوى دلالة 0.006، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائياً، فقد بينت النتائج أن نسبة 42.3% من أفراد العينة يميلون نحو استخدام التعليق الصحفي مقارنة بالأنواع الفكرية الأخرى، منهم 19.2% يعملون بالأقسام الرياضية للتلفزيون، و12.3% يعملون في الأقسام

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الرياضية للإذاعة، و 10.8% يعملون بالصحافة المكتوبة الرياضية، في حين جاء المقال الصحفي في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت 30.8%، منهم 18.5% يعملون في الصحافة المكتوبة الرياضية، و 8.5% بالتلفزيون، و 3.5% بالإذاعة، وجاء الحديث الصحفي ثالثا بنسبة 19.2%، منهم 8.5% يعملون بالأقسام الرياضية للتلفزيون، و 7.7% بالأقسام الرياضية للإذاعة، و 3.2% بالصحافة المكتوبة الرياضية، في حين جاءت الافتتاحية والعمود في المرتبة الرابعة والخامسة بنسبة 5.4%، و 2.3%. تواليا

الجدول رقم (54) يبين: نوع التعليق الصحفي الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة



الشكل رقم (43) يوضح: نوع التعليق الصحفي الذي يميل نحو استخدامه أفراد العينة

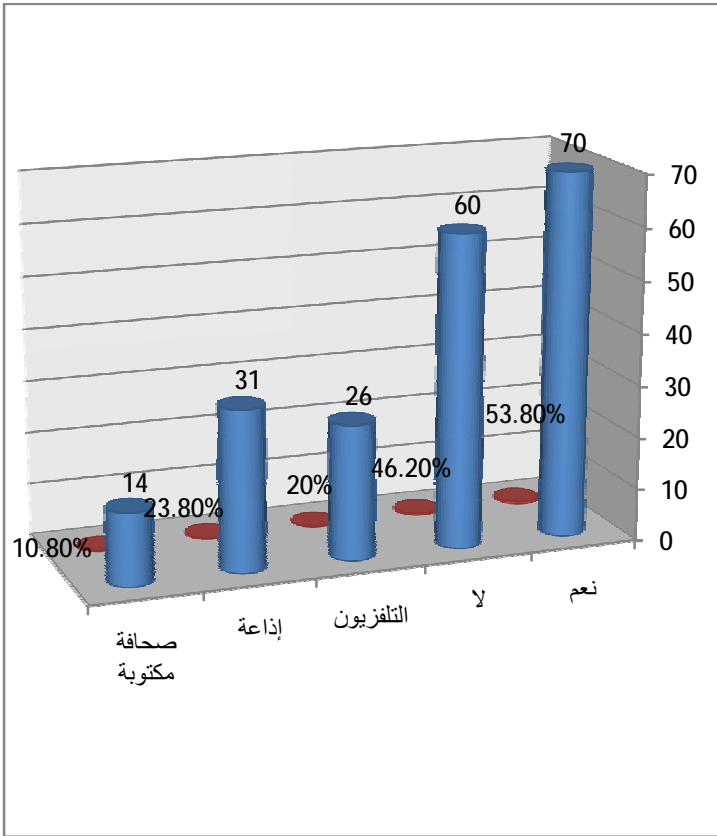
الأجوبة	التكرار	%
التعليق المكتوب	50	38.5%
التعليق المسموع	29	22.3%
التعليق التلفزيوني	51	39.2%
المجموع	130	100%
كا ² = 7.123		د الحرية = 02
م الدلالة = 0.028		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (54) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 7.123، عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.028، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ وهذا ما أظهرته النتائج في الجدول أعلاه؛ حيث نجد أن هناك تقارب كبير في ميول الصحفيين الرياضيين محل الدراسة نحو التعليق التلفزيوني والتعليق في الصحافة المكتوبة، وهذا بنسبة 39.2%، و 38.5% تواليا، بينما البقية من أفراد عينة الدراسة من الصحفيين الجزائريين الرياضيين يميلون نحو استخدام التعليق الصحفي المسموع، بنسبة 22.3%.

وهذا التنوع في آراء الصحفيين الرياضيين محل الدراسة حول الميول نحو استخدام التعليق الصحفي، يمكن تفسيره بتنوع أفراد العينة في حد ذاته، فهم ينقسمون على ثلاثة أقسام بين الإعلام الرياضي المكتوب، والمسموع، والتلفزيوني والجدول الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة الإعلامية يثبت هذا القول.

الجدول رقم(55)يبين: ما إذا كان لأفراد العينة موهبة في مجال التعليق الصحفي



الشكل رقم(44)يوضح: ما إذا كان لأفراد العينة موهبة في مجال التعليق الصحفي

الأجوبة	التكرار	%
نعم	70	53.8%
لا	60	46.2%
المجموع	130	100%
كا ² = 0.769		د الحرية=01
م الدلالة=0.380		
نوع المؤسسة الصحفية التي أتاحت لهم فرصة التعليق الصحفي		
التلفزيون	26	20%
إذاعة	31	23.8%
صحافة مكتوبة	14	10.8%
المجموع	71	54.6%
كا ² = 6.451		د الحرية=01
م الدلالة=0.040		

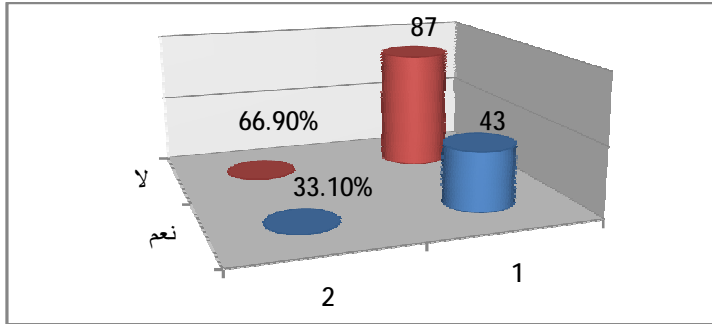
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(55) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=0.769، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.380، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً؛ فالنتائج أظهرت أن هناك تقارب بين من يملكون، ومن لا يملكون موهبة في التعليق الصحفي من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة، حيث كانت نسبتهم على التوالي 53.8%، و46.2%. وحسب أفراد العينة الذين يملكون موهبة في التعليق الصحفي؛ فقد أتاحت لهم الفرصة في التعليق من طرف المؤسسات الإعلامية المسموعة، والتلفزيونية والمكتوبة، بنسبة (23.8%، 20%، 10.8%، 10.8%)، وعند اختبار كا² اتضح لنا أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمؤسسات الإعلامية، وأفراد العينة المدروسة الذين أتاحت لهم فرصة التعليق ممن يملكون موهبة في التعليق الصحفي، حيث بلغت قيمة كا² = 6.451، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.040.

ويمكن القول: أن الموهبة وحدها لا تكفي لأن تكون معلقاً رياضياً ناجحاً، ما لم تصقل بالجانب النظري الأكاديمي في الجامعات، أو من خلال الدورات التكوينية والتدريبية المطولة عند مجموعة من الخبراء والمعلقين الرياضيين الذين لهم صيت في هذا المجال، والتي يكتسب من خلالها المعلق الثقافة الواسعة، ويطور خبراته ومهاراته.

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(56)يبين: ما إذا كان التعليق الصحفي من أولويات المؤسسة الصحفية التي يعمل فيها أفراد العينة



الشكل رقم(45)يوضح: ما إذا كان التعليق الصحفي من أولويات المؤسسة الصحفية التي يعمل فيها أفراد العينة

الأجوبة	التكرار	%
نعم	43	33.1%
لا	87	66.9%
المجموع	130	100%
كا ² = 14.892 د-ح=01		
م - د=0.000		

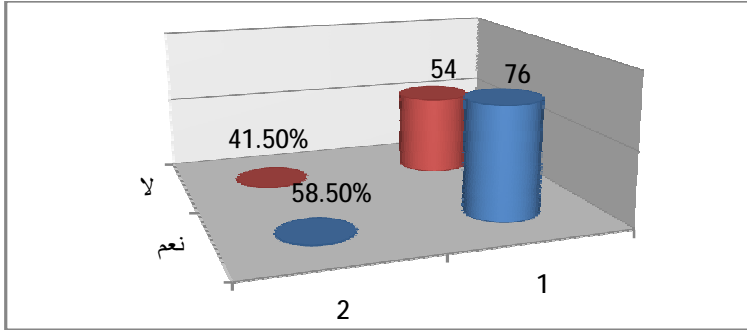
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(56) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=14.892، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فقد أظهرت النتائج أن معظم المؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها أفراد عينة الدراسة لا تضع التعليق الصحفي من أولوياتها، رغم أن هذا النوع الصحفي من بين أهم الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي، فنجد معظم الجماهير الرياضية تختار القناة التلفزيونية أو الإذاعية على أحسن المعلقين الرياضيين في متابعة المباريات حيث بلغت نسبة من أجابوا بلا 66.9% من مجموع أفراد العينة، في حين أن بقية الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون عكس ذلك.

ويمكن القول هذه النتائج تعود أسبابها لاحتكار المباريات الخاصة بالدوريات والبطولات العالمية للقنوات العالمية الكبيرة على غرار be in sports, sky sports...، ومباريات الدوري المحلي محتكرة من طرف التلفزيون الجزائري، فنجد أن معظم من يرون أن التعليق الرياضي من أولويات المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها هم صحفيو التلفزيون العمومي الجزائري، أما بقية المؤسسات الإعلامية الجزائرية محرومة من البث والتعليق على هذه المباريات، ما عدا الإعلام الرياضي المكتوب، والذي يتم التعليق من خلاله على المباريات بعد إجرائها.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(57)يبين: ما إذا كانت زيادة المشاهدة للتعليق الصحفي سبب ميول أفراد العينة نحو استخدامه



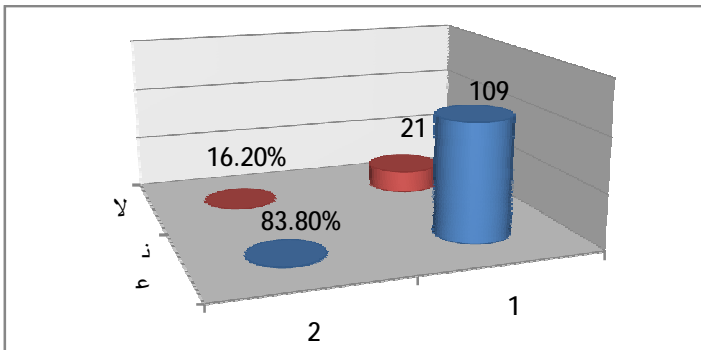
الشكل رقم(46)يوضح: ما إذا كانت زيادة المشاهدة للتعليق الصحفي

سبب ميول أفراد العينة نحو استخدامه

الأجوبة	التكرار	%
نعم	76	58.5%
لا	54	41.5%
المجموع	130	100%
كا ² =3.723		د-ح=01
م - د=0.054		

تحليل النتائج : من خلال نتائج الجدول رقم(57) يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=3.723، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.054، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً؛ وكما هو واضح من خلال ما بينته النتائج في الجدول أعلاه؛ فإن أفراد عينة الدراسة تقاربت آراؤهم حول سبب ميولهم لاستخدام التعليق الصحفي، فمنهم من يرى زيادة المشاهدة هو سبب ميولهم نحو هذا النوع الصحفي، ومنهم من لا يرى هذا الطرح، حيث كانت نسبتهم على التوالي(58.5%، و 41.5%)

الجدول رقم(58)يبين: ما إذا كان التعليق الصحفي يزيد من شهرة أفراد العينة



الشكل رقم(47)يوضح: ما إذا كان التعليق الصحفي يزيد من شهرة

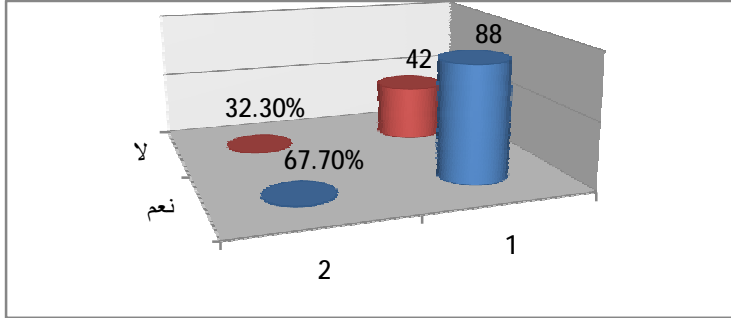
أفراد العينة

الأجوبة	التكرار	%
نعم	109	83.8%
لا	21	16.2%
المجموع	130	100%
كا ² =59.569		د-ح=01
م - د=0.000		

تحليل النتائج: بينت نتائج الجدول رقم(58) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=59.892، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ فقد كشفت النتائج أن معظم أفراد عينة الدراسة يرون بأن التعليق الصحفي يزيد من شهرة الصحفيين الرياضيين، حيث بلغت نسبتهم 83.8%، بينما الذين لا يتماشون وهذا الطرح، بلغت نسبتهم 16.2%؛ ويمكن تفسير هذه النتائج إلى ما نعيشه في الساحة الرياضية، فالتعليق الرياضي يزيد من شهرة الصحفي الرياضي، وخير دليل المعلقين الرياضيين في الوطن العربي، على غرار حفيظ دراجي، رؤوف خليف، عصام الشوالي...، كلهم نالوا الشهرة بفضل التعليق الصحفي الرياضي، ولهم جماهير رياضية كثيرة تتابعهم.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(59)يبين: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التعليق الصحفي وقوفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية



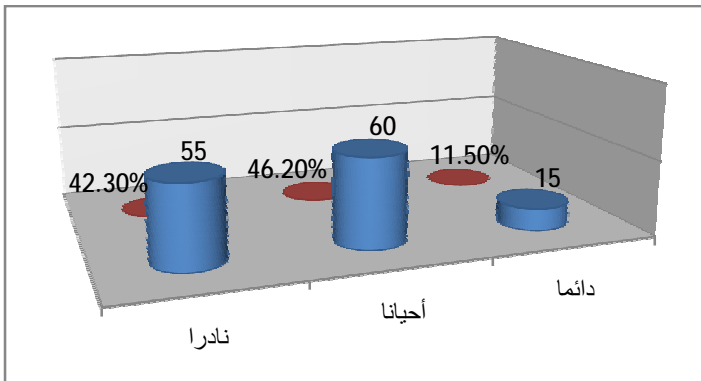
الأجوبة	التكرار	%
نعم	88	67.7%
لا	42	32.3%
المجموع	130	100%
كا ² =16.277	د-ح=01	
م - د=0.000		

الشكل رقم(48)يوضح: إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التعليق الصحفي وقوفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية

تحليل النتائج: من خلال نتائج الجدول رقم(59)يتضح بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=16.277، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فقد أظهرت النتائج أن معظم الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يميلون نحو استخدام التعليق الصحفي وقوفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية بالتفصيل، حيث بلغت نسبتهم 67.7% من مجموع أفراد عينة الدراسة؛ فالصحفي الرياضي الذي يعلق على المباريات، أو الأحداث الرياضية بصفة عامة يجد الحرية في شرح الحثيات الخاصة بالمباريات والأحداث الرياضية بالتفصيل، للجماهير الرياضية المتابعة له، ابتداء من الملعب، إلى اللاعبين، والتحكيم...، بينما البقية من أفراد العينة الذين لا يتماشون وهذا الطرح، بلغت نسبتهم 32.3%.

6-1-1-3-2- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الافتتاحية في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(60)يبين: ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الافتتاحية



الأجوبة	التكرار	%
دائما	15	11.5%
أحيانا	60	46.2%
نادرا	55	42.3%
المجموع	130	100%
كا ² =28.077	د-ح=02	
م - د=0.000		

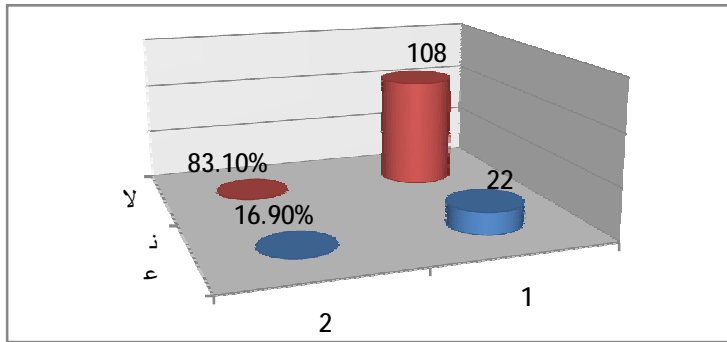
الشكل رقم(49)يوضح: ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام الافتتاحية

تحليل النتائج: بينت نتائج الجدول رقم(60) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=28.077؛ عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

إحصائيا؛ فالنتائج أظهرت أن جل الصحفيين الرياضيين محل الدراسة أحيانا ما يميلون نحو استخدام الافتتاحية، حيث بلغت نسبتهم 46.2% من مجموع أفراد العينة، ثم الذين أجابوا بنادرا، وأخيرا للذين أجابوا بدائما، بنسبة 42.3%، و 11.85% تواليا؛ فبالرغم من أن هناك نسبة معتبرة من الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة يميلون نحو استخدام هذا النوع الصحفي، إلا أنه للأسف لا يوجد له أثر في الإعلام الرياضي الجزائري، لا المكتوب ولا السمعي البصري؛ فالافتتاحية نوع صحفي فكري صعب من الناحية التحريرية، ثقيل من ناحية المسؤولية، كونه يمثل السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، وبالتالي فالصحفي الرياضي غالبا ما يجتنب استخدام هذه الأنواع، خاصة في ظل القوانين الإعلامية الموجودة.

الجدول رقم(61)يبين: ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة الافتتاحية في مؤسساتهم الإعلامية



الشكل رقم(50)يوضح: ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة الافتتاحية في المؤسسات الصحفية التي يعملون فيها

الأجوبة	التكرار	%
نعم	22	16.9%
لا	108	83.1%
المجموع	130	100%
كا ² = 56.892		د-ح = 01
م - د = 0.000		

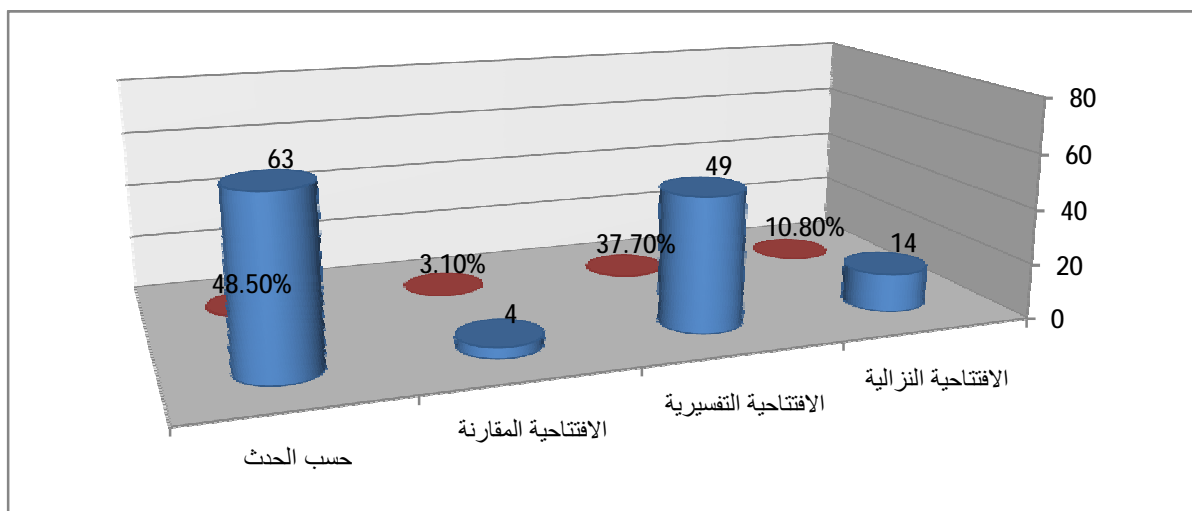
تحليل النتائج

بيدنت نتائج الجدول رقم(61) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 56.892؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائيا؛ فالنتائج أظهرت أن أكثرية الصحفيين الرياضيين محل الدراسة ليسوا مكلفين بكتابة الافتتاحية في المؤسسات الصحفية التي يعملون فيها، حيث بلغت نسبتهم 83.1% من مجموع أفراد العينة، بينما نجد نسبة قليلة ممن هم مكلفون بكتابة الافتتاحية من أفراد عينة الدراسة، بلغت 16.9%.

يمكن تفسير هذه النتائج بأن الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة الذين كانوا مكلفين بكتابة الافتتاحية كنوع صحفي فكري في مؤسساتهم الإعلامية، جلهم كانوا يعملون بالأقسام السياسية وليست الرياضية، ومن جهة أخرى للأسف الشديد أثناء زيارتنا الميدانية للعديد من المؤسسات الإعلامية الجزائرية(المكتوبة، السمعية البصرية، سواء أكانت خاصة، أم عمومية) اكتشفنا بأن الصحفيين الرياضيين الذي يعملون في هذه المؤسسات لا يعرفون أصلا هذا النوع الصحفي، وهذا دليل آخر على نقص تكوينهم، علاوة على أن هذا النوع الصحفي ليس من أولويات الإعلام الرياضي الجزائري.

الجدول رقم(62)يبين: نوع الافتتاحية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الافتتاحية النزالية	14	10.8%	72.523	03	0.000
الافتتاحية التفسيرية	49	37.7%			
الافتتاحية المقارنة	4	3.1%			
حسب الحدث	63	48.5%			
المجموع	130	100%			



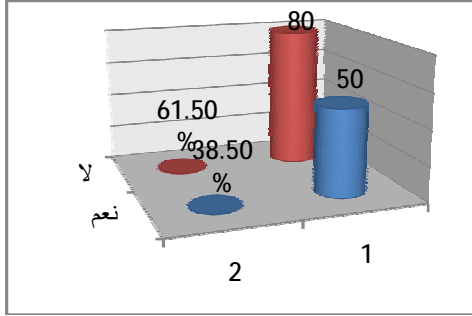
الشكل رقم(51)يوضح: نوع الافتتاحية التي يميل نحو استخدامها أفراد العينة

تحليل النتائج

من خلال نتائج الجدول رقم(62) يتضح بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 72.523$ ؛ عند درجة الحرية 3، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أظهرت أن معظم الصحفيين الرياضيين يرون بأن الحدث الرياضي هو المتغير الذي يحدد ميولهم نحو استخدام نوع معين من الافتتاحيات، حيث كانت نسبتهم 48.5% من مجموع أفراد عينة الدراسة، بينما جاءت الافتتاحية التفسيرية في المرتبة الثانية، بنسبة 37.7%، وهذا النوع من الافتتاحيات يقوم على تفسير وشرح الأحداث الرياضية المهمة للجمهور، ثم يتم اتخاذ رأي أو موقف من طرف كاتب هذا النوع الصحفي، بعدها الافتتاحية النزالية بنسبة 10.8%، والتي تقوم على ردة فعل رأيين مختلفين يتم النزال بينهما، وأخيرا المقارنة، بنسبة 3.1%، وهذا النوع من الافتتاحيات يتم فيه المقارنة بين رأيين مختلفين حول قضية أو حدث رياضي معين، وتحديد موقف واضح من طرف كاتب هذا النوع.

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(63)يبين: ما إذا كان عدم الرغبة في كشف السياسة التحريرية يؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام الافتتاحية



الأجوبة	التكرار	%
نعم	50	38.5%
لا	80	61.5%
المجموع	130	100%
كا ² =6.923		م - د=0.009

الشكل رقم(52)يوضح: ما إذا كان عدم الرغبة في

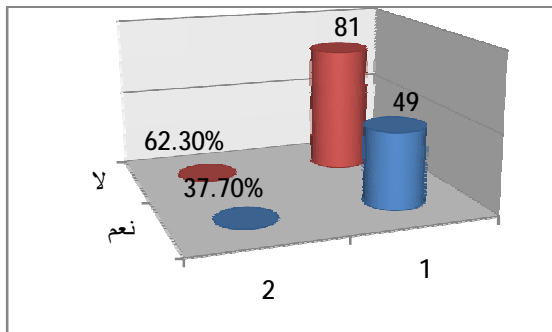
كشف السياسة التحريرية يؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام الافتتاحية

تحليل النتائج

أظهرت نتائج الجدول رقم(63) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=6.923؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.009، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج كما هو واضح في الجدول أن 61.5% من مجموع أفراد عينة الدراسة لا يرون بأن عدم الرغبة في كشف السياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية التي يعملون فيها يؤثر في ميولهم نحو استخدام الافتتاحية كنوع صحفي، بينما البقية الذين يرون بأنه هو السبب، بلغت نسبتهم 38.5%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الصحفي الرياضي الجزائري يبقى ميوله نحو استخدام هذا النوع الصحفي رغبة نفسية بعيدة عن الواقع، كونه يعلم أن الافتتاحية ليست من أولويات المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها، وبالتالي لا يهتم، ولا يؤثر في ميوله كشف سياستها التحريرية ما دامت لا تستخدم

الجدول رقم(64)يبين: ما إذا كان غياب شخصية كاتب الافتتاحية يقلل من رغبة أفراد العينة في الميول نحو استخدام الافتتاحية



الأجوبة	التكرار	%
نعم	49	37.7%
لا	81	62.3%
المجموع	130	100%
كا ² =7.877		م - د=0.005

الشكل رقم(53)يوضح: ما إذا كان غياب شخصية كاتب الافتتاحية

يقلل من رغبة أفراد العينة في الميول نحو استخدام الافتتاحية

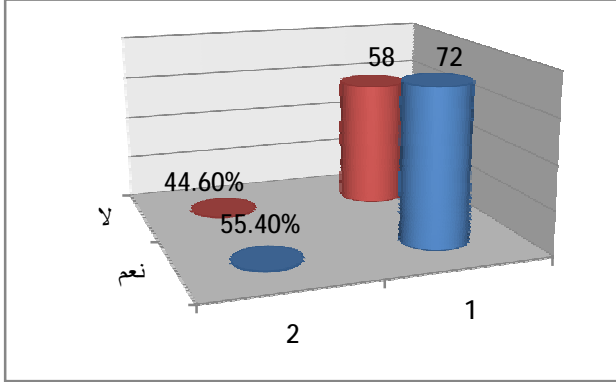
تحليل النتائج

أظهرت نتائج الجدول رقم(64) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=7.877؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.005، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

إحصائياً؛ فالنتائج أظهرت بأن نسبة 65.3%، من مجموع أفراد الدراسة لا يرون بأن غياب شخصية كاتب الافتتاحية (الافتتاحية توقع باسم هيئة التحرير ككل) يقلل من الرغبة في الميول نحو هذا النوع الصحفي، في حين بلغت نسبة من يرون هذا سبباً في التقليل من ميولهم 37.7%

الجدول رقم (65) يبين: ما إذا كان كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في ميول أفراد العينة أفراد نحو استخدام الافتتاحية



الأجوبة	التكرار	%
نعم	72	55.4%
لا	58	44.6%
المجموع	130	100%
كا ² =1.508		د-ح=01
م - د=0.219		

الشكل رقم (54) يوضح: ما إذا كان كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في ميول أفراد العينة أفراد نحو استخدام الافتتاحية

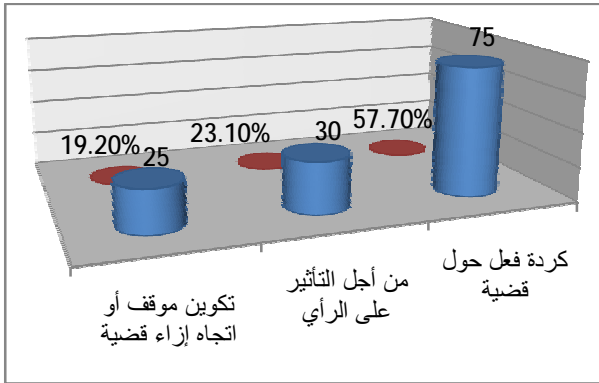
تحليل النتائج

من خلال نتائج الجدول رقم (65) يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=1.508 عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.219، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً؛ فالنتائج كشفت أن 55.4% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أن كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي، فالافتتاحية كنوع صحفي فكري غالباً ما يكتبها رؤساء التحرير، مدراء النشر، وأحياناً حتى مدراء المؤسسات الإعلامية وملاكها، فهي النوع الصحفي الأكبر مسؤولية كونها تدافع عن المؤسسة الإعلامية وخطها التحريري ككل، في حين 44.6% من مجموع أفراد عينة الدراسة لا يرونه عائقاً.

وهذه النسبة من الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة منهم من يرغب فعلاً في استخدام هذا النوع الصحفي، إلا أن عائق كبر المسؤولية منعهم، وهم قلة قليلة يحسبون على رؤوس الأصابع، ومنهم من يختبئ وراء هذا السبب ولا يريد البوح بعدم كفاءته التي تؤهله لاستخدام هذا النوع الصحفي الفكري

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(66)يبين الهدف من ميول أفراد العينة نحو استخدام الافتتاحية في مؤسساتهم الإعلامية



الشكل رقم(55)يوضح: الهدف من ميول أفراد العينة نحو استخدام الافتتاحية في مؤسساتهم

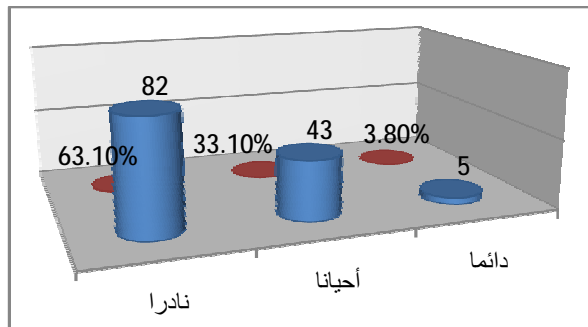
الأجوبة	ت	%
كردة فعل حول قضية	75	57.7%
من أجل التأثير على الرأي	30	23.1%
تكوين موقف أو اتجاه إزاء قضية	25	19.2%
المجموع	130	100%
	د-ح=02	كا ² =35.000
	م - د=0.000	

تحليل النتائج

أظهرت نتائج الجدول رقم(66) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=6.923؛ عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.009، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج كما هو واضح في الجدول أن 57% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون بأن استخدام الافتتاحية من أجل الرد على قضايا رياضية معينة، وهذا النوع من الافتتاحيات كان في جريدة الشروق اليومي أثناء تصفيات كأس العالم 2010، وما جرى بين الجزائر ومصر، فكانت الافتتاحيات التي كتبها جريدة الشروق اليومي عبارة عن ردة فعل لما كان يبثه ويكتبه الإعلام المصري؛ ثم تأتي من أجل التأثير على الرأي العام الرياضي بنسبة 23.1% وهذا النوع نجده مثلا في فترة الانتخابات التي تخص الجانب الرياضي، كانتخاب أعضاء المكتب الفدرالي، ورئيس الفاف، رئيس الرابطة، تعيين مدرين... فتكون هذه الافتتاحيات من أجل التأثير على الرأي العام الرياضي، وتحسين صورة المترشح لدى الجماهير الرياضية، وأخيرا من أجل تكوين مواقف اتجاهات إزاء القضايا الرياضية بنسبة 19.2% من مجموع أفراد عينة الدراسة

6-1-1-3-3- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(67)يبين ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي

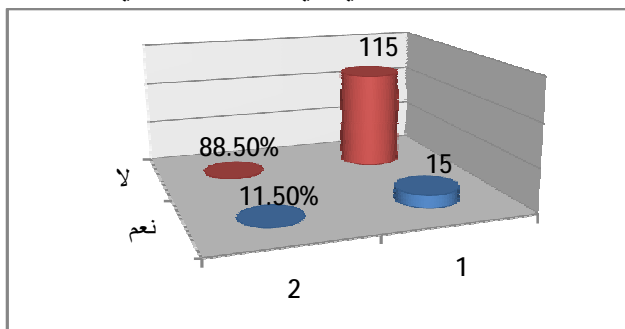


الأجوبة	التكرار	%
دائما	5	3.80%
أحيانا	43	33.10%
نادرا	82	63.10%
المجموع	130	100
كا ² =68.415	د-ح=02	م - د=0.000

الشكل رقم(56)يوضح: ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي

تحليل النتائج بينت نتائج الجدول رقم(67) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=68.415؛ عند درجة الحرية2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج كما هو واضح في الجدول أن 63.1% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة نادرا ما يكون ميولهم نحو العمود الصحفي، غير أن هناك نسبة 33.1% عبروا عن ميولهم نحو هذا النوع الصحفي الفكري، بينما نجد نسبة قليلة جدا بلغت 3.8% ممن يميلون نحو العمود الصحفي بصفة دائمة. وهذه النتائج يمكن تفسيرها كون العمود الصحفي نوع فكري يوجد فقط في الإعلام الرياضي المكتوب، ولو رجعنا إلى الجدول رقم7، والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة الإعلامية، نجد أن نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الإعلام الرياضي المكتوب 34.6% من مجموع أفراد العينة، من جهة أخرى، فالعمود الصحفي يحتاج إلى صحفيين ذوو كفاءة عالية وخبرة واسعة في المجال، ولا يكتبه أي صحفي رياضي، لهذا نجد هذا العزوف نحو استخدام العمود الصحفي

الجدول رقم(68)ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة العمود الصحفي في المؤسسة التي يعملون فيها



الأجوبة	التكرار	%
نعم	15	11.50%
لا	115	88.50%
المجموع	130	100%
كا ² =76.923	د-ح=01	م - د=0.000

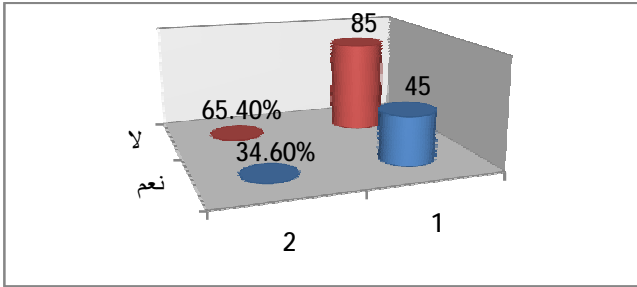
الشكل رقم(57)يوضح: ما إذا كان أفراد العينة مكلفون بكتابة العمود الصحفي في المؤسسة التي يعملون فيها

تحليل النتائج: بينت نتائج الجدول رقم(68) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=68.415؛ عند درجة الحرية2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

إحصائياً؛ فكما وضحته النتائج نجد أن 88.5% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة ليسوا مكلفين بكتابة العمود الصحفي في المؤسسة التي يعملون فيها، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة التحليلية، والتي أثبتت عدم وجود هذا النوع الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري، أما النسبة المتبقية من الصحفيين الرياضيين الجزائريين (11.5%) فقد كانوا يعملون في الأقسام السياسية، والتي يكون فيها هذا النوع الصحفي بصفة منتظمة.

الجدول رقم (69) يبين مدى تأثير طبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة) في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي



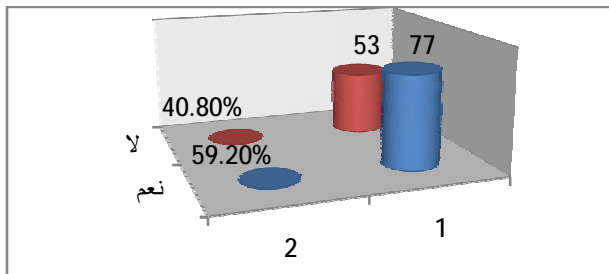
الاجابة	التكرار	%
نعم	45	34.6%
لا	85	65.4%
المجموع	130	100%
كا ² =68.415	د-ح=01	م-د=0.000

الشكل رقم (58) يوضح: مدى تأثير طبيعة المؤسسة

الإعلامية (عمومية، خاصة) في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي

تحليل النتائج : بينت نتائج الجدول رقم (69) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=68.415؛ عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ فالنتائج أوضحت أن 65.4% من أفراد عينة الدراسة لا يرون أن طبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة) تؤثر في ميولهم نحو العمود الصحفي، بينما 34.6% من الصحفيين الرياضيين يرون عكس ذلك، وهذا راجع كون العمود الصحفي ينتقد الشخصيات والمؤسسات الرياضية المسؤولة عن القطاع الرياضي، لذا نجد المؤسسات الإعلامية الرياضية المكتوبة تتهرب من هذا النوع الصحفي، ولا تضعه من أولوياتها

الجدول رقم (70) يبين مدى تأثير هامش الحرية في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي في مؤسساتهم الإعلامية



الاجابة	التكرار	%
نعم	77	59.2%
لا	53	40.8%
المجموع	130	100%
كا ² =4.431	د الحرية=01	م الدلالة=0.035

الشكل رقم (59) يوضح: مدى تأثير هامش الحرية في

ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي في مؤسساتهم الإعلامية

تحليل النتائج: اعتبرت حرية الصحافة في كل الأزمان قيمة كبيرة وإنجازاً للنظام الديمقراطي، إلا أن العديد من العلماء والباحثين في مجال الإعلام اعترفوا بعدم إمكانية وجود حرية مطلقة للصحافة من حيث

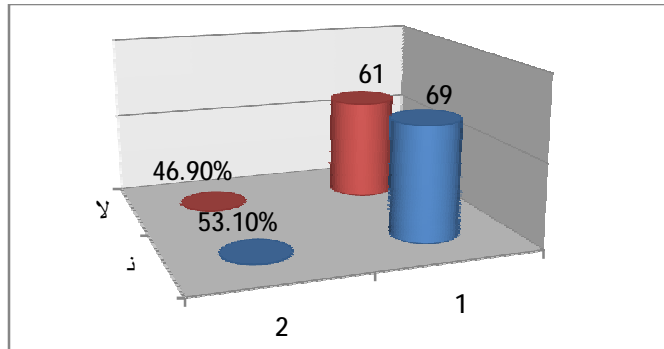
الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

المبدأ، ذلك لأن عمل الاتصال الجماهيري الذي يملك كشرط هذه الدرجة أو تلك من الحرية يجري ضمن أطر المجتمع المنظم حكومياً (الرحمين، ونور العدوان، 2014، ص151)

فنتائج الجدول رقم (70) بينت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 4.431$ ؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.035، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أوضحت أن هناك تقارب في الآراء بين الصحفيين الرياضيين محل الدراسة حول تأثير هامش الحرية في ميولهم نحو العمود الصحفي في المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، حيث بلغت نسبة من يتماشون وهذا الطرح 59.2%، بينما الذين يرون العكس بلغت نسبتهم 40.8%.

ويمكن القول أن هامش الحرية لدى الصحفي الرياضي يختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، والثابت الوحيد أن الحرية في إبداء الرأي مقيدة وليست مطلقة، تحكمها القوانين والتنظيمات الخاصة بالبلدان التي تنشط فيها هذه المؤسسات الإعلامية.

الجدول رقم (71) يبين ما إذا كان يشترط عدد سنوات الخبرة في كتابة العمود الصحفي بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة



الأجوبة	التكرار	%
نعم	69	53.1%
لا	61	46.9%
المجموع	130	100%
		$\chi^2 = 0.492$
		د-ح = 01
		م - د = 0.483

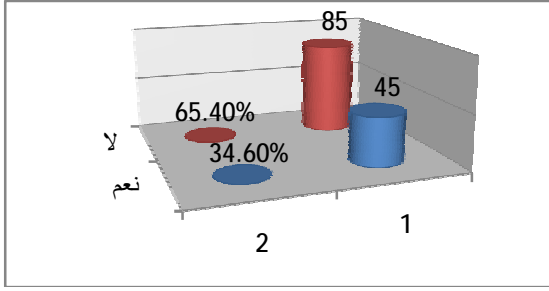
الشكل رقم 60 يوضح: ما إذا كان يشترط عدد سنوات الخبرة في كتابة العمود الصحفي بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (71) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 0.492$ ؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.483، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أعلاه بينت أن هناك تقارب في الآراء بين الصحفيين الرياضيين محل الدراسة حول اشتراط عدد سنوات الخبرة في كتابة العمود الصحفي بالمؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، حيث بلغت نسبة من يؤيدون هذا الطرح 53.1%، بينما الذين يرون العكس بلغت نسبتهم 46.9%.

فالعمود الصحفي يحتاج إلى خبرة واسعة في المجال الإعلامي، وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى الخبرة لا تقاس بعدد السنوات، وإنما بالتجربة المستمرة، فقد يعمل الصحفي الرياضي في مؤسسات إعلامية من أولوياتها العمود الصحفي بصفة منتظمة ومستمرة، لفترة أقل بكثير من صحفي رياضي يعمل في مؤسسات إعلامية لا تستخدم العمود الصحفي، غير أن الأول يفوق الثاني كفاءة وخبرة.

الجدول رقم(72)يبين ما إذا كانت الحماية القانونية تؤثر في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي



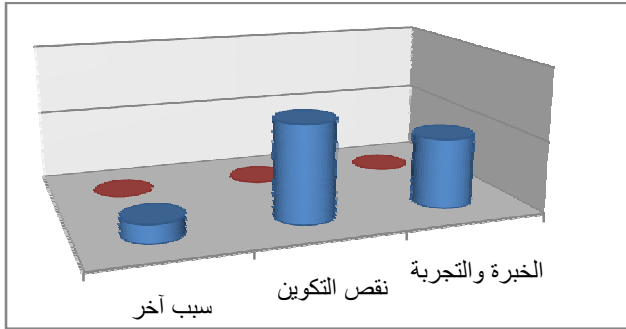
الاجوبة	التكرار	%
نعم	45	34.6%
لا	85	65.4%
المجموع	130	100%
كا ² =12.308	د-ح=01	م-د=0.000

الشكل رقم(61)يوضح: ما إذا كانت الحماية القانونية

تؤثر في ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي

تحليل النتائج : بينت نتائج الجدول رقم(72) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=12.208؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ فنتائج الجدول أعلاه أوضحت أن 65.4%، من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون أن الحماية القانونية تؤثر في ميولهم نحو استخدام العمود الصحفي، بينما الذين يرون العكس بلغت نسبتهم 34.6%. وهذا راجع لكون الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة لا يستخدمون هذا النوع الصحفي، وبالتالي لا تهمهم الحماية القانونية، هذا لا يعني أن هناك قوانين تطبق لحماية الصحفي الرياضي في الجزائري، فلاتوجد أصلاً سلطة ضبط الصحافة المكتوبة لحد الآن

الجدول رقم(73)يبين رأي أفراد العينة حول قلّة استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري



الاجوبة	التكرار	%
الخبرة والتجربة	49	37.7%
نقص التكوين	68	52.3%
سبب آخر	13	10%
المجموع	130	100%
كا ² =36.015	د-ح=02	م-د=0.000

الشكل رقم(62)يوضح: رأي أفراد العينة حول قلّة

استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

تحليل النتائج

إن التدريب يساعد الصحفيين التعرف على فلسفة وسياسة وقرارات وأهداف المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وينعكس ذلك في رفع كفاءاتهم في أداء أعمالهم، ويؤثر في سلوكهم، مما يجعلهم ينسجمون مع الإدارة وزملاء العمل بما يحقق أهداف المؤسسة، كما أن رفع الكفاءة يعني تزويد العاملين بالمهارات التي تعني القابلية على أداء الواجب أو العمل بالمستويات المطلوبة من الكفاءة(السامرائي، 2007، ص134)، وهذا ما أسفرت عنه نتائج الجدول رقم(73)، حيث أوضحت أن 52.3%، من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أن قلّة استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

يعود لنقص التكوين لدى الصحفيين الرياضيين في التحرير الصحفي، في حين أن 37.7% يرون نقص الخبرة والتجربة لديهم هو السبب، لأن هذا النوع الصحفي يحتاج الخبرة عكس الأنواع الصحفية، الإخبارية، أما الصحفيون الذين يرجعون لأسباب أخرى، منها: طبيعة المؤسسة الإعلامية، السياسة الإعلامية...، فقد بلغت نسبتهم 10%

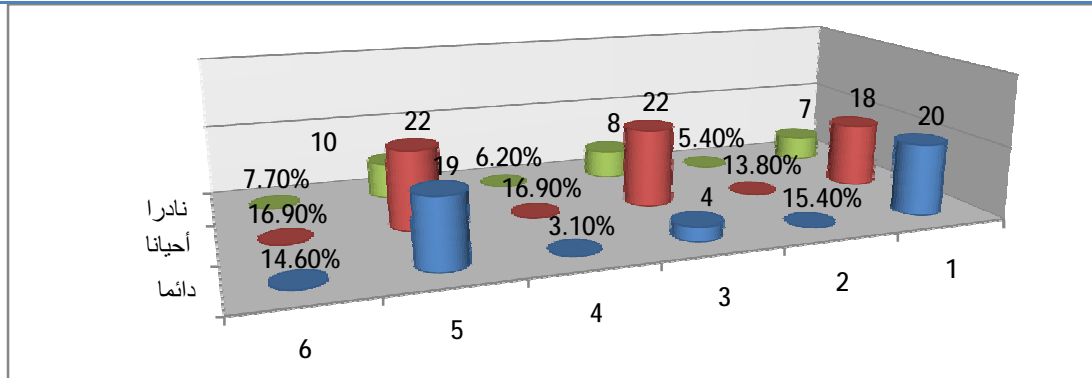
كما بينت النتائج أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 36.015$ ؛ عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً.

