

— موع ص ع ! المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

قسم: صحافة



الأطر القانونية والتنظيمية للمؤسسات الاعلامية

في الجزائر.

دراسة حالة: قناة الهداف

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: صحافة واتصال رياضي

تحت إشراف الدكتور:

فندوشي حمزة

إعداد الطالبة:

لينا زبيش

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس: د. قاسمي بلقاسم

المشرف: د. فندوشي حمزة

المناقش: د. شمامي آمنة

الموسم الجامعي: 2024/2023



**Ecole Nationale Supérieure de journalisme et des
Sciences de L'information**

Département : Sciences de L'information

Les cadres juridiques et réglementaires des institutions médiatiques en Algérie.

Mémoire de master en science de l'information et de la communication

Spécialité : journalisme et communication sportive

Réalisé par :

Zebiche LINA

Sous la direction de :

Dr. Fandouchi hamza

Jury :

Président : Dr. Kasmi Belkacem

Encadrant : Dr. FEndouchi Hamza

Membre : Dr. Chemami amina

Année universitaire :2023/2024

شكر و عرفان

قال الله تعالى "لئن شكرتم لأزيدنكم" سورة إبراهيم، الآية (7)

الحمد لله حمداً كثيراً يوافي نعمه،

والشكر لله على توفيقه لنا في إتمام هذا العمل.

أقدم جزيل شكري وتقديري إلى أستاذي المشرف "د. فندوشي حمزة"

الذي لم يبخل علي بإرشاداته وتوجيهاته طوال مدة إنجاز هذه المذكرة،

ولن يتسع المقال لمجهوداتك وفضلك جزاك الله خيراً

وأثني كامل الثناء على كل من علمني حرفاً أو كلمة أساتذتي الكرام من

بداية مشواري الدراسي إلى غاية وصولي لهذه المرحلة .

أود كذلك أن أعبر لزملائي وأصدقائي جميعاً عن كلمات الشكر والتقدير

العميقين لكل المساعدة والدعم الذي قدموه لي خلال عملية إنجاز

المذكرة.

اهداء

الحمد لله على لذة الانجاز والحمد لله

عند البدء وعند الختام....

إلى والدي الذي اضاء دروبي وطريقي وقدوتي في كل
خطوة اخطوها.

الى امي الحنونة الحزن الدافئ وسمائي التي لم
تتركني يوماً، ولا يكتمل يومي بدونها

إلى اخواني واخواتي اللذين وقفوا معي دائماً وساندوني
خلال مسيرتي التعليمية

الى كل الاهل وكل من أحب واحترم

ملخص الدراسة

يعالج موضوع المذكرة الأطر القانونية و التنظيمية للمؤسسات الإعلامية في الجزائر، عن طريق تحليل مضمون المواد القانونية التي تدير القنوات الإعلامية بصفة عامة و القنوات ذات المحتوى الإعلامي الرياضي بصفة خاصة ، حيث قدمت المناقشة دراسة حالة لقناة الهدف كعينة من القنوات الاعلامية الجزائرية ، باستعمال مجموعة من أدوات البحث العلمي ، و المتمثلة في المقابلة نصف مقننة و الملاحظة ، التي توصلت بها الدراسة لنتائج مفادها - لعب قناة الهدف دور الوساطة بين الأندية الوطنية و السلطة السياسية في الجزائر -حاجة المنظومة الإعلامية الجزائرية إلى روح المبادرة في إنشاء قنوات إعلامية جديدة لترقية الإعلام الرياضي في الجزائر .

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، المؤسسات الإعلامية، وسائل الإعلام، السمعى البصري.

Résumé de L'étude

L'étude traite des cadres juridiques et réglementaires des institutions médiatiques en Algérie en analysant le contenu des dispositions légales régissant les chaînes médiatiques en général et les chaînes médiatiques sportives en particulier. La discussion présente une étude de cas de la chaîne "El Heddaf" en tant qu'échantillon des chaînes médiatiques algériennes, en utilisant un ensemble d'outils de recherche scientifique, y compris des entretiens semi-structurés et des observations. L'étude conclut que : La chaîne El Heddaf joue un rôle de médiation entre les

clubs nationaux et l'autorité politique en Algérie. Le système médiatique algérien a besoin d'un esprit d'initiative pour établir de nouvelles chaînes médiatiques afin de promouvoir les médias sportifs en Algérie

Mots clés : Médias sportifs, institutions médiatiques, médias de masse, audiovisuel.

