

دور الحصص الرياضية للتلفزيون الجزائري في الترويج للرابطة المحترفة الأولى موبيليس.  
دراسة تحليلية وصفية لعينة من حصة في التسعين للقناة السادسة الشبابية  
من 06 جانفي 2024 إلى 24 فيفري 2024

تخصص: صحافة واتصال رياضي

تحت إشراف الأستاذ:

رفيق بن شريف

من إعداد الطالب:

قديري محمد

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس: د. محمد بوهوالي

المشرف: أ. رفيق بن شريف

المنافش: د. كريمة غديري

الموسم الجامعي:

2024/2023



École Nationale Supérieure de Journalisme  
Et de Sciences de l'Information.  
Département: Journalisme.

**Le rôle des émissions sportives de la télévision algérienne  
dans la promotion la Ligue Professionnelle 1 Mobilis**

**Étude analytique et descriptive d'un échantillon de  
l'émission "Fi Al-Tess'een" de la chaîne publique de  
jeunesse (Canal 6) du 06 janvier 2024 au 24 février 2024**

**Présenté par :**

**GUEDIRI Mohamed**

**de:**

**Sous la direction**

**BENCHARIF Rafik**

**Jury:**

**Président: D.BOUHOUALI Mohamed**

**Encadreur: M.BENCHARIF Rafik**

**Membre: D.GUEDIRI Karima**

2023/2024

## إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى اللذين قال فيهما الله تعالى :

"و قضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"

إلى الذي كان لي نعم المعين منذ نعومة أظفري..... أبي

إلى التي سهرت لراحتي وسعدت لفرحتي..... أمي

أهدي هذا العمل إلى إخوتي وإلى كافة الأهل والأقارب

إلى جميع أصدقاء المشوار الدراسي

إلى كافة رفقاء الدرب

إلى من نحبهم بقلوبنا لا بكتابة أسمائهم على أوراقنا

## كلمة شكر

قال تعالى : " ولنن شكرتم لأزيدنكم "

الشكر لله عز وجل الذي وفقني لإنهاء هذا العمل المتواضع وأتقدم بخالص  
الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف: رفيق بن شريف

كما أشكر كافة عمال مؤسسة الاتصال التي تعاملت معي أثناء فترة الترخيص «  
Media Marketing» وخاصة المدير السيد " محمّد توفيق "

إلى كل الأساتذة الكرام وكل من علمني حرفا من بداية مشواري وإلى غاية  
وصولي لهذه المرحلة.

إلى رفقاء الدرب وإخوتي خلال المسار الجامعي، وكل الذين تقاسمت معهم  
مقاعد الدراسة.

وإلى كل من ساعدني من قريب ومن بعيد.

شكرا

## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة دور التلفزيون العمومي الجزائري و الإعلام الرياضي في الجزائر للترويج لبطولة الرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" في الجزائر، عبر مضامين برنامج في التسعين للقناة السادسة الشبابية. أظهرت الدراسة أن القناة السادسة الشبابية تلعب دوراً محورياً في تغطية المنافسات الرياضية وتحليلها، مما يساهم في تعزيز ثقافة الاحتراف الرياضي وزيادة الوعي الجماهيري بأهمية هذه الرياضة. كما تناولت الدراسة الوسائل والتقنيات المستخدمة في الترويج للرابطة المحترفة الأولى موبيليس والتحديات التي تواجهها، مثل نقص الموارد المالية والتقنية. كما أوضحت الدراسة عبر تحليل مضامينها الإعلامية الأثر الإيجابي لهذا البرنامج في زيادة شعبية كرة القدم الجزائرية وتعزيز الاحتراف في هذا المجال. واختتمت الدراسة بتقديم توصيات لتعزيز دور الإعلام الرياضي، منها تعزيز التعاون مع الجهات الرياضية الرسمية والاستثمار في التقنيات الحديثة لتحسين جودة البث.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام الرياضي، كرة القدم، الإعلام المرئي، الاحتراف

## **Résumé de l'étude :**

Cette étude a examiné le rôle des médias sportifs dans la promotion de la Ligue Professionnelle 1 "Mobilis" en Algérie, en mettant l'accent sur la chaîne jeunesse Canal 6 et son programme "Fi Al-Tess'een". L'étude a révélé que la chaîne jeunesse Canal 6 joue un rôle central dans la couverture et l'analyse des compétitions sportives, contribuant ainsi à renforcer la culture du professionnalisme sportif et à accroître la sensibilisation du public à l'importance de ces questions. Elle a également examiné les moyens et techniques utilisés pour promouvoir cette ligue et les défis auxquels elle est confrontée, tels que le manque de ressources financières et techniques. À travers l'analyse du contenu du programme "Fi Al-Tess'een" (partie spécialisée pour la 1ère ligue professionnelle), l'étude a montré l'impact positif de ce programme sur l'augmentation de la popularité du football algérien et la promotion du professionnalisme dans ce domaine. L'étude s'est conclue par des recommandations pour renforcer le rôle des médias sportifs, notamment en renforçant la collaboration avec les autorités sportives officielles et en investissant dans des technologies modernes pour améliorer la qualité des diffusions.

**Les mots clés :** Médias sportifs, Football, Media visuel, Professionnalisme

## خطة الدراسة:

### مقدمة

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### ➤ الخطوات المنهجية للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- أسباب اختيار الموضوع
- 7- منهج الدراسة
- 8- أدوات الدراسة وجمع البيانات
- 9- الخلفية النظرية
- 10- عينة البحث ومجتمعه
- 11- تحديد المصطلحات والمفاهيم
- 12- الدراسات السابقة

## 1- الإطار النظري

### ➤ الفصل الأول: الإعلام الرياضي

المبحث الأول: مدخل إلى الإعلام

المطلب الأول: ماهية الإعلام

المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الإعلام

المطلب الثالث: الإعلام السمعي البصري

المبحث الثاني: الإعلام الرياضي في الجزائر

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الرياضي

المطلب الثاني: تاريخ الإعلام الرياضي في الجزائر

المطلب الثالث: الإعلام الرياضي الجزائري واستراتيجيات تطوير قطاع الرياضة في

الجزائر

### ➤ الفصل الثاني: الترويج لصورة الذهنية للرابطة المحترفة الأولى في الجزائر

المبحث الأول: الصورة الذهنية

المطلب الأول: تعريف الصورة الذهنية

المطلب الثاني: أنواع و مكونات الصورة الذهنية

المطلب الثالث: وظائف وأهداف الصورة الذهنية

المطلب الرابع: أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة

المبحث الثاني: دور التلفزيون العمومي في الترويج لكرة القدم الجزائرية

المطلب الأول: تاريخ كرة القدم في الجزائر

المطلب الثاني: الاحتراف الرياضي في الجزائر

المطلب الثالث: التلفزيون الجزائري

## 2- الإطار التطبيقي:

الفصل الأول: تحليل مضمون برنامج في التسعين الذي يبث على القناة السادسة الشبابية

المبحث الأول: مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري

المطلب الأول: بطاقة تقنية لمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري والقناة السادسة الشبابية

المطلب الثاني: البرنامج الرياضي "في التسعين"

المبحث الثاني: تحليل محتوى برنامج في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النتائج العامة للدراسة

الملاحق

خاتمة

## مقدمة:

يعد المجال الرياضي من المجالات البارزة التي يولي لها الإنسان اهتمامه، سواء كانت ترفيهية ترويجية خاصة تنافسية منها، لما تولده من حماس وإثارة وندية، ما يجعلها جديرة بالاهتمام والمتابعة.

وولد هذا الاهتمام الكبير بالرياضات التنافسية ضرورة تخصيص فرع من فروع الإعلام والمتمثل في الإعلام الرياضي، ويختص الإعلام الرياضي في نقل الأخبار ونتائج كامل أنواع الرياضات التنافسية، والرياضة الأكثر شعبية في العالم والمتمثلة في كرة القدم، التي تستهوي الكثير من المشجعين والمتابعين ما يجعلهم يلهثون وراء استقاء المعلومات الجديدة حول أنديةهم أو لاعبيهم المفضل خاصة في أكبر المنافسات القارية والعالمية.

في ظل التطورات السريعة والمتلاحقة التي يشهدها مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تأثرت مختلف جوانب الحياة اليومية للمجتمعات بشكل كبير خاصة وسيلة التلفزيون الذي أصبح يقدم أدواراً متعددة، منها الاجتماعية، السياسية، والتعليمية و الرياضية. ومع التقدم التكنولوجي في مجال الأقمار الصناعية، أصبح بالإمكان نقل الأحداث بشكل مباشر وبجودة عالية، مما أدى إلى ظهور العديد من القنوات التلفزيونية الفضائية التي تنوعت في مجالاتها، لتشمل السياسة، الثقافة، الاقتصاد، والرياضة. وقد أتاح ذلك للمشاهدين متابعة الأحداث في وقتها الحقيقي وبشكل أكثر تفصيلاً.<sup>1</sup>

في هذا الإطار، توجهت العديد من الدول نحو الاهتمام بالمجال الرياضي، ولا سيما الرياضات التنافسية والاحترافية. هذا التوجه نحو الاحتراف الرياضي شمل تنظيم البطولات الرياضية الدولية لكرة القدم والتظاهرات الرياضية الكبرى مثل الألعاب الأولمبية، مما يعكس التزام الدول بتطوير المستوى الرياضي وتحقيق أداء متميز على الساحة الدولية.

وفي السياق ذاته، سعت الجزائر إلى الاستفادة من وسائل الإعلام لتحقيق التنمية الرياضية، حيث اعتمدت على التلفزيون العمومي لمتابعة حركية التنمية في المجتمع. وفي هذا السياق،

<sup>1</sup> محمد عبد الرحمان الحضيف، تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994 ص 120

ومع دخول الجزائر عالم الاحتراف الرياضي، الذي بدأت محاولاته الأولى في عام 1995، واجهت الأندية الجزائرية العديد من الصعوبات والتحديات التي حالت دون تطبيق نظام الاحتراف بشكل كامل وفعال.<sup>1</sup>

وتطبيق هذا النظام يتطلب تكاملاً بين عدة ميكانيزمات وآليات، من بينها الإعلام الرياضي الذي يلعب دوراً حيوياً في تعريف الجمهور بقوانين ولوائح الاحتراف الرياضي وتوضيح إيجابياته وسلبياته.

وفي هذا السياق، لم تعرف الجزائر الإعلام الرياضي المرئي المتخصص إلا في السنوات السبع الأخيرة، حيث حققت القنوات العمومية معدلات مشاهدة كبيرة وسط المجتمع الجزائري، وخاصة بين فئة الشباب.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> أدما يعقوبي، تحليل نظامي للاعتراف الرياضي في الجزائر من 1989 إلى 2015، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية بدالي إبراهيم، 2018، ص 15  
<sup>2</sup> للصحفيين الرياضيين في الجزائر، جامعة المسيلة، جوان 2015، 20

## الإطار المنهجي

## الإشكالية:

إن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال ألقَتْ بظلالها على مختلف مناحي الحياة اليومية للمجتمعات، فجل الاختراعات والمستجدات التقنية كانت ولا تزال في تقدم مستمر ومتسارع يتطور وينمو بناء على حركية و تطور المجتمعات. فظهر الصحف ما كان ليأتي أولاً لولا تطور أساليب وتقنيات الطباعة الحديثة على يد الألماني " يوحنا غوتنبورغ" خلال سنة 1450<sup>1</sup>، شجع بدوره تنوع وانتشار تلك الصحف لتتلاحق بعدها الاختراعات.

كما أن تلاحق هذه الاختراعات أفرز ظهور ما يسمى بوسيلة التلفزيون التي كان لها أدوار اجتماعية وسياسية وتعليمية مختلفة، كما استفاد هذا الأخير من التكنولوجيات المتسارعة في مجال الأعمار الصناعية الذي أتاح بدوره مختلف عمليات النقل المباشر واستخدام التقنيات عالية الجودة في نقل الصورة وتغطية الأحداث في أزمنة متقاربة أنشأ خلالها العديد من القنوات التلفزيونية الفضائية منها العامة والخاصة والمتخصصة على مختلف الأصعدة السياسية، الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية وحتى الرياضية.

وفي هذا الإطار، اتجهت جل الدول في توجيه الرياضة نحو المجال التنافسي والاحترافي البحت من خلال البطولات الرياضية الدولية لكرة القدم والتظاهرات الرياضية الكبرى على غرار الألعاب الأولمبية والدورات الرياضية الكبرى وهذا ما يعرف بتوجه هذه الدول نحو الاحتراف الرياضي.

وقد حظيت هذه الأنشطة الرياضية الكبرى على غرار ما تم ذكره بتغطية واسعة من قبل مختلف وسائل الإعلام السمعية-البصرية أو الإذاعية وكذا الصحف المطبوعة منها والالكترونية بحيز واسع من الاهتمام في النقل المباشر لتلك المنافسات بالتحليل والمناقشة<sup>2</sup>.

وعلى غرار وسائل الإعلام الدولية، سعت الجزائر إلى الاستفادة من التلفزيون الذي ساعد بدوره على مر عقود من الزمن في متابعة حركية التنمية في المجتمع في مختلف المجالات، وهذا ما اختص به الإعلام العمومي بصفة عامة، وتوجهت الجزائر في الشأن على غرار مختلف الدول العربية والأجنبية في إنشاء قنوات خاصة وذلك بعد صدور قانون 2012<sup>3</sup>

لكن الجزائر اعتمدت في نقل الأخبار الرياضية وتغطية مختلف المنافسات الرياضية سواء بالتحليل والنقاش على القنوات العمومية وأبرز هذه القنوات "القناة السادسة الشبابية"

<sup>1</sup>د.عاطف عدلي العبد ود.نهى عدلي العبد، وسائل الإعلام نشأتها تطورها آفاتها المستقبلية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص37.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، مكتبة الإكسبر الإلكترونية، دار اليازوري، الأردن 2014، 45

<sup>3</sup> حسن طاهري، الإعلام والقانون، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2014، ص47

كما حظيت قضايا الاحتراف الرياضي بتغطية خاصة عبر القناة السادسة الشبابية و التي تهدف من خلالها على إنجاح مشروع الاحتراف الرياضي في أندية الدوري الجزائري للمحترفين للقسم الأول والقسم الثاني مساهمة بذلك في إتباع النهج المأمول في توجيه قطاع الرياضة في الجزائر وخاصة كرة القدم نحو الاهتمام أكثر بقضايا الاحتراف الذي يتيح بدوره نقلة نوعية في مجال الاحترافية والمهنية ورفع الأداء الوظيفي الرياضي لدى الأندية في مختلف الأقسام الرياضية الجزائرية لتمضي قدما نحو العالمية ومنافسة نظيرتها الأجنبية.

وتطبيق نظام الاحتراف على المستوى المحلي والدولي له إيجابيات على الرياضة وعلى كرة القدم بالخصوص، حيث متى وجدت المؤسسات الرياضية التي تسير وفق القواعد الجيدة والضوابط، واللجان التي تصدر اللوائح الخاصة، وتتبنى الأفكار الجيدة ينهض القطاع ويتطور بتطور نظام الاحتراف.<sup>1</sup>

و مع دخول الجزائر عالم الاحتراف الرياضي، الذي عرفته بطولتنا المحلية لأول مرة منذ الاستقلال سنة 1995 بموجب الأمر رقم 09/95، لم يرق للمستوى المطلوب إن لم نقل أنه كان مجرد خبر على ورق و لم يطبق بتاتا، لتنتظر الاتحادية الجزائرية لكرة القدم حتى مطلع 2010 أين عرفت الرياضة في الجزائر تحولات و تغييرات تماشت مع الوضع العالمي و المحلي آنذاك، و دفعت الوضعية الرياضية المحلية و خاصة المستويات التي وصل إليها المنتخب الوطني لكرة القدم بعجلة الاحتراف الرياضي إلى الدوران من جديد و تطبيق الاحتراف الرياضي بمفهومه الحديث موسم 2011/2010، أين تم الإعلان عن انطلاق أول بطولة احترافية في الجزائر، إلا أن الأندية الجزائرية واجهت صعوبات و تحديات حالت دون تطبيق و تنفيذ و تفعيل كل تلك اللوائح و الإجراءات و القوانين بالشكل المطلوب.<sup>2</sup>

و المعروف أن الاحتراف الرياضي بصفة عامة و الاحتراف في كرة القدم بصفة خاصة يعتمد في تطبيقه على عدة ميكانيزمات و آليات مرتبطة و متكاملة يجب أن تتوفر جميعها، من أهم هذه الميكانيزمات و الآليات هو الإعلام الرياضي بجميع أشكاله و أنواعه، حيث يعتبر أحد الركائز الأساسية لخدمة الاحتراف، وذلك من خلال العمل على التعريف به و بقوانينه و لوائح وأسس و استراتيجياته و توضيح إيجابياته و سلبياته، و هو ما يفسر العلاقة بين الاحتراف الرياضي ووسائل الإعلام و الاتصال ممثلة في الإعلام الرياضي، و بالتالي فإن الحديث عن مقومات الإعلام الرياضي و آلياته في معالجة الاحتراف الرياضي ضرورة ملحة في إنجاح مشروع الاحتراف.

<sup>1</sup> أحمد حمزة غضبان، متطلبات الأندية المحترفة لكرة القدم في إنجاح تطبيق الاحتراف الرياضي بالجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، مجلد 09، العدد 02، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018

<sup>2</sup> عبد الحكيم لعياضي، دراسة تحليلية لواقع الاحتراف الرياضي في الجزائر، دراسة ميدانية للأندية الرابطة المحترفة الأولى والثانية، مجلة المنظومة الرياضية، جامعة سوق أهراس، 2018، ص 263

والمتعارف عليه أيضا أن الجزائر لم تعرف الإعلام الرياضي المرئي المتخصص بالمعنى المتعارف عليه حاليا إلا منذ ما يقارب 7 سنوات، و قد عرفت القنوات العمومية مقارنة بقنوات أخرى معدلات مشاهدة و رواج كبيرين في وقت قصير وسط المجتمع الجزائري، الذي تغطي عليه فئة الشباب، كونها القناة الوحيدة التي تمتلك حقوق بث و تغطية مباريات الرابطة المحترفة الأولى "موبيليس"<sup>1</sup>.

والأكيد أن هذه الاستمرارية والقبول بين أوساط المجتمع الجزائري له أسباب، وهو ما جعل فضولنا ينساق وراء معرفة الأساليب والاستراتيجيات التي تتبناها هذه القناة، خاصة في علاقتها بالأداء والممارسة الصحفية الرياضية التي أصبحت دراسته مطلبا ضروريا.

ونظرا لاهتمامنا بالمادة الإعلامية التي تقدم من خلال الإعلام الرياضي المرئي، ونظرا لمتابعتنا لما يقدمه هذا النوع من الإعلام المتخصص من خدمة إخبارية، وعلى ضوء استقراء الأوضاع، نحاول أن نتناول هذه الدراسة وفقا لمعايير وأسس علمية تنطلق من أرضية الممارسة الصحفية.

فاهتمامنا بدراسة دور الإعلام الرياضي في الترويج للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" بدأ منذ سنوات عديدة، بدأ من الصحافة الرياضية قبل الانفتاح على السمي البصري، مما جعلنا ننتقل إلى خوض تجربة جديدة والإبحار في مجال الإعلام الرياضي المرئي ودوره هو الآخر في الترويج للاحتراف في كرة القدم الجزائرية عموما والرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" على وجه الخصوص.

في ضوء ما تم عرضه نحاول في دراستنا طرح الإشكالية التالية:

ما هو الدور الذي تلعبه القناة السادسة الجزائرية الشبابية عبر مضامين حصة في التسعين في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى "موبيليس"

---

<sup>1</sup> عبلة مونية عروي، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلية نحو التخصص الرياضي التريوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014، ص 16

## التساؤلات الفرعية:

- ما هي الوسائل التي تستخدمها حصة في التسعين الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى؟
- ما هي الآثار الإيجابية لحصة في التسعين الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس؟
- ما هي التحديات التي تواجه الحصة التلفزيونية الرياضية عموما وحصة في التسعين لمؤسسة التلفزيون الجزائري بالخصوص في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس؟
- ما هي التوصيات التي يمكن تقديمها لتحسين دور الحصة التلفزيونية الرياضية عموما وحصة في التسعين لمؤسسة التلفزيون الجزائري خصوصا في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس؟

## فرضيات الدراسة:

- تساهم البرامج الخاصة باللاعبين والمدربين في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس من خلال تقديم معلومات عن اللاعبين والمدربين، مما يساهم في زيادة التفاعل مع الرابطة.
- تسعى حصة في التسعين التلفزيونية الرياضية لمؤسسة تلفزيون الجزائري في زيادة الوعي بالرابطة المحترفة الأولى موبيليس وفتحها من خلال تقديم معلومات عن الرابطة وفتحها، مما يساهم في جذب المزيد من الجماهير والمتابعين.

## أهداف الدراسة:

من الملاحظ أن البحوث من هذا النوع شبه معدومة، وبالتالي لم تؤخذ دورها المنشود من التقدم في بلدنا. وبالمقابل نجد أن مثل هذه البحوث في المجتمعات المتقدمة حظيت بالعناية اللازمة، وعلى ضوء ما ذكرنا تتجلى أهمية البحث فيما يلي:

- تنبيه القائمين على الإعلام الرياضي السمعي البصري في الرفع من مستوى الرابطة المحترفة الأولى
- معرفة مدى مساهمة الإعلام السمعي البصري في الرفع من مستوى التسيير و المسيرين في كرة القدم المحترفة في الجزائر
- التطرق إلى مدى مساهمة الإعلام السمعي البصري في تحسين مستوى الحكام من خلال الانتقادات التي يقدمها خلال الحصة التلفزيونية ما قبل و بعد المباريات

- معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي في الترويج لصورة كرة القدم الجزائرية بصفة عامة
- مدى مساهمة كل من لهم صلة بهذه اللعبة سواء من قريب أو بعيد كل حسب موقعه و مسؤوليته في تطوير كرة القدم

### أهمية الدراسة:

- أهمية هذه الدراسة من حيث تناولها موضوعا لم يأخذ المجال الأوسع في الدراسات الإعلامية، على عكس المواضيع الأخرى التي تتدرج ضمن بحوث و دراسات الإعلام الرياضي، كما تتبع أيضا أهميتها في إبراز دور الإعلام الرياضي بشكل عام و المرئي بشكل خاص في دعم الاتجاهات الإيجابية و نشر الوعي الثقافي المتعلق بالأنشطة الرياضية من خلال طبيعة المواقف التي تتبناها، كما أن هذه الدراسة تحاول من خلال تحليل عينة قصدية من الإعلام الرياضي المرئي الجزائري و معرفة مضامينه و القضايا المطروحة فيه.
- كما تسعى هذه الدراسة المتواضعة إلى الوقوف على حجم التغطية الإعلامية للدوري المحترف المتعلق بالرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" من خلال حصة "في التسعين" للقناة السادسة الشبابية.

### أسباب اختيار الموضوع:

- نتيجة لدوافع وأسباب مختلفة وقع اختيارنا لهذا الموضوع للبحث فيه، كان من الضروري توضيح هذه الأسباب لكي تتوضح جوانب إشكالية الدراسة أكثر، وهي كالتالي:
- تشعب وضبابية قضية الاحتراف بصفة عامة في مجال كرة القدم في الجزائر، جعلنا نحاول الاقتراب أكثر والتعرف على النصوص القانونية وعوائق الدخول لعالم الاحتراف بكامله وموانع ذلك.
  - الميل والرغبة الشخصية في دراسة مثل هذه المواضيع، خاصة عندما يتعلق الأمر بالبحث في الترويج للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" وكذلك الإعلام المرئي.
  - رغبة الباحث في إبراز الدور الذي يقوم به الإعلام المرئي اتجاه الترويج للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس"
  - الوقوف على واقع الإعلام الرياضي في السبعينيات ودوره في إنجاح هذه السياسة بل وأيضا الإسهام في تطوير كرة القدم الجزائرية.

- اختلاف الآراء والمواقف و الطريقة المتبعة حول الترويج للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" كان حافظا لتناول هذا الموضوع لمعرفة أوجه الشبه و الاختلاف بين الصحافة الرياضية المكتوبة و الإعلام الرياضي المرئي.
- كما أن سبب اختيارنا للقناة السادسة الشبابية من بين وسائل الإعلام الرياضية الأخرى الموجودة في الجزائر يعود لكونها ذات انتشار كبير بين أوساط المجتمع، و كونها قناة وطنية عمومية، بالإضافة إلى ذلك فإنها تعتبر الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تمتلك حقوق البث كاملة للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس".
- معرفة الكيفية التي تتبناها القناة السادسة الشبابية في حصتها "في التسعين" للترويج للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس"

### منهج الدراسة:

- يعرف موريس أنجرس المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد الهامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.<sup>1</sup>
- و بما أن دراستنا تتمحور حول مضامين الحصص الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري و دورها في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس فإننا سنعتمد على منهج دراسة تحليلية وصفية لمضامين إعلامية، ويعطي المشوخي تعريفا شاملا للمنهج الوصفي التحليلي فيقول "يعتمد المنهج الوصفي التحليلي على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كفيها أو كميًا. فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى"<sup>2</sup>
- تتناول هذه الدراسة مضمون الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى، ولدعم أهداف البحث تم اختيار أدوات جمع البيانات النوعية والكمية التي تساعد على فهم أعمق للحصص والحقائق المجاورة، وتساهم في الحصول على المعلومات، آراء ومعارف المنظمين

موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيدي صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص

<sup>2</sup> حمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 48

## • أدوات الدراسة وجمع المعلومات

### • أداة تحليل المضمون:

يعرف على أنه عبارة عن طريقة بحث يتم تطبيقها من أجل الوصول إلى وصف كمي هادف ومنظم لمستوى أسلوب الاتصال<sup>1</sup>

تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل<sup>2</sup>

وسنسى من خلال استخدامنا لهذه الأداة البحثية في تحليل مضامين الحصة التلفزيونية "في التسعين" التي تبث على القناة السادسة الشبابية.

ولتحقيق غايات أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات تم تصميم استمارة تحليل مضمون

### استمارة تحليل المضمون:

هي بطاقة فنية يقوم بتدوينها الباحث باختصار، يطرح فيها عنوان بحثه وسؤاله الجوهري، وتوضيح استعمال تحليل المحتوى<sup>3</sup>

وسعى لدعم أهداف الدراسة سنعمد على هذه الأداة البحثية لمحاولة معرفة ما هو الدور الذي تلعبه الحصص الرياضية للتلفزيون الجزائري في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس؟

### الخلفية النظرية للدراسة:

تتمحور دراستنا حول موضوع دور الحصص الرياضية للتلفزيون الجزائري في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى "موبيليس"، هذا ما أدى بنا لضرورة تبني مدخل نظري خاص بالدراسة لنعمد عليه في الوصول لنتائجها فوق اختيارنا بما تفرضه علينا خصائص البحث العلمي على نظرية " البنائية الوظيفية".

<sup>1</sup>محمد بن عمر المدخلي، مناهج تحليل المحتوى وتطبيقاته على مناهج البحث، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية، 2011، ص.4

<sup>2</sup>صباح غربي، محاضرة منهج تحليل المضمون، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019/2020، ص.

<sup>3</sup>محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2013، ص 20

**تعريفها:** هي تحديد عناصر التنظيم والعلاقات بين هذه العناصر والوظيفة مع تحديد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بتنظيم الكل وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي ويتحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر بشكل متكامل.<sup>1</sup>

**مرتكزاتها:** تقوم نظرية البنائية الوظيفية على مجموعة من المرتكزات هي:

- يتكون البناء الوظيفي من مجموعة من الأنظمة المترابطة ببعضها البعض بنائيا ووظيفيا.
- يتكون النظام من مجموعة من الأنساق.
- يتكون النسق من مجموعة من الأنماط.
- لكل نظام نسقي أو نمطي حاجيات تعكس وظائف من خلالها يتحدد تكامله وتكافئه.
- دراسة الكل للوصول إلى الجزء.<sup>2</sup>

### إفادتها في الدراسة:

تمت الاستعانة بنظرية البنائية الوظيفية هنا باعتبارها انسب النظريات وأكثر الملائمة في هذا النوع من الدراسات، حيث تتعلق دراستنا بدور الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري في الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس، وأيضا لجأنا لاستخدام هذه النظرية لمعرفة اهتمام الأندية كهيئات اتصالية بوظيفة وسائل التواصل الاجتماعي اتجاه الجمهور وهل هي تؤدي دورها على أكمل وجه في استغلال هذه المنصات.

وقد ارتكزنا على هذه النظرية في دراستنا على مسلماتها وتبرز أوجه الاستفادة في التساؤلات الفرعية، مصطلحات النظرية وفي معالجتنا للبيانات واستخلاص النتائج

### المرجعية النظرية :

تطور دراسات الاستخدام في مجال علوم الإعلام والاتصال تطورت دراسات الاستخدام في مجال علوم الإعلام والاتصال بشكل كبير في السنوات الأخيرة، حيث يمكن استخدام نتائج هذه الدراسات في تحسين تصميم وسائل الإعلام والاتصال وتحليل الظواهر السلبية التي تنتج عن استخدامها. ويمكن تحسين فعالية وسائل الإعلام والاتصال في نقل المعلومات والأخبار وتصميمها بشكل يسهل على الجمهور فهمها

<sup>1</sup> عبد الله مي: نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص175.

<sup>2</sup> د. محمد غربي، د. إبراهيم قلو، النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد الأول العدد الثالث، المركز الجامعي تيسمسيلت، الجزائر، سبتمبر 2019، ص165

واستيعابها. كما يمكن تحسين مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وتطويرها لتحقيق أهداف البحث العلمي وتطوير المجال الأكاديمي، وذلك من خلال تحليل نتائج دراسات الاستخدام وتطبيقها على تصميم وسائل الإعلام والاتصال.

### متغيرات الدراسة:

غالبًا ما يكون طرح الفرضيات على شكل مصطلحات ومفاهيم إذ يتعلق الأمر الآن بتحديد المتغيرات المستعملة وبالأخرى جعلها عملية بمعنى آخر أو لا نقوم بتغيير المتغيرات المستعملة التي تبحت في قياس النتائج ثم المتغيرات التابعة التي تحدد الظاهرة التي نحن بصدد محاولة دراستها<sup>1</sup>.

ولتعيين واختيار متغيرات البحث، لابد من التحكم المسبق في المقاربة النظرية للموضوع المتعلق بدور الإعلام الرياضي السمعي البصري في تحسين كرة القدم المحترفة في الجزائر، الشيء الذي يسمح بتوضيح هذه العناصر بشكل دقيق، إذ كان علينا التفكير المسبق في تحديد متغيرات هذه الدراسة على النحو التالي:

### المتغير المستقل:

هو العلاقة بين السبب والنتيجة أي العامل المستعمل نريد من خلاله قياس النواتج ويعتبر المتغير المستقل هو المتسبب في تواجد ظاهرة معينة<sup>2</sup>، فيما يتعلق بالمتغير المستقل في بحثنا هو الإعلام السمعي البصري

### المتغير التابع:

هو الذي يوضح النتائج أو الجواب لأنه يحدد الظاهرة التي نحن بصدد محاولة شرحها وهي تلك العوامل أو الظواهر التي يسعى الباحث لقياسها<sup>3</sup>، وهي تتأثر بالمتغير المستقل الخ . ففي بحثنا هذا المتغير التابع، يتمثل فيكرة القدم المحترفة في الجزائر.

<sup>1</sup> مروة العطار، المتغيرات في البحث العلمي (الأنواع، الخصائص والتصنيفات) على موقع:

<https://www.sandkk.com/blog/post/1141/> تم الإطلاع عليه يوم 20/05/2024 على الساعة: 15:11

<sup>2</sup> شيما حجازي، المتغير التابع والمتغير المستقل في البحث العلمي، مكتبة سنديك الإلكترونية، على الموقع:

<https://www.sanadkk.com/blog/post/1216> تم الإطلاع عليه يوم 20/05/2024 على الساعة: 19:42

<sup>3</sup> د. يحيى سعد، المتغيرات في البحث العلمي، متوفر على الرابط:

<https://drasah.com/Description.aspx?id=3072#div0> تم الإطلاع عليه يوم 19/02/2024 على الساعة: 03:30

## مجتمع البحث وعينته:

حسب موريس أنجرس فإن مجتمع البحث هو مجموعة من العناصر المشتركة في خاصية أو عدة خصائص والتي تميزها عن غيرها ويجرى عليها البحث أو التقصي.<sup>1</sup>

يتكون مجتمع البحث المرتبط بهذا الموضوع من الأعداد لحنة في التسعين الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري من الفترة الممتدة من 2024-01-06 إلى 2024-02-24

## عينة الدراسة:

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي للدراسة.<sup>2</sup>

وانطلاقاً من موضوع الدراسة قمنا باختيار أسلوب العينة القصدية أو ما يسمى بالعينة غير الاحتمالية وهي نوع من عينات البحث العلمي، حيث يتم استخدام طرق غير عشوائية لاختيار مجموعة من الأشخاص للمشاركة في دراسة البحث، فالعينة القصدية لا تركز على تمثيل دقيق لجميع أعضاء المجتمع، وبالتالي لا يملكون فرصاً متساوية للمشاركة في الدراسة<sup>3</sup>

وذلك دعماً لأهداف البحث وتحليل مضامين الحصص الرياضية للتلفزيون الجزائري في الفترة الممتدة من 2024-01-06 إلى 2024-02-24

## حدود الدراسة:

## الحدود المكانية:

المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري المتواجدة بشارع الشهداء، سيدي محمّد، الجزائر العاصمة

## الحدود الزمنية:

من الفترة الممتدة من 2024-01-06 إلى 2024-02-24

---

<sup>1</sup>موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سابق، ص 298  
<sup>2</sup>محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، دار المنظومة، الجزائر، ع، 9، 2017، ص 313  
<sup>3</sup> إلياس طلحة، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، أطروحة شهادة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 45

## تحديد المفاهيم:

### • الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال، و بعرض و تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية و التي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضية، وذلك من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين و تنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات الرياضية المختلفة و توجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية.<sup>1</sup>

### • الترويج:

#### اصطلاحاً:

يعرف "ستانتون" الترويج بأنه: "ممارسة إخبار وإقناع واتصال، ويردف الترويج بالاتصال ويقصد به عملية التأثير في سلوك الآخرين من خلال مشاركة (مؤسسات العمال) الأفكار والمعلومات والمشاعر الخاصة بالجمهور".<sup>2</sup>

#### إجرائياً:

وفي تعرف الشامل لمصطلح الترويج في دراستنا فهو يعرف بجميع أشكال الاتصالات فيما بين النوادي الرياضية كمؤسسات وجمهورها، الاتصالات التي تتضمن فيما بين المؤسسة وجمهورها إلى فعل شراء مناسب وتحقيق ثقة بعيدة الأمد في الشركة ومنتجاتها.

#### الصورة الذهنية:

#### اصطلاحاً:

يعرفها علي عوجة في كتابه "العلاقات العامة والصورة الذهنية": هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير

<sup>1</sup>محمد الحماحي، موسوعة التنظيم و الإدارة في التربية البدنية و الرياضة، القاهرة، الطبعة 1، ص 87

<sup>2</sup>محمد عبد الحافظ، المزيج الترويجي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 13.

المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثوقة، لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم<sup>1</sup>

## إجرائيا:

الصورة الذهنية هي الانطباعات التي تتكون عند الجماهير عن الهيئة الرياضية أو النادي سواء كانت صحيحة أو خاطئة والتي تسعى الوسائل الاتصالية والإعلامية للمؤسسة إلى تصحيحها وتحسينها بما يخدم مصالحها وأهدافها

## • الاحتراف:

هو ممارسة الفرد النشاط على أنه حرفة، وذلك بأن يباشره بصفة منتظمة ومستمرة بغرض تحقيق عائد يعتمد عليه كوسيلة للعيش.

الاحتراف هو مضمون الإدارة الحديثة أي بمعنى إدارة يتوفر بها كل مقومات التطور والتقدم، فالإدارة المحترفة أو الاحترافية تعني الوصول إلى درجة المثالية في التطبيق، كما يعرف على أنه منظومة كاملة ومبنية على أسس واستراتيجيات وفكر واحد، وسياسة عمل تطبق بلوائح وقوانين لتحقيق الأهداف والوصول إلى قمة التطور، ممارسة الشخص لنشاطه على أنه حرفة وذلك بأن يباشره بصفة منتظمة بغرض تحقيق عائد مادي يعتمد عليه كوسيلة للعيش.<sup>2</sup>

## الدراسات السابقة:

### الدراسة الأولى:

إن المواضيع التي تطرقت للإعلام الرياضي السمعي البصري قليلة إلا أن هناك أبحاث سابقة تناولت الموضوع:

الدراسة التي تناولها الطالب مبروك إبراهيمي في إطار نيل شهادة ماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية بعنوان: دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية.

<sup>1</sup>صالح الشيخ: تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات فيها، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سوريا، 2009، ص5.

<sup>2</sup> D. Monique Castillo, *Du professionnalisme à l'éthique professionnelle*, Comité d'éthique, disponible sur le site : <http://www.clinique-louispasteur.com/sites/default/files/leprofessionnalismedef.pdf?fbclid> vu le 20/05/2024 à : 22 : 48

واتخذ الباحث أندية القسم الأول كنموذج لهذا البحث وطرح الإشكال التالي: هل للإعلام الرياضي تأثير في اتخاذ القرارات داخل الأندية الرياضية الجزائرية

وكشفت هذه الدراسة أن كلا من التلفزيون والصحافة المكتوبة لهم تأثير كبير على اتخاذ القرارات من خلال ما يقدمه من برامج تلفزيونية هادفة ومعالجة الصحافة المكتوبة لمختلف الأخبار الرياضية عن طريق الموضوعية والمصداقية في التحليل

الإعلامي الرياضي يركز على المواضيع الرياضية الهامة المطروحة واقعيًا من خلال نشر الآراء مع النقد والتحليل الصحفي

### الدراسة الثانية:

أظهرت الدراسات السابقة أن الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة تلفزيون الجزائر لها تأثير إيجابي على تحسين صورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس، حيث تساعد هذه الحصص في نشر الوعي بأهمية هذه المسابقة، وتعريف الجماهير الجزائرية بفرقها ولاعبها.

ومن بين الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، دراسة بعنوان "دور الحصص التلفزيونية الرياضية في تحسين صورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس" للباحثة إيمان بن يحيى، والتي تم نشرها في مجلة "العلوم الاجتماعية والإنسانية" في عام 2022.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة تلفزيون الجزائر لها تأثير إيجابي على تحسين صورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس من خلال ما يلي:

\*نشر الوعي بأهمية هذه المسابقة، وتعريف الجماهير الجزائرية بفرقها ولاعبها.

\*تنمية روح المنافسة بين الفرق المشاركة في المسابقة.

\*تعزيز الشعور بالانتماء لدى الجماهير الجزائرية للفرق المشاركة في المسابقة.

كما توصلت الدراسة إلى أن هناك بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد في تعزيز تأثير الحصص التلفزيونية الرياضية على تحسين صورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس، ومنها:

\*ضرورة تحسين جودة التغطية التلفزيونية للمباريات، من خلال استخدام تقنيات حديثة وكاميرات عالية الجودة.

\*ضرورة الاهتمام بتحليل المباريات من قبل محللين ذوي خبرة.

\* ضرورة التركيز على تغطية الأحداث المهمة في المسابقة، مثل مباريات القمة والمباريات التي تلعبها الفرق الجزائرية في البطولات الدولية.

### الدراسة الثالثة:

ومن الدراسات السابقة الأخرى التي تناولت هذا الموضوع، دراسة بعنوان "تأثير الحصص التلفزيونية الرياضية على الجماهير الجزائرية" للباحث عبد القادر بن زيد، والتي تم نشرها في مجلة "العلوم الإنسانية والاجتماعية" في عام 2021.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة تلفزيون الجزائر لها تأثير إيجابي على الجماهير الجزائرية من خلال ما يلي:

\* زيادة الاهتمام بالرياضة الجزائرية.

\* تنمية روح المنافسة بين الجماهير.

\* تعزيز الشعور بالانتماء للوطن.

كما توصلت الدراسة إلى أن هناك بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد في تعزيز تأثير الحصص التلفزيونية الرياضية على الجماهير الجزائرية، ومنها:

\* ضرورة تنوع البرامج الرياضية التي تقدمها المؤسسة، بحيث لا تقتصر على المباريات فقط.

\* ضرورة الاهتمام بتقديم برامج تحليلية وحوارية حول الرياضة الجزائرية.

\* ضرورة التركيز على تغطية الأحداث المهمة في الرياضة الجزائرية، مثل البطولات الدولية وإنجازات الرياضيين الجزائريين.

وبناء على هذه الدراسات السابقة، يمكن القول أن الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة تلفزيون الجزائر لها تأثير إيجابي على تحسين صورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس، حيث تساعد هذه الحصص في نشر الوعي بأهمية هذه المسابقة، وتعريف الجماهير الجزائرية بفرقها ولاعبها.

وهناك بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد في تعزيز تأثير الحصص التلفزيونية الرياضية على تحسين صورة الرابطة المحترفة الأولى موبيليس، ومنها:

\* ضرورة تحسين جودة التغطية التلفزيونية للمباريات.

\* ضرورة الاهتمام بتحليل المباريات من قبل محللين ذوي خبرة.

\* ضرورة التركيز على تغطية الأحداث المهمة في المسابقة.

\* ضرورة تنوع البرامج الرياضية التي تقدمها المؤسسة، بحيث لا تقتصر على المباريات فقط.

\* ضرورة الاهتمام بتقديم برامج تحليلية وحوارية حول الرياضة الجزائرية

\* ضرورة التركيز على تغطية الأحداث المهمة في الرياضة الجزائرية، مثل البطولات الدولية وإنجازات

الرياضيين الجزائريين

# الإطار النظري

## الفصل الأول: الإعلام الرياضي

## المبحث الأول: مدخل إلى الإعلام:

### المطلب الأول: ماهية الإعلام:

إن الإعلام كمفهوم ظهر حديثا و ارتبط ظهوره بظهور وسائل الإعلام الجماهيرية، و تبلور أكثر بعد ظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و قد أخذ أهميته في المجتمع من الدور المنوط به و المتمثل في نضر الوقائع و الأحداث و جعلها معلومة و معروفة عند الناس.<sup>1</sup>

### تعريف الإعلام:

الإعلام هو رسالة فكرية ذات مضامين متباينة و أهداف متعددة تبعا لتلك المضامين، و هي تستهدف مخاطبة الفرد عبر وسائل الاتصال المتنوعة<sup>2</sup> و إذا جئنا إلى تعريف الإعلام لا بد من تناول المعنى اللغوي و الاصطلاحي للإعلام:

### 1- الإعلام لغة:

كلمة إعلام مأخوذة من مادة ( ع ل م ) و هو مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال أعلم أعلم إعلاما و علما أعلمته بالأمر: أبلغته آياه و أطلعته عليه و أشعرته به، و العلم من صفات الله تعالى، فالله هو العالم العليم العلام، قال الله تعالى: "عالم الغيب و الشهادة" (التغابن 18) و قال الله تعالى: "و هو الخلاق العليم" (يس 81) و قال الله تعالى: "علام الغيوب" (المائدة 109) .

و جاء في لغة العرب استعلم لي خبر فلان و اعلمنه و استعلمني الخبر فأعلمته آياه، و هو التبليغ و الإبلاغ أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، و البلاغ ما بلغك أي وصلتك، و في الحديث قوله صلى الله عليه و سلم "بلغوا عني و لو آية" أي أوصلوها غيركم و اعلموا الآخرين، و أيضا " فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب.