6-1-1-3-4- عرض وتحليل نتائج اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام المقال الصحفي

في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم (74) يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي ونوع المؤسسة الإعلامية

المتغيرات البدايل	صحافة مكتوبة		إذاعة		تلفزيون		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	20	15.4%	04	3.1%	19	14.6%	43	33.1%
أحياناً	18	13.8%	22	16.9%	22	16.9%	62	47.7%
نادراً	7	5.4%	08	6.2%	10	7.7%	25	19.2%
الإجمالي	45	34.6%	34	26.1%	51	39.2%	130	100%
	كا = 10.186		د- الحرية = 2		مستوى الدلالة = 0.037			



الشكل رقم (63) يوضح: العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي ونوع المؤسسة الإعلامية

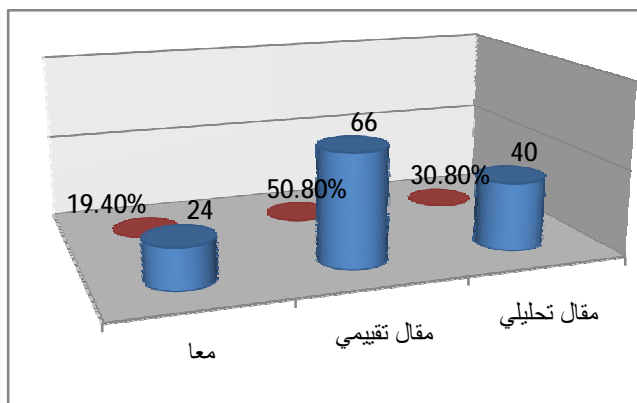
تحليل النتائج

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (74) أن هناك علاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي ونوع المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما أكدته قيمة $\chi^2 = 10.186$ ، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.037، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائياً، فقد أظهرت النتائج أن نسبة 47.7% من أفراد العينة أحياناً ما يميلون نحو استخدام المقال الصحفي، منهم 16.9%

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

يعملون في القسم الرياضي للتلفزيون ونفس النسبة بالقسم الرياضي للإذاعة، ونسبة 13.8% من الصحفيين الرياضيين الذين يعملون بالصحافة الرياضية المكتوبة، بينما نجد 33.1% دائمي الميول نحو استخدام هذا النوع الفكري، منهم 14.5% من الصحفيين الرياضيين الذين يعملون بالصحافة الرياضية المكتوبة، و14.6% يعملون في القسم الرياضي للتلفزيون، و3.1% بالقسم الرياضي للإذاعة ونسبة 19.2% من مجموع أفراد العينة أجابوا بنادرا، مقسمون كالتالي: نسبة 7.7% يعملون في القسم الرياضي للتلفزيون، و6.2% بالقسم الرياضي للإذاعة، و5.4% من الصحفيين الرياضيين الذين يعملون بالصحافة الرياضية المكتوبة.

الجدول رقم (75) يبيّن نوع المقال الصحفي الذي يميل نحوه أفراد العينة



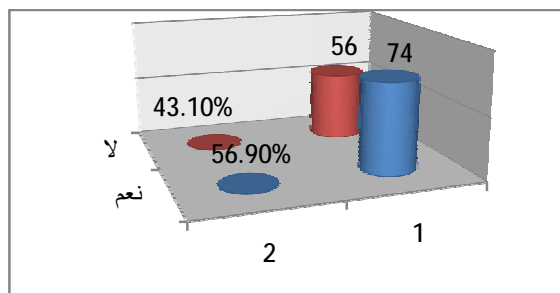
الشكل رقم (64) يوضح: نوع المقال الصحفي التي يميل نحوه أفراد العينة

الأجوبة	التكرار	%
مقال تحليلي	40	30.8%
مقال تقييمي	66	50.8%
معا	24	19.4%
المجموع	130	100%
	كا ² =57.556	د-ح=02
	م-د=0.000	

تحليل النتائج:

بينت نتائج الجدول رقم (75) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة $\chi^2 = 57.556$ ، عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أعلاه أوضحت أن 50.8% من مجموع أفراد عينة الدراسة يميلون نحو استخدام المقال الصحفي التقييمي، وهذا دليل على رغبتهم في تقييم الأحداث الرياضية الجارية وإبداء آرائهم حولها، خاصة في خضم كثرة هذه الأحداث الرياضية، في حين بلغت نسبة 30.8% ممن يميلون نحو استخدام المقال التحليلي، وهذا النوع نجده خاصة في البرامج الرياضية على مستوى الإذاعة والتلفزيون، ونجده في الصحافة المكتوبة الرياضية بعد المقابلات أو الأحداث الرياضية، يتم من خلال تحليل هذه الأحداث والتظاهرات من طرف الصحفيين والمختصين في المجال الإعلامي الرياضي، بينما بلغت نسبة من يميلون إلى استخدام التحليل والتقييم 19.47% من مجموع أفراد العينة

الجدول رقم(76)يبين ما إذا ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي لإبداء رأيهم بحرية أكثر من الأنواع الصحفية الأخرى



الأجوبة	التكرار	%
نعم	74	56.9%
لا	56	43.1%
المجموع	130	100%
كا ² =2.492	د-ح=01	م - د=0.114

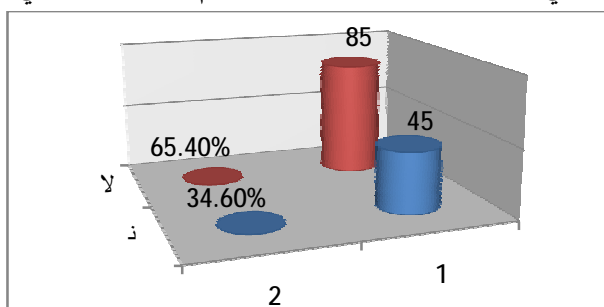
الشكل رقم(65)يوضح: ما إذا ميول أفراد العينة نحو

استخدام المقال الصحفي لإبداء رأيهم بحرية أكثر من الأنواع الصحفية الأخرى

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(76) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=2.492، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.114، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً؛ فنتائج الجدول أعلاه أوضحت أن هناك تقارب في الآراء بين أفراد العينة، حيث بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أن سبب ميولهم نحو المقال الصحفي هو إبداء رأيهم بحرية أكثر من الأنواع الصحفية الأخرى 56.9%، فالمقال الصحفي هو نوع فكري يمكن للصحفي الرياضي إبداء آرائه وتخميناته حول أحداث وقضايا رياضية راهنة، عكس الأنواع الصحفية الإخبارية، في حين أن 43.1% من أفراد العينة لا يتماشون مع هذا الطرح، أي أن حرية إبداء الرأي ليست هي سبب ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي، وهذا راجع كون الغالبية من هذه النسبة من الصحفيين الرياضيين لا يستخدمون المقال الصحفي أصلاً، والبعض الآخر قد يستخدمه لأغراض أخرى وليس بسبب حرية الرأي فقط

الجدول رقم(77)يبين مدى تأثير توجيهات هيئات التحرير في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي



الأجوبة	التكرار	%
نعم	45	34.6%
لا	85	65.4%
المجموع	130	100%
كا ² =11.108	د-ح=01	م - د=0.001

الشكل رقم(66)يوضح: مدى تأثير توجيهات هيئات التحرير

في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي

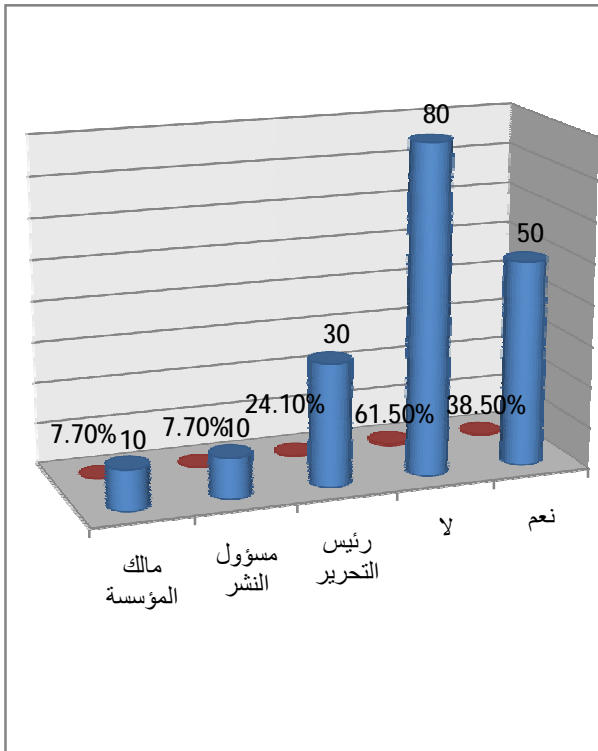
تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(77) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=11.108 عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.001، وهي قيمة أصغر من 0.05، وبالتالي فهي

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أعلاه أوضحت أن 65.4%، من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون أن توجيهات هيئات التحرير تؤثر على ميولهم نحو المقال الصحفي، فالمقال الصحفي يستخدم في الصحافة الرياضية المكتوبة، والتي تمثل ثلث عينة الدراسة من الصحفيين لرياضيين محل الدراسة، والأكثرية منهم لا يستخدمون المقال الصحفي، كونه ليس من أولويات المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، ومن جهة أخرى جلمهم يخبئون وراء هذه الأسباب ولا يقرون بعدم كفاءتهم، ووهذا ما دلت عليه الدراسة التحليلية، فقد وجدنا 7 مقالات فقط في 12 عددا في جريدة الهدف التي تعتبر الأولى من ناحية المقروئية في الإعلام الرياضي الجزائري، بينما البقية من أفراد العينة، والذين بلغت نسبتهم 34.6%، يرون أن هيئات التحرير تؤثر على ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي

الجدول رقم(78)يبين ما إذا تم رفض بعض المقالات لأفراد العينة في مؤسساتهم الإعلامية



الشكل رقم(67)يوضح: ما إذا تم رفض بعض المقالات لأفراد العينة في مؤسساتهم الإعلامية

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	50	38.5%
لا	80	61.5%
المجموع	130	100%
كا ² = 6.923		د-ح = 01
م-د = 0.009		
الجهة التي رفضت المقال		
رئيس التحرير	03	124.%
مسؤول النشر	10	07.7%
مالك المؤسسة	10	07.7%
المجموع	05	539.%
كا ² = 19.882		د-ح = 02
م-د = 0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(78) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا² = 6.923، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.009، وهي قيمة أصغر من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أعلاه أوضحت أن 61.59%، من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لم يتم رفض مقالاتهم الصحفية في المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، في حين أن 38.5%، تم رفض مقالاتهم من طرف، رؤساء التحرير، مسؤولو النشر، ملاك المؤسسات الإعلامية...، بنسبة 24.1%،

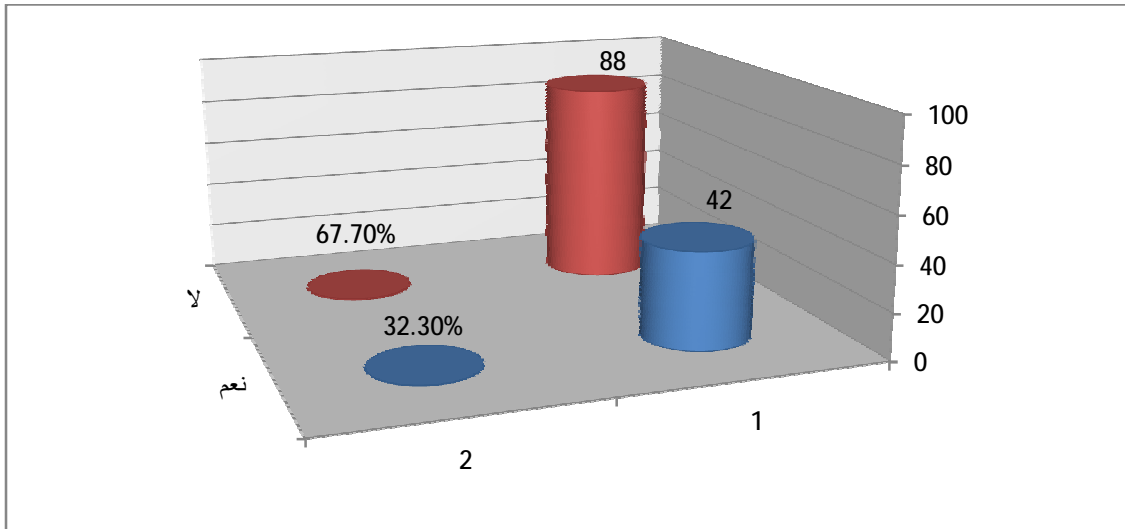
الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

07.7%، 07.7% على التوالي، وهذا ما دلت عليه قيمة كا² = 19.888، بدرجة حرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة دالة إحصائية عند 0.05.

فالرقابة الدائمة من طرف المسؤولين في المؤسسات الإعلامية على الصحفيين الرياضيين الجزائريين ورفضهم لبعض الأنواع الصحفية، ما هي إلا دليل على أن حرية الإعلام محاصرة، وأسيرة هؤلاء المسؤولين، وكل ما يتغنون به في القوانين الصادرة عن الهيئات المسؤولة عبارة عن كلام لا علاقة له بالواقع والممارسة الإعلامية في الجزائر.

الجدول رقم (79) يبين مدى تأثير اهتمام الجمهور في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نعم	42	32.3%	16.277	01	0.000
لا	88	67.7%			
المجموع	130	100%			



الشكل رقم (68) يوضح: مدى تأثير اهتمام الجمهور في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي

تحليل النتائج

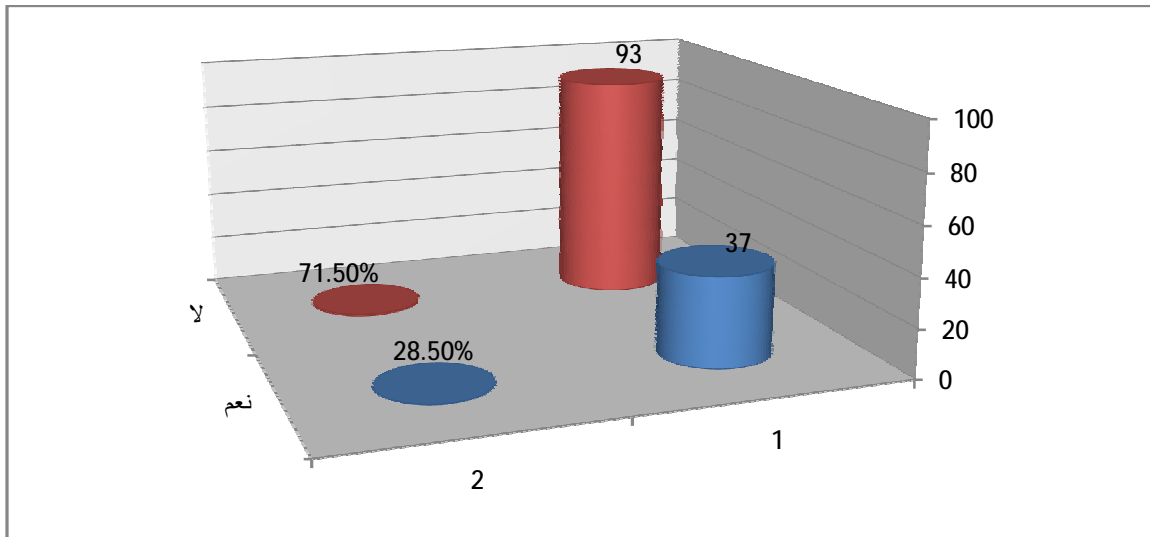
أظهرت نتائج الجدول رقم (79) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا² = 16.277، عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أصغر من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أعلاه بينت أن 67.7% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون أن اهتمامات الجماهير تؤثر على ميولهم نحو المقال الصحفي، وأظن أن هذا راجع كون الجمهور أصبح يمل المقالات المطولة، علاوة على أن بعضها لا يفهمه لمحدودية مستواه التعليمي والفكري، فهو يفضل الأخبار الرياضية السريعة والمختصرة والسهلة، ومن جهة أخرى، فالصحفيون الذين لا يضعون رأي الجمهور بعين الاعتبار لا يمكن بأي حال من الأحوال أن يوفقوا في إيصال رسائلهم الإعلامية، فهي

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

موجهة أصلا إلى الجمهور، فهذا الأخير هو أحد أهم عناصر العملية الاتصالية، ونجاح وفهم هذه العملية الاتصالية لا يكون بمنأى من أحد عناصرها؛ بينما البقية من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة، والذين بلغت نسبتهم 32.3%، يرون أن اهتمامات الجماهير تؤثر على ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول رقم(80)يبين مدى تأثير مساحة الإشهار في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نعم	37	28.5%	24.123	01	0.000
لا	93	71.5%			
المجموع	130	100%			



الشكل رقم(69)يوضح: مدى تأثير مساحة الإشهار في ميول أفراد العينة نحو استخدام المقال الصحفي

تحليل النتائج

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم(80) يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دللت عليه قيمة كا²=24.123 عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أصغر من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فنتائج الجدول أعلاه أوضحت أن نسبة 71.5%، من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون أن المساحات الإشهارية تؤثر على ميولهم نحو المقال الصحفي، وهذا ما أكدته الدراسة التحليلية التي تم إجرائها على جريدة الهدف، فقد وجدنا نسبة الإشهار 02.92% فقط من المحتوى الكلي لـ 12 عددا تمت عليه الدراسة، بينما البقية من الصحفيين الرياضيين، والذين بلغت نسبتهم 28.5%، يرون أنها تؤثر على ميولهم نحو هذا النوع الصحفي؛ فأحيانا نجد بعض المؤسسات الإعلامية تخصص مساحات كبيرة للإشهار على حساب الأنواع الصحفية، خاصة السمعية البصرية، مما يؤثر سلبا على ميول الصحفيين نحو استخدام نوع معين من الأنواع الصحفية

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

6-1-1-4- عرض وتحليل نتائج المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع

الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري

الجدول (81) يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

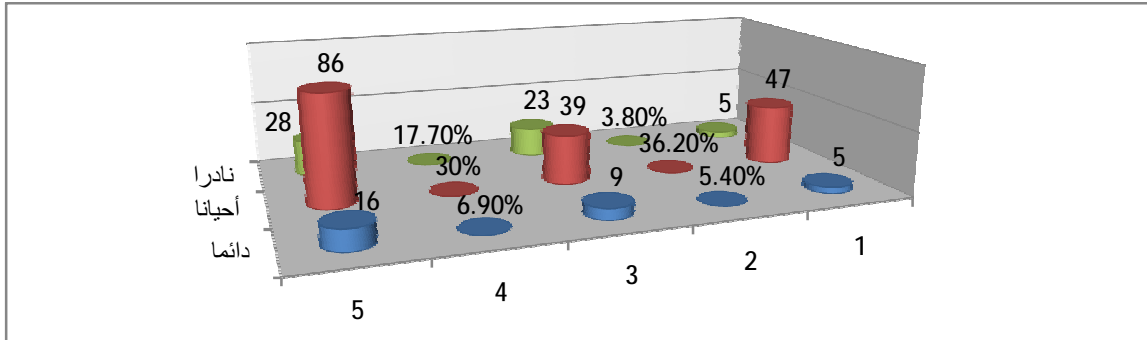
تحليل النتائج

المجموع		خاصة		عمومية		المتغيرات البدائل
%	ك	%	ك	%	ك	
12.3%	16	6.9%	09	5.4%	05	دائما
66.2%	86	30%	39	36.2%	47	أحيانا
21.5%	28	17.7%	23	3.8%	05	نادرا
100%	130	54.6%	71	45.4%	59	الإجمالي
0.003		مستوى الدلالة =		د- الحرية=2		كا= 11.556

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (81) أن هناك علاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما

أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 11.556، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.003، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائيا، فقد أظهرت النتائج أن أفراد العينة الذين أجابوا بأحيانا ما يعملون نحو استخدام التحقيق الصحفي بلغت نسبتهم 66.2%، منهم 36.2% يعملون بالمؤسسات الإعلامية العمومية، و30% بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، منهم 17.7% يعملون بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، و3.8% بالعمومية، في حين الذين أجابوا بنادرا بلغت نسبتهم 21.5%، وأخيرا الذين دائما ما يعملون نحو استخدام التحقيق الصحفي، حيث بلغت نسبتهم 12.3% من مجموع أفراد العينة

فالقنوات التلفزيونية التي تنشط في الجزائر هي عبارة عن مكاتب لقنوات أجنبية، لم يتم اعتمادها بعد، وبالتالي لا تتجرأ على انتقاد المسؤولين، أو تضع الاستقصاء على قضايا الفساد لكبار المسؤولين في الرياضة من أولوياتها، فهي تغامر بالاعتماد وغلق القناة، وحتى المؤسسات العمومية، ففي زيارتي للإذاعة الوطنية ومقابلة رئيس تحرير القسم الرياضي للقناة الأولى^(*)، أكد بأن التحقيق الصحفي ليس من أولويات أجدتنا الإعلامية، ولا يمكن لنا أن نتجاوز الخطوط التي بنيت عليها السياسة الإعلامية لمؤسستنا.



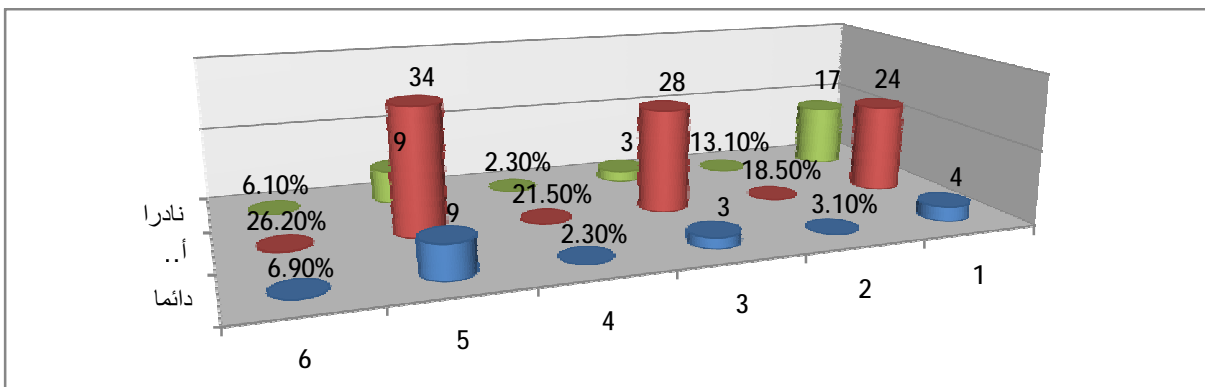
الشكل رقم (70) يوضح: العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

(*) -مقابلة أجريت يوم 2017/12/24 على الساعة 9:45 صباحا مع عبد الغني العايب رئيس تحرير القسم الرياضي بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية بمقر الإذاعة الوطنية

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم (82) يبين العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي ونوع المؤسسة

المتغيرات البدايل	صحافة		إذاعة		تلفزيون		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائما	04	%3.1	3	%2.3	09	%6.9	16
أحيانا	24	%18.5	28	%21.5	34	%26.2	86
نادرا	17	%13.1	3	%2.3	09	%6.1	28
الإجمالي	45	%34.6	34	%26.2	51	%39.2	130
كا = 13.286	د - الحرية = 2		مستوى الدلالة = 0.010				

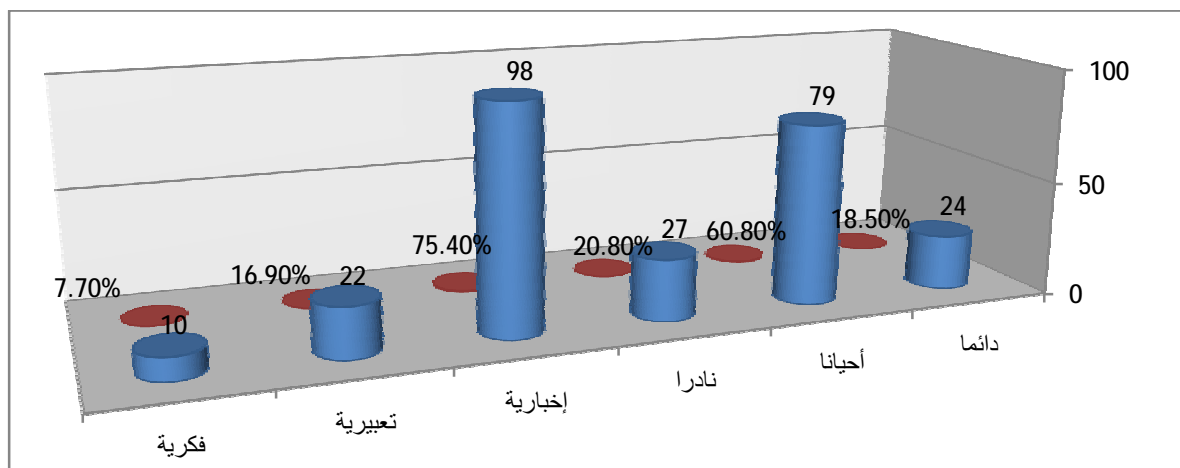


الشكل رقم (71) يوضح: العلاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي ونوع المؤسسة

تحليل النتائج: من خلال بيانات الجدول رقم (82) يتضح أن هناك علاقة بين ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي ونوع المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 13.286، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.010، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائياً، فقد أظهرت النتائج أن أفراد العينة الذين أجابوا بأحيانا ما يميلون نحو استخدام التحقيق الصحفي بلغت نسبتهم 66.2%، من بينهم 26.2% يعملون بالقسم الرياضي للتلفزيون، و 21.5% بالإذاعة، و 18.5% بالصحافة الرياضية المكتوبة، بينما الذين أجابوا بنادرا بلغت نسبتهم 21.5%، منهم 13.1% يعملون بالصحافة الرياضية المكتوبة، و 6.1% بالقسم الرياضي للتلفزيون، و 2.3% بالإذاعة، وأخيرا الذين دائما ما يميلون نحو استخدام التحقيق الصحفي، حيث بلغت نسبتهم 12.3% من مجموع أفراد العينة، من بينهم 6.9% يعملون بالقسم الرياضي للتلفزيون، و 3.1% بالصحافة الرياضية المكتوبة، و 2.3% بالإذاعة؛ فروع المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها لصحفيون الرياضيين محل الدراسة يؤثر في ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي، فهي تختلف من حيث السياسة الإعلامية لكل مؤسسة، وكذلك من حيث الإمكانيات المادية، فالصحافة الرياضية المكتوبة لا تملك الإمكانيات المادية والبشرية كالقنوات التلفزيونية، خاصة العمومية كالقسم الرياضي للتلفزيون العمومي والإذاعة الوطنية.

الجدول رقم (83) يبين ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام بعض الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
دائماً	24	18.5%	44.138	02	.000
أحياناً	79	60.8%			
نادراً	27	20.8%			
المجموع	130	100%			
الأنواع الصحفية الأخرى التي يميل أفراد العينة نحو استخدامها في التحقيق الصحفي					
إخبارية	98	75.4%			
تعبيرية	22	16.9%			
فكرية	10	7.7%			
المجموع	127	100%			



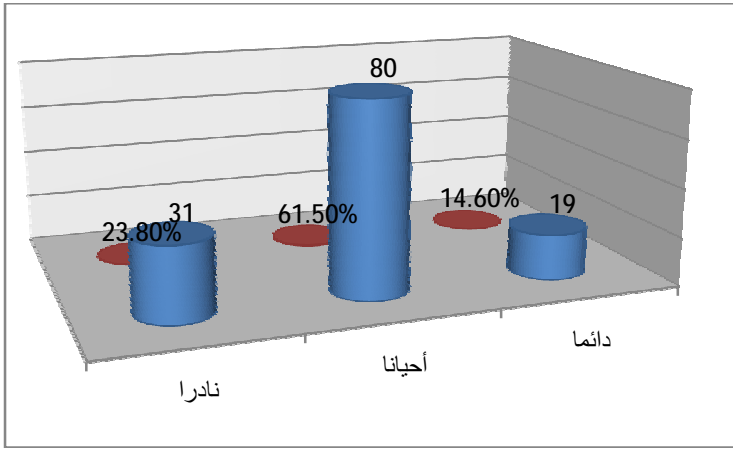
الشكل رقم (72) يوضح: ما إذا كان أفراد العينة يميلون نحو استخدام بعض الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم (83) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 44.138؛ عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج أوضحت كما هو مبين في الجدول أن 60.8% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة أحياناً ما يميلون نحو استخدام بعض الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي، فالصحفي هو النوع الصحفي الوحيد الذي يمكن أن يحمل جميع خصائص الأنواع الصحفية الأخرى، فالصحفي الرياضي يمكنه أن يستخدم الأنواع الصحفية الإخبارية، وبعض خصائص الأنواع التعبيرية، علاوة على الخصائص التي تتميز بها الأنواع الفكرية على غرار المقال والافتتاحية في التحقيق

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الصحفي، في حين نجد أن 20.8% من أفراد العينة نادرا ما يميلون نحو هذا الطرح، لأنهم لا يستخدمونه التحقيق أصلا وقد لا يعرفون خصائصه، بينما البقية، والذين بلغت نسبتهم 18.5% دائما ما يميلون للاستخدام الأنواع الصحفية الأخرى في هذا النوع الصحفي، وكما هو موضح في الجدول بلغت نسبة الأنواع الصحفية الإخبارية 75.4% من مجموع أفراد العينة الذين يميلون لاستخدام الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي، وأخذت الأنواع التعبيرية نسبة 16.9%، وأخيرا الأنواع الصحفية الفكرية بنسبة 7.7%

الجدول رقم(84)يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي لكثرة طلب الجماهير



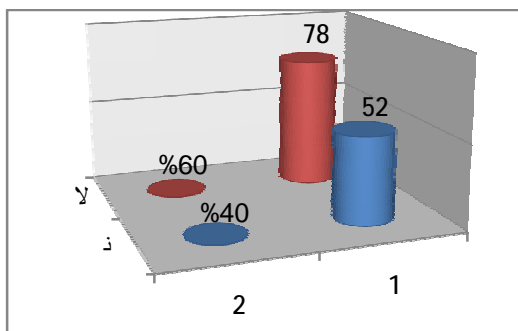
الشكل رقم(73)يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي لكثرة طلب الجماهير له

الأجوبة	التكرار	%
دائما	19	14.6%
أحيانا	80	61.5%
نادرا	31	23.8%
المجموع	130	100%
كا ² = 48.200		
د الحرية= 02		
م الدلالة= 0.000		

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(84) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²= 48.200؛ عند درجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج كما هو مبين في الجدول أن 61.5% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة أحيانا ما يكون ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي، نظرا لكثرة طلب الجماهير على هذا النوع الصحفي، فالجماهير دائما تحب أن تتعرف على الحقائق وكشف المستور، من خلال فضح الفاسدين في مجال الرياضة والمتسبب في المشاكل الحاصلة في قطاع الرياضة في الجزائر، بينما نجد 23.8% من أفراد العينة لا يتماشون وهذا الطرح، فقد لا يستخدمونه أصلا لنقص كفاءتهم وخبرتهم المهنية ومؤهلاتهم، أما البقية من أفراد العينة والذين بلغت نسبتهم 14.6% دائما ما يرون أن طلب الجماهير للتحقيق الصحفي من بين الأسباب التي جعلتهم يميلون نحو استخدام هذا النوع الصحفي.

الجدول رقم (85) يبين ما إذا كانت طبيعة المؤسسة الإعلامية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي



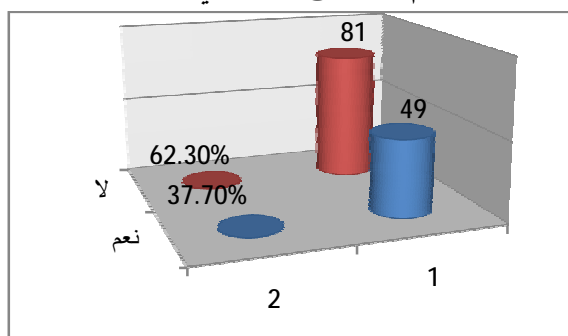
الأجوبة	التكرار	%
نعم	52	40.0%
لا	78	60.0%
المجموع	130	100%
كا ² =5.200	د-ح=01	م - د=0.023

الشكل رقم (74) يوضح: ما إذا كانت طبيعة المؤسسة

الإعلامية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي

تحليل النتائج: بينت نتائج الجدول رقم (85) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=5.200؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.023، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج كشفت، من خلال الجدول أعلاه أن 60% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون أن طبيعة المؤسسة الإعلامية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو التحقيق الصحفي، في حين أن البقية من أفراد العينة والذين بلغت نسبتهم 40% يرون أنها تؤثر على ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي؛ وهذه النتائج فيها نوع من التناقض مع النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول رقم 81، فالنتائج بعيدة عن الموضوعية في الإجابة، مقارنة بنتائج الجدول رقم 85، وهذا يدل على عدم اهتمام غالبية الصحفيين الرياضيين محل الدراسة بهذا النوع الصحفي، فهو ليس من أولويات المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، علاوة على عدم امتلاك الكفاءة التي تؤهلهم لاستخدام هذا النوع الصحفي، والتهرب من الاعتراف بهذا النقص.

الجدول رقم (86) يبين ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي بحثاً عن التميز



الأجوبة	التكرار	%
نعم	49	37.7%
لا	81	62.3%
المجموع	130	100%
كا ² =7.877	د-ح=01	م - د=0.005

الشكل رقم (75) يوضح: ما إذا كان ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي بحثاً عن التميز

تحليل النتائج

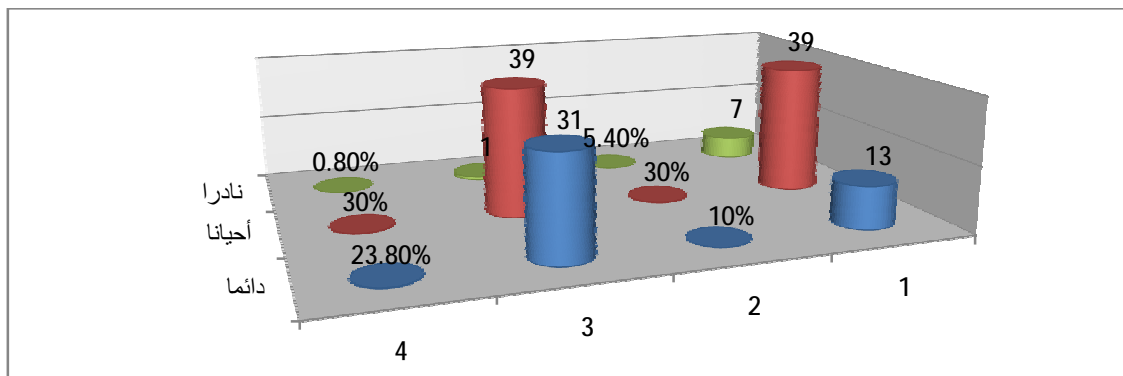
من خلال نتائج الجدول رقم (86) تبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا²=7.877؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.005، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج كشفت أن 62.3% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون أن البحث

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

عن التميز، سببا رئيسيا لميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي، رغم أن التحقيق الصحفي له من الخصائص ما يميز الصحفي الرياضي، فهم قلة قليلة ممن يستخدمونه، ففي المؤسسات الإعلامية الكبيرة نجد قسم التحقيقات مستقل بذاته عن الأقسام الأخرى؛ في حين أن البقية من أفراد العينة والذين بلغت نسبتهم 37.7% يرونه سببا في ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي

الجدول رقم(87)يبين العلاقة بين مدى تأثير صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

المتغيرات	عمومية		خاصة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	13	10%	31	23.8%	44	33.8%
أحيانا	39	30%	39	30%	78	60%
نادرا	7	5.4%	01	0.8%	8	6.2%
الإجمالي	59	45.4%	71	54.6%	130	100%
كا= 10.848	د- الحرية=2		مستوى الدلالة = 0.004			



الشكل رقم(76)يوضح: العلاقة بين مدى تأثير صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

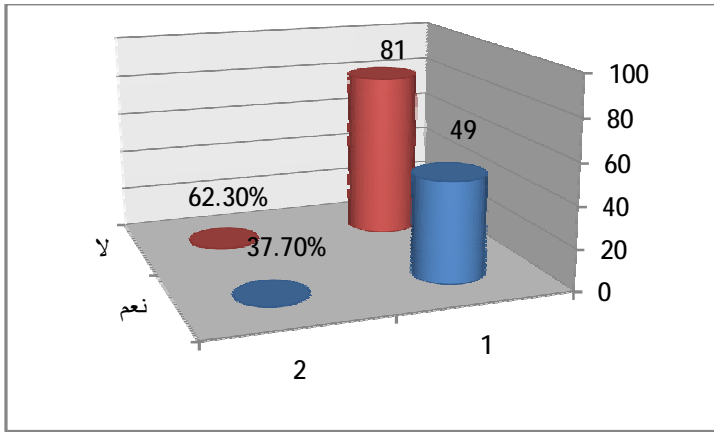
تحليل النتائج: يتضح من خلال بيانات الجدول رقم(87) أن هناك علاقة بين مدى تأثير صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 10.848، بدرجة حرية 2، ومستوى دلالة 0.003، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائية، فقد أظهرت النتائج أن أفراد العينة الذين أجابوا بأحيانا ما يميلون نحو استخدام التحقيق الصحفي بلغت نسبتهم 60%، انقسمت بالتساوي بين من يعملون بالمؤسسات الإعلامية العمومية والمؤسسات الإعلامية الخاصة بنسبة 30%، وبلغت نسبة من أجابوا بدائما ما يجدون صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

33.8%، منهم 23.8% يعملون بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، في حين الذين أجابوا بنادرا بلغت نسبتهم 6.2%، منهم 5.4% يعملون بالمؤسسات الإعلامية العمومية.

فلكل مؤسسة إعلامية مصادرها الخاصة، فجد العمومية منها متعاقدة مع وكالات أنباء نظرا للإمكانيات المادية، كما أن لها مصادر رسمية في المؤسسات الرياضية كونها حكومية، عكس الخاصة، التي تعاني من نقص المصادر، فأحيانا تنقل أخبارها من المؤسسات العمومية.

الجدول رقم (88) يبين ما إذا كان نقص الخبرة والتجربة عند أفراد العينة في مجال الاستقصاء يحول دون الميول نحو استخدام التحقيق الصحفي



الإجابة	التكرار	%
نعم	49	37.7%
لا	81	62.3%
المجموع	130	100%
كا ² = 17.723		
د الحرية = 01		
م الدلالة = 0.000		

الشكل رقم (77) يوضح: ما إذا كان نقص الخبرة والتجربة عند أفراد العينة في مجال الاستقصاء يحول دون الميول نحو استخدام التحقيق الصحفي

تحليل النتائج

إن الخبرة في العمل الصحفي عامة، وفي إعداد التحقيقات خاصة تساعد على أي موضوع حتى ولو كان عاديا مادة لتحقيق صحفي؛ فالخبرة تؤهل صاحبها للكتابة المختلفة عن أي محرر آخر من حيث سهولة الأفكار، وتحويل الأخبار إلى تحقيقات صحفية جيدة؛ فالخبرة حصيلة سنوات عمل المحقق داخل المؤسسة الإعلامية وتفاعله مع القضايا والأحداث التي تقع في المجتمع، فهي تأتي من خلال معرفته الجيدة بمتغيرات بيئته والاستجابة لها (شلهوب، 2004، ص 138)

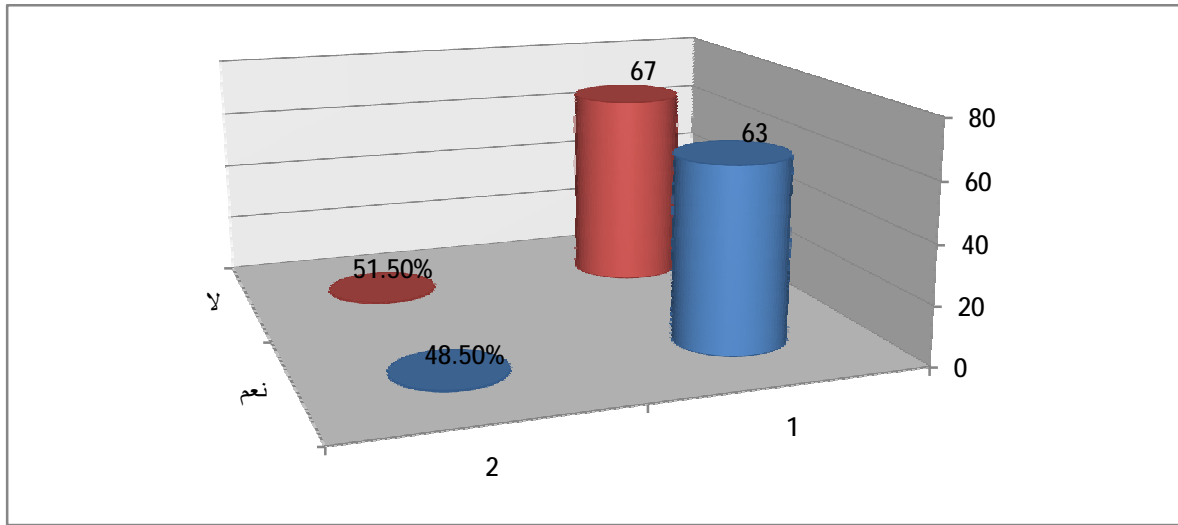
غير أن النتائج المتوصل إليها، كما هو موضح في الجدول رقم (88) كشفت غير ذلك، حيث أن 62.3% من أفراد عينة الدراسة لا يرون أن نقص الخبرة والتجربة عند الصحفيين الرياضيين في مجال الاستقصاء يحول دون الميل نحو استخدام التحقيق الصحفي، في حين أن البقية من أفراد العينة والذين بلغت نسبتهم 37.7% يرون العكس، أي أن هذا السبب يؤثر في الميول نحو استخدام هذا النوع الصحفي.

كما أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 17.723؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائيا؛

الفصل السادس عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم(89)يبين ما إذا كانت كثرة الرقابة من هيئة التحرير على التحقيق الصحفي تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام هذا النوع الصحفي

الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نعم	63	48.5%	0.123	01	.726
لا	67	51.5%			
المجموع	130	100%			



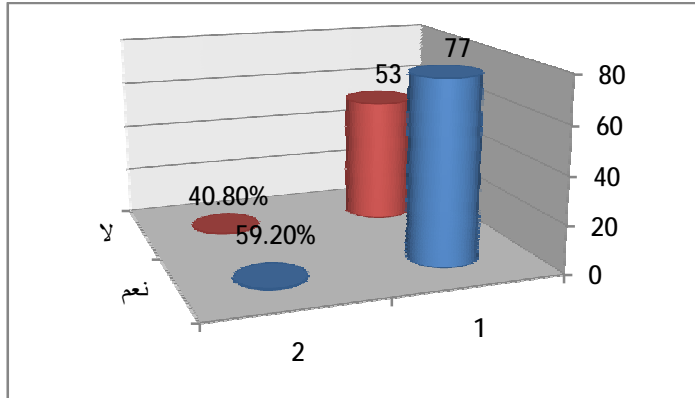
الشكل رقم(78)يوضح: ما إذا كانت كثرة الرقابة من هيئة التحرير على التحقيق الصحفي تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام هذا النوع الصحفي

تحليل النتائج

بينت نتائج الجدول رقم(89)أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=0.123؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.726، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً؛ فالنتائج كما موضح في الجدول أعلاه كشفت أن هناك تقارب في الآراء بين الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة، حيث بلغت نسبة من لا يرون أن كثرة الرقابة من هيئة التحرير تؤثر على ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي 51.5%، في حين أن البقية من أفراد العينة والذين بلغت نسبتهم 48.5% يرون أن الرقابة تؤثر على ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي.