Research summary :

The study addresses the legal and regulatory frameworks of media institutions in Algeria by analyzing the content of legal provisions governing media channels in general and sports media channels in particular. The discussion presents a case study of "El Heddaf" channel as a sample of Algerian media channels, using a set of scientific research tools, including semi-structured interviews and observation. The study concludes that: El Heddaf channel plays a mediating role between national clubs and the political authority in Algeria. The Algerian media system needs an initiative spirit to establish new media channels to promote sports media in Algeria."

Keywords : sports media, media institutions, mass media, audio-visual.

خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: الاعلام الرياضي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاعلام الرياضي

المطلب الأول: تعريف الاعلام

المطلب الثاني: تعريف الاعلام الرياضي

المبحث الثاني: غايات الاعلام الرياضي

المطلب الأول: أهداف و أهمية الاعلام الرياضي

المطلب الثاني: خصائص الاعلام الرياضي

المبحث الثالث: المؤسسات الاعلامية

المطلب الأول: المقصود بالمؤسسة الاعلامية

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه المؤسسة الإعلامية

الفصل الثاني: الاعلام الرياضي في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول: نشأة و تطور الاعلام الرياضي في الجزائر

المطلب الأول: ببذة عن الاعلام في الجزائر

المطلب الثاني: الاعلام المتخصص

المبحث الثاني: بداية الاعلام الرياضي في الجزائر

المطلب الأول: وظيفة الاعلام الرياضي

المطلب الثاني: : عوامل ظهور الاعلام الرياضي المتخصص و تطور

الفصل الثالث : الأطر القانونية و التنظيمية للإعلام الرياضي و المؤسسات الإعلامية

تمهيد

المبحث الأول: الإطار القانوني التجاري للمؤسسات الاعلامية

المطلب الأول: أخلاقيات ممارسة مهنة قناة سمعية بصرية المحددة في دفتر الشروط

المطلب الثاني: شروط الحصول على الرخصة لإنشاء خدمة إتصال سمعي بصري

المبحث الثاني: الإطار القانوني للمؤسسات الإعلامية على ضوء قوانين الإعلام

المطلب الأول: التشريعات الخاصة بإستغلال القنوات السمعية البصرية

المطلب الثاني: نظرة على الإشهار والتنظيم القانوني له.

الاطار التطبيقي: دراسة حالة قناة الهدف

المبحث الأول: بطاقة فنية عن قناة الهدف

المطلب الأول: التعريف بقناة الهدف

المطلب الثاني: السلسلة البرمجية الرياضية للقناة

المبحث الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض وتحليل محور خصائص صحفي قناة الهدف

المطلب الثاني: عرض النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

❖ مقدمة

يدخل الإعلام في عصرنا الحالي كأحد أهم أقطاب التنشئة والتوعية الاجتماعية خاصة بعد الطفرة التكنولوجية المذهلة التي حدثت ولازالت تحدث لتجعل من العالم قرية بأتم معنى الكلمة، والإعلام الرياضي بصفته أحد فروع الإعلام فإنه لعب ولا يزال يلعب دورا مهما في عملية التنشئة والتوعية الاجتماعية عن طريق وسائله الإعلامية المتعددة خاصة الصحافة الرياضية المتخصصة، التي عرفت انتشارا وتطورا مذهلا في بلادنا (الجزائر)، فالإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة صحافة رياضية ، برامج رياضية إذاعية وتلفزيونية يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن ويشكل جانب من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي وحتى جوانب أخرى.

وبناء على ما سلف ذكره يمكن تعريف الاعلام الرياضي بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق، ويساعد على شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع.

ان الإعلام الرياضي جزء من حركة المجتمع ككل تنعكس فيه طبيعته كما يؤثر ويتأثر بالنظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الموجودة داخل المجتمع، وله تأثيرات هامة على الأفراد والمؤسسات الرياضية تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية، ويتفق العديد من الباحثين أن الأثر

الأكبر للإعلام الرياضي هو تعديل المواقف أكثر من تفسيرها ويعمل على تعزيز وإعادة تثبيت القيم والمفاهيم والأنماط السلوكية الرياضية.

ونتيجة للأهمية التي وصل اليها الاعلام الرياضي اعتمدت الجزائر منذ الاستقلال وحتى يومنا هذا في تنظيمها للوسط الاعلامي الرياضي على العديد من التنظيمات والتشريعات القانونية التي من شأنها النهوض بالمجال وفرض الصرامة والانضباط التنظيمي والمؤسساتي للوقاية والحد من ظاهرة العنف في المجال الرياضي ، سواء على مستوى التنشيط الرياضي في الهياكل الرياضية ، وعلى مستوى المنشآت الرياضية وكذلك على مستوى الممارسة الرياضية، وباعتبار ان الاعلام الرياضي جزء من الاعلام العام فان كل ما يتعلق بالإعلام العام يخص الاعلام الرياضي من قوانين وتشريعات تأطر سيرورته وتحدد معالم وأشكال هذه الممارسة الإعلامية.