والإعلام غير التعليم لأن الإعلام اختص بما كان من أخبار سريعة، أما التعليم فينطوي على التكرار و التكنير.<sup>3</sup>

و استنادا لما سبق ذكره من مدلولات لغوية لاصطلاح إعلام و التي وردت في مختلف القواميس و المعاجم العربية و الأجنبية، يمكن القول أن الإعلام هو تحصيل العلم لدى المستقبل أو المتلقي فقد يكون

<sup>1</sup>د.سراي سعاد، المشهد السمعي البصري في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2019، ص13  
<sup>2</sup>عبد الوهاب زواوي، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة المسيلة، نوفمبر 2013، ص38  
<sup>3</sup> قاموس المعاني، على الموقع: <https://www.almaany.com> تم الإطلاع عليه يوم 2024/02/14 على الساعة: 16:14

جاهلا به فيعلمه، و قد يكون عالما به فيثبت في ذهنه فيحصل المقصود منه و الأصل هو تحقيق غاية العلم و هو حصول حقيقته للمتلقي.<sup>1</sup>

## 2- المدلول الاصطلاحي للإعلام:

ليس للإعلام مفهوم واحد، فقد تباينت آراء الباحثين والمفكرين في تعريفهم لاصطلاح الإعلام بناء على تأثرهم بمجال تخصصهم إضافة إلى اختلاف الأنظمة الاجتماعية التي ورد فيها كل تعريف، و نظرا لاتساع مفهوم الإعلام في عصرنا الحالي فقد ظهرت تعريفات عديدة، و حاول كل فريق مطابقة هذا التعريف بما يتلاءم مع ثقافته و وجهة نظره.

و في معرض حديثه عن الإعلام يعرف الدكتور **عبد اللطيف حمزة** الإعلام بقوله: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عملية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولاتهم.<sup>2</sup>

من جهته يرى الدكتور **عبد الرحمان عزي** بأنه يقصد بالإعلام عامة: سيرورة انتقال المعلومات من مصدر إلى آخر، و يرمز الإعلام في علوم الإعلام و الاتصال إلى ما تبثه وسائل الإعلام من محتويات إخبارية، ثقافية، اجتماعية و ترفيهية إلى قطاع واسع من المجتمع.<sup>3</sup>

و في السياق نفسه عرف الدكتور **سمير محمد حسين** الإعلام بأنه: كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف الجمهور بكافة الحقائق و الأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة عن القضايا و الموضوعات و المشكلات و مجريات الأمور بطريقة موضوعية و بدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة و الوعي و الإدراك و الإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية بكافة الحقائق و المعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا و الموضوعات، بالإضافة إلى تنوير الرأي العام الصائب لدى الجمهور في الوقائع و الموضوعات و المشكلات المثارة و المطروحة.<sup>4</sup>

و يعرف الإعلام على أنه: اطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليهم عن طريق وسائل متخصصة تنقل كل ما يتصل بهم من أخبار و معلومات تهمهم و ذلك بهدف توعية الناس و تعريفهم و خدمتهم بأمر الحياة.

<sup>1</sup>د.منير طيبي، وسائل الإعلام و الاتصال عبر التاريخ الحديث، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تيسة، 2020، ص38

<sup>2</sup>عبد اللطيف حمزة، الصحافة و المجتمع، وكالة الصحافة العربية، القاهرة، مصر، 2021، ص 39

<sup>3</sup>عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، الجزائر 2013، ص52

<sup>4</sup>سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1995، ص67

و لعل أوضح تعريف للإعلام حتى الآن هو التعريف الذي وضعه العالم عبد العزيز شرف حيث قال: الإعلام هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير و روحها و ميولها و اتجاهاتها في الوقت نفسه.<sup>1</sup>

### عناصر الإعلام:

إن العملية الإعلامية تتم و تتكامل من خلال ثلاثة عناصر أساسية مترابطة و متكاملة و هي:

أ- المرسل: أي الجهة التي تعد و توجه الرسالة الإعلامية.

ب- الوسيلة: أي الأداة التي تقوم بنقل المادة الإعلامية.

ت- المتلقي: أي الجهة التي تتلقى المادة الإعلامية.

إن الأطراف الثلاثة المتفاعلة هم: رجل الإعلام، وسائل الإعلام و الجمهور، و هي تتكامل لتقوم بنقل الرسالة الإعلامية بطريقة فعالة.<sup>2</sup>

### خصائص الإعلام:

لكي نوضح أكثر مفهوم الإعلام نورد خصائصه المميزة و المتمثلة في:

- إن الإعلام كان و مزال يتدفق في اتجاه واحد من القمة إلى القاعدة، أي من المرسل إلى المستقبل و نادرا ما يكون التدفق من اتجاهين، ففي الإعلام هناك غياب تام لعملية التبادل، فالإعلام يفرق بين مصدر الخبر و المستقبل له، فالذين يقومون بإصدار الخبر ممن يصدر منهم الحدث، أو ممن ينقلون خبر الحدث من صحفيين أو و غيرهم، فهؤلاء لهم المبادرة بالإدلاء بالخبر و تلك هي مهمتهم، أما الذين يستقبلون الخبر لا يقومون بشيء سوى تلقي الخبر أو المعلومة إما بالقراءة أو بالاستماع أو بالمشاهدة بدون أن يكون لهم دور آخر ساعة الاستقبال، و لا يحدث في الفور تبادل بينهم و بين المرسل للخبر فكأن الخبر ينزل عليهم من فوق.
- الإعلام يصف الواقع، فلا يمكن أن يكون هناك إعلام بدون وقائع أو حوادث سواء كانت مادية ملموسة أو معنوية و فكرية، فالخبر الذي يصف الواقع و ينقله الإعلام ليس وليد الخيال.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب اللبناني، ط2، 1983، ص 40

<sup>2</sup> د.رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، الجزائر، 2013، ص 54

<sup>3</sup> إسكندر الديك و محمد مصطفى الأسعد، دور الإعلام و الاتصال في التنمية الشاملة، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت 1993، ص 45

- إن للإعلام مجال واسع و وفير للاختيار سواء من حيث الوسيلة، أو من حيث الجمهور، أو من حيث ساحة الأحداث و الفاعلين فيها بالنسبة للوسيلة، أو من حيث تعدد و تنوع الوسائل و المضامين بالنسبة للجمهور.
- يتمركز الإنتاج الإعلامي في يد عدد قليل من المنتجين الخواص أو الدولة الذين يقومون بإنتاج عدد كبير من المنتجات المعيارية.
- تعمل وسائل الإعلام في - البلدان الرأسمالية الغربية – على جلب أكبر عدد من الجمهور، و لهذا تميل إلى التركيز على نقطة وسطية، أو تلتزم خطأ سياسيا معيناً لإقناع جميع الناس، كما كان عليه الحال في البلدان الاشتراكية و مازال عليه الحال في بعض بلدان العالم الثالث و كل هذا في إطار الوظيفة الرئيسية للإعلام و المتمثلة في التعبير عن إيديولوجية مالك الوسيلة الإعلامية.
- يتم الإعلام بواسطة مؤسسات اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها، أي أن هناك تفاعل بين المجتمع ووسائل الإعلام.
- يتضمن الإعلام عكس الدعاية، الحياد فيما يخص هدفه النهائي و ذلك في حالة استقلالية المؤسسة الإعلامية، و يتضمن الموضوعية فيما يتعلق بمحتواه الإخباري.<sup>1</sup>

### أدوار الإعلام:

تتعدد أدوار الإعلام وتتحدد وفقا لهوية المرسل والمتلقي، ووفقا لمضمون المادة الإعلامية والأهداف المستوحاة من الرسالة الإعلامية، إذ يرى **مارشال ماكلوهان** أن هناك أسلوبيين للنظر إلى وظائف الوسائل الإعلامية:

- أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.
- أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1980، ص 74.  
<sup>2</sup>د. زهير إحدادن مكلف بالدروس بمعهد علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الخامسة، الجزائر، 2014، ص 60

## مفهوم وسائل الإعلام:

## تعريف وسائل الإعلام:

وسائل الإعلام هي كل الأدوات الإعلامية المقروءة ( كالصحف و المجلات) و المسموعة (المنذاع) و المرئية (التلفزيون) التي تنتقل للأفراد الخبر و الحدث و المعلومة.<sup>1</sup>

كما عرفتها دائرة معارف العلوم الاجتماعية على أنها: تلك الوسائل التي تجذب الناس على نطاق واسع من المستويات الثقافية و الفكرية، و لا يمكن تحديد هذه الوسائل من خلال تكنولوجيا الوسيلة فقط، و لكن بواسطة الجمهور الذي تستهدفه، فربما توجد صحف خاصة أو محطات إذاعية، و لكن لا نستطيع أن نطلق عليها وسائل إعلام بالمفهوم الذي اصطلح عليه.<sup>2</sup>

## المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

### • في العالم:

#### 1- مطبعة غوتنبورغ:

تسود الكتب و البحوث المصنفة حول تاريخ الكتاب جدلا قويا حول تحديد أول من اكتشف الطباعة، فبينما تؤكد الكثير من المراجع على أن الطباعة فن حديث اكتشف في القرن الخامس عشر ميلادي، تذهب مراجع أخرى إلى أبعد من ذلك لتؤكد أن تاريخ اكتشاف الطباعة يعود إلى عدة قرون تسبق هذا التاريخ، و ربما أنهاها بعض الباحثين إلى القرن السادس عشر قبل الميلاد، و لعل الأهمية المتميزة لدور الطباعة في تاريخ تطور الفكر و تقدم المعارف البشرية، هي التي جعلت بعض الباحثين يسعون جاهدين لاكتشاف البلد الذي ينتمي إليه هذا الاختراع و هذا الإبداع.<sup>3</sup>

و قد عرف الإنسان فكرة الطباعة منذ فجر التاريخ عن طريق الضغط على الأشكال المراد التعبير عنها على الصلصال الطري، و يعتقد أن الصينيين هم أول من عرف الطباعة بشكلها الحديث، حيث استخدموا قوالب خشبية محفور عليها أشكال مختلفة، فكانت تبلل بالأصباغ ثم تضغط على الورق، و يعد الصيني

<sup>1</sup> عزت حجاب، وسائل الإعلام و آثارها في المجتمع العربي المعاصر، المجلة الجزائرية للاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، العدد 9، الجزائر 1992، ص 13

<sup>2</sup> فضيل دليو، مجلة الباحث، معهد علم الاجتماع، ع1، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 1995، ص96.

<sup>3</sup> قصة الطباعة و نشر المعرفة، مجلة فكر الثقافية الرابط: [http://www.fikrmag.com/topic\\_details.php?topic](http://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic) تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18 على الساعة: 14:57

**Sheng-Bi** أول من قام باختراع حرف مستقل لكل رمز من رموز اللغة عام 1045م، إلا أن تلك الفكرة لم تلقى قبولا لدى الصينيين نظرا إلى كثرة الرموز المستخدمة في اللغة الصينية.<sup>1</sup>

ترتبط قصة اختراع الطباعة في أوروبا بالألماني **يوحنا غوتنبرغ** (ولد نحو 1400م، توفي نحو 1468م) كما هو مشهور، إذ يقال: أنه هو الذي اخترع الأحرف المتنقلة في أوروبا، و أدخل عليها تحسينات في مدينة ستراسبورج، و لكنه نقل مطبعته إلى مسقط رأسه في مدينة ماينز عام 1440م، أو على رواية أخرى بعد ذلك بقليل عام 1448م، حيث طبع الكتب بها، و يقال: إن كتبه الأولى ظهرت في السوق نحو عام 1445م و السنوات التالية و منها كتاب **Sibylles** ( و تعني الكاهنات العرافات) و كتاب **Donat** (أي النحو اللاتيني) في ثلاث طبعات، كذلك خرج من مطابعه " خطاب غفران" للبابا نقولا الخامس عام 1451م أو 1454م حسب مختلف الروايات.<sup>2</sup>

ثم قفز فن الطباعة قفزات واسعة ليساير النهضة العلمية، و التقدم التقني ي نهاية القرن العشرين، فمن اخترع أجهزة الحاسوب أصبح صف الحروف و تنسيقها يتم باستخدام تلك الأجهزة ثم تعدى ذلك لاستخدام أشعة الليزر في تنسيق الحروف، و التقاط الصور، و فصل الألوان، و تنسيق الصفحات.<sup>3</sup>

## 2- مرحلة الوسائل التقليدية:

ابتداء من القرن 14م عرف الإعلام المكتوب بعض السريان، فأصدر عدد من النشرات المخطوطة لصالح الأمراء و التجارة الصرافين كنوع من الخدمات مقابل أسعار معينة، إلى أن ظهرت الطباعة في القرن 15م على يد الألماني **يوحنا غوتنبرغ** حيث كانت هذه الآلة مصنوعة بالحروف المعدنية المنفصلة، التي تمثل الفاصل الإعلامي الحقيقي بين العصر القديم، الوسيط، و العصر الحديث، كذلك بعد أن شعر الناس بالحاجة الملحة إلى الأخبار المطبوعة التي تطلعهم على أهم الأحداث المحلية و العالمية في القرن 15م و جزء من القرن 16م، مما ساهم في ظهور الأوراق الطائرة و المطبوعة فجاءت صحيفة **La gazetta** الإيطالية، و كانت عبارة عن أوراق إخبارية مطبوعة، فجاءت خصيصا بمناسبة الأحداث الكبرى و الاحتفالات و الأعياد و المعارك و الكوارث الطبيعية... أما الإعلام المكتوب الحديث فظهر أولا في إيطاليا و في الولايات التابعة لأسرة هيسبورغ النمساوية في أواخر القرن 16م.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>كتاب الطباعة، الرابط: [http://www.fikrmag.com/topic\\_details.php?topic\\_id=21](http://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic_id=21) تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18 على الساعة 18:30

<sup>2</sup>قصة الطباعة و نشر المعارف (مرجع سبق ذكره)

<sup>3</sup>عن كتاب الطباعة (مرجع سبق ذكره)

<sup>4</sup>أسماء بوساق، محاضرات مؤسسات الإعلام، قسم الإعلام الرياضي، معهد العلوم و النشاطات الرياضية و البدنية، جامعة المسيلة،

أما تاريخيا فقد ظهرت الصحافة المكتوبة في الإمبراطورية الرومانية، و اعتبرت أقدم صحافة في التاريخ، حيث كان الرومان يصدرن صحفا مكتوبة تعلق في أماكن محددة ليطلع عليها عامة الناس، و كانت أشهر هذه الصحف صحيفة **acta diarna** التي كانت تهتم بنقل أخبار مجلس الشيوخ الروماني و نصوص و خطابات أعضائه و مناقشتهم، و صحيفة **acta publica** و كانت الأكثر انتشارا بسبب اهتمامها بالشؤون المالية و الاجتماعية.<sup>1</sup>

و قد استفادت الصحافة المكتوبة من التطور التكنولوجي على غرار وسائل الإعلام الأخرى، إذ لم يدخل عليها أي تغيير حتى بداية الستينات من القرن العشرين، مع دخول الطابعات الدوارة العملاقة، ثم آلات "الليوتيب": لصق الحروف آليا، و اللتان سمحتا بإنتاج الصحف بطريقة ميكانيكية، كما شهد عقد الثمانينات تطورا في صناعة الصحافة، تمثل في إدخال الحاسوب الإلكتروني في معظم جوانب العملية الصحفية، إلى جانب الاستفادة من التقنيات الحديثة لعلوم الإعلام و الاتصال، و هذا ما أدى إلى تنبؤ الباحثين في هذا المجال باختفاء الجرائد بشكلها التقليدي.<sup>2</sup>

أما الإذاعة فتعتبر كوسيلة اتصال تطورا للراديو "اللاسلكي" إذ لا تعتبر اختراعا جديدا بحد ذاته، و قد استخدم في مجالات عديدة، و لم يكن للإذاعة الأسبقية في استخدام الموجات الكهرومغناطيسية فقد استخدمت السفن و الطائرات اللاسلكي، كما استخدمه رجال الأعمال في عقد الصفقات التجارية، و قد واجهت الإذاعة مشاكل فنية تتعلق باستقبال الإشارات و أمكن التغلب على هذه المشكلات، و قد اكتشفت إمكانيات البحث الإذاعي مصادفة، ففي أحد أيام عام 1919 كان المهندسون في شركة تصنيع في بيتسبرغ في الولايات المتحدة الأمريكية يجرون تجارب على إرسال صوتي، و خطرت لهم فكرة إرسال الموسيقى الصادرة من أسطوانات الحاكي على التناوب مع الكلام، و لدعشتهم تلقوا طلبات لمزيد من الإرسال الموسيقي من مستمعين هواة غير متوقعين، كانوا يستخدمون معدات استقبال منزلية الصنع.<sup>3</sup>

لقد كان مطلع العشرينات من القرن العشرين بداية البث الإذاعي في كثير من البلدان، ففي كندا انطلق أول بث نظامي عام 1920، و في أستراليا افتتحت أول محطة في ملبورن عام 1921، و في بريطانيا أحدثت شركة البث البريطانية **BBC** عام 1922، و في فرنسا بدأ أول بث منتظم و كان من برج إيفل في العام نفسه، و تزامن ذلك أيضا مع بداية البث في الإتحاد السوفييتي السابق، و مع نهاية عام 1923

---

الرابط: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/moodle/login/index.php> أطلع عليها يوم 2024/04/12 على الساعة 18:57

<sup>1</sup>مهدي فرحات، دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر، رسالة ماجستير، المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة وهران، 2010/2009، ص72

<sup>2</sup>محاضرات مؤسسات الإعلام، المرجع السابق، ص78

<sup>3</sup>المدخل للإذاعة و التلفزيون، الجامعة الإسلامية بغزة، الرابط:

[site.iugaza.edu.ps/rmazed1/files/2013/08](http://site.iugaza.edu.ps/rmazed1/files/2013/08) تما الإطلاع عليه يوم 2024/04/19 على الساعة: 21:03

كانت قد تأسست محطات بث إذاعي في كل من بلجيكا، تشيكوسلوفاكيا السابقة، ألمانيا و إسبانيا ثم فنلندا و إيطاليا في عام 1924 و النرويج و بولونيا و المكسيك و اليابان في عام 1925 و الهند في عام 1927، ثم بقية الدول تباعا.<sup>1</sup>

بالنسبة للتلفزيون أسهم العديد من العلماء في اختراع و تطوير التلفزيون، و لا نستطيع تحديد شخص بعينه بوصفه مخترعا لهذا الجهاز، فقد أصبح وجود التلفزيون ممكنا بداية من القرن التاسع عشر، حينما تعلم الناس كيفية إرسال إشارات الاتصال خلال الهواء بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، و هو ما عرف بالاتصال اللاسلكي.<sup>2</sup>

يعود تاريخ التلفزيون إلى عام 1884 عندما اخترع الألماني **Paul Nipkow** قرصا ميكانيكيا دوارا بفتحات صغيرة منظمة في شكل حلزوني، عندما يتم تسليط الضوء عليها يتسرب الضوء من الفتحات ليعطي إحساس سريعا بحركة الصور المسجلة على هذا القرص، و قد فتح قرص **Nipkow** المجال أما المخترعين للتفكير في إمكانية نقل الصور بطريقة ميكانيكية عبر الأسلاك إلى مكان آخر، و أصبح هذا القرص هو الأساس الذي قامت على أساسه التجارب التالية لتطوير تكنولوجيا نقل الصور المتحركة من مكان إلى آخر، سواء عن طريق الأسلاك أو باستخدام الموجات الهوائية، و تعتبر حقبة الخمسينات بمثابة العصر الذهبي للتلفزيون، وسط منافسة حامية بين شركات التلفزة الأمريكية الثلاث الكبرى **NBC , ABC, CBS**.<sup>3</sup>

كانت هيئة الإذاعة البريطانية في بريطانيا، و شركتا سي بي إس و الإذاعة القومية بالولايات المتحدة الأمريكية هي الرائدة في تجارب البث التلفزيوني الأولى في العالم، و بدأت هيئة الإذاعة البريطانية **BBC** أول بث تلفزيوني منتظم عام 1936م، و ذلك بالبث من قصر ألكسندرا في لندن، و تعتبر أيضا أولى مؤسسات التلفزيون التي تقدم التصوير و البث الحي من خارج الاستديوهات المغلقة، و في العام نفسه وضعت شركة لاسلكي أمريكا و التي تمتلك شركة الإذاعة القومية إن بي سي، أجهزة استقبال في 150 منزلا بمدينة نيويورك، و بدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفزيوني تجريبي لهذه المنازل، و كان أول برامجها برنامجا للرسوم المتحركة، و مع حلول 1939م بدأت الشركة أول بث تلفزيوني منتظم في الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>د.حسن عماد مكاي و د.عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، دار النشر المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2008، ص44

<sup>2</sup>المدخل للإذاعة و التلفزيون ( مرجع سابق)

<sup>3</sup> ممدوح رضا الجندي، الإذاعة و التلفزيون ووسائل الإعلام الحديثة، دار الراية للنشر و التوزيع، مصر، 2019، ص 68

<sup>4</sup>المدخل للإذاعة و التلفزيون ( مرجع سابق)

و في عام 1935 عرف الأمان لأول مرة خدمة الإرسال التلفزيوني، و استطاعت فرنسا أن تدشن أول إرسال تلفزيوني منتظم من برج إيفل عام 1939، و نحت حكومة فيشي التابعة للألمان حف امتلاك و تطوير وسائل الإعلام المرئية للقطاع الفرنسي الخاص، و هو ما أبطلته الدولة الفرنسية بعد انتهاء الحرب، و انطلق البث التلفزيوني المنتظم لأول مرة في موسكو عام 1939، حيث وضع السوفيات ريادتهم في مجال الفضاء بالإرسال عبر الأقمار الصناعية، لتصبح محطة موسكو من بين أوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي بثت برامجها فضائياً إلى العالم، و في اليابان يعود تاريخ البث التلفزيوني التجريبي إلى عام 1939، و حتى بداية الستينات كان مصدر الجزء الأكبر من المواد المعروضة على شاشة التلفزيون مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية، لكن سرعان ما بدأت اليابان بإنتاج برامج و مسلسلات محلية، ليتراجع نصيب البرامج الأمريكية إلى 5 في المئة من العروض على الشاشة.<sup>1</sup>

### ظهور الإنترنت والميديا الجديدة:

يعتبر ظهور الأقمار الصناعية بداية مرحلة جديدة في تاريخ و تطور مختلف وسائل الإعلام، فمن خلالها ساعدت الكثير من الوسائل على البروز مثل الكمبيوتر و الإنترنت و التلفزيون الفضائي و البث الرقمي...

أما تاريخ الإنترنت فبدأ في خمسينيات و ستينيات القرن العشرين بتطوير الحاسوب، مع أن اعتماد الإنترنت كأداة تجارية و وسيلة اتصالات على نطاق واسع لم يتم حتى بداية التسعينيات إلا أن بداياتها كانت قبل ذلك بكثير، إن نشأة الإنترنت و تاريخها كأداة تجارية مليء بالأحداث، و خاصة أنها استغرقت وقتاً طويلاً كي تصبح جزء هاماً من عالم التجارة، إذ بدأت الإنترنت حياتها في نهاية الستينات كشبكة للبحوث و الدفاع في الولايات المتحدة الأمريكية تحت اسم **ARPANET**، و كانت آنذاك تربط بخدمات مراكز حساسة في الجيش بحواسيب مراكز البحوث و العلماء، و كانت هذه الشبكة قد أسست بطريقة آمنة حتى و لو انقطعت بعض خطوط الاتصالات عنها، و قد تم تحقيق ذلك من خلال تقسيم المعلومات و المذكرات و وضعها داخل ظروف إرسال مختلفة و إرسالها عبر خطوط اتصال متغيرة.<sup>2</sup>

كما قام راي توملينسون، صاحب فكرة البريد الإلكتروني، بإرسال أول رسالة إلى نفسه عام 1971 و قال "لقد أصبحت الرسالة الورقية منسية على الأرجح" كما ظهر أول "SPAM" ( إيميل غير مرغوب

<sup>1</sup>تاريخ التلفزيون ( مرجع سابق)

<sup>2</sup>تكنولوجيا الأقمار الصناعية، جامعة الملك سعود، السعودية، على الرابط:

تمالإطلاع عليه يوم : 2024/04/19 على الساعة: [fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/tknwlwjy\\_lqmr\\_Isny.docx](http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/tknwlwjy_lqmr_Isny.docx)

فيه) على شبكة الإنترنت العالمية " أربانت" في 03 مايو عام 1979، عندما أرسل إلى 393 مستخدم، و أطلق أول ويب أو نظام يعمل على ترابط المستندات ببعضها البعض، شبكة الويب العالمية يوم 6 أغسطس عام 1991، كما نشر تيم بيرنرز لي، مخترع الشبكة العنكبوتية العالمية، الصورة الأولى على الإنترنت، و تظهر فيها الفرقة الكوميدية الشهيرة " **Les Horrible Cernettes**" كما نشر أول إعلان ترويجي على الإنترنت في أكتوبر 1994، على موقع **HotWired.com**، حيث تم الترويج ل سبعة متاحف فنية برعاية **AT&T**، و نطقت أول جملة على موقع سكايب في أبريل عام 2003 في استونيا، و ذلك من قبل أحد أعضاء فريق التطوير و قال: "مرحبا هل تسمعي؟" باللغة الإنجليزية، كما تم إنشاء أول حساب شخصي على فايسبوك من قبل مارك زوكربيرغ، و نشر أول فيديو على منصة يوتيوب من قبل المؤسس المشارك جواد كريم، و كان ذلك في 23 أبريل 2005، حيث شوهد من قبل 10 ملايين متابع تقريبا، و أول تغريدة على منصة تويتر كانت على يد المؤسس المشارك جاك دورسي، في 21 مارس 2006.<sup>1</sup>

## • في الجزائر:

عرفت الجزائر وسائل الإعلام عن طريق الاستعمار الفرنسي منذ الثالث الأول من القرن التاسع عشر، فحينما دخل الفرنسيون الجزائر عام 1830 أحضروا معهم على أسطول المارشال ديبيري، فضلا عن الأسلحة الفتاكة و الذخيرة الحية، كان من بين معداتهم مطبعة تم جلبها خصيصا لإصدار أول صحيفة مفرنسة في الجزائر المحتلة، رغم أنها لم تصدر سوى عددين في العام نفسه و يتعلق الأمر بصحيفة "**L'Estafette de Sidi Fredj**" لتلحق بها فيما بعد جرائد أخرى عديدة مدعومة من طرف الجيش الفرنسي<sup>2</sup>، كصحيفة "**L'Estafette d'Alger**"<sup>3</sup>. هذه الجرائد لم تعمر طويلا لتحل محلها جريدة "الأخبار" منذ عام 1839 إلى 1898 كما برزت بعد ذلك عدة صحف فرنسية على التراب الجزائري و عرفت رواجا كبيرا بين الفرنسيين منها ما استمر في الصدور حتى استرجاع الجزائر استقلالها، مثل "**L'éco d'Alger**" و "**Le journal d'Alger**" و غيرها. و تعددت عناوين الصحف الصادرة في الجزائر قبل الاستقلال ليصل حوالي 150 صحيفة طوال العهد الاستعماري.<sup>4</sup> يمكن تصنيفها إلى 04 أصناف و هي على النحو التالي:

<sup>1</sup>9 محتويات ظهرت في تاريخ الإنترنت، موقع قناة روسيا، الرابط <https://arabic.rt.com/it/867189> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/19 على الساعة: 23:33.

<sup>2</sup>د. أحمد حمدي بشار قويدر، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة أول نوفمبر 1954، دار القصبة، الجزائر 1992، ص 97.

<sup>3</sup>د. زهير إحدادن، الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال "عالم الاتصال"، سلسلة الدراسات الإعلامية، إعداد مجموعة من الأساتذة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1992. ص 90

<sup>4</sup>د. زهير إحدادن، الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال، مرجع سابق، ص 98.

- **الصحافة الحكومية:** هي الصحافة التي تشرف عليها الحكومة الفرنسية بواسطة ممثلها في الجزائر الوالي العام و منها جريدة "المباشر" (1847-1922) و جريدة "النجاح" ( 1919-1956)<sup>1</sup>
- **صحافة أحباب الأهالي:** هذا النوع من الصحافة هو ملك لفرنسيين مستأجرين من السياسة الاستعمارية في الجزائر، منها جريدة "المنتخب" بقسنطينة عام 1882.
- **صحافة الأهالي:** هي الصحافة التي أنشأها المسلمون الجزائريون و يقومون بتسييرها و يشرفون على توزيعها و تحريرها و يكون مضمونها يتعلق بالقضايا الإسلامية الجزائرية، نذكر منها جريدة "الحق" عام 1893.<sup>2</sup>
- **الصحافة الوطنية الاستقلالية:** هي الصحافة الجزائرية التي لم تعترف بالوجود الاستعماري الفرنسي و ظلت تحاربه بشدة و تسعى إلى نشر الوعي السياسي و السعي إلى استرجاع السيادة الوطنية، من أبرز الجرائد في هذه الفترة، جريدة "الشعب الجزائري" عام 1935.<sup>3</sup>

## الإذاعة في الجزائر:

ظهرت الإذاعة المسموعة في الجزائر في العهد الاستعماري على يد الفرنسيين في أواخر العشرينيات من القرن 20 عام 1926 وقد كانت تحت إشراف وملكية الحكومة الفرنسية والحاكم العام للجزائر أثناء الحرب العالمية الثانية، حيث تم إدماج الإذاعة الجزائرية بإذاعة فرنسا خلال الفترة الاستثنائية التي صادفت تواجد الحكومة المؤقتة الفرنسية بالجزائر.<sup>4</sup>

وقد تم منذ 1948 إنشاء أستديوهات لإنتاج برامج إذاعية في كل من قسنطينة، وهران وبجاية، مع إنجاز عدة محطات للربط بعدد من المدن الجزائرية الأخرى. وقد كان عدد المستمعين للإذاعة بالجزائر قد وصل إلى ما يقارب 358 ألف مستمع منهم 157 ألف جزائري عام 1956. وقد كانت البرامج متمثلة خاصة في نشرات الأخبار، الروبورتاجات، الموسيقى والمسرح إضافة إلى بعض الحصص الدينية والثقافية. غير أن الإذاعة بالجزائر بقيت إلى غاية الاستقلال عام 1962 تحت تصرف وتوجيه الإدارة

<sup>1</sup>د.زهير إحدان، الإذاعة و التلفزيون في الجزائر، سلسلة المجتمع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984، ص 28.

<sup>2</sup>د. زهير إحدان، الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال، نفس المرجع السابق، ص 113

<sup>3</sup>د. أحمد حمدي، الثورة الجزائرية و الإعلام، منشورات المتحف الوطني للمجاهد، ط2، الجزائر 1995.

<sup>4</sup> أحمد جبار، العربي بوعمامة، الإذاعة الجزائرية ودورها في تعزيز مسار الثورة ورافد من روافد التنمية بعد الاستقلال-قراءة تاريخية- مجلة تاريخ المغرب العربي، العدد 08، جامعة مستغانم، 2017، ص178

الفرنسية إلى غاية 28 أكتوبر 1962 حيث تم استعادة الإشراف عليها من التلفزيون بعد أكثر من 03 أشهر من الحصول الجزائر على استقلالها.<sup>1</sup>

فبقدر ما كانت السلطات العسكرية و المدنية الفرنسية تحكم سيطرتها على ما يتم بثه من أخبار و تعاليق و حصص إذاعية دعائية للإحباط من تأجج لهيب الثورة الجزائرية و امتدادها الشعبي وسط الرأي العام الجزائري و الدولي كان للثورة إستراتيجيتها في التعامل مع القضية استعانة بالمزايا التي كيان يوفرها الراديو آنذاك.<sup>2</sup>

كان الدور الذي لعبته الإذاعة أثناء الثورة التحريرية الجزائرية في ربط الجزائريين بالثورة وتمكينهم من معرفة آراء قادة الثورة وتعاليقهم على كل الأخبار والوقائع التي يروجها الاستعمار للنيل من عزيمته واستمرار الجهاد ضد الفرنسيين جعلت الإذاعة في صدارة وسائل الإعلام في كسب المواطن الجزائري وجعله وفيًا لهذه الأداة الإعلامية مقارنة بالتلفزيون وحتى الصحافة المكتوبة أو السينما والمسرح آنذاك.

وبحكم خضوع كل من الإذاعة و التلفزيون الجزائري لمؤسسة واحدة و يجمعهما مبنى واحد، فقد كان تاريخ 28 أكتوبر 1962 المصادف ليوم السبت موعدا لاستعادة الجزائر زمام سيادتها على الإذاعة بالجزائر حيث تم تعيين السيد عبد القادر نور مديرا للإذاعة.<sup>3</sup>

## التلفزيون في الجزائر:

لا بد أن نفرق بين ميلاد التلفزيون الجزائري وميلاد التلفزيون في الجزائر على اعتبار أن الميلاد المبكر للتلفزيون في الجزائر، لم يكن كحاجة إعلامية لخدمة الجزائريين، بل هو حاجة فرنسية لإحكام السيطرة على مستعمرة تحت سيطرتها منذ أزيد من 120 سنة، فكما جلب نابليون بونابرت المطبعة إلى مصر جلبت الحكومة الفرنسية محطة التلفزيون إلى الجزائر.

فقد عرفت الجزائر البث التلفزيوني منذ منتصف الخمسينات، بالضبط في 24 ديسمبر 1956 بتأسيس المحطة التلفزيونية بالجزائر العاصمة من طرف الاستعمار الفرنسي بعد أن أدرك هذا الأخير مدى أهمية الصورة التلفزيونية في تلميع صورته أمام الرأي العام الدولي ببث فقرات تلفزيونية عن الوضع في الجزائر بأعين فرنسية، كما يتضمن برامج تلفزيونية إخبارية عن فرنسا وما يحدث فيها من مختلف النشاطات السياسية، الاقتصادية، الثقافية والرياضية.

<sup>1</sup> د. نورة خيري، محطات تاريخية من مسيرة الإذاعة الجزائرية إبان الاستقلال، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والانسانية، المجلد الثاني، العدد السابع جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، جوان 2019، ص 303

<sup>2</sup> عبد الرحمان عواطف، الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لثورة الجزائر 1954-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985، 58.

<sup>3</sup> السيد بن حسين نائب مدير تنمية الإذاعات المحلية بالإذاعة الوطنية في تصريح بمجلة الشاشة الصغيرة، مارس 1997، ص 18

بتنصيب فرنسا الاستعمارية محطة للبث التلفزيوني بالجزائر عام 1956، ليكون ذلك أول بث تلفزيوني في الوطن العربي، إلى جانب العراق التي عرفت التلفزيون في نفس السنة.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى ذلك فقد كانت تبث برامجها عبر محطة إرسال تتواجد برأس تمتنقوت "ماتيفو" على بعد 20 كم عن مدينة الجزائر و كانت قوة الجهاز تقدر ب03 كيلواط في البداية ثم وصلت 20 كيلواط سنة 1957، و لم تكن نشاهد إلا في مدينة الجزائر و ضواحيها القريبة، ببث تلفزي لا يتجاوز 31 ساعة في الأسبوع باللغتين العربية و الفرنسية.<sup>2</sup>

و قد عرفت هذه الفترة محدودية في انتشار البث التلفزيوني في الجزائر فلم يكن إلى غاية عام 1962 إلا 5 جزائريين من 1000 جزائري يمتلكون تلفزيون، و كان الهدف من هذا البث محاولة إقناع الأقلية الأوروبية الساكنة بالجزائر بالسياسة الاستعمارية المنتهجة و خلق رأي برر هذه السياسة و يدعمها.<sup>3</sup>

لكن عندما استعادت الجزائر استقلالها في 05 جويلية 1962، وجدت الحكومة نفسها أمام وضع اجتماعي حرج، أهم ما يميزه وجود أزيد من 80 بالمائة من الجزائريين في حالة أمية مطلقة، لا يحسنون لا القراءة ولا الكتابة، بالإضافة إلى تمركز البث التلفزيوني في المدن الكبيرة فقط مع وضع داخلي يقتضي التعامل معه بما يتماشى والعهد الجديد الذي دخلته الجزائر بعد 132 سنة من الاحتلال الفرنسي للجزائر.

هذا الوضع دفع السلطات العمومية الجزائرية إلى جانب إصدار قرار يوم 10 جويلية 1962 لرئيس الحكومة المؤقتة القاضي بمنع طبع و بيع و توزيع بعض الصحف الفرنسية في الجزائر اعتبارا لموقفها التي تتميز به دائما من عداة لوحدة الشعب الجزائري و اعتبارا لما يمكن أن تحدثه هذه المقالات من اضطرابات بالنسبة للنظام العام.<sup>4</sup>

لكن هذا الوضع لم يدم أكثر من 04 أشهر حيث ضاق الجزائريون ذرعا من استمرار تواجد الرموز الفرنسية في الجزائر المستقلة، فقد صرح **قايد أحمد** و هو واحد من أعضاء المكتب السياسي لحزب جبهة التحرير الوطني آنذاك قائلا بأن استعادة السيادة على الإذاعة و التلفزيون "يندرج ضمن إرادتنا إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكرنا من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري الأليم داخل بلادنا"<sup>5</sup>

<sup>1</sup>ببير ألبير، تاريخ الإذاعة و التلفزة، ترجمة محمد قدوش، سلسلة المجتمع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984، ص 108

<sup>2</sup>د. زهير إحدادن، الإذاعة و التلفزة في الجزائر، مرجع سابق، ص 121.

<sup>3</sup>د. عبد الرحمان حيفري، التلفزيون الجزائري واقع و آفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985، ص 29.

<sup>4</sup>د. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية ط2، الجزائر 2009، ص 8.

<sup>5</sup>أحمد قايد عضو المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني في بيان له نشر بجريدة الشعب التي كانت تصدر بالفرنسية ليوم 18 نوفمبر 1962. الرابط: <http://www.ech-chaab.com/ar.php> النسخة الورقية

فقد استغنت السلطات الجزائرية بعد أقل من 04 أشهر عن كثير مما تضمنته اتفاقية إيفيان بشأن تسيير الإذاعة والتلفزيون الجزائري فقد تم استرجاع السيادة على مبنى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من طرف إدارات جزائرية يوم السبت 28 أكتوبر 1962 على الساعة الحادية عشر صباحا، وذلك برغم انسحاب الفرنسيين من مبنى التلفزيون جماعيا حيث رفض الفرنسيون انسحاب الإدارة الفرنسية لإدارة جزائرية كاملة.

عندها تولى كل من السيد عيسى مسعودي و عبد العزيز شكيري و رابح مداوي و علي مروش و عبد الرحمان لغواطي و خالد سافر و محفوظ مغربي و مليكة أوزقان زمام تسيير الإذاعة و التلفزيون الجزائري منذ لحظة انسحاب الفرنسيين.<sup>1</sup>

## المطلب الثالث: الإعلام المرئي:

### مفهوم الإعلام المرئي:

الإعلام المرئي VisualMedia، هو مصطلح يدل على الوسائط المرئية التي تستخدم لتوجيه الرسائل الإعلامية والإعلانية المختلفة، وذلك مثل التلفزيون والفيديو والتصوير وما إلى ذلك.

وفي عصرنا الرقمي الحديث، أصبح لهذا النوع من أنواع الإعلام أهمية كبيرة، خاصة عند توجيه الرسائل الدعائية والتسويقية.

ذلك لأن الوسائط المرئية تساعد على توصيل الرسائل المختلفة بسرعة وبسهولة، وهي أيضا تساعد على تشكيل الوعي والتأثير على المشاهدين بشكل فعال.

ويظهر ذلك عند المقارنة بين المنشورات النصية وبين المنشورات التي تحتوي على صور أو مقاطع فيديو.

وفي هذه المقارنة تظهر الإحصائيات أن المنشورات التي تحتوي على الصور أو الفيديو يتم التفاعل معها وإعادة نشرها بنسب أعلى بكثير من التي تحتوي على النصوص فقط.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> تصريح السيد عبد القادر نور أول مدير للإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال لموقع الإذاعة الجزائرية يوم 2014/10/26 الرابط:

<https://www.radioalgerie.dz/dec/achive> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18 على الساعة: 01:02

<sup>2</sup>: مقالة حول الإعلام المرئي: Eskelah Production & Digital Marketing الموقع <https://eskelah.com/> تم الإطلاع عليه يوم:

2024/04/26 على الساعة: 18:48

## وسائل الإعلام المرئي:

لا شك أن أبرز وسيلة الإعلام المرئي هي التلفزيون، فهو يعتبر أعظم اختراع في القرن العشرين وأكثرها أثرا في حياة الفرد والمجتمع، وقد تقدمت مكانة التلفزيون بين وسائل الإعلام الأخرى بفضل تطور تكنولوجيا الإعلام والاعتماد على الأقمار الصناعية في نقل الحدث في أي مكان من العالم لحظة وقوعه.

فالتلفزيون يغطي جوانب متنوعة يفوق فيها سواه من وسائل الإعلام، وهذا يشترك مع الإذاعة في أن كل شرائح المجتمع بإمكانهم متابعتها، لكن التلفزيون يتفوق على الإذاعة في هذا الجانب والأصح أنه يتفوق على جل وسائل الإعلام، فالتلفزيون كوسيلة إعلامية متميزة فهو عبارة عن مزيج من عدة وسائل إعلامية، فيه شيء من الصحافة وشيء من الإذاعة والعديد من الوسائل الإعلامية الأخرى

وقد كان لظهور التلفزيون كوسيلة إعلامية متميزة، تجاوز تأثيرها كل ما أحدثته وسائل الإعلام السابقة نظرا لقدرته المميزة على الجمع بين الصوت و الصورة، إذ تؤثر هذه الأخيرة على المشاهد و تقربه من الواقع و تضيف إلى هذا الواقع تأثيراتها الخاصة.<sup>1</sup>

## أهمية الإعلام المرئي:

الإعلام المرئي بجميع أشكاله ووسائله يمكن أن يحقق العديد من الفوائد لمستخدميه.

وقديما كان يقال بأن الصورة تعادل 1000 كلمة، وهذا ما ينطبق وأكثر على كافة وسائل الإعلام المرئي، والتي أصبحت تتفوق على الصور التقليدية التي كنا نعرفها.

وإذا كنت تفكر في توصيل رسالتك الإعلامية أو التسويقية إلى الجمهور حاليا، فلا غنى عن وسائل الإعلام والترويج المرئية على اختلاف صورها.

وذلك لأنها توفر طرقا رائعة لجذب الجمهور، وكذلك لجعل المحتوى الذي تقدمه أكثر إثارة وإقناعا.<sup>2</sup>

وفيما يلي سوف نشير إلى مجموعة من المزايا التي تشكل أهمية هذا النوع من أنواع الوسائط:

<sup>1</sup> عطية رفيق طيب، محب الدين معوش، دور الإعلام الرياضي في تحسين كرة القدم الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2021، ص16

<sup>2</sup> د. أحمد التكلوي، الإعلام المرئي "التلفزيون والفيديو والسينما" والوقاية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 1998، ص 87

## • جذب الانتباه:

العناصر المرئية تساعد على جذب انتباه الجمهور المستهدف بشكل مميز للغاية. وبمراجعة أنشطة تصفحنا للإنترنت حالياً، سوف نجد أن أغلب الأشياء والعناصر التي تجذب انتباهنا وتجربنا على التوقف هي العناصر المرئية مثل الصور والفيديو. وهذه العناصر تساعدنا على تفحص النصوص الموجودة بشكل أعمق وأفضل، وهي أيضاً تساعد على سهولة الفهم والاقتناع.<sup>1</sup>

## • إعادة المشاركة:

العديد من الإحصائيات تؤكد أيضاً بأن نسب مشاركة العناصر المرئية على صفحات التواصل الاجتماعي تزيد بنسب تصل إلى 95% مقارنة بالعناصر الأخرى. ويؤكد ذلك مدى الارتباط الكبير الذي يحدث بين المشاهد وبين الوسائط المرئية باختلاف أنواعها. يمكن أن يكون هذا الارتباط عبارة عن عاطفة أو ذكرى لدى المشاهد، وهذا ما يجعل تذكره أسهل والرغبة في مشاركته أكبر.