وهذا الاختلاف في الآراء قد يعود لطبيعة ونوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة، علاوة على الميول نحو استخدام هذا النوع الصحفي بحد ذاته؛ فالصحفي الرياضي الذي لا يستخدم التحقيق الصحفي لا يهتم كثرة الرقابة من هيئات التحرير ولا المحاسبة من طرف المسؤولين عن المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها، فهو في الأخير غير معني بهذه المهمة.

الجدول رقم (90) يبين ما إذا كان نقص الحماية القانونية في المجال الإعلامي يؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي



الأجوبة	التكرار	%
نعم	77	59.2%
لا	53	40.8%
المجموع	130	100%
كا ² = 4.431		
د الحرية = 01		
م الدلالة = 0.035		

الشكل رقم (79) يوضح: ما إذا كان نقص الحماية القانونية في المجال الإعلامي يؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي

تحليل النتائج

كتب رجل القانون الأرجنتيني ألدو كوكا عن حقوق الإنسان في الاتصال قائلاً: "الحق في أن ترى، والحق في أن ترى، والحق في أن تعبر عن نفسك كتابة أو طباعة، والحق في أن تعبر عن نفسك في قالب فني، والحق في أن ترى، والحق في أن تعبر عن نفسك كتابة أو طباعة، والحق في أن تعبر عن نفسك في قالب فني، والحق في أن تختار..."؛ وفي التقرير النهائي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الذي نظّمته اليونيسكو، والذي صدر تحت عنوان "أصوات متعددة وعالم واحد"، من بين ما جاء فيه: الحق في الاستفسار، والحق في الحصول على المعلومات، والحق في إبلاغ الآخرين بالمعلومات وما يتصل بذلك من حقوق الإعلام" (أبو أصبع، 2006، ص 86)

غير أن نتائج الجدول رقم (90) كشفت أن 59.2% من أفراد عينة الدراسة يرون أن نقص الحماية القانونية في المجال الإعلامي يؤثر على ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي، في حين أن 37.7% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون العكس، كما أن النتائج المتوصل إليها بينت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا² = 4.431؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.035، وهي قيمة أقل من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً.

فالسفحي الرياضي في الجزائر رغم وجود قوانين إعلامية صدرت من طرف الدولة الجزائرية آخرها قانون الإعلام 2012، وقانون السمعى البصر 2014، إلا أنه يبقى متخوفاً من تطبيقها، كونها تفتقد لآليات التطبيق.

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

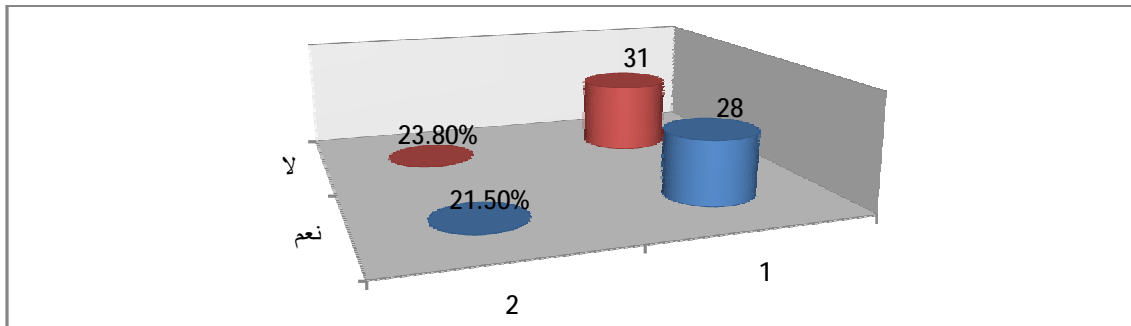
الجدول رقم(91)يبين العلاقة بين مدى تأثير نقص الحوافز المادية على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

المجموع		خاصة		عمومية		المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك	البدائل
59.2%	77	37.7%	49	21.5%	28	نعم
40.8%	53	16.9%	22	23.8%	31	لا
100%	130	54.6%	71	45.4%	59	الإجمالي
د - الحرية=1				كا=2=6.201		
				مستوى الدلالة= 0.013		

تحليل النتائج
إنّ الحوافز بأنواعها هي عنصر هام في خلق الرضا لدى العاملين، الأمر الذي يؤدي إلى أدائهم للأعمال الموكلة لهم بشكل مرض وجيد، فالحوافز هي فرص أو وسائل تضعها

إدارة المؤسسات الإعلامية أمام الصحفيين العاملين بها لتثيير رغباتهم وتخلق لهم دوافع من أجل السعي للحصول عليها عن طريق الجهد والعمل المنتج والسلوك السليم، وذلك لإشباع حاجاتهم التي يشعرون بها والتي تحتاج إلى إشباع، و التي تحقق لهم بذلك الرضا الوظيفي الذي يعتبر من أهم العوامل ذات التأثير الإيجابي نحو بذل المزيد من الجهد باتجاه تحسين وتطوير أدائهم(بوودن، 2018، ص325)

وهذا ما أكدته بيانات الجدول رقم(91) التي أظهرت أن هناك علاقة بين مدى تأثير نقص الحوافز المادية على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما أكدته قيمة كا²، التي بلغت = 06.201، بدرجة حرية 1، ومستوى دلالة 0.013، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائياً، فقد أظهرت النتائج أن نسبة 59.21% من مجموع أفراد العينة يرون أن نقص الحوافز المادية يؤثر على ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي بالمؤسسات الإعلامية، من بينهم 37.7% يعملون العمومية، و21.5% بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، في حين بلغت نسبة من يرون أن نقص الحوافز المادية ليس له تأثير على ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي 40.8%، منهم 23.8% يعملون بالمؤسسات الإعلامية العمومية.



الشكل رقم(80)يوضح: العلاقة بين مدى تأثير نقص الحوافز المادية على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الجدول رقم (92) يبين العلاقة بين ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

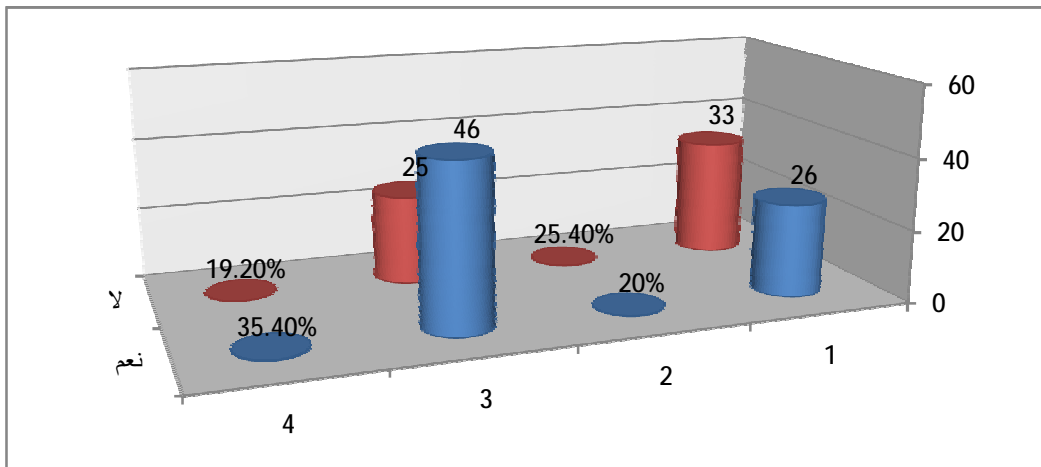
المجموع		خاصة		عمومية		المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك	البدائل
55.4%	72	35.4%	46	20%	26	نعم
44.6%	58	19.2%	25	25.4%	33	لا
100%	130	54.6%	71	45.4%	59	الإجمالي
0.018		مستوى الدلالة =		د- الحرية = 1		كا = 5.559 = 2

تحليل النتائج:

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (92) أن هناك علاقة بين ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد

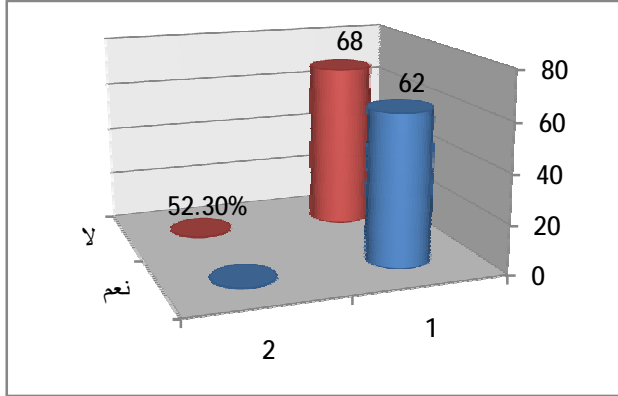
العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما أكدته قيمة χ^2 ، التي بلغت = 05.559، بدرجة حرية 1، ومستوى دلالة 0.018، وهي قيمة أقل من 0.05، فهي دالة إحصائياً، فقد أظهرت النتائج أن نسبة 55.4% من مجموع أفراد العينة يرون أن الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي، من بينهم 35.4% يعملون بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، و20% في المؤسسات الإعلامية العمومية، في حين بلغت نسبة من لا يرون هذا سببا في التأثير على ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي 44.6%، من بينهم 25.4% يعملون في المؤسسات الإعلامية العمومية.

يرى الباحث أن الربح المادي من أهم ما تصبوا إليه المؤسسات الإعلامية، من خلال الإشهار الذي يعتبر الرئة التي تتنفس من خلالها هذه المؤسسات، وهذا لأجل بقائها واستمرارها في السوق الإعلامية؛ فهو في الأصل هدف مشروع، حتى وإن كان غير معلن عنه، غير أن هذا لا يعني أن يكون على حساب تنوير الرأي العام الرياضي بالحقائق الصادقة، من خلال حرية التعبير والممارسة المهنية للصحفي وإبداء رأيه بكل حرية.



الشكل رقم (81) يوضح: العلاقة بين ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي وطبيعة المؤسسة الإعلامية

الجدول رقم(93)يبين ما إذا كنت أخلاقيات المهنة الصحفية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي



الشكل رقم(82)يوضح: ما إذا كنت أخلاقيات المهنة الصحفية تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي

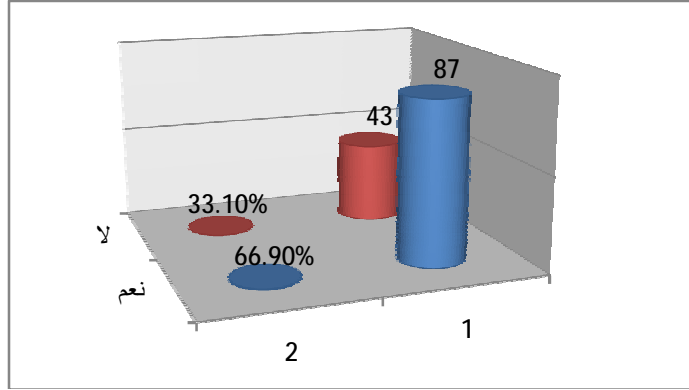
الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	62	47.7%
لا	68	52.3%
المجموع	130	100%
كا ² =0.277		
د الحرية= 01		
م الدلالة=0.599		

تحليل النتائج

نصت المادة 92 في الفصل الثاني من قانون الإعلام 05/12، والذي يتضمن آداب وأخلاقيات المهنة: "يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لأداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي، يجب على الصحفي على الخصوص(القانون 05/12، المتعلق بالإعلام، ص ص29-30) - احترام شعارات الدولة ورموزها - التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي - نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية - تصحيح كل خبر غير صحيح - الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر - الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني - الامتناع عن تمجيد الاستعمار - الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف - الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف - الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية - الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن؛ فرغم هذه الشروط المفروضة من المشرع الجزائري على الصحفيين، إلا أن نتائج الجدول رقم (93)بينت أن 55.4% من أفراد عينة الدراسة يرون أن أخلاقيات المهنة الصحفية في مجال الإعلام الرياضي لا يؤثر على ميولهم نحو استخدام التحقيق الصحفي، في حين أن 47.7% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أنها تؤثر، وهذا راجع إلى أن أغلب الصحفيين الرياضيين في الجزائر قد لا يكونون على اطلاع بالقوانين الإعلامية، ناهيك على أن التحقيق كنوع صحفي غائب في الساحة الرياضية الجزائرية، قد يعود للسياسات الإعلامية المنتهجة والتي لا تعتمد على هذا النوع الصحفي، وقد تعود لأسباب أخرى على غرار عدم وجود صحفيين أكفاء في هذا المجال.

كما بينت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=0.277؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.05، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً.

الجدول رقم (94) ما إذا كان قصر تجربة الإعلام في المجال الرياضي أثرت على استخدام التحقيق الصحفي في المؤسسات الإعلامية



الأجوبة	التكرار	%
نعم	87	9.66%
لا	43	33.1%
المجموع	130	100%
قيمة كا ² : 14.892		
د - الحرية: 01		
م - الدلالة: 0.000		

الشكل رقم (83) يوضح: ما إذا كان قصر تجربة الإعلام في المجال الرياضي أثرت على استخدام التحقيق الصحفي في المؤسسات الإعلامية

تحليل النتائج

كشفت نتائج الجدول رقم (94) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا ما دلت عليه قيمة كا²=14.892؛ عند درجة الحرية 1، ومستوى الدلالة 0.000، وهي قيمة أكبر من 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية؛ فالنتائج بينت أن 66.9% من أفراد عينة الدراسة يرون أن قصر تجربة الإعلام الرياضي في الجزائر يؤثر على استخدام التحقيق الصحفي في المؤسسات الإعلامية، في حين أن 33.1% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة لا يرون هذا سببا مؤثرا في استخدام هذا النوع الصحفي.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن الإعلام الرياضي في الجزائر مازال فنيا مقارنة بالإعلام الذي يعالج القضايا السياسية والاجتماعية، رغم صدور قانون الإعلام 12/05، الذي يتيح فتح مؤسسات إعلامية خاصة، من شأنها الاهتمام بالجانب الرياضي، وكذلك القانون 14/04، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، إلا أنه يبقى حبرا على ورق، ولم يتجسد في الواقع، ولا توجد لحد الآن قنوات تلفزيونية ولا إذاعات، لا عمومية ولا خاصة متخصصة في المجال الرياضي في الجزائر، ماعدا قناة الهدف، والتي تعتبر مكتب فقط تبث من خارج الوطن، في المقابل هناك مجموعة من الجرائد المتخصصة في الرياضة على غرار الهدف، الخبر الرياضي، الكورة نيوز، البطولة...، إلا أنها تبقى غير كافية لتلبية حاجات الجماهير الجزائرية الرياضية من جهة، وتكوين صحفيين قادرين على الاهتمام بالمجال الاستقصائي في الجانب الرياضي من جهة أخرى.

6-1-2- عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

الجدول رقم(95)يبين مساحة الأنواع الصحفية مقارنة بالمساحة الكلية لعينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي		الإذاعة الوطنية		جريدة الهدف		المؤسسة
النسبة	المساحة	المساحة	%	%	المساحة	المساحة
80.87%	915.47د	92%	597.16د	87.9%	253.14 صفحة (106318.8سم)	مساحة الأنواع الصحفية
100%	1132دقيقة	100%	649 دقيقة و 25 ثانية	100%	288 صفحة (120960سم ²)	المساحة الكلية لعينة الدراسة

تحليل النتائج:

أشارت بيانات الجدول رقم(95) أن المساحة الكلية لعينة الدراسة التحليلية في قناة الهدف والتمثلة في 12 عددا بـ 288 صفحة، والتي تعادلها 120960سم²، حيث خصصت منها نسبة 87.9%، بمساحة قدرت بـ 253.14 صفحة، ما يعاها 106318.8 سم² للأنواع الصحفية، وهي نسبة معتبرة، في حين نجد بقية المساحة كانت لبعض المواضيع الأخرى والتي لا تدخل ضمن الأنواع الصحفية والتي تتمثل في الإشهار، والذي بلغت نسبته بـ 2.92% بمساحة قدرت بـ 8.41 صفحة(7932.73سم²)، ونجد كذلك بعض المواضيع الأخرى، فجريدة الهدف تخصص في كل عدد منها ما يعادل أو يقارب صفحة كاملة للمواضيع الدينية، حيث وجدنا 11 صفحة (4620سم²)، ناهيك عن الصفحة الأولى من كل عدد والتي تخصص للعناوين، ونادرا ما يكون فيها مساحات إخبارية، بالإضافة إلى ما يسمى ببطاقات اللقاء، والتي يتم فيها وصف الملعب والتشكيلة، ورجل المباراة، ...

أما البرامج الرياضية الإذاعية والتمثلة في برنامج أستوديو الكرة، فقد خصص نسبة 92%، بمساحة قدرت بـ 597دقيقة و16 ثانية، للأنواع الصحفية من مجموع 12 عددا بمساحة 649 دقيقة و25 ثانية، وهي أكبر نسبة في عينة الدراسة، أما بقية المساحة فقد خصصت للجنريك في بدايات ونهايات الحصص، بالإضافة إلى الفواصل الموسيقية، وكلك تقديم الضيوف، وأحيانا تضيع بعض الثواني بسبب الخلل التقني.

وبينت نتائج الجدول كذلك أن البرنامج الرياضي التلفزيوني أستوديو المحترفين خصص نسبة 80.87% من محتواه للأنواع الصحفية، أي ما يعادل 915 دقيقة و47 ثانية، من مساحة إجمالية قدرت بـ 1132 دقيقة في 12 عددا، أما بقية محتوى البرنامج فقد خصص للجنريك والتقديم والذي أحيانا ما يأخذ أكثر من دقيقتين في العدد الواحد بسبب استضافة أكثر من ثلاثة ضيوف في كل عدد، بالإضافة إلى نتائج المباريات الخاصة بالبطولة الوطنية المحترفة موبيليس، ناهيك عن الكلمات الأخيرة التي يخصصها مقدم البرنامج لضيوفه، فتكون للإهداءات أو التعزيات، أو التحايا....

الجدول رقم(96)يبين: المواضيع الغير الرياضية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي			الإذاعة الوطنية			جريدة الهداف			المؤسسة
%	المساحة	ت	%	المساحة	ت	%	المساحة	ت	المواضيع
%00	00	00	%00	00	00	%00	00 ص	00	المواضيع السياسية
%00	00	00	%00	00	00	%5.51	1.5 ص	07	المواضيع الثقافية
%00	00	00	%00	00	00	%73.23	11 ص	93	المواضيع الدينية
%00	00	00	%00	00	00	%16.54	1.3 ص	21	المواضيع الترفيهية
%00	00	00	%00	00	00	%4.72	1.2 ص	06	المواضيع الاجتماعية
%100	5.39	01	%00	00	00	%00	00 ص	00	مواضيع أخرى
%100	100	01	%00	00	00	%100	15 ص	127	المجموع

تحليل النتائج:

من خلال الجدول رقم(96) والذي يمثل المواضيع الغير رياضية في عينة الدراسة التحليلية ، تبين لنا أن هناك 127 موضوعا في جريدة الهداف التي تمثل الصحافة الرياضية المكتوبة، بمساحة بلغت 15 صفحة(6300سم²) من 12 عددا، حيث احتلت المواضيع الدينية المرتبة الأولى بنسبة بلغت 73.23%، بمساحة قدرت بـ 11 صفحة(4620سم²) ، حيث نجد كل عدد تقريبا يحتوي على صفحة كاملة في الصفحة رقم 23 في جميع أعداد الجريدة تسمى " لقاء الإيمان"، واحتلت المواضيع الترفيهية المرتبة الثانية بنسبة بلغت 16.54% بمساحة قدرت بـ 1.3 صفحة(546سم²)، وهي عبارة عن نكت توجد في الصفحة الثانية من كل عدد والمعنونة بـ" واش قالو اليوم"، بينما جاءت المواضيع الثقافية والاجتماعية في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي بنسبة بلغت 5.51%، و 4.72%، بمساحة قدرت بـ 1.5 صفحة(630.سم²)، و1.2 صفحة(504سم²)، فالمواضيع الثقافية نجد فيها معلومات ثقافية رياضية عن اللاعبين وتاريخ تنبؤات الأندية...، أما المواضيع الاجتماعية فهي عبارة عن تعزيات للأموات، ونداءات إغاثة ومساعدة للمساكين...، بينما خلت محتويات الجريدة من المواضيع السياسية، والتي لم نجد لها أثرا كون الصحفيين الرياضيين لا يهتمون بالسياسة، وحتى السياسة الإعلامية للمؤسسات التي يعملون فيها لا تضع في أجدنتنا المواضيع السياسية، فهذه المواضيع غالبا ما يتم تجنبها، خوفا على مناصبهم وسحب الاعتماد للقنوات والجرائد.

أما بالنسبة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية محل الدراسة، فلم نجد أثرا للمواضيع الغير رياضية، ما عدا موضوعا واحدا في برنامج أستوديو المحترفين الذي يبثه التلفزيون الجزائري، بمساحة قدرت بـ 5 دقائق و39 ثانية، والذي كان عبارة عن بورترية تاريخي عن المجاهد عمر حمادي

الجدول رقم (97) يبين: المواد الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية حسب التقسيم الجغرافي

التلفزيون العمومي		الإذاعة الوطنية		جريدة الهداف		المؤسسة التقسيم
النسبة%	التكرار	%	التكرار	النسبة	التكرار	
00%	00	00%	00	10.23%	134	مواد إعلامية محلية
85.1%	257	73.3%	96	76.24%	998	مواد إعلامية وطنية
14.9%	45	26.7%	35	13.52%	177	مواد إعلامية دولية
100%	302	100%	131	100%	1309	المجموع

تحليل النتائج:

من خلال استقراء بيانات الجدول رقم (97) اتضح لنا أن عدد المواد الإعلامية الرياضية بجميع أنواعها المحلية، الوطنية والدولية في الإعلام الرياضي الجزائري من خلال الدراسة التحليلية بلغت 1309 مادة إعلامية رياضية في جريدة الهداف، حيث احتلت المواد الإعلامية الرياضية الوطنية والتي تخص البطولات التي تنشط في البطولات الوطنية للدرجات العليا كالبطولة المحترفة لكرة القدم موبيليس، وكذلك الرياضات الأخرى للبطولة الأولى الترتيب الأول بنسبة بلغت 76.24%، وجاءت المواد الإعلامية الرياضية الدولية والتي تخص البطولات الدولية والعالمية على غرار رابطة أبطال إفريقيا وأوروبا وكأس إفريقيا وأوروبا وكأس العالم، والأولمبياد، وأخبار المنتخبات الوطنية.... الترتيب الثاني بنسبة بلغت 13.52%، وثالثا وأخيرا المواد الإعلامية الرياضية المحلية والتي تخص البطولات التي تنشط في الدرجات السفلى كالهواة بنسبة بلغت 10.23%.

أما بالنسبة للبرامج الإذاعية، والمتمثلة في برنامج أستوديو الكرة، وجدنا 131 مادة إعلامية رياضية، احتلت فيها المواد الإعلامية الوطنية الترتيب الأول بنسبة بلغت 73.3%، المواد الإعلامية الدولية الترتيب الثاني بنسبة بلغت 26.7%، بينما غابت المواد الإعلامية المحلية في هذا البرنامج تماما في حين بلغت عدد المواد الإعلامية الرياضية في البرنامج التلفزيوني محل الدراسة 302 مادة إعلامية، احتلت فيها المواد الإعلامية الوطنية الترتيب الأول بنسبة بلغت 85.1%، والمواد الإعلامية الدولية الترتيب الثاني بنسبة بلغت 14.9%، وغياب المواد الإعلامية المحلية في هذا البرنامج التلفزيوني لأنه برنامج يعنى فقط بالبطولة المحترفة الوطنية موبيليس وكذلك بالمنتخبات الوطنية تجدر الإشارة إلى أن غياب المواد الإعلامية الرياضية المحلية عن البرنامجين الرياضييين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة التحليلية يعود سببه إلى أن هاذين البرنامجين يهتمان بالبطولة الوطنية موبيليس لكرة القدم وكذلك بأخبار المنتخبات الوطنية ولاعبها لكرة القدم

الجدول رقم(98)يبين اتجاه أفراد العينة عند كتابة المواد الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي		الإذاعة الوطنية		جريدة الهدف		المؤسسة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاتجاه
65.6%	198	54.2%	71	39%	506	اتجاه ذاتي
34.4%	104	45.8%	60	61%	803	اتجاه موضوعي
100%	302	100%	131	100%	1309	المجموع

تحليل النتائج:

من خلال بيانات الجدول رقم(98) اتضح أن الاتجاه الموضوعي للصحفيين الرياضيين في معالجة المواضيع الرياضية في جريدة الهدف احتل المرتبة الأولى بنسبة بلغت 61%، وهذا راجع للاستخدام الأكبر لأنواع الصحفية الإخبارية، والتي تتسم بعدم إدخال ذاتية الصحفي الرياضي في هذا الأنواع، رغم وجود بعض المواضيع الإخبارية طغت عليها الذاتية في الكثير من الأحيان، من خلال تعليق الصحفي عليها وإبداء رأيه فيها، في حين بلغت نسبة الاتجاه الذاتي للصحفيين الرياضيين في معالجة المواضيع الخاصة بالإعلام الرياضي المكتوب 39% من العدد الإجمالي لعينة الدراسة التحليلية، وهذه نسبة عالية، خاصة وأن النسبة الكلية لأنواع الصحفية الإخبارية في عينة الدراسة التحليلية الخاصة بالإعلام الرياضي المكتوب كما بينته نتائج الجدول رقم 107 بلغت 93%

غير أن العكس وجدناه في البرنامجين الرياضيين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة، فقد غلبت الذاتية في البرامج الرياضية الإذاعية والتلفزيونية، حيث بلغت نسبة الاتجاه الذاتي للصحفيين الرياضيين في البرنامج الإذاعي محل الدراسة التحليلية نسبة 54.2%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالنسبة الكلية لاستخدام الأنواع الصحفية الإخبارية في البرنامج الرياضي الإذاعي محل الدراسة، والتي أسفرت عنها نتائج الجدول رقم 108، والتي بلغت 86.77%، بينما احتلت موضوعية الصحفي الرياضي 45.8%.

أما البرنامج الرياضي التلفزيوني محل الدراسة فقد بلغت ذاتية الصحفي الرياضي في معالجة المواضيع الرياضية نسبة 65.6%، والموضوعية 34.4%.

وهذا راجع لطبيعة البرنامج الرياضي التلفزيوني، حيث يتم فيه تحليل الأحداث والمقابلات الرياضية التي جرت في الأسبوع، فتغلب ذاتية المحللين، خاصة وأن البرنامج الرياضي التلفزيوني طغى عليه التعليق الصحفي كنوع فكري، والذي كما هو معروف يتسم بالذاتية.

ويمكن القول من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن الصحفي الرياضي في الإعلام الرياضي الجزائري لا يحترم خصائص الأنواع الصحفية من خلال إدخال ذاتيته وإبداء آرائه في الأنواع الصحفية الإخبارية التي تتسم بالموضوعية(الخبر مقدس)

الجدول رقم (99) يبين: مصادر المواد الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي		الإذاعة الوطنية		جريدة الهدف		المؤسسة المصادر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
55.3%	167	86.2%	113	6.3%	82	التحرير المركزي
44.4%	134	9.2%	13	68.5%	897	المراسل الصحفي
00%	00	00%	00	00%	00	وكالات الأنباء
0.3%	1	0.7%	1	7.7%	101	مؤسسات إعلامية
00%	00	00%	00	4.3%	56	مواقع إلكترونية
00%	00	00%	00	00%	00	شهود عيان بدون
00%	00	3%	4	13.2%	173	مصدر مجهول
100%	302	100%	131	100%	1309	المجموع

تحليل النتائج: من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر الأنباء والمعلومات داخل المجتمع، لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم، ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة في إطار الاعتماد المتبادل في كل الأحوال، أو التقرير بسيادة تأثير أيها على الآخر، ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن جوهرها في أغلب الأحوال (عبد الحميد، 2004، ص166)؛ فبيانات الجدول رقم (99) أوضحت أن هناك تنوع في مصادر الأخبار والمعلومات للصحفيين الرياضيين الجزائريين، غير أن سيطرة بعض المصادر على المعلومة واضح، حيث وجدنا أن نسبة 68.5% من المصادر تعود للمراسلين بالنسبة لجريدة الهدف، و13.2% مصادر مجهولة، و7.7% من مؤسسات إعلامية، و6.3% تحرير مركزي، و4.3% من المواقع الإلكترونية، بينما وكالات الأنباء وشهود عيان لا يوجد لهم أثر كمصادر للإخبار في جريدة الهدف.

أما بالنسبة للمصادر الإخبارية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية فتكاد تكون مناصفة بين المراسل الصحفي والتحرير المركزي، حيث بلغت نسبة الاعتماد على التحرير المركزي كمصدر للأخبار في الإذاعة 86.2%، و9.2% للمراسل الصحفي، و3% مصادر مجهولة، كقول الصحفي الرياضي سواء في الجريدة أو في السمي البصري" ذكرت مصادرنا، أو ذكرت مصادر صحفية مقربة، ذكرت بعض المصادر...، و1% مؤسسات إعلامية، بينما غابت شهود العيان، والمواقع الإلكترونية ووكالات الأنباء، وكذلك بالنسبة للبرامج الرياضية التلفزيونية، فقد بلغت نسبة التحرير المركزي 55.3%، و44.4% بالنسبة للمراسل الصحفي، و0.3% للمؤسسات الإعلامية، وغياب تام لبقية المصادر الإخبارية (شهود العيان، والمواقع الإلكترونية ووكالات الأنباء)

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

للإشارة أيضا وكما هو موضح في الجدول أعلاه أن الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري يعتمدون على الأخبار والمعلومات التي تنشر بالمؤسسات الإعلامية العالمية، مثل: قنوات أورو سبورت، قناة "Gol" الإسبانية، إذاعة كادينا سير الفرنسية، صحيفة "موندو دييورتيفو"، و"سبورت" و"ماركا" الإسبانية، صحيفتا "لابروفنس" و"فوت بال" الفرنسيتين، صحيفتا "كوريري ديلو سبورت" و"توتو سبورت" الإيطاليتين، ناهيك عن المواقع الالكترونية الكبرى، والتي نذكر منها: "ديفانسا سونترال"، وموقع "بيرنابيو ديجيتال" وموقع "Goal"، وموقع "كالتشيو ميركاتو"؛ علاوة على المواقع والقنوات الخاصة بالأندية الكبيرة على غرار ريال مدريد، برشلونة، بايرن ميونيخ...

ويمكن القول أن مصادر المواد الإعلامية الرياضية لدى الصحفي الرياضي في الإعلام الرياضي الجزائري تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى حسب إمكانياتها المادية والبشرية، وطبيعتها ونوعها، وحتى سياستها الإعلامية

الجدول رقم(100) بين: أنواع المواد الإعلامية الرياضية حسب نوع الألعاب في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي		الإذاعة الوطنية		جريدة الهدف		المؤسسة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	أنواع الألعاب	
100%	302	100%	131	100%	1436	كرة القدم	
00%	00	00	00	00%	00	كرة اليد	
00%	00	00	00	00%	00	كرة الطائرة	
00%	00	00	00	00%	00	كرة السلة	
00%	00	00	00	00%	00	ألعاب أخرى	
00%	00	00	00	00%	00	أخرى	
00%	00	00	00	100%	1436	المجموع	
00%	00	00	00	00%	00	ألعاب القوى	
00%	00	00	00	00%	00	السباحة	
00%	00	00	00	00%	00	الجودو	
00%	00	00	00	00%	00	الكراتي دو	
00%	00	00	00	00%	00	الملاكمة	
00%	00	00	00	00%	00	أخرى	
100	302	100	131	00%	00	المجموع	

تحليل النتائج: بيانات الجدول (100) أظهرت أن المواد الإعلامية الرياضية في الإعلام الرياضي الجزائري، بجميع أنواعه المكتوب والمتمثل في جريدة الهدف، المسموع والمتمثل في برنامج استوديو الكرة، والتلفزيوني، والمتمثل في استوديو المحترفين، تغطي فقط لعبة كرة القدم وبنسبة 100%، وغياب

الفصل السادس — عرض وتحليل ومناقشة النتائج

تام للألعاب والرياضات الأخرى، وهذا راجع لسياسة المؤسسات الإعلامية، فجريدة الهدف اليومي تخص فقط كرة القدم، فجل صفحاتها والتي قد تصل إلى أكثر من 16 صفحة مخصصة للبطولة الوطنية الأولى والثانية، و صفحة أو صفحتين للبطولة الهاوية، و صفحة أو صفحتين عند مشاركة الأندية الجزائرية لكرة القدم في الدوريات الإفريقية، بالإضافة إلى نصف، وأحيانا صفحة، لأخبار لاعبي المنتخب الوطني لكرة القدم، نجد أيضا البرامج الإذاعية والتلفزيونية محل الدراسة، فهي كذلك تعنى بالبطولة الوطنية لكرة القدم موبيليس وأخبار الأندية الجزائرية لكرة القدم.

فالإعلام الرياضي بجميع وسائله في جميع المجتمعات يعكس مدى اهتمامه لطب الجماهير من خلال صفحاته الرياضية في الجرائد وكذا البرامج الرياضية التي تبثها وسائله السمعية البصرية؛ فاهتمام جريدة الهدف، والبرامج الرياضية محل الدراسة بالتغطية الإعلامية المكثفة للأحداث الرياضية للعبة كرة القدم، ما هو إلا انعكاس لشعبية هذه اللعبة بين أوساط الجماهير الرياضية الجزائرية وطلبهم بشدة لكل ما له صلة بهذه اللعبة، من خلال متابعتهم للمقابلات والتظاهرات الرياضية، سواء وطنيا من خلال البطولة المحترفة موبيليس، أو على الصعيد الدولي والعالمي، من خلال متابعة المقابلات الخاصة بالأندية والمنتخبات التي يناصرونها، كرابطة أبطال إفريقيا ورابطة أبطال أوروبا، وكذا كأس الأمم الإفريقية والأوربية، وكأس العالم ...

غير أن هذا لا يعني الإهمال التام للألعاب الأخرى، فهناك جماهير كثيرة تحب كرة اليد وكرة السلة، والكراتي دو، والتنيس...، وبالتالي يجب على وسائل الإعلام الرياضية في الإعلام الرياضي الجزائري تحقيق رغبات هذا الجمهور من خلال تخصيص صفحات وبرامج خاصة لهذه الألعاب

الجدول رقم(101)يبين نوع اللغة المستخدمة في كتابة المادة الإعلامية الرياضية في عينة الدراسة التحليلية

المؤسسة		جريدة الهدف		الإذاعة الوطنية		التلفزيون العمومي	
اللغة		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الفصحى		360	27.5%	81	61.8%	121	40%
المختلطة		949	72.5%	50	38.2%	181	60%
المجموع		1309	100%	131	100%	302	100%

تحليل النتائج:

أشارت بيانات الجدول (101) أن الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري المكتوب والمتمثل في جريدة الهدف يمزجون بين اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية أو قليلا من اللغة الفرنسية لإيصال ونقل المعلوم والأخبار الرياضية إلى الجمهور، حيث بلغت نسبة استخدامهم للغة المختلطة، أو ما تسمى باللغة الثالثة 72.5%، وهذا راجع لطبيعة الإعلام الرياضي والذي يجد الصحفي نفسه مجبرا على التكلم بالعامية أو باللغة الفرنسية، خاصة في الندوات الصحفية التي يديرها المدربون الجزائريين،

سواء المنتخبات أو النوادي، ناهيك عن الأحاديث (المقابلات) الصحفية التي يجرونها مع اللاعبين، والتي تكون جلها بالعامية، كون اللاعبين لا يملكون مستويات دراسية تمكنهم من التكلم باللغة العربية الفصحى، كما أن البيانات أشارت أن نسبة 27.5% يستخدمون اللغة العربية الفصحى في كتابة الأخبار والمقالات، وبعض الأنواع الصحفية الأخرى التي تستدعي وتجبرهم على كتابتها بالفصحى

بينما نجد العكس في الإذاعة، فبيانات الجدول أشارت أن البرامج الرياضية الإذاعية تعتمد على اللغة العربية الفصحى لإيصال الأخبار والمواضيع الرياضية بنسبة بلغت 61.8%، ونسبة 38.2% على اللغة المختلطة، وهذا راجع لطبيعة برنامج أستوديو الكرة، فهذا الأخير في جميع أعداده محل الدراسة التحليلية لا يستضيف سوى ضيفا واحدا، يتم محاورته في أغلب الأحيان باللغة العربية الفصحى، بالإضاعة إلى الاتصالات الهاتفية التي يجريها مقدم البرنامج مع اللاعبين أو المدربين، أو أي مسؤول في المجال الرياضي، والتي تكون إما باللغة العربية، أو بمزيج بين الفصحى والمختلطة

أما البرامج التلفزيونية، وكما هو موضح في الجدول، والذي أسفرت بياناته أن نسبة 60% من محتوى البرنامج الرياضي التلفزيوني محل الدراسة يستخدم اللغة المختلطة، و40% يستخدم اللغة الفصحى، وهذا راجع لطبيعة برنامج استوديو المحترفين، فهذا البرنامج يستضيف في الغالب ثلاثة محلين وأكثر، سواء كانوا مدربين، أم لاعبين، أم إداريين؛ جلهم يستخدمون العامية وأحيانا التكلم باللغة العربية الممزوجة بالعامية واللغة الفرنسية، مما يستدعي الصحفي لمجارتهم والتكلم بنفس الطريقة أحيانا، ويمكن تفسير هذه النتائج كون الجمهور الرياضي، خاصة منتبعي البرامج الرياضي الإذاعية والتلفزيونية محدودي الثقافة، وهم من عامة الناس، فقد لا يجيدون حتى القراءة والكتابة، وبالتالي وجب على مقدمي هذه البرامج أن يتكلموا بلغة عامية بسيطة ومفهومة، وهذا لا يعني تقديم كل البرامج أو كل وقت البرنامج بلغة دارجة بعيدة عن الفصحى، وإنما يراعي فيها الصحفي الرياضي الفروقات الفردية للجماهير المنتبعين لبرامجه الرياضية؛ فالنتائج المتحصل عليها موضوعية إلى حد بعيد.

فلغة الصحافة ليست لغة فنية خاصة يمتاز بها مجموعة من الناس، بل هي لغة عامة يتفق من يستطيعون القراءة على فهمها، وما تقدمه لقرائها يجد طريقه ميسرا إلى لغتهم حين يكتبون أو حين يتكلمون، فليس غريبا إذن أن تكون لغة الصحافة أقرب تمثيلا للخصائص اللغوية التي تميز العربية الآن (معبد العزيز، د س ن، ص 12)

الجدول رقم(102) يبين: الأنواع الصحفية الإخبارية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي			الإذاعة الوطنية			جريدة الهداف			المؤسسة
المساحة	%	التكرار	المساحة	%	التكرار	المساحة	%	التكرار	الأنواع الصحفية
18.30د	4.1%	43	27.16د	5.24%	40	97.96	41.55%	739	الخبر الصحفي
142د	31.7%	51	00	00%	00	96.83	41.1%	353	التقرير الصحفي
287د	64.2%	66	491د	94.76%	60	40.88	17.35%	166	الحديث الصحفي
447.3د	100%	160	518.16	100%	100	235.67	100%	1258	المجموع

تحليل النتائج:

أسفرت بيانات الجدول رقم(102) أن الخبر الصحفي تصدر الأنواع الصحفية الإخبارية في جريدة الهداف، حيث بلغت نسبه 41.55% بمساحة قدرت بـ 97.96 صفحة(41143.2سم²) من العدد الإجمالي للدراسة التحليلية، وكذلك بالنسبة للتقرير الصحفي، فقد احتل الترتيب الثاني بنسبة بلغت 41.1%، وبمساحة قدرت بـ 96.83 صفحة(40668.6سم²)، فرغم أن الخبر الصحفي كان أكثر تكرار من التقرير الصحفي بأكثر من الضعف كما هو مبين في الجدول، إلا أن المساحة كانت تقريبا نفسها بين النوعين الصحفيين الإخباريين، وهذا لخصائص التقرير الصحفي، فهو يتميز بتفصيل الأحداث الرياضية التي ينطرق إليها الخبر، عكس هذا الأخير الذي يكتفي بالإجابة عن الأخوات الست؛ أما الحديث الصحفي فقد احتل الترتيب الأخير بنسبة بلغت 17.35%، من المجموع الكلي للدراسة التحليلية، وبمساحة قدرت بـ 40.88 صفحة(17169سم²).

أما بالنسبة للإذاعة الوطنية، فقد احتل الحديث الصحفي الترتيب الأول بنسبة بلغت 94.76%، وبمساحة قدرت بـ 491 دقيقة، من المجموع الكلي للدراسة التحليلية، وجاء الخبر الصحفي ثانيا بنسبة بلغت 5.24%، بمساحة قدرت بـ 27 دقيقة و16 ثانية، في حين غاب التقرير الصحفي تماما عن هذا البرنامج الإذاعي.

وأظهرت نتائج الجدول أن الحديث الصحفي تصدر الأنواع الصحفية الإخبارية بالنسبة للبرنامج التلفزيوني محل الدراسة التحليلية، حيث بلغت نسبته 64.2%، بمساحة زمنية قدرت بـ 287 دقيقة، أما التقرير الصحفي فجاء ثانيا بنسبة بلغت 31.7% وبمساحة قدرت بـ 142 دقيقة، وأخيرا الخبر الصحفي بنسبة بلغت 4.1% وبمساحة زمنية قدرت بـ 18 دقيقة و30 ثانية

وهذا لطبيعة البرنامجين الرياضيين محل الدراسة؛ ففيه يستضيف مقدما البرنامجين أحد الضيوف أو أكثر المختصين في الرياضية(لاعب، مسير، حكم، مدرب...)، يتم الحديث معهم عن القضايا والأحداث الرياضية التي جرت في الأسبوع، ويتم فيها كذلك الاتصال ببعض المتدخلين لإثراء النقاش، لذا فالحديث الصحفي هو النوع الصحفي الإخباري الأكثر استخداما في هذين البرنامجين الرياضيين.

الجدول رقم(103) يبين: استخدام الأنواع الصحفية التعبيرية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي			الإذاعة الوطنية			جريدة الهداف			المؤسسة
المساحة	%	التكرار	المساحة	%	التكرار	المساحة	%	التكرار	الأنواع الصحفية
10.18د	58%	03	00	00%	00	00	00%	00	البورتريه
7.37د	42%	02	00	00%	00	0.5	100%	02	الروبورتاج
17.55د	100%	05	00	00%	00	0.5	100%	02	المجموع

تحليل النتائج:

نتائج الجدول رقم(103) بينت أن الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري تكاد لا تذكر، فالبورتريه الصحفي غائب تماما في جريدة الهداف اليومي، والبرنامج الرياضي الإذاعي محل الدراسة، وبمساحة قليلة جدا في البرنامج التلفزيوني أستوديو المحترفين، حيث بلغت مساحته الزمنية 10 دقائق و18 ثانية، وبتكرار 3 مرات فقط من مجموع 12 عددا تم تحليلها، وكذلك الحال بالنسبة للروبورتاج الصحفي، فظهر مرتين فقط وبمساحة 0.5 صفحة (210سم²) في جريدة الهداف اليومي من مجموع 12 عددا، وغاب تمام عن البرنامج الرياضي الإذاعي أستوديو الكرة، وبتكرار مرتين فقط بالنسبة للبرنامج الرياضي التلفزيوني محل الدراسة، بمساحة زمنية قدرت بـ 7 دقائق و37 ثانية لا أكثر.