ومن هذا المنطلق جاءت فكرة دراسة هذا الموضوع للكشف عن الأطر القانونية والتنظيمية للمؤسسات الإعلامية وقد تضمنت هذه الاطروحة الفصول الاتية:

الفصل الأول والذي تكون من ماهية الاعلام الرياضي من تعريف واهداف واهمية وختمًا بخصائصه
اما الفصل الثاني فتضمن نشأة وتطور الاعلام الرياضي في الجزائر تحديدا واختتم الفصل بذكر وظائف الاعلام الرياضي وعوامل ظهوره وتطوره.

وصولا الى الفصل الثالث الذي تطرقنا فيه الى الأطر القانونية والتنظيمية للإعلام الرياضي والمؤسسات الإعلامية، وقسمناه الى مبحثين خصص الأول منهما الى الاطار القانوني التجاري للمؤسسات الإعلامية والثاني للاطار القانوني للمؤسسات الإعلامية على ضوء قوانين الاعلام والتشريعات الخاصة بالقنوات السمعية البصرية.

وختاماً لهذه الدراسة الموسومة كان لنا جانب تطبيقي بقناة تلفزيونية جزائرية "الهدف tv " تطرقنا فيه الى التعريف الشامل بالقناة، مميزاتها، واهم برامجها.

وأخيراً كان لنا عرض وتحليل وتفسير للنتائج المتوصل لها بعد الدراسة الميدانية بقناة الهدف.

الإطار المنهجي

للدراصة

❖ الإشكالية

ازدادت في السنوات الأخيرة أهمية وسائل الاعلام الرياضية على تنوعها واختلافها خصوصا السمعية البصرية وذلك لما لها من تأثير بليغ على الجمهور وبالأخص بعد التوسع الذي شهدته مضامينها وكذا تنوعها،

وهذا ما يولد أهمية بالغة لتأطيرها وتنظيمها لضمان السير الجيد لهذه المؤسسات الإعلامية، وضمان مهنتيتها وموضوعيتها.

وقد نظم المشرع الجزائري قطاع السمعي البصري في قانون الإعلام الصادر سنة 2012 وقام بالتفصيل في نشاط المؤسسة السمعية البصرية عندما أصدر القانون رقم 14-04 المؤرخ في: 24 فبراير 2014.

وعلى هذا الأساس يمكن تحديد إشكالية البحث الرئيسية على النحو الآتي:

- ما هي الآليات القانونية والاطر التنظيمية التي جاءت لتأطير وتنظيم نشاط المؤسسة السمعية البصرية الرياضية في ظل التشريعات الإعلامية الجزائرية؟

❖ التساؤلات الفرعية

وللإجابة على الإشكالية، قمنا بتفكيك سؤالها الرئيسي إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى كفاية هذه التشريعات لتنظيم جيد للإعلام الرياضي
- هل بعد التشريع الجزائري لقانون الإعلام الصادر سنة 2012 و (2014) بمثابة ضبط لعمل القطاع السمعي البصري الرياضي أم تقييد لنشاطه؟

- هل تتأثر ممارسة هذه المؤسسات الإعلامية عندما تصطدم بالقيود التشريعية والمهنية التي يرى القائمون بالاتصال أنها قد تحد من حرية نشاطها؟

❖ الفرضيات:

- تلعب الأطر القانونية والتنظيمية دورًا هامًا في تشكيل وتوجيه عمل المنظومة الإعلامية الرياضية.
- تُساهم الأطر القانونية والتنظيمية في ضمان حرية الصحافة ونشر المعلومات الرياضية بشكل موضوعي وشفاف.
- تؤثر الأطر القانونية على الصحفي وتحد من حرياته في ممارساته الاعلامية
- تُساهم الأطر القانونية والتنظيمية في حماية حقوق جميع أطراف المنظومة الإعلامية الرياضية، بما في ذلك الرياضيين والصحفيين والجمهور.