## • سهولة الفهم:

تساعد وسائل الإعلام المرئي على توصيل المعلومات وتوضيحها والمساعدة على فهمها. وتتميز هذه الوسائل مقارنة بغيرها بقدرة كبيرة على تقديم تصورات مختلفة للأحداث يساعد على تجنب سوء التفسير.

ويظهر هذا عند المقارنة بين مقابلة صحفية مكتوبة أو مقابلة تليفزيونية، حيث يمكن من خلال متابعة لغة الجسد والانفعالات للمتحدث التوصل لبعض المعلومات والحقائق التي قد تكون غائبة عند قراءة النص فقط.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد العزيز عبد الفتاح حماد، الإعلام المرئي والمسموع، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر ص 132

## • سرعة الانتشار

عقول البشر تعالج الصور والعناصر المرئية بشكل أسرع بكثير من العناصر النصية. وفي هذا العالم المزدهم والسريع، سوف تتنافس على توصيل معلوماتك ورسالتك مع الملايين من جميع الأنحاء.

لهذا لا بد أن تستغل العناصر الأكثر تأثيرا والأسرع في الوصول إلى الجمهور.

وهذا ما سوف يساعدك عليه استخدام الوسائط والعناصر المرئية عند توصيل رسائلك الإعلامية والإعلانية المختلفة.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: الإعلام الرياضي في الجزائر

### المطلب الأول: مفهوم الإعلام الرياضي

#### مفهوم الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي أحد أجزاء الإعلام العام يختص بدراسة القضايا والأخبار الرياضية كما يختص أيضا بدراسة أحوال الرياضيين، ويهتم الإعلام الرياضي بتبليغ الرسالة الإعلامية إلى الرياضيين وكل الفاعلين في الوسط الرياضي.

ويعرف الدكتور أديب خضور الإعلام الرياضي أنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد الخاصة والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية من أجل نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، وتعتبر الصحافة من أبرز الوسائل الإعلامية بل تمثل عنصر جذب واستقطاب للنشء والمساهمة في تثقيفهم وإكسابهم للمهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية حتى يصبحون أكثر نضجا ولديهم القدرة اللازمة على تحقيق النمو الكامل.<sup>2</sup>

ويعرفه فيصل غامض على أنه النشاط الإعلامي الذي يختص بتقديم الأخبار المتعلقة بالرياضة و المرتبطة بما تصنعه الرياضة من أحداث و التي يدعمها نوع من التفسير و التحليل أيضا و توجيه فئات الفئات و شرائح المجتمع المهتمة بالرياضة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>مقالة حول الإعلام المرئي، Eskelah Production & Digital Marketing مرجع تم ذكره سابقا.  
<sup>2</sup>أديب خضور، الإعلام الرياضي ( دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة و التلفزيون و الإذاعة)، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1994، ص87

<sup>3</sup> فيصل غامض، مجلة الإذاعة، العدد 31، الإثنين من 20 إلى 26 سبتمبر 1993، ص50

ويعرفه خير الدين عويس و عطا حسين عبد الرحيم على أنه عملية نشر المعلومات والأخبار والحقائق الرياضية ونشر القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بغرض نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.<sup>1</sup>

## عناصر الإعلام الرياضي:

إن العناصر المكونة للإعلام هي مماثلة لعناصر الإعلام، حيث يحتوي على أربعة عناصر تكمن في المرسل والمرسل إليه أو المستقبل ووسيلة الإرسال والرسالة الإعلامية أو المضمون و يمكن إيجازها فيما يلي:

أ- المرسل: وهو الذي تصدر منه الرسالة الإعلامية و قد تكون هذه الجهة ( لاعب، مدرب، رئيس نادي...الخ).

ب- المستقبل: و هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة.

ت- الأداة أو الوسيلة: و هي القناة التي تحرص على تبليغ الرسالة الإعلامية و عادة ما تكون هذه الجهة صحيفة أو قناة تلفزيونية أو وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة و الواسعة الاستعمال.

ث- الرسالة أو المضمون: يعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة و المضمون الذي تقدمه هذه الرسائل و مدى اعتماده على الحقائق و الأرقام و مسابرة لروح العصر و الشكل الفني الملائم، و مناسبه لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم و احتياجاتهم، و يتم نقد الإعلام الرياضي و تقويمه إيجابيا أو سلبيا في ضوء توفر هذه الشروط و المعايير.<sup>2</sup>

ونستنتج مما سبق أن الإعلام الرياضي يملك عناصر تقوم أساسا على إنجاز العملية الاتصالية في المجال الرياضي بدءاً من المرسل والذي يمتلك المعلومة مرورا بالأداة والوسيلة ثم الرسالة وما تحويه من مضامين ومعاني وصولا إلى المستقبل الذي يتحصل على المعلومة الخاصة بالمجال الرياضي.

<sup>1</sup>خير الدين علي عويس، م.م.عطا حسين عبد الرحيم، الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة 1998 ص 19  
<sup>2</sup>خير الدين علي عويس، م.م.عطا حسين عبد الرحيم ( مرجع سابق)

## أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي المدرسة العامة التي تعمل على إيصال عمل المؤسسات الرياضية بمختلف أنواعها كالأندية و مراكز الشباب و حتى المؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة، و يقرب هذا النوع من الإعلام الفروق بين الناس عن طريق ما يتم نشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا كانوا أم صغار بما يتلاءم مع القيم و التقاليد الرياضية السليمة، و للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع يظهر بوضوح بعد انتشاره الواسع في القرن العشرين، و من هذا المنطق اتخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تدابير لتشجيع الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجيهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع المستوى الثقافي الرياضية للجمهور و زيادة الوعي الرياضي له و التركيز على دور الرياضة في حياتهم الخاصة و العامة، و استخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية و التي تعكس دورها رقي هذه الدول و تقدمها في شتى المجالات،<sup>1</sup> و في ظل التقدم العلمي و التكنولوجي الكبير و السريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي و ضرورة إحاطة الأفراد بالمجتمع علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات في هذا المجال و ذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع و بالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات و الأخبار، و تكمن أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية و زيادة مصادرها و تشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى اقتصادية كانت أو اجتماعية أو سياسية، و عدم قدرة الفرد على مواكبة و متابعة هذا التدفق الكبير للمعلومات و الذي يعد من الأمور الصعبة، فأقل ما يمكن وصف هذا العصر بأنه عصر المعلومات نتيجة التقدم الذي لحق بالكمبيوتر من خلال ثورة المعلومات الثالثة، فضلا عن استعمال الإنترنت و الأقمار الصناعية، و هنا تبرز الحاجة الضرورية و الملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي و التجاوب معه، و الإنسان في نظر رجال الإعلام عبارة عن نفس إعلامية تتغذى بالخبر و تنمو بالفكر. و تظهر أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة و توجيه مشاعرهم، فإذا وجهت نحو الخير كانت وسيلة مثالية تسهر على الإسهام في البناء، وإذا انحرفت عن مسار البناء صارت نقمة و شرا، فالإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن و يشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي و القيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مبروك إبراهيمي، دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية، شهادة ماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، 2017، ص 52  
<sup>2</sup> خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم، نفس المرجع السابق، ص 23

## أهداف الإعلام الرياضي:

تعتبر النشاطات التي يقوم بها الفرد ذات هدف منشود يسعى من خلالها لبلوغه باستعمال تلك الوسيلة (إذاعة، تلفزيون، صحيفة) وهو الأمر الذي ينطبق كذلك على الإعلام، الذي يسعى إلى بلوغ أهدافه الموجودة وتتلخص هذه الأهداف فيما يلي:

- أ- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- ب- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.<sup>1</sup>
- ت- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.
- ث- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.<sup>2</sup>

## خصائص الإعلام الرياضي:

يملك الإعلام الرياضي العديد من الخصائص والسمات التي تميزه على غيره من أنواع الإعلام المتخصص ومن أبرز هذه الخصائص ما يلي:

- أ- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فالبرنامج التلفزيوني الرياضي الذي يكون موجها إلى جمهور كرة القدم ليس كمجلة خاصة بكرة السلة أو برنامج إذاعي خاص بالجمباز.
- ب- الإعلام الرياضي جماهيريا يملك القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

<sup>1</sup> دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية (مرجع سابق) ص 72  
<sup>2</sup> خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم نفس المرجع السابق، ص 24

ت- الإعلام الرياضي يسعى لجذب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء من يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

ث- الإعلام الرياضي بمختلف وسائله يعتبر مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع ، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة و فلسفة هذا المجتمع.<sup>1</sup>

## وظائف الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي نشاطا يختص بتقديم كل المعلومات المتعلقة بالرياضة عامة والمعلومات الخاصة بالشباب خاصة فهو يعتبر فرعاً من فروع الإعلام المهمة، وتكمن أهمية هذا النوع من الإعلام في بالنشاط الرياضي والعمل على تطويه وتكريس أنواع ممارسته، كما يستقطب الإعلام الرياضي من خلال تخصصه حيز معين لمعالجة القضايا الرياضية. وقد أثبتت الدراسات أن الأخبار الرياضية في منحى تصاعدي مستمر و دائم كون أن هذا النوع من الإعلام مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالإنجازات الرياضية و له صلة وثيقة بالأحداث و الوقائع، وتزخر الساحة الإعلامية بالجزائر بالعديد من العناوين الرياضية و القنوات التلفزيونية فضلاً عن المواقع الإلكترونية، وعلى سبيل المثال قد تجاوز عدد الصحف الرياضية سقف المائة عنوان، أما القنوات التلفزيونية فيوجد أكثر من عشرين قناة سواء كانت عمومية أو خاصة، إذ تسعى لمعالجة مشاكل الرياضة عامة لكنها تولي اهتمام كبير باللعبة الأكثر الشعبية و المتمثلة في كرة القدم، كما شهدت الساحة الإعلامية مؤخراً ظهور مواقع الكترونية كثيرة تختص بالرياضة تزامناً والدعم الذي منحه الدولة للفئة الشبابية من أجل تطوير الإعلام الإلكتروني و منحه اهتماماً خاصاً.<sup>2</sup>

إن الإعلام الرياضي في بلادنا يعد نشاطاً ثقافياً و اجتماعياً في أوساط الشباب لا يزال يتأثر بالواقع و لا يزال محل انتقاد أفراد، سواء تعلق الأمر بالرياضيين أنفسهم أو الإدارة أو حتى الجمهور وهذا بفعل أن كل المتعاملين أو المستهلكين لم يقفوا على المضمون الحقيقي لرسالة الإعلام الرياضي الواجب تكريسها، لتطغى الإثارة و المواضيع الباهتة و التي لا تجدي نفعا و لا تعمل على تطوير أفكار الشباب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>وليد حمداد، دور الإعلام الرياضي المرئي في إنجاح مشروع الاحتراف الرياضي في كرة القدم بالجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية بدالي إبراهيم الجزائر، 2022، ص 58.

<sup>2</sup> دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم ( مرجع سابق) ص 88

<sup>3</sup> فيصل غامض، مرجع سبق ذكره، ص45

إن للإعلام الرياضي عدة وظائف باعتباره النشاط الإعلامي المتخصص في مجال الرياضة والذي يسعى لتلبية حاجيات ومتطلبات فئات الشباب الذي يهتم أساس بالرياضة والهادف إلى تكوين الثقافة الرياضية بين الجماهير ويمكن إبراز وظائفه كما يلي:

أ- **الوظيفية التوجيهية:** إن الأخبار التي تقوم بتغطيتها وسائل الإعلام تكون وظيفتها توجيهية بالنسبة لفئات الشباب الذين يولون اهتماما كبيرا للأخبار الرياضية وبالحرص الرياضية والنشرات بل بكل ما يتعلق بالمجال الرياضي.

ب- **الوظيفة التثقيفية:** تقوم بها وسائل الإعلام على أساس وصول الأفكار العامة التي تنبثق من حركة الأحداث و دراسة الظواهر التي تنظم حركة الأحداث في الساحة الرياضية، فهي توعي الشباب و تثقفه في أمور الرياضة عن طريق نقل الأخبار و النتائج خاصة المنافسات الرياضية.<sup>1</sup>

### أنواع تأثير الإعلام الرياضي:

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

- **تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:** و يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما و شعوره اتجاهه، و من هذا الموقف يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم و القضايا التي يتعرض لها، و هذا الموقف قد يغير سلبيا أو إيجابيا رفضا أو قبولا أو حبا أو كرها و ذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان، و الإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال قدرته على تغيير مواقفهم اتجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة فتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص و تلك القضايا فمثلا حين يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث و المواقف عن أحد الفرق الرياضية والتي يظهرها أعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملاعب و الذي قد يتمثل في الاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم أو على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم: نفس المرجع السابق ص25  
<sup>2</sup> د. سليمان لاويس، الإعلام الرياضي والإعلام المتخصص "المفاهيم، التأثيرات والتطور" دار الكتاب الحديث، 2020، الجزائر، ص98

● **تغيير المعرفة الرياضية:** المعرفة الرياضية هي مجموع المعلومات الرياضية لدى الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف الآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه. فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي أو مجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإخلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها.<sup>1</sup>

● **الإثارة الجماعية:** من خصائص الإعلام الرياضي قدرته للوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الإيجابية للإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها للالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالإثارة الجماعية. وعملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام الرياضي يمكن أن تحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق وخاصة الفرق القومية وخروجها من إحدى البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم الذي يعد حلما لهذه الجماهير، نتيجة للتقصير الواضح في أداء اللاعبين والأخطاء الفادحة في التشكيل في وقت كانوا فيه أقرب للفوز من الفرق الأخرى خاصة إذا كانت البطولة مقامة على أرضه وبين جماهيره.<sup>2</sup>

● **الاستثارة العاطفية:** الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه حيث يتنازعه أمران: المشاعر أو العواطف و المنطق أو العقل، و نستطيع أن نتحدث عن عقل و منطق واحد لكن هناك عدة عواطف كالحب و الكراهية، الحزن، السعادة و غيرها من العواطف و على سبيل المثال و الإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانيات تخاطب الفكر و الوجدان.<sup>3</sup>

● **صياغة الواقع:** حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي و يقدمه للجمهور كما هو و يقصد بالواقع ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث و القضايا و الموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو كأنه واقعي و طبيعي و معبر عن الحقيقة و هذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي و لكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع فمثلا قد يكون اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو

<sup>1</sup> د.محمود بن سعيد، تأثير الإعلام الرياضي المرئي على ضوء بعض المتغيرات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة عمار ثلجي الأغواط، 2020، ص 125

<sup>2</sup> لخضر بن حمو، هواري مسعود فيطس، تأثير الإعلام المرئي على استثارة الدافعية نحو ممارسة النشاط البدني والرياضي، مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه، جامعة بن زيانن الجلفة متوفر على الموقع: <http://dspace.univ-djelfa.dz:8080/xmlui/handle/123456789/276>

<sup>3</sup> خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرجيم، مرجع سابق، ص 48.

السمة السائدة في مجتمع ما لكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة و يعطي انطبعا مختلفا عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع و مثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة.

• **الضبط الاجتماعي:** المحافظة على النظام و الاستقرار داخل الملعب مما يتيح الفرصة للاعبين بالتنافس الشريف.<sup>1</sup>

## مشاكل الإعلام الرياضي:

إن أهمية تدعيم النشاط الرياضي وتكريس أنواع الممارسات الرياضية مع وجود الإعلام الرياضي الذي يستقطب أنظار الجماهير المهمة بالقضايا الرياضية خاصة وأن الدراسات تثبتت أن نسبة الإقبال على الأخبار الرياضية في تصاعد وتحسن مستمر بحكم ما تصنعه الرياضة من أحداث ونشاطات رياضية.

و قد تمكنت كل الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة من أن تجد لنفسها مكانا في الوسط المزدهم الذي تعرفه الساحة الإعلامية، حيث أنها تعتمد على المنافسة و السبق الصحفي، غير أن واقع الإعلام الرياضي أصبح يعاني من مشاكل عديدة منها ما يتصل بالجهاز الإعلامي و كذلك العراقيل اليومية التي تواجهها الصحافة الرياضية في تغطية التظاهرات الرياضية، كما تجد أن الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة أصبحت تعاني هي الأخرى من عدة إشكالات تتلخص خاصة في انعدام التنسيق بينها و بين الاتحادات الرياضية المتخصصة مما يصعب مهمة الحصول على الأخبار الرياضية من المصادر الرسمية، كما أن صحفيي القطاع أو الصحفيين الرياضيين يفتقدون إلى إطار أو هيكل تنظيمي يجمعهم بالرغم من المحاولات العديدة الرامية إلى إنشاء رابطة للصحفيين الرياضيين.<sup>2</sup>

وبالرغم من مشاكل والعراقيل التي سيلاقيها الإعلام الرياضي والقائمين عليه باعتباره النشاط الذي تأثر و يتأثر بالقضايا الرياضية و بواقع النشاطات و الأحداث الرياضية إلا أنه لا يزال قائما و في تقدم و تطور مستمر.

<sup>1</sup> خليفة طالب بهباني، شغب الملاعب و أساليب مواجهته، مكتبة جامعة الرياض، السعودية 2004، ص 42  
<sup>2</sup> فيصل غامض، " مجلة الإذاعة" مرجع سابق تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/22 على الساعة: 23:30

## المطلب الثاني: الإعلام الرياضي في الجزائر

### تاريخ الإعلام الرياضي في الجزائر

#### المرحلة الأولى: الإعلام الرياضي في ظل الاستعمار الفرنسي (1830-1962):

قبل الحديث عن تاريخ الإعلام الرياضي في الجزائر، يجب أولاً العودة إلى البدايات حين كان ظهور الصحافة الرياضية المكتوبة، وفي هذا الإطار يقول زهير إحدادن إن الدراسات التي أجريت حتى اليوم تثبت أن الصحافة كوسيلة إعلامية عصرية لم تكن موجودة في الجزائر قبل سنة 1830<sup>1</sup>، وهي السنة التي هجم فيها الفرنسيون على مدينة الجزائر واستولوا عليها، وعندما تجهز الجيش الفرنسي لغزو الجزائر حمل معه من بين ما حمل مطبعة وهيئة تحرير تشرف على إصدار جريدة هي صلة ربط داخل الجيش الفرنسي، وبالفعل بدأت هذه الجريدة تصدر مع نزول الجيش الفرنسي فوق التراب الجزائري، فكانت أول صحيفة تصدر في الجزائر وتحمل اسم بريد الجزائر (L'estafette d'Alger) وكانت تصدر باللغة الفرنسية وتتضمن معلومات عن الحملة الفرنسية مع بعض الأخبار السياسية الخاصة بفرنسا<sup>2</sup>، وهذا ما يدل على أن بدايات الصحافة في الجزائر كانت عسكرية بالدرجة الأولى، ويعتبر فضيل دليو الوحيد الذي أشار إلى وجود إعلام رياضي في هذه الفترة بالإضافة إلى ظهور صحافة رياضية معظمها لم يعمر طويلاً وكان من أهمها: الجزائر الرياضية (Algérie sportive 1890-1906) كل الرياضيات (Tous les sports 1907)<sup>2</sup>

كخلاصة لما سبق يمكن القول أن المرحلة الاستعمارية التي امتدت من 1830 إلى 1962 لم تشهد إعلام رياضي بكل ما يحمله الاسم من معاني، وذلك لعدة اعتبارات أهمها أن المجتمع آنذاك كان تحت وطأة الاستعمار وكان مهتماً بالمشاكل الاجتماعية وبالظروف السياسية السائدة أكثر من اهتمامه بالشؤون الرياضية، بالإضافة إلى أن الرياضة حينها لم تصل إلى التطور الذي يجعلها على رأس الاهتمامات مثلما هو عليه الحال الآن.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> زهير إحدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر 3 2012، ص 25  
<sup>2</sup> فضيل دليو، تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 1830-2013، ط1، الجزائر، دار هومة للنشر و الطباعة و التوزيع، الجزائر، 2016 ص 54

<sup>3</sup> الإعلام أثناء الثورة الجزائرية، متوفر على الموقع: <https://gloriousalgeria.dz/Ar/post/show/132> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/05/21 على الساعة: 02:08

## المرحلة الثانية: الإعلام الرياضي بعد الاستقلال (في ظل الأحادية الحزبية) (1962-1988):

تعتبر الفترة التي تلت إعلان استقلال الجزائر في الخامس من شهر جويلية عام 1962 بمثابة فترة انتقالية شهدت العديد من التغييرات الجذرية على جميع المستويات، وفي المجال الإعلامي بدأت المساعي للتحويل من إعلام استعماري إلى إعلام وطني و قد قسم زهير إحدادن هذه الفترة إلى ثلاث مراحل هي:

### • من 1962 إلى 1965:

كانت هذه الفترة قصيرة وغير كافية لإحداث تطور كبير في خصائص الإعلام، ولهذا فهي تعتبر كامتداد للفترة السابقة (الفترة الاستعمارية) مع تسجيل تغيير في المضمون إذ أصبح يتغنى بتشبيد الجزائر المستقلة، ومن بين أهم الأحداث التي ميزت تلك الفترة:

إنشاء يوميات جزائرية، القضاء على الصحافة الاستعمارية. كما صدرت مجموعة من القوانين منها من كانت لها عالقة مباشرة بمجال الإعلام على غرار القانون رقم 62-175 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 الذي ينص على "أنه يبقى العمل جاريا حسب التشريع الفرنسي السابق في جميع الميادين التي ليس فيها تعارض مع السيادة الوطنية."، وكان ميدان الإعلام من بين الميادين التي واصلت العمل بالتشريع الفرنسي.

### • من 1965 إلى 1979:

كما سبقت الإشارة إليه، فإن الأحداث التي شهدتها الفترة الأولى بالإضافة إلى انتعاش المجال الرياضي في الجزائر منذ منتصف السبعينيات بمشاركة النوادي الرياضية والرياضيين الجزائريين في مختلف المحافل المحلية والإفريقية والدولية، بالإضافة إلى احتضان الجزائر ألعاب البحر الأبيض المتوسط سنة 1975، كانت بمثابة تمهيد لبداية عهد جديد للإعلام الرياضي في الجزائر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نور العابدين قوجيل، هناء خالدة سيدهم، تاريخ الصحافة الرياضية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، المجلد 7، العدد 3، ديسمبر 2020، ص 280 على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/145876> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18 على الساعة 03:04

## • المرحلة الثالثة: 1979-1988:

تبتدئ هذه المرحلة بحدث سياسي هام هو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني من 27 إلى 31 جانفي 1979، وأهم ما ميزه هو أنه وافق على لائحة خاصة بالإعلام من بين ما جاء فيها التأكيد على ضرورة تقوية الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة حتى تخلق حركية جديدة تدخل نفسا جديدا على الوضع الإعلامي الجزائري.

كما عرفت هذه المرحلة صدور أول قانون للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة وذلك بتاريخ 06 فيفري 1982، ومن بين ما جاء فيه التفريق بين نوعين من الوسائل الإعلامية، النوع الأول خاص بالوسائل التي تنشر الأخبار العامة وهذا النوع ملك للدولة، والنوع الثاني خاص بالدوريات المتخصصة وهنا يمكن وجود ملكية خاصة بعد الحصول على رخصة من طرف الوزارة المختصة.<sup>1</sup>

## المرحلة الثالثة: الصحافة الرياضية في عهد التعددية الإعلامية (1988-....):

شهدت هذه المرحلة العديد من الأحداث السياسية والرياضية التي نعتقد أنها ساهمت في تطور الإعلام الرياضي كما وكيفا ويمكن تلخيص هذه الأحداث فيما يلي:

### أ- الأحداث في المجال السياسي والتشريعي:

تعتبر الأحداث الدامية التي شهدتها الجزائر في الخامس من شهر أكتوبر عام 1988 بمثابة نقطة تحول هامة في المجالين السياسي والإعلامي، حيث شكلت بداية إعلان القطيعة مع نظام الحكم السائد منذ الاستقلال ودفعت الحكومة إلى الإعلان عن اتخاذ جملة من الإجراءات الرامية إلى تحرير الحياة العامة التي كان يتحكم فيها الحزب الواحد وتتحكم الدولة في جميع مجالاتها، وفي 23 فيفري 1989 صادق الشعب على دستور جديد أقر بالتعددية الحزبية وبحرية الرأي وحرية التعبير، وهو ما أطلق عليه اسم "المسار الديمقراطي" في الجزائر الذي كان من بين أهم المستفيدين منه قطاع الإعلام ومن نتائج هذا التوجه الجديد في أن رئيس الحكومة مولود حمروش عقد في 03 مارس 1990 لقاء مع الصحافة أعطى فيه إشارات حول القانون الجديد للإعلام، وفي 19 مارس أصدر المنشور رقم 04/90 الذي دعا فيه الصحفيين المحترفين العاملين في القطاع العام والبالغ عددهم آنذاك 1800 صحفي إلى العمل بكل قدراتهم من أجل تطوير الإعلام الرياضي الجزائري مع منح امتيازات مغرية تمثلت في:

تعويض أجره سنتين.

- منح مقرات مجانية.

<sup>1</sup> زهير إحدادن، تاريخ الصحافة المكتوبة، مرجع سبق ذكره، ص32

- منح قروض مالية.

- تسهيل عملية الحصول على عناصر الإنتاج.<sup>1</sup>

وفي 04 أبريل 1990 تمت المصادقة على ثاني قانون إعلامي في تاريخ الجزائر المستقلة من طرف نواب المجلس الشعبي الوطني.

ومن أهم أحكام قانون الإعلام 90/07:

- يكرس هذا القانون حرية التعبير.

- يمنح الصحفي صفة العامل الفكري التابع.

- يحدد قواعد الأخلاقيات الخاصة بالمهنة.

- إلغاء احتكار الدولة في مجال الإعلام.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الإعلام الرياضي الجزائري واستراتيجيات تطوير قطاع الرياضة:

بالنظر لأهمية الإعلام الرياضي الكبيرة في أي مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير في نفوس الأفراد، لا بد من أن تقوم استراتيجيات هذا الإعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تتناول الموقف الإعلامي ككل وذلك كله وفق مجموعة من القواعد والمبادئ المتمثلة في:

- أن يكون التخطيط للإعلام الرياضي متكاملًا مع التخطيط القومي للإعلام الشامل للإعلام العام بصفة خاصة والمجالات الأخرى (الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والتربوية) بصفة عامة، إذ أن الخطة الناجحة هي التي تتميز بالشمولية والتكامل والمرونة والتطوير بالقدر الذي يكفي لتحقيق أهداف المصلحة العليا للدولة.
- أن تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تنفيذية واستراتيجيات عملية للاتصال بال جماهير وأن تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو الفشل في تحقيق الأهداف.
- توخي الحذر والدقة في تحديد الأهداف التي ترسم الخطة الإعلامية سواء كانت قريبة أو بعيدة المدى حتى يمكن تحقيقها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ahmed Ben Zelikha, *Presse Algérienne –Editoriaux et Démocratie*, , Edition Dar El Gharb,Algérie 2005, p 23

<sup>2</sup> فضيل دليو، تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص38

ويتم التخطيط لاستراتيجيات الإعلام الرياضي بصفة عامة بحيث تشمل أساسا على أهداف أهمها:

#### • الإعلام الرياضي وتعزي السلوكيات الإيجابية لدى الشباب:

حيث تقوم وسائل الإعلام الجزائرية على اختلاف وسائلها بتغطية مختلف النشاطات الرياضية من منافسات دولية، عربية و محلية، وتخصص لها مساحات هامة من حجم التناول الإعلامي نقدا و توجيها و تقويما، و هو ما يعود بالفائدة على المجتمع، إذ يسهم ذلك في تثبيت القيم و تعزيز الاتجاهات و المبادئ الرياضية، و المحافظة عليها لدى الشباب خاصة و أن كل مجتمع له نسق قيمي يشكل و يحدد أنماط السلوك الرياضي، بما يتوافق مع المبادئ و القيم العامة، ويم ذلك من خلال تعريف وسائل الإعلام الرياضية بالأبطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة و التركيز على الناشئين، و توضيح مفهوم السلوك الرياضي و الروح الرياضية و العمل على نشر الروح الرياضية و البعد عن التعصب و الكراهية<sup>2</sup>

#### • الإعلام الرياضي وصنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا:

إذ يساهم هذا النوع من الإعلام في عملية صنع القرارات داخل الهيئات الرياضية المختلفة، كالاتحادات و هي الهيئات المتكونة من أندية و جمعيات خاضعة لأحكام القوانين العامة، و تتكون الاتحادات من الأندية و مراكز الشباب التي توافق على انضمامها الجهة الإدارية المختصة و الهيئات التي لها نشاط في لعبة ما، بهدف تنظيم و تنسيق هذا النشاط، و العمل على نشره و رفع مستواه الفني<sup>3</sup>

#### • الإعلام الرياضي وتطوير منظومة الاحتراف:

نظرا للإقبال المتزايد من الجماهير على وسائل الإعلام الرياضية المختلفة قد دفعت بالكثير من رجال الأعمال و الشركات التجارية الكبرى إلى الاستثمار والاستفادة من الحقل الرياضي، و هو ما أدى إلى خلق حركية و نشاط واسعين في مجال الدعاية و التسويق و الإشهار، وبذلك تنوعت الأساليب و تطورت وسائل الإعلام فكان لها الأثر الكبير في مسار تطور الرياضة في حد ذاتها، فقد دفع المستثمرون أموالهم من أجل شراء أسهم الأندية الرياضية أو بناء البنى التحتية من ملاعب و مدارس تكوينية و بناء مجتمعات رياضية، و هو ما من شأنه أن يعزز عملية الاحتراف<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عبد الوهاب زواوي، أهمية الإعلام الرياضي في تطوير منظومة الاحتراف في الجزائر (مرجع سابق الذكر) ص 134

<sup>2</sup> محمد الدوسري، دور البرامج الرياضية التلفزيونية في تعزيز سلوكيات الشباب، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية و الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2016، ص 35.

<sup>3</sup> حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، 2016، ص 35

<sup>4</sup> عبد الوهاب زواوي، أهمية الإعلام الرياضي في تطوير منظومة الاحتراف في الجزائر، مرجع سابق ص 116

## • الإعلام الرياضي والقضاء على ظاهرة الشغب والعنف في الملاعب:

تؤدي وسائل الإعلام الرياضية المختلفة دوراً رئيسياً في توعية الجماهير بخطورة أعمال العنف والشغب التي تتبع أهم المباريات بسبب ظاهرة الحشد الجماهيري، وتخلي بعض المنابر الإعلامية ومن ورائها عدد من الإعلاميين لاسيما عبر شاشات التلفاز عن مبادئ العمل الصحفي وتحريضهم للجماهير عن أعمال العنف والشغب ضد الفرق المتنافسة معها، وتقوم في هذا المجال بتوعية وتهدئة المشاهدين والتنسيق مع الجهات الأمنية والجهات المختصة من أجل تأطير فرق المناصرين المنتقلة للملعب من أجل المناصرة والتشجيع.<sup>1</sup>

## • الإعلام الرياضي والتسويق:

التسويق الرياضي هو "العلم الذي يبحث في العلاقة المتبادلة بين الإدارة الترويجية والرياضة كمجال لتنفيذها والإفادة منها"، لذلك فالعملية تبادلية ولا يمكن الاستغناء عن أي طرف فيها، كما أنها علاقة متوازنة ذلك أن فلسفة التسويق الرياضي تقوم على أساس استثمار الرياضة وإفادتها عن طريق السماح بإدخال الأنشطة التسويقية التجارية لدعم أسس بناء وتطوير الرياضة، ولذلك بقدر ما تستفيد الرياضة والرياضيون من التسويق لا بد أن تكون الفائدة للمسوق أو المستثمر للرياضة.<sup>2</sup>

## • الإعلام الرياضي والسياسة:

يؤثر الإعلام الرياضي في بعض الحالات في العلاقات بين الدول سواء بالسلب أو بالإيجاب، كما يمكن استعماله لتوصيل رسائل سياسية و مواقف إلى الجماهير عبر مختلف المحافل الرياضية والأمثلة في هذا السياق كثيرة ( استبعاد العراق عن المشاركة في البطولة العربية الثامنة ببيروت بسبب سوء العلاقة بين البلدين و نفس الشيء بالنسبة لاعتذار الكويت عن المشاركة في الدورتين العربيتين الثامنة و التاسعة) وما يهمنا هنا هو تأثير مثل هذه المواقف السياسية – الرياضية على العملية التسويقية و دور الإعلام الرياضي كوسيط أو جسر يتصل بين السياسة و الرياضة فيوصل أو يقطع<sup>3</sup>

<sup>1</sup>سمير لعرج، آسيا العجود، واقع الصحافة الرياضية المتخصصة في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قسنطينة 3

صالح بوبنيدر، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، 2018، ص140

<sup>2</sup> ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 35

<sup>3</sup>ياسين فضل ياسين، ص 135 مرجع سابق الذكر

## • الإعلام الرياضي والثقافة:

الرياضة ثقافة وعلم ودراسة تمنح لها شهادات العلا وأصبحت هناك تخصصات أكثر شمولية، ومن هنا تأتي أهمية الإعلام الرياضي للنشء من أجل تكوين جيل مثقف وواع بصحة وعافية ودور الإعلام الرياضي الجزائري في نشر هذه الثقافة هام وكبير.

## • الإعلام الرياضي والسياحة:

أصبحت الرياضة السياحة أو السياحة الرياضة فنا يرتبط بالترويج للفن والفنانين، مما يدل على أن الإعلام الرياضي دور فعال في تطوير السياحة وتفعيل المجال السياحي والثقافي والترفيهي، وهنا يأتي دور الإعلام الرياضي الجزائري الذي يتولى عملية الترويج.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الوهاب زواوي، أهمية الإعلام الرياضي في تطوير منظومة الاحتراف في الجزائر، مرجع سابق، ص 138

## الفصل الثاني: الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى في الجزائر

## المبحث الأول: الصورة الذهنية

### المطلب الأول: تعريف الصورة الذهنية:

حسب "beach" تُعرف الصورة الذهنية على أنها تجمُّع للمعارف والمعلومات المُنظمة التي يحتفظ بها الفرد عن نفسه وحول محيطه، وتتضمَّن هذه الصورة مفردات خيالية وتجريدية، ويتم فرز وترتيب هذه المعارف والمعلومات وفقاً لمدرجات الفرد وميوله المُتعلقة بالموضوع المتعلق بهذه الصورة.

يعرفها أيضا "نشوي الشلقاني": هي الانطباعات والتصورات الشخصية التي يشكلها الفرد أو الجماعة تجاه فرد آخر، جماعة أخرى، نظام سياسي، قومي أو توجه آخر. وتتشكل هذه الصورة الذهنية من خلال تجارب الأفراد الشخصية وتجارب الآخرين والتعرض لوسائل الاتصال المختلفة<sup>1</sup>.

عرفها "كيرني" بأنها: تمثيل مرئي دقيق يعكس في العقل الإنساني، كما أضاف أيضا بأن الصورة الذهنية داخل المنظمة هي التي يطلق عليها مسمى الخطة وتتميز تلك الخطة بأنها عملية رمزية مثالية لمجموعة من القواعد النظرية التي توضح كيفية عملية التنظيم<sup>2</sup>.

وفي تعريف آخر للباحثين الشهيرين "كوتلرودابو": الصورة الذهنية هي مختلف الجوانب التي يستطيع الفرد إدراكها حول شيء معين<sup>3</sup>.

وكتعريف إجرائي يمكن القول بأن: الصورة الذهنية في الغالب هي تلك الأفكار والانطباعات العقلية التي تنشأ لدى الأفراد اتجاه منظمة أو مؤسسة ما، بناء على خلفيتها والآراء والمعارف السائدة عنها سواء كانت ايجابية أو سلبية

### المطلب الثاني: أنواع ومكونات الصورة الذهنية:

1/أنواع الصورة المؤسسية: عند وضع خطة أو برنامج لإدارة المؤسسة، ينبغي أن تكون دراسة الصورة الذهنية من أولويات العمل. ويتطلب ذلك أولاً التعرف على الواقع الفعلي لصورة الذهنية

<sup>1</sup>نشويحاسنين حافظ الشلقاني: دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر، ص22.

<sup>2</sup>علي شبية شدون، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الدار المعرفية، مصر 2008، ص269.

<sup>3</sup>عيسى الهادي، دور الرعاية الرياضية في تحسين صورة المؤسسة، مجلة المعيار، العدد الخامس عشر، جامعة سطيف، ديسمبر 2016، ص258

وانعكاسها على سلوك واتجاهات الموظفين والعملاء والمجتمع المحيط بالمؤسسة. لذلك لا بد من تعرف على الأنواع المختلفة للصورة الذهنية وهي كالآتي:

**(أ) الصورة المرآة:** يُقصد بمفهوم الصورة المرآة، انعكاس الصورة الذهنية لدى جمهور المؤسسة أو المنظمة المسيرة، وخاصة قادتها، وهذه الصورة المرآة تشكل بداية الانطباع الذي يتبلور لدى الجمهور الخارجي حول المؤسسة، ويجب أن يؤخذ ذلك في الاعتبار عند إجراء أبحاث الصورة الذهنية أو استطلاعات الرأي العام. ومن المهم التنبيه إلى وجود اختلافات وتعارضات في عملية الإدراك والوعي بصورة المؤسسة، وتحديد هذه الاختلافات والتعارضات وفهمها بشكل جيد يساعد على إعادة صياغة الرسالة التي ترغب المؤسسة بإيصالها إلى الجمهور بشكل فعال.

**(ب) الصورة الحالية:** تعكس مفهوم الصورة الذهنية الحالية الطريقة التي ينظر بها الجمهور الخارجي إلى سمعة المؤسسة أو المنظمة، وتعتمد هذه الصورة على الخبرات والتجارب السابقة للجمهور معها، بالإضافة إلى مدى تدفق المعلومات التي يتلقاها الجمهور ومدى فعاليتها في تحقيق الفهم الصحيح. ومن المهم أن تكون الصورة الذهنية الصحيحة هي نتيجة الانطباع الصحيح للجمهور حول المنظمة.<sup>1</sup>

**(ت) الصورة المأمولة:** هي الصورة التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها وتعكس رؤيتها المستقبلية لنفسها ولمنتجاتها أو خدماتها. وعادةً ما ترتبط هذه الصورة بموضوع جديد أو مفهوم لم يتلقى الجمهور الخارجي معلومات كافية عنه. ولتحقيق الصورة المأمولة، يجب على المؤسسة إيصال رسالتها بشكل واضح وفعال للجمهور، وإيجاد الوسائل اللازمة لتوصيل المعلومات بشكل ملائم. كما يتعين عليها متابعة تأثير تلك الرسائل على الجمهور وإجراء التعديلات اللازمة إذا لزم الأمر، وذلك لتحقيق الهدف المرجو من تلك الصورة.

**(ح) الصورة المتكاملة:** يُشير مصطلح "الصورة المتكاملة" إلى صورة المؤسسة نفسها بغض النظر عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها. وتتكون تلك الصورة من عدة عناصر، مثل تاريخ المؤسسة ومكانتها الاقتصادية والسمعة الطيبة التي تحظى بها، بالإضافة إلى القدرة على تحمل المسؤولية الاجتماعية والعلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي. ويجب أن تكون المؤسسة حريصة على الحفاظ على هذه العناصر وتطويرها بشكل مستمر لتحقيق صورة متكاملة إيجابية تعكس تميزها وقدرتها على تلبية احتياجات العملاء والمجتمع المحيط بها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبيدة الصبطي وكلثوم مسعودي، **مدخل إلى العلاقات العامة**، دار الخلدونية، الجزائر، 2010، ص 172-174.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن عبد الله العبد القادر، **الصورة الذهنية وعلاقتها بالاتصال الثقافي**، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2020، ص 88.

خ) صورة المنتج أو الخدمة: وهي الصورة التي تستطيع المؤسسة بها التعريف بمنتجاتها وخدماتها عن طريق الجهود الإشهارية التي تقوم بها وترتكز على المعايير النوعية للمنتج أو الخدمة، وما يتمتع به من مستوى وجودة.

د) الصورة المثالية: تعني الصورة المثلى أو المثالية للمؤسسة الصورة التي تنعكس فيها القيم والمبادئ التي تؤمن بها المنظمة التي تسيّر وتتحقق في سلوكها وتعاملاتها مع جمهورها وعملائها. وتحقيق هذه الصورة يتطلب تكامل بين الخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة والمعلومات والاتصالات التي تقدمها لجمهوره.<sup>1</sup>

### عوامل تكوين الصورة الذهنية:

يتعلق بناء الصورة الذهنية بمجموعة من المؤثرات تساهم في تكوينه وبنائه الأفكار حول ذلك التنظيم نلخصها فيما يلي:

1. المكان الذي يعيش فيه، وموقعه في العالم الخارجي.
2. الزمان والمعلومات التاريخية.
3. العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والأصدقاء.
4. الأفعال المرتبطة بالطبيعة والخبرات المكتسبة من خلالها.
5. الأحاسيس والانفعالات والمشاعر.
6. احتياجات الجماهير ومطالبهم واهتمامهم وتطلعاتهم.
7. ردود أفعال الجمهور تجاه سلوك المؤسسة، وأقوال المسؤولين فيها.

بالإضافة إلى هذه المكونات يمكن القول إن الصورة الذهنية بالعموم تشمل كل أو بعض من العناصر الآتية:

اسم المؤسسة، شعارها، وموظفيها، وقادتها، وخدماتها، وفلسفتها، وسياستها، وقراراتها، وتاريخها، وإنجازاتها، ولباس موظفيها ومواقعها، وسياراتها، ودورها في خدمة المجتمع، ومساهماتها في الحياة

<sup>1</sup> عبيدة الصبطي وكلثوم مسعودي، مرجع سابق، ص179.

العامّة السّياسيّة والاجتماعيّة أيضًا إخفاقاتها ومشاكلها ونزاعاتها، وتشمل أيضًا أثرها السّلبية على البيئة والإنسان.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: وظائف وأهداف الصورة الذهنية

**1. وظائف الصورة الذهنية:** إن إدراك أهمية الشيء يتعلّق بدرجة أولى بمعرفة الوظائف التي يشغلها حاليا أو مستقبلا، للصورة الذهنية العديد من الوظائف نذكرها فيما يلي<sup>2</sup>:

- تمكين الفرد من الإدراك في العالم الخارجي خارج نطاق ذاته، حتى ولو كان هذا الإدراك جزئيا، وذلك قبل المشاهدة المباشرة لأي بناء تصور أولي حوله.
- تحقيق الأمن والاستقرار عن طريق تحديدها لمراكزنا في المجتمع، وأيضا روابطنا بالجماعة التي ننتمي إليها، والجماعات الخارجية التي لها علاقة بنا والتي ننتمي إليها.
- وسيلة فعالة لخلق منفعة شخصية أو جماعية مثل استخدام الصورة النمطية بان السود أو السيدات عاجزون أو عاجزات عن شغل مناصب مهمة.
- كشف التوجهات وبالتالي إبراز نقاط التميز عن باقي الناس مما يؤدي إلى الإحساس بالاختلاف والشعور بالتفوق.
- تستطيع الصورة الذهنية معرفة وافترض ما ستكون عليه صور الآخرين من خلال التواصل والتعامل معهم.
- بناء أحكام جاهزة للتقييم وذلك انطلاقا من وجود قوالب الاستجابات للأشخاص، المجتمعات دون أن ننسى الأحداث التي تؤثر على العلاقات الاجتماعية للأشخاص.
- يمكننا التصور الذهني من تقييم ما يتدفق الإنسان منه رسائل، فهذا التصور يشكل معيارا أو بوصلة التي توجه صاحبها نحو الواقع والمعقول فصورة الذهنية في الأخير تعتبر معيارا للقياس.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Grille MARION et autre, **Marketing, Mode d'emploi**, édition d'organisation, Paris, 2eme éd, 2002, P:211

<sup>2</sup> جمال بن عمار الأحمر: الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم الإنسانية، ط1، دار الأيام لنشر والتوزيع، عمان-الأردن 2016، ص136-137.