وهذه النتائج التي تحصلنا عليها من خلال الدراسة التحليلية لا تعكس تمام ميولات الصحفيين الرياضيين محل الدراسة وفي جميع المؤسسات الإعلامية(المكتوبة، المسموعة، التلفزيونية) نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الدراسة الميدانية، فرغم أن الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة لديهم ميولات نحو البورتريه والروبورتاج، ورغم تأكيدهم لنا هذا الميول وكذلك الاستخدام أثناء زيارتنا الميدانية للمؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة، لكنها تبقى بعيدة عن الاستخدام الفعلي في الإعلام الرياضي الجزائري

وما تم ملاحظته أيضا أثناء الدراسة التحليلية أن هناك خلط بين البورتريه والروبورتاج، ففي إحدى حلقات البرنامج الخاص باستوديو المحترفين، والموافقة لتاريخ 4 نوفمبر 2017، والذي خصص فيه بورتريه للمجاهد عمر حمادي الذي كُتب باسمه ملعب بولغين، الخاص بنادي اتحاد العاصمة، قال مقدم البرنامج: نقدم لكم هذا "الروبورتاج والبورتريه"، رغم أن تكوينه الأكاديمي كان في الإعلام والاتصال، ويملك خبرة فاقت العشرين سنة من العمل في الإعلام الرياضي بين القسم الرياضي للإذاعة الوطنية الأولى، والقسم الرياضي للتلفزيون العمومي، ويعمل كرئيس تحرير القسم الرياضي

الجدول رقم(104)يبين الأنواع الصحفية الفكرية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية

التلفزيون العمومي			الإذاعة الوطنية.			جريدة الهدف			المؤسسة
المساحة	%	التكرار	المساحة	%	التكرار	المساحة	%	التكرار	الأنواع الصحفية
--	--	--	--	--	--	2.58	%17.2	07	المقال الصحفي
450 د	99.9	136	79 د	100	31	12.42	%82.8	36	التعليق الصحفي
--	--	--	--	--	--	00	%00	00	العمود الصحفي
49 ثا	0.1	01	00	00	00	00	%00	00	الافتتاحية
450.49 د	100	137	79 د	100	31	15.40	%100	43	المجموع

تحليل النتائج:

كشفت نتائج الجدول رقم(104) أن التعليق الصحفي تصدر الأنواع الصحفية الفكرية في جريدة الهدف وكذلك بالنسبة للبرنامجين الرياضييين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة التحليلية، حيث بلغت نسبته، %82.8 في جريدة الهدف، بمساحة قدرت بـ 12.42 صفحة(45216.4سم²)، من مجموع الأنواع الصحفية الفكرية، أما المقال الصحفي فقد بلغت نسبته %17.2، بمساحة قدرت بـ 2.58 صفحة(1083.6سم²)؛ أما في البرنامج الرياضي الإذاعي أستوديو الكرة، فقد بلغت نسبة التعليق الصحفي %100 بمساحة زمنية قدرت بـ 79 دقيقة، أي غياب جميع الأنواع الفكرية الأخرى في هذا البرنامج الرياضي. وكذلك بالنسبة للبرنامج الرياضي التلفزيوني أستوديو المحترفين، فقد تصدر التعليق الصحفي الترتيب بنسبة بلغت %99.9 وبمساحة زمنية قدرت بـ 450 دقيقة، وظهور محتشم للافتتاحية مرة واحدة بمساحة قدرت بـ 49 ثانية، وهذا راجع لكون هذا البرنامج الرياضي يهتم بمقابلات البطولة الوطنية موبيليس الخاصة بالقسم الوطني الأول والثاني، والتي يملك التلفزيون العمومي حقوق بثها، حيث يتم فيه إرسال صحفيين رياضيين من هذه المؤسسة الإعلامية العمومية للتعليق على هذه المباريات من مكان الحدث، وبعد نهاية كل جولة من البطولة يتم تحليل المباريات التي جرت فيها عن طريق هذا البرنامج الرياضي التلفزيوني الأسبوعي، من خلال استضافة محللين رياضيين مختصين، يتم التعليق على الأحداث التي جرت في هذه المباريات، سواء من الناحية التقنية، التحكيمية، أو أداء اللاعبين، ونتائج المباريات، والمشاكل التي تتخبط فيها الكرة الجزائرية، لذا فإن التعليق الصحفي هو الأنسب لمعالجة هذه القضايا الرياضية.

وللإشارة فقط، فإن العمود والمقال كنوعين صحفيين فكريين لا يتم استخدامها في الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيوني، وإنما يعتبران من اختصاص الإعلام الرياضي المكتوب، لذا لم يتم التطرق إليهما في الدراسة التحليلية الخاصة بالبرنامجين الرياضييين الإذاعي والتلفزيوني.

الجدول رقم(105)يبين الأنواع الصحفية الاستقصائية ومساحتها في عينة الدراسة التحليلية

تحليل النتائج:					
التحقيق الصحفي					
التلفزيون العمومي		الإذاعة الوطنية		جريدة الهدف	
المساحة	التكرار	المساحة	التكرار	المساحة	التكرار
00	00	00	00	1.57	06

كشفت نتائج الجدول (105) عن غياب التحقيق الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري، ففي جريدة الهدف

اليومي، وجدنا فقط 6 مرات تكرر فيها التحقيق الصحفي، بمساحة قدرت 1.57صفحة(4.659سم²)، وهي مساحة قليلة جدا، كما أن هذه التحقيقات الصحفية لم ترق إلى الخصائص التي يتميز بها التحقيق الصحفي كنوع استقصائي، أما في البرنامجين الرياضي والإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة؛ فلم نجد أثرا للتحقيق الصحفي؛ وهذا ما تم التأكد منه في الزيارات التي قام بها الباحث للمؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة.

وحسب الإعلاميين الرياضيين في القسم الرياضي للإذاعة الوطنية الأولى صايفي العمري، وعبد الغني العايب واللذان تمت مقابلتهما(*) في مقر القسم الرياضي بالإذاعة الوطنية؛ فقد أرجع الأول سبب الابتعاد عن استخدام التحقيق الصحفي أنهم لا يصلون إلى النتيجة، بسبب هروب المصادر من التصريحات لإثبات الحقيقة، بالإضافة إلى أن الخط الإعلامي الإذاعي لا يدرج في أجندته هذا النوع الصحفي من أجل التهديد عكس القنوات الخاصة، وأضاف قائلاً أن القانون لا يحميهم"

أما عبد الغني العايب فقد أرجع السبب إلى صعوبة التحقيق الصحفي، كما أن هناك خطوط حمراء لا يمكن تجاوزها بالنسبة للصحفي الرياضي، حفاظا على المنصب والخوف من العزل عن العمل، رغم أن القانون لا يمنعنا لكشف الحقائق، إلا إذا كانت تمس مؤسسات الدولة وأضاف قائلاً.

وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على التضييق الممارس من طرف المسؤولين على قطاع الرياضية لحرية الإعلام الرياضي في الجزائر، والتهديد بالعزل عن العمل، أي أن الصحفي الرياضي في الجزائر غير محمي، ولا يمكنه ممارسة مهنته بأريحية وباحترافية

(*) - مقابلة أجريت يوم 2017/12/24 على الساعة 11:20 صباحا مع الصحفي صايفي العمري نائب رئيس تحرير القسم الرياضي بالإذاعة الوطنية بمقر الإذاعة الوطنية.

- مقابلة أجريت يوم 2017/12/24 على الساعة 09:45 صباحا مع الصحفي عبد الغني العايب رئيس تحرير القسم الرياضي بالإذاعة الوطنية بمقر الإذاعة الوطنية

الجدول رقم(106)يبين الأنواع الصحفية ومساحتها في جريدة الهدف

جريدة الهدف			المؤسسة	الأنواع الصحفية
%	المساحة	التكرار		
93%	235.67	1258		الأنواع الصحفية الإخبارية
0.2%	0.5	02		الأنواع الصحفية التعبيرية
6.1%	15.40	43		الأنواع الصحفية الفكرية
0.6%	1.57	06		الأنواع الصحفية الاستقصائية
100%	253.14 صفحة	1309		المجموع
100%	276 صفحة(115920 سم ²)			المساحة الكلية

تحليل النتائج:

كشفت نتائج الجدول رقم(106) أن الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي المكتوب والمتمثل في جريدة الهدف اليومي هي الأكثر استخداما مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى، حيث بلغت نسبتها 93%، بمساحة قدرت بـ 235.67 صفحة(98981.4سم²)، تليها الأنواع الصحفية الفكرية بنسبة بلغت 6.1%، وبمساحة قدرت بـ 15.40 صفحة(6468سم²)، وجاءت الأنواع الصحفية الاستقصائية والتعبيرية في الترتيب الثالث والرابع ، بنسبة 0.6% ، وبمساحة 1.57 صفحة(659.4سم²)، و 0.2% ، بمساحة 0.5 صفحة(210سم²) تواليا

وبالتالي فجريدة الهدف تعتمد في أجدنتها الإعلامية على الأنواع الصحفية الإخبارية وتضعها من أولوياتها في معالجة القضايا والأحداث الرياضية

الجدول رقم (107)يبين الأنواع الصحفية ومساحتها في الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيون

التلفزيون العمومي			الإذاعة الوطنية			المؤسسة	الأنواع الصحفية
%	المساحة	التكرار	%	المساحة	التكرار		
48.86%	447.3	160	86.77%	518.16	100		الأنواع الإخبارية
1.92%	17.55	05	00%	00	00		الأنواع التعبيرية
49.2%	450.49	137	13.23%	79	31		الأنواع الفكرية
00%	00	00	00%	00	00		الأنواع الاستقصائية
100%	915.47	302	100%	597.16	131		المجموع

تحليل النتائج:

أظهرت نتائج الجدول رقم(107) أن الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيوني، والمتمثل في برنامجي أستوديو الكرة، وأستوديو المحترفين، طغيان وسيطرة البعض والغياب التام لبعض

الأنواع الصحفية على غرار التحقيق الصحفي، فلم نجد لهذا الأخير أثرا لا في الإعلام الرياضي الإذاعي ولا التلفزيوني، بينما الأنواع الإخبارية بلغت نسبتها في الإعلام الرياضي الإذاعي 86.77% وبمساحة زمنية بلغت 518 دقيقة و16 ثانية، أما في الإعلام الرياضي التلفزيوني فبلغت نسبتها 48.86%، بمساحة زمنية قدرت بـ 447 دقيقة و3 ثواني، رغم أنها الأكثر تكرارا بـ 167 مرة، غير أن النسبة المئوية جاءت حسب المساحة وليس التكرار، أما بالنسبة للأنواع الصحفية الفكرية فجاءت في الترتيب الثاني بالنسبة للإعلام الرياضي الإذاعي بنسبة بلغت 13.23%، وبمساحة زمنية قدرت بـ 79 دقيقة، وتصدرت الترتيب بالنسبة للإعلام الرياضي التلفزيوني بنسبة قدرت بـ 49.2%، وبمساحة زمنية قدرت بـ 450 دقيقة و49 ثانية، وهذا بسبب كثرة استخدام التعليق الصحفي في برنامج استوديو المحترفين بمساحة زمنية قدرت بـ 450 دقيقة، كما تم تبيينه سابقا.

أما الأنواع التعبيرية غابت تمام هي الأخرى في الإعلام الرياضي الإذاعي، واستخدامها كان محتشما في الإعلام الرياضي التلفزيوني ولا يكاد يذكر، حيث بلغت نسبتها 1.11%، وبمساحة قدرت بـ 17 دقيقة و55 ثانية فقط.

من خلال نتائج الجدول أعلاه واعتمادا على الدراسة التحليلية التي قمنا بها يمكن القول: أن الإعلام الرياضي الجزائري، إعلام رياضي إخباري بامتياز، وهذا لاعتماده على الأنواع الصحفية الإخبارية كالخبر والتقرير الصحفيين بنسبة كبيرة، رغم ميولات الصحفيين الرياضيين محل الدراسة للأنواع الصحفية الأخرى (التعبيرية، الفكرية، وأحيانا الاستقصائية)، والتي كشفت عنها النتائج المتحصل عليها في الدراسة الميدانية التي قمنا بها، إلا أنها تبقى بعيدة عن الاستخدام في الواقع للأسباب التي ذكرناها، وسنذكرها باستطراد في مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات، وكذا مناقشة نتائج الدراسة التحليلية على ضوء أسئلة الدراسة الخاصة بها، وفي الاستنتاج العام للدراسة.

6-2- مناقشة النتائج في ظل الفرضيات:

6-2-1- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

6-2-1-1- مناقشة الفرضية الأولى: فحوى هذه الفرضية أن للصحفيين الجزائريين اتجاهات إيجابية نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري.

فمن خلال الرجوع لنتائج جداول المحور الأول الخاص بهذه الفرضية يتضح أن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي يميلون لاستخدام الأنواع الصحفية الإخبارية في مقدمتها الخبر الصحفي كونه الأساس في جميع الأنواع الصحفية، وهذا ما تعكسه نتائج الجدول رقم 12 من الجزء الخاص بالخبر الصحفي، والذي يوضح أن نسبة 56.9% يميلون نحو استخدام الخبر الصحفي، كما نجدهم يميلون نحو استخدام الأخبار المحلية والدولية معا (الجدول 13)، وهذا يعود لتنوع الأخبار ومصادرها، وكذا تلبية لطلبات الجماهير الرياضية.

من جهة أخرى تعددت ميولات أفراد العينة نحو أنواع الخبر من ناحية البنية، فهم يميلون نحو استخدام الأخبار المركبة والبسيطة، ومن ناحية أخرى فهم يميلون نحو استخدام الهرم المعتدل والمقلوب معا (جدول 14، 15)، ويبدو من خلال إجابات المبحوثين أن جل أفراد العينة لا يفرق بين أنواع الخبر من ناحية البنية، وهذا إشكال آخر يرجع لتكوين أفراد العينة.

كما أن أفراد العينة يرون أن المصادقية تعد سببا رئيسيا في ميولهم نحو استخدام الخبر الصحفي، كما بينته نتائج الجدول رقم 16، رغم أن الأخبار الرياضية التي نقرأها، نسمعها، أو نشاهدها في وسائل الإعلام الجزائرية تكاد تخلو من المصادقية، ولفت انتباه الباحث في هذا الصدد الأخبار الكاذبة التي نشرت حول تعيين مدرب المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم، كون الدراسة تزامنت مع هذا الحدث، فوجد جل المؤسسات الإعلامية لا تتحرى الخبر قبل بثه للجمهور، بغية الحصول على السبق الصحفي، وهذا على حساب المصادقية، وكلما كان الصحفي يتميز بالمصادقية، كلما كسب ثقة الجماهير وزاد تأثيره عليهم من خلال الرسائل الإعلامية المقدمة لهم، وكلما قلت المصادقية لدى الصحفي الرياضي، كلما كبرت الفجوة بينه وبين الجمهور، وضعفت قدرته التأثيرية عليهم.

كما أرجع أفراد العينة كذلك سبب ميولهم نحو استخدام الخبر الصحفي توجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة، وهذا ما كشفت عنه نتائج الجدول رقم 7، وهذا يقودنا إلى الحديث عن كثرة الأخبار خاصة في ظل التطور التكنولوجي وتوفر وسائل الاتصال الحديثة التي يستقي منها الجمهور الأخبار الرياضية، فلم يعد الأمر محتكرا كما كان في السابق على الوسائل الإعلامية التقليدية (الجريدة، الإذاعة، التلفزيون)، ففي ظل وجود الإنترنت، لم يعد بإمكان الجمهور قراءة المقالات المطولة،

فهو يكتفي بالعناوين والمختصرات فقط، والتي تهمة شخصيا، نظرا لكثرتها وتوفرها في كل وقت

وبينت نتائج الجدول رقم 19 أن أفراد العينة يميلون نحو التغطية الإخبارية كمصدر لأخبارهم الرياضية التي يبتونها للجمهور بنسبة 63.1%، من جهة أخرى يفضل البعض مصادر أخرى لأخبارهم

وكالات الأنباء، المراسلين، شهود العيان، الإنترنت، المؤسسات الإعلامية...، وهذا راجع لإمكانات كل مؤسسة إعلامية؛ فمن خلال الزيارات التي قام بها الباحث لمجموعة من المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة، وجد فروق كبيرة في الإمكانيات، فالتلفزيون العمومي مثلاً متعاقد مع وكالات أنباء نظراً للإمكانيات المادية التي يملكها، في حين هناك مؤسسات إعلامية يعمل صحفيوها من البيوت اعتماداً على الإنترنت كمصدر رئيسي للأخبار.

وأظهرت نتائج الجدول 20 أنه يتم ترتيب الأخبار الرياضية حسب أهميتها، وهذا بنسبة 75.4%، وبالرجوع إلى النتائج التحليلية التي قام بها الباحث سواء في الإعلام المكتوب، السمعي، أو البصري، فهذه النسبة مبالغ فيها؛ وبالعودة لنظرية ترتيب الأولويات نجد هذه النظرية تفترض أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، مما يجعلها تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، من ثم تلقى أهمية أكبر عند الناس (جمهور وسائل الإعلام) من الموضوعات الأخرى (McCombs and Donald:1972, p177)؛ أي أن هذه النظرية تفترض كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور.

أما النوع الثاني من الأنواع الصحفية الإخبارية، والمتمثل في التقرير الصحفي، فقد أشارت نتائج الجدول 21 و 22 أن أفراد العينة يميلون نحو استخدام التقارير الصحفية الإخبارية، محلية كانت أم دولية، ومن مكان الحدث، وهذا شيء إيجابي، فمن شروط إعداد التقارير الصحفية، النزول إلى ميدان الحدث، لتغطية الأحداث الرياضية، من مؤتمرات وندوات ومقابلات...؛ فوجود الصحفي الرياضي مكان الحدث يعطيه فرصة الحصول على المعلومات الدقيقة والاستشهادات المتميزة، وتقديمها ونقلها في صورة حية للجمهور، غير أن هناك العديد من الصحفيين الرياضيين يقعون في مكاتبهم ومقر مؤسساتهم الإعلامية، وإعداد التقارير الصحفية من خلال المعلومات التي يتلقونها من زملاء العمل، ومن وسائل أخرى على غرار الإنترنت...، وهذا ما دلت عليه نتائج الجدول 22، بنسبة بلغت 46.9% ممن يفضلون إعداد التقارير داخل مؤسساتهم الإعلامية، كما بينت النتائج أن نسبة 97% (الجدول 24) من أفراد العينة يميلون نحو استخدام التقارير الصحفية في الإعلام الرياضي من أجل مساعدة الجماهير على معرفة الأسباب وتقريبهم من الأحداث والوقائع ومعرفة الحقائق الرياضية، ومن جهة أخرى كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل عنها أكثر يستدعي اللجوء إلى نوع صحفي آخر غير الخبر، من أجل التفصيل فيها عن طريق التقارير الصحفية الرياضية، وهذا ما دلت عليه نتائج الجدول 25، بنسبة 90%؛ كما أظهرت النتائج أن أفراد العينة (جدول 27) لا يميلون نحو استخدام التقرير الصحفي بسبب سهولته وإنما للأسباب التي تم ذكرها.

أما الحديث الصحفي، فقد كشفت نتائج الجدول 28، أن أفراد العينة من الصحفيين الرياضيين يميلون نحو استخدام الحديث الإخباري، بنسبة 64.6%، وهذا ما دلت كذلك نتائج الدراسة التحليلية التي

قام بها الباحث، على أن غالبية الأحاديث الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري إخبارية وليست أحاديث رأي، الهدف منها معرفة الأخبار والمستجدات الرياضية؛ من جهة أخرى يميل الأكثرية من أفراد العينة إلى الأحاديث الثنائية (الحديث لأكثر من شخص)، كما دلت عليه نتائج الجدول 29 بنسبة 63.1%، وهذا النوع من الأحاديث نجده غالبا في البرامج التلفزيونية والإذاعية، أو ما يسمى بالحوار أو الطاولات المستديرة، المخصصة للتحليل والنقاش حول مواضيع وأحداث رياضية، في حين نجد الأحاديث الأحادية (مع شخص واحد)، غالبا ما تكون في الإعلام الرياضي المكتوب (الجرائد).

كما أن النتائج بينت أن أغلبية الصحفيين الجزائريين الرياضيين يفضلون الأحاديث الصحفية خارج مؤسساتهم الإعلامية، وهذا ما جاءت به نتائج الجدول 30، وهذا يعود لطبيعة وظروف الشخصية المراد الحديث إليها، فهناك من يشترط ظروف خاصة، تفرض على الصحفي الرياضي الانتقال إلى مكان وجود الشخصية، كما أن هناك نوع من الأحاديث لا يستدعي الخروج من المؤسسة الإعلامية، فقد يكون عن طريق مكالمة هاتفية، أو دعوة توجه للشخصية للمشاركة في البرامج والحصص الرياضية داخل المؤسسة الإعلامية.

ويرجع سبب ميول أفراد العينة للأحاديث الصحفية، كما بينت نتائج الجدول 31 (74.6%) لامتلاكهم مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص، على غرار المهارات اللغوية، مهارات التنشيط والتقديم، وهذا شرط أساسي للصحفي الرياضي في تسيير الأحاديث الصحفية، خاصة المتعلقة بالمباشر، والتي نجدها في الإذاعة والتلفزيون، والتي تكون مرتبطة بوقت محدد تفرض على الصحفي الرياضي تسييرها باحترافية وبدقة متناهية؛ من ناحية أخرى وكما هو موضح في الجدول 32 يتم استخدام الحديث الصحفي من أفراد العينة كنوع صحفي مستقل، وكذلك لتعزيز أنواع صحفية أخرى على غرار التقارير الصحفية، والتي غالبا ما تدل عليها عبارة " وكان لنا حوار مع..، أو في حديثنا مع..".

كما أظهرت النتائج أن 2.3% فقط من أفراد العينة من أجابوا بنادرا ما يميلون نحو استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات، فبالرجوع لنتائج الجدول 28 يتضح جليا أن هناك تباين في آراء أفراد العينة في الميول نحو الأحاديث الصحفية، من جهة، وأسبابها من جهة أخرى، فهذا مؤشر على عدم معرفة الصحفيين الرياضيين محل الدراسة الهدف من الأحاديث الصحفية الإخبارية، وأحاديث الرأي.

كما بينت النتائج وحسب ما هو موضح في الجدول 34 و 35 أن ميول أفراد العينة نحو استخدام الحديث الصحفي سببه توسيع ثقافة ومعرفة الصحفي الرياضية من خلال الاحتكاك بالشخصيات موضوع الحديث، وتحقيقا لرغبات الجمهور والنيابة عنهم في معرفة كل ما يتعلق بالشخصيات موضوع الأحاديث، خاصة الأحاديث التي تكون مع نجوم الكرة، فنجدها أكثر متابعة من قبل الجماهير، فالجمهور يريد أن يعرف كل كبيرة وصغيرة عن هؤلاء، وهذه الأحاديث تلبي حاجاتهم ورغباتهم الإعلامية التي يريدونها.

وتوافقت هذه النتائج مع نتائج دراسة محمود حسن أبو إدريس، والموسومة بـ " واقع الصحافة الرياضية في مملكة البحرين- دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية- رسالة ماجستير في التربية الرياضية، كلية التربية، قسم التربية الرياضية، جامعة البحرين، حيث احتل الخبر الصحي المرتبة الأولى، بنسبة 81%، 80.4% في جريدتي الأيام وأخبار الخليج تواليا. وكذلك مع دراسة محمد عبد العزيز محمد أحمد، والموسومة بـ " دور الصحافة في معالجة القضايا الرياضية خلال التغيرات السياسية في جمهورية مصر العربية، أطروحة دكتوراه في فلسفة التربية البدنية والرياضية، كلية التربية البدنية، جامعة حلوان، مصر، حيث احتل الخبر الصحفي الترتيب الأول، يليه التقرير في جميع الجرائد محل الدراسة، في معالجة القضايا الرياضية..

من خلال عرض ومناقشة نتائج الجداول الخاصة بالمحور الأول، يمكن القول أن اتجاهات الصحفيين الجزائريين إيجابية نحو استخدام الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

6-2-1-2- مناقشة الفرضية الثانية: فحوى هذه الفرضية أن اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري، هي اتجاهات إيجابية

من خلال النتائج المتحصل في المحور الثاني، يتضح أن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي الجزائري يميلون نحو استخدام الأنواع الصحفية التعبيرية، وهذا ما دلت عليه نتائج الجدول 37، حيث نجد نسبة 38.5% من مجموع أفراد العينة يفضلون استخدام البورتريه والروبورتاج معا، رغم أفضلية تفضيل الروبورتاج بنسبة 50%، وهذا ما أكد عليه جل الصحفيين الرياضيين العاملين بالتلفزيون العمومي، الذين تم مقابلتهم من طرف الباحث في الزيارات الميدانية التي قام بها الباحث إلى القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري والإذاعة الوطنية، فهم يرجعون سبب ميولهم نحو الروبورتاج كونه يعطيهم فرصة الانتقاء، ودقة الملاحظة، وهذا ما أدلت به الصحفية في القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري ليلي بن فرحات(*)؛ أما الصحفي الرياضي عبد الغني العايب رئيس تحرير القسم الرياضي بالإذاعة الوطنية فقد أرجع السبب إلى أن الروبورتاج الصحفي يكون قريب للموضوع المعالج للاقترب أكثر من الجمهور الرياضي، ناهيك عن فرصة اتساع الوقت في تحريره وبحرية، وبصفة جيدة، علاوة على أن الصحفي الرياضي في استخدامه لهذا النوع الصحفي التعبيري يعيش الحدث عن كثب(*).

بالإضافة إلى الإبداع، فالروبورتاج هو حقل خصب لإبداء الآراء والوصف والسردي وانتقاء العبارات المفضلة لدى الصحفيين الرياضيين في نقل مشاعرهم وأحاسيسهم للجمهور، وهذا ما دلت عليه نتائج

(*) - مقابلة قام بها الباحث أثناء الدراسة الاستطلاعية مع الصحفية ليلي بن فرحات بالقسم الرياضي لتلفزيون العمومي، وهذا يوم 2017/12/24 بمقر التلفزيون العمومي.

(*) - مقابلة قام بها الباحث أثناء الدراسة الاستطلاعية مع رئيس تحرير القسم الرياضي الصحفي عبد الغني العايب، وهذا يوم 2017/12/24 بمقر الإذاعة الوطنية.

الجدول رقم 40، 41، 42 فنجد نسبة 73.1% من الصحفيين محل الدراسة يرجعون سبب ميولهم نحو هذا النوع الصحفي الرياضي، أنه يعطيهم فرصة الإبداع، و 83.8% لمعايشة الحدث، و 66.2% من أجل زيادة نسبة المشاهدة.

كأن معظم الصحفيين الرياضيين (62.3%) لا يجدون صعوبة في التفريق بين الروبورتاج وبعض الأنواع الصحفية، على غرار، التقرير والتحقيق، غير أن نسبة 38.7% المتبقية ليست بالأمر الهين، فهناك خلط كبير بين الروبورتاج والتحقيق، وكذلك بين التقرير والروبورتاج في الإعلام الرياضي الجزائري، والسبب يرجع لتكوين الصحفي الجزائري وخبرته، فنجد الكثير من الصحفيين ليس لهم علاقة بالتخصص، ومن جهة أخرى، فنتائج الدراسة التحليلية أكدت هذا الطرح، ففي البرنامج الرياضي التلفزيوني محل الدراسة، وجدنا خلط بين البورتريه والروبورتاج، وكذلك بين بعض التقارير والروبورتاج، سواء في التسمية من مقدم البرنامج أو من ناحية المضمون وخصائص كل نوع صحفي.

أما من ناحية أنواع الروبورتاجات؛ فمن خلال نتائج الجدول 39، نجد أن نسبة 55.4% من أفراد العينة يميلون نحو استخدام الروبورتاج الحي الذي لديه طابع إخباري، و 44.6% يميلون نحو استخدام الروبورتاج الموضوعاتي الذي يرتبط بالمواضيع والأحداث الرياضية الآتية.

وكشفت النتائج كذلك، كما هو موضح في الجدول 43 أن 82.3% من أفراد العينة يميلون نحو استخدام أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبورتاج، سواء كانت إخبارية كالخبر والتقرير الصحفي، أو فكرية كأحاديث الرأي؛ كما بينت أيضا النتائج حسب الجدول 44، أن ميول أفراد العينة نحو استخدام البورتريه رغبة منهم، ويكون حسب الحدث الرياضي، وأحيانا بطلب من المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، في حين نجد إهمال طلب الجماهير واضح لهذا النوع، وعدم أخذه بعين الاعتبار من طرف الصحفيين الرياضيين محل الدراسة، ومن جهة أخرى وحسب ما هو موضح في نتائج الجدول 45، 46، فإن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي الجزائري يميلون نحو استخدام البورتريه الكلاسيكي الذي يهتم بنجاح الشخصيات الرياضية وتكوينها ومعرفة مسارها المهني، وتسليط الضوء عليها، ويرجع أفراد العينة سبب ميولهم نحو استخدام البورتريه بصفة عامة، كما بينت نتائج الجدول 48 كونه يحمل بعض خصائص الأنواع الصحفية الأخرى، على غرار الحديث الصحفي، فقد يتعذر للشخصية في الحديث الصحفي توصيل كل المعلومات بطريقة يفهمها الجمهور، فينوب عنها الصحفي من خلال استخدامه للبورتريه ونقله للمعلومات بطريقة جذابة، فالبورتريه يعطي لهم فرصة إبداء الرأي وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى، ينقل من خلاله الصحفي مشاعر وأحاسيس الشخصية، بطريقة تجذب الجماهير الرياضية، وهذا ما أسفرت عنه نتائج الجدول 49، 50، غير أن المتأمل في الإعلام الرياضي الجزائري يرى أن هذا النوع الصحفي يبقى بعيدا عن طلب الجماهير الرياضية ورغباتهم؛ ففي الدراسة التحليلية لجريدة الهذاف المتخصصة في الرياضة، غياب شبه كلي للأنواع التعبيرية، ماعدا روبروتاجين اثنين.

وهذا ما توافق مع الدراسة (أطروحة دكتوراه) التي قام بها الباحث رضوان بوحيلة، حول "الصحافة الرياضية في الجزائر"، توصل في دراسته التحليلية على جريدتي الهدف والخبر الرياضي أنه لا يوجد سوى 4 تكرارات للبورترية، و 7 تكرارات للروبورتاج في الجريدتين محل الدراسة، ونفس النتائج توصلت إليها الباحثة آسيا عجرود، في دراستها (أطروحة دكتوراه، حول واقع الصحافة الرياضية في الجزائر) في دراستها التحليلية على نفس الجريدتين، وجدت 4 تكرارات كذلك من هذا النوع في جريدة الهدف وفي هذا الصدد يرى الباحث نصر الدين لعياضي من خلال الدراسة التي قام بها حول "رهانات تدريس الأنواع الصحفية في المنطقة العربية في ظل الشبكات الاجتماعية الافتراضية" الكثير من معاهد الإعلام وكتلياته في المنطقة العربية لا تتجاهل تدريس الأنواع الصحفية التعبيرية، مثل البورترية والروبورتاج، على وجه التحديد فقط؛ بل تنفي مشروعية هذا الأخير كنوع صحفي قائم بذاته، وتتكبر وجوده كشكل من أشكال الكتابة الصحفية الأكثر نبلا، وقد نبى عليه التمثل الجماعي للمراسل الصحفي في المنتصف الثاني من القرن العشرين؛ إن تغييب تدريس الأنواع الصحفية التعبيرية في الكثير من كليات الإعلام وأقسامه يمكن تفسيره بقلة استخدامه في وسائل الإعلام العربية، والصحافة تحديداً، لأن الصحافة العربية تغذت ولا زالت تتغذى من الترسبات التاريخية والاجتماعية، التي دفعتها إلى تجسيد انشغال سياسي وثقافي (لعياضي، 2011، ص ص 120-121).

ويمكن القول أن غياب استخدام الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيوني أكثر لوماً من الإعلام المكتوب كون الأول له خصائص ومميزات تعطي له الأولوية في استخدام البورترية والروبورتاج، نجد من بينها الصوت والصورة، وكذلك المونتاج والميكساج، والوصلات الموسيقية،...، وبالتالي تكون أكثر جذبا واختصارا، وسهولة منها في الإعلام الرياضي المكتوب، فهذه الأنواع الصحفية تخاطب العاطفة مثل البورترية، وأحيانا العقل مثل الروبورتاج، وبالتالي فهي تحتاج لغة راقية تصل إلى عمق مشاعر وأحاسيس القارئ، وتخاطب عقله أحيانا؛ فهذه اللغة ربما لا يفهمها القارئ، ولا يحسنها الصحفي الرياضي، فقد يستخدم هذا الأخير فيديو من بعض الثواني، أو صور في الإعلام الرياضي السمعي البصري تغنيه عن كتابة صفحة أو أكثر في الإعلام الرياضي المكتوب.

من خلال عرض ومناقشة نتائج الجداول الخاصة بالمحور الثاني والمتعلق بالأنواع الصحفية التعبيرية، يمكن القول: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية التعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري، هي اتجاهات إيجابية من خلال ميولاتهم نحو استخدام هذه الأنواع الصحفية التعبيرية؛ إلا أننا نلاحظ غياب شبه كلي لها في الإعلام الرياضي الجزائري، وهنا يكمن الفرق بين الميول والاستخدام، وهذا خارج عن نطاق إرادة الصحفي الرياضي، ومنه يمكن القول أن الفرضية الثانية محققة.

6-2-1-3- مناقشة الفرضية الثالثة: فحوى هذه الفرضية أن الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري هي اتجاهات سلبية.

بالرجوع إلى نتائج الجداول الخاصة بهذا المحور، نجد أن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي الجزائري يميلون أكثر نحو استخدام التعليق الصحفي كنوع من الأنواع الصحفية الفكرية، وهذا ما جاءت في بيانات الجدول رقم 51 بنسبة 42.3%؛ من جهة أخرى تنوعت ميولات الصحفيين الرياضيين نحو أنواع التعليق الصحفي الرياضي بين المكتوب والمسموع والتلفزيوني، حسب ما جاءت به نتائج الجدول 54، وهذا راجع لطبيعة عينة الدراسة، كونها تمثل الإعلام الرياضي بأنواعه، كما أن نتائج الجدول 55 كشفت عن نسبة 53.8% من أفراد عينة الدراسة يملكون موهبة في التعليق الرياضي، وفي هذا الصدد يرى الباحثان عبد الرحيم عطا حسين، وعفيفي محمد متولي في دراستهما الموسومة بـ "التوصيف الوظيفي للمعلق الرياضي التلفزيوني" بأن الموهبة وحدها لا تكفي؛ بل يحتاج المعلق إلى متطلبات أكاديمية وخاصة دبلوم الإعلام الرياضي سنتان دراسيتان تضع المعلق الرياضي، خاصة التلفزيوني على أول الطريق، فهذه المتطلبات تحقق الخلفية العلمية الذي يستند عليها المعلق الرياضي، والذي من خلالها يتم تشكيل عقلية المتفتحة الواعية ذات الخاصية النقدية والتحليلية (عبد الرحيم، وعفيفي، 2004، ص 31).

غير أن المتأمل في نتائج الجدول 56، يرى أن هناك تناقض واضح بين ميولات واهتمامات الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي الجزائري نحو التعليق الصحفي، وبين اهتمام مؤسساتهم الإعلامية التي يعملون فيها، والتي لا تضع هذا النوع الصحفي من أولوياتها، حيث نجد نسبة 66.9% من أفراد العينة أكدوا هذا الطرح؛ رغم أنهم يرون (الصحفيون الرياضيين) بأن هذا النوع الصحفي يزيد من نسبة المشاهدة، وهذا يعود بالفائدة على المؤسسات الإعلامية، خاصة من الناحية الشهرية.

كما أوضحت نتائج الجدولين 58 و 59 أن من بين أسباب ميول أفراد العينة نحو استخدام التعليق الصحفي، الشهرة، والتي من خلالها يمكن أن يحظى الصحفي بمكانة في المجتمع، وكذلك الظفر بمنصب في إحدى القنوات أو المؤسسات الإعلامية الرياضية المرموقة على غرار *be in sport*، والسبب الآخر وقوفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية بالتفصيل والتفصيل؛ فالتعليق الصحفي هو فرصة للحديث بالتفصيل عن حيثيات المقابلات والأحداث الرياضية قبل أثناء وبعد الأحداث الرياضية، وإعطاء فرصة للصحفي الرياضي للتعبير عما يخطر بباله بكل حرية وإيصاله للجماهير الرياضية الواسعة الانتشار.

وفي هذا الصدد وبالرجوع إلى دوافع تعرض الجمهور إلى وسائل الإعلام، والذي تطرقت إليه نظرية الاستخدامات والإشباع، يرى "بابرو" ضرورة ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية، وذلك على أساس أن خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية، ويفترض الإطار التفسيري ارتباط الجمهور بهدف أو شيء يسعى إليه من التعرض لوسائل الإعلام مثل: الرسالة،

الوسيلة، القائم بالاتصال، مما يحدوه للسعي للتعرض لتحقيق هذا الهدف (مكاوي، والعبد، 2007، ص369)؛ لذا غالبا ما تعرض وسائل الإعلام على تلبية حاجات جماهيرها، خاصة في ظل الزخم الهائل من الوسائل الإعلامية التي نشهدها في عصرنا هذا.

أما الافتتاحية ومن خلال النتائج المتوصل إليها، في الجدول 60 والجدول 61 فإن ميولات الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي نحو استخدام الافتتاحية كانت بين أحيانا و نادرا (46.2%)، و42.3% (تواليا)، كما أن جلهم ليسوا مكلفين بكتابة الافتتاحية بالمؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، وهذا ما دلّت عليه نتائج الجدول 62، كما أنهم لا يرجعون سبب قلة ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي إلى عدم الرغبة في كشف السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها، كما بينت نتائج الجدول 63، ولا حتى غياب شخصية كاتب الافتتاحية يقلل من رغبتهم في الميول نحو استخدام الافتتاحية، من خلال نتائج (الجدول 64)؛ غير أن معظمهم يرى أن كبر المسؤولية يعتبر عائقا بينهم وبين الميول نحو استخدام الافتتاحية في الإعلام الرياضي الجزائري، وهذا ما دلّت عليه نتائج الجدول 65، بنسبة 55.4% من مجموع أفراد العينة، أي أن الافتتاحية يكتبها صحفيون ذووا خبرة طويلة، وكفاءة عالية، مع تحمل كل المسؤوليات الكاملة جراء الكتابة، كون هذا النوع من الأنواع الصحفية يمثل المؤسسة الإعلامية ككل وسياستها الإعلامية.

وفي هذا الصدد وضع المؤتمر 32 الوطني لكتاب الافتتاحيات في الولايات المتحدة الأمريكية، والذي عقد سنة 1975 مجموعة من القواعد: (رزاق، 2006، ص ص57-58)

- ينبغي على كاتب المقال الافتتاحي أن يعرض الحقائق بأمانة واكتمال.
- ينبغي أن يخلص من الحقائق التي يوردها إلى نتائج موضوعية وأن يدعمها بالبيانات.
- ينبغي عليه ألا يكون مدفوعا أبدا بمصلحة شخصية.
- ينبغي عليه أن يدرك أنه ليس معصوما من الخطأ، وأن يفسح مجال القول لمن يخالف رأيه
- ينبغي عليه أن يعيد النظر في استنتاجاته الخاصة وأن يصححها، إذا وجدها مرتكزة على مفاهيم خاطئة.
- ينبغي أن يكون من الشجاعة، بحيث يصمد لما يقتنع به على أسس متينة، وألا يكتب أبدا ضد ضميره، وعندما تكون صفحات الافتتاحية نتائج أكثر من ذهن واحد؛ فإن الوصول إلى رأي جماعي سديد لا يتم عن طريق الآراء الفردية السديدة

- ينبغي عليه أن يؤازر زملاءه في تمسكهم بأعلى مستويات الاستفاقة المهنية ويرى الباحث أن المشكلة في استخدام هذا النوع الصحفي لها عدة أسباب، منها ما هو متعلق بالصحفي الرياضي نفسه؛ فالصحفي الرياضي في الجزائر حديثو عهد بالمجال، رغم وجود صحفيين رياضيين أكفاء قادرين على كتابة واستخدام هذا النوع الصحفي، رغم قلتهم، غير أن كاتب هذا النوع الصحفي الفكري يتطلب الكفاءة العالية، من خلال مخاطبة القراء والمشاهدين الأكثر كفاءة منه، والذين

في مستواه، والأقل منه مستوى؛ فالافتتاحية تعكس ثقافة الصحفي الرياضي الواسعة في المجال الذي ينشط فيه، مع شرط استيعابه لسياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها، فلا يجب الخروج عن هذا الإطار والخط الإعلامي للمؤسسة، ومن ناحية أخرى، فإن المؤسسات الإعلامية التي تنشط في المجال الرياضي همّها الإخبار، فكما سبق وأن أشرنا، فهي تعتمد على الأنواع الصحفية الإخبارية أكثر، ولا يهتمّ بها الإقناع، ومن زاوية أخرى، فإن الافتتاحية كنوع صحفي فكري تأملي له خصائص الثبات، أي أن القارئ يعلم مكان وتاريخ نشر أو بث هذا النوع الصحفي، فهو دائم النشر؛ والمداومة على كتابة هذا النوع الصحفي صعبة جدا في المجال الرياضي؛ وقد أخبرنا العديد من الصحفيين في القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري أثناء زيارتنا الميدانية أن كاتب الافتتاحية هو الأعلى رتبة إداريا في الميدان الإعلامي، أو ما يسمى بالـ *Editorialist*، وعادة ما يكون رئيس التحرير، أو مسؤول النشر، أو حتى مدير المؤسسة الإعلامية أو مالكها، أو صحفي ذو خبرة طويلة تصل إلى عشرات السنوات، رغم هذا إلا أن القسم الرياضي لجريدة الشروق اليومي، وخاصة في أحداث 2009، التي جرت بين مصر والجزائر في إطار التصفيات المؤهلة لكأس العالم التي جرت في جنوب إفريقيا 2010، كان لها مجموعة من الافتتاحيات ردا على الإعلام المصري.

أما العمود الصحفي، وكما بينت النتائج كذلك؛ فإن ميول أفراد العينة نحو استخدام العمود الصحفي نادرة (الجدول 67)، كما أن غالبية الصحفيين الجزائريين الرياضيين محل الدراسة (88.5% الجدول 68) ليسوا مسؤولين على كتابة هذا النوع الصحفي في مؤسساتهم الإعلامية، أو حتى في مسيرتهم المهنية، كما أن نسبة كبيرة منهم (65.4%) لا يرون بأن طبيعة مؤسساتهم الإعلامية لها تأثير على ميولهم نحو هذا النوع الصحفي (الجدول 69)؛ ولا حتى الحماية القانونية (الجدول 72)، وهذا راجع للعديد من التدابير التي اتخذت للحماية الدولية للصحفيين، باعتبار أن الصحفي هو الشاهد الوحيد على مجريات الأحداث، ولمنع تعرض الصحفي للضغوط والاعتداءات، أبرمت العديد من الاتفاقيات الدولية، ابتداء من اتفاقية جنيف لسنة 1949، ومن ثم البروتوكولين الإضافيين لسنة 1977 حفاظا على حياة الصحفي، من الاعتداء على كرامته، وهذا ما تبنته العديد من المنظمات المهنية الدولية كلجنة حماية الصحفيين، ومهمتها الأساسية حماية الصحفيين من المضايقات التي يتعرضون لها أثناء أداء عملهم (عطوي، 2018، ص 578)؛ هذا بالإضافة إلى أن القانون العضوي رقم 12/05 الخاص بالإعلام حرص المشرع فيه على وضع نص قانوني واضح يؤكد حق الصحفي في الحماية، حيث نصت المادة 126 منه: "يعاقب بغرامة مالية من ثلاثين ألف دينار جزائريا إلى مئة ألف دينار جزائريا كل من أهان بالإشارة المشينة أو القول الجارح صحفيا أثناء ممارسة مهنته أو بمناسبة ذلك" (قانون الإعلام 12/05، ص 32).

في حين نجد نسبة معتبرة (59.2%) منهم يرون أن هامش الحرية له تأثير في ميولهم نحو استخدام العمود الصحفي في مؤسساتهم الإعلامية (الجدول 4)، وأرجع أفراد العينة السبب في نقص هذا النوع الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري لنقص التكوين الخاص بهم 52.3%، وكذا الخبرة والتجربة

37.7%؛ فرغم إنشاء المدرسة الوطنية للصحافة منذ 1964، وتلتها إنشاء مجموعة كبيرة من الأقسام الخاصة بالصحافة والإعلام على مستوى جامعات الوطن، أما في زمننا هذا فلا تكاد تخلو جامعة من تخصص الإعلام والاتصال، إلا أننا نرى نقصاً فادحاً في تكوين صحفيين مهنيين قادرين على ممارسة الصحافة وتحمل هذه المسؤولية، وهذا يعود لعدة أسباب منها، تغليب الجانب النظري على الجانب التطبيقي، واكتفاء الجامعة بتدريس المواد النظرية، كالتحرير الصحفي والأنواع الصحفية..، وعدم إتباعها بالجانب التطبيقي وإبرام شراكة بين المؤسسات الإعلامية والجامعة لتكوين الصحفي تكويناً يجمع بين الرصيد المعرفي الذي يتلقاه في الجامعة والممارسة الميدانية التي يتعلمها في المؤسسات الإعلامية.

وفي هذا الصدد يصف أصحاب المدرسة المهنية للصحافة أن الجانب النظري "غير مجدي" وغير قادر على إضافة أي قيمة لغرفة صناعة الأخبار، فهم يرون أن الصحفي الذي يعاني من ضعف في جوانب الأداء الإعلامي، لن تسعفه المعلومات النظرية التي درسها وفهمها وحفظها، ولن تجدي نفعا في معالجته لقضايا المجتمع من خلال الخبر أو التقرير، ما لم يكن يتمتع بقدر عالٍ من المهارات والإبداع في هذه المعالجة؛ فهؤلاء يجعلون من الجانب التطبيقي أساساً في تأهيل الصحفيين، ومدخلاً لفهم الجوانب النظرية التي يدرك جوانبها خلال الممارسة ويراهم حقيقة ملموسة أثناء عمله في الميدان (يحيوي، 2019، ص 09)

كما أن قانون الإعلام رقم 12/05 نص في المادة 128: "تساهم الدولة في رفع المستوى المهني للصحفي عن طريق التكوين، و نصت المادة 129: "يجب على المؤسسات الإعلامية أن تخصص سنوياً نسبة 2% من أرباحها السنوية لتكوين الصحفي وترقية الأداء الإعلامي (قانون الإعلام 12/05، ص 32)، إلا أن القليل من الصحفيين الرياضيين في الجزائر محل الدراسة من تلقوا تكويناً من قبل مؤسساتهم الإعلامية، والغالبية منهم يعملون بالمؤسسات العمومية (القسم الرياضي للإذاعة الوطنية، والتلفزيون الجزائري)، ولمدة تراوحت بين أسبوع إلى شهر، وهي مدة غير كافية تماماً لإعداد الصحفيين وتحسين أدائهم الإعلامي.

فقد يحتاج الصحفيون لتحسين خبرتهم في اختصاص معين، وللاعتكاف أحياناً كي يفكروا بمهنتهم، يحتاج ذلك أن يتم خلال سنة أو نصف سنة أو خلال منحة جامعية مثلما يفعل مركز المنح الصحفية "الذي هو" ل بهبة من رجل المال Knight والذي يستقبل حوالي عشرين صحفياً في جامعة ستانفورد" أو دورات أسبوعية، حيث تنظم ورشات ليوم واحد، إما داخل الصحف أو خارجها من قبل جمعيات مهنية أو مدارس صحافة أو مجموعات ملحقّة بوسائل الإعلام؛ فهي بطابعها العملي كدراسة الحالات وتمثيل الأدوار، تضع النقاط على إدراك الصحفيين لمسؤولياتهم، وتوفر لهم إرشادات سلوكية تجاه مصادرهم وتجاه رؤسائهم والمستفيدين من عملهم (برتراند: 2008، ص 128-129)

وأشارت دراسة أحمد سعيد رجب شرف (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، بعنوان صياغة جديدة للصحافة الرياضية لمواجهة متطلبات الإعلام الرياضي في الدورات الأولمبية الحديثة، قسم الإدارة

الرياضية، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2001، أنه لا توجد معايير محددة يتم على أساسها اختيار الصحفيين بالصحافة الرياضية المصرية، وبالتالي فهم يحتاجون لدورات تدريبية.

والنتائج المتوصل إليها من الدراسة الميدانية تعكس تماما النتائج المتوصل إليها في الدراسة التحليلية التي قام بها الباحث، حيث لم يجد أثرا في الجريدة محل الدراسة لهذا النوع الصحفي، ونفس النتائج توصلت إليها الباحثة آسيا عجرود، في دراستها (أطروحة دكتوراه) حول "واقع الصحافة الرياضية في الجزائر" في دراستها التحليلية على جريدة الهدف والخبر الرياضي، والتي توصلت إلى نتائج تثبت غياب هذا النوع الصحفي في الجريدتين محل الدراسة.

وأشارت النتائج الخاصة بدراستنا أيضا أن المقال الصحفي جاء في المرتبة الثانية كنوع صحفي فكري بنسبة 30.8%، بعد التعليق الصحفي، من حيث ميول الصحفيين؛ ورغم تأكيد أفراد العينة على ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي في النتائج التي توصلنا إليها من خلال الجدول رقم 74، فنجد أكثر من 33.1% دائمى الميول، و47.7% أحيانا ما يميلون نحو المقال الصحفي، وأن أغليبتهم 56.9% أقرروا بالحرية في إبداء آرائهم من خلال هذا النوع الصحفي، وأن توجيهات هيئات التحرير لا تؤثر في ميولهم كما جاءت به نتائج الجدولين 76 و77؛ غير أن نتائج الجدول 5 أشارت برفض بعض المقالات للصحفيين الرياضيين محل الدراسة في مؤسساتهم الإعلامية من طرف رؤساء التحرير ومسؤولي النشر، وحتى مالكي المؤسسات الإعلامية، كما أن المساحة المخصصة للإشهار في المؤسسات الإعلامية خاصة المكتوبة لا تؤثر حسب إجابات الصحفيين الجزائريين في استخدامهم من عدمه للمقال الصحفي؛ إلا أن نتائج الدراسة الميدانية، والتي هدفت إلى دراسة الميولات، لا تعكس تماما نتائج الدراسة التحليلية، حيث أظهرت أن المقالات الصحفية قليلة الاستخدام في الإعلام الرياضي الجزائري، فلم نجد سوى 7 مقالات صحفية في 12 عدا تم تحليل محتواها في الجريدة محل الدراسة، ولا ترق أن تكون مقالات صحفية تحمل الخصائص التي تميز المقال الصحفي الرصين.

وفي هذا السياق ترى إجلال خليفة أن كاتب المقال يكون ملما بأسس البحث العلمي وأصول استخراج الحقائق من بطون مراجعها الأكاديمية ودورياتها المتخصصة، فهو في نظرها مزج البحث العلمي والتحرير الصحفي، وترى كذلك، عليه أن يكون ناقدا فيما يقرأ محلا للمعلومات والحقائق التي تدخل في ذهنه، محققا لما يسمع ويشاهد باحثا عما يكمن في داخلها أو خلفها من حقائق وأسباب وأبعاد، وصاحب ذهن منظم قادر على ترتيب ما لديه من معلومات وتصنيف ما عنده من حقائق وأفكار، وأن يكون لديه وعي وإحساس مرهف بالأحداث وقدرة على التنبؤ بتصاعدها، والربط بينهما فيما حدث في الماضي بالنسبة للحدث نفسه (رزافي، 2006، ص118)، وبهذا يمكن القول: أن هذه الخصائص لا يمتلكها أي صحفي رياضي، إلا إذا كان ذو خبرة واسعة ومستوى أكاديمي عالٍ، يمكنه من استخدام هذا النوع الصحفي الفكري، ولذا نجد المقال الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري قليل الاستخدام.

من خلال عرض ومناقشة نتائج الجداول الخاصة بالمشور الثالث والمتعلق بالأنواع الصحفية الفكرية، يمكن القول: أن الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو هذه الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري اتجاهات سلبية (أكثر نفورا من الأنواع الإخبارية والتعبيرية)؛ وهذا من خلال ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية، والتي كشفت عن غياب جل الأنواع الصحفية الفكرية، سواء في الإعلام المكتوب، أو السمعي البصري؛ فرغم بروز التعليق الصحفي في القسم الرياضي للتلفزيون العمومي، إلا أنه يبقى بعيدا عن تلبية ورغبات الجماهير الرياضية، وعليه فنتائج الدراسة تؤكد صحة الفرضية الثالثة.

6-2-1-4- مناقشة الفرضية الرابعة: فحوى هذه الفرضية أن الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الاستقصائية (التحقيق الصحفي)، هي اتجاهات سلبية.

من خلال النتائج المتوصل إليها في هذا المشور، يتضح أن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي الجزائري لا يميلون نحو استخدام الأنواع الصحفية الاستقصائية بصفة كبيرة ودائمة، وهذا ما دلت عليه نتائج الجدول 81، رغم أن طبيعة المؤسسة الإعلامية (خاصة، عمومية) لا تؤثر في ميولهم، كما دلت عليه نتائج الجدول 6، بنسبة 60%، ولا حتى نقص الخبرة والتجربة عند أفراد العينة في مجال الاستقصاء يحول دون الميل نحو استخدام التحقيق الصحفي، وهذا من خلال نتائج الجدول 88.

غير أن هذه النتائج تتناقض مع أبعديات العمل الصحفي، فبعض الصحفيين الرياضيين الجزائريين يتهبون من تحمل المسؤولية والاعتراف بمحدودية مستواهم وقلة خبرتهم في الميدان الإعلامي الرياضي، خاصة في إعداد التحقيقات الصحفية.

فالمؤسسات الإعلامية تعمل على اختيار أفضل العناصر البشرية ذات التأهيل المناسب والخبرات الصحفية التي ترى أنها قادرة على إنتاج مادة صحفية متميزة؛ فالتحقيق الصحفي من أهم فنون التحرير، لذلك فإن معد التحقيق الصحفي يعد من أهم العوامل الضرورية لنجاح التحقيق الصحفي وتحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية، فعلى ضوء ما يتمتع به معد التحقيق من قدرة وكفاءة في الأداء يتحدد مصير عملية الاتصال التي تقوم بها المؤسسة الإعلامية (أحمد، 1998، ص 26)؛ ولهذا فالخبرة تعد من أهم العناصر والشروط التي يجب على معدي التحقيقات الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري أن تتوفر فيهم.

كما أن الذين لديهم ميول نحو استخدام التحقيق الصحفي من الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري، بلغت نسبتهم 12.3%، ليس لكثرة طلب الجمهور لهذا النوع الصحفي، كما جاءت به نتائج الجدول 84 ولا بحثا عن التميز (الجدول 86)، وإنما حبا في العمل الاستقصائي والتحري نحو الوصول إلى الحقيقة وإيصالها للجمهور، وهذا ما أدلى به صحفيو القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري، والذين أجرى معهم الباحث مقابلات بالقسم الرياضي للتلفزيون الجزائري (*) على غرار محمد جمال،

(*) - مقابلة قام بها الباحث أثناء الدراسة الاستطلاعية مع الصحفي محمد جمال والصحفي توفيق دربال بالقسم الرياضي للتلفزيون العمومي،

وهذا يوم 2017/12/24 بمقر التلفزيون العمومي

وتوفيق دربال؛ فالأول أرجع نقص هذا النوع الصحفي بالمؤسسات الإعلامية الرياضية إلى الانشغال بتحرير الأنواع الصحفية الأخرى، وأضاف قائلاً: أن التحقيق الصحفي في القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري كان موجوداً قبل سنوات مع الصحفي عبد الحفيظ شايب، وأنهم طالبوا بعودة هذا النوع الصحفي من خلال اجتماعات على مستوى القسم الرياضي؛ غير أن عدم وجود ميولات من طرف الصحفيين الذي يعملون بالقسم الرياضي للتلفزيون الجزائري نحو استخدام هذا النوع الصحفي الاستقصائي هو سبب غياب التحقيق الصحفي عن الواجهة.

بينما يرجع الصحفي توفيق دربال نقص هذا النوع الصحفي في التلفزيون العمومي، إلى سياسة المؤسسة الإعلامية والتي لا تعتمد على التحقيق الصحفي، ناهيك عن عدم التفريغ الكلي للتحقيقات الصحفية التي تتطلب الوقت الكثير، من أجل التحري وكشف الحقائق، والذي قد يتطلب سنوات، وأضاف قائلاً أن الاستقصاء يتطلب التخصص، أي يجب أن يكون هناك صحفيون في مجال الاستقصاء الرياضي؛ وفي هذا الصدد يرى "ديفيد أندرسون" أن معد التحقيق الصحفي يعد الصحفي الذي يقضي الكثير من وقته في البحث والتحري وإجراء المزيد من الاستقصاءات حول القضية التي يتناولها حتى يكشف المعلومات الخفية بشكل متعمد، وهذا يقتضي قدراً من الصبر والإيمان بأن هناك أشخاص يمكن أن يعملوا ضد المصلحة العامة (شلهوب، 2004، ص 133)؛ وأظهرت النتائج كذلك بأن صعوبة الوصول إلى المصادر تؤثر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي، كما كشفت عنه نتائج (الجدول 87)، فمهمة الصحفي الاستقصائي حسب مدير مركز الصحافة الاستقصائية في لندن "غافين ماكفادين" هي إزعاج السلطة وليس مغاللتها، ولذلك "لا ينبغي للصحفي الاستقصائي أن يكلف نفسه عناء التفكير في الحصول على دعوة لدخول البيت الأبيض أو مقر الحكومة البريطانية" (بوذن، 2018، ص 168)، ولهذا فالوصول إلى المصادر ليس بالأمر الهين لدى الصحفيين الرياضيين الجزائريين، خاصة في تعنت المسؤولين عن قطاع الرياضة، من جهة، ومن جهة أخرى، فإن خوف المصدر من كتابة اسمه في التحقيق الصحفي من المتابعات القضائية الذي يرى أنه في غنى عنها، بالإضافة إلى أن إجبار القوانين الخاصة بالإعلام الصحفي على إثبات المصادر.

وتوافقت نتائج الجدول 87 مع نتائج دراسة الباحث طيبي عمار في دراسته (أطروحة دكتوراه)، والموسومة بـ "الآداء الصحفي الرياضي بالجزائر الرياضية الجزائرية في ظل قانون الإعلام 05/12 المتعلق بالإعلام" حيث أسفرت عن 36.08% من المبحوثين أقرّوا بأنهم دائماً ما يجدون صعوبة في الوصول إلى المصادر، وهي نسبة قاربت النسبة التي تحصلنا عليها من خلال هذه الدراسة (33.8%).

وأشارت النتائج المتوصل إليها في الجدولين 89، و90، أن نسبة كبيرة من الصحفيين الرياضيين (48.5%) يرون أن كثرة الرقابة من هيئة التحرير على التحقيق الصحفي، ونقص الحماية القانونية في المجال الإعلامي، من بين الأسباب المؤثرة على ميولهم نحو استخدام هذا النوع الصحفي، فالملاحقة القانونية تعد عبئاً لا يطاق أمام الصحافة الاستقصائية، ففي الوقت الذي تدرك فيه المؤسسات

الإعلامية أهمية هذا النوع الصحفي، إلا أنها كثيرا ما ترفض تخصيص أية موارد مادية أو بشرية للعمل الاستقصائي. المتاعب التي يمكن أن تتجم عنها بجانب التهديدات الموجهة ضد حياة الصحفيين أثناء عملية البحث المتعلقة بالقضايا الاستقصائية، حيث يتعرض الصحفي للعديد من المضايقات، سواء بالاعتداءات أو من خلال الخطابات المجهولة المصدر...، فوسائل الإعلام تواجه مجموعة من القوانين تمنعها من حيازة المعلومات ونشرها، فتلك القوانين المعيبة تلزم الصحفيين بإقامة الأدلة على صحة إدعاءاتهم، ولا خسروا القضايا، بينما تؤمن هذه القوانين حماية خاصة للموظفين الرسميين (عبد الباقي، 2013، ص 207)؛ فالصحافة الرياضية في المجتمعات الديمقراطية تقوم بدور الرقيب على الأندية والاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة ومحاولة الكشف عن الانحرافات التي قد تحدث بها؛ إذ تسعى إلى التحري عن بعض القضايا، خاصة جوانب الفساد، ويساعدها على القيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية، وما يوفره لها القانون من حماية عند تصديها لقضايا الانحراف في المجال الرياضي ضد بطش المسؤولين أو بطش السلطات (الشمائلة، وآخرون، 2015، ص 43)؛ ولهذا، فإن الأمر متعلق بطبيعة الأنظمة، فبمقدار ما يفنقر الوضع إلى شفافية في سلوكيات المسؤولين عن القطاع الرياضي في الجزائر، وتصرفاتهم، بمقدار ما تتعاضم الحاجة إلى هذا النوع الصحفي الاستقصائي، والذي يلقي الضوء دائما على المساحات المظلمة لهؤلاء المسؤولين وكشف حقيقتهم للجمهور، فالحقائق ليست دائما سارة بالنسبة لهؤلاء، لذا فإنهم يحاولون إبقائها بعيدة عن الرأي العام، ولو بصفة رسمية عن طريق سن قوانين تتماشى مع ما يناسبهم كأشخاص.

من جهة أخرى تعتبر الحوافز المادية للعاملين بالميدان الإعلامي في الجزائر من بين أهم المعوقات التي تحول بين الصحفي والممارسة الصحفية التي ترقى للاحترافية والارتقاء بالمجال الإعلامي في الإعلام الرياضي الجزائري، بصفة عامة والاستقصاء والتحري على وجه الخصوص؛ فالنتائج المتحصل عليها في الدراسة كما جاء في الجدول 91، أن نسبة 59.2% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أن الحافز المادي يؤثر في الميول نحو استخدام التحقيق الصحفي، خاصة وأن هذا النوع من الأنواع الصحفية يحتاج أموال كبيرة من طرف المؤسسة الإعلامية، سواء للوصول إلى الأهداف المرجوة منه، أو أموال تعطى لمعدي التحقيقات الصحفية؛ كما أن معظم الصحفيين الرياضيين العاملين في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، يتقاضون رواتب بخسة لا تكفيهم حتى للعيش؛ وفي تجربة لي في مؤسسة إعلامية بعد النجاح في المسابقة التي أجرتها إحدى القنوات الخاصة بالجزائر عرضوا علينا مبلغ 25 ألف دينار جزائري، مع عدم وجود مكان للمبيت، وهذه الظروف لا تساعد الصحفي الرياضي أن يعمل باحترافية.

كما أن الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية، كما هو موضح في الجدول 92، يعد سببا رئيسيا لعزوف الصحفيين الرياضيين والمؤسسات الإعلامية عن استخدام الاستقصاء الصحفي، فالمؤسسات الإعلامية الجزائرية أصبحت شركات تجارية همها العائد المادي على حساب العمل الاحترافي، وهذا راجع

لعدة أسباب منها الخوف من رفع الإشهار، والذي يعتبر الممول الرئيسي لها، وبالتالي الإفلاس والخروج من السوق الإعلامية، علاوة على ذلك؛ فإن ملاك وسائل الإعلام يرون بأن التحقيقات الصحفية تكلفهم الكثير من الأموال، وأنهم في غنى عن المشاكل والعراقيل البيروقراطية التي قد تسببها لهم بعض القضايا التي تخص كبار المسؤولين في المجال الرياضي، والتي تحتاج إلى وقت طويل للتحري والاستقصاء للكشف عنها.

وفي نفس السياق تشير نظرية الملكية لوسائل الإعلام أن المواد الإعلامية التي تنتشرها وسائل الإعلام يرتبط بصورة مباشرة مع مصالح الأشخاص أو الجهات التي تتولى تمويل هذه المؤسسات، مع ملاحظة أن استقلال وسائل الإعلام يتحقق ضمن الحدود التي تتفق مع مكاسب الملاك؛ فعندما يتم تملك وسائل الإعلام لأغراض تجارية بحتة، فإن المحتوى الذي تنشره أو تبثه في هذه الحالة يتفق مع مصالح الملاك والمعلنين، وعندما تتواءم وسائل الإعلام مع ما يسميه " Altschull " نموذج المصالح؛ فإن المحتوى الإعلامي يعكس أهداف ومصالح الجهات التي تقدم التمويل (عبد الباقي، 2013، ص 125)؛ كما أن 47.7% من الصحفيين الرياضيين محل الدراسة يرون أن أخلاقيات المهنة لا تسمح لهم بالميل نحو استخدام التحقيق الصحفي، والذي يكشف عن الحقائق والفساد الخاص بالمسؤولين في الدولة، وقد يتطرقون حتى للحياة الخاصة بهم، وكذلك الشروط الكثيرة الذي تقتضيها موثيق أخلاقيات المهنة، خاصة في العالم الثالث، فهي تكاد تكون تعجيزية لا تسمح للصحفيين بممارسة مهامهم بكل حرية.

ف نجد على سبيل المثال المادة 19 في دليل الصحفيين العرب ضمن الحملة العالمية لحرية التعبير، على الصحفي الاستقصائي الالتزام بالعناصر الأساسية لأخلاقيات الإعلام في الممارسة اليومية لعمله، والتي تتضمن: (الحمداوي، 2012، ص 52-53)

- ضرورة تحديد المصادر بكل وضوح وتجنب أي انتحال للشخصية، فأى معلومات يجب أن تدعم على الأقل بمصدر أو مصدرين
 - أن يكون متيقظاً لأي رشوة من رجال السياسة أو أي شركة تروج لبضاعة أو منتج، فالصحفي يشوه بذلك مصداقيته إذا ما قام بتغطية حدث بشكل إيجابي مقابل أجر مادي
 - الدقة والعدل عنصران أساسيان في العمل الصحفي، فعليه منع التحريف في مضمون أو صورة في المادة الصحفية
 - على الصحفيين احترام الخصوصية لا سيما في الأملاك الخاصة
 - على الصحفي الأخذ بنظر الاعتبار التصحيحات للأخبار التي يبثها عن طريق الخطأ، وفرصة الرد واستعمال المصادر السرية.
- كما أن قصر التجربة في الإعلام الرياضي الجزائري تعد من بين الأسباب التي لها تأثير كذلك على الميل نحو استخدام هذا النوع الصحفي، وهذا ما كشفت عنه نتائج الجدول 94.

صحيح أن الإعلام الرياضي السمعي البصري بالنسبة للقنوات السمعية البصرية المتخصصة أو الخاصة له تجربة قصيرة، فقد ظهر مع صدور قانون الإعلام الأخير سنة 2012، الذي فتح المجال لإنشاء قنوات خاصة، إلا أن الإعلام الرياضي العمومي بدأ بعد الاستقلال، وكذلك المكتوب، فقد ظهرت عدة جرائد رياضية، وعامة مع الانفتاح الإعلامي بداية التسعينات، ولو رجعنا لنتائج الجدول 6، الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الأقدمية؛ فإن نسبة الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة الذين فاقت خبرتهم 25 سنة بلغت 45.4%، والذين كانت خبرتهم من 16-25 سنة، بلغت 25.4%، وهي نسب كبيرة، أي أن من أفراد العينة من لهم خبرة واسعة في هذا المجال، وبالتالي فإن عزوف الصحفيين الرياضيين الجزائريين عن استخدام التحقيق الصحفي تعود لأسباب أخرى، التي ذكرناها آنفا.

من خلال عرض ومناقشة نتائج الجداول الخاصة بالمحور الرابع، والمتعلق بالأنواع الصحفية الاستقصائية، يمكن القول: أن الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الإستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري اتجاهات سلبية؛ وهذا من خلال ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية، والتي كشفت عن غياب التحقيق الصحفي كليا في البرنامجين الرياضيين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة التحليلية، وظهور محتشم في الإعلام الرياضي المكتوب، وعليه فنتائج الدراسة الخاصة بهذا المحور تؤكد صحة الفرضية الرابعة.

6-2-1-5- مناقشة الفرضية الخامسة: فحوى هذه الفرضية أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، وبين متغيرات الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05.

- لا توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو النوع الصحفي الإخباري تعزى لمتغيرات الدراسة
- لا توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو النوع الصحفي التعبيري تعزى لمتغيرات الدراسة
- توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو النوع الصحفي التعبيري تعزى لمتغير طبيعة المؤسسة الإعلامية.

- توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو النوع الصحفي الفكري تعزى لمتغير التخصص
- توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو النوع الصحفي الفكري تعزى لمتغير طبيعة المؤسسة الإعلامية.

- توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو النوع الصحفي الفكري تعزى لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية.

- توجد فروق دالة إحصائية في مدى تأثير صعوبة الوصول إلى المصادر على ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي تعزى لطبيعة المؤسسة الإعلامية.

- توجد فروق دالة إحصائية في ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي تعزى لطبيعة المؤسسة الإعلامية.

- توجد فروق دالة إحصائية في ما إذا كان الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية يعيق ميول أفراد العينة نحو استخدام التحقيق الصحفي تعزى لطبيعة المؤسسة الإعلامية.

من خلال عرض نتائج الجداول الخاصة بالمحور الخامس، والذي يهدف إلى كشف ما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى الصحفيين الجزائريين في اتجاهاتهم نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري تعزى إلى متغيرات (السن، المستوى التعليمي، التخصص، طبيعة المؤسسة الإعلامية، نوع المؤسسة الإعلامية، المنصب الإداري، سنوات الأقدمية) عند مستوى الدلالة 0.05، يمكن القول: أن المتغيرات المذكورة آنفا لم تؤثر في اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الإخبارية والتعبيرية في الإعلام الرياضي الجزائري وهذا من خلال ما أسفرت عنه نتائج الدراسة، بينما كشفت النتائج أن بعض المتغيرات (طبيعة ونوع المؤسسة الإعلامية والتخصص) أثرت في اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري، وكذا متغير واحد (طبيعة المؤسسة الإعلامية) أثر في اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري، من ناحية صعوبة الوصول إلى المصادر، وكذا الفكر التجاري لأصحاب المؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها أفراد العينة.

أي أن الفرضية الخامسة المتعلقة بهذا المحور، لم تتحقق، إلا في جزء بسيط من هذا المحور كما سبق الإشارة إليه؛ وهذا يقودنا إلى القول: أن بعض المتغيرات، خاصة (المستوى التعليمي، التخصص، سنوات الأقدمية) لا يمكن أن تؤثر في اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية، خاصة الاستقصائية والفكرية منها، في الإعلام الرياضي الجزائري، في ظل غياب سياسة إعلامية تحفيزية، وقوانين تحميه، وتكوين جيدٍ للصحفي يؤهله، لاستخدام هذه الأنواع الصحفية،...).

6-2-2- مناقشة نتائج الدراسة التحليلية:

بعدها قام الباحث بالدراسة الميدانية من خلال استبيان وزع على الصحفيين الرياضيين الجزائريين محل الدراسة، كان الغرض منه معرفة ميولاتهم نحو الأنواع الصحفية، تم إجراء دراسة تحليلية من خلال استخدام أداة تحليل المحتوى للوقوف على الاستخدامات الفعلية للأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، وكانت النتائج المتحصل عليها كما يلي:

- كشفت نتائج الجدول 95 عن تخصيص مساحة معتبرة للأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، من خلال عينة الدراسة التحليلية، سواء بالنسبة لجريدة الهدف، أو البرنامجين الرياضيين الإذاعي والتلفزيوني، مقارنة بالمساحة الكلية والمدة الزمنية المخصصة لعينة الدراسة.

- من خلال نتائج الجدول 96 فقد نالت المواضيع الغير رياضية (سياسية، اجتماعية، ثقافية...) نالت نصيبها هي الأخرى في جريدة الهدف وبمساحة قدرت بـ 15 صفحة (6300سم²) من المجموع الكلي لعينة الدراسة (276 صفحة) (115920سم²)، أما بالنسبة للبرنامجين الرياضيين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة فلم نجد سوى موضوعا واحد في البرنامج التلفزيوني أستوديو المحترفين كان موضوعا تاريخيا يتحدث عن المجاهد عمر حمادي، الذي سمي باسمه ملعب بولوغين.

- غلبت الذاتية على الموضوعية في كتابة ومعالجة المواضيع الرياضية من طرف الصحفيين الرياضيين محل الدراسة، رغم أن الأنواع الصحفية الإخبارية لا تتسم بالذاتية، وهذا ما دلت عليه نتائج الجدول 98، حيث وجدنا 506 مواضيع تتسم بالذاتية من مجموع 1309 في جريدة الهدف، و 71 موضوعا يتسم بالذاتية من مجموع 131 في البرنامج الرياضي الإذاعي، و 198 موضوعا في البرنامج التلفزيوني من مجموع 302 موضوعا رياضيا، كل هذه المواضيع كانت ذاتية الطرح، أو يتم التعليق عليها من طرف الصحفي الرياضي، رغم أن جل المواضيع في الدراسة التحليلية كانت في قالب إخباري تنتمي للأنواع الصحفية الإخبارية، والتي تتسم بالموضوعية، وهذا ما يدل على عدم الاحترام والتقدير بخصوص الأنواع الصحفية والخلط بينها من طرف الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري.

- حسب نتائج الجدول 97 فإن المواضيع الرياضية حسب التقسيم الجغرافي كانت متعددة بين ما هو محلي، وما هو وطني، وكذلك المواضيع الدولية، غير أن المواضيع الوطنية غلبت على محتوى المواضيع الرياضية التي كانت في الدراسة التحليلية، حيث وجدنا أن المواضيع الوطنية كانت بنسب كبيرة مقارنة بالمواضيع الأخرى، وهذا ناتج عن كون البرنامجين الرياضيين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة، وكذلك جريدة الهدف يهتمون أكثر بكرة القدم الوطنية، من خلال التطرق للبطولة الوطنية موبيليس، كما أن المواضيع المحلية (بطولة الهواة، والأندية التي تنشط في الشرفي، والجهوي...) غابت تماما في المواضيع التي تم مناقشتها في البرنامجين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة، وهذا يعود لنقص متابعين ومناصري هذه البطولات.

- تعددت مصادر المعلومات والمواضيع الرياضية في عينة الدراسة، كما هو موضح في الجدول 99، وغياب بعض المصادر تماما على غرار وكالات الأنباء وشهود العيان، رغم وجود وكالات أنباء متعاقدة مع

القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري والإذاعة الوطنية؛ فهما يعتمدان على التغطية الصحفية من قبل المرسلين الصحفيين، حيث أسفرت النتائج أن التحرير المركزي، والمراسل الصحفي احتلا المرتبة الأولى والثانية تواليا في البرنامجين الرياضييين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة، بينما نجد جريدة الهدف تعتمد على المراسل الصحفي في المرتبة الأولى، تليه المصادر المجهولة، وفي هذا الصدد نجد بعض المصادر لا تود البوح عن اسمها من جهة، ومن جهة أخرى نجد بعض المؤسسات الإعلامية تفرض على الصحفي الرياضي عدم البوح بمصادر المعلومات المهمة من أجل السبق الصحفي، ونجدها دائما في عبارة -وحسب مصادرنا الخاصة، أو وحسب مصدر مقرب من الجريدة الفلانية، أو الإذاعة، أو القناة الفلانية - بالإضافة إلى وجود مصادر أخرى لجريدة الهدف كالمواقع الإلكترونية ومؤسسات الإعلام الوطنية والدولية.

- أسفرت النتائج كذلك أن الإعلام الرياضي الجزائري يهتم بكرة القدم على حساب الألعاب الأخرى، ففي دراستنا لم نجد أثرا لباقي الألعاب الرياضية لا الجماعية ولا الفردية، وهذا بسبب شهرة كرة القدم والمتابعة الواسعة لهذه اللعبة من طرف الجماهير، ومن جهة أخرى فإن البرنامجين الرياضييين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة التحليلية، يهتمان فقط بكرة القدم، وكذلك جريدة الهدف، رغم وجود بعض البرامج الرياضية التي تخصص مساحة للألعاب الأخرى، غير كرة القدم على غرار برنامج ملفات رياضية الذي يقدمه صايفي العمري في القسم الرياضي للإذاعة الوطنية، إلا أنه يهتم فقط بالأحداث البارزة لبعض الألعاب كالبطولات العربية أو الدولية، أو التتويجات الخاصة باللاعبين...، كما أن جريدة الهدف الدولي تخصص صفحة واحدة تقريبا في كل عدد للرياضات الأخرى، وكذلك يوجد برنامج الأسبوع الرياضي الذي تقدمه الصحفية ليلي بن فرحات في القسم الرياضي للتلفزيون الجزائري، والذي يهتم بدوره بكل الرياضات، لكن فقط بالمناسبات، وبالتالي فالتغطية الإعلامية الخاصة بالألعاب الجماعية والفردية خارج كرة القدم شحيحة ولا تلبى حاجات ورغبات الجماهير الرياضية التي تتابع هذه الألعاب.

- استُخدمت اللغة بشقيها الفصحي والمختلطة، رغم وجود اختلاف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، ففي جريدة الهدف اعتمدت أكثر على اللغة المختلطة (الهجينة، أو ما تسمى باللغة الثالثة) في توصيلها للمعلومات الرياضية لجماهيرها، خاصة في العناوين، والأحاديث الصحفية مع اللاعبين والمدربين، كون هذه الفئة لا تتقن اللغة العربية الفصحى، بينما البرنامجين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة اعتمدا أكثر على اللغة العربية الفصحى البسيطة، فاللغة الإعلامية ما هي إلى وسيلة لتوصيل الرسالة للجمهور من أجل فهمها، مهما كان الهدف (توير الجمهور، التأثير عليه...); فالصحفي الرياضي يخاطب جمهوره باللغة التي يفهمها رغم اختلاف الوسيلة؛ وفي هذا السياق يرى الباحثون في مجال الإعلام والاتصال أن من بين الخصائص العامة للغة الإعلامية الملائمة، أي أن تكون اللغة الإعلامية متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي، وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع، ولهذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة، ولغة الصحافة المكتوبة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية... معينة وتتوجه إلى حاسة البصر، ويجب أن تكون ملائمة أيضا وهكذا؛ وأن تكون مرنة أي أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف، أي أن تكون متعددة

المستويات، بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية (الشريف، نداء، 2004، ص ص 38-39)

- احتلت الأنواع الصحفية الإخبارية الصدارة سواء من حيث المساحة، أو من حيث التكرار، رغم وجود اختلاف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى من حيث استخدام الأنواع الإخبارية، ففي جريدة الهدف، وكما بينته نتائج الجدول رقم 102، وجدنا أنها تعتمد على الخبر والتقرير بصفة أكبر من الحديث الصحفي، بينما البرنامجين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة يعتمدان على الحديث الصحفي بنسبة أكبر مساحة وتكراراً، كون هاذين الأخيرين يعتمدان على التحليل والنقاش والتعليق عن الأحداث الجارية من خلال استضافة العديد من المختصين في الاستوديوهات

- وتشير نتائج الجدول 103 إلى غياب البورتريه في جريدة الهدف وفي البرنامج الإذاعي محل الدراسة، ووجوده بنسبة لا تكاد تذكر (ثلاث مرات فقط) في البرنامج التلفزيوني، وكذلك بالنسبة للروبورتاج غياب شبه كلي، ما عدا مرتين في جريدة الهدف، ومرتين في البرنامج التلفزيوني محل الدراسة، رغم أن أفراد العينة لهم ميولات نحو الأنواع الصحفية التعبيرية؛ إلا أنها لم تجسد في الواقع سواء في الإعلام الرياضي المكتوب، أو السمعي البصري، عدا القليل منها، وتجد الإشارة إلى أن قناة الهدف المتخصصة في المجال الرياضي، تستخدم أحياناً البورتريهات من خلال حصة كانت تسمى "يوم مع لاعب"، كما أنها تستخدم الروبورتاجات الرياضية، إلا أننا لاحظنا أنها عبارة عن فيديوهات لمسيرات بعض اللاعبين المشهورين يتم التعليق عليها من طرف الصحفي؛ فهي قريبة للبورتريه أكثر منها للروبورتاج، بالإضافة إلى أنها تحمل بعض خصائص التعليق الصحفي أكثر من الروبورتاج

- استخدام محتشم للأنواع الفكرية في عينة الدراسة، كما كشفت عنه نتائج الجدول رقم 104 رغم وجود بعض الأنواع الصحفية بنسبة معتبرة على غرار التعليق الصحفي في البرنامج التلفزيوني محل الدراسة، وغياب شبه كلي للأنواع الفكرية الأخرى (العمود لم يستخدم تماماً، ووجود افتتاحية واحدة في البرنامج التلفزيوني، والتيلم تحترم أصلاً خصائص ومميزات الافتتاحية.

- الأنواع الصحفية الاستقصائية هي الأخرى حرمت من الاستخدام في العينة محل الدراسة، ما عدا وجود ست (6) تحقيقات في جريدة الهدف، لا ترقى لخصائص التحقيق لا كتابة ولا مساحة، وغياب تام في البرنامجين الرياضييين الإذاعي والتلفزيوني محل الدراسة.

وهذه النتائج لم تتوافق مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة آسيا عجرود، في دراستها (أطروحة دكتوراه، حول واقع الصحافة الرياضية في الجزائر) في دراستها التحليلية على نفس الجريدة محل هذه الدراسة (جريدة الهدف اليومي)، حيث وجدت 54 تحقيقاً في فترة دراستها، رغم أنها كانت على 12 عدداً فقط (كدراستنا هذه)، وفي رأبي أن هذا العدد من التحقيقات الصحفية مبالغ فيه من طرف الباحثة.



الفصل السابع

استنتاجات واقتراحات

7-1- الاستنتاج العام:

من خلال البحث في موضوع اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، يمكن القول بالاستناد إلى النتائج المتوصل إليها أن موضوع الاتجاهات نحو نوع صحفي معين تتدخل فيه عدة عوامل لعل أبرزها ما سنذكره:

إن التكوين الجيد للصحفي الرياضي والتخصص في هذا المجال، والإلمام الفكري والمعرفي، والجمع بين النظري والتطبيقي له أثر كبير على تمكنه من تقنيات وفنيات التحرير الصحفي؛ فالتكوين المحكم يلعب دورا كبيرا في إثبات شخصية الصحفي واتجاهاته، وبناء كفاءته، مما يجعله على علم بخصائص ومميزات كل نوع صحفي، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الخلط بين هذه الأنواع الصحفية، وهذا ما يجعله متحكما في توظيف الأنواع الصحفية في المكان والوقت المناسبين؛ فالنتائج التي توصل إليها الباحث في هذه الدراسة تثبت أهمية التكوين والتخصص في الإعلام الرياضي، فالقلة القليلة من الصحفيين محل الدراسة من تلقوا تكوينا في مجال التحرير الصحفي والأنواع الصحفية، رغم أن القانون يكفل لهم ذلك، كما سبق الإشارة إليه.

إن المؤسسات الإعلامية الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة لم تبد أهمية لتكوين الصحفي، فنجد هذا الأخير لا يشارك في سياستها الإعلامية، وترتيب أجندها، ولا في مناقشة كيفية توظيف وتقديم المادة الإعلامية في صورتها النهائية للجماهير الرياضية إلا نادرا؛ فهي مقتصرة فقط على ملاك المؤسسات ومدراءها ورؤساء التحرير الذين غالبا ما يتحكمون في المواد الإعلامية وكيفية إدارتها، سيما في المؤسسات الإعلامية الخاصة؛ فأشراك الصحفي الرياضي في وضع أجندة المؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها يزيد من إحساسه بالمسؤولية نحوها، مما يزيد من رضاه الوظيفي، الذي بدوره يساهم في تحسين أدائه المهني وكفاءته.

كما أن عملية توظيف الصحفيين لا تخضع لمعايير موضوعية تشمل الكفاءة والتخصص في المجال... وإنما لمعايير ولسياسات أخرى، هذا إن وجدت، خاصة في ظل فتح المجال مؤخرا لعدة مؤسسات إعلامية بصدور قانون الإعلام الأخير سنة 2012، والذي فتح الباب على مصراعيه لكل من له صلة بالإعلام ومن ليس له علاقة أبدا بهذا المجال؛ عن طريق الوساطة والمحسوبية، هذا ما زاد من معاناة المؤسسات الإعلامية في المجال الرياضي من إمكانية إرضاء جماهيرها ومتتبعيها شكلا ومضمونا؛ وفي هذا السياق يرى أديب خضور أن الإعلام الذي يعتمد على الموهبة فقط ذهب إلى غير رجعة، كما ذهب إلى غير رجعة الصحفي العام؛ فهو يرى أن الإعلام المعاصر يتطلب كادرا إعلاميا تأهل أكاديميا في مجال الإعلام، وتخصص أكاديميا في مجال علمي محدد، ولذلك يرى ضرورة تأهيل كادر إعلامي رياضي وفق إحدى الإستراتيجيتين التاليتين: صحفي مختص، بمعنى أخذ خريجين يهتمون بالرياضة من أقسام وكليات الصحافة والإعلام، وتأهيلهم رياضيا في معاهد رياضية متخصصة لفترة لا تقل عن سنتين يصبحون بعدها مؤهلين إعلاميا ورياضيا للعمل في الإعلام الرياضي، وصحفي مختص،

بمعنى أخذ خريجين من معاهد وكليات الرياضة لديهم موهبة واهتمام إعلاميين في معاهد إعلامية متخصصة لفترة لا تقل عن سنتين، يصبحون بعدها مؤهلين إعلامياً (خضور، أديب، 2005، ص 214-215)؛ ومن بين العوامل الرئيسية التي تسببت في هذا كله الذهنية التجارية لملاك القنوات والجرائد، والذين غالباً يكونون من رجال الأعمال، وليس قدماء الصحفيين، فهم هم الوحيد المادي السريع ولو على حساب المضمون الجيد الذي يستجيب لتطلعات الجمهور الرياضي.

إن اتجاهات الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري نحو الأنواع الإخبارية بشكل واضح، رغم ميولهم للأنواع الصحفية الأخرى الفكرية والتعبيرية، وأحياناً الاستقصائية لها عدة تفسيرات، كما أن لها مبرراتها، ففي رأي الباحث بالإضافة إلى الأسباب التي ذكرناها (التكوين، التوظيف...)، فتسارع الأحداث الرياضية وكثرتها في ظل التطور التكنولوجي الرهيب الذي تشهده وسائل الإعلام في العالم، تجبر الصحفي الرياضي على مسايرتها، وإيصال المعلومات في أقل وقت ممكن (الخبر يموت أثناء ولادته)، كما أن ليس كل الأحداث الرياضية تستدعي أنواع صحفية فكرية أو استقصائية أو حتى إخبارية. كما أن هناك عراقيل تعترض طريق الممارسة الصحفية في الجزائر؛ فالصحفي الرياضي يجد صعوبة كبيرة في الوصول إلى المصادر، فبعض الأنواع الصحفية على غرار التحقيق الصحفي تبحث عن السؤال لماذا؟، وبالتالي فهدفها الوصول إلى الحقائق عن طريق الحجج والبراهين، مما يزيد من ثقة الجمهور بالصحفي وزيادة مصداقيته، وعند غياب المصادر يحدث العكس، خلافاً للأنواع الصحفية الإخبارية التي قد تتجز من مكتب الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية، أو وكالات الأنباء، أو حتى التغطية من مكان الحدث؛ فالتحقيق الصحفي مثلاً له علاقة مباشرة مع المصدر عكس التعليق الصحفي في الإعلام الرياضي، فالصحفي في التعليق الرياضي يعلق على المباريات من مكان الحدث، فيصبح هو المصدر، وعلى الأحداث الجارية من خلال الأخبار التي تصله من وكالات الأنباء أو المؤسسات الإعلامية الأخرى...

إن النتائج التحليلية المتوصل إليها في هذه الدراسة أظهرت أن المواضيع الرياضية الأكثر تغطية في البرامج الرياضية محل الدراسة تهتم بمقابلات البطولة الوطنية موبيليس، وبالتالي قد لا تحتاج لأنواع صحفية استقصائية أو تعبيرية بصفة كبيرة، فقد كشفت النتائج أن التعليق الصحفي هو الأكثر استخداماً، سواء على المقابلات أو للتحليل بعد المقابلات؛ فهنا أردت أن ألمح إلى حجم الحدث، فهناك أحداث رياضية تحتاج إلى أنواع صحفية قادرة على نقل الواقع أوسع من أنواع صحفية أخرى، فالروبورتاج والتحقيق الصحفيين مثلاً يغطيان شريحة من الواقع أكثر مما يغطيها الخبر الصحفي أو التقرير الصحفي، وهكذا يكون ترتيب أولويات المؤسسات الإعلامية باختلاف أنواعها وطبيعتها في معالجة المواد الصحفية، غير أن هذا لا يبرر بصفة مطلقة عزوف الصحفيين الرياضيين في الإعلام الرياضي الجزائري عن توظيف الأنواع الصحفية الأخرى غير الإخبارية.