## أهداف الصورة الذهنية:

تسعى المؤسسة أو الشركة من خلال بناء الصورة الذهنية في أذهان الجماهير إلى ما يلي<sup>2</sup>:

- وضع إستراتيجية للصورة الذهنية داخل المؤسسة من خلال إضفاء المشروعية عليها ومنحها حقوقاً لم تتوفر لديها من قبل، بالإضافة إلى جعلها عنصراً فاعلاً في المجتمع. وتتيح المشروعية للمؤسسة أن تصبح معروفة للجمهور من خلال تعريفهم بها. لذلك، ينبغي التركيز في البداية على إرساء هذه المشروعية والعمل على تحقيقها، ومن ثم تنفيذ استراتيجيات تساعد على تحسين صورة الذهنية لدى الجمهور، وجعلها أكثر جاذبية وقابلية للتفاعل معها. ومن خلال هذه الخطوات، يمكن أن تصبح المؤسسة عنصراً مهماً في المجتمع وتحقق أهدافها بنجاح.
- تنفيذ الشائعات التي يتم تزويجها عن المؤسسة والتنظيم، فالتركيز على الاتصال عن طريق الصورة يضع حداً للإشاعة سواء كانت داخلية بين العمال والإداريين أم خارجية مع مختلف فئات الجمهور، ويعيد للمتعاملين ثقتهم في المؤسسة، وبالتالي كسب الرضا وتحقيق أهداف مالية من خلال زيادة المبيعات، فالهدف الرئيسي للمؤسسات يبقى دائماً هو تحقيق الربح<sup>3</sup>.
- تهدف سياسة الصورة إلى توسيع مجال النشاط الذي تمارسه المؤسسة أو الشركة المسيرة، وهنا يكون الاعتماد على الصورة كأداة لتوصيل الرسالة، خاصة من خلال مساهمتها في النشاطات الثقافية والاجتماعية والمبادرات الإنسانية ما يساعد في كسب تأييد الرأي العام<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عبيدة الصبطي وكلثوم مسعودي، مرجع سابق، ص 188

<sup>2</sup> جمال بلبراهم: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية: رسالة ماجستير، كلية العلوم التجارية، جامعة حسيبية بن بوعلي، شلف 2009، ص 63.

<sup>3</sup> د. عبد الرحمان بن عبد الله العبد القادر (مرجع سابق) ص 197

<sup>4</sup> عبيدة الصبطي وكلثوم مسعودي، مرجع سابق، ص 184

### المطلب الثالث: أهمية الصورة الذهنية

تشكل الصورة الذهنية للمؤسسات عاملا حيويا ومهما في التسويق وترويج الأهداف العامة لها وأيضا الأداء رسالتها<sup>1</sup>. وإذا لم تتمكن من جذب أفراد المجتمع وتسويق لمنتجاتها أو خدماتها ونشاطاتها وبرامجها ستبقى عاجزة عن تحقيق رسالتها خاصة في ظل تنافس المؤسسات على جذب الجماهير وكسب ثقتهم ودعمهم، فهنا لا يمكن لأي مؤسسة التخلي عن صورتها الذهنية لدى الجمهور والسعي لبناء سمعة طيبة لها.

فإن أهملت المؤسسة أو الشركة أو المنظمة المسيرة صورتها الذهنية فإن الجمهور سيكون انطباعاته وتوجهاته حولها على ما تملكه من مصادر أخرى وعلى العموم يمكن تلخيص فوائد الصورة الذهنية فيما يلي:

- كسب تأييد وثقة الجماهير المختلفة اتجاه التنظيم.
- الحصول على مصادر تمويل ورعاية المؤسسة لتجسيد برامجها وخططها.
- إرساء الثقة والشعور بالانتماء في نفوس الأعضاء المؤسسين والعاملين بالمؤسسة.
- كسب اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الإعلام اتجاه المؤسسة ونشاطاتها والترويج لها.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>حامد مجيد الشطري، الاعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1 116ص، 2013

<sup>2</sup>حامد مجيد الشطري، مرجع السابق، ص 117

## المبحث الثاني: دور التلفزيون العمومي في الترويج لكرة القدم الجزائرية

### المطلب الأول: كرة القدم في الجزائر:

#### تاريخ كرة القدم في الجزائر:

إذا كان لكرة القدم في العالم تاريخا طويلا قبل وصولها إلى المحطة الحالية، أين تطورت طريقة ممارستها، فإن لهذه اللعبة الأكثر شعبية في العالم تاريخا أيضا في الجزائر مرت به.

فقبل اندلاع ثورة نوفمبر المجيدة بالجزائر، كانت هناك أندية ترمز أسمائها للإسلام والعروبة وكانت أداة من أدوات إيصال صوت الجزائر للعالم ونبذ الاستعمار على سبيل المثال نذكر كل من، مولودية الجزائر، الاتحاد الرياضي الإسلامي للبلدية، وهي اتحادات واجهتها رياضية لكن الغرض من تأسيسها كان سياسيا وهو الأمر الذي لم ترضاه السلطات الاستعمارية.

وكان لاندلاع ثورة التحرير أداة رياضية أخرى لإيصال صوت الثورة عبر العالم وخاصة لدى المنظمات الغير حكومية على غرار هيئة الأمم المتحدة، وتتمثل هذه الأداة في فريق جبهة التحرير الوطني وكان من أهم أبطاله رشيد مخلوفي أحد نجوم نادي "Saint Etienne".

بعد الاستقلال الذي نالته الجزائر، واصلت كرة القدم تطورها و ذلك بتأسيس الاتحاد الجزائري لكرة القدم عام 1962، وتعد هذه الخطوة منعطفا حاسما في تاريخ هذه اللعبة، خاصة أنه سنة بعد تأسيس الاتحادية، أعلنت انضمامها إلى الاتحاد الدولي لكرة القدم، و جاء بعد ذلك مرحلة الإصلاح الرياضي و التي شكلت بداية الأمور الجدية لكرة القدم الجزائرية<sup>1</sup>

وتحصل بعد ذلك المنتخب الوطني لكرة القدم على الميدالية الذهبية في ألعاب البحر الأبيض المتوسط التي احتضنتها الجزائر، وكانت المباراة النهائية أمام المنتخب الفرنسي.

أما الحدث القاري الذي تركت فيه الجزائر بصمتها، يكمن في نهائيات كأس أمم إفريقيا سنة 1990 و الذي احتضنته الجزائر و توج فيه منتخبنا الوطني بالكأس الإفريقية، حيث تغلب الخضر على المنتخب النيجيري في المباراة النهائية بنتيجة 1 مقابل 2<sup>2</sup>

<sup>1</sup>لمين خرواش إستراتيجية خصوصية الأندية الرياضية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر 2012، ص73.  
<sup>2</sup>La gazette olympique, revue trimestrielle du comité olympique n 03, page09

## ملخص لأهم الأحداث التي عرفتها كرة القدم الجزائرية:

- 1917: إنشاء قسم خاص بكرة القدم الجزائرية
- 1921: ميلاد أول فريق في الجزائر " مولودية الجزائر "
- 1962: تكوين فدرالية جزائرية لكرة القدم
- 1963: تنظيم أول بطولة و كأس في الجزائر، و توج بالبطولة إتحاد الجزائر و بالكأس وفاق سطيف.
- 1965: أول مشاركة للجزائر في الألعاب الإفريقية بالكونغو بالعاصمة برازافيل.
- 1967: تأهل تاريخي للجزائر في ألعاب البحر الأبيض المتوسط التي لعبت في تونس
- 1970: أول تأهل للمنتخب الجزائري إلى نهائيات كأس أمم إفريقيا بإثيوبيا
- 1975: تتويج مولودية الجزائر بكأس إفريقيا للأندية البطة أمام حافيا كوناكري.
- 1976: تتويج المنتخب الجزائري بالميدالية الذهبية في ألعاب البحر الأبيض المتوسط.
- 1976: محمد معوش أول رئيس لاتحادية كرة القدم.
- 1980: أول مشاركة للجزائر في الألعاب الأولمبية بروسيا
- 1982: أول تأهل للمنتخب الجزائري لنهائيات كأس العالم بإسبانيا
- 1990: تتويج المنتخب الوطني بكأس أمم إفريقيا لأول مرة بالجزائر
- 1997: مولودية وهران تتوج بأول كأس عربية بمصر
- 1998: أول تتويج لوداد تلمسان بكأس العرب ضد الشباب السعودي بنتيجة 3-1<sup>1</sup>
- 2001-2002-2003: تتويج شبيبة القبائل بكأس الكونفدرالية الإفريقية ثلاث مرات على التوالي.
- 2014: تأهل المنتخب الوطني لنهائيات كأس العالم بالبرازيل.
- 2019: تتويج المنتخب الجزائري بكأس إفريقيا للمرة الثانية بمصر.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>أرشيف كرة القدم الجزائرية: <https://www.lequipe.fr/Football/archives/championnat-d-algerie.html> تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/24 على الساعة: 23:25

## المطلب الثاني: الاحتراف الرياضي في الجزائر:

### ظهور الاحتراف في الجزائر:

إن تكيف الرياضة مع الضغوطات والمتطلبات الجديدة للعالم في تغيير مستمر يمثل أكبر تحدي تواجهه السلطات العمومية، وقد تم إدخال الاحتراف لأول مرة في التشريعات الرياضية في الجزائر عن طريق القانون رقم 03-89 المؤرخ في 14 فيفري 1989 المتعلق بالتنظيم للمنظومة الوطنية للتربية البدنية و الرياضية وتطويرها، وهذا تماشيا مع ما جاء به الدستور الجزائري لفيبرابر 1989 الذي تميز بالخضوع لمنطق قانوني جديد يتميز بالاستقلالية و التحرر، ثم تبعها الأمر رقم 09-95 المؤرخ في 25 فيفري 1995 في المواد (15، 20، 21 و 22) و الذي كرس بجانب النوادي الرياضية للهواة و النوادي الرياضية المحترفة، إذ تم تحديد شروط و كفاءات ممارسة النشاط الرياضي المحترف و هذا بموجب مرسوم تطبيقي غير أن وضع الأدوات اللازمة لهذا النشاط عرف منذ بدايته حدود أهدافه، فالأندية الرياضية لم تكن جاهزة من جانب الوسائل و الماديات في تطبيق الاحتراف الرياضي.<sup>2</sup>

كان علينا أن ننتظر الموسم الرياضي 2000/1999 لبداية عهد جديد بالنسبة للرياضة الأولى في الجزائر، فبعد عدة سنوات من الانتظار اتخذ القرار الحاسم و الخوض في التجربة الاحترافية، صادف القرار الجمعية العامة للاتحادية الجزائرية لكرة القدم على التوجيهات الجديدة لوزارة الشباب والرياضة خلال دورتها المنعقدة في 23 جويلية 1998 و المتعلقة بنظام المنافسة الوطنية الجديدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>موقع الفاف: <https://www.faf.dz/category/equipe-nationale-a> تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/24 على الساعة 22:21

<sup>3</sup>صونيا تومي مبارك، عقد احتراف لاعب كرة القدم تمحورت حول الإطار القانوني الذي يخضع له تكوين و انتهاء العقد في التشريع الجزائري ص 55

## المطلب الثالث: التلفزيون الجزائري:

في جويلية 1986 تم إعادة هيكلة التلفزيون الوطني إلى أربعة مؤسسات وطنية، و انطلاقا من استديوهاتها في الجزائر العاصمة، و محطاتها الجهوية الأربعة: وهران، قسنطينة، ورقلة و بشار ينتج التلفزيون الجزائري قناة وطنية هرتزية موصولة بالقمر الصناعي في الجنوب الكبير و 9 قنوات فضائية ( قناة الجزائر، القناة الثالثة، القناة الرابعة الأمازيغية، القناة الخامسة للقرآن الكريم، القناة السادسة الشبابية، قناة المعرفة السابعة، قناة الذاكرة الثامنة و القناة التاسعة البرلمانية) و باعتبار التلفزيون الجزائري تلفزيون عموميا، فهو يساهم في التماسك الوطني ضمن احترام خصوصيات كل منطقة من مناطق الجزائر، و طبقا للمهام المنوطة به كمرفق عام يجب على التلفزيون بصفة خاصة أن يعمل بصفة كاملة و موضوعية و أن يلبي حاجيات مختلف الشرائح الاجتماعية و أن يساهم في إنتاج الأعمال الفكرية و تطورها.<sup>1</sup>

## مراحل تطور التلفزيون الجزائري:

للحديث عن تطور التلفزيون الجزائري يجب أن نراعي فيه الجوانب الآتية:

إن إقامة إعلام وطني ومنه تلفزيون وطني كان لابد أن يمر عبر إعادة النظر في مختلف التشريعات والنصوص الإعلامية التي كانت تسيطر على القطاع السمعي البصري.

ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفة عامة والقطاع السمعي البصري بصفة خاصة وتدعيم مختلف البنيات القاعدية والتوسع بها بالشكل الذي يساعد على خدمة أهداف الأمة في مقدمتها القضاء على التخلف وتحقيق التنمية.

تكيف القطاع الإعلامي (قطاع السمعي البصري) مع ما يشهده الوطن والعالم من تطورات على مستوى الخدمة المقدمة من قبل هذه الوسائل.<sup>2</sup>

وقد تطور الإعلام الجزائري عبر أربعة مراحل وكل مرحلة لها خصائصها المميزة لها ونذكرها كما يلي:

<sup>1</sup>الإعلام و الثقافة في الجزائر 1962-1982، وثائق تشريعية، منشورات وزارة الإعلام الجزائرية 1981، ص 11  
<sup>2</sup> د. اسعيداني سلامي، د.ليلي فقيري، التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الإعلام السمعي البصري (التلفزيون الجزائري نموذجا)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ديسمبر 2016، ص101

## • المرحلة الأولى: 1962-1965:

هذه المرحلة رغم قصرها فإنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن والوطن، ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية وأهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف.<sup>1</sup>

## • المرحلة الثانية: 1965-1976:

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام، وألغى بالقوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب طرفية ففي عام 1967 تم إلغاء سيران النصوص الفرنسية في مجال الإعلام التي مدد سريان مفعولها بموجب القانون 157-62 الصادر في ديسمبر، وقد عبر رئيس مجلس الثورة "هوارى بومدين" عن أسباب إلغاء القوانين التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية، فالسياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني.

إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية كما في ذلك القطاع السمعي البصري وهذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام، الأمر الذي جعل أحد المختصين يصف هذه المرحلة بالسبات الشتوي.<sup>2</sup>

## المرحلة الثالثة: 1976-1990:

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله ومنها وسائل الإعلام السمعية البصرية، خصوصا في استكمال بناء مختلف المؤسسات والهيكل السياسية والاقتصادية وبدأت المعالم السياسية والإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، حيث أشار إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية، كما دعا إلى ضرورة إصدار قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية، والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام، وتوفير الإطارات الإعلامية اللازمة المواكبة لخطط التنمية وإشباع مختلف حاجات الجماهير في إعلام موضوعي وجيد

<sup>1</sup> محمد الشطاح، الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى و الجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2002، ص 85  
<sup>2</sup> المشروع الجديد لملف السياسة الإعلامية، حزب جبهة التحرير الوطني، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب الجزائري، 1982، ص 34

وعرفت بداية الثمانينيات مناقشة أول مشروع لملف السياسة في الجزائر منذ الاستقلال، وتم تحديد بأن مفهوم الجزائر للإعلام جزء لا يتجزأ عن السلطة السياسية المتمثلة في ، وتم تحديد وظائف الإعلام في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط.<sup>1</sup>

و تم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو التالي:

- التربية والتكوين والتوجيه.

- التوعية والتجنيد.

- التعبئة.

- الرقابة الشعبية.

- التصدي للغزو الثقافي.

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد ضمن الخطوط العامة للميثاق الوطني ودستور عام 1976.<sup>2</sup>

#### • المرحلة الرابعة: 1990-2007:

بدأت هذه المرحلة منذ 1990 بصور الدستور الجديد نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، وتميزت هذه المرحلة بصور العشرات من الصحف خاصة بعد صدور قانون الإعلام لعام 1990 ،والذي أكد على حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة إلا أن قطاع السمي البصري ومنه التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة. وصادر منذ 1990 مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام سنة 1998 وسنة 2002 وقد تناولوا القطاع السمي البصري بشيء من التوسع والتركيز، ولكن يبدو أن حساسية القطاع وخاصة التلفزيون جعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة والمستقلة بعدم إصدار قانون جديد للإعلام.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الإعلام السمي البصري (التلفزيون الجزائري نموذجا) مرجع سابق

<sup>2</sup>Zouhir IHDDADEN , colloque sur la presse écrite sur Maghreb, ( eddit/walfzug : Hum Berg, 1989) p 142.

<sup>3</sup>زهير إحدادن، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1999، ص 105.

## تطور التلفزيون الجزائري قبل 1986:

لا يمكننا الحديث عن التلفزيون كتنظيم أو مؤسسة بمفردها قبل 1986 سواء من حيث التطور والتوسع في التكنولوجيا أو من حيث الميزانيات المخصصة للتشغيل أو من حيث المراسيم والقوانين التي تسير هذه المؤسسة فقد ظل التلفزيون كمؤسسة مرتبطة بالإذاعة والحال كان كذلك في العديد من الدول ضمن ما يسمى بالسمعي البصري كفرنسا مع RTF و ORTF، حيث أنشئ ديوان الإذاعة والتلفزيون الفرنسي ( ORT خلفا لـ RTF بمقتضى قانون 23 جوان 1964 لهيكل الديوان في أوت 1976 إلى ستة مؤسسات هي: TF1-RE-TDF-FD-- و INA-FR3 في مصر والبلدان العربية ضمن هيئة اتحاد الإذاعة والتلفزيون والتي مازالت تعمل بنفس التنظيم إلى يومنا هذا.

أما في الجزائر فقد أنهى المرسوم رقم 86-147 بتاريخ جويلية 1986 الارتباط الهيكلي بين الإذاعة والتلفزيون بعد أن أعاد هيكله مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري RTA إلى أربع مؤسسات مستقلة هي:

- المؤسسة الوطنية.
- المؤسسة الوطنية للبحث الإذاعي. ENRS.
- المؤسسة الوطنية للبحث الإذاعي والتلفزيوني. ENT.D.
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري. ENPA.

فيما يتعلق بالإعانات الحكومية فإن الدولة لم تكن تمنح لقطاع (الإعلام) من الميزانية السنوية سوى القليل، لكن بعد هذا التاريخ ومع اتضاح معالم التوجه الجزائري في مجال التنمية أخذ قطاع الإعلام يحظى بشيء من الاهتمام، إلا أننا يلاحظ في هذا الإطار هو أن ما يزيد عن 70 % من ميزانية الدولة المخصصة لقطاع الإعلام كانت موجهة للصحافة السمعية البصرية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بغداد أحمد بليلة، التلفزيون الجزائري، دار البدر الساطع للنشر، الجزائر، ص 84، 2019

## التلفزيون الجزائري بعد 1986 المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENT V:

سبقت الإشارة إلى أن اتفاقية أيفيان نصت على بقاء الإذاعة والتلفزيون في يد السلطات الاستعمارية على أن تسلما لاحقاً، إلا أن السلطات الجزائرية قررت وعن طريق جيش التحرير الوطني فرض سيادتها على مقر الإذاعة والتلفزيون في 08-10-1968م، وتأسست لاحقاً مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري التي تحولت بعد إصلاحات 1986 إلى المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENT V بمقتضى المرسوم رقم 86-147 في جويلية 1986 حيث حدد المرسوم طبيعة المؤسسة بأنها مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي واجتماعي وثقافي وتمارس الاحتكار في مجال البث البرمجي التلفزيوني على كامل التراب الوطني، أما أهداف ووظائف المؤسسة فهي وظائف أي قناة تلفزيونية عمومية، وهي الإعلام و الترفيه<sup>1</sup>

## التلفزيون الجزائري وإصلاحات 1991:

عرفت الجزائر في نهاية الثمانينيات إصلاحات سياسية تماشيا ودستور فيفري 1989 الذي نقل الدولة الجزائرية من النظام الاشتراكي الذي تتقاسم فيه السلطة والتسيير الحزب والدولة إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي طبقاً للمادة 40.

وفي مجال الإعلام واستجابة لروح دستور 1989 صدر قانون الإعلام عام 1990 والذي أشار في مادته الثانية أن هذا القانون يعبر عما جاء في المواد 356، 36، 39، 40 من الدستور خاصة فيما يتعلق بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي.

أيضاً أشار قانون الإعلام المذكور في مادته 12 إلى التغييرات الجديدة التي ستطرأ على أجهزة القطاع السمعي البصري وكذلك قطاع الصحافة المكتوبة التابع للقطاع العام والتي يجب أن تتكيف وطبيعة المرحلة (مرحلة التعددية حيث جاء في المادة المذكورة أنه تنظم أجهزة الإذاعة الصوتية والتلفزيونية ووكالة التصوير الإعلامي ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقاً للمادتين 44 و 47 من القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 جانفي 1988 والذي يمثل القانون المتضمن قانون المؤسسات العمومية وعليه صدر المرسوم التنفيذي 21 أفريل 1991 رقم 91-101 الذي قدم تطورات وأهدافاً جديدة مقارنة بمرسوم 1986.<sup>2</sup>

وأهم هذه التغييرات يمكن ذكرها في ما يلي:

<sup>1</sup> نشرة النظرة، التلفزيون الجزائري، 2001، ص 13

<sup>2</sup> محمد الشطاح، الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى و الجمهور (مرجع سابق)، ص 105

- المؤسسة الوطنية للتلفزة ENTV تتحول إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وهذا أمر جديد مقارنة بمرسوم 1986 الذي يحدد طبيعة المؤسسة في كونها مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي ويبدو أن الاختلاف في الطبيعيتين كبير جدا.
- -يحدد المرسوم 1991 مهام المؤسسة طبقا لدفتر الشروط وهي:
- احترام حرية التعبير والتعددية لمختلف التيارات والآراء والأفكار ضمن احترام مبدأ المساواة في المعالجة للموضوعات والشفافية، واحترام توصيات المجلس الأعلى للإعلام والذي حل في عام 1993 وحولت مهامه إلى وزارة الاتصال والثقافة
- أيضا تضمن دفتر الشروط موضوعات أخرى كالهوية العمومية للقناة والتي يجب أن تتركز على الركائز الثلاث، الإعلام، الترفيهية والترفيه، كذلك يحدد حصص بث البرامج الوطنية وبعض القواعد العامة فيما يتعلق ببث الإعلام أو الإشهار.<sup>1</sup>
- تعويض مجلس التوجيه بمجلس للإدارة يتكون من 10 أعضاء فقط لكنه يتمتع بصلاحيات أوسع، مهمته السهر على استقلالية الخدمة العمومية للتلفزيون، واحترام ما جاء في دفتر الشروط، ويرأس مجلس الإدارة من طرف المدير العام للمؤسسة على عكس الإدارة السابقة الذي يرأس مديرها من قبل وزير الاتصال والإعلام أو من قبل ممثل له.
- وما يلاحظ على المرسوم الجديد أنه يتجه نحو منح المؤسسة استقلالية أكثر والتخلص تدريجيا من الإشراف والإدارة المباشرة من قبل الوصاية الممثلة في وزارة الاتصال والإعلام أو من يمثلها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> تلفزيون الجزائر، على الموقع: <https://m.marefa.org/%D8> تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/14 على الساعة: 14:52

<sup>2</sup> Le rapport annuel d'activité de l'établissement, 1996, p 3

## مهام ووظائف المؤسسة الوطنية للتلفزيون:

طبقا للمرسوم التنفيذي 91-101 فإن المؤسسة وباعتبارها الخدمة العمومية فإنها تتضمن كل النشاطات كالأعداد والإثراء والإنتاج والتوزيع للبرامج من كامل التراب الوطني لأجل غايات محددة في الإعلام والتثقيف والترفيه، وعلى المؤسسة ضمان تعددية واستقلالية المعلومة (الإعلام) وتشجيع الاتصال الاجتماعي من قبل الحكومة والهيئات التابعة لها وعليه فإن المؤسسة وفي نفس الإطار يجب أن تقوم بالمهام والوظائف الآتية:

- تغطية كل نشاطات الحكومة.
- تغطية الحملات الانتخابية.
- نقل مناقشات البرلمان.
- !ويجب أن تكون البرامج الوطنية ناطقة باللغة العربية أو معربة أو مدبلجة بالنسبة للبرامج الأجنبية.

ويحدد دفتر الشروط الحصص سنويا على الشكل التالي:

- 40 % للبرامج الوطنية.
- 30 % من البرامج في مجال الخيال يجب أن تكون وطنية.
- 60 % من هذه البرامج يجب أن تكون ناطقة باللغة العربية أو مدبلجة.
- 10 % من الإنتاج السينمائية يجب أن يكون وطنيا.
- 50 % من الإنتاج السينمائي الذي يعرض يجب أن يكون ناطقا بالعربية، أو مدبلجا إلى هذه اللغة.

وما يمكن ملاحظته في هذا هو عدم احترام ما ينص عليه دفتر المهام حيث نلاحظ أن شبكة البرامج لا تظهر وفقا لما هو وارد.<sup>1</sup>

وعموما يمكن القول أنه وانطلاقا من القوانين المسيرة للتلفزيون الجزائري أن هناك فقر على مستوى النصوص إذ لا يعقل أن تدخل المؤسسة القرن الحادي والعشرين بقوانين تعود إلى نهاية الثمانينيات من القرن الماضي، أين كانت المؤسسة تهيمن فعلا على الفضاء الإعلامي الجزائري.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>محمد شطاح مرجع سابق الذكر، ص 111

<sup>2</sup> Fatima el-Issawi, **Algerian National Media : Freedom at a cost**, LSE Middle East Centre Rapport, February 2017 p24

# الإطار التطبيقي

## بطاقة تقنية:

# المؤسسة العمومية للتلفزيون: Etablissement public de télévision (EPTV):

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون، أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري. تعتبر المؤسسة أقدم خدمة بث في البلاد تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهي موضوعة تحت وصاية وزير الإعلام.

تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتنقيف. وهي تدير حاليا شبكة تلفزيونية واحدة، التلفزيون الجزائري، بالإضافة إلى ثماني قنوات تلفزيونية وطنية، وهي كانال ألجيري (Canal Algérie)، والجزائرية الإخبارية، وقناة الأمازيغية وقناة القرآن الكريم، الجزائرية السادسة، والمعرفة وقناة الذاكرة والبرلمانية.<sup>1</sup>

تم بسط السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون في 28 أكتوبر 1962.<sup>2</sup>

عرفت عدة تحولات إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة و التلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ بـ01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون حيث يتواجد مقرها بـ21 شارع الشهداء الجزائر العاصمة<sup>3</sup>. فهي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري، تملك الشخصية المعنوية و تأخذ وزارة الاتصال على عاتقها مسؤولية تسييرها وتحديد ميزانيتها.

يضمن التلفزيون الجزائري التغطية على كامل التراب الوطني و هذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية و الثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني و المحلي في الدرجة الأولى، و كذا المجتمع الدولي و مختلف قضاياها الراهنة، التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة.

<sup>1</sup> موقع: <https://www.entv.dz/category/info-eptv/>، تم الإطلاع عليه يوم: 2024/05/15، على الساعة: 03:42

<sup>2</sup> موقع: <https://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/8211>، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/16

على الساعة: 03:00

<sup>3</sup> موقع: <https://www.entv.dz/> تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/17 على الساعة: 01:18

كما يسهر التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة و التركيز على العمل بأجهزة متطورة وتنقسم المؤسسة إلى 06 مديريات أساسية هي:

مديرية الأخبار والإنتاج والبرمجة والخدمات التقنية والتجهيز والإدارة العامة والعلاقات الخارجية، بالإضافة إلى مركز الأرشيف، المحطات الجهوية و المديريات التجارية.

### القناة الجزائرية السادسة:

وتعرف أيضا باسم القناة الشبابية، وهي سادس قناة عمومية انبثقت عن المؤسسة الوطنية للتلفزيون و قد تم الإعلان الرسمي لبداية بث هذه القناة في سنة 2020 وبالتحديد يوم 26 مارس 2020<sup>1</sup>.

وتبث القناة برامج أطفال من رسوم متحركة، وأفلام أطفال، مسلسلات وأفلام وسلسلات فكاوية جزائرية، أفلام ومسلسلات أجنبية، مباريات كروية للمنتخب الوطني من خلال برنامج تاريخ وأمجاد، مسرحيات وبرامج منوعات من إنتاج التلفزيون الجزائري، برامج اجتماعية ودينية. بالإضافة إلى امتلاكها لحقوق بث مباريات الرابطة المحترفة الأولى موبيليسو الحصة المتعلقة بالرابطة و المسماة ب"في التسعين"

### برنامج " في التسعين ":

يعتبر برنامج رياضي معلوماتي يقوم بنقل كل الأخبار الرياضية دولية كانت أو محلية لكن بالخصوص فهي تركز في محتواها على الأحداث التي تدور في الرابطة المحترفة الأولى "موبيليس".

يقوم بتنشيطها الصحفي الجزائري كريم آيت عثمان و الذي يعتبر صحفيا و منشطا في التلفزيون العمومي منذ مدة طويلة فهو يعتبر من أقدم صحفي في التلفزيون الجزائري يستضيف دوما الحكم الدولي السابق محمد زكريني إذ يمتلك هذا الأخير خبرة واسعة في مجال التحكيم إضافة إلى ذلك فهو يعتبر حكما دوليا سابقا. يسعى من خلال الحصة إلى التعليق على كل الجدليات التحكيمية التي تحدث في الدوري. إضافة إلى الصحفي جابر نعمون فهو مختص في الجانب التحليلي والتكتيكي للمباريات إضافة إلى ضيف رابع يختلف من حصة إلى أخرى ( لاعب سابق، مدرب، رئيس هيئة أو نادي...إلخ).

وتنقسم الحصة إلى عدة فقرات فهي دائما تبدأ بالجانب الدولي (المنتخب الوطني، كأس إفريقيا، كأس العرب...) وبعد ذلك الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى يأخذ الحصة الأكبر من توقيت الحصة،

<sup>1</sup>موقع: /السادسة-الجزائرية-3/https://www.entv.dz تم الإطلاع عليه يوم: 2024/05/19، على الساعة: 04:50

فهو يمتلك العديد من الفقرات أبرزها (لقاء الجولة وملخص مباريات...)، وفي الختام يختم منشط البرنامج برابطة الهواة.

تعتبر حصة في التسعين حصة أسبوعية فهي تبث كل يوم سبت على الساعة 10 ليلا وذلك بعد انتهاء معظم مباريات الجولة من الرابطة المحترفة الأولى.

قبل التطرق لتحليل محتوى مضامين حصة في التسعين، خلال فترة تحضيرية لهذه الدراسة قمت بتربص مع مؤسسة الاتصال Media Marketing وهي مؤسسة اتصالية متخصصة في خدمات التواصل والإعلام، من خلال هذا التربص حصلت على الحلقات اللازمة من الحصة التي أردت تحليلها، هذه الحلقات تم توفيرها بفضل الإمكانيات والموارد المتاحة لدى Media Marketing مما ساعدني في الوصول إلى المحتوى المطلوب بشكل فعال ومنظم، ساهمت هذه المواد في إثراء دراستي ومنحتني قاعدة بيانات قوية لتحليل مضامين الحصة بشكل دقيق وشامل.

### تحليل محتوى حصة في التسعين على القناة السادسة الشبابية:

#### تحديد عينة حصص في التسعين:

جدول 1 يمثل وحدات عينة الدراسة لحصة في التسعين على القناة السادسة الشبابية

وحدات عينة الدراسة	تاريخ وحدات عينات الدراسة	مدة في التسعين بالثانية
الوحدة الأولى	2024/01/06	01:24:42 ثانية
الوحدة الثانية	2024/01/13	01:22:18 ثانية
الوحدة الثالثة	2024/01/27	01:13:32 ثانية
الوحدة الرابعة	2024/02/10	01:20:18 ثانية
الوحدة الخامسة	2024/02/17	01:16:52 ثانية
الوحدة السادسة	2024/02/24	01:16:26 ثانية
الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى		
الوحدة الأولى	2024/01/06	32:03
الوحدة الثانية	2024/01/13	50:56
الوحدة الثالثة	2024/01/27	55:42
الوحدة الرابعة	2024/02/10	60
الوحدة الخامسة	2024/02/17	47:08

155:53 <sup>1</sup>	2024/02/24	الوحدة السادسة
---------------------	------------	----------------

### تحليل الحلقة الأولى من برنامج في التسعين: السبت 2024/01/06:

فئات الشكل:

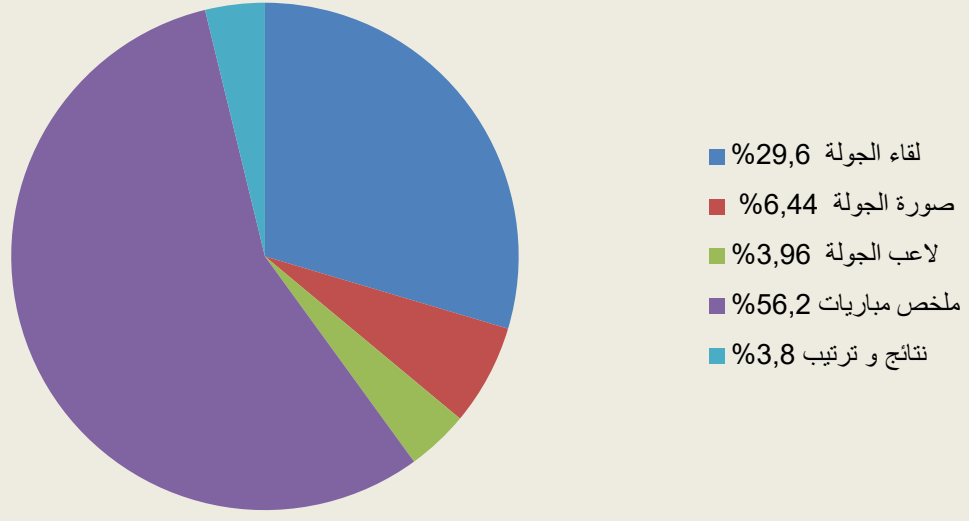
• فئة المساحة:

جدول 2 يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	المدة الزمنية بالدقيقة	الموضوع
29,60%	9:48	لقاء الجولة
6,44%	2:07	صورة الجولة
3,96%	1:27	لاعب الجولة
56,20%	18	ملخص لمباريات الجولة
3,80%	1:21	نتائج و ترتيب
100%	32:03	المجموع

<sup>1</sup> Boite de communication Media Marketing, Période de stage pratique depuis 8 Mars 2024 jusqu'à 8 Avril 2024

رسم توضيحي 1: يوضح النسب المئوية لفئة المساحة لكل موضوع من حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

نلاحظ في الجدول أن ملخصات مباريات الجولة تأتي في المرتبة الأولى من حيث المدة بثمانية عشر دقيقة، في حين شغلت "لقاء الجولة" مساحة تسع دقائق وثمانية و أربعون ثانية لتأتي بعدها "صورة الجولة" بمدة قدرها دقيقتين و سبع ثواني، بعد ذلك فإن فقرة "لاعب الجولة" غطت مساحة تقدر بدقيقة و واحد و سبعة و عشرين ثانية و في الأخير فإن فقرة "نتائج و ترتيب" غطت مساحة تقدر بدقيقة و واحد و عشرين ثانية.

نلاحظ أن المساحة الأكبر للحصة كانت من نصيب "ملخص مباريات" و أقلها منها فقرة "لقاء الجولة" و نلاحظ أيضا أن باقي الفقرات لم تؤخذ مساحة كبيرة من الحصة فمثلا فقرة "صورة الجولة" لم تأخذ سوى دقيقتين و سبع ثواني.

### القراءة التضمينية:

تخصص حصة "في التسعين" التي تبث على القناة السادسة الشبابية الحصة الأكبر لمخلص المباريات بحوالي 18 دقيقة فالحصة تخصص مساحة كبيرة للتحليل والتعليق على أحداث المباريات. هذا يشير إلى أهمية بارزة تُعطى لنتائج المباريات وتطوراتها في البرنامج، مما يساعد في تعزيز الوعي بالرياضة وتحفيز المشاهدين لمتابعة الرابطة المحترفة الأولى.

أما فقرة "لقاء الجولة" أخذت مساحة زمنية قدرها 9:48 دقيقة و هذا راجع إلى تسليط الضوء على أقوى مباراة في الجولة مما يؤدي إلى القيام بتغطية خاصة لتلك المباراة و عرض مناقشات مفصلة حول

أحداث الجولة و الكشف هن كل تفاصيل المباراة من أداء الفرق واللاعبين و تصريحات المدربين، يُعتبر هذا التركيز على تحليل أقوى مباريات الجولة فرصة مهمة لتسليط الضوء على جوانب مختلفة من الرياضة (تكتيكية، نفسية، تحكيمية... الخ) بالإضافة إلى إثراء فهم المشاهدين و توضيح كل ما هو غير مفهوم.

أما "صورة الجولة" فقد أخذت مساحة زمنية قدرها 2:07 دقيقة هذه الفقرة يمكن أن تلعب دورًا هامًا في جذب المشاهدين فهي تساهم في توفير تجربة بصرية لهم وتعزيز اندماجهم في أحداث الرياضة، وقد تكون هذه اللقطات مفيدة في جذب الانتباه وتعزيز تواصل الجمهور مع البرنامج.

بالإضافة إلى ذلك فإن حصة في التسعين خصصت مساحة زمنية قدرها 1:27 دقيقة لفقرة "لاعب الجولة" و ذلك من أجل تسليط الضوء على الأداء الفردي والمهارات البارزة، مما يعزز التعرف على اللاعبين وتعزيز الهوية الرياضية للرابطة المحترفة الأولى، و تشجيع كل لاعبي الرابطة المحترفة الأولى على العمل و رفع المستوى الفردي لكل واحد منهم، و بالتالي المساهمة في رفع مستوى مباريات الرابطة المحترفة الأولى بشكل عام.

و في الأخير خصصت حصة في التسعين 1:21 دقيقة لعرض نتائج الجولة بالإضافة إلى الترتيب، و هذا يعكس الاهتمام بالجوانب الإحصائية للرياضة وتوفير المعلومات الأساسية للمشاهدين. هذه الجوانب تعزز الوعي بالتنافس وتحفيز المزيد من المناقشات والمتابعة.

#### ● فئة الموقع:

جدول 3 يمثل موقع كل موضوع في حصة في التسعين "الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى"

الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى								
المجموع		النهاية		الوسط		البداية		الموقع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الموضوع
16%	1	0%	0	0	0	35%	1	لقاء الجولة
16%	1	0%	0	0	0	20%	1	صورة الجولة
16%	1	0%	0	30%	1	0%	0	لاعب الجولة
36%	2	0%	0	70%	1	45%	1	ملخص مباريات
16%	1	100%	1	0%	0	0%	0	نتائج وترتيب

100%	6	100%	1	100%	2	100%	3	المجموع
------	---	------	---	------	---	------	---	---------

### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال جدول 2 الذي يمثل موقع كل موضوع في حصة في التسعين "الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى" أن "ملخص مباريات" يحتل بداية ووسط النشرة بنسبة 45% و70% بالترتيب في حين أن "لقاء الجولة" و"صورة الجولة" كانا في البداية فقط بنسبتي 35% و20% أما "نتائج وترتيب" ظهرت في نهاية الجزء فقط بنسبة 100%.

### القراءة التضمينية:

نلاحظ أن فقرة "ملخص مباريات" أخذت نسبة كبيرة من الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى حيث تكررت في بداية الجزء بنسبة 45% بالإضافة إلى وسط الحصة بنسبة 70% وهذا يعكس إستراتيجية لجذب اهتمام المشاهدين مباشرة من خلال تقديم المحتوى الأكثر إثارة وتشويقاً، وهو الملخصات. ثم تكرارها في وسط الحلقة يهدف إلى الحفاظ على انتباه المشاهدين وتعزيز التفاعل مع الحلقة، لأن أغلبية المشاهدين يريدون مشاهدة مباريات فرقهم التي لم تكن متلفزة.

فقرة "لقاء الجولة" فتكرر في بداية الجزء بنسبة 35% وذلك من أجل تسليط الضوء على أهم لقاء في الجولة و الحديث عنه في البداية يساهم في رفع الإثارة و الفضول بالنسبة للمشاهدين إضافة إلى بناء سياق وفهم لما سيتم تناوله في البرنامج، ويمنح المشاهدين فهماً سريعاً لأهم نقاط النقاش في الجولة.

أما فقرة "صورة الجولة" فتكررت هي الأخرى في بداية الحصة مباشرة بعد انتهاء فقرة "لاعب الجولة" بنسبة 20% وذلك من أجل توفير تجربة بصرية للمشاهدين و اندماجهم مع الأحداث الرياضية وجاءت هذه الفقرة في بداية الحصة سعياً لجذب المشاهدين لمتابعة كل أحداث البرنامج إضافة إلى عمل الحصة على تغطية كل خفايا الجولة.

بالإضافة إلى ذلك تأتي فقرة "لاعب الجولة" التي تكررت في وسط الحصة فقط بنسبة 30% إذ تعمل الحصة على إعادة جذب اهتمام المشاهدين الذي قد يتسرب بمرور الوقت، ويساعد في ربط المشاهد بالأحداث الفردية والإنجازات البارزة ضمن الجولة، إضافة إلى تشجيع باقي اللاعبين على العمل و الرفع من مستواهم الفردي و الجماعي.

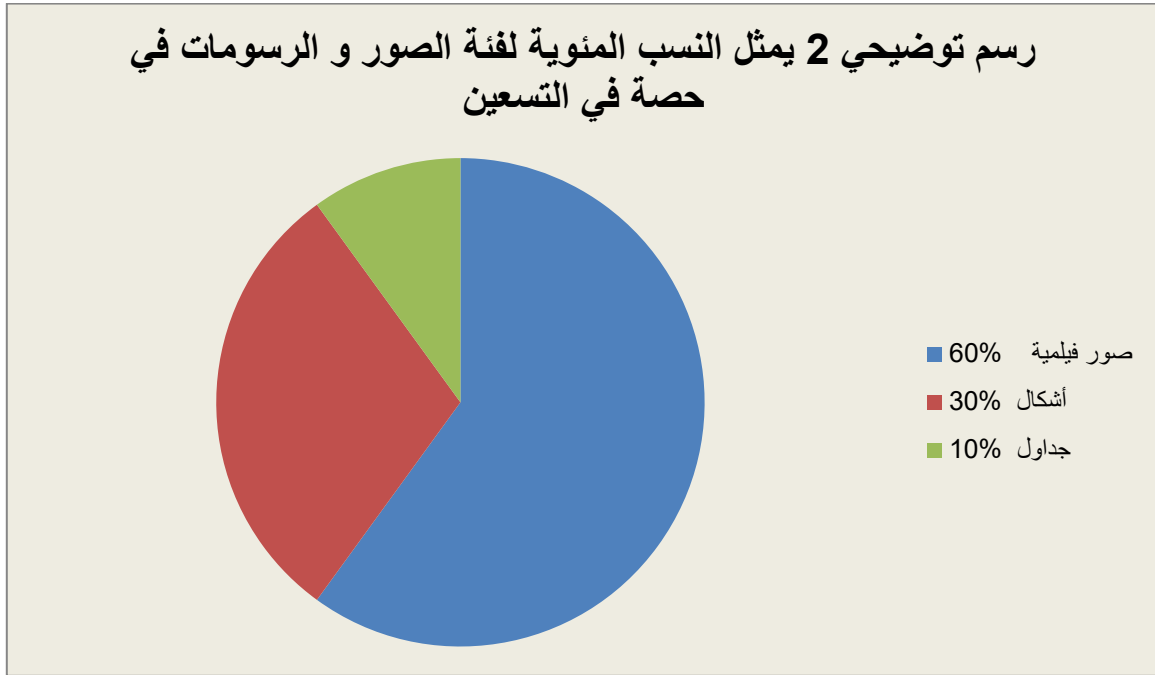
و في الأخير تأتي فقرة " نتائج و ترتيب" في ختام الحصة بنسبة 100% يؤكد على أهمية هذه المعلومات لمتابعي الدوري، حيث يحرص الكثيرون على معرفة النتائج النهائية وتأثيرها على الترتيب العام. هذا يضمن إبقاء المشاهدين متابعين للبرنامج حتى نهايته.