إن الرقابة الدائمة من قبل رؤساء التحرير على المواد الإعلامية التي يحررها الصحفي تنقص من ثقة هذا الأخير وتجعله يفقد الثقة في إثبات ذاته داخل المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها، مما يجعل الصحفي الرياضي يبتعد عن توظيف أنواع صحفية أصعب وأعمق كالأنواع الفكرية والاستقصائية، والعزوف حتى عن التفكير فيها؛ وهذا ما يتنافى مع المقاربة الوظيفية لوسائل الإعلام والاتصال التي ترى أن المؤسسات الإعلامية تعمل ككيان واحد لكل عضو منها وظيفته الخاصة لا يمكن الاستغناء عنها

إن السياسة الإعلامية (لخط التحرير ي) للمؤسسات الإعلامية تختلف من مؤسسة إلى أخرى، سواء من حيث طبيعتها (عمومية، خاصة)، أو من حيث نوعها (مكتوبة، مسموعة، تلفزيونية)، تعمل تحت نظام قانوني إعلامي يختلف من بيئة إعلامية إلى أخرى حسب البلاد الموجودة فيها؛ فالجزائر كما هو معروف تعمل تحت نظام إعلامي شمولي وموجه، ومثل هذه الأنظمة لا تسن قوانين إعلامية تعمل على حرية ترقى لممارسة إعلامية احترافية، وحماية قانونية تزيد من ثقة الصحفي الرياضي للعمل بكل أريحية، بعيدا عن الضغوطات القانونية والنفسية، مما يجعل الصحفي الرياضي مجبرا لاتباعها والسير على منهجها؛ فالعمل في هذا الإطار الضيق لا يتيح له الفرصة للإبداع والتفكير في توظيف أنواع صحفية فكرية واستقصائية، وإبداعية؛ وفي هذا السياق يرى البروفيسور عبد الرحمان عزي أن مجال قوانين الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية شحيحة ومملة من الناحية المعرفية كونها تنطلق من قاعدة المراقبة أو التقييد المسبق: أحد عناصر الفكر السلطوي؛ ويعتبر عبد الرحمان عزي أن تاريخ هذه القوانين الإعلامية في تلك البلدان تعد لاغية إلى حد كبير وليس لها القيمة المعرفية التي تؤسس التراكم الدال عبر التاريخ (عزي، 2016، ص 40)؛ فرغم وجود قوانين إعلامية صدرت مؤخرا في الجزائر، كقانون الإعلام 2012، وقانون السمعي البصري 2014، إلا أنها دائما تفتقر لآليات التطبيق، وتبقى حبرا على ورق، بعيدة عن الواقع، وخير دليل سلطة الضبط الخاصة بالصحافة المكتوبة؛ فهي لا توجد لحد الآن رغم الحديث عنها من قبل العديد من وزراء في القطاع قبل عدة سنوات، وهذا ما يزيد من معاناة تنظيم هذا القطاع والعبث به والسير العشوائي له.

أظهرت النتائج كذلك أن هناك خلط واضح بين الأنواع الصحفية سواء في التلفزيون أو في الإذاعة أو حتى في الصحافة المكتوبة الرياضية، رغم أن الأنواع الصحفية تبقى هي هي رغم تعدد الوسائل، فقط يبقى لكل وسيلة خصائصها، وطريقة عرضها، كالصورة والصوت في التلفزيون والصوت في الإذاعة..، وهذا ما لمسناه في التعليق على الأخبار الرياضية من طرف الصحفيين الرياضيين، فنجد ذاتية الصحفي واضحة، حتى في الأنواع الصحفية الإخبارية، وبالتالي الانتقال من الخبر الصحفي إلى التعليق، والخلط كذلك بين البورتريه والتقرير، وكذا بين البورتريه والروبورتاج...، وهذا في اعتقادنا كذلك راجع إلى نقص التكوين والبعد عن التخصص في مجال الإعلام والاتصال.

إن النتائج بينت كذلك أن هناك اختلاف في الميولات بين أفراد العينة من مؤسسة إعلامية إلى أخرى؛ فالصحفي الرياضي الذي يعمل بالتلفزيون لا يميل نحو استخدام نفس الأنواع الصحفية التي يميل

نحو استخدامها الصحفي الذي يعمل في الصحافة الرياضية المكتوبة، وهذا ما دلت عليه نتائج الدراسة التحليلية، حيث وجدنا التعليق الصحفي هو الأكثر استخداما في التلفزيون، وهذا راجع حسب اعتقادي إلى اختلاف الأحداث والمواضيع الرياضية المعالجة؛ فنجد التلفزيون يركز على التعليق على المقابلات من مكان الحدث، وتحليلها بعد نهايتها عبر البرامج الرياضية التي يبثها؛ بينما نجد الصحافة الرياضية المكتوبة، تعالجها من زاوية أخرى عن طريق الأخبار والتقارير الرياضية، وهذا راجع إلى طبيعة الوسيلة الإعلامية وخصائص ومميزات كل منها.

- بالرجوع إلى مكونات الاتجاهات (المعرفي، العاطفي، والسلوكي) لا يمكن للصحفي أن يكون أي اتجاه نحو نوع صحفي معين في ظل غياب أحد المكونات المذكورة آنفا، فهي مرتبطة بحيث لا يمكن فصلها، فلو فرضنا جدلا أن الصحفي يملك من المعلومات والأفكار والخبرة، ما يؤهله لاستخدام أي نوع صحفي، مهما كانت صعوبته، ففي غياب حب ورغبة الصحفي لهذا النوع الصحفي، فإن اتجاهه سيكون سلبيا نحوه.

- للإشارة فإن الباحث تأكد من النتائج المتحصل عليها في الدراسة التحليلية التي قام بها، حيث قام باختيار أعداد عشوائية أخرى لكل نوع إعلامي فاقت 12 عددا، من جريدة الهدف، وكذلك من برامج رياضية تلفزيونية وإذاعية، نذكر منها، البرنامجين الإذاعيين ملفات رياضية، ومنبر الكرة، فقد غابت فيهما الأنواع الصحفية التعبيرية والاستقصائية والفكرية ما عدا التعليق في مرات قليلة لا تكاد تذكر، فهذين البرنامجين يتم فيهما استضافة المحللين الرياضيين للحديث عن بعض القضايا والأحداث الرياضية الراهنة في جميع الرياضات، وكذلك يتم الاتصال ببعض المسؤولين واللاعبين والمدربين لإثراء النقاش، فهما يعتمدان على الأنواع الإخبارية على غرار الخبر والحديث؛ وكذلك البرنامجين التلفزيونيين الأسبوع الرياضي، والشوط الثالث، فتم الحصول على نتائج تكاد تكون متطابقة بالنسبة لاستخدام الأنواع الصحفية.

7-2- الاقتراحات: من خلال النتائج التي توصل إليها الباحث عرض مجموعة من الاقتراحات نوجزها فيمايلي:

- ضرورة تكوين الصحفيين العاملين بالإعلام الرياضي الجزائري لفترة كافية لتعلم تقنيات التحرير والكتابة الصحفية
- تخصيص مساحات أكبر لأنواع الصحفية التعبيرية والفكرية والاستقصائية وعدم الاكتفاء فقط بالأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري، وهذا من خلال إنشاء أقسام خاصة بالتحقيقات والروبورتاجات الرياضية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية
- فتح المجال للعمل الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري لخريجي الإعلام الرياضي
- وضع معايير قانونية لتوظيف الصحفيين في الإعلام الرياضي الجزائري تبنى على أساس الكفاءة والتخصص، تكون على رأسها الشفافية بعيدا عن الوساطة والمحسوبية
- إشراك الصحفيين الرياضيين في بناء أجندة المؤسسات الإعلامية وخطها التحريري
- توفير الأجواء المساعدة للصحفي الرياضي الجزائري لمساعدته على الممارسة الإعلامية باحترافية، وهذا من خلال توفير الوسائل والمعدات التي يحتاجها للتغطية الإعلامية، ناهيك عن الحوافز المادية والمعنوية من قبل مدراء وملاك المؤسسات الإعلامية الجزائرية التي يعملون فيها، وهذا ما يحفزهم على تحسين أدائهم المهني
- سن قوانين إعلامية ترد الاعتبار للصحفي الرياضي في الجزائر، وتزيد من حرية التعبير الصحفي
- كفل حق الصحفي الرياضي في الوصول إلى مصادر الأخبار
- فتح الباب للخواص المتخصصين في الإعلام والاتصال من أجل فتح مؤسسات إعلامية
- ضرورة عقد شراكة بين الجامعة والمؤسسات الإعلامية، وهذا من أجل الجمع بين الجانب النظري الأكاديمي والعمل التطبيقي من خلال الممارسة الميدانية والوقوف على العمل الصحفي، لزيادة كفاءة خريجي الإعلام والاتصال بصفة عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص
- ضرورة إنشاء استوديوهات وجرائد ومجلات وحتى إذاعات وقنوات تلفزيونية في الجامعات الجزائرية، تهتم بأخبار الجامعات الجزائرية، من جهة وتنتشر وتبث كل ما يتعلق باحتياجات الطلبة والأساتذة وكل العاملين فيها، يستفيد منها طلبة الإعلام والاتصال في تكوينهم الميداني، وعقد شراكة مع الصحفيين الذين يملكون خبرة كبيرة في مجال الإعلام والاتصال، لتكوين الطلبة على فنيات التحرير والكتابة الصحفية والتغطيات الإعلامية في هذه المؤسسات، وإنتاج طلبة صحفيين أكفاء قادرين على الممارسة الصحفية باحتراف بعد تخرجهم.
- تعميم تخصص الإعلام والاتصال الرياضي في معاهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، وكلليات الإعلام والاتصال في جامعات الوطن.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع

المصادر

القرآن الكريم

الحديث النبوي الشريف

1- قائمة المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم، إسماعيل(1998) : فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1 ، دار الفجر، القاهرة، مصر.
2. إبراهيم، إسماعيل(2001) : الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر.
3. أبو أصعب، صالح خليل(2006) : الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5 ، دار مجدلاوي، عمان، الأردن.
4. أبو العلا، محمد علي(2014) : فن الاتصال بالجمهور بين النظرية والتطبيق، ط1 ، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
5. أبو زيد، فاروق(1992) : فن الكتابة الصحفية، عامل الكتب، القاهرة، مصر.
6. أبو زيد، فاروق(1992) : فن الخبر الصحفي، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
7. أبو عرجة، تيسير أحمد(2011) : فن المقال الصحفي، ط1 ، دار مجدلاوي، عمان، الأردن.
8. آرمان، وماكلار ميشال(2005) : تاريخ نظريات الاتصال، ط3، ترجمة: لعياضي نصر الدين، ورايح الصادق، المنظمة العالمية للترجمة، بيروت لبنان.
9. أنجرس، مورس(2004) : منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبية، الجزائر.
10. إسماعيل، محمود حسن(2003) : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 ، الدار العالمية للتوزيع والنشر، القاهرة، مصر.
11. بدر، أحمد(2008) : علوم الإعلام- البحث العلمي، المناهج، التطبيقات-، دار قباء الحديثة، القاهرة، مصر.
12. البدراني، فاضل محمد حسني(2015) : أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والالكتروني، ط1، دار البداية، عمان، الأردن.
13. برتراند، جان كلود(2008) : أدبيات الإعلام، ترجمة : العابد، رباب، ط1 ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت، لبنان.
14. بن شلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز(2004) : التحقيق الصحفي- أسسه، أساليبه، اتجاهاته الحديثة-، ط1 ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
15. بن مرسلي، أحمد(2005) : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع:

16. بياجي، شيرلي(1986) : فن المقابلة الصحفية، ترجمة: عبد الرؤوف، كمال، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، القاهرة، مصر.
17. تمار، يوسف(2007) : تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر.
18. رانتانن، تيرهّي(2015) : الأخبار-نشأتها وتطورها-، ترجمة: كوثر محمد محمود، ط1، مؤسسة هنداوي، القاهرة، مصر.
19. حداد، نبيل(2002) : في الكتابة الصحفية، دار الكندي، إربد، الأردن.
20. الحسيني، أميرة(2005) : فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان. "المشاقبة، بسام عبد الرحمان(2015) : نظريات الاتصال، دار أسامة، عمان، الأردن.
21. الحضيف، محمد بن عبد الرحمان(1998) : كيف تؤثر وسائل الإعلام- دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية.
22. الحمداوي، بشرى حسين(2012) : التغطية الصحفية الاستقصائية-تحقيقات عابرة للحدود-، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن.
23. حمزة، عبد اللطيف(1956) : المدخل في فن التحرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
24. الخزرجي، حيدر محمود محسن(2015) : الإعلام المرئي وصناعة الأجنحة السياسية- العراق نموذجاً-، دار أمجد، عمان، الأردن.
25. خضور، أديب(1994) : الإعلام الرياضي"دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا.
26. خليل، ميخائيل معوض(2003) : علم النفس الاجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر.
27. الخوري، نسيم(2009) : الكتابة الإعلامية المبادئ والأصول، ط2، دار المنهل اللبناني، بيروت، لبنان.
28. خير الله، حسيب حمد(2015) : الإعلام والسلطة الرابعة، ط1، دار أمجد، عمان، الأردن.
29. الدروبي، محمد(1996) : الصحافة والصحفي المعاصر، ط1، د دن.
30. درويش، زين العابدين(2005) : علم النفس الاجتماعي- أسسه وتطبيقاته-، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2005.
31. دويدار، عبد الفتاح محمد(1999) : مناهج البحث في علم النفس، ط2، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.

قائمة المصادر والمراجع:

32. دويدار، عبد الفتاح محمد(2006) : علم النفس الاجتماعي- أصوله ومبادئه-، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
33. الديلمي، عبد الستار جواد(2001) : فن كتابة الأخبار، ط2، دار مجدلاوي، عمان، الأردن.
34. الراعي، أشرف فتحي(2014) : حربة الصحافة في التشريع ومواعمتها للمعايير الدولية، ط2، دار الثقافة، عمان، الأردن.
35. الرامي، عبد الوهاب(2011) : الأجناس الصحفية- مفتاح الإعلام المهني-، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، المملكة المغربية.
36. ربيع، عبد الجواد سعيد محمد(2005) : فن الخبر الصحفي - دراسة نظرية وتطبيقية-، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر.
37. الرحمن، عطا الله ، والعدوان، محمد نور صالح(2014) : الإعلام والنظريات الاجتماعية، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن.
38. رزاقى، عبد العالى(2004) : الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزة والإنترنت، سلسلة الإعلامي المحترف 139/5، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2004.
39. رزاقى، عبد العالى(2008) : مهارات الكتابة الإعلامية- التقارير الإعلامية(الصور القلمية، الروبورتاج، التحقيق، الحديث)-، دار الصباح الجديد، الجزائر، 2008.
40. الساري، عبد الكريم فهد(2012) : تكنيك الحديث والمقابلات الصحفية، ط1 ، دار أسامة، عمان، الأردن.
41. ساعد، ساعد(2012) : فنيات التحرير الصحفي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر.
42. السامرائي، نبيلة صالح(2007) : علم النفس الإعلامي- مفاهيم، نظريات، تطبيقات-، دار المناهج، عمان، الأردن.
43. السرياقوسي، محمد أحمد مصطفى(1986) : التعريف بمناهج العلوم، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.
44. سلامة عبد الحافظ(2007) : علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن.
45. السيد، فؤاد البهى ، وعبد الرحمان، سعد(1999) : علم النفس الاجتماعي- رؤية معاصرة-، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
46. الشاري، طارق(2010) : الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010.
47. شرف، عبد العزيز(2000) : الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء، القاهرة، مصر.
48. شرف، عبد العزيز(2000) : فن المقال الصحفي، دار قباء، القاهرة، مصر.

قائمة المصادر والمراجع:

49. الشريف، سامي، وأيمن منصور ندا(2004) : اللغة الإعلامية- المفاهيم، الأسس، التطبيقات-، كلية الإعلام، القاهرة، مصر.
50. شفيق، محمد(2005) : علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر
51. شلبي، كرم(2008) : فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق، جدة، المملكة العربية السعودية.
52. الشمالية، ماهر عودة، وآخرون(2015) : الصحافة المتخصصة، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن.
53. شومالي، جون، وهويسمان، دينيس(1994) : العلاقات العامة، ترجمة: العسلي، محمد صالح، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس.
54. صلاح عبد الحميد(2015) : فن التحرير الصحفي، ط1، أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
55. الصيرفي، محمد عبد الفتاح حافظ(2002) : البحث العلمي - الدليل التطبيقي للباحثين-، ط1، دار وائل، الأردن.
56. الضامن، منذر(2009) : أساسيات البحث العلمي، ط2، دار المسيرة، عمان، الأردن.
57. الضلاعين، نضال فلاح(2016) : ومصطفى يوسف كافي: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن.
58. الطرابيشي، مرفت(2006) : وعبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
59. الطيب، عبد النبي عبد الله(2012) فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية، عمان، الأردن.
60. عبد الباقي ، سلوى محمد(2002) : موضوعات في علم النفس الاجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر.
61. عبد الباقي، عيسى(2013) : الصحافة الاستقصائية- أطر نظرية ونماذج تطبيقية-، ط1، دار العلوم، القاهرة، مصر.
62. عبد الجبار، مشعل سلطان(2012) : أيدولوجيا الكتابة الصحفية، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن. منال صلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002.
63. عبد الحميد، محمد(1992) : بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر.

قائمة المصادر والمراجع:

64. عبد الحميد، محمد(2000) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
65. عبد الحميد، محمد(2004) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
66. عبد الحميد، محمد(2004) : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
67. عبد العزيز، محمد حسن(د.س.ن) : لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة، مصر.
68. عبد الكريم، محمد العربي(1990) : دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الاجتماعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.
69. عبد الله، مي(2006) : نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.
70. عبد الله، هشام، والرجوب، إياد(2009) : المادة الصحفية - كتابة وتحريراً وتصحيحاً، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين.
71. عبد المجيد، ليلي، وعلم الدين، محمود(2009) : فن التحرير الصحفي، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
72. عبد النبي، عبد الفتاح(1989) : سوسيولوجيا الخبر الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
73. عبد عاطف عدلي، والعبد نهى عاطف(2011) : نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
74. العتوم، عدنان يوسف(2009) : علم النفس الاجتماعي، ط1، دار إثراء، عمان، الأردن.
75. عوجة، علي(2003) : العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
76. عزام، خالد محمد(2015) : فن التقرير الصحفي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن.
77. عزام، خالد محمد(2015) : فن التقرير الصحفي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2015.
78. عزت، محمد فريد(1993) : مدخل إلى الصحافة، د د ن، القاهرة، مصر.
79. عزت، محمد فريد(1998) : المقالات والتقارير الصحفية - أصولها وإعدادها وكتابتها، القاهرة، مصر.
80. العزاوي، رحيم يونس كرو(2008) : مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، الأردن.
81. عزي، عبد الرحمان(2016) : نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، دار المتوسطة، تونس.

قائمة المصادر والمراجع:

82. عطوي، جودت عزت(2000) : أساليب البحث العلمي، دار الثقافة والدار الدولية للنشر، عمان، الأردن.
83. عقيل، حسين عقيل(1999) : فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر.
84. عوض الله، غاز زين(1996) : الأسس الفنية للحدث الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر.
85. عويس، خير الدين علي، وعبد الرحيم عطا حسين(1998) : الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر.
86. لعياري، المنصف وآخرون(2006) : المعالجة الخيرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية- سلسلة بحوث ودراسات إذاعية(58)-، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، تونس.
87. عيشور، نادية سعيد(2017) : منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين، قسنطينة، الجزائر.
88. فاضل، ياسين ياسين(2001) : الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2011.
89. كمال، طارق(2005) : أساسيات في علم النفس الاجتماعي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.
90. كنعان، علي عبد الفتاح(2014) : الإعلام الرياضي، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن.
91. كنعان، علي(2013) : الصحافة- مفهوما وأنواعها-، ط1، دار المعتز، عمان، الأردن.
92. لامبرت، وليم و، و إ. لامبرت ولاس(1993) : علم النفس الاجتماعي، ترجمة: سلوى الملا، ط2، دار الشروق، القاهرة.
93. لعقاب، محمد(2006) : الصحفي الناجح، ط2، دار هومة، الجزائر.
94. لعياضي، نصر الدين (1991) : مساعدة الإعلام المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر.
95. لعياضي، نصر الدين(2007) اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، ط2، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر.
96. لؤي خليل: الإعلام الصحفي، دار أسامة، عمان، الأردن، 2009.
97. المحاميد، سوسن شاکر(2014) : أسس بناء الاختبارات والمقاييس النفسية والتربوية، ط3 ، مركز دبيونو لتعليم التفكير، عمان، الأردن.
98. المحاميد، شاکر(2003) : علم النفس الاجتماعي، ط1 ، دار المدى، عمان، الأردن.
99. محمد بن سعود البشر(2014) : نظريات التأثير الإعلامي، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية.

قائمة المصادر والمراجع:

100. محمد خليفة، عبد اللطيف ، ومحمود عبد المنعم شحاتة(د.س.ن) : سيكولوجية الاتجاهات- المفهوم، المقياس، التغيير-، دار غريب، القاهرة، مصر.
101. مذكور، مرعى(2002) : الصحافة الإخبارية، ط1، دار الشروق، القاهرة، مصر.
102. المدني، غازي زين عوض الله(2006) : الصحافة الرياضية- النشأة ... التطور-، ط2، دار الهاني، القاهرة، مصر.
103. مرزوق يوسف(2007) : فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعة، القاهرة، مصر.
104. معوض، محمد(1994) : الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
105. المفلاح، خضرة عمر(2015) : الاتصال- المهارات والنظريات وأسس عامة-، ط1 ، دار الحامد، عمان، الأردن.
106. مكايي، حسن عماد، والسيد ليلى حسين(2012) : الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط10 ، دار اللبناينة المعاصرة، القاهرة، مصر.
107. مكايي، حسن عماد، والعبد، عاطف عدلي (2007) : نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، مصر.
108. ملحم، سامي محمد(2005) : القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، ط3 ، دار المسيرة، عمان، الأردن.
109. نصر، حسني، وعبد الرحمان، سناء(2009) : التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي-، ط2 ، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة.
110. نوفل، محمد بكر، ومحمد أبو عواد فريال(2010) : التفكير والبحث العلمي، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن.
111. النيال، مایسة احمد(2002) : التنشئة الاجتماعية- مبحث في علم النفس الاجتماعي-، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
112. الهادي عيسى(2015) : المنظومة الإعلامية الرياضية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر.
113. هاردينغ، ت.ي(2006) : الكتابة الإذاعية، ترجمة: خضور، أديب، د د ن، دمشق، سوريا
114. وائل العاني: آراء في الكتابة والعمل الصحفي، دار الجاحظ، بغداد، العراق، 1980.
115. وحيد، أحمد عبد الطيف(2001) : علم النفس الاجتماعي، ط1 ، دار المسيرة، عمان، الأردن.

- 1- Annik, Dubied, et Lits, Marc : L'éditorial -genre journalistique ou position discursive? -Pratiques: linguistique, littérature, didactique, n°94, s.d.e.
- 2- BENABDELKADER, Selma Leïla(2011) : "texte littéraire et journalistique face à l'événement texte", Mémoire(publié) en Vue de l'Obtention du Diplôme de Magister en Science des textes littéraires, École Doctorale de Français, Université Mentouri- Constantine, algeria.
- 3- betz, Michelle(2003) : Manuel des journalists audiovisuels: traduit en français par khaldouni, sana, knight international press fellow, rwanda
Ropert S, and Others(2014) : The Handbooks of Media and Mass Communication Theory, 1rs edition, John Willy & sons, Inc, UK.
- 4- Cothari , C.R (2004) : Research methodology- method and technique-, 2n ed , New Age International, New Delhi.
- 5- ERRAMI, Abdelouahha(2016) : guide du journaliste professionnel -les genres journalistiques-, les cle de l'information professionnelle, publications de l'organisation islamique pour l'éducation, les sciences et la culture -isesco- , rabat - royaume du maroc.
- 6- FLOREA, LIGIA STELA(2012) : nouveaux regards sur les genres de la presse écrite. des critères pour une typologie opérationnelle, dacoromania, serie noua, XVII.
- 7- Grevisse, benoit(2014) : écritures journalistiques- stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif-2e édition, bibliothèque nationale, paris.
- 8- Masuy, Christine(1997) : Description et hypotypose dans l'écriture journalistique de l'ambiance. In: Pratiques : linguistique, littérature, didactique, n°94, 1997.
- 9- Maurice, Angers (2004) : Initiation pratique à la méthodologie des sciences sociales, Casbah université, Alger, Alegria.
- 10- Mc Quail, Denis(2010) : Mc Quail's Mass Communication Theory, 6th edition ,TJ International Ltd, Great Britain.
- 11- McCombs, Maxwell, and Shaw, Donald L(1972) : The Agenda-Setting Function of Mass Media , The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, No. 2, the American Association for Public Opinion, usa.
- 12- Ringoot, roselyne et rochard, yvon(2005) : proximité éditoriale - normes et usages des genres journalistiques-, revue de mots. les langages du politique,n=77 , ENS ditions.

- 13- Stephen W, and Littlejohn Karen A. Foss(2009) : communication encyclopedia of theory editor, University of New Mexico by SAGE Publications, London.
- 14- Tayeebwa, William(2012) : "(Re)framing Mass Media Values - The Prospects and Challenges of Peace Media in Uganda", A Thesis In the Department of Communication Studies , Presented in Partial Fulfillment of the Requirements For the Degree of Doctor of (Communication), Concordia University Montreal, Quebec, Canada.
- 15- Weraer J. Severin and James W.Tarkard(1992) : Communication Theories"Origins, Methods and Uses in Mass Media", London.

3- المجلات العلمية:

1. أبو السعد، عدنان، والملا، رائد حسن(2009) : "الثابت والنسبي في الخبر الصحفي"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 6-7، جامعة بغداد، العراق.
2. البقمي، شارع بن مزيد(2015) : "اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد13، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك عبد العزيز، الرياض، المملكة العربية السعودية.
3. بوزن، محمد الأمين(2018) : "التحقيق الصحفي عبر الميديا الجديدة بين تعددية المصادر وسبل التحقق"، مجلة الاتصال والصحافة، العدد8، المدرسة الوطنية للعلوم الصحافية والإعلام، الجزائر.
4. بوودن، نبيلة(2018) : "الحوافز المادية والمعنوية وعلاقتها بالرضا الوظيفي لدى العامل لدى الجزائري في إطار نظرية فروم " Vroom " للدافعية"، مجلة أبحاث نفسية وتربوية، المجلد ب، العدد10، جامعة قسنطينة2، الجزائر.
5. حيشي، يسرى، وبن زروق، جمال(2017) : "نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي"، مجلة الرواق، العدد5، المركز الجامعي بغيليزان، الجزائر.
6. ساعد، ساعد(2014) : "التحرير الصحفي الإخباري في الصحافة الجزائرية المكتوبة، مجلة دفاتر السياسة والقانون"، العدد 11، جامعة ورقلة.
7. سعد محمد خضير(2011) : "مضامين العمود الصحفي في جريدة المدى"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد11-12، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق.
8. صديق، حسين(2012) : "الاتجاهات من منظور علم الاجتماع"، مجلة جامعة دمشق، المجلد2، العدد3+4، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، سوريا.

قائمة المصادر والمراجع:

9. عبد الرحيم، عطا حسين، وعفيفي محمد متولي(2004) : " التوصيف الوظيفي للمعلق الرياضي التلفزيوني"، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ج1، العدد19، مصر.
 10. عطوي، مليكة(2018) : " حقوق وواجبات الصحفي الجزائري وفق القانون العضوي 12/05"، مجلة حوليات، الجزء2، العدد31، جامعة الجزائر 1، الجزائر.
 11. لعياضي، نصر الدين(1989) : " تساؤلات حول استخدام الأنواع الصحفية في وسائل الإعلام الجزائرية"، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد 2، العدد3، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
 12. لعياضي، نصر الدين(2011) : " رهانات تدريس الأنواع الصحفية في المنطقة العربية في ظل الشبكات الاجتماعية الافتراضية" ، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 8، العدد2، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الشارقة - الإمارات العربية المتحدة.
 13. المحمود، جمال جاسم (2008) : " فن المقال"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد 1، جامعة دمشق، سوريا.
 14. مشتة، فاطمة الزهراء(2014) : " التقنيات الجديدة لتحرير التقرير الصحفي في المدرسة الفرنسية"، مجلة التواصل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد40، جامعة عنابة، الجزائر.
 15. مشتة، فاطمة الزهراء(2017) : " الربورتاج الصحفي في عصر التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال"، مجلة التواصل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد50، جامعة عنابة، الجزائر.
 16. المقدادي، كاظم(2010) : " اتجاهات جديدة في أساليب كتابات المقالات الصحفية" ، مجلة الباحث الإعلامي، العدد9-10، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.
 17. يحيوي، مباركة(2019) : " التكوين الصحفي بين المعايير الأكاديمية و الممارسات الميدانية- دراسة نموذجية لمنهج اليونسكو-"، مجلة الاتصال والصحافة، العدد10، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر.
- 4- الرسائل والأطروحات:
1. أحمد، جمال عبد العظيم(1998) : " المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر"، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) في علوم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
 2. بوراس، محمد(2015) : " أساليب معالجة الصحافة الرياضية الجزائرية لقضايا الرياضة وانعكاسها على الأداء المهني"، أطروحة دكتوراه(منشورة) في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
 3. بومعزة، السعيد(2005-2006) : " أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"، أطروحة دكتوراه(منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية وعلوم الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع:

4. بومعزة، حليلة (2001-2002) : "مشاهدو التلفزيون الجزائري والتعليق الرياضي خلال النقل المباشر لمباريات كرة القدم" رسالة الماجستير (منشورة) في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر.
 5. تمار، يوسف (2004-2005) : "نظرية Agenda setting - دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري"، أطروحة دكتوراه (منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر.
 6. خلايفية، نعيمة (2016) : "استخدام صحفيي التلفزيون الجزائري للمعلومة الإلكترونية كمصدر في أداء المهام"، رسالة ماجستير (منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات، جامعة باتنة 1، الجزائر.
 7. الديرلي، نداء طه سعدي (2015) : "اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهوم الحرية والمسؤولية الاجتماعية"، رسالة ماجستير (منشورة) في الصحافة، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
 8. ساعد، ساعد (2006-2007) : "التعليق الصحفي الصحافة المكتوبة الجزائرية"، رسالة ماجستير (منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، الجزائر.
 9. محمد، سهام إبراهيم كامل (2008) : "اتجاهات معلمات رياضي الأطفال نحو العمل مع الطفل في ضوء بعض المتغيرات النفسية والديموغرافية"، رسالة ماجستير (غير منشورة) في علوم التربية، كلية رياضي الأطفال، قسم العلوم النفسية، جامعة القاهرة، مصر.
 10. مشتي، فاطمة الزهراء (2016) : "الأنواع الصحفية الإخبارية في جريدة لوموند الفرنسية"، أطروحة دكتوراه (منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
 11. نوبيات، قدور (2006) : "اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات"، رسالة ماجستير (غير منشورة) في علم النفس الاجتماعي، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم علم النفس وعلوم التربية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2006.
- 5- مواقع إلكترونية
- الصحافة الرياضية الجزائرية (1962-2016) : تطور مطرد أمام تحديات الرقمنة، وكالة الأنباء الجزائرية، أنظر الموقع: <https://www.djazairress.com/aps/429634>



قائمة الملاحق

FICHE D'ACCES VISITEURS

**** NATIONAUX ****

BIEN VENUE A LA TELEVISION ALGERIENNE

24 DEC 2017

NOM : ITAMIEHE PRENOM : YOUSSEF
DATE ET LIEU DE NAISSANCE : 23.05.1985 Bordj, Algérie
N° CIN (PC) : 69.5617 DELIVREE LE : 02.02.2012
FONCTION : Professeur Universitaire
ADRESSE : 581, Lag. H'sila
NOM DE LA PERSONNE A VISITER :
DIRECTION :
MOTIF DE LA VISITE :
HEURE D'ENTREE : 12h HEURE DE SORTIE :

LE RECEPTIONNISTE
NOM ET SIGNATURE



LE RESPONSABLE DE STRUCTURE
NOM, SIGNATURE ET CACHET.



FICHE D'ACCES VISITEURS
** NATIONAUX **

BIEN VENUE

A LA

09 JUL 2018

TELEVISION ALGERIENNE

NOM : HAMICHE PRENOM : YOUSSEF
DATE ET LIEU DE NAISSANCE : 23-05-85 BBA
N°CIN-PD : B 20181362 DELIVREE LE : 14-09-2017
FONCTION : ENSEIGNANT
ADRESSE : COMMUNE MBILA : W MBILA
NOM DE LA PERSONNE A VISITER : MR Djamel
DIRECTION : Sport
MOTIF DE LA VISITE :
HEURE D'ENTREE : 10h25 HEURE DE SORTIE :

LE RECEPTIONNISTE
NOM ET SIGNATURE



LE RESPONSABLE DE STRUCTURE
NOM, SIGNATURE ET CACHET.



استمارة استبيان أولية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة استبيان أولية موجهة للصحفيين الجزائريين الذين يعملون في المجال الرياضي

أطروحة دكتوراه بعنوان

اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري

- دراسة ميدانية على الصحفيين الرياضيين الجزائريين -

إشراف

د/ أحمد بن رجم

إعداد الطالب الباحث

حميش يوسف

بعد التحية والتقدير:

عزيزي الصحفي المحترم نضع بين يديك استمارة خاصة ببحث علمي ميداني، لتحضير أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال الرياضي حول الموضوع المذكور أعلاه، هذه الاستمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة، فالرجاء منك أخي الصحفي القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب ما هو موجود من معلومات مقدمة في محاور الدراسة، والتي تستخدم في أغراض علمية.

شكرا جزيلًا على تعاونك.

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- المستوى التعليمي:
ثانوي الليسانس ماجستير دكتوراه
- 3- تخصصك في الجامعة: أذكره:
- 4- طبيعة المؤسسة التي تعمل فيها: عمومية خاصة
- 5- نوع المؤسسة التي تعمل فيها: صحافة مكتوبة إذاعة تلفزيون
- 6- منصبك في المؤسسة: صحفي رئيس تحرير مدير أخبار
- 7- سنوات الخبرة المهنية في الإعلام: *رجاءً اذكرها بالعدد:

المحور الثاني: القائم بالاتصال

- 1- هل سبق وأن عملت في مؤسسات صحفية أخرى غير التي تعمل فيها حالياً؟
- نعم - لا
- * إذا كان الجواب بنعم أذكر نوع هذه المؤسسة الصحفية
- صحافة مكتوبة - إذاعة - تلفزيون
- 2- هل التحقت بدورات تدريبية في العمل الصحفي على حسابك الخاص؟
- نعم - لا
- * إذا كان الجواب ب نعم ما هو نوع هذه الدورات التدريبية وأين جرت؟
- فنيات التحرير الصحفي - إعداد وتقديم البرامج
- 3- هل تخصص المؤسسة التي تعمل فيها الإعلامية التي تعمل فيها تريضات تكوينية لتحسين المستوى المهني والأداء الصحفي؟
- نعم - لا
- * إذا كان الجواب ب نعم فأين يتم التكوين؟
- داخل الوطن - خارج الوطن
- كم دامت مدة التكوين؟
- 4- هل تتمتع بالاستقلالية والحرية في الكتابة الصحفية والتقديم في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها؟
- دائماً - أحياناً - نادراً
- 5- هل تعرضت للفصل أو الإنذار في إحدى المؤسسات الإعلامية التي عملت بها؟
- نعم - لا
- إذا كان الجواب ب نعم فما هي الأسباب؟
- الاختلاف مع الهيآت الإدارية للمؤسسة الإعلامية
- المحفزات المادية (الأجر غير ملائم)
- بسبب كتاباتك الصحفية
- أسباب أخرى: أذكرها:

المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري

1- أي نوع صحفي من الأنواع الآتية تستخدمه أكثر؟

- الخبر الصحفي التقرير الصحفي الحديث (المقابلة) الصحفي

أولاً: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الخبر الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

2- أي نوع من الأخبار تفضل استخدامها؟

- أ- محلية دولية الاثنين معا
ب- بسيطة مركبة الاثنين معا

3- أستخدم في كتاباتي وتقييمي للأخبار بنية

- الهرم المعتدل الهرم المقلوب الاثنين معا

4- هل ميلك نحو استخدام الخبر الصحفي راجع لموضوعيته ومصداقيته؟

- نعم لا

5- هل استخدامك للخبر الصحفي نظرا لقلّة تكلفته من ناحية الوقت والمال؟

- نعم لا

6- هل استخدامك للخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة؟

- نعم لا

7- هل تفضل التغطية الإخبارية كمصادر للخبر؟ أم تعتمد على مصادر أخرى؟

- أفضل على التغطية الإخبارية - أعتد على مصادر أخرى

* إذا كنت تعتمد على مصادر أخرى، فما هي هذه المصادر؟

- وكالات الأنباء - مراسلين - شهود عيان

- إنترنت - مؤسسات إعلامية

8- كيف يتم ترتيبك للأخبار؟

- أهمية الخبر - حسب السياسة التحريرية للمؤسسة

- معيار آخر أذكره:

ثانيا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام التقرير الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- أي نوع من التقارير الصحفية تفضل استخدامها؟

- التقرير الإخباري: من أجل تغطية الأحداث (مؤتمرات، ندوات...)

- التقرير الحي: سرد ووصف الأحداث ب(آنية)

- تقرير عرض الشخصية: يهتم بالتكريمات

2- أين تفضل إنجاز التقارير؟

- داخل المؤسسة الإعلامية - من مكان الحدث

3- في استخدامك للتقارير الصحفية، إلى أي نوع من الأحداث تميل أكثر؟

محلية دولية

4- هل استخدامك للتقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق؟

موافق غير موافق

5- هل ميولك لاستخدام التقرير الصحفي راجع إلى كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل أكثر؟

موافق غير موافق

6- هل تميل إلى استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعة التحرير على هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

7- هل استخدامك للتقرير الصحفي نظرا لسهولة؟

نعم لا

* إذا كان الجواب بنعم ، فأين تكمن السهولة؟

سهولة التحرير سهولة النشر سهولة الوصول إلى المصادر

سهولة أخرى أذكرها:

ثالثا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الحديث (المقابلة) الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- إلى أي نوع من الأحاديث الصحفية تميل أكثر؟

- الحديث الإخباري: معرفة الأخبار والمعلومات حول حدث معين

- الحديث الخاص بالرأي: معرفة آراء المختصين وتوقعاتهم اتجاه موضوع الحديث

2- أي نوع من الأحاديث تفضل؟

- الأحادية : مع شخص واحد - ثنائية أو أكثر: مع شخصين أو أكثر

3- أين تفضل الحديث الصحفي؟

داخل المؤسسة الصحفية خارج المؤسسة الصحفية

4- هل امتلاكك مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولك نحو استخدام الحديث الصحفي؟

نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم، فيما تتمثل هذه المهارات؟

- مهارات لغوية - مهارات التنشيط والتقدم

- مهارات أخرى أذكرها.....

5- هل تستخدم الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل أم لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى؟

- استخدمه كنوع صحفي مستقل - استخدمه لتعزيز أنواع صحفية أخرى

6- هل تستخدم الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث؟

نعم لا

7- هل تميل إلى استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات اتجاه أحداث وقضايا معينة؟

دائما أحيانا نادرا

8- هل تميل إلى استخدام الحديث الصحفي من أجل توسيع ثقافتك ومعرفتك الرياضية من خلال الاحتكاك بالشخصيات

موضوع الحديث؟

نعم لا

9- هل استخدامك للحديث الصحفي تحقيقا لرغبات الجمهور والنيابة عنهم في معرفة كل ما يتعلق بالشخصيات موضوع

الأحداث؟

دائما أحيانا نادرا

المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية التعبيرية (التفسيرية) (البورتري الصحفي،

الريپورتاج الصحفي) في الإعلام الرياضي الجزائري

1- إلى أي نوع صحفي تعبري تميل أكثر؟

الريپورتاج الصحفي البورتري الصحفي الاثنين معا

أولا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الريپورتاج الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

2- هل ترى بأن هناك صعوبة في التفريق بين الريپورتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى؟

نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم فما هي هذه الأنواع الصحفية

- الريپورتاج والبورتري الريپورتاج والتقرير - الاثنين معا

3- أي نوع من الريپورتاجات تحبذ استخدامه؟

- الريپورتاج الحي: (أي، لديه طابع إخباري)

- ريپورتاج موضوعاتي: (حسب الموضوع، ويرتبط بالأحداث الآنية)

4- هل تميل إلى استخدام الريپورتاج لأنه يتيح لك فرصة الإبداع (سواء في اللغة، أو من ناحية الميكساج والمونتاج)؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم، فهل تجيد عمليتي المونتاج والميكساج؟

موافق غير موافق

5- هل تستخدم الروبورتاج الصحفي لمعايشة الحدث ومعرفة كل كبيرة وصغيرة عنه؟

نعم لا

6- هل ميولك للروبورتاج الصحفي من أجل زيادة نسبة المشاهدة للمؤسسة التي تعمل فيها؟

نعم لا

7- هل تستخدم أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبورتاج؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم : أذكر الأنواع الصحفية التي تستخدمها

الخبر التقرير المقابلة (الحديث) كل هذه الأنواع الصحفية

ثانياً: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام البورتري الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل استخدامك للبورتري يكون؟

رغبة منك بأمر من رئيس التحرير طلبات الجماهير

حسب الحدث سبب آخر

2- أي نوع من البورتريهات تميل إلى استخدامه؟

- بورتري كلاسيكي - بورتري حميمي

البورتري الكلاسيكي: يهتم أكثر بنجاح الشخصيات الرياضية وتكوينها ومعرفة مسارها المهني

البورتري الحميمي: يكتب بعاطفة جياشة عن شخصية أو مكان يجبه الصحفي أو الجمهور

3- هل تستخدم البورتري الصحفي رغبة في تسليط الضوء على بعض الشخصيات الرياضية؟

- نعم - لا

4- هل تميل إلى استخدام البورتري الصحفي لتكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع البورتري؟

- نعم - لا - أحيانا

5- هل تستخدم البورتري لأن بإمكانه حمل بعض خصائص الأنواع الصحفية الأخرى (كالتحقيق والتقرير...)?

نعم لا

6- هل استخدامك للبورتري الصحفي نظراً لأنّ هذا النوع الصحفي يبرز الشخصية أو المكان أكثر من الحديث الصحفي؟

نعم لا

7- هل ترى بأن البورتري الصحفي يعطي لك فرصة إبداء رأيك وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى؟

نعم لا

المحور الخامس: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الفكرية (أنواع الرأي) في الإعلام الرياضي

الجزائري

1- أي نوع صحفي من هذه الأنواع الصحفية الفكرية تميل إلى استخدامه أكثر؟

- التعليق الصحفي الحديث الصحفي الافتتاحية
 المقال الصحفي العمود الصحفي

أولاً: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام التعليق الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

2- أي نوع من التعليق الصحفي تميل أكثر إلى استخدامه؟

- التعليق المكتوب (في الصحافة المكتوبة)
 - التعليق المسموع (في الإذاعة)
 - التعليق التلفزيوني

3- هل لديك موهبة في مجال التعليق الصحفي؟

- نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم فهل كانت لك فرصة التعليق في إحدى المؤسسات الإعلامية؟ أذكر هذه المؤسسات الإعلامية

- تلفزيونية إذاعة صحيفة مكتوبة

4- هل التعليق الصحفي من أولويات المؤسسة التي تعمل فيها؟

- نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم ، هل يتم تركيزكم على؟

- التعليق على المباريات التعليق على التظاهرات والأحداث الرياضية

5- هل زيادة المشاهدين لهذا النوع الصحفي يدفعك لاستخدامه؟

- نعم لا

6 هل ترى بأن استخدام التعليق الصحفي يزيد من شهرة وتميّز المعلق؟

- نعم لا

7 - هل تميل إلى هذا النوع الصحفي وقوفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية بالتحليل والتفصيل؟

- نعم لا

ثانياً: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الافتتاحية (المقال الافتتاحي) في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل تميل إلى استخدام الافتتاحية؟

- دائما أحيانا نادرا

2- هل أنت من المكلفين بكتابة الافتتاحيات في المؤسسة الصحفية التي تعمل فيها؟

- نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم، كم افتتاحية تستخدمها

- يوميا أسبوعيا نصف شهريا شهريا حسب الحدث

- أي نوع من الافتتاحيات تميل أكثر؟

- الافتتاحية النزالية: نزال بين رأيين مختلفين

- الافتتاحية التفسيرية: تفسير وشرح حدث مهم لجمهور ثم اتخاذ رأي أو موقف

- الافتتاحية المقارنة: المقارنة بين رأيين وتحديد موقف واضح

- حسب الحدث

4- هل ترى بأن عدم معرفة في كشف السياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية التي تعمل فيها يؤثر في ميولك نحو استخدام الافتتاحية كنوع صحفي؟

نعم لا

5- هل شخصية كاتب الافتتاحية (الافتتاحية توقع باسم هيئة التحرير ككل) تقلل من الرغبة في استخدام هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

6- هل ترى بأن كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في الميل نحو استخدام هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

7- هل استخدام الافتتاحية في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها تكون؟

- كردة فعل حول قضية أو حدث معين

- من أجل التأثير على الرأي العام

- تكوين موقف أو اتجاه إزاء قضايا معينة لدى الجماهير

أخرى: أذكرها:

ثالثا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل تميل إلى استخدام العمود الصحفي؟

دائما أحيانا نادرا

* إذا كنت ممن يستخدمون العمود الصحفي، فما هو نوع العمود الصحفي الذي تستخدمه أكثر:

- مونولوج: حوار ذاتي أو مفتعل مع طرف آخر

- قالب قصصي: لنقد سلوك بالاستناد إلى حوادث فعلية

- حسب الأحداث والمواضيع

2- هل أنت من المكلفين بكتابة العمود الصحفي؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم فكم تكتب من عمود صحفي

يوميا أسبوعيا نصف شهري

3- هل ترى بأن طبيعة المؤسسة الصحفية (عمومية، خاصة) تؤثر في ميولك نحو استخدام العمود الصحفي؟

نعم لا

4- هل هامش الحرية في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها تساعد على استخدام العمود الصحفي؟

نعم لا

5- هل يشترط في كتابة العمود الصحفي في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها عدد معين من سنوات الخبرة العملية؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم، فكم سنة يشترط؟

أذكرها.....

6- هل الخوف من المتابعة القضائية (نقص الحماية القانونية للصحفي) يؤثر في اتجاهك نحو استخدام العمود الصحفي؟

نعم لا

7- هل ترى بأن قلّة هذا العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري راجع إلى نقص؟

- الخبرة والتجربة

- نقص التكوين

- سبب آخر :
أذكره:

رابعاً: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام المقال الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل تميل إلى استخدام المقال الصحفي؟

دائماً أحياناً نادراً

2- أي نوع من المقال تميل أكثر ولماذا؟

- مقال تحليلي: إصدار يومي يحتاج إلى التحليل والتفسير للأحداث

- مقال تقييمي: رصد تطور الأحداث لتبيين الوضع الذي آلت إليه

3- هل ميلك إلى استخدام المقال الصحفي لإبداء رأيك حول قضية أو حدث معين لا يمكنك إبدائه في أنواع صحفية أخرى؟

نعم لا

4- هل تؤثر توجيهات هيئات التحرير عليك في الميل نحو هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

5- هل سبق لك وأن رفض لك بعض المقالات الصحفية؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم، هل تم رفضه من طرف؟

رئيس التحرير مسؤول النشر مالك المؤسسة

6- هل ترى بأن قلة اهتمام الجمهور بهذا النوع الصحفي (المقال الصحفي) يقلل من استخدامك له؟

نعم لا

7- هل مساحات الإشهار المخصصة في المؤسسة التي تعمل فيها تؤثر على استخدامك للمقال الصحفي؟

نعم لا

المحور السادس: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام التحقيق الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري؟

1- هل تميل إلى استخدام التحقيق الصحفي؟

دائماً أحياناً نادراً

إذا كنت ممن يميلون إلى استخدام التحقيق الصحفي، كم تحقياً تقوم به في السنة؟

2- ما هو نوع التحقيق الذي تميل إلى استخدامه

- تحقيق قصير: يتعرض لمشكلة صغيرة ذات جانب واحد

- تحقيق طويل: يتناول قضية كبرى متشعبة الجوانب

3- هل تستخدم الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي؟

دائماً أحياناً نادراً

- أذكر الأنواع الصحفية التي تستخدمها في التحقيق أكثر؟

الخبر التقرير الروبورتاج لحديث (المقابلة) نوع صحفي آخر: أذكره.....

4- هل تستخدم التحقيق الصحفي لأنه مطلوب بكثرة من الجماهير؟

دائماً أحياناً نادراً

5- هل طبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة) تؤثر في ميولك نحو التحقيق الصحفي؟

نعم - لا

6- هل تميل إلى استخدام التحقيق الصحفي بحثاً عن التميز نظراً لقلّة هذا النوع في الساحة الإعلامية؟

نعم - لا

7- هل تجد صعوبة في الوصول إلى المصادر للحصول على المعلومات في هذا النوع الصحفي؟

دائماً أحياناً نادراً

* إذا كنت تجد صعوبات، فيما تتمثل:

8- هل ترى بأن نقص الخبرة والتجربة للصحفي في مجال الاستقصاء يحول دون الميل إلى هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

9- هل كثرة الرقابة من هيئة التحرير على هذا النوع الصحفي تؤثر على ميولك نحو استخدامه؟

نعم لا

10- هل ترى بأن الحماية القانونية للصحفي في المجال الإعلامي يحول بينه وبين استخدام التحقيق الصحفي؟

نعم لا

11- هل نقص الحوافر المادية للصحفي يؤثر على ميولك نحو التحقيق الصحفي؟

نعم لا

12- هل ترى بأن الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية (رفع التمويل) يعيق استخدام التحقيق الصحفي فيها؟

نعم لا

13- هل ترى بأن أخلاقيات المهنة الصحفية تؤثر على ميولك نحو التحقيق الصحفي؟

نعم لا

14- هل ترى بأن قصر تجربة الإعلام في المجال الرياضي بالنسبة للمؤسسات الإعلامية أثرت على استخدام التحقيق الصحفي؟

نعم لا

استمارة استبيان نهائية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة استبيان موجهة للصحفيين الجزائريين الذين يعملون في المجال الرياضي

أطروحة دكتوراه بعنوان

اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري

إشراف

أ.د/ أحمد بن رجم

إعداد الطالب الباحث

حميش يوسف

بعد التحية والتقدير:

عزيزي الصحفي المحترم نضع بين يديك استمارة خاصة ببحث علمي ميداني، لتحضير أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال الرياضي حول الموضوع المذكور أعلاه، هذه الاستمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة، فالرجاء منك أخي الصحفي القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب ما هو موجود من معلومات مقدمة في محاور الدراسة، والتي تستخدم في أغراض علمية.

شكرا جزيلا على تعاونكم.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر أنثى

2- المستوى التعليمي:

ثانوي الليسانس ماستر ماجستير دكتوراه

3- تخصصك في الجامعة: أذكره:

4- طبيعة المؤسسة التي تعمل فيها: عمومية خاصة

5- نوع المؤسسة التي تعمل فيها: صحافة مكتوبة إذاعة تلفزيون

6- منصبك في المؤسسة: صحفي رئيس تحرير مدير أخبار منصب آخر أذكره.....

7- سنوات الخبرة المهنية في الإعلام: *رجاءً اذكرها بالعدد:.....

المحور الثاني: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري

1- أي نوع صحفي من الأنواع الآتية تستخدمه أكثر؟

- الخبر الصحفي - التقرير الصحفي - الحديث (المقابلة) الصحفي

أولا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الخبر الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

2- أي نوع من الأخبار تفضل استخدامها؟

أ- محلية دولية الاثنين معا

ب- بسيطة مركبة الاثنين معا

3- أستخدم في كتاباتي وتقييمي للأخبار بنية

- الهرم المعتدل الهرم المقلوب الاثنين معا

4- هل ميلك نحو استخدام الخبر الصحفي راجع لموضوعيته ومصداقيته؟

نعم لا

5- هل استخدامك للخبر الصحفي نظرا لقلّة تكلفته من ناحية الوقت والمال؟

نعم لا

6- هل استخدامك للخبر الصحفي نظرا لتوجه الجمهور إلى كل ما هو مختصر وقابل للقراءة السريعة؟

نعم لا

7- هل تفضل التغطية الإخبارية كمصادر للخبر؟ أم تعتمد على مصادر أخرى؟

- أفضل على التغطية الإخبارية - أعتمد على مصادر أخرى

* إذا كنت تعتمد على مصادر أخرى، فما هي هذه المصادر؟

- وكالات الأنباء - مراسلين - شهود عيان

- إنترنيت - مؤسسات إعلامية

8- كيف يتم ترتيبك للأخبار؟

- أهمية الخبر - حسب السياسة التحريرية للمؤسسة
- معيار آخر أذكره:

ثانيا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام التقرير الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- أي نوع من التقارير الصحفية تفضل استخدامها؟

- التقرير الإخباري: من أجل تغطية الأحداث (مؤتمرات، ندوات...)
- التقرير الحي: سرد ووصف الأحداث بـ(آنية)
- تقرير عرض الشخصية: يهتم بالتكريمات
2- أين تفضل إنجاز التقارير؟

- داخل المؤسسة الإعلامية - من مكان الحدث

3- في استخدامك للتقارير الصحفية، إلى أي نوع من الأحداث تميل أكثر؟

- محلية دولية

4- هل استخدامك للتقرير الصحفي من أجل مساعدة الجمهور على معرفة الأسباب والاقتراب من الحقائق؟

- موافق غير موافق

5- هل ميولك لاستخدام التقرير الصحفي راجع إلى كثرة الأحداث الرياضية ومعرفة التفاصيل أكثر؟

- موافق غير موافق

6- هل تميل إلى استخدام التقرير الصحفي نظرا لتركيز قاعة التحرير على هذا النوع الصحفي؟

- نعم لا

7- هل استخدامك للتقرير الصحفي نظرا لسهولة؟

- نعم لا

* إذا كان الجواب بنعم ، فأين تكمن السهولة؟

- سهولة التحرير سهولة النشر سهولة الوصول إلى المصادر

سهولة أخرى أذكرها:

ثالثا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الحديث (المقابلة) الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- إلى أي نوع من الأحاديث الصحفية تميل أكثر؟

- الحديث الإخباري: معرفة الأخبار والمعلومات حول حدث معين
- الحديث الخاص بالرأي: معرفة آراء المختصين وتوقعاتهم اتجاه موضوع الحديث

2- أي نوع من الأحاديث تفضل؟

- الأحادية : مع شخص واحد - ثنائية أو أكثر: مع شخصين أو أكثر

3- أين تفضل الحديث الصحفي؟

داخل المؤسسة الصحفية خارج المؤسسة الصحفية

4- هل امتلاكك مهارات الحوار والتواصل مع الأشخاص سبب ميولك نحو استخدام الحديث الصحفي؟

نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم، فيما تتمثل هذه المهارات؟

- مهارات لغوية - مهارات التنشيط والتقديم

- مهارات أخرى أذكرها.....

5- هل تستخدم الحديث الصحفي كنوع صحفي مستقل أم لتعزيز بعض الأنواع الصحفية الأخرى؟

- أستخدامه كنوع صحفي مستقل - أستخدامه لتعزيز أنواع صحفية أخرى

6- هل تستخدم الحديث الصحفي من أجل تكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع الحديث؟

نعم لا

7- هل تميل إلى استخدام الحديث الصحفي من أجل معرفة آراء واتجاهات ومواقف الشخصيات اتجاه أحداث وقضايا معينة؟

دائما أحيانا نادرا

8- هل تميل إلى استخدام الحديث الصحفي من أجل توسيع ثقافتك ومعرفتك الرياضية من خلال الاحتكاك بالشخصيات

موضوع الحديث؟

نعم لا

9- هل استخدامك للحديث الصحفي تحقيقا لرغبات الجمهور والنيابة عنهم في معرفة كل ما يتعلق بالشخصيات موضوع

الأحداث؟

دائما أحيانا نادرا

المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية التعبيرية (الفسيرية) (البورتري الصحفي،

الروبورتاج الصحفي) في الإعلام الرياضي الجزائري

1- إلى أي نوع صحفي تعبيرى تميل أكثر؟

الروبورتاج الصحفي البورتري الصحفي الاثنين معا

أولا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الروبورتاج الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

2- هل ترى بأن هناك صعوبة في التفريق بين الروبورتاج وبعض الأنواع الصحفية الأخرى؟

نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم فما هي هذه الأنواع الصحفية

- الروبورتاج والبورتري الروبورتاج والتقرير - الاثنين معا

3- أي نوع من الروبورتاجات تجبذ استخدامه؟

- الروبورتاج الحي: (أي، لديه طابع إخباري)

- روبورتاج موضوعاتي: (حسب الموضوع، ويرتبط بالأحداث الآن)

4- هل تميل إلى استخدام الروبورتاج لأنه يتيح لك فرصة الإبداع (سواء في اللغة، أو من ناحية الميكساج والمونتاج)؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم، فهل تجيد عمليتي المونتاج والميكساج؟

موافق غير موافق

5- هل تستخدم الروبورتاج الصحفي لمعايشة الحدث ومعرفة كل كبيرة وصغيرة عنه؟

نعم لا

6- هل ميولك للروبورتاج الصحفي من أجل زيادة نسبة المشاهدة للمؤسسة التي تعمل فيها؟

نعم لا

7- هل تستخدم أنواع صحفية أخرى لتعزيز الروبورتاج؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم : أذكر الأنواع الصحفية التي تستخدمها

الخبر التقرير المقابلة (الحديث) كل هذه الأنواع الصحفية

ثانياً: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام البورتري الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل استخدامك للبورتري يكون؟

رغبة منك بأمر من رئيس التحرير طلبات الجماهير

حسب الحدث سبب آخر

2- أي نوع من البورتريهات تميل إلى استخدامه؟

- بورتري كلاسيكي - بورتري حميمي

البورتري الكلاسيكي: يهتم أكثر بنجاح الشخصيات الرياضية وتكوينها ومعرفة مسارها المهني

البورتري الحميمي: يكتب بعاطفة جياشة عن شخصية أو مكان يجبه الصحفي أو الجمهور

3- هل تستخدم البورتري الصحفي رغبة في تسليط الضوء على بعض الشخصيات الرياضية؟

نعم - لا

4- هل تميل إلى استخدام البورتري الصحفي لتكوين علاقات عامة مع الشخصيات موضوع البورتري؟

نعم - لا - أحيانا

5- هل تستخدم البورتري لأن بإمكانه حمل بعض خصائص الأنواع الصحفية الأخرى (كالتحقيق والتقرير...)?

نعم لا

6- هل استخدامك للبورترى الصحفي نظرا لأنّ هذا النوع الصحفي يبرز الشخصية أو المكان أكثر من الحديث الصحفي؟

نعم لا

7- هل ترى بأن البورترى الصحفي يعطي لك فرصة إبداء رأيك وحرية الوصف والحكي مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى؟

نعم لا

المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الأنواع الصحفية الفكرية (أنواع الرأي) في الإعلام الرياضي الجزائري

1- أي نوع صحفي من هذه الأنواع الصحفية الفكرية تميل إلى استخدامه أكثر؟

التعليق الصحفي الحديث الصحفي الافتتاحية

المقال الصحفي العمود الصحفي

أولا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام التعليق الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

2- أي نوع من التعليق الصحفي تميل أكثر إلى استخدامه؟

- التعليق المكتوب (في الصحافة المكتوبة)

- التعليق المسموع (في الإذاعة)

- التعليق التلفزيوني

3- هل لديك موهبة في مجال التعليق الصحفي؟

نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم فهل كانت لك فرصة التعليق في إحدى المؤسسات الإعلامية؟ أذكر هذه المؤسسات الإعلامية

- تلفزيونية إذاعة صحافة مكتوبة

4- هل التعليق الصحفي من أولويات المؤسسة التي تعمل فيها؟

نعم لا

* إذا كان الجواب ب نعم ، هل يتم تركيزكم على؟

- التعليق على المباريات التعليق على التظاهرات والأحداث الرياضية

5- هل زيادة المشاهدين لهذا النوع الصحفي يدفعك لاستخدامه؟

نعم لا

6 هل ترى بأن استخدام التعليق الصحفي يزيد من شهرة وتميّز المعلق؟

نعم لا

7 - هل تميل إلى هذا النوع الصحفي وقوفا عند رغبة الجمهور على فهم الأحداث الرياضية بالتحليل والتفصيل؟

نعم لا

ثانيا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الافتتاحية (المقال الافتتاحي) في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل تميل إلى استخدام الافتتاحية؟

دائما أحيانا نادرا

2- هل أنت من المكلفين بكتابة الافتتاحيات في المؤسسة الصحفية التي تعمل فيها؟

نعم لا

إذا كان الجواب ب نعم، كم افتتاحية تستخدمها

يومية أسبوعيا نصف شهريا شهريا حسب الحدث

3- أي نوع من الافتتاحيات تميل أكثر؟

- الافتتاحية النزالية: نزال بين رأيين مختلفين

- الافتتاحية التفسيرية: تفسير وشرح حدث مهم للجمهور ثم اتخاذ رأي أو موقف

- الافتتاحية المقارنة: المقارنة بين رأيين وتحديد موقف واضح

- حسب الحدث

4- هل ترى بأن عدم الرغبة في كشف السياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية التي تعمل فيها يؤثر في ميولك نحو استخدام

الافتتاحية كنوع صحفي؟

نعم لا

5- هل غياب شخصية كاتب الافتتاحية (الافتتاحية توقع باسم هيئة التحرير ككل) تقلل من الرغبة في استخدام هذا النوع

الصحفي؟

نعم لا

6- هل ترى بأن كبر المسؤولية في كتابة الافتتاحية عائق في الميل نحو استخدام هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

7- هل استخدام الافتتاحية في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها تكون؟

- كردة فعل حول قضية أو حدث معين

- من أجل التأثير على الرأي العام

- تكوين موقف أو اتجاه إزاء قضايا معينة لدى الجماهير

أخرى: أذكرها:

ثالثا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل تميل إلى استخدام العمود الصحفي؟

دائما أحيانا نادرا

* إذا كنت ممن يستخدمون العمود الصحفي، فما هو نوع العمود الصحفي الذي تستخدمه أكثر:

- مونولوج: حوار ذاتي أو مفتعل مع طرف آخر

- قالب قصصي: لنقد سلوك بالاستناد إلى حوادث فعلية

- حسب الأحداث والمواضيع

2- هل أنت من المكلفين بكتابة العمود الصحفي؟

نعم لا

إذا كان الجواب بـ نعم فكم تكتب من عمود صحفي

يومية أسبوعيا نصف شهري

3- هل ترى بأن طبيعة المؤسسة الصحفية (عمومية، خاصة) تؤثر في ميولك نحو استخدام العمود الصحفي؟

نعم لا

4- هل هامش الحرية في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها تساعد على استخدام العمود الصحفي؟

نعم لا

5- هل يشترط في كتابة العمود الصحفي في المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها عدد معين من سنوات الخبرة العملية؟

نعم لا

إذا كان الجواب بـ نعم، فكم سنة يشترط؟
أذكرها.....

6- هل الخوف من المتابعة القضائية (نقص الحماية القانونية للصحفي) يؤثر في اتجاهك نحو استخدام العمود الصحفي؟

نعم لا

7- هل ترى بأن قلّة هذا العمود الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري راجع إلى نقص؟

- الخبرة والتجربة - نقص التكوين - سبب آخر : أذكره:

رابعا: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام المقال الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري

1- هل تميل إلى استخدام المقال الصحفي؟

دائما أحيانا نادرا

2- أي نوع من المقال تميل أكثر ولماذا؟

- مقال تحليلي: إصدار يومي يحتاج إلى التحليل والتفسير للأحداث

- مقال تقييمي: رصد تطور الأحداث لتبيين الوضع الذي آلت إليه

3- هل ميلك إلى استخدام المقال الصحفي لإبداء رأيك حول قضية أو حدث معين لا يمكنك إبدائه في أنواع صحفية أخرى؟

نعم لا

4- هل تؤثر توجيهات هيئات التحرير عليك في الميل نحو هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

5- هل سبق لك وأن رفض لك بعض المقالات الصحفية؟

نعم لا

إذا كان الجواب بـ نعم، هل تم رفضه من طرف؟

رئيس التحرير مسؤول النشر مالك المؤسسة

6- هل ترى بأن قلة اهتمام الجمهور بهذا النوع الصحفي (المقال الصحفي) يقلل من استخدامك له؟

نعم لا

7- هل مساحات الإشهار المخصصة في المؤسسة التي تعمل فيها تؤثر على استخدامك للمقال الصحفي؟

نعم لا

المحور الخامس: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام التحقيق الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري؟

1- هل تميل إلى استخدام التحقيق الصحفي؟

دائماً أحياناً نادراً

إذا كنت ممن يميلون إلى استخدام التحقيق الصحفي، كم تحقياً تقوم به في السنة؟

2- ما هو نوع التحقيق الذي تميل إلى استخدامه

- تحقيق قصير: يتعرض لمشكلة صغيرة ذات جانب واحد

- تحقيق طويل: يتناول قضية كبرى متشعبة الجوانب

3- هل تستخدم الأنواع الصحفية الأخرى في التحقيق الصحفي؟

دائماً أحياناً نادراً

- أذكر الأنواع الصحفية التي تستخدمها في التحقيق أكثر؟

الخبر التقرير الروبورتاج الحديث (المقابلة) نوع صحفي آخر: أذكره.....

4- هل تستخدم التحقيق الصحفي لأنه مطلوب بكثرة من الجماهير؟

دائماً أحياناً نادراً

5- هل طبيعة المؤسسة الإعلامية (عمومية، خاصة) تؤثر في ميولك نحو التحقيق الصحفي؟

نعم - لا

6- هل تميل إلى استخدام التحقيق الصحفي بحثاً عن التميز نظراً لقلة هذا النوع في الساحة الإعلامية؟

نعم - لا

7- هل تجد صعوبة في الوصول إلى المصادر للحصول على المعلومات في هذا النوع الصحفي؟

دائمًا أحيانًا نادرًا

* إذا كنت تجد صعوبات، فيما تتمثل:

8- هل ترى بأن نقص الخبرة والتجربة للصحفي في مجال الاستقصاء يحول دون الميل إلى هذا النوع الصحفي؟

نعم لا

9- هل كثرة الرقابة من هيئة التحرير على هذا النوع الصحفي تؤثر على ميولك نحو استخدامه؟

نعم لا

10- هل ترى بأن الحماية القانونية للصحفي في المجال الإعلامي يحول بينه وبين استخدام التحقيق الصحفي؟

نعم لا

11- هل نقص الحوافر المادية للصحفي يؤثر على ميولك نحو التحقيق الصحفي؟

نعم لا

12- هل ترى بأن الفكر التجاري للمؤسسات الإعلامية (رفع التمويل) يعيق استخدام التحقيق الصحفي فيها؟

نعم لا

13- هل ترى بأن أخلاقيات المهنة الصحفية تؤثر على ميولك نحو التحقيق الصحفي؟

نعم لا

14- هل ترى بأن قصر تجربة الإعلام في المجال الرياضي بالنسبة للمؤسسات الإعلامية أثرت على استخدام التحقيق

الصحفي؟

نعم لا

استمارة أولية لأداة تحليل المحتوى

هذه استمارة أولية نقدمها في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال الرياضي تحت عنوان "اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري" مستعملا بذلك أداة تحليل المحتوى التي اخترنا فيها فئات المفاهيم وفئة الموضوع، و لهذا كان اختيارنا لوحدة الجملة في سياق الفقرة.أولا : فئات محتوى الاتصال:فئات ماذا قيل؟

لذلك نطلب من سيادتكم :

_ التمعن في الاستمارة و الاضطلاع على دليلها.

_ كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان

المخصص لها، أو في ورقة مستقلة.

اسم و لقب المشرف على البحث.

اسم و لقب الباحث

أولاً - فئات محتوى الاتصال: فئات ماذا قيل؟

1- فئة الموضوع المعالج: وهي الفئة التي تعنى بدراسة موضوع الاتصال، وعليه فإن اختيار هذه الفئة يتيح لنا استخراج الموضوعات الرياضية المتضمنة بصحيفتي الهداف اليومي والخبر الرياضي، والمتكونة من ثلاث فئات رئيسية هي: فئة القضايا الرياضية، فئة المواضيع المتنوعة الأخرى، فئة الموضوع المعالج استناداً على التقسيم الجغرافي، وستتطرق إليها بنوع من التفصيل كالتالي:

1-1 فئة القضايا الرياضية: تمكننا هذه الفئة من الكشف عن اتجاه استخدامات الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الصحيفتين محل الدراسة لموضوعات معينة وإهمال موضوعات أخرى، أي معرفة الموضوعات التي يدور حولها محتوى صحيفتنا الهداف اليومي والخبر الرياض، وتضم هذه الفئة بدورها مجموعة من الموضوعات الفرعية التالية:

- **قضايا الاتحادات الرياضية والرباطات:** ونقصد بها جميع المواضيع التي يعالج ويناقش من خلالها الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الصحيفتين محل الدراسة قضايا الاتحادات والرباطات الرياضية

- **قضايا الأندية الرياضية:** ونقصد بها جميع المواضيع التي يعالج ويناقش من خلالها الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الصحيفتين محل الدراسة قضايا الأندية على جميع مستوياتها

- **قضايا الملاعب:** ونقصد بها جميع المواضيع التي يعالج ويناقش من خلالها الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الصحيفتين محل الدراسة قضايا الملاعب.

- **قضايا الحكام:** ونقصد بها جميع المواضيع التي يعالج ويناقش من خلالها الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الصحيفتين محل الدراسة قضايا الحكام في جميع المستويات (القسم الأول والثاني، الهواة...)

- **قضايا اللاعبين:** ونقصد بها جميع المواضيع التي يعالج ويناقش من خلالها الصحفيين الرياضيين الذين يعملون في الصحيفتين محل الدراسة قضايا اللاعبين في جميع المستويات (القسم الأول والثاني، الهواة...)

- **قضايا المدربين:** والمدرب هو ذلك الشخص الذي يتولى عملية تدريب وتمارين اللاعبين.

- **قضايا أخرى تذكر:** هذه الفئة تضم المواضيع أو القضايا الرياضية التي لا يمكن إدراجها ضمن الفئات السابقة، نتائج المباريات والأنصار، قضايا تنقلات اللاعبين، قضايا الإصابات الرياضية، قضايا المشكلات الرياضية...

1 / 2. فئة الموضوع المعالج استناداً على التقسيم الجغرافي: هنا يتم تقسيم المادة الإعلامية الرياضية السابقة استناداً على التقسيم الجغرافي وهنا قسمناها إلى: محلي، وطني، عربي، دولي.

1 / 3. فئة المواضيع المتنوعة الأخرى: ونقصد بها هنا المواضيع غير الرياضية التي تعرض على بعض صفحات الصحيفة إلى جانب الموضوعات الرياضية، كالمواضيع الدينية، المواضيع السياسية، الاقتصادية، الثقافية، المواضيع الصحية، المواضيع الاجتماعية، مواضيع التسلية والترفيه.

3/ فئة الاتجاه:

- الاتجاه الذاتي: ونقصد به إبداء الصحفي رأيه الشخصي فيما يكتبه سواء عن طريق التعقيب أو التحليل أو إعطاء الحلول للمشكلات موضوع النقاش بكل ذاتية

- الاتجاه الموضوعي: ونقصد به مناقشة الصحفي الرياضي للأحداث أو المشكلات والكتابة عنها في الصحيفتين محل الدراسة بكل موضوعية

4/ فئة المصدر: ونقصد بها مصدر المعلومات التي يتم الاعتماد عليها من طرف الصحفيين العاملين بصحيفتي الهذاف الؤومى والخبر الرياضى لإىصال الأخبار والمعلومات للجمهور، وتتكون هذه الفئة من فئات فرعية أخرى هي كمايلي:

- المراسل: وهو الشخص الذي يعمل خارج الولاية يقوم بآلب الأخبار من الميدان الخارجى المحلى أو الوطنى أو الدولى، ويقوم بإرسال هذه المعلومات إلى الصحيفة.

- وكالات الأنباء: سواء الوطنية (واج) أو وكالات أخرى عربية أو أجنبية، والتي تمنح الصحافة الرياضية أو الصحف الأخرى مختلف المعلومات مقابل سعر مادي معين.

- مؤسسات إعلامية: وتشمل المعلومات الرياضية المأخوذة من الصحف، الإذاعات، القنوات التلفزيونية، سواء كانت عربية أم أجنبية.

- مواقع إنترنت: وتمثل هذه الفئة مصدر المعلومات الالكترونية والمأخوذة من مصادر مواقع الإنترنت المختلفة.
- أخرى تذكر: وتشمل هذه الفئة المعلومات التي يتم استقاءها من مصادر غير مذكورة أعلاه مثل تلك المأخوذة من الكتاب، وثائق وسجلات... إلخ.

- مصدر غير مذكور: وهي المجهولة المصدر أساسا.

5/ فئة نوع الألعاب الرياضية: تضم هذه الفئة الألعاب الرياضية التي تتناولها صحيفتي الهذاف الؤومى والخبر الرياضى فى آءول مركب يضم الألعاب الجماعية والألعاب الفردية:

- الألعاب الرياضية الجماعية: كرة القدم كرة السلة كرة اليد كرة الطائرة.....

- الألعاب الرياضية الفردية: السباحة ومسافاتها العاب القوى بأنواعها الركض بمختلف مسافته التنس (تنس الميدان، تنس الطاولة) الملاكمة الكاراتيه الجودو فضلا عن الغولف، وسباق السيارات....

ثانيا: فئات شكل الاتصال: فئات ماذا قيل؟:

يهور هذا النوع حول شكل أو أسلوب تقدم المادة الإعلامية الرياضية فى صحيفتي الهذاف الؤومى والخبر الرياضى، بحيث يمكن لنا تحديد أهمية الموضوعات الإعلامية وقيمة موضوع معين على آخر انطلاقا من الفئات الفرعية الآتية:

1/ اللغة المستخدمة: وذلك بغرض التعرف على طبيعة اللغة المستخدمة فى نقل القضايا والموضوعات الرياضية وتضم هذه الفئة بدورها فئات فرعية أخرى:

اللغة العربية الفصحى: وهي اللغة الرسمية والكلاسيكية، التي يفترض أن تنقل بها الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى الأخبار الرياضية المختلفة.

- اللغة المختلطة والهجينة: والتي تمزج بين اللغة الفصحى واللهجة العامية، سواء كان هذا المزج يطغى عليه إدراج لهجة العامية أكثر، أو للغة العربية أكثر أو حتى الاعتدال بين إدراجهما.

- اللغة البسيطة: وهي اللغة التي تكون واضحة وسهلة الفهم من طرف القارئ، يستخدم فيها الصحفيين الرياضيين كلمات بسيطة لا تحتاج للتعلم من أجل فهمها

- اللغة المعقدة: وهي اللغة التي تكون صعبة الفهم من طرف القارئ، يستخدم فيها الصحفيين الرياضيين كلمات عميقة محكمة ورصينة تحتاج للتعلم والغوص والقراءة بين السطور من أجل فهمها

3/ فئة القوالب: والمراد من هذه الفئة معرفة مختلف الأنواع الصحفية التي تستخدمها كل من صحيفتي الهذاف اليومي والخبر الرياضي لعرض مادتهما الإعلامية وهذه القوالب تتمثل في:

- فئة الأنواع الصحفية الإخبارية: وتضم الخبر، التقرير، الحديث.

- فئة الأنواع الصحفية التعبيرية: وتضم البورتريه، الروبورتاج.

- فئة الأنواع الصحفية الفكرية: وتضم التعليق، المقال بأنواعه، العمود، الافتتاحية.

- فئة الأنواع الصحفية الاستقصائية: وتضم التحقيق.

- فئة أخرى تذكر: والتي تضم جملة من القوالب التي لا تنتمي للأنواع السابقة.

5/ فئة المساحة: ونقصد بها المساحة التي يشغلها كل نوع صحفي في الجريدتين محل الدراسة، وحتى الموضوعات الأخرى التي لا تدخل في الأنواع الصحفية، كالإشهار، التسلية...

استمارة نهائية لأداة تحليل المحتوى

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

الاستمارة النهائية لتحليل المحتوى في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال الرياضي

بغوان

اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري

إشراف

أ.د/ أحمد بن رجم

إعداد الطالب

حميش يوسف

بعد التحية والتقدير:

أساتذتي الأفاضل نضع بين أيديكم استمارة تحليل المحتوى خاصة ببحث علمي، لتحضير أطروحة دكتوراه،

كما هو مبين أعلاه

لذلك نطلب من سيادتكم :

_ التمعن في الاستمارة و الاطلاع على دليلها.

_ كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص لها، أو في ورقة مستقلة.

1- فئات محتوى الاتصال: فئات ماذا قيل؟

1-1-1- فئة الموضوع المعالج: وهي الفئة التي تعنى بدراسة موضوع الاتصال، وعليه فإن اختيار هذه الفئة يتيح لنا استخراج الموضوعات الرياضية المتضمنة بصحيفة الهدف والبرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري، والمتكونة من فئتين رئيسيتين هي: فئة المواضيع المتنوعة ، فئة الموضوع المعالج استنادا على التقسيم الجغرافي، وستتطرق إليها بنوع من التفصيل كالآتي:

1-1-1-1- فئة الموضوع المعالج استنادا على التقسيم الجغرافي: هنا يتم تقسيم المادة الإعلامية الرياضية السابقة استنادا على التقسيم الجغرافي وهنا قسمناها إلى: **محلي، وطني، دولي.**

1-1-1-2- فئة المواضيع المتنوعة الأخرى: ونقصد بها هنا المواضيع غير الرياضية التي تعرض على صحيفة الهدف والبرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري، إلى جانب الموضوعات الرياضية، كالمواضيع الدينية، المواضيع السياسية، الاقتصادية، الثقافية، المواضيع الصحية، المواضيع الاجتماعية، مواضيع التسلية والترفيه.

1-2-1- فئة الاتجاه:

1-2-1-1- الاتجاه الذاتي: ونقصد به إبداء الصحفي رأيه الشخصي فيما يكتبه سواء عن طريق التعقيب أو التحليل أو إعطاء الحلول للمشكلات موضوع النقاش بكل ذاتية

1-2-1-2-الاتجاه الموضوعي: ونقصد به مناقشة الصحفي الرياضي للأحداث أو المشكلات والكتابة عنها في صحيفة الهدف والبرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري

1-3-1- فئة المصدر: ونقصد بها مصدر المعلومات التي يتم الاعتماد عليها من طرف الصحفيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية محل الدراسة لإيصال الأخبار والمعلومات للجمهور، وتتكون هذه الفئة من فئات فرعية أخرى هي كمايلي:

1-3-1-1- المراسل: وهو الشخص الذي يعمل خارج الولاية يقوم بجلب الأخبار من الميدان الخارجي المحلي أو الوطني أو الدولي، ويقوم بإرسال هذه المعلومات إلى الصحيفة.

1-3-1-2- وكالات الأنباء: سواء الوطنية(واج)، أو وكالات أخرى عربية أو أجنبية، والتي تمنح الصحافة الرياضية أو الصحف الأخرى مختلف المعلومات مقابل سعر مادي معين.

1-3-1-3- مؤسسات إعلامية: وتشمل المعلومات الرياضية المأخوذة من الصحف، الإذاعات، القنوات التلفزيونية، سواء كانت عربية أم أجنبية.

1-3-1-4- مواقع إنترنت: وتمثل هذه الفئة مصدر المعلومات الالكترونية والمأخوذة من مصادر مواقع الإنترنت المختلفة.

1-3-1-5- أخرى تذكر: وتشمل هذه الفئة المعلومات التي يتم استقائها من مصادر غير مذكورة أعلاه مثل تلك المأخوذة من الكتاب، وثائق وسجلات...إلخ.

1-3-1-6- مصدر غير مذكور: وهي المجهولة المصدر أساسا.

-1-4-4- فئة نوع الألعاب الرياضية: تضم هذه الفئة الألعاب الرياضية التي تتناولها صحيفة الهدف والبرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري، في جدول مركب يضم الألعاب الجماعية والألعاب الفردية:

-1-4-1- الألعاب الرياضية الجماعية: كرة القدم كرة السلة كرة اليد كرة الطائرة.....

-1-4-2- الألعاب الرياضية الفردية: السباحة ومسافاتها ألعاب القوى بأنواعها الركض بمختلف مسافته (التنس) تنس الميدان، تنس الطاولة (الملاكمة الكاراتيه الجودو فضلا عن الغولف، وسباق السيارات....

-2- فئات شكل الاتصال: فئات كيف قيل؟:

يدور هذا النوع حول شكل أو أسلوب تقديم المادة الإعلامية الرياضية في صحيفة الهدف والبرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري، بحيث يمكن لنا تحديد أهمية الموضوعات الإعلامية وقيمة موضوع معين على آخر انطلاقا من الفئات الفرعية الآتية:

-1-2- اللغة المستخدمة: وذلك بغرض التعرف على طبيعة اللغة المستخدمة في نقل القضايا والموضوعات الرياضية وتضم هذه الفئة بدورها فئات فرعية أخرى:

-1-1-2- اللغة العربية الفصحى: وهي اللغة الرسمية والكلاسيكية، التي يفترض أن تنقل بها الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى الأخبار الرياضية المختلفة.

-2-1-2- اللغة المختلطة والهجينة: والتي تمزج بين اللغة الفصحى واللهجة العامية، سواء كان هذا المزج يطغى عليه إدراج اللهجة العامية أكثر، أو للغة العربية أكثر أو حتى الاعتدال بين إدراجهما.

-2-2-3- فئة القوالب: والمراد من هذه الفئة معرفة مختلف الأنواع الصحفية التي تستخدمها كل من صحيفة الهدف والبرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري، لعرض موادهم الإعلامية وهذه القوالب تتمثل في:

-1-2-2- فئة الأنواع الصحفية الإخبارية: وتضم الخبر، التقرير، الحديث.

-2-2-2- فئة الأنواع الصحفية التعبيرية: وتضم البورتريه، الروبورتاج.

-3-2-2- فئة الأنواع الصحفية الفكرية: وتضم التعليق، المقال بأنواعه، العمود، الافتتاحية.

-4-2-2- فئة الأنواع الصحفية الاستقصائية: وتضم التحقيق.

-5-2-2- فئة أخرى تذكر: والتي تضم جملة من القوالب التي لا تنتمي للأنواع السابقة.

-3-2- فئة المساحة: ونقصد بها المساحة التي يشغلها كل نوع صحفي في الجريدة محل الدراسة، وحتى الموضوعات الأخرى التي لا تدخل في الأنواع الصحفية، كالإشهار، التسلية...، وكذا فئة الزمن الخاصة بالإذاعة والتلفزيون، أي زمن كل نوع صحفي في البرامج الرياضية التي تبثها الإذاعة والتلفزيون الجزائري

-3- وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم إختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة و صياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء

الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون، ومن وحدات التحليل نجد وحدات مفردات النشر والإذاعة، وهي الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والأفكار، مثل المقالات، والتحقيقات، والأحاديث، والرسوم، الكارتون إلى آخره، أو البرامج الإخبارية أو الحوارية واللقاءات والدراما وغيرها من الأشكال التي يستخدمها الراديو أو التلفزيون في عرض المحتوى (عبد الحميد، 2000، ص 233)

-3-1- وحدة التكرار: اعتمد الباحث في الدراسة في جانبها التحليلي على وحدة التكرار في جميع فئات التحليل سواء المرتبطة بالشكل أو بالمضمون.

-3-2- وحدة المساحة: اعتمد الباحث أيضا على المساحة كوحدة تحليل بالتوازي مع وحدة التكرار في جميع فئات التحليل ماعدا فئة المواضيع الرياضية، الاتجاه، المصدر، والتي تم إستخدام فيها وحدة التكرار دون وحدة المساحة، لأنها ليست مهمة، فالدراسة معنية بالأنواع الصحفية

-3-3- وحدات العد والقياس: اعتمد الباحث على السنتمتر المربع كوحدة قياس فئة المساحة لأنها أكثر الوحدات تماشيا مع الدراسة التحليلية، ولأن هذه الوحدة الغالب إستخدامها في فئة المساحة في الصحافة المكتوبة المطبوعة، في حين أستخدم الدقائق كوحدة قياس بالنسبة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية.

القائمة الخاصة بمحكمة استمارة الاستبيان

الإسم واللقب	التخصص	الجامعة
أ.د أحمد بن رجم	إدارة وتسيير رياضي	جامعة المسيلة
أ.د عيسى الهادي	إعلام واتصال رياضي	جامعة الجلفة
أ.د محمد بودريالة	علم النفس	جامعة المسيلة
أ.د أشرف عبد المعز	اقتصاد رياضي	جامعة حلوان/ مصر
أ.د عرفة علي سلامة	علم النفس الرياضي	جامعة حلوان/ مصر
د/ صلاح الدين جلال	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة
د/ عبد الوهاب زاوي	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة
د/ السعيد بلبار	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة
د/ خالد مريشيش	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة
د/ أسماء بوساق	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة

القائمة الخاصة بمحكمة استمارة تحليل المحتوى

أ.د عرفة علي سلامة	علم النفس الرياضي	جامعة حلوان/ مصر
د/ صلاح الدين جلال	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة
د/ عبد الوهاب زاوي	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة
د/ أسماء بوساق	إعلام واتصال رياضي	جامعة المسيلة

ليحترق بومتي ورفض عريضا من واتشور...

بويال يغير موقفه بشأن سليمانسي ويرفض رحيله هذا الشتاء

لم يطلق الأيوب أمام تدريب "البطش" مجددا...

حلبوزيتسكي، "سمنست أفشيل منطسب
فسي إفريقيا تكمن المسؤوليكن عملكوه
محرز بنافس صلاح على جائزة لاعب الشهر في "البريميرليغ"

JSS 2 **JSS 0**

حناز للفن بطاقتين في دقيقتين وطرد...

الشبيبة لا تفوز في بشار وتتهم الحكيم أعراب

ابت جودي، "أعراب كان ضلنا منذ البداية وضرب استقارنا"
"طرد حناز مجالي واستقدام مدافع محوري أمر مستحيل"

يطوي "الحكم قبل المستحيل لكي يسقط حناز في الشخ ويطرد"



"طاسيلسي" تقترب من الانهيار بالشبيبة

USMA **USMA**

سباق القرب ينطلق من "بولوفون" وحمدي يمز على القار

حمدي، "يجب علينا الضور لبقاء في سباق القرب"

USMHO
ESS 0

"الصفراء" ترفض
الابتعاد عن الخطر
والبدو يستقبل

حمادي الطور
"أنا مستقبل ومع
الهرب من المسؤولية"



USMBA **GRB**
الشباب يريد
الإنطلاقة
وتأكيد الصعوبة

لمسان :
"انطلاقنا ستكون
فسي بلعيسان"

الاهداف
MCA USB
www.alwathaf.com
بشارية من 01 يناير 2018 - شهر 1100 - شهر 29
E-mail : contact@alwathaf.com

MCA **USB**
بعد مزي ووحيد بوفنة...