#### • فئة الصور والرسومات:

جدول 4 يمثل تكرار أنواع الصور و الرسومات في حصة في التسعين

النسبة	التكرار	نوع الصورة
60%	9	صور فيلمية
30%	5	أشكال
10%	1	جداول
100%	11	المجموع

رسم توضيحي 2 يمثل النسب المئوية لفئة الصور و الرسومات في حصة في التسعين



## القراءة التعيينية:

نلاحظ من الجدول 4 الذي يمثل تكرار أنواع الصور و الرسومات في حصة في التسعين أن الصورة الفيلمية هي التي أخذت الحصة الأكبر إذ تكررت 9 مرات بنسبة قدرها 60% في حين الأشكال تكررت 5 مرات بنسبة قدرها 30% أما الجداول فتكررت مرة واحدة وهذا بنسبة مئوية قدرها 10%

## القراءة التضمينية:

نلاحظ في الجدول أعلاه الذي يمثل تكرار أنواع الصور و الرسومات في حصة في التسعين أن الصور الفيلمية تكررت 9 مرات بنسبة قدرها 60% و ذلك بسبب أن الصور الفيلمية تتمتع بقدرة عالية على جذب انتباه المشاهدين و التفاعل معهم، بالإضافة إلى ذلك فإن الصور الفيلمية تساعد و تساهم في توصيل الرسالة بشكل فعال و تجعل المشاهد يشعر بالمشاركة والاهتمام و هذا ما يعزز فعالية الترويج للرابطة المحترفة الأولى.

أما الأشكال فتكررت 5 مرات بنسبة مئوية قدرها 30% أبرز هذه الأشكال كانت تبين بداية كل فقرة، و في آخر الحصة ظهرت النتائج التي تعتبر نوعا من الأشكال، حيث تسعى الحصة إلى خلق شعور الحماس و الشغف من أجل مشاهدة كل فقرات الحصة والحصول على المعلومات المتعلقة بالجولة من البداية إلى النهاية،

أما عدم تكرار الجداول الحصة إذ لم يظهر إلا مرة واحدة بنسبة 10% في نهاية الحصة و هذا من أجل أن يواصل المشاهد متابعة البرنامج إلى غاية نهايته من أجل أن يحصل على ترتيب الرابطة.

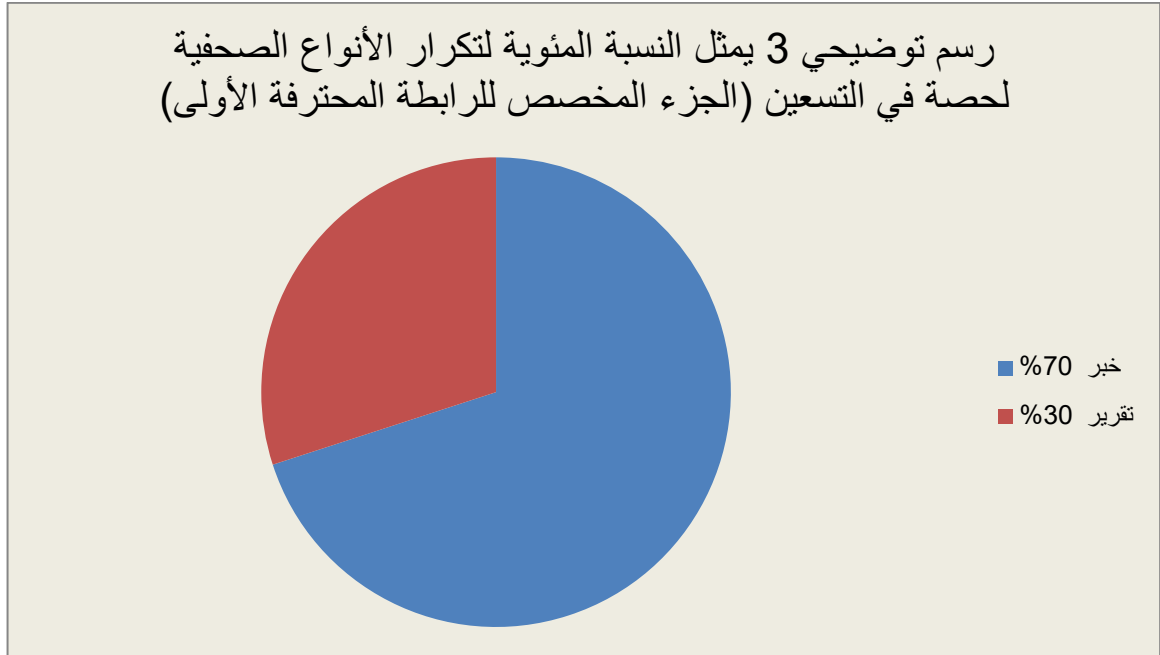
بالتالي، يمكن الاستنتاج أن تركيز حصة في التسعين على الصور الفيلمية يعكس إستراتيجية فعالة لجذب الانتباه و تعزيز الوعي بالرابطة المحترفة الأولى، وهذا يبرز أهمية استخدام العناصر البصرية الجذابة في الترويج التلفزيوني.

• فئة الأنواع الصحفية:

جدول 5 يمثل تكرار الأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة	التكرار	النوع الصحفي
70%	7	خبر
30%	3	تقرير
0%	0	روبورتاج
100%	10	المجموع

رسم توضيحي 3 يمثل النسبة المئوية لتكرار الأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



القراءة التعيينية:

نلاحظ في الجدول أعلاه الذي يمثل الأنواع الصحفية أن الخبر أخذ الحصة الأكبر من ناحية التكرارات حيث تكرر 7 مرات بنسبة مئوية قدرها 70% في حين التقرير لم يتكرر سوى 3 مرات بنسبة مئوية قدرها 30%.

## القراءة التضمينية:

من خلال الجدول يشكل الخبر البسيط المقدم من طرف الصحفي كريم آيت عثمان النوع الأكثر توظيفاً، إذ يعتبر هذا النوع الصحفي من أساسيات البرنامج و الهدف الرئيسي منها هو إيصال أكبر قدر من المعلومات المبسطة و المفهومة للجمهور الرياضي و هذا يوضح غياب الروبورتاج حيث تم تعويضه بصور من المباراة مثل لقاء الجولة الذي كان بين مولودية الجزائر و شبيبة القبائل، فقد قدم المنشط خبر المباراة و بعدها ظهرت مقتطفات من المباراة التي كانت تبث على القناة السادسة الشبابية.

أما التقرير فتم توظيفه 3 مرات و هذا بنسبة 30%، إذ يقوم صحفي البرنامج بعمل تقارير للمباريات التي لم تبث على القناة السادسة الشبابية، مثل مباراة مولودية وهران و نجم بن عكنون إضافة إلى مباراة الاتحاد السوفي و نادي بارادو، و هذا من أجل إطلاع الجمهور على كل المباريات المتلفزة و غير المتلفزة، كما تم استعمال التقرير أيضا في فقرة "لاعب الجولة" و هذا من أجل إبراز المهارات الفردية للاعب و السعي إلى تطوير المستوى الفردي للاعبين البطولة.

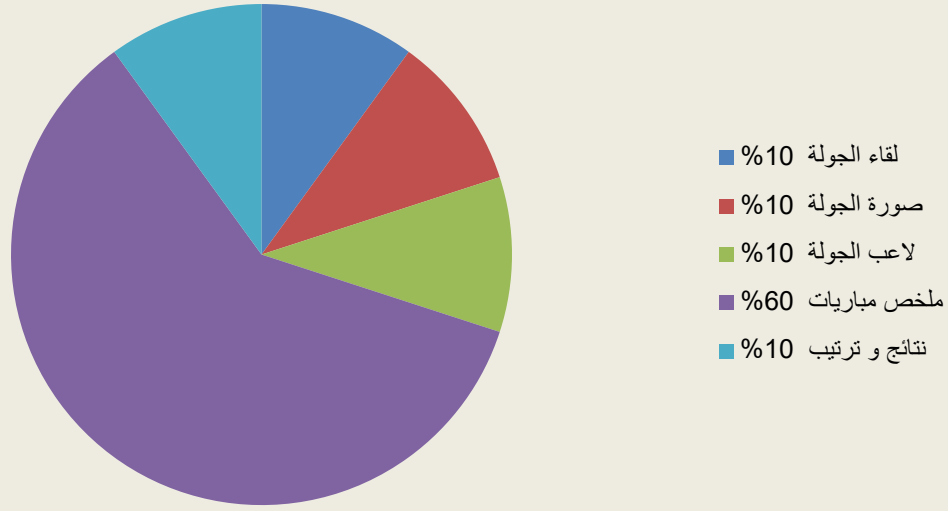
## فئات المضمون:

### • فئة المواضيع:

جدول 6 يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع
10%	1	لقاء الجولة
10%	1	صورة الجولة
10%	1	لاعب الجولة
60%	7	ملخص مباريات
10%	1	نتائج و ترتيب
100%	11	المجموع

رسم توضيحي 4 النسب المئوية لفئة الموضوع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

نلاحظ في الجدول 6 الذي يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين وجود 7 مواضيع تتعلق بـ"ملخص مباريات" بنسبة 60% من محتوى الحصة بينما تشترك باقي مواضيع الحصة نفس النسبة ألا وهي 10% لكل موضوع.

### القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فقرة "ملخص مباريات" أخذت المساحة الأكبر حيث تكررت 7 مرات وذلك بنسبة 60% وهذا راجع لأن هذه الفقرة تعد من أكثر الجوانب التي تجذب المشاهدين، خصوصاً الجمهور الشغوف بمتابعة كرة القدم الذي قد لا يكون لديه الوقت لمشاهدة جميع المباريات كاملةً. وبالتالي، يجد هؤلاء المشاهدين قيمة كبيرة في حصولهم على ملخصات شاملة ومكثفة تعطيهم لمحة سريعة عن الأحداث الرئيسية والأهداف بالإضافة إلى ذلك فإن تركيز الحصة على ملخصات المباريات يشير إلى إستراتيجية محددة قد تكون مبنية على بحوث ما يفضله المشاهدين، حيث يفترض أن هذه الملخصات هي الأكثر فائدة وترفيه للجمهور. هذا يدل على اهتمام القناة بتقديم ما يهم الجمهور بشكل مباشر وفعال.

أما باقي المواضيع لم تتكرر بشكل كبير فكل فقرة تكررت مرة واحدة بنسبة 10% وهذا راجع إلى عدة أسباب أبرزها أن أغلب هذه المواضيع لا تثير اهتمام جمهور واسع فمثلاً فقرة "لقاء الجولة" الذي كان

بين مولودية الجزائر وشبيبة القبائل، لن يأخذ اهتمام إلا من طرف مناصري الفريقين عكس فقرة "ملخص مباريات" التي تشمل كل الجماهير الرياضية.

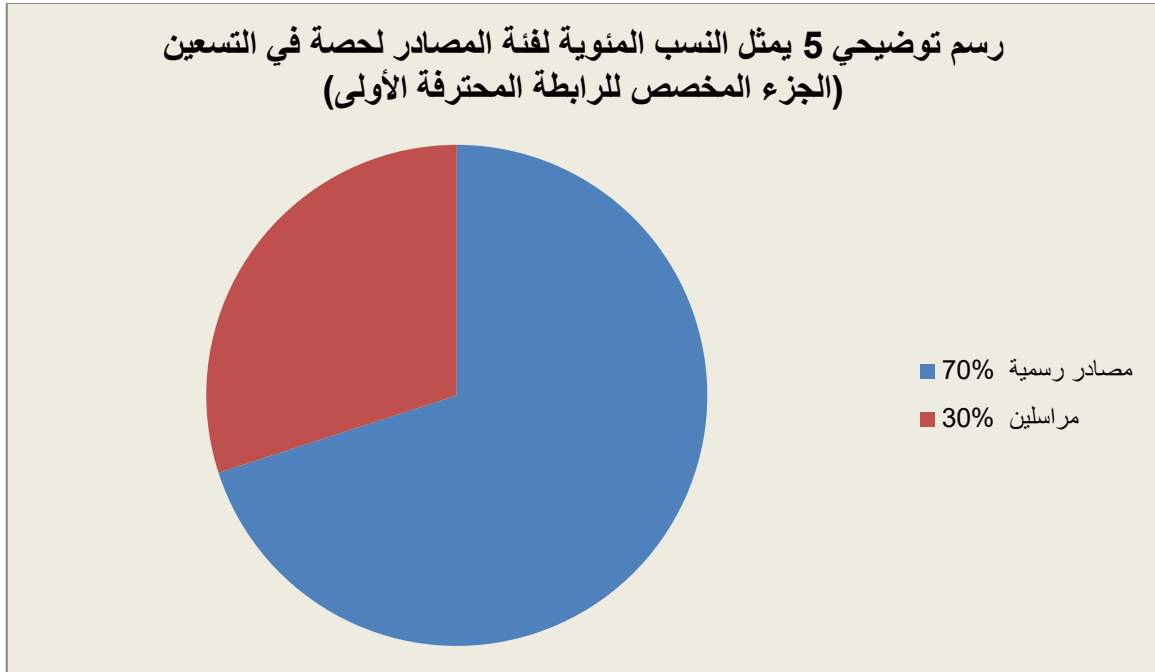
بالإضافة إلى ذلك فإن القناة تحاول أيضاً ترشيد استخدام وقت البث بتقديم العناصر التي تعتبر أكثر أهمية وجذباً للجمهور، وهذا قد يفسر تخصيص معظم الوقت لمخلص المباريات.

#### • فئة المصادر:

جدول 7 يمثل تكرارات فئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
70%	7	مصادر رسمية
30%	3	مراسلين
0%	0	وسائل الإعلام
100%	10	المجموع

رسم توضيحي 5 يمثل النسب المئوية لفئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

نلاحظ في الجدول أن المصادر الرسمية تمثل نسبة 70% من مصادر المعلومة، أما في المرتبة الثانية فهي المراسلين بنسبة 30% حيث لجأت 3 مرات من أصل 10 مرات في مصدر الخبر، أما وسائل الإعلام لم تستعمل ولا مرة كون أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري هي من تملك حقوق بث مباريات الرابطة المحترفة الأولى موبيليس

## القراءة التضمينية:

من الملاحظ حسب قراءتي للجدول فإن القناة السادسة الشبابية أو المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تعتمد على المصادر الرسمية، كونها المصدر الرسمي الوحيد للرابطة المحترفة الأولى "موبيليس" إذ تعتبر المؤسسة الوحيدة في الجزائر التي تكتلك حقوق بث مباريات الرابطة المحترفة الأولى و هذا يعكس عدم اعتماد الحصة على وسائل الإعلام الأخرى، إضافة إلى ذلك فإن القناة السادسة الشبابية تعتبر هي بحد ذاتها مصدرا رسميا لباقي القنوات من أجل الحصول على كل المعلومات المتعلقة بالرابطة المحترفة الأولى من نتائج و سوابق، بالإضافة إلى ذلك فغن حصة في التسعين للقناة السادسة الشبابية تعتمد بدرجة أقل على المراسلين لتغطية باقي الأخبار و الحصول على الصور و الفيديوهات لباقي المباريات التي لم تبث من طرف القناة.

إذا نستنتج أن حصة في التسعين للقناة السادسة الشبابية تعتمد على المصادر الرسمية بنسبة كبيرة و هذا من أجل الحصول على المعلومة المؤكدة و تجنب الأخطاء و الأخبار الخاطئة، و هذه إستراتيجية تعتمد عليها القناة للتعزيز و الترويج للرابطة المحترفة الأولى بأحسن صورة، إضافة إلى ذلك إطلاع الجمهور على كل خبايا و أخبار الرابطة المحترفة الأولى

## تحليل الحلقة الثانية من برنامج في التسعين ليوم السبت 2024/01/13:

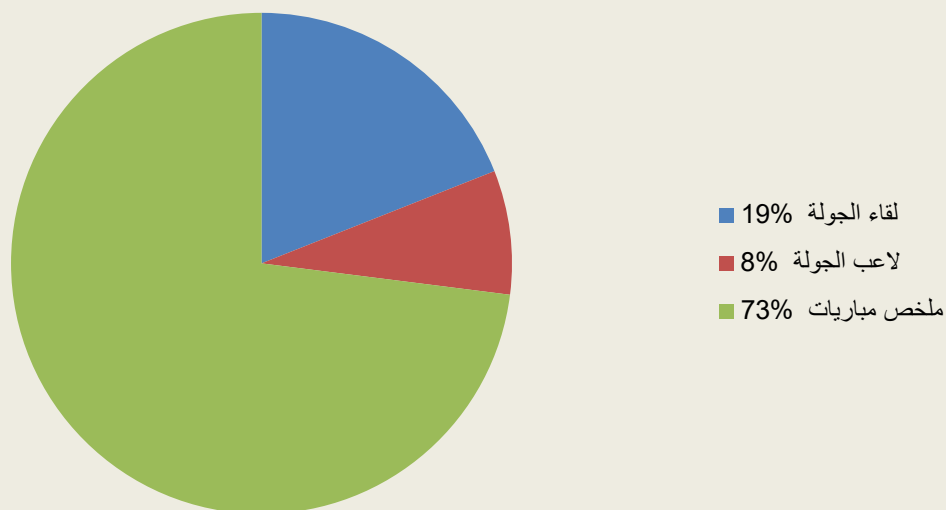
فئات الشكل:

### • فئة المساحة:

جدول 8 يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة	المدة الزمنية بالدقيقة	الموضوع
19%	9:47 دقيقة	لقاء الجولة
8%	4 دقائق	لاعب الجولة
73%	37:19 دقيقة	ملخص مباريات
100%	50:56 دقيقة	المجموع

رسم توضيحي 6 يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

من خلال الجدول نلاحظ أن المساحة المخصصة لفقرة "ملخص مباريات" تمثل ما يقارب 73% بمدة تزيد عن 37 دقيقة، مما يعني استحواذ "ملخص مباريات" على معظم الوقت لبرنامج في التسعين عموماً وللجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى بالخصوص، بينما فقرة "لاعب الجولة" لم تستحوذ سوى على 19% من مساحة الحصة بوقت قدره حوالي 9 دقائق، وفترة "لاعب الجولة" لم تظهر سوى 4 دقائق بنسبة قدرها 8%، في حين شهدت الحلقة غياباً لفقرتي "صورة الجولة" و"نتائج وترتيب" على عكس الحلقة السابقة.

## القراءة التضمينية:

شهدت الحلقة الثانية من برنامج في التسعين اختلافاً في التقسيم الزمني للفقرات عكس الحلقة السابقة، حيث تم تخصيص 73% من مساحة الحصة بمدة زمنية قدرها حوالي 37 دقيقة لفقرة "ملخص مباريات" إذ يظهر البرنامج استمرارية الاهتمام بتلبية حاجة الجمهور إلى ملخصات شاملة وسريعة لأحداث المباريات، هذا يعكس استمرارية ميولات الجمهور والاعتقاد في أهمية تقديم المعلومات الرياضية الشاملة والموثوقة، ويحرص البرنامج على تلبية حاجيات الجماهير المتابعة لها و بالتالي فإن فقرة "ملخص مباريات" أخذت الحصة الأكبر من مساحة الحصة، أما فقرتي "لقاء الجولة" و"لاعب الجولة" فقد قل وقتها مقارنة بالعدد السابق من البرنامج إذ أخذت فقرة "لقاء الجولة" مساحة قدرها 19% بمدة زمنية قدرها حوالي 9 دقائق و 47 ثانية في حين فقرة "لاعب الجولة" لم تأخذ سوى 8% بمدة زمنية تقدر بـ4 دقائق، وهذا راجع إلى سعي الحصة بتقديمها بشكل أكثر فعالية واختصار، وهذا ما يتيح الوقت لفقرة "ملخص مباريات" التي تعتبر الفقرة الأكثر طلباً ومتابعة من طرف الجمهور الرياضي والبرنامج يسعى لتلبية حاجيات الجماهير، في حين أن فقرة "صورة الجولة" غابت عن الحلقة عكس الحلقة السابقة، بالرغم من أن هذه الفقرة تساعد البرنامج على الترويج للرابطة المحترفة الأولى، بالإضافة إلى ذلك غابت أيضاً فقرة "نتائج وترتيب" عن الحلقة وذلك بسبب عدم استكمال الجولة و عدم لعب اللقاء المتأخر الذي اعتبر قمة الجولة بين مولودية الجزائر وشباب بلوزداد.

• فئة الموقع:

جدول 9 يمثل فئة موقع كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى								الموقع
المجموع		النهاية		الوسط		البداية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الموضوع
25%	1	100%	1	0%	0	0%	0	لقاء الجولة
25%	1	0%	0	30%	1	0%	0	لاعب الجولة
50%	2	0%	0	70%	1	100%	1	ملخص مباريات
100%	4	100%	1	100%	2	100%	1	المجموع

القراءة التعيينية:

في الجدول نلاحظ تركز فقرة "ملخص مباريات" في بداية ووسط الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، في حين أن فقرة "لاعب الجولة" لم تكن سوى في وسط الجزء، أما فقرة لقاء الجولة فكان تركزها في نهاية الحصة فقط.

القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه على تموقع فقرة "ملخص مباريات" في بداية ومنتصف الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، إذ تمثل هذه الفقرة جزءاً مهماً لجذب انتباه المشاهدين منذ البداية والحفاظ عليهم طوال البرنامج، وهذا الاختيار يهدف إلى خلق توقعات واهتمام مستمر بالأحداث الرئيسية التي تحدث في الدوري، مما يعزز من احتمال بقاء الجمهور متابعين للبرنامج لمدة أطول بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الفقرة تشهد انتقالاً مستمراً بين تفاصيل المباريات في أوقات مختلفة يحافظ على تفاعل المشاهدين ويمنع الشعور بالملل، خصوصاً للجمهور الذي قد يكون أقل اهتماماً بالتحليلات العميقة ولكن يجد الإثارة في متابعة الأحداث الرئيسية.

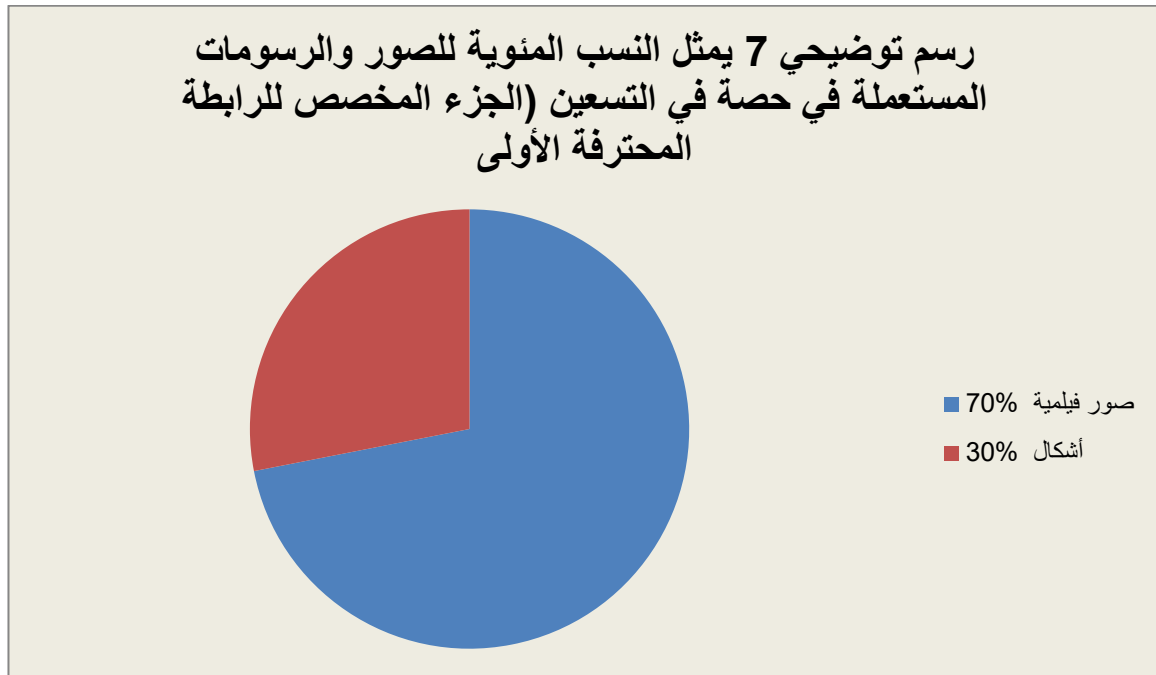
أما وجود فقرة "لاعب الجولة" في وسط الجزء يمكن أن يكون إستراتيجية لتوفير توازن بين العناصر التحليلية والمعلوماتية، هذا الوضع يضمن أن الجمهور يحصل على تنوع في المحتوى، مما يخفف من الكثافة المعلوماتية لمخصات المباريات ويقدم شيئاً أكثر تفصيلاً وشخصية.

بالإضافة إلى ذلك فقد تم وضع فقرة "لقاء الجولة" في نهاية الجزء، وذلك من أجل إعطاء الجمهور تأثيرًا قويًا وعميقًا قبل الانتهاء من البرنامج. هذا يسمح بترك انطباع دائم حول الأحداث الرئيسية ويعزز الفضول والاهتمام للحلقة التالية.

#### • فئة الصور والرسومات:

جدول 10 يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة	التكرار	نوع الصورة
70%	9	صور فيلمية
30%	3	أشكال
0%	0	جداول
100%	9	المجموع



#### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال جدول 10 الذي يمثل فئة الرسومات المستخدمة في حصة في التسعين استعمالاً للصور الفيلمية فقط، حيث تم استعمالها 9 مرات بنسبة 70%، في حين الأشكال استعملت ثلاث مرات بنسبة 30% والجداول لم تستعمل ولا مرة أثناء الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى

## القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول 10 الذي يمثل فئة الرسومات المستخدمة أنه تم استعمال الصور الفيلمية فقط في الحلقة الثانية من حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)، وقد تم استخدام الصور الفيلمية بكثرة من أجل أن يزيد من مستوى التفاعل والتشويق، مما يحفز المشاهدين على المتابعة المستمرة للبرنامج، وهذه الطريقة تساعد في بناء نوع من القصص البصرية التي تقود المشاهدين خلال تسلسل الأحداث في كل مباراة.

كما تساهم الصور الفيلمية في بناء قصة أكثر تشويقاً وتفاعلية حول المباريات واللاعبين، مما يزيد من الانغماس العاطفي للجمهور، وهذا يمكن أن يكون أكثر فعالية في تقديم الأحداث.

والأشكال استعملت ثلاث مرات كلها كانت عند بداية كل فقرة وهذا من أجل خلق شعور الحماس والشغف للمشاهدين من أجل متابعة كل أجزاء الحصة.

في حين غياب فقرة "نتائج وترتيب" يفسر سبب عدم استخدام الجداول، هذه الأداة غالباً ما تستخدم لعرض البيانات المتعلقة بترتيب الفرق. غياب هذه الفقرة يعني أنه لم يكن هناك حاجة لهذا النوع من العرض البصري.

بالإضافة إلى ذلك، عدم استخدام الجداول والأشكال بشكل كبير يعني أن البرنامج قد يكون قد اختار التركيز على البث الحي والتحليل السردى بدلاً من التحليل الكمي أو البياني، وهذا قد يؤثر على المشاهدين الذين يفضلون معلومات مفصلة ومقارنات بيانية للأداء الفردي أو الجماعي

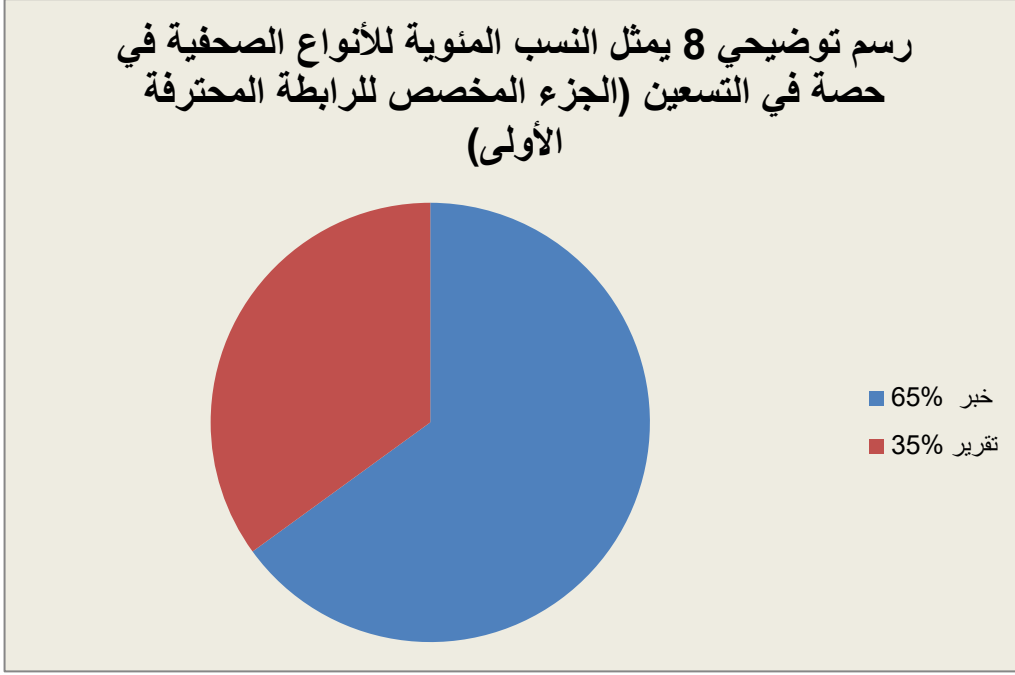
### • فئة الأنواع الصحفية:

جدول 11 يمثل تكرارات الأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة

المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	النوع الصحفي
65%	8	خبر
35%	4	تقرير
0%	0	روبورتاج
100%	12	المجموع

رسم توضيحي 8 يمثل النسب المئوية لأنواع الصحفية في  
حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة  
الأولى)



#### القراءة التعيينية:

الملاحظ في الجدول أن التقرير تكرر 4 مرات بنسبة قدرها 35%، بينما النسبة الأكبر ذهبت لنوع الخبر الذي تكرر 8 مرات في حصة في التسعين، في الجزء المخصص بالرابطة المحترفة الأولى بنسبة 65%.

#### القراءة التضمينية:

إن استخدام الخبر بنسبة 65% يظهر تركيز البرنامج على تقديم المعلومات الجديدة والتحديثات السريعة للأحداث، مما يهم الجمهور المتابع للدوري، بالإضافة إلى ذلك فإن تكرار الخبر يعكس أيضاً رغبة البرنامج في جذب المشاهدين بأحدث المعلومات، والتي غالباً ما تحمل قيمة عالية من الاهتمام بالنسبة للجمهور المستهدف.

واستخدام التقرير بنسبة 35% يعكس حرص البرنامج على توفير سياق وفهم أكبر للأحداث التي يتم تغطيتها، وهذا يشير إلى أن البرنامج يسعى لتحقيق توازن بين الإخبار السريعة والتحليل المعمق، مما يساعد على خلق تجربة مشاهدة متكاملة تلبي احتياجات المشاهدين المختلفة.

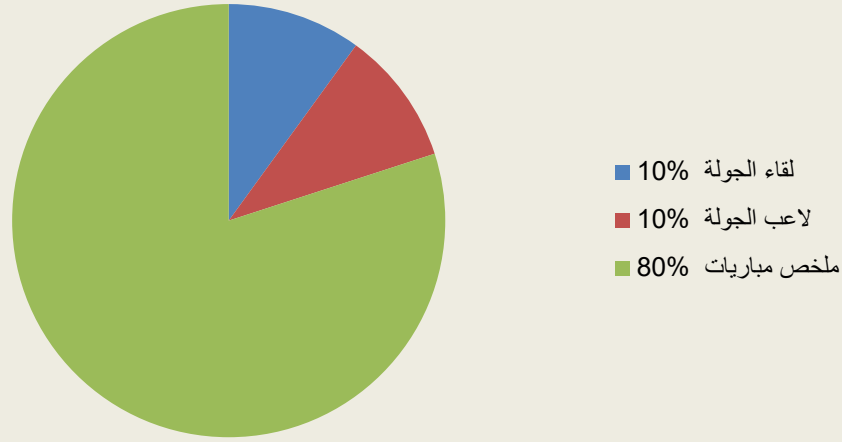
## فئات المضمون:

### • فئة الموضوع:

جدول 12 يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	الموضوع
10%	1	لقاء الجولة
10%	1	لاعب الجولة
80%	7	ملخص مباريات
100%	9	المجموع

رسم توضيحي 9 يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

في الجدول نلاحظ نسبة 80% بالنسبة لفقرة "ملخص مباريات"، في حين أن فقرتي "لقاء الجولة" و"لاعب الجولة" كان لهما نفس النسبة المئوية ألا وهي 10% لكل فقرة.

## القراءة التضمينية:

إن تركيز البرنامج على فقرة "ملخص مباريات" إذ تكرر 7مرات بنسبة 80% من مساحة الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، إذ أن هذه الفقرة توفر قيمة معلوماتية كبيرة للجمهور بشكل مكثف وفعال. يمكن للمشاهدين الحصول على جوهر الأحداث في وقت قصير، مما يلبي حاجات أولئك الذين لم يتمكنوا من مشاهدة المباريات مباشرةً. هذا يضمن أن الجمهور يبقى محدثاً بأبرز الأحداث والنتائج دون الحاجة إلى بذل الوقت الطويل لمشاهدة المباريات كاملة.

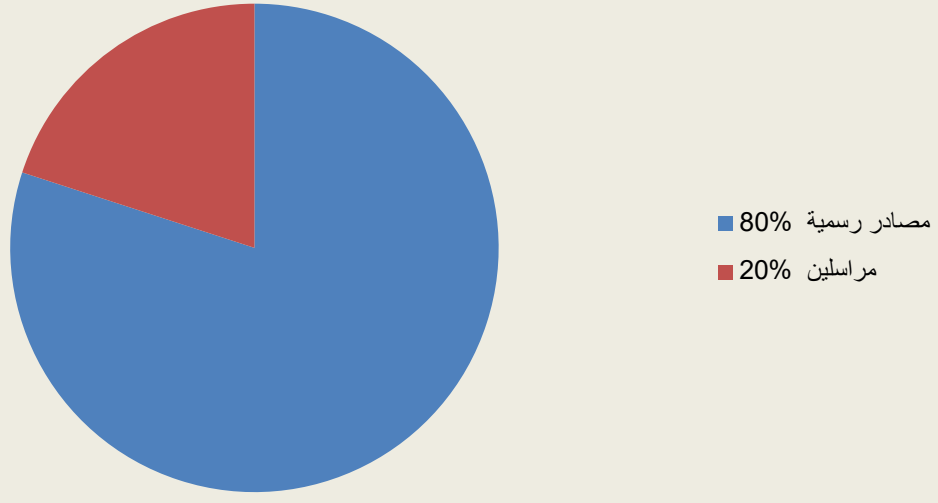
أما فقرتي "لقاء الجولة" و"لاعب الجولة" لم تأخذان مساحة كبيرة إذ ظهرا مرة واحدة بنسبة 10% لكل فقرة، إذ يعتبران فقرات تكميلية تقدم زوايا إضافية وتحليلات شخصية، ولكنها قد لا تكون ذات أولوية عالية للجمهور العريض الذي يفضل معرفة نتائج المباريات وتفصيلها الرئيسية.

## • فئة المصادر:

جدول 13 يمثل تكرارات فئة المصادر لخصّة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
80%	5	مصادر رسمية
20%	2	مراسلين
0%	0	وسائل الإعلام
100%	7	المجموع

## رسم توضيحي 10 يمثل النسب المئوية لفئة المصادر لحصّة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

من خلال الجدول نلاحظ أن المصادر الرسمية تشكل أكثر من 80% من مصادر الخبر، في حين أن المراسلين لا تشكل سوى 20%، أما وسائل الإعلام فالحصة لا تعتمد عليها كمصدر للخبر.

### القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن حصة في التسعين والجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى اعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية إذ تكررت بنسبة 80%، وهذا لأن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري والقناة السادسة الشبابية تعتبر المالك الرسمي والوحيد لبث مباريات الرابطة المحترفة الأولى، وبالتالي فإن الحصة تعتمد على مصادرها التي تعتبر هي الرسمية في الساحة الإعلامية، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه المصادر الرسمية تعزز من مصداقية البرنامج وتؤكد على جودة ودقة المعلومات المقدمة، وهذه المصادر تعتبر الأكثر ثقة في الأخبار الرياضية لأنها تقلل من احتمالية الخطأ والتحريف، وتوفر للمشاهدين معلومات يمكنهم الوثوق بها بشكل كامل، وهو عنصر حيوي للحفاظ على سمعة البرنامج وتعزيز مكانته كمصدر إخباري موثوق.

من ناحية أخرى، استخدام المراسلين بنسبة 20% يعكس دورهم الداعم والمكمل للمعلومات الرسمية، حيث يمكن للمراسلين توفير تحليلات ميدانية وتقارير حية من أرض الحدث، وهو ما يضيف بُعدًا تفاعليًا وديناميكيًا للبرنامج، المراسلون غالبًا ما يكونون قادرين على التقاط تفاصيل وجوانب قد لا تظهر عبر البيانات الرسمية فقط.

إجمالاً، التوازن بين المصادر الرسمية والتقارير الميدانية يهدف إلى خلق تجربة مشاهدة متكاملة تجمع بين الموثوقية والتفاعلية. إستراتيجية البرنامج تظهر بوضوح تركيزها على تقديم محتوى موثوق من خلال المصادر الرسمية، مما يساعد في بناء ثقة المشاهدين في البرنامج كمصدر أولي للمعلومات الدقيقة والمحدثة حول الرابطة المحترفة الأولى. من جهة أخرى، تساهم مشاركات المرسلين في إضافة العمق والأبعاد الإنسانية للتغطية، مما يجعل المحتوى أكثر إثراءً وجاذبية للجمهور.

أما عدم اعتماد البرنامج على وسائل الإعلام بسبب امتلاك مؤسسة التلفزيون الجزائري لحقوق بث الرابطة المحترفة الأولى، وبالتالي فهي لا تعتمد على الوسائل الأخرى كونها تملك كل حصريات البطولة المحترفة الأولى.

## تحليل الحلقة الثالثة من حصة في التسعين يوم السبت 2024/01/27:

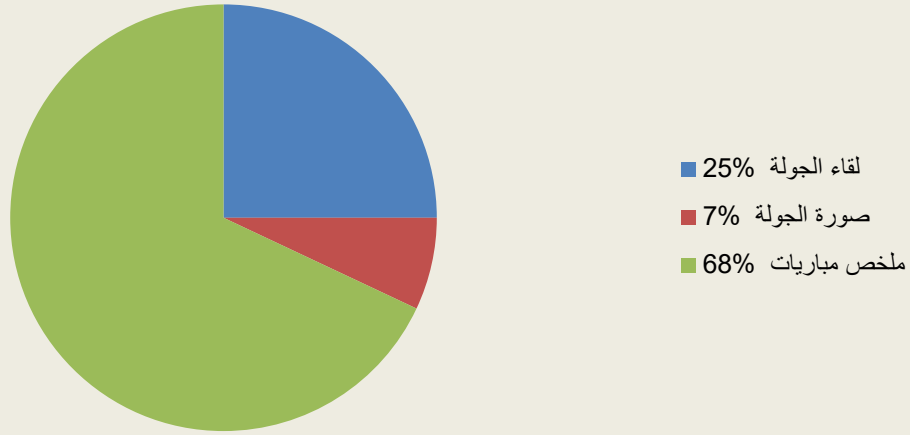
### فئات الشكل:

#### • فئة المساحة:

جدول 14 يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

الجزء الخاص بالرابطة المحترفة الأولى		الموضوع
النسبة المئوية	المدة الزمنية بالدقيقة	
25%	14:22	لقاء الجولة
7%	4	صورة الجولة
68%	37:20	ملخص مباريات
100%	55:42	المجموع

رسم توضيحي 11 يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع  
لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة  
الأولى)



### القراءة التعيينية:

من الملاحظ في الجدول تجاوز فقرة "ملخص مباريات" لسبعة وثلاثين دقيقة من أصل خمس وخمسين دقيقة من إجمالي الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى بنسبة مئوية قدرها 68%، بعدها تأتي فقرة الجولة التي أخذت مساحة قدرها 25% من إجمالي الحصة أي تقريبا أربعة عشر دقيقة، وأخيرا تأتي فقرة "صورة الجولة" التي لم تأخذ سوى أربع دقائق من إجمالي الحصة بنسبة مئوية قدرها 7%.

كما شهد العدد الثالث لحصة في التسعين غياب فقرتي "لاعب الجولة" و"نتائج وترتيب"

### القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أن فقرة "ملخص مباريات" تشكل الجزء الأكبر من البرنامج، مما يشير إلى أن هذه الفقرة تعتبر الأكثر جاذبية للجمهور. البرنامج يستغل هذا المحتوى لجذب واحتفاظ المشاهدين، خصوصاً أولئك الذين قد لا يكونوا قد شاهدوا المباريات مباشرة ويرغبون في الحصول على تحديثات سريعة وشاملة.

بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الفقرة توفر تغطية سريعة وفعالة لأهم الأحداث في المباريات، مما يمكن أن يسهم في تعزيز فهم الجمهور للديناميكيات الرئيسية للرابطة المحترفة الأولى.

أما فقرة "لقاء الجولة" فأخذت مساحة نسبتها 25%، هذا يظهر رغبة البرنامج في تعميق النقاش والتحليل حول مواضيع محددة تتعلق بالجولة الأقوى، فهذه الفقرة توفر فرصة لاستكشاف التفاصيل

الدقيقة والجوانب التكتيكية للمباريات، بما في ذلك التحليلات الفنية وردود أفعال الضيوف، بالإضافة إلى ذلك يُظهر البرنامج التزامه بإشراك الجمهور بشكل أكثر فعالية. اللقاءات تعتبر جزءًا حيويًا في البرامج الرياضية لأنها تقدم وجهات نظر شخصية وتعزز الصلة العاطفية بين المشاهدين والشخصيات داخل اللعبة. من خلال تقديم تصريحات مباشرة ورؤى حصرية مثل تصريح مدرب مولودية الجزائر أمير بوميل الذي كان حصري للتلقيين الجزائري، هذا يمكن أن يزيد البرنامج من مستويات الاهتمام والولاء لدى المشاهدين.

وجود هذه الفقرة بنسبة معتبرة يعكس أيضًا سعي البرنامج لتحقيق توازن بين تقديم المعلومات الخام وتحليلها بعمق. من خلال هذا التوازن، يستطيع البرنامج تقديم محتوى متكامل يجمع بين الإخبار الفورية والتحليل المعمق، مما يلبي احتياجات مختلف شرائح الجمهور من المتابعين العاديين إلى المتخصصين.