كازونسي يضع شاوشفي أساسيا وشمال يفادر غاضبا ويقاطع اللقاء

كازونسي
"علينا أن ندخل بنفس قوة لقاء لمان لتحقيق الفوز"
سويج، "وشعبت نفسي تحت الضغط وعلى التأكيد"



كازونسي
"المنتخبون يكتسبون
مفاتيح الفوز وحناز
من سيارون الجيلة"

قاسم السعيد يتسارع مع مسيح "كازونسي"
والانفجار بشأن "بواليسا" أمينج قريسا
بواليسا، "سجد انقلا مع كازونسي واتشوق للعب مع الملودية"

NAHO **CSG**

علاسي، "السي أمن سي لكن يصعد أمامنا"

USMB **MCO**

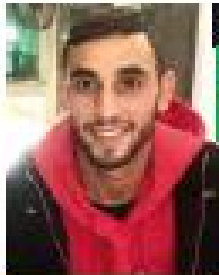
حرياش، "اللقاء الثلاث سبيل في يراكني"

DRBT 0 **OM 0**

مرملي "سك الكبار" ويمسح "نوام" تقطعة
سليمانسي، "كو أمنا بإمكاننا بعدنا بالفوز"

ASMO 0 **MOB 0**

يسكري، "لم تكن في يومنا ورقة الجزء ساجعة"

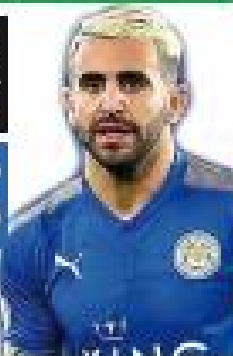


بسبب صعوبة الاعتماد عليه قبل مباراة غامبيا ...
ماجر يتسرع في البحث عن خليفة خلال
وقارن يدخل الحسابات مجددا

يووال يوسف
عودة الهزاري بالعم
مكسب المبارات ...

محرر يستعيد أجواء المنافسات
وليستر يهان أمام أشبال غوارديولا

حليمانسي : "أشعر بثقة بينيتيز وأتقن
العبارة في نيوكاسل لأطول فترة"



مبعوث "الهداف" إلى الكونغو، طارق، ب. الحبيب، ش. كمال

AS Otho (على الساعة 17:30) MGA

الإرهاق، الجحرة وسور الأرشية هاجس كازوني ...

رجال "العميد" عازمون على كتابة تاريخ جديد

كازوني، "هذه مباراة الرجال وعلينا تضادي تلقى الأهداف"
درارجة، "لا نخشى شيئا، سنرفع التحدي وأريد التسجيل"

حشود، "لن أتردد في ضربات الكونغوليين"



هزري،
"الأرشية كارثية
وحذار من العكس
الأطراف"

خطر "أوتوهو" سيأتي من "إسارا"، "سيبي" و"أوباسي"
دياندر (تورين أوكوتشي) "أريد الفوز 3/0 ومهاجمونا سيظهرون بقوة"

محمد يبراهيم
هدية العراش



محمد، "أمر خطير أن
نخسر بهذه الطريقة"

مبعوث "الهداف" إلى مالي، سلامة ت.

بلوزداد تصفق الأسم في باساكو



بشو،
"عميد جندا
يتجهيز أول
أهدافه بقميص
بلوزداد"
إصابة نجاني لا
تدهو إلى الخط

El Hedaf
www.elhedaf.com
مبارياتنا من 11 قبل 2000 عدد 4145 طن 00
E-mail : contact@elhedaf.com

JBK 1 NAHD 1

الشبيبة تخيب نجتدا والسرية تفتح الفوز ...

YAHÇAL W AXLUL DI LGHIÐA

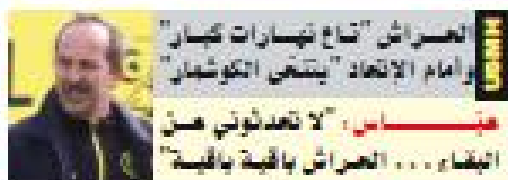
سعدى، "أنا أيضا متخوف من مصير الشبيبة
ولن أستقيل إلا إذا لمزل أن أشاور"
"لا أتكلم مسؤولية ما يحدث، ليس لدي
أي تفسير ولو كان عندي بورجلي لأشركته"

ملال يجتمع مع سعدى في شرف
اللاعبين ويطلب بتوضيحات



رحمو، "من الصعب رفض الشبيبة،
تكني فحسبت لأكون مستديرا"

دري،
"كان بإمكاننا الفوز ونترك الحكم مع صبيحة"
فاسي، "هدفنا شرهي والكرة لم تخرج"



العراش "تاع تيسارات كبار"
وأمام الإنهاء "يتقى الكونغوليين"
هبناس، "لا تعدوني من
القباع ... العراش بالية بالية"

بوشيدة، "سنضفي رهم صعوبة المهمة"

شادوك يا الهيدة ... شادوك

رايطي، "لا نستحق الفوز أمام إسارا دو"

رزيقي، "ما حدث في بوسعادة يندى له العجين"

مجموعة "الهدف" إلى النساء، حزمة ر.تسويين، مصدات
 561 مليون كدريوا، جديما والثاخب الوطني مرزاج ...

"الهدف" يملون إلى "شراز" وماجر يحسبهم بأهمية مباراة إيران



سوداني،
 "كريد الفون"
 هلن إيران
 ومستعد للعب
 في أي منصب
زمتشي، "مواجهة"
 إيران مصعب
 لتفاية وسنعمل
 على مواصلة
 التعطير الجيد"

www.altheadf.com

بمناخنا من الشهر 2019 عدد 4189 شهر 3

E-mail : contact@altheadf.com

"الكلاسيكو" حيايب مرزوق في 10 أيام...

الشبيبة والمولودية في نهائي الكأس قبل الأوان

كازوني، "مواجهة القبائل لن تغير طموحنا
 ونريد التتويج بالكأس التاسعة"

بوزيدي، "سندافع عن حقوقنا
 أمام المولودية حتى آخر لحظة"

لاج، "هذه الكأس من أهدافنا
 وسنحضر جيدا لتكلاسيكو"

ملال، "نفكر في الاستقبال
 بعملوي، سنلعب 3 آلاف تذكرة
 للمولودية ولن ننتقل عن الكأس"

ترارجة، "الشبيبة لن توقف حلم التاسعة
 وجاهزون لمواجهة أي ملعب تقاره"

رضواني، "حقوقنا متساوية
 مع المولودية والفرقة تطدنا"



MCA

كازوني

المولودية تشر الهدية وأوزناجي يكشف ميوه المذاع

الكأس هدفا وضمان الجفاء
 يأتي بنتيجة في بسكرة

CRB 3 OMR 1

مريين ومايج
 يسجلان
 وينشتران
 الإلتعاد



الشاوسي،
 "المصرف"
 أسيلك مهورا
 تكسني الهكر
 في الإلتعاد

الإدارة تكسر إحالة
 بن هلمية على مجلس التأديب
مسديل، "تساظ بارادو"
 مفتاحنا لضمان الجفاء

USMA

بودريال ومزبان يعودان
 وهبوط يفتح الذاري

مزبان، "أنا الشيخ الأسود"
 لشباب وعلينا الفوز في 20 أوت

OM سلطاني يريد مغربين أمام "سي. أس. سي"

NAHD

فاسي لم يجدد هدفة ومستقبله يشرح تساؤلات

USMB

والسوي، "أنصارنا يستعجبون
 فريضا كسيراً وخسارة أن نظهيم"

MOB

أيت جودي، "متألمون بتطيق السمود"

JOMB

مطياب، "الأمور عادت إلى تعابها وأنا متعالم"

الجمعية العامة كـ "الثقل" جرت في أجواء عادية...

إختبار ناجح كـ زطشي وسنة قوية إلى معارضيه

زطشي: "هذا رة هل كل الأهداء ولست هنا لأهدم الكرة الجزائرية" الاقتصادية في وضع مالي مريح وتشييد فندقين في بنافهم في تطوير الكرة "التي قرارات صارمة في أحداث مسارات" التبادل - المؤدية"



ماجسرا: "شواشي سيكون حاضرا في ترميم المخبزين"

المهداف
 Reddef - نشرية الرابطة رقم
 www.reddef.com
 بتاريخنا رقم 26 لفر 2018 عدد 4217 طن. 11
 E-mail : contact@reddef.com

JBK OM
ULAC TUGHALIN AR DEFFIR

بوخالفة يثير المخاوف وكازوني يطالب برفع التعدي

قاسي السعيد:
 "أريد الفوز هي تاجنا والطاقم التي يدرك جيدا ما ينظره"
الهمض:
 "لا يعجبه أننا لا نسمع بوجود مشاكل هي المؤدية"

بن ديكسة:
 "إن تدخل في توب الشخصية وقد لنا الفوز ونسحق"

شريف الوزاني: "تفاننا من أجل الفوز ولا تهفنا ونهية المنافس"

بوزيدي: "مباراة المدية بمثابة نهائي البقاء"

سأل:
 "حضرنا جيدا ونسحب مباراة ترميم البقاء"

بن هجيد: "وضعيتنا نعم علينا الفوز لا غير" بوشريما: "قادرون على رفع التعدي في تيزي وزو"

USMBA USMH
 الحراش ترانسفر المسوقة في بلعسان
هناس: "اللاعبون هم من يحددون كل شي"

USMB CRB
الطاويهي: "طالبا برفع التعدي"
 بلايلي: "منصور ونظمن البقاء هي الميدة"
 بجمان: "ألق أننا نقدم مباراة كبيرة"

NAHD USB
خاسف: "سأؤكد أمام بكرة رهم التعب"
MOB
سلمان: "أنا موبست وتم اتغاض من السانفر"

صمم لجميع الإحتياجات اليومية
 Ich bin Algerie.
 Caraty centre متوفر إلكترونا من
2 999 000 دج
 SOVAC

REAL MADRID 2

BAYERN MUNICH 2

إلهام لعلم العالمين دوري أبطال أوروبا

الريال يعاني ويحقق الأمان والكأس تدوير ظهرها للبايرن



زيدان " هاتيننا
الأميرين والبايرن
كسبان رخيصا

زيدان يطالب
ببريز يضم معزز
وهو اردنيولا يجهز
لرد فعل قوي

وفد الفريق القرين يصل الجزائر دون مغربه ...

أمادا يؤكد جاهزيته أمام الدفاع الجديد
وين دبكة، نقاش والمؤذن يعودون

فاسي السعيد

"تم تيق لنا سوى رابطة الأبطال ويجب أن نذهب فيها بعيدا"
"مباراة الموسم أمام الجديد ولا بدليل هن الفوز بتفانها"



شاوشي:

"مباراة الجديد صعبة جدا وماوقف خبرتي للأخاطة بالمغاربة"
"كازوني: "نواجه فريقا قويا وهبنا الاستعداد له جيدا"

صزار يلقب مدبرا
عاما ويحصل على
كل التصاريحات



بدايا: "الآن سنحضر
تكساس الكفاف
بعضويات مرتفعة"

الشباب يتفادى طقط
الأضرار ويحضر للدارسي
بالتهيئة البدنية



خوذي:
"مباراة
ببارادو
مهيرة
ونصول على
دعم انصارنا"

الاهداف

www.ahedaf.com

www.ahedaf.com

www.ahedaf.com

www.ahedaf.com

J&K 1

USMBA 2

JSK...ACHAL
I-GH-YESSERBEH YISEM-IM

بوربيدي: "الكساد بلعباس لم يسرق الكاس
كنا خاسر الاضمار ونسم نلعب جيدا"
بنكلام: "نلعب الخبرة اماننا وادمو الانصار توقوف معنا"



صلة فادر بالدعوع والقبائل سفنوا له مطولا

هسللة: "كان بإمكان الحكم هدم طنري
ومن حيق العساس حماية نفسه"
جرارا: "هدف ليس له معنى وتكسر لانصارنا"
دودان:
"الكاس اختارت بلعباس وهسللة لم يتعهد ضرب بلحول"

خرباش اساهيل: "البحر يرى أن موقتنا
خرج، لكننا نبدأ مع هن كامل حطوفتنا"

NAND

خاسف: "سبعت هن الفوز أمام الشباب ونن تنازل هن الثانية"

فشة يرامل لجنة المانجات للمصول على تريحه

بوقلمان: "أدرك ما يدور في الكواكب وأخذنا إحتياطنا"

اللوب تمتد ترسيم الصود والاحتفال مع "كي كراب"

حذاء يكون الحدث مع حليفون بلتش راقترح عليه العودة...

حليفون ويتش!

"الجزائر... أمك عذبة
عروض وكل شيء ممكن"
في 2014 الجزائر لم
تلك لاعبين كبارا، لكن
الإنضباط كان كبيراً
"لا أفكر في الأموال
وأرى مشروعاً نهماً
وأجواء عمل جيدة"



يتش يعث "الانتكس"
على الإسراع في ضم بوديوز

MCA فيما يوافق الراوي على تدهور راتبه ويقترب من التجهيد...

بوديوز يباشر التدريبات وبعد "الشاوة" بموسم كبير

بوديوز

"أريد الذهاب بعيداً في رابطة الأبطال ولا أخشى الضغوط"
كازوني: "جذبت موسماً واحداً علينا أن نلعب على الألقاب"
"الإدارة نجحت في الإستخدامات وأنا من طلبت بقاء الراوي"



قاضي السعيد،
"منستقدم لاعبين
يتبين وتطلق القائمة"
"استخداماتنا أكثر من
توعية ورؤي
يحدد العين"

ESS نحو تاجيل توقيع نعماني فجددا
رضواني: "روح المجموعة موجودة وأنا أعيش شعوراً رائعاً"

CRB
نشاخ يوقع، ملال
وسيدهم قادمان،
بوتخوة وعناشي
بنسبة كبيرة
نشاخ، "أمضيت
في فريق كبير
وسأكون عند
تقتسة الجميع"



USMA
أزلام "ماشومبا"
شير نعمانية
و"كينيث" مفتوح



USMA
زار، "الروجي هو المدرب
وحسينا أمر الطاقم الفني"

الهداف
El Hedaf - صحيفة الرياضة بالم
www.elhedaf.com
توزيعاتنا ضمن 14 يوم 2018 من 2007 حتى 2019
E-mail : contact@elhedaf.com

الريس بلانك ان الشبهة ستجري ترمبا في انكيا ...

**"فيستون" يؤكد الإتصالات، ملال
يغضرم مفاجأة ويصم على المؤذن**

فيستون:
"تلقيت إتصالاً رسمياً وسأضفي بعد العيد"
ملال: "نظام سيكون مفاجأة الموسم
وسنختم الأمور بخصموس المؤذن"



عبيود، "لرنا التعاقد مع 3 أفراسة،
نعماني منحا الواقعة والمؤذن سيلتحق،
"عيننا الأفراسيين والفتريبيين
وهم يملكون إضافة كبيرة"

MOB بلحسن يفتني 3 موسم وشاوش يمكن
بلقاسمي: "لم نلتحق وسأفكر في مستقبلي"

NAHO
عزادي يغسخ عقده ويتخلي عن اجرتين

ON
عزادي يوقع موسمين وشطمام باق
عزادي: "أعرف المدينة جيدا ولاخوف علينا"

USMNT
بن عمارة يوقع موسمين، يغيبش
وبومشرة يقتربان والموي ينتصه الإضاء

USMB
أطراف توريد إقناع اللاعبين بتفادي التنازعات

مصدر مقرب من الكفاح يؤكد في الجذات...

"المدرّب الوطني الجديد لن يكون فرنسياً"

غوارديولا يُشيد
مجدداً بـ محرز
ويعتبره إضافة كبيرة
غوارديولا:
"محرزٌ سيمطينا
نفساً أخيراً في الهجوم"



Al-Hedaf
الهدف جريدة رياضية يومية
www.alhedaf.com
Le Numéro Vert 21 499 2010 - 4000 طن
E-mail : contact@alhedaf.com

JOFC بينما تواصل الملاعبون التدريبات بعدد حصتين يومياً...

هبيرا: "تحسين مستوى عتال يقع على عاتقنا"

MCA

"فيسون" يلتحق، "أوتشي" يصنع الحدث ومدوار يُطمئن بشأن العقوبة"

فيما تعانق المولودية أوشية تشاكر وستتدرب عليه مرة قبل لقاء "مازيبي"...

درارحة وسويح يريدان الثأر من الكونغوليين والهاجم المغترب "شعبي" سيوقع دون تجارب

درارحة: "برني نطلمها في الجزائر وساسجل على مازيبي"
سويح: "سنلتفض أمام الكونغوليين ونؤكد أن هجومنا بخير"



دمنورا
"في 5 جويلية
أو البليدة نقساط
مازيبي ستكون
من نصيبنا"

حاشي غير جاهز أمام "مازيبي"، نقاش وعسزي يصابان ودارني الاتحاد سيلعب ذهاباً وإياباً في 5 جويلية

ESB

فيسون: "أعرف التشبيبة جيداً وأعد الأخصار بتسجيل أكثر من 15 هدفاً" **ششي:** "لا يوجد أفضل من الفوز على الشاورة ودخول الموسم بكل قوة"



باليلي: "أنا سعيد جداً لالتجالي بالترخيص، لا أخوفه على وسأعوض كل ما فاتني"

MOB

بهنس وتوري يتانغان و"كامارا" سيكون قبيلة الموسم **ميشال:** "هناذا دخول لقارات البطولة بكل قوة"

NAHO

"التمرية" تلتح مجدداً وحاشي يهتف الأشواء **دزيري:** "الأداء جيد وأهم شيء غياب الإصابات"

ST OM

كانون مُطالب باتفاق وكوييالي تنتظر هذا الأتئين

USMH

العوية يُفكر في السخ عتد بل براهم بسبب الإصابة **الصوي:** "تقايص التعداد ضروري ولا نقاش فيه"

USMB

اللاهيون يُتفقون على تضادى مقاطعة التدريبات

زخيدة: "سنقدم الكل في الكل أمام الجديدة ولن نسمح في التأهل"

USMA

سزار يرفع التحدي مجدداً **وؤكد أن الاتحاد سيذهب بعيداً**



بن حماسة:
"الآن
من حقتنا
أن نعلم
بالتتويج
التاريخي"

كثيتر فواصل القياب ونحو حل وضعية سالي

زواج منتظر هذا في التدريبات **وسيفعل بشأن مصير بن لسة**



شليباب:
"أشفي
جاهداً إلى
فرش نفسي
بكل قوة"



وقع هدفاً أمين مع بورنمو...
براهيمي يصاب وحضوره أمام هامبيا مهدد

محررز يكسبني يظهر قصير ويتعثر لأول مرة مع السيني

أولمبيك مرسيليا يستهدف بن طالب قبل غلق الميركاتو

www.elheddaf.com
 بوليفيا 2020 - 2021 عدد 4000 طبر، 30
 E-mail : contact@elheddaf.com

سكوتلان ملين يوا حبة بلعباس... **JMK**

"دوما" يعنو عن بوقنشوش وين علبية ويوافق على اندماجهما مع المجموعة

DRET 0 MCA 1

المولدوية ترفع المعنويات بتأجئات.. "تربح سطيف وتزهي ليامات"

كازوني: "حفننا فوزا مهما وراهن من رد فعل اللاهين رغم التغييرات"
 "ستقدم مباراة كبيرة أمام الوفاق لإسماعيل الأنصار"



نقاش: "هذا الهدف سيحزوني وسأكون جاهز أمام الوفاق"
مامون: "الآن تخلصنا من الضغط وستركز على الوفاق لتحقيق الفوز"

MOB

"الموب تريد نقاط وهران شيان خيبة الدارين"
ميشال: "انتظر رد فعل من اللاهين في وهران"

OM

شريات: "نقاط هين مليحة ما عندها وين تروح"

USMH 0 NCEE 2

العوية: "كنا نستحق التعادل على الأقل وتأهبل الجعد ضروري"

USMB 0 USMAN 0

نطرش: "العصم حرمنا من الفوز"

USMR 2 CRB 2

شريف الوزاني يكتشف العيوب وورقة خروية كتيش تعبل



شريف الوزاني: "لهباب سيديبي ليس في وقتنا بعد خسارة تريكات ونساح"

"دوما" تلاهين: "لقاء بلعباس منحرج حقيقي والفوز ضروري"



بن علبية: "تأخرت بلعباس دقائق من موهب التدريبات وأهد بعدم تكرار الخطأ"
 "الأمور هادت إلى طبيعتها وتركيزي منهجسر على لقاء بلعباس"

NAHO 0 USMA 1

"إيبارا" يحفظ الصرية من مرش العاصمة

ذريبي: "لم نكن في يومنا وعلينا نسيان العسارة"



فروجي: "قدمنا مباراة قوية والفوز يسمو لنا بالتأهبل"

شباب الوطني يباشر مشواره مع "البحر" اليوم...

زحشي وبلماسي سيجتمعان
باللاعبين ويطالبان
بفتح صفحة جديدة

فلوتي ومبوئني سيقدمان
تفسيرات للجسوهة
من تصريحاتهما السابقة

حجاب: "جنب بلماسي قرار
ذكي ومؤشر إيجابي للمستقبل"



توني الذي "هللوزتش من نصفي بالعب في كرواتيا ولوتشاهم حق حلي"

حدث هذا ليلة اول اسي بين النيجال ...

MCA

الاهداف

تلفون هاتفي للخدمة الزبائن رقم
www.ahedaf.com

بصافيا وشارع 03 بصر 5018 صلا 4941 طن 88

E-mail : contact@ahedaf.com

لو بيلهم تضييع الفوز بالعب ...

JER

ملال يشدد اللهجة مع اللاعبين ويطالب بنقطة بارادو

ملال للاعبين:

"ضيقنا الكثير من النقاط ولا يمكن الاستمرار هكذا"
"لا مجال لتضييع الفوز على بارادو في تيزي وزو"



بن هاجية:

"الكرة آتت دخول شباك لاصام وعلينا التدارك"
"أوقاسي: "أمام الهاند سيكون لنا كلام آخر"

قاسي السعيد يطالب بفتح صفحة جديدة أمام بلوزداد ويطمئن اللاعبين حول المستحقات

قاسي السعيد: "التي يقولو عني سارق يجيبو الدليل
ويفضحوني وقرار حيرت بنتجيتي غير قائلوني"

"لست جمانا حتى انسحب
في هذا الوقت وسناقص بقوة
على البطولة وكأس العرب"

"نفاوض 3 مدربين
وعودة صايفي في
التدريب الصحيح"



بلخير: "الفوز أمام بلوزداد هام معناويا لتحقيق الانطلاقة"

حدوش قد يضح "داربي" بلوزداد، مباركو سيشارك وتبي يعود

"محب الرب... مقبرة
الكل" يعود من جديد

MOB

الشباب يهتفون بالفرقة
ويتعهد المولودية

GRB



ميشال: "نحن الآن في البوديوم
ويجب أن نسير المهاريات"



شريف الوزاني: "المولودية قوية
بعدادها، لكننا نملك إرادة الفوز"

USMA الاتحاد يعمد اليوم من ماله في "الكل" ...



البروجي يصير على رد فعل قوي
أمام البرج وزماموش لن يشارك
شبتة: "الطسارة في السورة قاسية
وسنداركلها أمام البرج"

الورتاني: "ضيقنا الفوز في البرج
والفوز ضروري أمام السورة"

NAHD

OM

هاددي: "النتائج ستحسن والهداية بالمولودية"

العايب: "الوضعية لا تحفينا
وهداننا يبقى الصمود"

RCR
USMH

USMB

الهوربي: "إنطلاقتنا ستكون أمام بوسعادة"

21 لاعبا شاركوا في أول حصة والتدريب بشكل اليوم بتقديم كلهم...
 سليمان يتحقق نصرا بالتربيع ودرافلو يستدعي في آخر لحظة
 طبع 22 ألف تذكيرة والمباراة ستعقب بشبابيك مملوطة في "شاطر"



ارتعمه الحسن من ارتام
 تاليمار وظلارد...
 عزال ثاني احسن
 فراوغ في الدوريات
 الخمسة الكبرى

www.alhaddaf.com
 جريدة رياضية أسبوعية
 09 أكتوبر 2018 عدد 490 - طنجة
 E-mail : contact@alhaddaf.com

JCK DRET
ULAC MARCHE ARRIERE

"كورييس" يؤكد قدومه الجمعة وسيكون حاضرا امام "سي. أس. سي"

بن شيخ: "صافني تفوق على هروجي واطاهيون لم يمشوا"
 امادا: "نن ارد على بن هيت وانظهم تحسره لانهم لم يفعلوا شيئا"



حشود
 مريضي، نقاش
 وبودريم يصابان
 وامسادا يعاقب
 بمباراتين

شقال: "كنا قصادين على شزم الاتحاد نو سم يعطرد امسادا
 وليس ندي الي اشكال في اللعب بالقدم ومكانتي ماصد قوواش هيني"

USMA

ايمارا يعقب امام بلوزداد وين حماسة
 ومقتاح هير جاشونين



بن يحيى:
 "معا ليهون
 بالفسوز
 اذا اردنا
 اليقار في
 المراتبي
 الاولى"

CRB

يشو يعقب رسميما، الالام
 تعاود كليلش وكداد يندم



حسار:
 "سجلت
 هني سي.
 سي.
 ونسم لا
 اسجل في
 الداربي"

مسائل: "ليس لنا اي حق في تطيب جمهورنا
 امام تاجاننت ولايديل هن الثقافت الثلاث"



بن حليسة:
 "مفتاح في الشبيبة
 ومستعد لاجل اليقار
 ههنا اطول فمدة
 ممكنة"

بن يوسف:
 "سند حتمل ليقار
 تاجاننت بهسدف
 التدارك والظفر
 يكامل الثقافت"

USMBA MCB

مضوي: "هوز تاجاننت في حاجة الي تاكيد"

NAHO

هلاتسي: "ساكون جاشون امام المونودية،
 الهوز اكثر من ضروري ولن نسمح في الثقافت"

USMH

بن شوية يصنع الحدث وانراف تفتح بوحرارة
 بوزيسدي: "رفطت العرض لان الصمود تبخر"

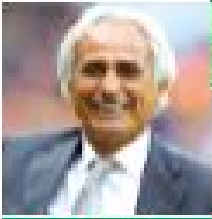
OM

حسوش: "تصريحات دوما زادت هينا النص
 وهيبسود شجعني بحرارة في مسرف الملايس"

USMB

بوحرارة يفتوح التواقسة ومواسة ييقي فتردا
 فاسم هندي: "نن نسمح بسفوف فريق الشهداء"

بعد تفتيته فورا برباطية في إفريقيا لم يتحقق منذ 17 شهرا...

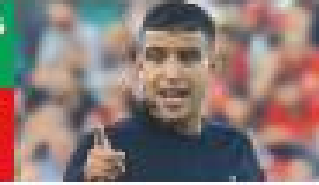


بلماسي امام حتمية التأكيد وتمتعهم
رئيس "جيلسونيتش" و"فوركوف"

جيسونيتش:

"حققت رفاسي الأكبر عندما خرج
الجزائريون إلى الشوارع من أجل شكري"

شنتي، بن خليفة وبن دبكة
جديد بلماشي



"الكاف" تولف مهيد شارف
عنى الإستهاع لأقواله

Al-Hedaf
www.alhedaf.com
E-mail: contact@alhedaf.com

JSK

ملال يتوعد بالهجوم إلى "الفيفا" في قضية
العقوبة وسيقدم طعنا على مستوى "القاس"

هيبسود: "ما حدث في المدرجات كشف
هوية المشؤمين وأحيى رد فعل الأتباع"
دوماس: "انتظر رد فعل القوى أمام البرت"



بعدوا لعاقب ونحو إشارة آيت هيد السلام
بوخنشوش يقترب من العودة ويشير
العديد من التساؤلات في القبال

JSO OM

روايح يرفع التحدي ويصر على نقاط بشار
روايح: "لا مفر من الفوز بشار وأريد محاربين"

MOB

امفران يضع مضوي في ورطة امام الوفاق
ديساري: "لا تفكر إلا في الفوز لا هيسر"

HAND MCO

النصرية ترهطن العودة إلى نقطة الصفر
أعريبي: "إصرارنا شديد على ضمان 3 نقاط"

USMH

الإدارة تضع شوية مبدئيا كأول المرشحين
بنعري: "تاهل الكاس سيعرفنا امام سكيكدة"

USMS

الهيئة لم تسقط بعد والقرار ليس مستحيلا
والحق: "على المشاهدين التحرك لانقاذ الهيئة"

ASAM MCA
المؤلودية تُريد إنهاء دورية الشرق بـ 3 نقاط

جندوش: "مباراة لاهام تشبه مباريات الكاس ولا خيار
امانسا إلا الفوز حتى نكون القوى نفسيا في لقاء النصر"



حشود:
"نحمو قلبنا
في الميدان وننتعب
من أجل الفوز حتى
نكون قريبين من
اليوم"

همروش:
"التركيز الجيد
وقسلة الأخطاء
مفتاح الفوز"

شارجحة:
"سنسدخل
مباراة هين مبلدة
بنية كسب التراد
كامل"

الإدارة توصل دعوة إلى المهاجم الثاني
"كوامي هازينو" ولجنة المنازعات تنصف "امادا"

AL MARRAKH USMA
أم درمان "مريومة" هلى
الجزائر وهذا العام هيا خير

فروجسي:
"المرشح
لا يظفنا
وأريد الفوز"
مفناح:
"هازيمون
هلى التائق
في الخرطوم"

GRB
بولطوة نصاب، سديبي يسحب
الشكوى وممراني يقترب أكثر

جسراي:
"قادرين
هلى
تساقط
بلفناس"
بوتخوة:
"تم التهم
باصابني"

المعلمون أمام فرصة إقناع بلطاسي وحجز مكانة مبكرا في "الكان"
بلطاسي: "سنلعب مباراة من المستوى العالي والفرصة مواتية لأهبيتنا للبروز"
بلايلي: "حضرنا في أجواء مميزة والجميع يعول على تقديم أفضل ما لديه"

23:00
QATAR
ALGERIE



شيتة:
 "أضن أن الفرق
 بلطاسي مرة أخرى"
لعمارة:
 "بلطاسي ينتظر
 منا الكثير
 وأماننا فرصة
 كبيرة لأفانسه"

الاهداف
 Reddyq للخدمات الرياضية
 www.alhaddaf.com
 صناديق التبريد بريس 2018 - 2019 4493 طن 88
 E-mail : contact@alheddaf.com

MGA بعدما وشع الكأس هدفا رئيسيا ...

**عمروش تحت الضغط، يسترجع شغال
 وبين دبكة ودمسو يواصل الغياب**

بن هاجبسة: "فسارق 12 نقطة هلسي لياهمسا والسو،
 ولو ينهزمسوا هي مباراتين سنأهمنهم بقسوة هلسي اللقب"
 "لؤلودية ماشي الكاب وستكرر سيناريو القبة أمام حي موسى"
 أماذا سينتأف نهاية جانفي ويضيق لغارات بارادو، تاجانانت وسطيغ



الإعلان الرسمي سيتزامن مع قدمه التوقيع في اللؤلودية...
 لجنة التازمات تفصل لصالح لعبارة والحكم سيصدر الأحد أو الإثنين

USMA **OA** **MAHD**

هلاتسي: "بوزريال،" هي بولوطين
 "مواجهه القبو بجديدة وتنازل" لن ترهسي بليسر التاهل"

MOS "جانك بيسان" سيوقع 30 شهرا وهي فشي يتناولن

USMB تواتسي أول المستقدمين ويوقع 18 شهرا

JSK **RCK** 11:00

لا يأيد بالشائعات التي روجت حول مستقبله

**ثابتني يمنح الشبيبة الأولوية
 ويؤجل توقيععه إلى الأحد**

ميسود: "التعاقد مع بن شعيرة وبلغريسي
 لا يغير سياستنا الجديدة"
 "الإقصاد اثر هينا، لكن يجب أن لا نتوقف"



"دوما" يرفض
 فشي التجارب
 أمام المترجمين
 مستقبلا

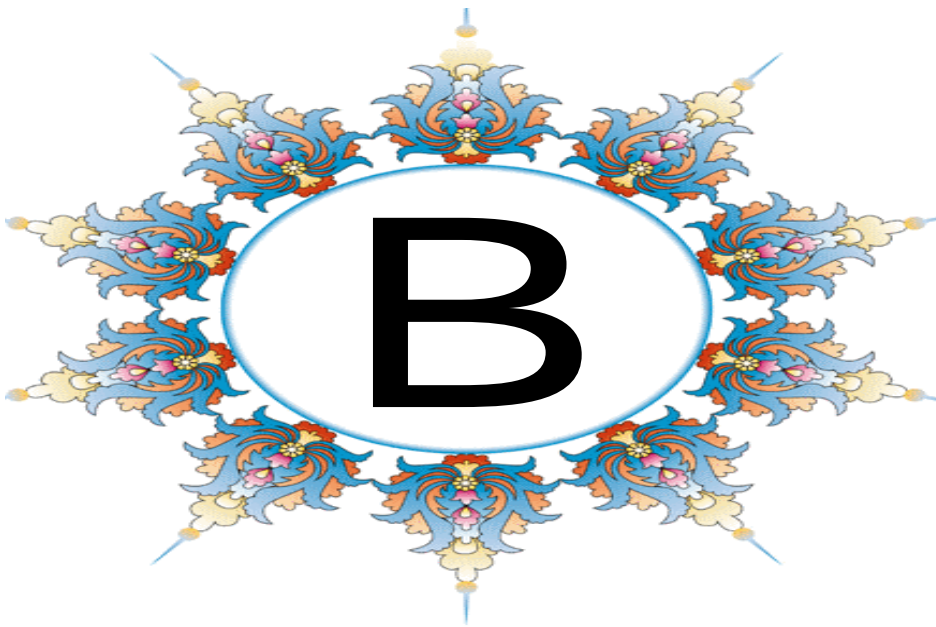
USG السنغالي "دام قويبي" يعزل وطيغ
 هي معاومات مقدمة مع زواري

OSM تساج: "سنعود بالتأهل من سنوحي"
 بلعائسه: "تركيزنا الآن هلسي لغارة
 السوب لتحقيق انطلاقسة قويسة"

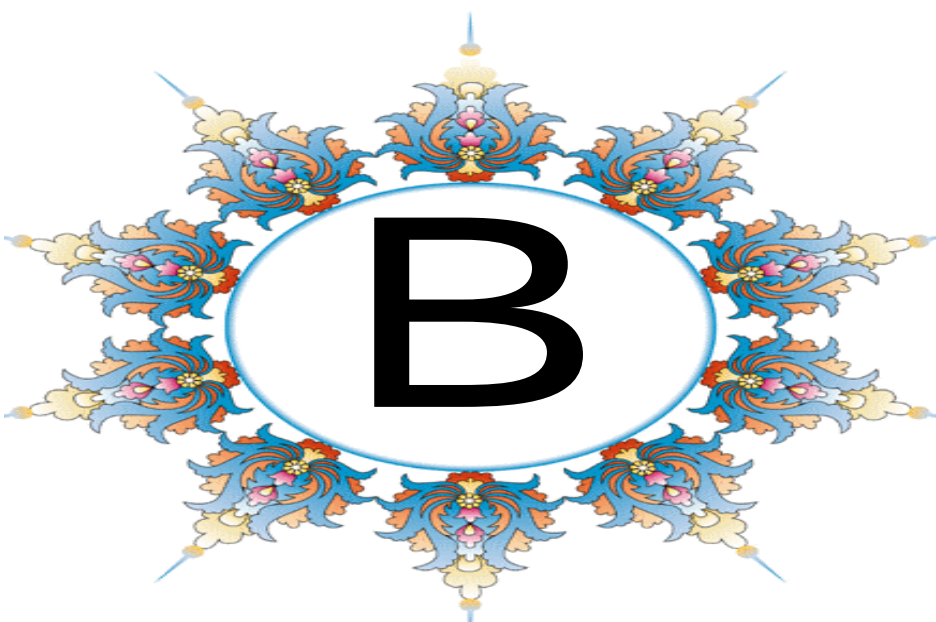
USMH

حميدي: "استعدون لتحقيق التأهل أمام الموب"

ooredoo فيش الإنترنت
 Modem 4G
طيارة = 2990 دج
 YouTube 6Go + 6Go إنترنت
الكل مهدي
 صالح مدة 6 أشهر
 ooredoo.dz



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



العنوان : اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري

أهداف الدراسة : هدفت الدراسة إلى:

- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين السائدة نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري
- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين السائدة نحو الأنواع الصحفية الفكرية في الإعلام الرياضي الجزائري
- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين السائدة نحو الأنواع الصحفية التفسيرية في الإعلام الرياضي الجزائري
- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين السائدة نحو الأنواع الصحفية الاستقصائية في الإعلام الرياضي الجزائري
- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين السائدة نحو الأنواع الصحفية ومقارنتها بالاستخدام الفعلي
- معرفة أهم العراقيل التي تعيق العمل الصحفي في اتجاهاته نحو استخدام أنواع صحفية بدل الأخرى

منهج الدراسة : استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي

مجتمع وعينة الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الجزائريين الرياضيين، أما عينة الدراسة فكانت عشوائية

طبقية، من كل وسيلة إعلامية عمومية وخاصة (مكتوبة، مسموعة، تلفزيونية)

أساليب جمع البيانات: استخدم الباحث ثلاث أدوات بحث تمثلت في المقابلة، والاستبيان، وتحليل المحتوى

- **نتائج الدراسة:** توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- نقص تكوين الصحفيين الجزائريين الرياضيين في ميدان التحرير والكتابة الصحفية
- تأثير السياسة الإعلامية والقوانين على اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري

- لا توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو الأواع الصحفية الإخبارية تعزى لمتغيرات الدراسة

- لا توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو الأواع الصحفية التعبيرية تعزى لمتغيرات الدراسة، ما عدا متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية

- توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو الأواع الصحفية الفكرية تعزى لمتغير (التخصص، طبيعة، ونوع المؤسسة الإعلامية)

- توجد فروق دالة إحصائية في ميول أفراد العينة نحو التحقيق الصحفي تعزى لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية

- اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الإخبارية بشكل شبه كلي، عكس الأنواع الصحفية الأخرى

الاقتراحات والتوصيات:

- ضرورة تكوين الصحفيين العاملين بالإعلام الرياضي الجزائري لفترة كافية لتعلم تقنيات التحرير والكتابة الصحفية
- تخصيص مساحات أكثر للأنواع الصحفية التعبيرية والفكرية والاستقصائية وعدم الاكتفاء فقط بالأنواع الإخبارية، وهذا من خلال إنشاء أقسام خاصة بالتحقيقات الروبورتاجات الرياضية في المؤسسات الإعلامية
- فتح المجال للعمل الصحفي في الإعلام الرياضي الجزائري لخريجي الإعلام الرياضي
- ضرورة عقد شراكة بين الجامعة والمؤسسات الإعلامية، وهذا من أجل الجمع بين الجانب النظري الأكاديمي والعمل التطبيقي من خلال الممارسة الميدانية والوقوف على العمل الصحفي، لزيادة كفاءة خريجي الإعلام والاتصال بصفة عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص.

The Title: Algerian journalists' attitudes towards the genders journalistic in the Algerian sports media

Study Objectives: The study aimed to:

- knowledge of whether if the Algerian journalists have an attitudes towards the *informatifs* genders journalistic in the Algerian sports media
- knowledge of whether if the Algerian journalists have an attitudes towards the *intellectual* genders journalistic in the Algerian sports media
- knowledge of whether if the Algerian journalists have an attitudes towards the *Expressives* genders journalistic in the Algerian sports media
- knowledge of whether if the Algerian journalists have an attitudes towards the *Investigatives* genders journalistic in the Algerian sports media
- Knowing the prevailing attitudes of Algerian journalists towards journalistic genres and comparing them to actual use
- knowledge the most important obstacles that hinders the journalistic work in its attitudes towards the use of journalistic genders instead of others

The method: We used the descriptive method by Analytically style

The population and study sample: The study population was represented in the Algerian sports journalists, while the study sample was stratified randomly.

Data collection methods: The researcher used two researches tools represented in a questionnaire and content analysis

The most important results:

- Lack of the formation for Algerian sports journalists in the domain of editorial and journalistic writing
- Impact of media policy and laws on Algerian journalists' attitudes towards the genders journalistic in the Algerian sports media
- There are no statistically significant differences in the tendencies of the sample members towards *informatifs* genders journalistic Attributed to the study variables
- There are no statistically significant differences in the tendencies of the sample members towards *Expressives* genders journalistic Attributed to the study variables except for the variable of the nature of the media society
- There are statistically significant differences in the tendencies of the sample members towards *intellectuals* genders journalistic Attributed to the (Specialization, nature, and type of the media society variables)
- There are statistically significant differences in the tendencies of the sample members towards *Investigatives* genders journalistic Attributed to the type of the media society variable
- Algerian journalists' attitudes towards the *informatifs* genders journalistic in the Algerian sports media almost entirely, unlike other gender (*intellectual, expressives, investigatives*)

The Suggestions and recommendations:

- The necessity to train journalists in the Algerian sports media for a sufficient period of time to learn editorial and journalistic writing techniques
- Allocating more spaces for expressive, intellectual and investigative journalistic genders, and not to be satisfied with *informatifs* genders only, and this is through the creation of departments for sports investigations and reportages in media society
- Opening the field for journalistic work in the Algerian sports media for graduates of this specialization.
- The necessity of A partnership contract between the university and the media societies, This is for to combine both academic theory and practical work, Through field practice, To increase the efficiency of media and communication graduates in general and sports media in particular

le Titre: Attitudes des journalistes algériens vers les genres journalistiques dans les médias sportifs algériens.

Les Objectifs de l'étude: L'étude visait à:

- Connaître les attitudes dominantes des journalistes algériens envers les genres journalistiques informatifs dans les médias sportifs algériens.
- Connaître les attitudes dominantes des journalistes algériens envers les genres journalistiques Intellectuels dans les médias sportifs algériens.
- Connaître les attitudes dominantes des journalistes algériens envers les genres journalistiques expressifs dans les médias sportifs algériens.
- Connaître les attitudes dominantes des journalistes algériens envers les genres journalistiques Investigatifs dans les médias sportifs algériens.
- Connaître les attitudes dominantes des journalistes algériens envers les genres journalistiques et les comparer à l'utilisation réelle.
- Connaître les obstacles les plus importants qui entravent le travail journalistique dans ses attitudes vers l'utilisation des genres journalistiques au lieu que d'autres

Méthode de l'étude: le chercheur a utilisé la méthode descriptive de manière analytique

La population et l'échantillon de l'étude: La population de l'étude était représentée parmi les journalistes sportifs algériens, tandis que l'échantillon de l'étude était stratifié de manière aléatoire.

Outils de collecte de données: le chercheur a utilisé deux outils de recherche représentés dans le questionnaire et l'analyse de contenu

Résultats de l'étude: Le chercheur a atteint un ensemble de résultats, que nous résumons comme suit:

- Manque de formation des journalistes sportifs algériens dans le domaine de la rédaction journalistique.
- L'impact de la politique médiatique et les lois sur les attitudes des journalistes algériens à l'égard des genres journalistiques dans les médias sportifs algériens.
- Il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans les tendances des membres de l'échantillon vers les genres journalistiques informatifs attribués aux variables d'étude.
- Il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans les tendances des membres de l'échantillon vers les genres journalistiques expressifs attribués aux variables d'étude, Sauf pour la variable de la nature de la société médiatique.
- Il y a des différences statistiquement significatives dans les tendances des membres de l'échantillon vers les genres journalistiques Intellectuels attribués aux variables suivantes (Spécialisation, nature et type la société médiatique).
- Il y a des différences statistiquement significatives dans les tendances des membres de l'échantillon vers les genres journalistiques Intellectuels attribués aux variables de type la société médiatique.
- les attitudes des journalistes algériens vers des genres journalistiques informationnels presque entièrement, contrairement aux autres genres journalistiques

Suggestions et recommandations:

- La nécessité de former des journalistes travaillant dans les médias sportifs algériens pendant une durée suffisante pour apprendre les techniques d'écriture éditoriale et journalistique.
- Réserve plus d'espaces pour les genres journalistiques expressifs, intellectuels et investigatifs, et pas seulement les genres informationnels, et cela passe par la création de départements spéciaux pour les reportages et les enquêtes sportifs dans les sociétés médiatiques
- Ouverture la porte au travail journalistique dans les médias sportifs algériens pour les diplômés de cette spécialisation.
- La nécessité d'établir un partenariat entre l'université et les sociétés médiatiques, C'est pour combiner le côté théorique et pratique, par le travail pratique de, pour augmenter l'efficacité des diplômés de domaine de l'information et la communication sportifs.