أما فقرة "صورة الجولة" لم تحظى بمساحة كبيرة إذ أخذت مساحة نسبتها 7%، وهذه النسبة المئوية المنخفضة لهذه الفقرة قد تعكس تقييم البرنامج لاهتمام الجمهور بهذا النوع من المحتوى. قد يُنظر إليها على أنها ذات أهمية ثانوية مقارنة بالفقرات الأخرى.

أما غياب فقرتي "لاعب الجولة" و"نتائج وترتيب" قد يكون ناتجا عن تغيير في إستراتيجية البرنامج للتركيز على العناصر الأكثر تأثيرًا وجاذبية للجمهور. قد يعكس أيضًا تكيف البرنامج مع تفضيلات الجمهور التي تميل إلى الرغبة في مشاهدة الملخصات الشاملة والتحليل العميق للأحداث بدلاً من التركيز على الأفراد أو النتائج التفصيلية.

#### • فئة الموقع:

جدول 15 يمثل فئة الموقع لكل موضوع في الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى

الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى								
المجموع		النهاية		الوسط		البداية		الموقع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الموضوع
30%	1	0%	0	0%	0	30%	1	لقاء الجولة
20%	1	0%	0	0%	0	20%	1	صورة الجولة
50%	3	100%	1	100%	1	50%	1	ملخص مباريات
100%	5	100%	1	100%	1	100%	3	المجموع

## القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه تمرکز فقرة "ملخص مباريات" في بداية الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، ووسط الجزء و في النهاية أيضا، أما فقرتي "لقاء الجولة" و"صورة الجولة" فتمركزا في بداية الجزء فقط.

## القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه تكرر فقرة "ملخص مباريات" في بداية ووسط ونهاية الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، كما كان عليه الحال في الحلقات السابقة، فهذه الفقرة تم إيلاء اهتماما كبيرا لها من طرف البرنامج، وهذا من أجل جذب انتباه المشاهدين منذ بداية الحصة وحتى النهاية وتشجيعهم على متابعة التغطية الكاملة للمباريات، وهذا يوضح تمرکز هذه الفقرة في كل أجزاء الحصة.

أما فقرة "لقاء الجولة" تكررت في البداية فقط، وهذا يشير إلى أهمية هذه الفقرة في جذب الانتباه وتقديم محتوى جذاب للمشاهدين وبالتالي تم وضعها في بداية الجزء وهذا يحفزهم على متابعة الحصة بشكل كامل، مثلها مثل فقرة "صورة الجولة" التي تكررت هي الأخرى في بداية الجزء فقط، وهذا يبين اعتماد الحصة على إستراتيجية جذب المشاهدين عن طريق الصور الفيلمية والرمزية، وبالتالي تسعى أن تجعل المشاهد يعيش أجواء الرابطة المحترفة الأولى عن طريق الجذب بالصور والفيديوهات.

أما غياب فقرتي "لاعب الجولة" و"نتائج وترتيب"، يدل على تركيز الحصة على جوانب معينة أكثر من غيرها مثل تقديم ملخصات للمباريات واللقاءات الهامة.

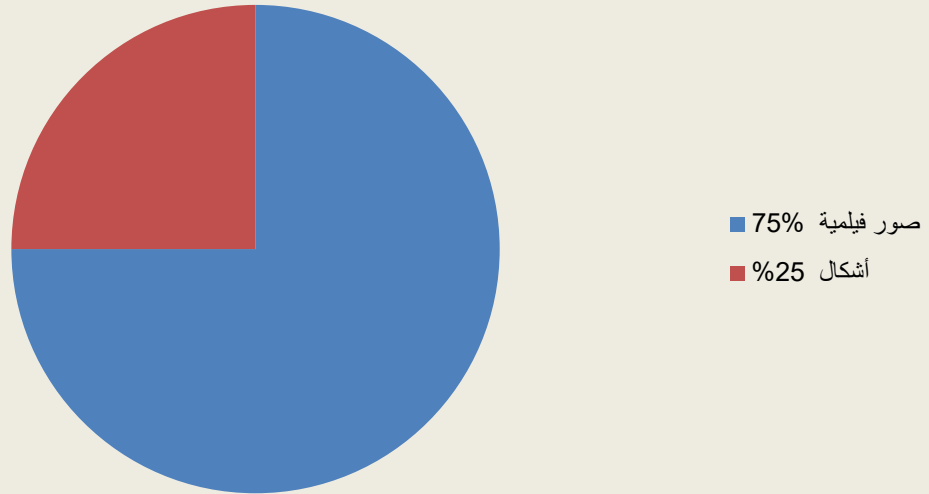
باختصار، يمكن تفسير هذه النتائج على أنها تعكس اعتماد الحصة على إستراتيجية لتوجيه اهتمام المشاهدين وتحفيزهم على متابعة الحصة بشكل كامل، مع التركيز على عناصر محددة في بداية الحصة لتحقيق أقصى قدر من الجذب والانتباه.

• فئة الصور والرسومات:

جدول 16 يمثل أنواع الصور والرسومات في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصورة
75%	8	صور فيلمية
25%	3	أشكال
0%	0	جداول
100%	11	المجموع

رسم توضيحي 12 يوضح النسب المئوية لفئة الصور والرسومات لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن الصور الفيلمية كان لها النصيب الأكبر إذ تكررت 8 مرات بنسبة مئوية قدرها 75%، في حين أن الأشكال تكررت 3 مرات بنسبة مئوية قدرها 25%، أما الجداول لم تتكرر ولا مرة.

## القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول تكرار الصور الفيلمية 8 مرات بنسبة مئوية قدرها 75%، هذا يعكس تركيزا كبيرا على استخدام هذه الصور كوسيلة رئيسية لتوصيل المحتوى والرسالة، بالإضافة إلى ذلك فإن الصور الفيلمية تعتبر مصدرا قويا للجذب وتشبع المشاهدين بالمحتوى، مما يجعلها الخيار الأول في عرض المعلومات والمشاهد المهمة.

أما الأشكال فتكررت 3 مرات وسبب تكرارها هو لغرض تقسيم البيانات أو التنظيم البصري للمحتوى، وقد تم استخدام الأشكال كوسيلة لتحديد حدود بين الفقرات أو تقديم نقاط تفصيلية مهمة.

أما الجداول فلم تتكرر على الإطلاق، ويرجع ذلك إلى غياب فقرة "نتائج وترتيب"، فغياب هذه الفقرة أدى إلى عدم الحاجة إلى استخدام الجداول كوسيلة لتقديم المعلومات المرتبطة بترتيب الرابطة المحترفة الأولى.

بشكل عام، إن الحصة تعتمد بشكل كبير على الصور الفيلمية لنقل المحتوى وتشويق المشاهدين، مع استخدام الأشكال لتنظيم البيانات والتقسيم بين الفقرات، في حين لم تكن هناك حاجة لاستخدام الجداول بسبب غياب فقرة "نتائج وترتيب".

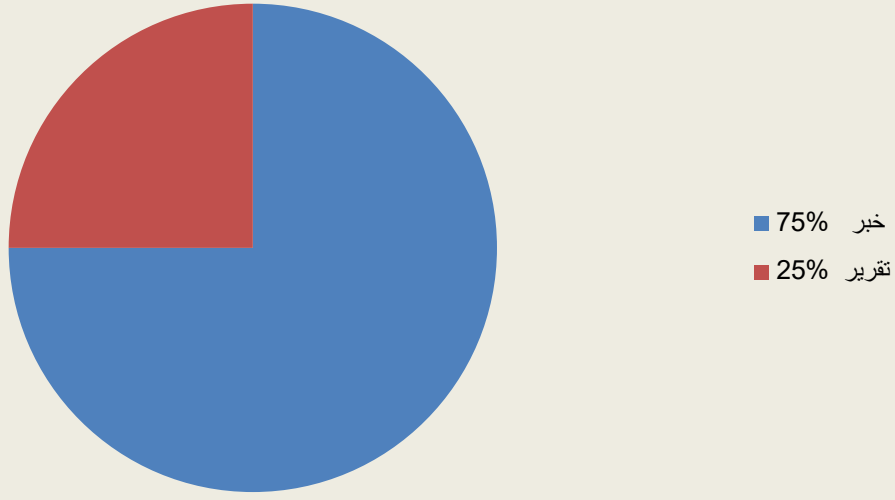
### • فئة الأنواع الصحفية:

جدول 17 يمثل فئة الأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة

(الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	النوع الصحفي
75%	6	خبر
25%	2	تقرير
0%	0	روبورتاج
100%	8	المجموع

### رسم توضيحي 13 يوضح النسب المئوية لفئة الأنواع الصحفية (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



#### القراءة التعيينية:

في الجدول تكرر الخبر 6 مرات من حصيلة المجموع بنسبة مئوية قدرها 75% في حين التقرير لم يتكرر سوى مرتين بنسبة قدرها 25%.

#### القراءة التضمينية:

تكرر استعمال الخبر في هذا العدد بنسبة مئوية قدرها 75%، وهذا يشير إلى الاعتماد القوي للحصة على تقديم معلومات سريعة وشاملة للأحداث الهامة في هذه الحلقة، يسلط هذا التركيز الضوء على الرغبة في توفير ملخصات سريعة ومباشرة للمشاهدين، مما يعكس الرغبة في توفير الأخبار الحديثة والمهمة بشكل دوري ومنظم.

أما استخدام التقرير، الذي تكرر مرتين بنسبة 25%، يمكن تفسيره بأنه يستخدم لتوضيح وتحليل الأحداث بشكل أعمق ومفصل، مما يساعد في فهم أوجه أكثر تعقيدا للمواضيع المطروحة.

كما شهدت الحلقة غياب الروبورتاج للمرة الثالثة تواليًا، وهذا يبين أن البرنامج لا يعتمد على هذا النوع الصحفي.

بالتالي، يتضح أن توزيع الأنواع الصحفية في الحصة يهدف إلى توفير تنوع في المعلومات المقدمة، حيث يتم استخدام الأخبار لتقديم معلومات سريعة ومباشرة، بينما يستخدم التقرير لتحديث الأحداث بشكل أعمق وتوضيح المواضيع بشكل مفصل.

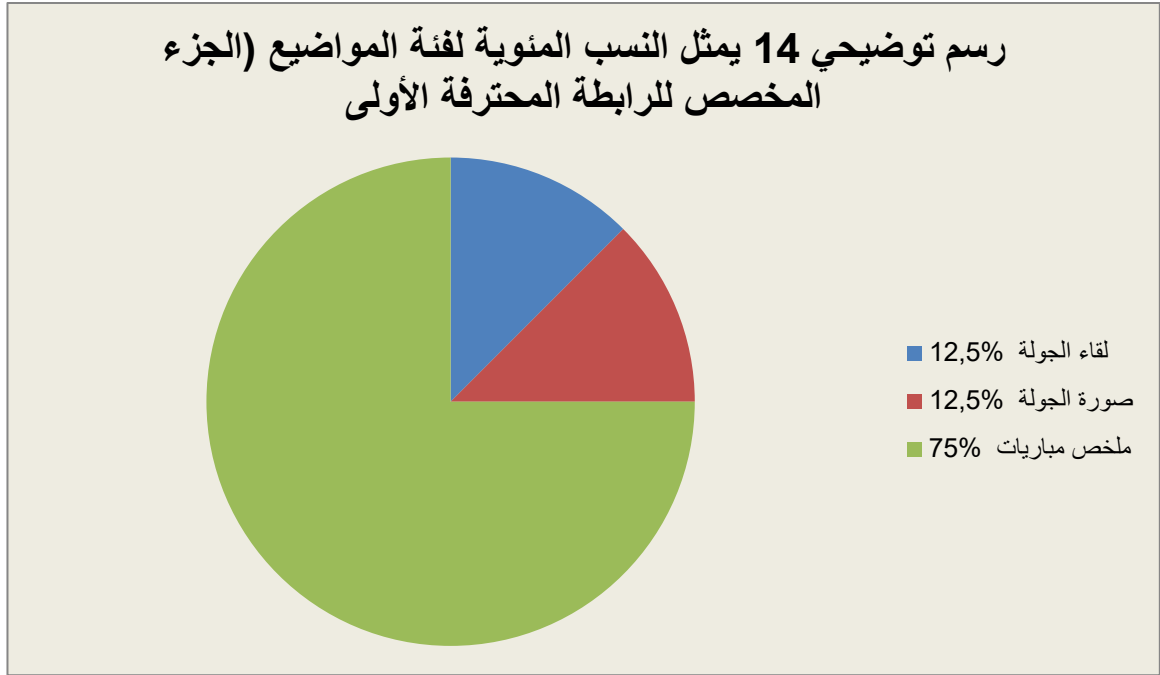
## فئات المضمون:

### • فئة المواضيع:

جدول 18 يمثل تكرارات فئة المواضيع لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
لقاء الجولة	1	12.5%
صورة الجولة	1	12.5%
ملخص مباريات	6	75%
المجموع	8	100%

رسم توضيحي 14 يمثل النسب المئوية لفئة المواضيع (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

من خلال الرسم التوضيحي نلاحظ أن فقرة "ملخص مباريات" تشكل ثلاث أرباع مواضيع البرنامج بنسبة مئوية قدرها 75%، أما فقرتي "لقاء الجولة" و"صورة الجولة" تشتركان نفس النسبة المئوية بـ 12.5% لكل واحدة منهما.

## القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أن فقرة "ملخص مباريات" أخذت الحصة الأكبر بـ 6 مرات وبنسبة مئوية قدرها 75%، مما يشير إلى أن هذه الفقرة تعتبر جوهر الحصة وجزء لا يتجزأ منها، إذ تستخدم الحصة "ملخص المباريات" لتقديم معلومات مهمة ومحدثة حول أحداث الأحداث التي لها علاقة بالبطولة المحترفة الأولى.

أما فقرة "لقاء الجولة" فتكررت مرة واحدة بنسبة 12,5% وهو مؤشر على الأهمية التي يوليها البرنامج لهذه الفقرة، فـ"لقاء الجولة" يعتبر فرصة لتسليط الضوء على أهم الأحداث وأقوى المباريات في الجولة.

وأخيراً فقرة "صورة الجولة" هي الأخرى تكررت مرة واحدة وبنسبة مئوية قدرها 12,5%، مما يعكس الرغبة في توفير عنصر بصري إلى جانب فقرة "ملخص مباريات" يسعى البرنامج إلى لفت الانتباه وتعزيز هويته إلى، ويستخدم صورة الجولة لتميز الجولة وجعلها مميزة بطريقة بصرية.

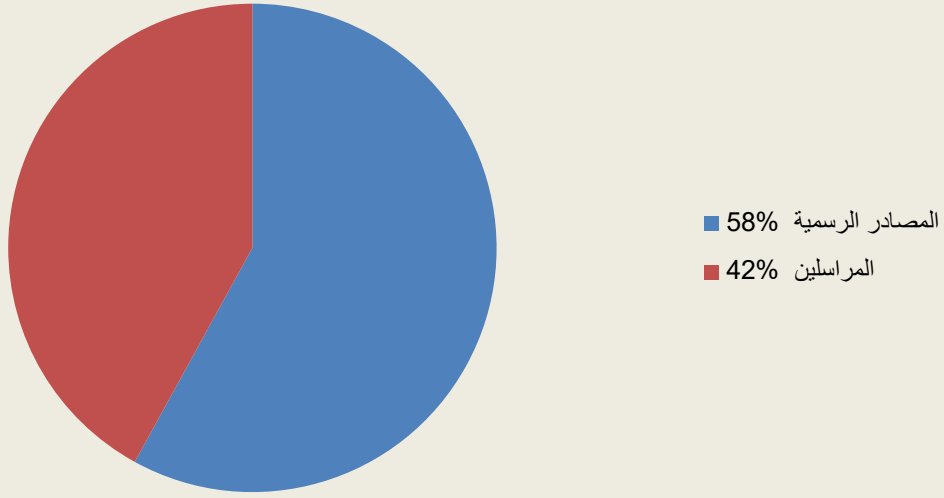
باختصار، يظهر توزيع العناصر في فئة المواضيع استخداماً متنوعاً لتقديم المحتوى بشكل شامل ومتوازن، مع التركيز على تقديم معلومات مهمة ومثيرة للاهتمام في عالم الرياضة.

## ● فئة المصادر:

جدول 19 يمثل تكرارات فئة المصادر لصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
58%	4	المصادر الرسمية
42%	3	المراسلين
0%	0	وسائل الإعلام
100%	7	المجموع

رسم توضيحي 15 يمثل النسب المئوية لتكرارات فئة المصادر  
لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



#### القراءة التعيينية:

نلاحظ في الجدول أن المصادر الرسمية تكررت 4 مرات من أصل 7 مرات، في حين أن مصدر المراسلين تكرر 3 مرات، مع غياب وسائل الإعلام كمصدر لهذا البرنامج

#### القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن البرنامج يعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية، إذ تكررت 4 مرات من أصل 7 وبنسبة مئوية قدرها 58% كما أشرنا في القراءات السابقة فإن البرنامج يعتمد على المصادر الرسمية كون المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تملك كل الحقوق والحصريات التي تتعلق بالرابطة المحترفة الأولى.

أما مصدر المراسلين على عكس الحلقات السابقة ظهر بشكل أكبر هذه المرة، إذ ظهر 3 مرات، وهذا راجع إلى عدم بث مباريات كثيرة في هذه الجولة وبالتالي كان عدد المراسلين أكبر، بالإضافة إلى ذلك فإن مصدر المراسلين يساهم في إدخال عنصر الحيوية ويساهم في إضفاء اللمسة الشخصية والتفاعلية على الحصة.

أما مصدر وسائل الإعلام فيستمر البرنامج في تجاهله، كونه لا يحتاجه فهو يمتلك كل ما له علاقة بالرابطة المحترفة الأولى.

تحليل الحلقة الرابعة من حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى):

السبت 2024/02/10

فئات الشكل:

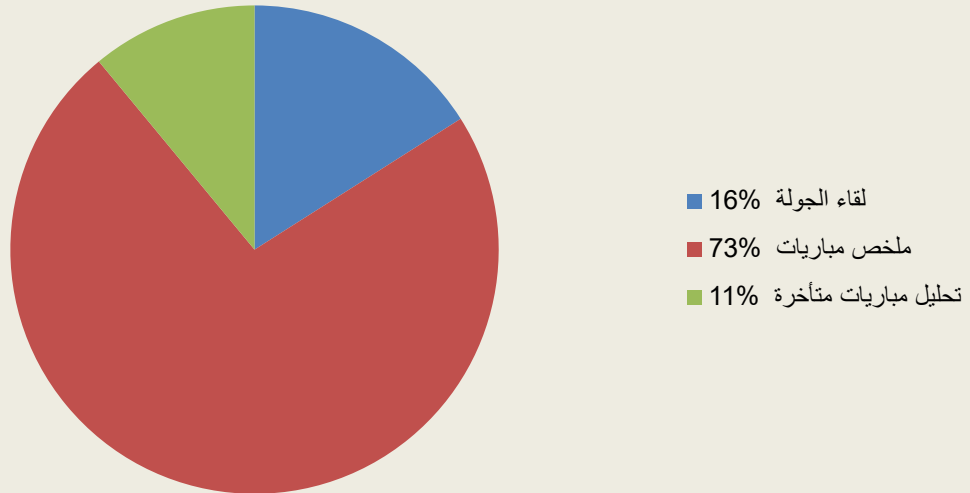
● فئة المساحة:

جدول 20 يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة

المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	المدة الزمنية بالدقيقة	الموضوع
16%	9:55	لقاء الجولة
73%	43:31	ملخص مباريات
11%	7	تحليل مباريات متأخرة
100%	60	المجموع

رسم توضيحي 16 يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أن فقرة "لقاء الجولة" أخذت مساحة قدرها 9:55 دقيقة بنسبة مئوية قدرها 16%، وفقرة "ملخص مباريات" أخذت 43:31 دقيقة من إجمالي الحصة بنسبة قدرها 73% في حين تم الحديث عن المباريات المتأخرة و قام ضيوف الحصة بتحليلات حول هذه المباريات، وأخذ هذا الجزء 7 دقائق من مساحة الحصة بنسبة قدرها 11%.

## القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول، أن البرنامج يواصل تخصيص الوقت الأكبر من وقتبث الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى لملخص المباريات، ما يشير إلى أن هذه الفقرة تحظى بأهمية قصوى. هذا الاهتمام المتواصل يعكس تفضيلات الجمهور الذي يبحث عن تغطية شاملة ومكثفة لأحداث المباريات، هذا ما ذكرناه في كل الحلقات السابقة إذ أن البرنامج مستمر في تخصيص معظم الزمن لهذه الفقرة، مما يعزز الفكرة أن الجمهور يقدر هذا النوع من المحتوى الذي يقدم تلخيصًا دقيقًا ومفيدًا للمباريات.

أما فقرة "لقاء الجولة" نلاحظ انخفاضًا نسبيًا لمساحة هذه الفقرة مقارنة بالحلقة السابقة، هذا الانخفاض يمكن أن يكون نتيجة لتركيز أكبر على ملخص المباريات أو لتقديم المحتوى الجديد المتعلق بتحليل المباراة المتأخرة، لكن تظل هذه الفقرة مهمة لتوفير تحليل أعمق ومنظورات شخصية للمباريات، لكن يبدو أن البرنامج يسعى لتحقيق توازن بين العمق التحليلي والتغطية الشاملة للمباريات.

في حين شهدت الحلقة غياب العديد من الفقرات مثل "لاعب الجولة" "صورة الجولة" و"نتائج وترتيب"، لكن تم الحديث في هذه الحلقة عن المباريات المتأخرة، وأخذ هذا الجزء مساحة قدرها 7 دقائق من إجمالي الحلقة بنسبة مئوية قدرها 11% هذا يشير إلى تجديد المحتوى وتكيف البرنامج مع احتياجات المشاهدين أو التغييرات في جدول المباريات.

هذا التحليل المخصص للمباريات المتأخرة قد يلبي الفضول حول تفاصيل معينة أو يعالج اهتمامات المشاهدين بمباراة حاسمة أو مثيرة للجدل، بالإضافة إلى ذلك فإن بمنح مساحة لتحليلات متخصصة، يسهم البرنامج في تعزيز القيمة المضافة للمشاهدين، مما يساعد في تعميق فهمهم للعبة ويزيد من التفاعلية والانخراط في الحوار حول الدوري.

بشكل عام فإن التغييرات في توزيع الوقت بين الفقرات تعكس استجابة البرنامج لديناميكيات المشاهدين وتطور الأحداث في الرابطة المحترفة الأولى، بإدخال فقرات جديدة وتعديل نسب المساحة المخصصة

لكل جزء، يظهر البرنامج مرونة في التكيف مع التغيرات والحفاظ على جاذبيته وفاعليته في تقديم تجربة مشاهدة ممتعة ومعلوماتية.

### • فئة الموقع:

جدول 21 يمثل فئة الموقع لكل موضوع في حصة في التسعين الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى								
الموقع		البداية		الوسط		النهاية		المجموع
الموضوع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لقاء الجولة	1	25%	0	0%	0	0%	1	15%
ملخص مباريات	1	75%	1	100%	1	75%	3	70%
تحليل مباريات متأخرة	0	0%	1	0%	0	0%	1	15%
المجموع	2	100%	2	100%	1	100%	5	100%

### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فقرة "ملخص مباريات" هي الفقرة الوحيدة التي تكررت في جميع الأجزاء، في حين فقرة لقاء الجولة كانت هي استفتاح الجزء، أما "تحليل المباريات المتأخرة" اختتم به الجزء.

### القراءة التضمينية:

تم وضع فقرة "لقاء الجولة" في بداية الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، كان بغرض إعطاء المشاهدين نظرة فورية وشاملة على أهم الأحداث أو القضايا البارزة التي عاشتها هذه الجولة من البطولة، بالإضافة إلى ذلك هذا يساعد في تحديد سياق النقاشات والتحليلات التي ستنبع في باقي

البرنامج، كما أن بداية الجزء بأقوى مباريات الجولة يعزز من جذب انتباه المشاهدين منذ اللحظات الأولى، مما يعمل على زيادة معدلات المشاهدة والاحتفاظ بالجمهور طوال الحلقة.

أما فقرة "ملخص مباريات" التي تكررت من بداية الجزء إلى غاية نهايته يظهر أهمية هذه الفقرة كعمود فقري للبرنامج. هذا يتيح للمشاهدين الحصول على التحديثات الأساسية والأحداث الهامة من الجولة في أوقات مختلفة، مما يسهل عليهم فهم تطور الأحداث والتغيرات داخل الدوري، فبتقديم ملخصات المباريات عبر مختلف أجزاء الحلقة، يضمن البرنامج أن المشاهدين الذين قد ينضمون في أوقات مختلفة يمكنهم استقبال المعلومات الرئيسية، مما يعزز من الشمولية والتواصل الفعال للبرنامج.

أما الإضافة الجديدة للحلقة كانت "تحليل المباريات المتأخرة" التي تكررت في نهاية الجزء هذا بغرض توفير تحليل معمق للمباريات التي لم تُغطى بالتفصيل خلال الحلقة، هذا يضمن تقديم نظرة تحليلية مفصلة للجمهور المهتم بالتفاصيل الدقيقة.

فبإنهاء الحلقة بتحليل معمق، يترك البرنامج انطباعاً قوياً ومستداماً لدى المشاهدين، مما يعزز من تقديرهم للقيمة التحليلية والمعلوماتية للبرنامج.

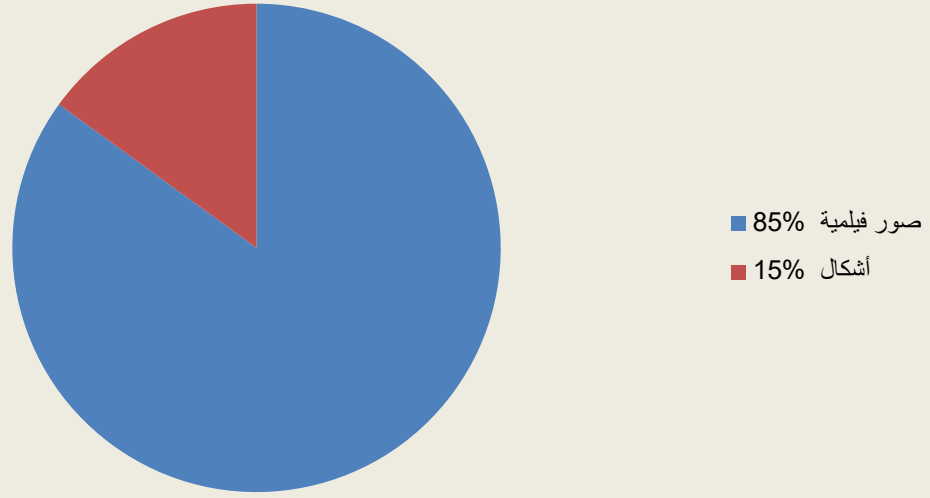
إذا بشكل عام، بتقديم هذه الفقرات في أوقات محددة وبتكرار معين، يظهر برنامج "في التسعين" توجهاً واضحاً نحو تحقيق توازن بين جذب الانتباه، تعزيز الفهم، وتقديم تحليلات معمقة، كل ذلك بما يتماشى مع تفضيلات الجمهور وديناميكيات البث التلفزيوني.

#### • فئة الصور والرسومات:

جدول 22 يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصورة
85%	6	صور فيلمية
15%	1	أشكال
0%	0	جداول
100%	7	المجموع

## رسم توضيحي 17 يمثل النسب المئوية للصور والرسومات في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الحصة تعتمد بشكل كبير على الصور والرسومات إذ استعملت بنسبة 85% أي بإجمالي 6 مرات من أصل 7 مرات، في حين الأشكال استعمل شكل واحد فقط، والجدول لم تستعمل ولا مرة.

### القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول استخدام الصور والرسومات بنسبة عالية، هذا يعكس رغبة البرنامج في تعزيز الجاذبية البصرية للمحتوى بالإضافة إلى ذلك فإن الصور والرسومات تجعل العرض أكثر ديناميكية وتفاعلية، مما يساعد في جذب انتباه المشاهدين وتحسين فهمهم للمعلومات المقدمة، كما أن هذه الصور تساهم في توضيح كل ما يدور حول الرابطة بطريقة مبسطة ومفهومة للجماهير المتبعة، وهو ما يمكن أن يكون مفيداً بشكل خاص في تحليل الأداء الرياضي.

الاستعمال المحدود للأشكال، إذ استعملت مرة واحدة وهي عند بداية الجزء المخصص بالرابطة المحترفة الأولى يدل على تفضيل البرنامج لتقديم المعلومات بطريقة أكثر تصويرية وأقل تجريدًا.

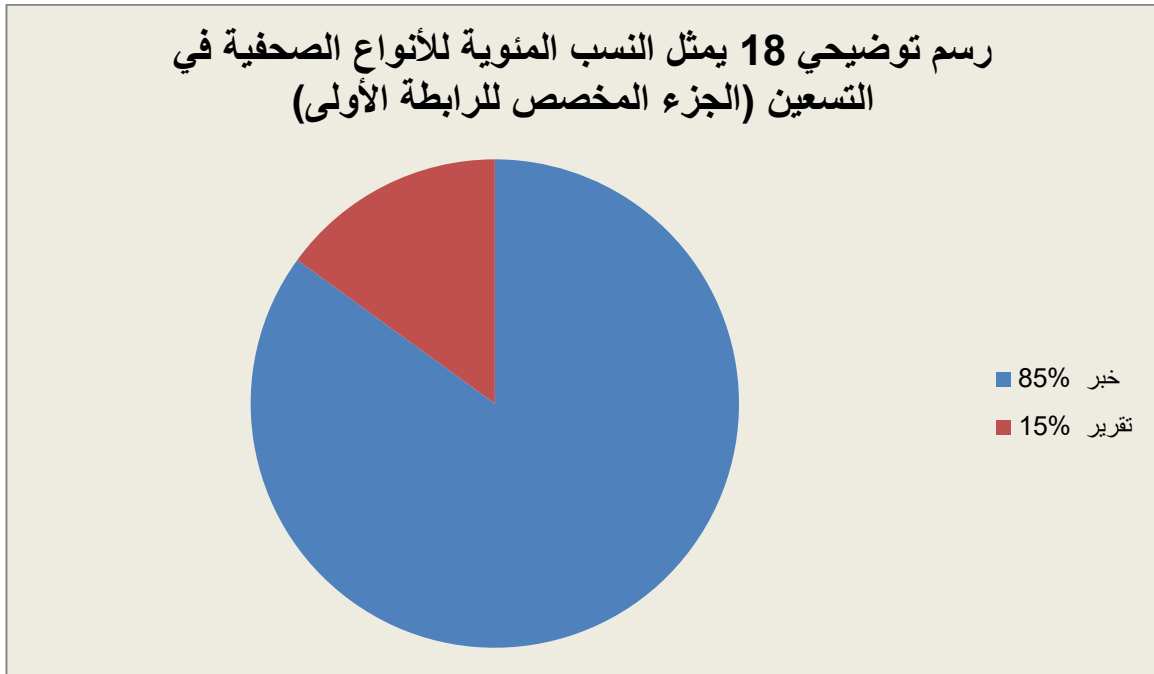
وغياب الجداول راجع إلى غياب فقرة "نتائج وترتيب" وهي الفقرة الوحيدة التي كانت تستعمل فيها الجداول لتوضيح ترتيب الفرق.

## • فئة الأنواع الصحفية:

جدول 23 يمثل تكرارات الأنواع الصحفية المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	النوع الصحفي
85%	6	خبر
15%	1	تقرير
0%	0	روبورتاج
100%	7	المجموع

رسم توضيحي 18 يمثل النسب المئوية للأنواع الصحفية في التسعين (الجزء المخصص للرابطة الأولى)



## القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اعتماد البرنامج بشكل كبير على النوع الصحفي الخبر، حيث استعمل 6 مرات من أصل 7 وبنسبة مئوية قدرها 85%، أما التقرير فاستعمل مرة واحدة بنسبة مئوية قدرها 15%، والروبورتاج لم يستعمل ولا مرة.

## القراءة التضمينية:

إن الاعتماد الكبير على الخبر يشير أن البرنامج يسعى إلى تقديم المعلومات بشكل موجز ومباشر، مما يجعل هذا النوع الصحفي مثالي لبرنامج يسعى لتحديث المشاهدين بأحدث الأحداث في وقت قصير. هذا يلبي الرغبة في الحصول على المعلومات الأساسية دون تأخير، وهو ما يفضله المشاهدون الذين يرغبون في التحديثات السريعة، كما أن تقديم الأخبار بشكل متكرر يساعد في الحفاظ على انتباه المشاهدين ويحفز التفاعل مع البرنامج، بالنظر إلى أن الأخبار غالبًا ما تحتوي على تحديثات مهمة وجديدة، فإن هذا النوع الصحفي يضمن استمرارية الاهتمام من قبل الجمهور.

لكن استخدام التقرير بشكل محدود قد يعكس توجه البرنامج نحو تقديم التحليل والتفصيل بشكل مكثف في فترات محددة.

أما عدم اعتماد البرنامج على الروبورتاج مثل الحلقات السابقة يشير إلى تفضيل البرنامج للتواصل الفوري للمعلومات بدلاً من الغمر العميق. الروبورتاج يتطلب وقتًا وموارد أكثر، وقد يكون البرنامج يركز موارده على تقديم تحديثات سريعة وفعالة.

إذا نظرنا إلى الحلقات السابقة، قد نجد أن هناك تكرارًا لهذه النمطية في استخدام الأنواع الصحفية. التحولات في إستراتيجية البرنامج قد تكون استجابة لتغذية راجعة من الجمهور أو تحليلات لسلوك المشاهدة تظهر تفضيلًا واضحًا للمعلومات السريعة والمباشرة.

بشكل عام، يظهر تحليل الأنواع الصحفية في الحلقة الرابعة من "في التسعين" أن البرنامج يستجيب بفعالية لتفضيلات جمهوره، مع التركيز على تقديم المعلومات بطريقة تحافظ على التفاعل والجذب، مع الحفاظ على تقديم التحليل والتفاصيل عند الضرورة.

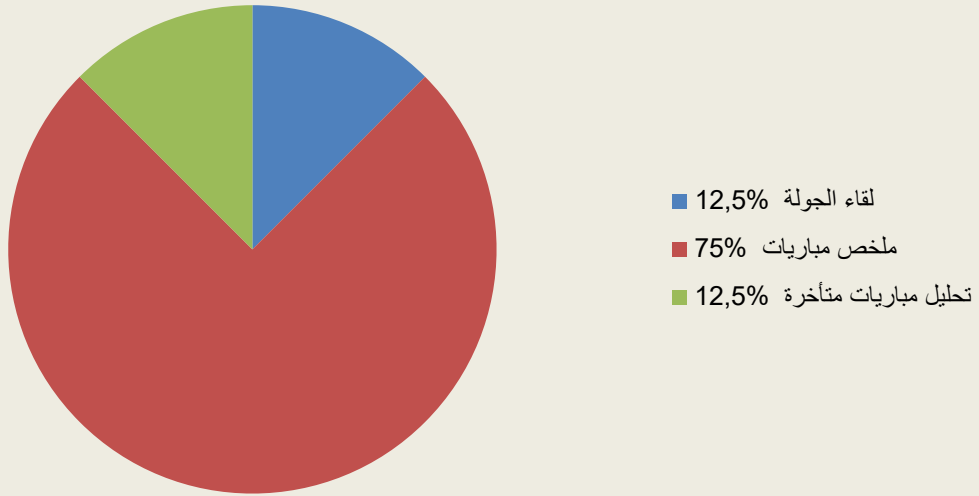
## فئات المضمون:

### • فئة الموضوع:

جدول 24 يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين ( الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	الموضوع
12,5%	1	لقاء الجولة
75%	6	ملخص مباريات
12,5%	1	تحليل مباريات متأخرة
100%	8	المجموع

رسم توضيحي 19 يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أن فقرة "ملخص مباريات" أخذت نسبة مئوية قدرها 75%، في حسن فقرة "لقاء الجولة" والإضافة الجديدة "تحليل مباريات متأخرة" أخذت 10% لكل واحدة منهما.

## القراءة التضمينية:

تستمر فقرة "ملخص المباريات" في أخذ النصيب الأكبر من الوقت بنسبة 75%، مما يشير إلى أن البرنامج يركز بشكل كبير على تقديم تغطية شاملة ومفصلة للأحداث الرئيسية. هذا التركيز يلبي حاجة المشاهدين لمعرفة نتائج المباريات وأبرز اللحظات بطريقة مكثفة ومركزة، ومن خلال توفير ملخصات مكثفة، يضمن البرنامج تحديث المشاهدين بأهم الأحداث بطريقة تحافظ على اهتمامهم وتفاعلهم، وهو ما يعتبر حيويًا للحفاظ على قاعدة جمهور ثابتة ومخلصة.

أما فقرة "لقاء الجولة" بالرغم من النسبة المحدودة التي أخذتها إلا أنها أضافت لمسة للبرنامج، هذا يشير إلى رغبة البرنامج في تقديم تنوع في المحتوى، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الفقرات تقدم تحليلات أعمق وتفاعلات أكثر شخصية، وهي مهمة لإضافة قيمة وعمق للمحتوى الذي يتم تقديمه.

أما الاستثمار في الإضافة الجديدة "تحليل مباريات متأخرة" يدل على مساعي البرنامج لتوفير تحليل معمق للمباريات التي قد تحمل أهمية خاصة أو تكون محور نقاش بين المتابعين، هذه الاستراتيجية تعزز من مكانة البرنامج كمصدر موثوق ومعمق للتحليل الرياضي.

مقارنة بالحلقات السابقة، لاحظنا استمرارية في التركيز على "ملخص المباريات" لكن بنسب متفاوتة. الثبات في التركيز على هذه الفقرة يعكس إستراتيجية مستمرة لتلبية توقعات الجمهور الراغب في الحصول على ملخصات شاملة.

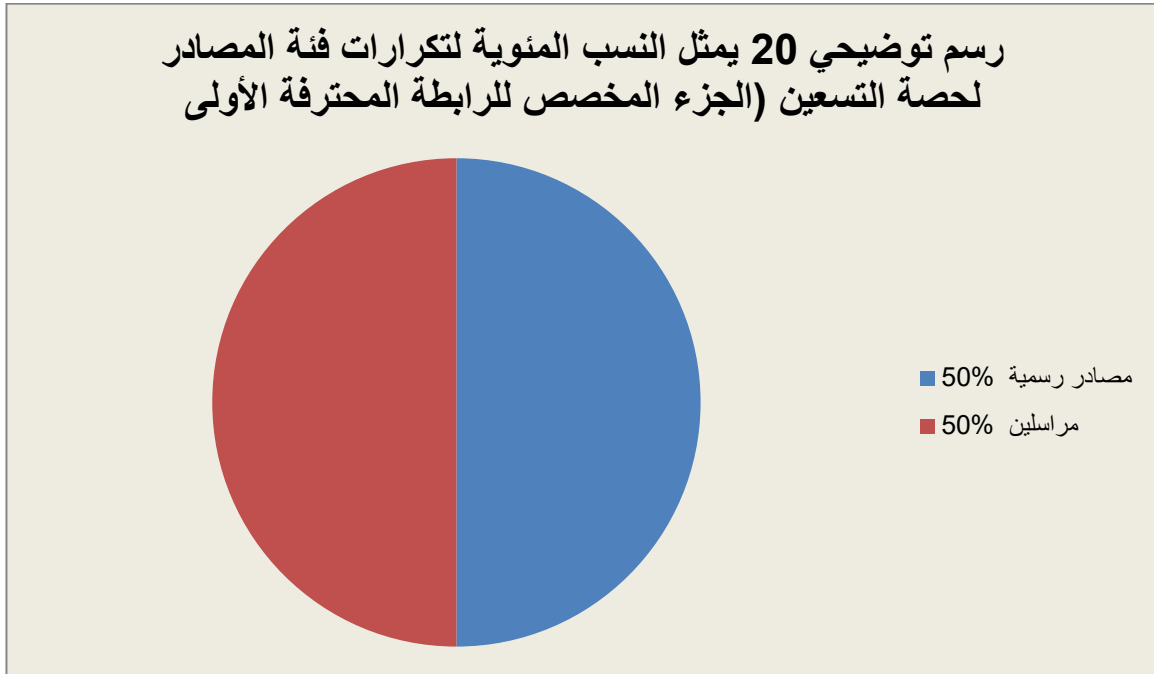
الإضافات والتعديلات في الفقرات الأخرى مثل "لقاء الجولة" و "الإضافة الجديدة" تحليل مباريات متأخرة" تظهر تكيف البرنامج مع التغيرات في اهتمامات الجمهور وتطورات الدوري، وتسعى لتعزيز التجربة المشاهدة من خلال تقديم تحليلات تكميلية تساهم في تعميق فهم الجمهور للعبة.

بشكل عام، يظهر التحليل أن البرنامج "في التسعين" يحافظ على توجهاته نحو تقديم محتوى يتميز بالجودة والشمولية، مع التكيف المستمر مع التغيرات وتحديثات في إستراتيجية المحتوى لتحقيق توازن بين التحديثات الفورية والتحليل العميق.

● فئة المصادر:

جدول 25 يمثل تكرارات فئة مصادر الخبر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابط المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
50%	3	مصادر رسمية
50%	3	مراسلين
0%	0	وسائل الإعلام
100%	6	المجموع



القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول تساوي بين المصادر الرسمية والمراسلين إذ كلاهما استعمل 3 مرات بنسبة مئوية قدرها 50% لكل واحد منهما، في حين أن وسائل الإعلام لم تستعمل ولا مرة.

## القراءة التضمينية:

من خلال الجدول نلاحظ توزيعًا متساويًا بين المصادر الرسمية والمراسلين، كل منهما بنسبة 50%، هذا التوزيع يعكس إستراتيجية تحريرية تهدف إلى توازن بين الموثوقية والتغطية الميدانية، مما يساهم في تقديم تجربة مشاهدة غنية ومعقدة

استخدام المصادر الرسمية يعكس التزام البرنامج بتقديم معلومات دقيقة وموثوقة، بالإضافة إلى امتلاك المؤسسة العمومية لحقوق بث مباريات الرابطة المحترفة الأولى، يساعدها في الحفاظ على شفافية عالية، مما يعزز ثقة المشاهدين في المحتوى المقدم.

ولاحظنا خلال هذه الحلقة عدم بث العديد من المباريات وبالتالي فإن المراسلين كانوا بكثرة مقارنة بالحلقات السابقة، فالمراسلون يوفرون رؤى وتحليلات من موقع الحدث، مما يجلب وجهات نظر حية ومباشرة إلى المشاهدين، هذا النوع من التغطية يعزز تفاعل المشاهدين ويقدم لهم تجربة أكثر غنى، ويمكنهم أيضا التقاط تعليقات وردود فعل فورية من اللاعبين والمدربين، مما يوفر للجماهير فهماً أعمق للأجواء داخل وخارج الملعب.

مقارنة بالحلقات السابقة، لوحظ تباين في استخدام المصادر حيث كان هناك تركيزاً أكبر على المصادر الرسمية، لكن في هذه الحلقة بسبب غياب البث الحي للعديد من المباريات شاهدنا اعتماداً أكثر على المراسلين.

وبشكل عام هذا يوضح سعي البرنامج إلى خلق توازن بين المصادر وذلك لتقديم محتوى غني وموثوق، يلبي توقعات المشاهدين ويعزز تجربتهم في متابعة البرنامج، مع الحفاظ على مستويات عالية من المصداقية والتفاعل.

تحليل الحلقة الخامسة من حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى): السبت 2024/02/17

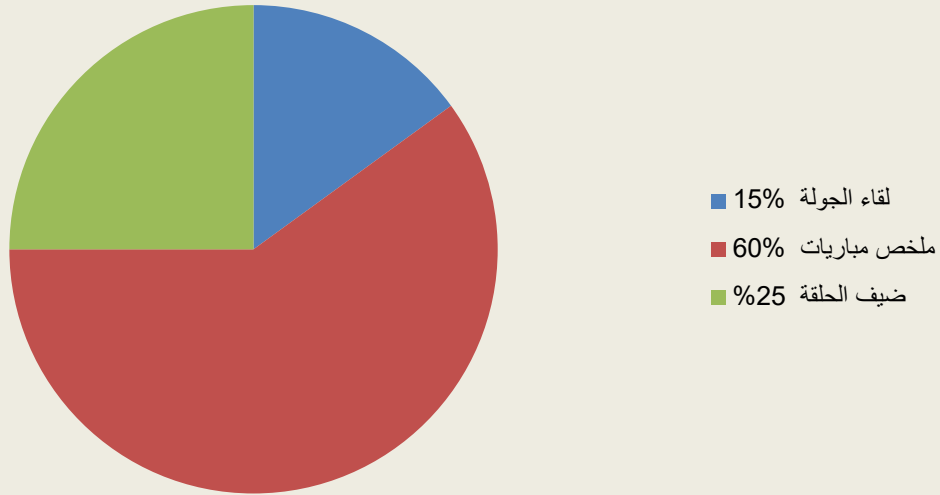
فئات الشكل:

● فئة المساحة:

جدول 26 يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	المدة الزمنية بالدقيقة	الموضوع
15%	7	لقاء الجولة
60%	28:08	ملخص مباريات
25%	12	ضيف الحلقة
100%	47:08	المجموع

رسم توضيحي 21 يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

من الملاحظ في الجدول تجاوز فقرة "ملخص مباريات" لـ 28 دقيقة من أصل 47 دقيقة إجمالي الحلقة، أي بنسبة مئوية تقدر بـ 60% من إجمالي مساحة الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، في حين أخذت فقرة "لقاء الجولة" أقل مساحة حيث ظهرت لمدة 7 دقائق من إجمالي الحلقة بنسبة مئوية قدرها 15%، أما جديد الحلقة فقد كان الضيف الخاص بالحلقة وخصص جزء من الحصة خصيصاً للضيف إذ أخذ هذا الجزء 12 دقيقة من المجل بنسبة مئوية قدرها 25%.

## القراءة التضمينية:

شهدت الحلقة الخامسة من برنامج "في التسعين" (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى) توزيعاً مثيراً للاهتمام بين الفقرات المختلفة، مع استمرارية واضحة في التركيز على "ملخص المباريات" مثلها مثل باقي الحلقات السابقة.

استمرار تخصيص نسبة كبيرة من الوقت لمخلص المباريات يعكس القيمة التي يجدها المشاهدون في متابعة تحليلات شاملة لأحداث الجولات. هذه الفقرة توفر تغطية مكثفة لأهم الأحداث وتساعد المشاهدين على البقاء مطلعين على أبرز التطورات في الرابطة المحترفة الأولى، بالإضافة إلى ذلك تبقى هذه الفقرة ثابتة كعنصر أساسي في تركيبة البرنامج، مع بعض التقلبات في النسب المئوية المخصصة لها وفقاً لديناميكيات الجولات وأهمية الأحداث المغطاة.

أما فقرة "لقاء الجولة" تسمح للبرنامج بتقديم تحليلات أعمق واستضافة آراء خبراء أو تعليقات من شخصيات رئيسية مثل هذه الحلقة شهدت رأي مدرب شبيبة القبائل عز الدين آيت جودي الذي كان ضيفاً خاصاً للحلقة، وهذه الآراء والتحليلات تلعب دوراً مهماً في إضافة بُعد تحليلي وشخصي للحلقة.

أما جديد الحلقة فهو ضيف الحلقة الذي كان مدرب شبيبة القبائل عز الدين آيت جودي الذي حُصص له وقت معين من الجزء وتم طرح عليه أسئلة خاصة بفريقه، هذه الإضافة تعكس رغبة البرنامج في تنويع المحتوى وجذب المزيد من الجمهور عبر تقديم وجهات نظر متنوعة أو مناقشة موضوعات محددة بشكل أعمق، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الإضافة تعزز من تنوع البرنامج وتقدم فرصة لتحليلات ونقاشات قد تختلف عن التغطية الروتينية، مما يزيد من جاذبية الحلقة ويحفز المشاهدين على المتابعة المستمرة.

بشكل عام فإن البرنامج يسعى إلى تعزيز التوجهات الأساسية للبرنامج مع تقديم عناصر جديدة لزيادة الجاذبية والتنوع، التركيز الثابت على "ملخص المباريات" يؤكد على أهميتها كجزء لا غنى عنه في البرنامج، بينما يعطي إدخال إضافات جديدة مثل ضيف الحلقة فرصة للبرنامج لاستكشاف مواضيع جديدة وتعميق الحوار حول الرياضة.

#### • فئة الموقع:

جدول 27 يمثل موقع كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى								
الموقع		البداية		الوسط		النهاية		المجموع
الموضوع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لقاء الجولة	1		0		0		1	20%
ملخص مباريات	1		0		1		2	40%
ضيف الحلقة	1		1		0		2	40%
المجموع	3		1		1		5	100%

#### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول تمركز فقرة "لقاء الجولة" في بداية الجزء فقط، في حين فقرة "ملخص مباريات" وُجدت في بداية الجزء ومنتصفه، أما الإضافة الجديدة للحلقة "ضيف الحلقة" تمركزت في البداية والنهاية.

#### القراءة التضمينية:

إن تكرار فقرة "ملخص المباريات" في بداية ووسط الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى يؤكد على أهميتها البالغة كأساس للبرنامج، هذا التوزيع يضمن تعزيز فهم الجمهور للأحداث الجارية في الرابطة ويبقي المشاهدين مشغولين بمتابعة التفاصيل الهامة عبر الحلقة، إذا فإن استمرارية التركيز على هذه الفقرة تعكس نجاحها في الحفاظ على اهتمام الجمهور وتقديم المحتوى بطريقة تلبي توقعاتهم.

أما فقرة "لقاء الجولة" التي وُجدت في البداية فقط يعكس ذلك إستراتيجية تهدف إلى جذب انتباه المشاهدين منذ اللحظات الأولى، هذا الوضع يمكن أن يكون فعالاً في تقديم نظرة عامة أو تسليط الضوء

على أهم نقاط الجولة التي ستتم مناقشتها أو تحليلها بعمق أكبر في الحلقة. ومقارنة بالحلقات السابقة ففي أغلب الأحيان توجد هذه الفقرة في بداية الجزء استخداماً في البداية يظهر ترسيخاً لهذه الإستراتيجية كجزء من هيكل ثابت للبرنامج.

أما الإضافة الجديدة ألا وهي "ضيف الحلقة" في البداية والنهاية يعطي فرصة للبرنامج لبدء وإنهاء الحلقة بتأثير قوي. في البداية، يساعد ذلك في جذب الانتباه، وفي النهاية، يوفر خاتمة مثيرة تدفع المشاهدين للترقب للحلقات القادمة.

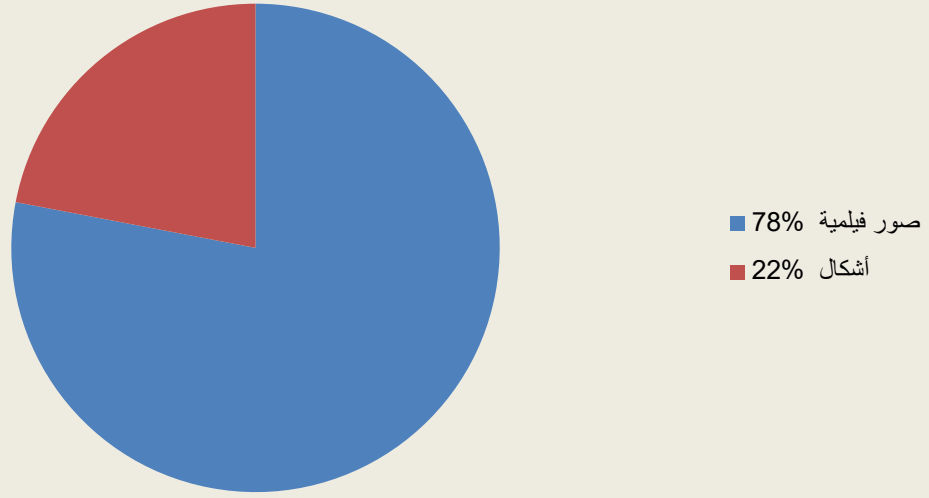
عموماً، الحلقة الخامسة من "في التسعين" تظهر كيف يمكن للتوزيع الزمني وتكرار الفقرات أن يسهم في تحسين تجربة المشاهدة من خلال تقديم مزيج مدروس من التحديثات السريعة، التحليل العميق، والتفاعل المباشر مع الضيوف. هذه الإستراتيجية تساعد في تعزيز التفاعل مع الجمهور وتعكس استجابة البرنامج لتوقعاتهم واهتماماتهم، مما يؤكد على التزام البرنامج بتقديم محتوى عالي الجودة ومشوق.

#### ● فئة الصور والرسومات:

جدول 28 يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصورة
78%	7	صور فيلمية
22%	2	أشكال
0%	0	جداول
100%	9	المجموع

## رسم توضيحي 22 يمثل النسب لمئوية لفئة الصور والرسومات لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول استعمال الصور الفيلمية 7 مرات بنسبة مئوية قدرها 78%، في حين الأشكال أستعملت مرتين بنسبة 22%، أما الجداول لم تستعمل ولا مرة.

### القراءة التضمينية:

إن اعتماد الحصة على الصور الفيلمية بشكل كبير يعكس تفضيلات واضحة في تقديم المحتوى بطريقة تؤثر بصرياً وتعزز الفهم والتفاعل لدى الجمهور، فالصور الفيلمية توفر تأثيراً بصرياً قوياً وتساعد في جذب انتباه المشاهدين. استخدامها بنسبة 78% يشير إلى أن البرنامج يركز على تقديم تجربة مشاهدة ديناميكية وجذابة تعتمد بشكل كبير على المحتوى المرئي لتوصيل الأحداث والمعلومات، كما تساهم في تعزيز الفهم لدى المشاهدين من خلال تقديم محتوى مرئي يمكن أن يساعد في شرح الأحداث والتحليلات بطريقة أكثر فعالية من النص المكتوب أو السرد اللفظي.

أما الأشكال فاستُخدمت مرتين بنسبة 22%، وهذا لغرض تقسيم بين الفقرتين وهما "ملخص مباريات" و"لقاء الجولة"، والجداول لم تستعمل في هذه الحلقة على غرار الحلقات السابقة وذلك بسبب غياب فقرة "نتائج وترتيب".

مقارنة بالحلقات السابقة رأينا أن هناك استقرارًا متزايدًا على استخدام الصور الفيلمية بشكل مكثف. هذه التغييرات قد تعكس استجابة لتفضيلات الجمهور الذي يستجيب بشكل أكبر للعناصر البصرية القوية والجذابة.

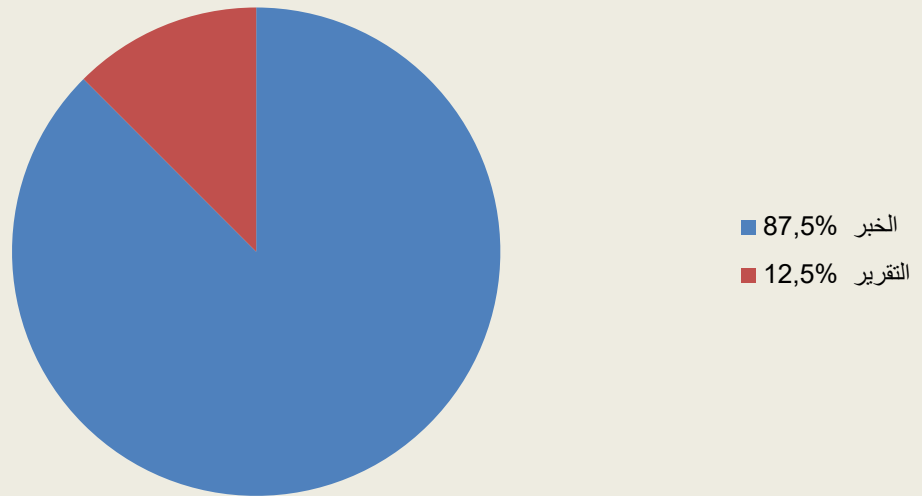
إنّ بالمجمل، التوزيع الحالي للصور والرسومات في "في التسعين" يظهر التزام البرنامج بتقديم محتوى بصري غني يعزز من التجربة العامة للمشاهدين، ويعكس تكيف البرنامج مع توقعات الجمهور وتطورات التكنولوجيا الإعلامية، واستخدام الصور الفيلمية والأشكال بهذه الطريقة يضمن تقديم معلومات بطريقة جذابة وفعالة، مما يساعد في تعزيز فهم المشاهدين والحفاظ على اهتمامهم.

### • الأنواع الصحفية:

جدول 29 يمثل تكرارات الأنواع الصحفية المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	النوع الصحفي
87,5%	7	خبر
12,5%	1	تقرير
0%	0	روبرتاج
100%	8	المجموع

رسم توضيحي 23 يمثل النسب المئوية للأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



## القراءة التعيينية:

يبين الجدول أعلاه استعمال النوع الصحفي "الخبر" 7 مرات من إجمالي 8 بنسبة مئوية تتجاوز 87% في حين أستعمل التقرير مرة واحدة بنسبة مئوية تجاوزت 12%.

## القراءة التضمينية:

نلاحظ من خلال الجدول تفضيل البرنامج المستمر في الاعتماد الكبير للخبر كنوع صحفي، فالخبر يعطي المعلومات بطريقة سريعة وفعالة، مما يلبي رغبة الجمهور في الحصول على تحديثات فورية. في بيئة الإعلام الرياضي، حيث تتغير الأحداث بسرعة، يعتبر الخبر أداة مثالية لتلبية هذه الحاجة.

أما التقرير فالجدول يشير إلى محدودية استعماله من طرف البرنامج، إذ أن توفر عمقاً وتحليلاً مفصلاً، لكنها تتطلب وقتاً وتركيزاً أكبر من المشاهدين. استخدامها بشكل محدود قد يعكس تفضيل البرنامج للحفاظ على ديناميكية البث والتركيز على تقديم محتوى يمكن استهلاكه بسرعة.

مقارنة بالحلقات السابقة، يُظهر أن هناك استمرارية في تفضيل الخبر على التقرير، هذا الثبات يشير إلى أن البرنامج قد وجد نموذجاً ناجحاً يلبي توقعات جمهوره ويحافظ على مستويات عالية من التفاعل والاهتمام.

خلاصة، إن نتائج الجدول أعلاه تؤكد على توجه البرنامج نحو توفير محتوى يتسم بالفورية والفعالية، مع الحفاظ على توازن مدروس بين الجذب الفوري والتحليل المعمق، استمرارية هذه الإستراتيجية تعكس فهماً عميقاً لتوقعات الجمهور والاستجابة المستمرة لها.

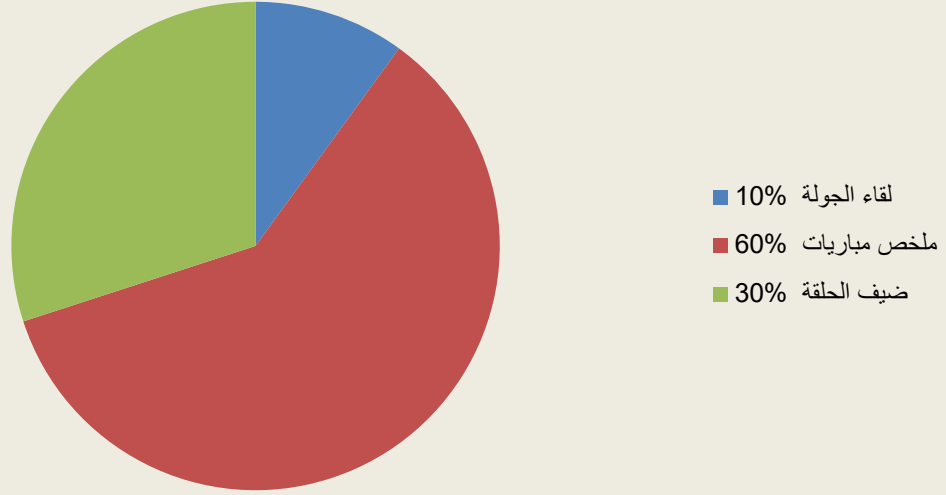
## فئات المضمون:

### • فئة الموضوع:

جدول 30 يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين ( الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	الموضوع
10%	1	لقاء الجولة
60%	6	ملخص مباريات
30%	3	ضيف الحلقة
100%	10	المجموع

رسم توضيحي 24 يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع في حصة  
في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



#### القراءة التعيينية:

من خلال الرسم التوضيحي، نرى أن فقرة "ملخص مباريات" أخذت الحصة الأكبر من البرنامج بنسبة مئوية قدرها 60%، تليها الإضافة الجديدة "ضيف الحلقة" التي أخذت نسبة مئوية 12%، وأخيراً فقرة "لقاء الجولة" التي لم تأخذ سوى 10% من إجمالي الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى.

#### القراءة التضمينية:

إن استمرارية التركيز الكبير على ملخص المباريات يعكس الدور الأساسي لهذه الفقرة في تقديم تغطية مكثفة وشاملة لأهم الأحداث الرياضية، هذا يلبي الحاجة الأساسية للجمهور في متابعة أبرز اللحظات والنتائج في الرابطة المحترفة الأولى، ففي كل الحلقات السابقة التي قمنا بتحليل مضمونها شهدنا أن "ملخص المباريات" يشغل دائماً نسبة كبيرة من البرنامج، مما يشير إلى استمرارية هذه الإستراتيجية كجزء لا غنى عنه من تركيبة البرنامج.

أما التركيز المحدود على فقرة "لقاء الجولة" يعكس التوجه الحالي للبرنامج نحو تعميق التحليل والتفاعل بدلاً من التركيز فقط على لقاء واحد بالرغم من أهميته وقوته، وقد يكون هذا أيضاً استجابة لتغذية راجعة من الجمهور أو نتيجة لتحديات تحريرية.

أما تكرار الإضافة الجديدة "ضيف الحلقة" يعكس رغبة البرنامج في تقديم تنوع في المحتوى من خلال جلب ضيوف يمكن أن يوفرنا وجهات نظر جديدة أو تحليلات معمقة للمباريات واللاعبين، مثلما حدث في هذه الحلقة أين تم استضافة مدرب شبيبة القبائل عز الدين آيت جودي وتم الحديث عن الكثير من المواضيع التي تخص الفريق القبائلي من عدة جوانب، ووجود ضيف مثل هذا يعزز من جاذبية البرنامج ويحفز التفاعل مع المشاهدين، مما يساهم في زيادة الاهتمام والولاء للبرنامج.

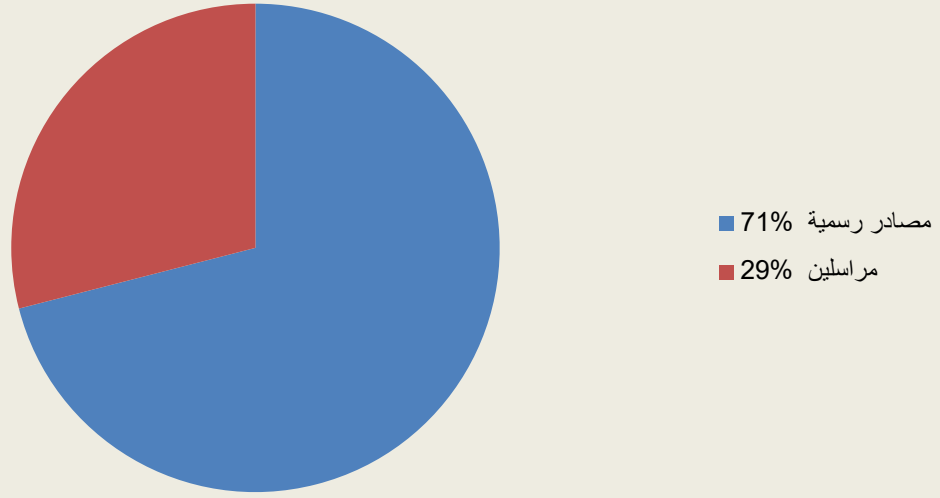
في المجمل، لا يسعنا القول سوى أن توزيع الموضوعات يعكس استمرارية وتطور البرنامج في تلبية توقعات الجمهور والاستجابة للديناميكيات المتغيرة في عالم الإعلام الرياضي، فالتركيز الكبير على "ملخص المباريات" يظل عنصرًا مركزيًا في البرنامج، بينما تقديم "ضيف الحلقة" بشكل متكرر يعزز من التنوع والجاذبية، مما يساهم في تعزيز التفاعل والاهتمام المستمر للمشاهدين.

#### • فئة المصدر:

جدول 31 يمثل تكرارات فئة مصادر الخبر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
71%	5	مصادر رسمية
29%	2	مراسلين
0%	0	وسائل إعلام
100%	7	المجموع

رسم توضيحي 25 يمثل النسب المئوية لتكرارات فئة المصادر  
لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، اعتماد المصادر الرسمية بنسبة مئوية قدرها 71%، في حين كان الاعتماد على مصدر المراسلين بنسبة مئوية قدرها 29%.

### القراءة التضمينية:

استخدام المصادر الرسمية بنسبة كبيرة يعكس التزام البرنامج بتوفير معلومات دقيقة وموثوقة، بالإضافة إلى ذلك كما ذكرنا في القراءات السابقة فإن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري هي من تملك حقوق بث مباريات الرابطة المحترفة الأولى، وبالتالي تعتمد على مصادرها الخاصة، والاعتماد على هذه المصادر يعزز من سلطة البرنامج وشفافيته، مما يساعد في بناء ثقة المشاهدين ويعزز من مصداقيته كمصدر رئيسي للأخبار والتحليلات الرياضية.

أما استخدام المراسلين بنسبة 29%، يعود بسبب عدم بث التلفزيون الجزائري لتلك المباريات بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى ذلك فإن استخدام المراسلين يوفر تغطية مباشرة وميدانية، مما يتيح للبرنامج تقديم وجهات نظر حية ولقطات فورية من الأحداث والمباريات، هذه المصادر تضيف بُعدًا إنسانيًا وتفاعليًا للتغطية، مما يعمق التجربة للمشاهدين ويعزز من جاذبية البرنامج، فبينما تقدم المصادر الرسمية الحقائق والبيانات، يمكن للمراسلين إضافة التحليل، التعليق، والتفسير، مما يوفر تنوعًا في الطرح ويغني المحتوى الإخباري والتحليلي.

ومقارنة بالحلقات السابقة، يظهر أن هناك استمرارية في الاعتماد على المصادر الرسمية بنسب عالية، مما يؤكد على النهج الثابت للبرنامج في الحفاظ على الجودة والدقة. استخدام المراسلين يظهر أيضاً استمرارية لكن بتغيرات قد تعكس ديناميكية الأحداث الرياضية وتوافر المراسلين.

على العموم، يظهر البرنامج نهجاً متماسكاً في استخدام المصادر الرسمية لضمان الدقة والموثوقية، بينما يستفيد من المراسلين لإضافة العمق والديناميكية في التغطية. هذا النهج يعزز من مكانة البرنامج كمصدر موثوق وجذاب لمتابعة الرياضة، مع الحفاظ على التوازن بين الحقيقة والتحليل.

## تحليل الحلقة السادسة والأخيرة من برنامج في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى): السبت 2024/02/24

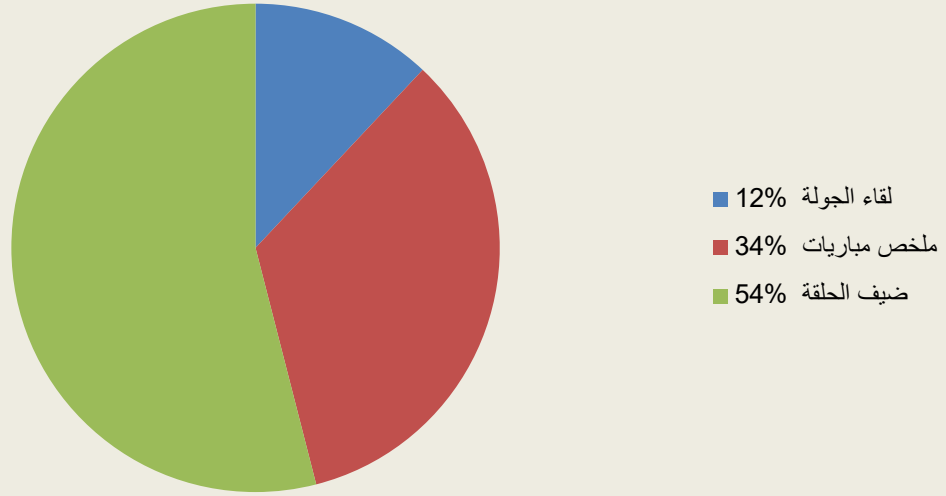
فئات الشكل:

### • فئة المساحة:

جدول 32 يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	المدة الزمنية بالدقيقة	الموضوع
12%	7	لقاء الجولة
34%	19	ملخص مباريات
54%	29:53	ضيف الحلقة
100%	55:53	المجموع

## رسم توضيحي 26 يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أنه لأول مرة فقرة "ملخص مباريات" لم تأخذ الحصة الأكبر من مساحة الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، إذ أخذت مساحة قدرها 19 دقيقة بنسبة مئوية 34%، أما فقرة "لقاء الجولة" فأخذت حوالي 7 دقائق من إجمالي الجزء بنسبة 12%، وفي الأخير أخذت الإضافة الجديدة "ضيف الحلقة" الحصة الأكبر بـ29:53 دقيقة أي بنسبة مئوية قدرها 54%.

### القراءة التضمينية:

للمرة الأولى، تتناقص أهمية فقرة "ملخص المباريات" بشكل ملحوظ، حيث لم تعد تشكل الحصة الأكبر من البرنامج. هذا التغيير يمكن أن يعكس تحولاً في إستراتيجية البرنامج لتسليط الضوء على عناصر جديدة أو استجابة لتطورات معينة ضمن الرابطة قد تتطلب تغطية أوسع من قبل الضيوف، خاصة وأن هذه الحلقة شهدت ضيفاً ثقيلاً وهو السيد محمد الأمين مسلوق نائب رئيس الاتحادية الجزائرية لكرة القدم والمسير الرسمي للرابطة المحترفة الأولى، وعكس الحلقات السابقة، كان "ملخص المباريات" دائماً يستحوذ على الجزء الأكبر من البرنامج، مما يشير إلى تحول إستراتيجي أو تجريبي في هذه الحلقة لرؤية تأثير التنوع في تقديم المحتوى.

أما فقرة "لقاء الجولة" تستمر في الحصول على نسبة محدودة من الوقت، مما يعكس ربما التركيز المستمر على التحليلات والمناقشات الأكثر عمقاً في فقرات أخرى، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الفقرة

تركز على مباراة واحدة فقط وبالتالي من الطبيعي حصولها على مساحة صغيرة من إجمالي الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى.

لكن النسبة المرتفعة للإضافة الجديدة "ضيف الحلقة" تعكس تغييرًا كبيرًا في توجهات البرنامج، فاستضافة ضيوف قد توفر منظورات جديدة أو تعمق في موضوعات خاصة تستحق الوقت الإضافي، خاصة وأن هذا العدد شهد استقبال ضيف مهم جدا في ذلك الوقت و كان مطلبا جماهيريا ألا وهو أحد أعضاء الاتحادية الجزائرية لكرة القدم، والمسؤول والناطق الرسمي باسم الرابطة المحترفة الأولى السيد محمد الأمين مسلق، وبالتالي فإن هذا السبب الرئيسي في أخذ "ضيف الحلقة" المساحة الأكبر من الوقت، وذلك أيضا من أجل زيادة التفاعلية والجاذبية في البرنامج، مما يعزز من الاهتمام والمشاركة من قبل المشاهدين، ويقدم تحليلات عميقة تتجاوز مجرد الملخصات.

خلاصة، إن التغيير في توزيع المساحة الزمنية بين الفقرات يشير إلى تجريب أو تحول استراتيجي يهدف إلى تحسين تجربة المشاهدة وربما الاستجابة لردود فعل الجمهور أو تطورات خاصة في الرياضة، والتركيز الأكبر على "ضيف الحلقة" يمكن أن يعكس رغبة البرنامج في تقديم محتوى أكثر تعمقا وتنوعا، مما يعزز من قيمة البرنامج كمصدر معلومات رياضية موثوق وشامل.

#### ● فئة الموقع:

جدول 33 يمثل فئة موقع كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

الجزء المخصص بالرابطة المحترفة الأولى								الموقع
المجموع		النهاية		الوسط		البداية		الموضوع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
22%	2	0%	0	20%	1	50%	1	لقاء الجولة
22%	2	50%	1	20%	1	0%	0	ملخص مباريات
56%	5	50%	1	60%	3	50%	1	ضيف الحلقة
100%	9	100%	2	100%	5	100%	2	المجموع

## القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول، فقرة "لقاء الجولة" تكررت مرة واحدة في البداية بنسبة مئوية قدرها 50%، وفي وسط الجزء أيضا مرة واحدة بنسبة 20%، ولم تتكرر ولا مرة في النهاية، في حين فقرة "ملخص مباريات" تكررت مرة في منتصف ونهاية الجزء بنسبتي 20% و50% بالترتيب، أما "ضيف الحلقة" فتكررت في كل أوقات الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى، ففي البداية تكررت مرة بنسبة مئوية قدرها 50%، أما في وسط الجزء فتكررت ثلاث مرات بنسبة فُدرت بـ60%، وفي النهاية مرة أيضا بنسبة 50%.

## القراءة التضمينية:

تكرار فقرة "لقاء الجولة" في البداية وفي الوسط يظهر إستراتيجية لجذب الانتباه منذ البداية والحفاظ عليه عبر الحلقة. غيابها في النهاية يشير إلى رغبة البرنامج في ترك تأثير قوي بعناصر أخرى كضيف الحلقة، ففي حلقات سابقة، كانت فقرة "لقاء الجولة" أقل تكرارًا وأكثر تركيزًا، التغيير في توزيعها يعكس تحولاً في الأهمية المعطاة لهذه الفقرة بالإضافة إلى ذلك استجابة للأحداث الجارية في الرابطة.

أما توزيع فقرة "ملخص المباريات" بمنتصف ونهاية الجزء، يشير إلى إستراتيجية لتعزيز الفهم والاحتفاظ بالمشاهدين حتى نهاية الحلقة، لكن في الحلقات السابقة كانت "ملخص المباريات" تحظى بنسب أعلى وتغطية أكثر شمولية. التراجع في النسبة الزمنية قد يعكس تجريباً في تقديم محتوى متنوع أو تركيز على عناصر جديدة كالضيف.

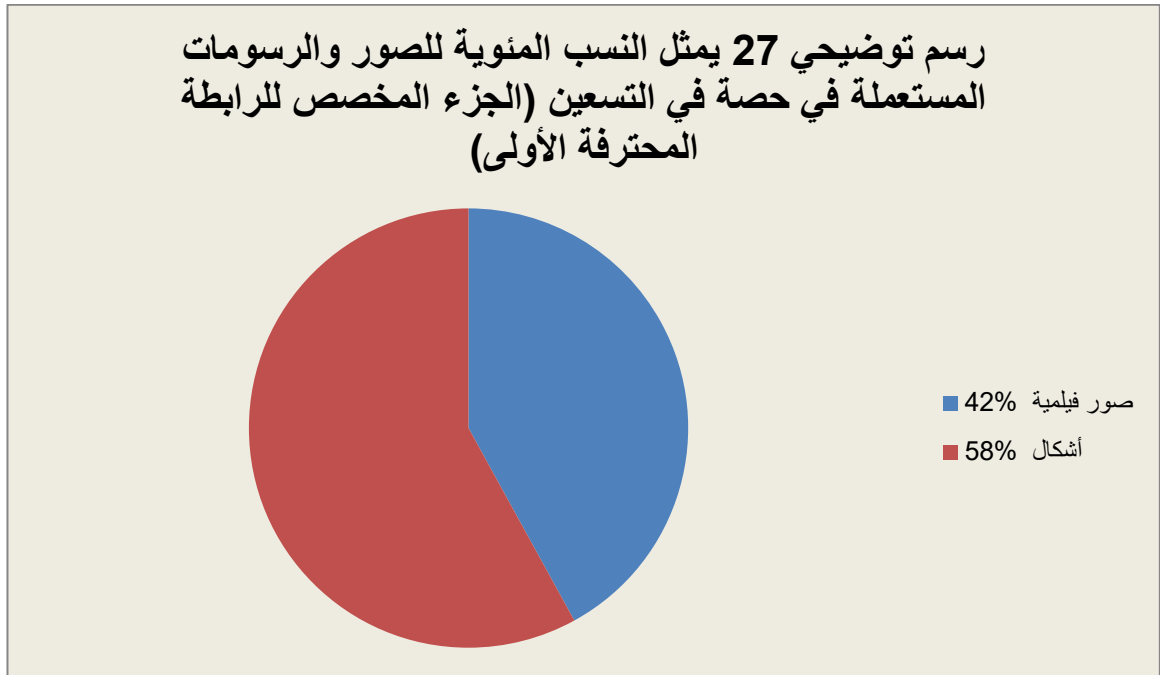
تكرار فقرة "ضيف الحلقة" خلال جميع أقسام البرنامج بنسب مرتفعة يظهر تحولاً في إستراتيجية البرنامج نحو الاعتماد على هذه الفقرة لجذب الجمهور وتقديم محتوى معمق وتفاعلي، ومقارنة بالحلقات السابقة شاهدنا تزايد الاعتماد على "ضيف الحلقة" هذا يعكس تطوراً في نهج البرنامج لتعزيز الجذب والتفاعل، وقد يكون استجابة لرغبات الجمهور في سماع تحليلات مباشرة وشخصية من خبراء أو شخصيات بارزة مثل ضيف هذه الحلقة السيد محمد الأمين مسلق المسير الرسمي للرابطة المحترفة الأولى.

في الأخير لا يسعنا القول سوى أن التغييرات في توزيع الموقع لل فقرات في الحلقة السادسة من "في التسعين" تشير إلى تحول إستراتيجي نحو تنوع المحتوى وتعزيز العناصر التفاعلية كضيوف الحلقات. هذه الإستراتيجية تهدف إلى تعزيز التجربة الشاملة للمشاهدين، وتقديم تحليلات أعمق وأكثر تخصصاً، مما يساهم في تعزيز الولاء والاهتمام بالبرنامج.

● فئة الصور والرسومات:

جدول 34 يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصورة
42%	6	صور فيلمية
58%	8	أشكال
0%	0	جداول
100%	14	المجموع



القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الجدول أن الصور الفيلمية أستخدمت 6 مرات من إجمالي 14 مرة، أما الأشكال فعلى غير العادة أستخدمت أكثر من الصور الفيلمية، إذ تم استعمالها 8 مرات.

## القراءة التضمينية:

كما ذكرنا في القراءات السابقة، فإن البرنامج يعتمد بشكل قوي على الصور الفيلمية حيث توفر تأثيرًا بصريًا قويًا وتساهم في جذب انتباه المشاهدين بشكل فوري، ووجودها بشكل أقل من الأشكال كون هذه الحلقة ركزت بقوة على ضيف الحلقة وبالتالي استعملت شكلين على شكل مربع للتركيز على المنشط وضيف الحلقة وهذا من أجل جذب تركيز المشاهدين بشكل أكبر، لكن مكانة الصور الفيلمية لا غنى عنها في البرنامج، بالرغم أن استعمالها كان أقل من المعتاد مقارنة بالحلقات السابقة.

أما الأشكال أستخدمت بشكل وفير في هذه الحلقة، كما ذكرنا سابقا بسبب الإضافة الجديدة "ضيف الحلقة" إذ اعتمد البرنامج على وضع أشكال خاصة عند طرح الأسئلة على الضيف وهذا الشكل يعتبر مربعا وذلك من أجل تبيان أهمية الضيف وجذب انتباه وتركيز المشاهدين من أجل متابعة كل أطوار الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى.

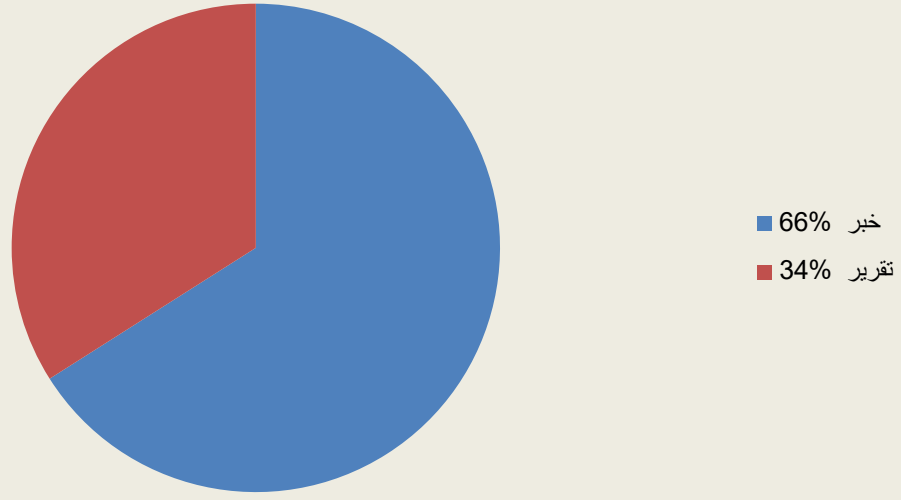
في الأخير، إن توزيع الصور والأشكال في هذه الحلقة يعكس تطوراً في استراتيجيات التحرير البصري للبرنامج، مع التركيز على تعزيز العناصر التحليلية والتعليمية للمشاهدين. هذه الإستراتيجية تشير إلى نمو وتطور في نهج البرنامج لتقديم محتوى يلبي بشكل أفضل توقعات المشاهدين ويعزز من قيمة البرنامج كمصدر معلوماتي وتحليلي في الرياضة.

### • فئة الأنواع الصحفية:

جدول 35 يمثل تكرارات الأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	النوع الصحفي
66%	6	خبر
34%	3	تقرير
0%	0	روبرتاج
100%	9	المجموع

رسم توضيحي 28 يمثل النسب المئوية لأنواع الصحفية لحصة  
في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



#### القراءة التعيينية:

نلاحظ من خلال الرسم البياني، أن استعمال النوع الصحفي "الخبر" كان بنسبة مئوية قدرها 66%، أي 6 مرات من إجمالي 9 مرات، أما التقرير فاستعمل 3 مرات بنسبة مئوية قدرها 34%، والروبورتاج لم يُستعمل ولا مرة.

#### القراءة التضمينية:

إن استمرار تفضيل الخبر يعكس الحاجة لتقديم معلومات سريعة وفورية، وهو أمر مهم في الصحافة الرياضية حيث تتطلب الأحداث تحديثات متكررة ومباشرة، فالخبر يسمح بتغطية الأحداث بشكل فعال ويحافظ على اهتمام المشاهدين، وهذا ما تؤكد هذه الحلقة والحلقات السابقة إذ يشكل الخبر النسبة الأكبر من الأنواع الصحفية المستخدمة، مما يعكس استمرارية هذا التفضيل وثبات الإستراتيجية الإعلامية للبرنامج.

أما التقرير كما ذكرنا سابقا فبالرغم من استعماله المحدود مقارنة بالخبر، إلا أنه يقدم تحليلاً أعمق وتوضيحاً للأحداث، والتقارير مفيدة لفهم السياقات والتفاصيل التي قد لا يغطيها الخبر السريع. استخدام التقارير بنسبة 34% يعكس محاولة البرنامج لتوازن بين الإخبار السريعة والتحليل المعمق.

عكس الحلقات السابقة تم استخدام التقرير في هذه الحلقة أعلى مقارنةً بحلقات أخرى، مما يشير إلى استجابة لرغبات الجمهور في الحصول على تحليلات أكثر تفصيلاً أو تطوراً في الأحداث يتطلب شرحاً موسعاً.

أخيراً، استخدام الأنواع الصحفية في الحلقة السادسة من "في التسعين" يعكس إستراتيجية متوازنة تجمع بين الحاجة لتقديم معلومات سريعة وفعالة (الخبر) والرغبة في تعميق التحليل والشرح (التقرير). هذا التوزيع يظهر تكيف البرنامج مع الاحتياجات المتغيرة للجمهور والأحداث، مع الحفاظ على القدرة على جذب والحفاظ على اهتمام المشاهدين من خلال تقديم محتوى متنوع وشامل.

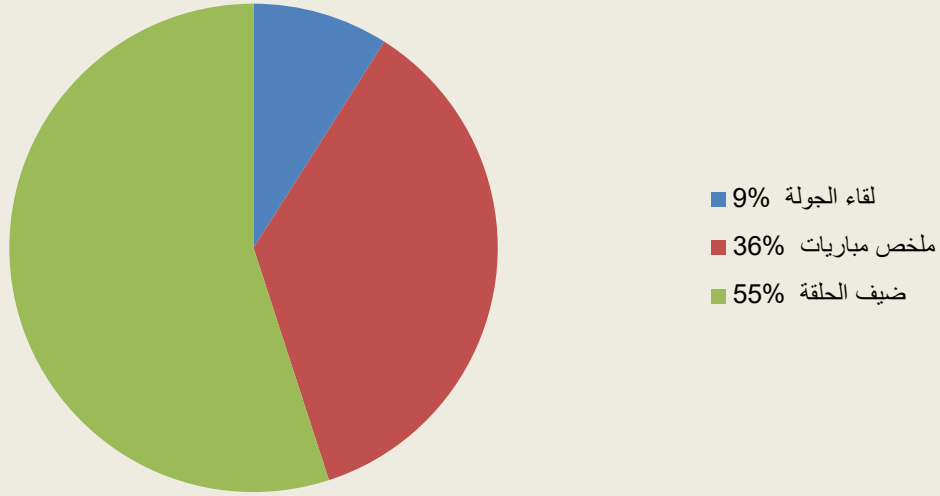
### فئات المضمون:

#### • فئة المواضيع:

جدول 36 يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	الموضوع
9%	1	لقاء الجولة
36%	4	ملخص مباريات
55%	6	ضيف الحلقة
100%	11	المجموع

رسم توضيحي 29 يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع لخصصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



#### القراءة التعيينية:

يوضح الجدول أعلاه، أن فقرة "لقاء الجولة" تكررت مرة واحدة من إجمالي 11 مرة بنسبة 9%، أما "ملخص مباريات" فتكررت 4 مرات بنسبة مئوية قدرها 36%، وأخيرا "ضيف الحلقة" تكررت 6 مرات من إجمالي 11 بنسبة 55%.

#### القراءة التضمينية:

إن الانخفاض في نسبة استخدام "لقاء الجولة" يعكس تحولاً في إستراتيجية البرنامج من التركيز على التقارير المباشرة إلى تقديم تحليلات أعمق ومناقشات أوسع مع الضيوف. هذا يمكن أن يكون استجابة لتفضيلات الجمهور للحصول على تحليلات معمقة بدلاً من الاهتمام بلقاء واحد فقط، ففي حلقات سابقة، كانت نسبة هذه الفقرة أعلى، مما يعكس تغييراً في الأولويات أو في استجابة لتغييرات في الأحداث الرياضية أو متطلبات الجمهور.

أما فقرة "ملخص مباريات" شهدت انخفاضا نسبيا مقارنة بالحلقات السابقة، يشير هذا إلى تحول في توجه البرنامج نحو تعزيز المحتوى التفاعلي مع الضيوف. رغم أن هذه الفقرة تظل مهمة، إلا أن البرنامج يبدو أنه يسعى لتقديم تنوع أكبر في المحتوى.

ففي هذه الحلقة سعى البرنامج التحول من تقديم ملخصات تقليدية إلى تفاعل أكبر مع الضيوف خاصة ضيف هذه الحلقة الذي يعتبر شخصية مهمة جدا في عالم كرة القدم الجزائرية عموما و الرابطة

المحترفة الأولى على وجه الخصوص، هذا يمكن أن يعكس رغبة في تعميق التجربة الإعلامية للمشاهدين، مما يشير إلى استجابة لتغير الأذواق أو المنافسة في وسائل الإعلام الرياضية.

أما الزيادة الكبيرة في نسبة استخدام "ضيف الحلقة" تشير إلى إستراتيجية محورية لجذب الجمهور من خلال توفير منظورات متنوعة وتعميق النقاش حول القضايا الرياضية، وذلك باستدعاء ضيوف لهم علاقة بالكرة الجزائرية على العموم والرابطة المحترفة خاصة مثل السيد محمد الأمين مسلوق، ومقارنة بالحلقة السابقة أين تم وضع هذه الإضافة الجديدة نرى هذه الزيادة تعكس ربما تغيراً في تفضيلات الجمهور أو تجريباً لتقديم محتوى أكثر جذباً وتفاعلية، مع التركيز على استضافة ضيوف يمكنهم تقديم تحليلات قيمة ومعقدة وتوضيح كل ما هو مبهم وله علاقة بالدوري الجزائري.

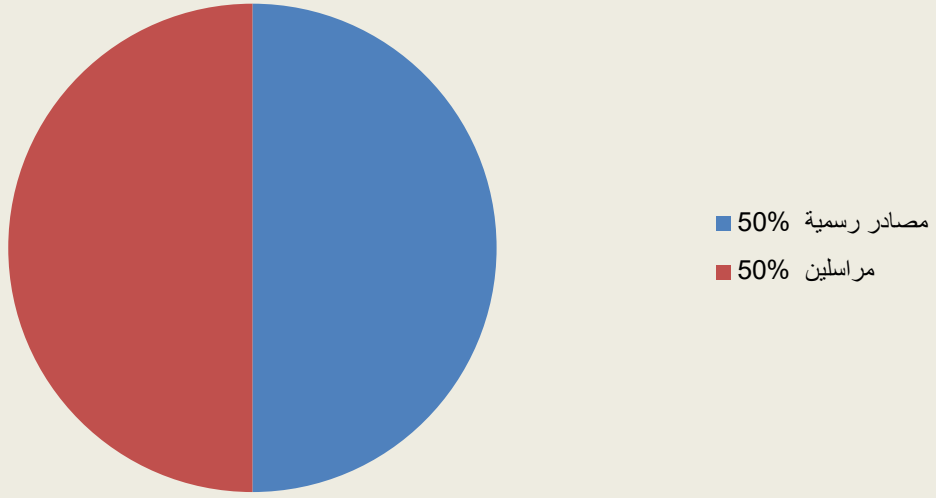
إذا، هذه الحلقة تعكس تحولاً استراتيجياً مهماً في تقديم المحتوى، حيث يغلب التفاعل والتحليل المعمق على النقل التقليدي للأحداث، وهذا التحول يعكس تكيف البرنامج مع متطلبات جمهور عصري يبحث عن تجربة إعلامية أكثر تفاعلية وتعمقاً، ويشير إلى محاولة لتعزيز المشاركة والاهتمام بالبرنامج في بيئة إعلامية تنافسية.

#### ● فئة المصدر:

جدول يمثل 37 تكرارات فئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
50%	3	مصادر رسمية
50%	3	مراسلين
0%	0	وسائل إعلام
100%	6	المجموع

رسم توضيحي 30 يمثل النسب المئوية لفئة المصادر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)



### القراءة التعيينية:

من خلال الجدول والرسم التوضيحي نرى الاعتماد على المصادر الرسمية كان في 3 مرات من أصل 6 بنسبة 50%، أما المرسلين أستعمل أيضا 3 مرات بنسبة 50%.

### القراءة التضمينية:

كما ذكرنا في القراءات السابقة فإن البرنامج يعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية كون المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري هي من تملك حقوق بث مباريات الدوري الجزائري، وبالتالي فإن الاعتماد على المصادر يعتبر أمرا جليا، وهذا يضمن أيضا تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، لكن مقارنة مع الحلقات السابقة، كان هناك تفضيل ملحوظ للمصادر الرسمية كأساس للمعلومات الرياضية واستمرار هذا التوجه يؤكد على ثبات البرنامج في الحفاظ على الجودة والمصداقية في التغطية.

أما استخدام المرسلين بنسبة متساوية يعكس رغبة البرنامج في تقديم تغطية ميدانية وتفاعلية، مما يجلب للجمهور الأحداث والأخبار من "قلب الحدث"، فالمرسلون يمكنهم تقديم تحليلات حية وأجواء المباريات، مما يضيف عمقا وتفاعلا للبرنامج. ففي الحلقات السابقة، رأينا استخداما أقل نسبيا للمرسلين مقارنة بالمصادر الرسمية، التوازن في هذه الحلقة يمكن أن يعكس تطورا في إستراتيجية البرنامج لتعزيز التفاعل والتغطية الشاملة.

والتوازن بين المصادر الرسمية والمراسلين يعزز أيضا من شمولية البرنامج وقدرته على تقديم محتوى غني ومتنوع يلبي مختلف توقعات الجمهور.

في المجمل، التوازن بين استخدام المصادر الرسمية والمراسلين في هذه الحلقة يعكس نضجًا في إستراتيجية البرنامج الذي يسعى لتعزيز مصداقيته وتفاعله مع الجمهور. هذا التوازن يدعم تقديم تغطية موثوقة ومشوقة، مما يعزز من جاذبية البرنامج وقدرته على المنافسة في ساحة الإعلام الرياضي المعاصر.

## النتائج العامة للدراسة:

من خلال سردنا في الإطار النظري عن الدور الذي تلعبه الحصص الرياضية التلفزيونية في الترويج للرابطة المحترفة الأولى ومع دراسة تحليلية لحصة في التسعين للقناة السادسة الشبائية، التي قمنا بتفكيك محتواها، وصلنا إلى استخلاص أهم النتائج الآتية:

1- برنامج "في التسعين" يستخدم مجموعة متنوعة من الوسائل الفعالة للترويج للرابطة المحترفة الأولى، مما يساهم في زيادة الوعي والاهتمام بالرياضة على مستوى الجمهور. الوسائل التي يستخدمها البرنامج تشمل التقنيات الإعلامية المتطورة، تنوع المحتوى، استخدام المصادر المتعددة، والتفاعل مع الجمهور.

فالبرنامج يعتمد إستراتيجية تنوع المحتوى بشكل كبير لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين وتقديم رؤية شاملة للرابطة المحترفة الأولى، فهو ملخصات مفصلة للمباريات، مما يسمح للجمهور بمتابعة جميع الأحداث الرئيسية بسرعة وفعالية. هذا يجذب خصوصًا المشاهدين الذين لا يمكنهم متابعة جميع المباريات بشكل مباشر.

بالإضافة إلى ذلك فهو يقدم تحليلات ومقابلات مع لاعبين أو مدربين هذا يعطي عمقًا أكبر للمحتوى ويوفر للمشاهدين فهمًا أفضل للإستراتيجيات والأداء داخل الملعب.

كما يستضيف البرنامج خبراء ومحللين رياضيين يثري النقاش حول الرابطة ويساهم في توفير منظورات متعددة قد تفتح الباب لنقاشات جديدة وجذابة.

البرنامج أيضا يستخدم عدة مصادر، فهو يستعين بمزيج من المصادر الرسمية التي توفر بيانات ومعلومات موثقة وتساهم في بناء مصداقية البرنامج، والمراسلون يقدمون تغطية ميدانية تفاعلية، مما يسمح بنقل الأجواء من قلب الحدث مباشرة إلى المشاهدين، ويزيد من عمق التجربة الإعلامية، كل هذا من أجل ضمان لتقديم معلومات دقيقة وموثوقة.

بالإضافة إلى ذلك فإن البرنامج يتفاعل مع الجماهير، فهو يقدم استطلاعات الرأي حول موضوعات مختلفة يشرك المشاهدين ويجعلهم يشعرون بأهميتهم للبرنامج، كما يقوم البرنامج باستضافة ضيوف ومحللين والحديث عن القضايا التي هي مطلبهم وهذا يريد من جاذبية البرنامج.

برنامج "في التسعين" يستخدم هذه الوسائل بشكل فعال لترويج الرابطة المحترفة الأولى، مما يساهم في تعزيز الانتماء الرياضي وزيادة الوعي والاهتمام بالرابطة. التحدي الرئيسي يظل في كيفية الحفاظ على هذا المستوى من التنوع والتفاعلية مع مواكبة التغيرات التكنولوجية والإعلامية التي تشهدها الساحة الرياضية.

2- برنامج "في التسعين" يعتبر وسيلة فعالة للترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى وله تأثيرات إيجابية عدة، فهو يساعد في تعزيز وعي الجمهور بالرابطة المحترفة الأولى والفرق المشاركة فيها، مما يساهم في زيادة التفاعل مع الدوري ودعم المشجعين لفرقهم المفضلة، كما يوفر فرصة للتحليل المتخصص للمباريات والأحداث الرياضية، مما يساعد في فهم أعمق للعناصر التكتيكية والتقنيكية والفنية للعبة، وبالتالي يزيد من تقدير المشاهدين للمستوى الفني للاعبين والفرق، بالإضافة إلى ذلك فالبرنامج يساهم في بناء رابط قوي بين المشجعين والرابطة المحترفة الأولى وبين المشجعين والفرق من خلال تقديم تغطية شاملة ومتخصصة وتحليل دقيق لأحداث الدوري، ويساهم أيضا في نشر الثقافة الرياضية وتعزيز قيم الروح الرياضية والتنافس الشريف، مما يعزز التفاهم والتعاون بين الفرق والمشجعين، يساعد البرنامج أيضا في تطوير قطاع الإعلام الرياضي من خلال توفير فرص للصحفيين والمحللين والمعلقين للتعبير عن آرائهم وتقديم تحليلاتهم يوفر لهم أيضا فرصًا لتطوير مهاراتهم الإعلامية والتواصلية مما يعزز مستوى الإنتاج وجودة التقديم، بفضل شعبيته ومشاهداته العالية، يعتبر البرنامج جاذبًا للشركات الراعية والإعلانات، فهو يمتلك راعيا رسميا ألا وهو نفس الراعي الرسمي للرابطة المحترفة وهو شركة الاتصالات "موبيليس" هذا يساهم في تحقيق الإيرادات ودعم استمراريته.

باعتبار هذه الآثار الإيجابية، يمكن القول إن برنامج "في التسعين" يلعب دورًا مهمًا في تعزيز صورة الرابطة المحترفة الأولى وتعزيز التفاعل معها لدى الجمهور.

3- برنامج "في التسعين"، مثله مثل أي برنامج تلفزيوني رياضي، يواجه عدة تحديات يمكن أن تؤثر على فعاليته في تقديم المحتوى والترويج للرابطة المحترفة الأولى. فهم هذه التحديات يساعد في تحديد المجالات التي قد تحتاج إلى تحسين أو تعديل استراتيجي، فيجب على البرنامج أن يحافظ على موضوعية وحيادية في تقديم المحتوى، تجنب التحيز لأي فريق أو لاعب يمكن أن يكون صعبًا، خاصة عندما يكون المقدمون أو الضيوف لديهم تفضيلات شخصية أو عواطف تجاه فرق معينة. بالإضافة إلى ذلك مع التقدم المستمر في تكنولوجيا البث والإعلام، يجب على البرنامج التكيف مع هذه التغييرات لضمان تقديم تجربة مشاهدة محدثة وجذابة. البقاء على اطلاع بأحدث تقنيات البث والرسومات يتطلب استثمارات مالية وتدريب مستمر للفريق الذي يعمل خلف الكاميرا وهذا من أجل مواكبة التكنولوجيا. أيضا في عالم يزداد فيه استخدام الإنترنت ومنصات البث المباشر، يواجه البرنامج تحدي المنافسة مع منصات متعددة تقدم محتوى مماثل أو مكمل. البرنامج يحتاج إلى إيجاد طرق فريدة لجذب والحفاظ على الجمهور. كما يجب على البرنامج مواكبة التوقعات المتغيرة للجمهور، فتفضيلاتهم وتوقعاتهم تتغير باستمرار ومواكبة هذه التوقعات يمكن أن يكون تحديًا، فالبرنامج يحتاج إلى إجراء بحوث جمهور منتظمة وتحليل البيانات لفهم ما يريده المشاهدون وكيف

يفضلون استهلاك المحتوى الرياضي. يجب على البرنامج أيضا العمل على الحفاظ على جودة عالية وتنوع في المحتوى يتطلب موارد كبيرة، بما في ذلك الاستثمار في الكفاءات البشرية (مثل المحللين والمراسلين) إضافة إلى التكنولوجيا. هذا يشمل أيضا الحفاظ على توازن بين الفقرات التعليمية (مثل لقاء الجولة)، التحليلية (ملخص مباريات)، والترفيهية (لاعب الجولة، صورة الجولة) لضمان تلبية احتياجات واهتمامات جميع المشاهدين، وللتغلب على هذه التحديات، يمكن للبرنامج تبني استراتيجيات متنوعة مثل تعزيز الشفافية والموضوعية، الاستثمار في التكنولوجيا، الابتكار في طرق تقديم المحتوى، والتفاعل المستمر مع الجمهور لفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل أفضل.

4- لمعالجة التحديات التي تواجه برنامج "في التسعين" ولتحسين دور الحصص التلفزيونية الرياضية بشكل عام في الترويج للرابطة المحترفة الأولى موبيليس، يمكن تقديم عدة توصيات إستراتيجية. هذه التوصيات تهدف إلى تعزيز الفعالية والجودة العامة للبرنامج، وكذلك لضمان استمرارية جذب المشاهدين وتحسين تجربتهم، فيجب على البرنامج تنفيذ ضوابط تحريرية صارمة لضمان التوازن والموضوعية في التغطية، وتجنب التحيز لأي فريق أو لاعب، بالإضافة إلى تدريب الفريق التحريري والمقدمين على مبادئ الصحافة الأخلاقية والتغطية العادلة. يجب على البرنامج أيضا أن يحسن التفاعلية والمشاركة الجماهيرية مثل زيادة استخدام وسائل التفاعل الرقمي (التصويت الجماهيري، الأسئلة المباشرة) خلال البث، إضافة إلى إطلاق منصات مجتمعية لمناقشة البرنامج وتبادل الآراء بين المشاهدين، مما يعزز الانتماء للبرنامج ويزيد من الولاء له.

يجب أيضا الابتكار في تقديم المحتوى وتبني تقنيات بث متقدمة مثل الواقع المعزز والرسوم المتحركة لجعل العروض التقديمية أكثر جاذبية، وتطوير فقرات جديدة تركز على قصص الخلفية للاعبين أو تحليلات فنية عميقة تسهم في فهم أكبر للعبة. يجب على البرنامج أيضا توسيع البث ليشمل مناطق جغرافية أكبر واستخدام الإنترنت لبث البرنامج على منصات متعددة مثل اليوتيوب، فيسبوك، أو تطبيقات مخصصة. والسعي إلى إبرام شراكات مع المدارس والجامعات لتعزيز الوعي والاهتمام بالرابطة بين الشباب. يجب أيضا الاستثمار في التحليلات الفنية والتكنولوجية وإدخال تحليلات متقدمة مثل الإحصاءات الحية والتحليل البيومتريري لتقديم نظرة أعمق لأداء اللاعبين والفرق وتدريب فريق العمل التقني على استخدام هذه التقنيات وتحليل البيانات بطريقة يمكن أن تفيد المشاهدين العاديين والمتخصصين على حد سواء. يجب أيضا على القائمين على البرنامج التركيز نحو التطور المستمر، فيجب المراجعة والتقييم المستمرين لمحتوى البرنامج وتقديمه بناءً على التغذية الراجعة من المشاهدين والتحليلات السوقية للبقاء متوافقين مع الاتجاهات والمتطلبات المتغيرة.

بتطبيق هذه التوصيات، يمكن لبرنامج "في التسعين" تحسين قدرته على الترويج للرابطة المحترفة الأولى بشكل فعال واستمرارية تعزيز شعبيته ومصداقيته بين مختلف الجماهير.

## خاتمة:

من خلال بحثنا والذي حاولنا فيه تفكيك الإشكالية التي انطلقنا منها من خلال تتبع القناة السادسة الشبابية عموماً وبرنامج في التسعين على وجه الخصوص، فهذه الدراسة توفر نظرة شاملة حول دور البرامج الرياضية في الترويج للرياضة المحلية وتعزيز الثقافة الرياضية بين الجماهير. من خلال تحليل متعدد الأبعاد للمحتوى، المصادر، الأنواع الصحفية، والتفاعل الجماهيري، تبرز هذه الدراسة الأساليب والاستراتيجيات التي يستخدمها البرنامج لإشراك الجمهور وتقديم تجربة مشاهدة غنية ومعلوماتية.

فبرنامج "في التسعين" يستخدم مجموعة متنوعة من الأساليب التي تسهم بشكل فعال في ترويج الرياضات المحلية. عن طريق الملخصات الشاملة، اللقاءات العميقة مع اللاعبين والمدربين، والتحليلات الفنية، يقدم البرنامج نظرة متكاملة على أحداث الرابطة المحترفة الأولى. هذا النهج لا يعزز فقط الوعي بالأحداث الرياضية، بل يعمق الفهم والاهتمام بتفاصيل اللعبة، مما يشجع على مشاركة أكثر تفاعلية وإثراء من الجمهور.

البرنامج يتميز أيضاً بقدرته على تعزيز الانتماء والمشاركة الجماهيرية من خلال استخدام التقنيات التفاعلية والتواصل المستمر مع المشاهدين. هذه الأساليب تولد شعوراً بالمشاركة المجتمعية وتسهم في بناء علاقة مستمرة بين المشاهدين والبرنامج، مما يعزز من الولاء والتفاعل الطويل الأمد.

مع ذلك، يواجه البرنامج تحديات جوهرية تشمل الحفاظ على الموضوعية والنزاهة، التكيف مع التطورات التكنولوجية السريعة، ومواجهة المنافسة الشديدة من منصات البث الأخرى. هذه التحديات تتطلب استجابة إستراتيجية متكاملة تشمل تحديث البنية التكنولوجية، تعزيز التدريب المهني للفريق، وتطوير محتوى يتميز بالابتكار والتفرد.

ولتجنب هذه التحديات وتطوير البرنامج يُوصى بتوسيع استخدام الوسائط المتعددة والتقنيات الحديثة لتقديم المحتوى بطريقة جذابة ومؤثرة، واستمرار الحوار والتفاعل مع الجمهور لفهم توقعاتهم وتفضيلاتهم بشكل أفضل. كما يُنصح بتنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للموظفين لضمان تقديم تغطية عالية الجودة وموضوعية.

في ختام الدراسة، يظهر بوضوح الدور الحيوي الذي تلعبه برامج مثل "في التسعين" في تعزيز الثقافة الرياضية وترويج الرياضات المحلية، مما يؤكد على أهمية الإعلام الرياضي كأداة فعالة للتوعية والترفيه.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع باللغة العربية:

- إحدان زهير مكلف بالدروس بمعهد علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الخامسة، الجزائر، 2014.
- إحدان زهير، الإذاعة والتلفزة في الجزائر، سلسلة المجتمع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984.
- إحدان زهير، الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال "عالم الاتصال"، سلسلة الدراسات الإعلامية، إعداد مجموعة من الأساتذة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1992.
- إحدان زهير، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر3، 2012.
- الإعلام و الثقافة في الجزائر1962-1982، وثائق تشريعية، منشورات وزارة الإعلام الجزائرية1981،
- ألبيير ببيير، تاريخ الإذاعة و التلفزة، ترجمة قدوش محمد، سلسلة المجتمع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984.
- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيدي صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.
- بليلة بغداد أحمد، التلفزيون الجزائري، دار البدر الساطع للنشر، الجزائر، 2019
- بن حسين نائب مدير تنمية الإذاعات المحلية بالإذاعة الوطنية في تصريح بمجلة الشاشة الصغيرة، مارس 1997.
- بن عبد الله العبد القادر عبد الرحمان، الصورة الذهنية وعلاقتها بالاتصال الثقافي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2020
- بن عمار الأحمر جمال: الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم الإنسانية، ط1، دار الأيام لنشر والتوزيع، عمان-الأردن2016
- بهباني خليفة طالب شغب الملاعب و أساليب مواجهته، مكتبة جامعة الرياض، السعودية 2004.
- التكلوي أحمد ، الإعلام المرئي "التلفزيون والفيديو والسينما" والوقاية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 1998.

- تواتي نور الدين، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية ط2، الجزائر 2009.
- جبار أحمد، بوعمامة العربي، الإذاعة الجزائرية ودورها في تعزيز مسار الثورة ورافد من روافد التنمية بعد الاستقلال-قراءة تاريخية- مجلة تاريخ المغرب العربي، العدد 08، جامعة مستغانم، 2017.
- الجندي ممدوح رضا، الإذاعة والتلفزيون ووسائل الإعلام الحديثة، دار الراية للنشر والتوزيع، مصر، 2019.
- حجاب عزت، وسائل الإعلام و آثارها في المجتمع العربي المعاصر، المجلة الجزائرية للاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، العدد 9، الجزائر 1992.
- الحماحي محمد، موسوعة التنظيم و الإدارة في التربية البدنية و الرياضة، الطبعة 1، القاهرة، 2006
- حماد عبد العزيز عبد الفتاح، الإعلام المرئي والمسموع، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر 2005.
- حمدي أحمد، الثورة الجزائرية و الإعلام، منشورات المتحف الوطني للمجاهد، ط2، الجزائر 1995.
- حيفري عبد الرحمان، التلفزيون الجزائري واقع و آفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985.
- خضور أديب، الإعلام الرياضي ( دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة و التلفزيون و الإذاعة)، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1994.
- خيرى نورة، محطات تاريخية من مسيرة الإذاعة الجزائرية إبان الاستقلال، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، المجلد الثاني، العدد السابع جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، جوان 2019.
- در محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، دار المنظومة، الجزائر، ع9، 2017.
- دليو فضيل، تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 1830-2013، ط1، الجزائر، دار هومة للنشر و الطباعة و التوزيع، الجزائر، 2016
- دليو فضيل، مجلة الباحث، معهد علم الاجتماع، ع1، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 1995.

- الديك إسكندر، الأسعد مصطفى، دور الإعلام و الاتصال في التنمية الشاملة، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع، بيروت، 1993.
- زاوي عبد الوهاب، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة المسيلة، نوفمبر 2013.
- سراي سعاد، المشهد السمعي البصري في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2019.
- سلامي اسعيداني، د. فقيري ليلي، التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الإعلام السمعي البصري (التلفزيون الجزائري نموذجاً)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ديسمبر 2016.
- الشافعي حسن أحمد، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، 2016.
- شبلي كريم، معجم المصطلحات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2003
- شوان علي شيبية، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الدار المعرفية، مصر 2008.
- شرف عبد العزيز، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب اللبناني، ط2، 1983.
- الشطاح محمد، الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى و الجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2002.
- الشطري حامد مجيد، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1 2013
- الصبطي عبيدة، مسعودي كلثوم، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية، الجزائر، 2010،
- طبي منير، وسائل الإعلام و الاتصال عبر التاريخ الحديث، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2020.
- طلعت شاهيناز، وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1980.
- عبد الحافظ محمد، المزيج الترويجي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- عبد اللطيف حمزة، الصحافة و المجتمع، وكالة الصحافة العربية، القاهرة، مصر، 2021
- عدلي العبد عاطف، عدلي العبد نهى وسائل الإعلام نشأتها تطورها آفاقها المستقبلية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، الجزائر 2013
- عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لثورة الجزائر 1954-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985،
- عويس خير الدين علي، عبد الرحيم عطا حسين، الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة، 1998 .
- عيساني رحيمة الطيب، مدخل إلى الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، الجزائر، 2013
- غامض فيصل، مجلة الإذاعة، العدد 31، الاثنين من 20 إلى 26 سبتمبر 1993.
- غربي محمد، فلواز إبراهيم، النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد الأول العدد الثالث، المركز الجامعي تيسمسيلت، الجزائر، سبتمبر 2019 .
- غضبان أحمد حمزة، متطلبات الأندية المحترفة لكرة القدم في إنجاح تطبيق الاحتراف الرياضي بالجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، مجلد 09، العدد 02، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018.
- قويدر أحمد بشار، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة أول نوفمبر 1954، دار القصبه، الجزائر 1992.
- كنعان علي عبد الفتاح، الإعلام الرياضي، مكتبة الإكسبير الإلكترونية، دار اليازوري، الأردن 2014، طاهري حسن، الإعلام والقانون، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2014.
- لاوسيس سليمان، الإعلام الرياضي والإعلام المتخصص "المفاهيم، التأثيرات والتطور" دار الكتاب الحديث، ، الجزائر، 2020.
- مبارك تومي صونيا، عقد احتراف لاعب كرة القدم تمحورت حول الإطار القانوني الذي يخضع له تكوين و انتهاء العقد في التشريع الجزائري. 2018
- محمد جابر سامية: كتاب الاتصال و الإعلام، كليّة الأدب، جامعة الإسكندرية، مصر، 2007
- محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2013
- المشروع الجديد لملف السياسة الإعلامية، حزب جبهة التحرير الوطني، لجنة الإعلام و الثقافة، مطبوعات الحزب الجزائري، 1982
- المشوخي ، تقنيات ومناهج البحث العلمي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.

- مكاوي حسن عماد وعبد الغفار عادل، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، دار النشر المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2008.
- مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.
- نشرة النظرة، التلفزيون الجزائري 2001.
- ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2011

#### المراجع باللغة الأجنبية:

- BEN ZELIKHA Ahmed, Presse Algérienne –Editoriaux et Démocratie, Edition Dar El Gharb, Algérie 2005.
- MARION Grill, Marketing, Mode d'emploi, édition d'organisation, Paris, 2eme éd, 2002
- IHDDADEN Zouhir, colloque sur la presse écrite sur Maghreb, (edit/walfzug : Hum Berg, 1989) .
- Le rapport annuel d'activité de l'établissement, 1996.
- EL ISSAWI Fatima, Algerian National Media: Freedom at a cost, LSE Middle East Centre Rapport, February 2017

## البحوث والدراسات المنشورة:

- إبراهيم مبروك، دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية، شاهدة ماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، 2017.
- بلبراهم جمال: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية: رسالة ماجستير، كلية العلوم التجارية، جامعة حسبية بن بو علي، شلف 2009.
- بن حمو لخضر، هواري مسعود فيطس، تأثير الإعلام المرئي على استثارة الدافعية نحو ممارسة النشاط البدني والرياضي، مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه، جامعة بن زيان الجلفة 2018
- بوساق أسماء، محاضرات مؤسسات الإعلام، قسم الإعلام الرياضي، معهد العلوم و
- حمداد وليد، دور الإعلام الرياضي المرئي في إنجاح مشروع الاحتراف الرياضي في كرة القدم بالجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية بدالي إبراهيم الجزائر، 2022.
- خرواش لمين، إستراتيجية خوصصة الأندية الرياضية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر 2012.
- د.بن سعيد محمود، تأثير الإعلام الرياضي المرئي على ضوء بعض المتغيرات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة عمار تليجي الأغواط، 2020.
- الدوسري محمد، دور البرامج الرياضية التلفزيونية في تعزيز سلوكيات الشباب، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية و الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2016.
- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1995.
- الشلقاني أحمد: دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدي الأجانب المقيمين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر 2014

- الشيخ صالح: تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات فيها، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سوريا، 2009
- صلاح الدين جلال، حرية التعبير في الإعلام الرياضي الجزائري ودورها في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي، دراسة ميدانية للصحفيين الرياضيين في الجزائر، جامعة المسيلة، جوان 2015،
- طبيب عطية رفيق، معوش محب الدين، دور الإعلام الرياضي في تحسين كرة القدم الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2021
- طلحة إلياس، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، 2017
- عروي عبلة مونية، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014.
- غربي صباح، محاضرة منهج تحليل المضمون، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019/2020.
- فرحات مهدي، دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر، رسالة ماجستير، المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة وهران، 2010/2009، ص72
- لعرج سمير، العجود آسيا، واقع الصحافة الرياضية المتخصصة في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، 2018
- لعياضي عبد الحكيم، دراسة تحليلية لواقع الاحتراف الرياضي في الجزائر، دراسة ميدانية للأندية الرابطة المحترفة الأولى والثانية، مجلة المنظومة الرياضية، جامعة سوق أهراس، 2018.
- الهادي عيسى، دور الرعاية الرياضية في تحسين صورة المؤسسة، مجلة المعيار، العدد الخامس عشر، جامعة سطيف، ديسمبر 2016
- يعقوبي أدما ، تحليل نظامي للاحتراف الرياضي في الجزائر من 1989 إلى 2015، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية بدالي إبراهيم، 2018،

## المواقع الإلكترونية:

- 9 محتويات ظهرت في تاريخ الإنترنت، موقع قناة روسيا، الرابط، <https://arabic>
- تم <http://dspace.univ-djelfa.dz:8080/xmlui/handle/123456789/276>  
الإطلاع عليه يوم: 2024/05/21  
[Rt.com/it/867189](https://Rt.com/it/867189) تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/19.
- أرفشيف كرة القدم الجزائرية: <https://www.lequipe.fr/Football/archives/championnat-d-algerie.html>  
تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/24 على الساعة: 23:25
- الإعلام أثناء الثورة الجزائرية، متوفر على الموقع: 132  
<https://gloriousalgeria.dz/Ar/post/show/> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/05/21
- تصريح السيد نور عبد القادر أول مدير للإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال لموقع الإذاعة الجزائرية يوم 2014/10/26 الرابط:  
<https://www.radioalgerie.dz/dec/achive> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18
- تكنولوجيا الأقمار الصناعية، جامعة الملك سعود، السعودية، على الرابط:  
[fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/tknwlvjy\\_lqmr\\_lsny.docx](https://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/tknwlvjy_lqmr_lsny.docx) تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/19
- تلفزيون الجزائر، على الموقع: <https://m.marefa.org/%D8> تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/14
- حجازي شيماء، المتغير التابع والمتغير المستقل في البحث العلمي، مكتبة سندك الإلكترونية، على الموقع: <https://www.sanadkk.com/blog/post/1216> تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/20
- سعد يحي، المتغيرات في البحث العلمي، متوفر على الرابط:  
<https://drasah.com/Description.aspx?id=3072#div0> تم الإطلاع عليه يوم 2024/02/19

- العطار مروى، المتغيرات في البحث العلمي (الأنواع، الخصائص والتصنيفات) على موقع: <https://www.sandkk.com/blog/post/1141/> تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/20
- قاموس المعاني، على الموقع: <https://www.almaany.com> تم الإطلاع عليه يوم 2024/02/14
- قائد أحمد عضو المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني في بيان له نشر بجريدة الشعب التي كانت تصدر بالفرنسية ليوم 18 نوفمبر 1962. الرابط: <http://www.ech-chaab.com/ar/> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/19
- قصة الطباعة و نشر المعرفة، مجلة فكر الثقافية الرابط: [http://www.fikrmag.com/topic\\_details.php?topic](http://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic) تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18
- قوجيل نور العابدين، سيدهم هناء خالدة، تاريخ الصحافة الرياضية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، المجلد 7، العدد 3، ديسمبر 2020، على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/145876> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18
- كتاب الطباعة، الرابط: [http://www.fikrmag.com/topic\\_details.php?topic\\_id=21](http://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic_id=21) تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/18 على الساعة 18:30 الرابط: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/moodle/login/index.php> أطلع عليها يوم 2024/04/12
- المدخل للإذاعة و التلفزيون، الجامعة الإسلامية بغزة، الرابط: <http://site.iugaza.edu.ps/rmazeed1/files/2013/08> تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/19
- مقالة حول الإعلام المرئي: Eskelah Production & Digital Marketing الموقع <https://eskelah.com/> تم الإطلاع عليه يوم: 2024/04/26
- موقع الفاف: <https://www.faf.dz/category/equipe-nationale-a> تم الإطلاع عليه يوم 2024/04/24 على الساعة 22:21

• موقع: <https://www.entv.dz/category/info-eptv/> ، تم الإطلاع عليه يوم: 2024/05/15

• موقع: <https://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/8211> ، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/16

#### المواقع الإلكترونية باللغة الفرنسية:

- Castillo Monique ، Du professionnalisme à l'éthique professionnelle, Comité d'éthique, disponible sur le site : <http://www.clinique-louispasteur.com/sites/default/files/leprofessionnalismedef.pdf?fbclid> vu le 20/05/2024
- Boite de communication « Media Marketing » sur le site : <https://www.mediamarketing-dz.com/home.php> vu le 24/05/2024

# الملاحق



المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام  
ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE JOURNALISME  
& DES SCIENCES DE L'INFORMATION D'ALGER

## استمارة تحليل مضمون

تم تقديم هذه الاستمارة في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص صحافة واتصال رياضي بقسم الصحافة، حول دور الحصص التلفزيونية الرياضية لمؤسسة التلفزيون الجزائري في الترويج للرابطة المحترفة الأولى، دراسة تحليلية وصفية لعينة من حصص في التسعين للقناة السادسة الشبابية من 6 جانفي إلى 24 فيفري 2024

إشراف الأستاذ:

بن شريف رفيق

من إعداد الطالب:

قديري محمد

السنة الجامعية:

2024/2023

## البيانات الكمية:

أ- فئات الشكل: كيف قيل؟ وقد تضمنت هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

- فئة المساحة: المدة بالدقيقة [1]
- فئة الموقع: البداية [2] الوسط [3] النهاية [4]
- فئة الصور والرسومات: صور فيلمية [5] أشكال [6] جداول [7]
- فئة الأنواع الصحفية: خبر [8] تقرير [9] روبرتاج [10]

ب- فئات المضمون: ماذا قيل؟ وقد احتوت على الفئات التالية:

- فئة الموضوع: لقاء الجولة [11] صورة الجولة [12] لاعب الجولة [13]
- ملخص مباريات [14] نتائج وترتيب [15] ضيف الحلقة [16]
- فئة المصادر: مصادر رسمية [17] وسائل إعلام [18] مراسلين [19]

## وحدات التحليل:

تم الاعتماد في تحليل برنامج في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى) على الوحدات التالية: وحدة الوقت بالدقيقة والثانية، وحدة الموقع، وحدة الصور والرسومات، وحدة النوع الصحفي، وحدة الموضوع، وحدة المصادر

ملحق رقم 1 : الشعار الرسمي لمؤسسة التلفزيون الجزائري



المصدر: الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري، /<https://www.entv.dz>/ تم الإطلاع عليه يوم

2024/05/24 على الساعة 03:13

ملحق رقم 2: الشعار الرسمي للقناة السادسة الشبابية التابعة لمؤسسة التلفزيون العمومي



المصدر: الموقع الرسمي لمؤسسة التلفزيون العمومي: <https://www.entv.dz/> تم الإطلاع عليه

يوم 2024/05/24 على الساعة 04:36

نامج الصحفي كريم آيت عثمان

ملحق رقم 3: برنامج في التذ



المصدر: <https://images.app.goo.gl/qfNGYYtF8twEkhX19> تم الإطلاع عليه يوم

2024/04/24 على الساعة 04:48

الملحق رقم 4: الخبير التحكيمي والحكم السابق محمد زكريني



المصدر: <https://images.app.goo.gl/QYA3hDYgZTP5mpUK9> تم الإطلاع عليه يوم

2024/04/24 على الساعة: 05:02

الملحق رقم 5: الخبير التقني والمحلل الرياضي والصحفي جابر نعمون



المصدر: <https://images.app.goo.gl/65BzZrkyovNq4xt28>

الملحق رقم 7: الشعار الرسمي لرابطة كرة القدم المحترفة



رابطة كرة القدم المحترفة  
Ligue de Football Professionnel

المصدر: <https://images.app.goo.gl/vAgA4DWvTea8CF6q6> تم الإطلاع عليه يوم

2024/04/24 على الساعة: 05:43

## فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع
أ	إهداء
ب	شكر وتقدير
ج	الملخص باللغة العربية
د	الملخص باللغة الانجليزية
هـ	قائمة المحتويات
01	مقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
04	1. الخطوات المنهجية للدراسة
04	1. إشكالية الدراسة
06	2. تساؤلات الدراسة
07	3. فرضيات الدراسة
07	4. أهداف الدراسة
08	5. أهمية الدراسة
08	6. أسباب اختيار الموضوع
09	7. منهج الدراسة
10	8. أدوات الدراسة وجمع البيانات
10	9. الخلفية النظرية للدراسة
13	10. مجتمع البحث وعينة دراسته
14	11. تحديد المصطلحات والمفاهيم

16	12. الدراسات السابقة
	الإطار النظري للدراسة
	الفصل الأول: الإعلام الرياضي
22	المبحث الأول: مدخل إلى الإعلام
22	المطلب الأول: ماهية الإعلام
22	1. تعريف الإعلام
24	2. عناصر الإعلام
24	3. خصائص الإعلام
25	4. أدوار الإعلام
26	5. مفهوم وسائل الإعلام
26	المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الإعلام
26	1. في العالم
31	2. في الجزائر
35	المطلب الثالث: الإعلام المرئي
35	1. مفهوم الإعلام المرئي
36	2. أهمية الإعلام المرئي
38	المبحث الثاني: الإعلام الرياضي في الجزائر
38	المطلب الأول: ماهية الإعلام الرياضي
38	1. مفهوم الإعلام الرياضي
39	2. عناصر الإعلام الرياضي
40	3. أهمية الإعلام الرياضي
41	4. أهداف الإعلام الرياضي
41	5. خصائص الإعلام الرياضي
42	6. وظائف الإعلام الرياضي
43	7. أنواع تأثير الإعلام الرياضي
45	8. مشاكل الإعلام الرياضي
46	المطلب الثاني: الإعلام الرياضي في الجزائر
46	1. تاريخ الإعلام الرياضي في الجزائر
49	المطلب الثالث: الإعلام الرياضي الجزائري واستراتيجيات تطوير قطاع الرياضة
50	1. الإعلام الرياضي وتعزيز السلوكيات الإيجابية لدى الشباب
50	2. الإعلام الرياضي وصنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا

50	3. الإعلام الرياضي وتطوير منظومة الاحتراف
51	4. الإعلام الرياضي والقضاء على ظاهرة الشغب والعنف في الملاعب
51	5. الإعلام الرياضي والتسويق
51	6. الإعلام الرياضي والسياسة
52	7. الإعلام الرياضي والثقافة
52	8. الإعلام الرياضي والسياحة
53	الفصل الثاني: الترويج لصورة الرابطة المحترفة الأولى في الجزائر
54	المبحث الأول: الصورة الذهنية
54	المطلب الأول: تعريف الصورة الذهنية
55	المطلب الثاني: أنواع ومكونات الصورة الذهنية
55	1. أنواع الصورة المؤسسية
55	1.1 الصورة المرأة
55	2.1 الصورة الحالية
55	3.1 الصورة المأمولة
55	4.1 الصورة المتكاملة
56	5.1 صورة المنتج أو الخدمة
56	6.1 الصورة المثالية
56	2. عوامل تكوين الصورة الذهنية
57	المطلب الثالث: وظائف وأهداف الصورة الذهنية
57	1. وظائف الصورة الذهنية
58	2. أهداف الصورة الذهنية
59	المطلب الثالث: أهمية الصورة الذهنية
60	المبحث الثاني: دور التلفزيون العمومي في الترويج لكرة القدم الجزائرية
60	المطلب الأول: كرة القدم في الجزائر
60	1. تاريخ كرة القدم في الجزائر
62	المطلب الثاني: الاحتراف الرياضي في الجزائر
62	1. ظهور الاحتراف في الجزائر
63	المطلب الثالث: التلفزيون الجزائري
63	1. مراحل تطور التلفزيون الجزائري
66	1.1 تطور التلفزيون الجزائري قبل 1986
67	2.1 التلفزيون الجزائري بعد 1986 المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENTV

67	2. التلفزيون الجزائري وإصلاحات 1991
	الإطار التطبيقي
70	بطاقة تقنية
70	1. المؤسسة العمومية للتلفزيون Etablissement public de télévision(EPTV)
71	2. القناة الجزائرية السادسة
71	3. برنامج في التسعين
73	تحليل مضمون حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
137	النتائج العامة للدراسة
141	خاتمة
143	قائمة المراجع

# قائمة الجداول والأشكال والرسوم البيانية

## قائمة الجداول:

الرقم	الصفحة
1.	جدول يمثل وحدات عينة الدراسة لحصّة في التسعين على القناة السادسة الشبابية
2.	جدول يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة
3.	جدول يمثل موقع كل موضوع في حصّة في التسعين "الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى"
4.	جدول يمثل تكرار أنواع الصور والرسومات في حصّة في التسعين
5.	جدول يمثل تكرار الأنواع الصحفية في حصّة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
6.	جدول يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصّة في التسعين
7.	جدول يمثل تكرارات فئة المصادر لحصّة في التسعين
8.	جدول يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصّة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
9.	جدول يمثل موقع كل موضوع في حصّة التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
10.	جدول يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصّة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

89	جدول يمثل تكرارات الأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.11
91	جدول يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.12
92	جدول يمثل تكرارات فئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.13
94	جدول يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.14
96	جدول يمثل فئة الموقع لكل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.15
98	جدول يمثل أنواع الصور والرسومات في حصة التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.16
99	جدول يمثل فئة الأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.17
101	جدول يمثل تكرارات فئة المواضيع لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.18
102	جدول يمثل تكرارات فئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.19
104	جدول يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.20
106	جدول يمثل فئة الموقع لكل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.21
107	جدول يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.22
109	جدول يمثل تكرارات الأنواع الصحفية المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.23
111	جدول يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.24
113	جدول يمثل تكرارات فئة مصادر الخبر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.25
115	جدول يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.26
117	جدول يمثل موقع كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.27

118	جدول يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.28
120	جدول يمثل تكرارات الأنواع الصفية المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.29
121	جدول يمثل تكرار المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.30
123	جدول يمثل تكرارات فئة مصادر الخبر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.31
125	جدول يمثل مساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.32
127	جدول يمثل فئة موقع كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.33
129	جدول يمثل فئة الصور والرسومات المستخدمة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.34
130	جدول يمثل تكرارات الأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.35
132	جدول يمثل تكرار المواضيع المتناولة تسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.36
134	جدول يمثل تكرارات فئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.37

## قائمة الأشكال والرسوم البيانية:

الصفحة	الرقم
75	1. رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لكل موضوع من حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
78	2. رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الصور والرسومات في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
80	3. رسم توضيحي يمثل النسبة المئوية لتكرارات الأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
82	4. رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة المواضيع المتناولة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
83	5. رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة المصادر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
85	6. رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)
88	7. رسم توضيحي يمثل النسب المئوية للصور والرسومات المستعملة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)

90	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	8.
91	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	9.
93	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة المصادر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	10.
95	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	11.
98	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الصور والرسومات لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	12.
100	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	13.
101	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة المواضيع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	14.
103	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لتكرارات فئة المصادر لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	15.
104	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	16.
108	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية للصور والرسومات في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	17.
109	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لأنواع الصحفية في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	18.
111	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	19.
113	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لتكرارات فئة المصادر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	20.
115	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع بالدقيقة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	21.
119	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الصور والرسومات لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	22.

120	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.23
122	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.24
124	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لتكرارات فئة المصادر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.25
126	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لمساحة كل موضوع في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.26
129	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية للصور والرسومات المستعملة في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.27
131	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لأنواع الصحفية لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.28
133	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع لحصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.29
135	رسم توضيحي يمثل النسب المئوية لفئة المصادر في حصة في التسعين (الجزء المخصص للرابطة المحترفة الأولى)	.30