❖ أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار أي موضوع للبحث والدراسة يرتبط بأسباب شخصية وأخرى موضوعية، ويمكن توضيح الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع فيما يلي:

أ. أسباب موضوعية:

- يتمثل في طرح موضوع حساس يتعلق بالدرجة الأولى بتجربة الجزائر على مستوى تعاملها مع وسائل إعلامها الرياضية من حيث تنظيم نشاطها وضبط حريتها

- إن السبب الثاني الذي دفعني إلى طرح هذا الموضوع، وبالضبط بميدان الإعلام الرياضي، هو تزويد الرأي العام بمعلومات دقيقة حول الأطر القانونية المسيرة للإعلام الرياضي.
- السبب الثالث الذي كان وراء اختيار الموضوع محل المعالجة، هو الضعف المسجل في الدراسات الجامعية لموضوع التشريع الإعلامي الجزائري كماً ونوعاً.
- والسبب الرابع الذي دفعنا لاختيار الموضوع هو الدوراً المهم للإعلام الرياضي في المجتمع، فهو ينقل الأخبار والأحداث الرياضية إلى الجمهور، ويساهم في تشكيل الوعي الرياضي والثقافة الرياضية.

ب. أسباب ذاتية:

- الرغبة في المساهمة ولو بقدر ضئيل في تطوير حقل الدراسات التشريعية الإعلامية بالجامعة الجزائرية.
- تزويد المكتبة الوطنية والبحث العلمي بمساهمة علمية متواضعة متعلقة باهتمام الباحث
- اهتمامات الباحث وميولاته الشخصية نحو الموضوع ورغبته في دراسة المواضيع التي تجمع بين كل ما هو قانوني وإعلامي.
- لنا رغبة ملحة في المعرفة والتعلم والتطوير في مجال الإعلام الرياضي، ونعتقد أن دراسة هذا الموضوع من تشريعات إعلامية يمكن أن يشبع رغباتنا الملحة.

❖ أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة لجملة من الأهداف أهمها:

- تُساهم دراسة الأطر التنظيمية والقانونية في تطوير المعرفة في مجال الإعلام الرياضي، وسدّ الفجوات المعرفية الموجودة في هذا المجال.

- بناءً على نتائج الدراسة، يمكن تقديم توصيات لتحسين الأطر التنظيمية والقانونية، بهدف ضمان عمل أفضل للمؤسسات الإعلامية الرياضية، وتعزيز حرية التعبير والإعلام الرياضي.
- تعزيز البحث العلمي في مجال الإعلام الرياضي والقوانين التي تحكمه وتنظمه، وذلك من خلال توفير بيانات ومعلومات جديدة حول هذا الموضوع لتكون نقطة انطلاقاً لبحث أكاديمي آخر.
- خلق وعي بالتشريعات الإعلامية عامة والسمعية البصرية خاصة وتوضيح النظم والقوانين الضابطة لها للجمهور المطلع.

❖ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا هذه فيما يلي:

- إهمال الكثير من دول العالم الثالث للمعنى الحقيقي للممارسة الإعلامية ودور النظم المؤطرة لها، وعدم الاكتراث بصياغة قوانين تكفل تلك الممارسات، لاسيما في مجال الإعلام السمعي البصري وبالأخص الإعلام الرياضي.
- ضرورة تقديم اقتراحات ورؤى من أجل إعادة النظر في مجمل النصوص القانونية والتنظيمية المنظمة للإعلام وفق ما تمليه الضرورة التكنولوجية، وبما ينسجم مع التوجهات العامة للتشريعات الإعلامية الحديثة، من خلال المساهمة بمثل هكذا بحوث، التي من شأنها أن تحمل وجهات نظر جديدة وتطرح انتقادات بناءة تقنع بضرورة التحديث.

○ زيادة الاهتمام الدولي بصياغة القوانين المنظمة لنشاط الإعلام بجميع أشكاله، لاسيما السمي البصري منه، الأمر الذي دفع بعديد الدول إلى إصدار صيغ جديدة لقوانين الإعلام أو تعديلها، وعليه، كان لزاماً على كثير من الدول، ومنها الجزائر مراجعة منظومتها القانونية الخاصة بالإعلام في كل مرة وإعادة النظر فيها بما يواكب مختلف التطورات الحاصلة في مجال الإعلام من جهة، وفي مجال الممارسة الإعلامية من جهة أخرى.

○ تساهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة العلمية بموضوع حديث غير متوفر كثيراً في الدراسات السابقة والمكتبة الجزائرية، لذلك يعتبر الموضوع مهماً في الدراسات الأكاديمية وتشجيع الطلبة على البحث في مواضيع قانونية إعلامية.

❖ منهج الدراسة

المنهج هو تلك الطريقة التي يعتمد عليها الباحث لدراسة ظاهرة معينة، إذ يساعده في تنظيم أفكاره من أجل الوصول إلى حقيقة مجهولة أو لإثبات ما كان معلوماً.

واستخدماً في دراستنا هذه منهج دراسة حالة

هي منهجية بحثية نوعية تستخدم لفهم ظاهرة أو موقف من خلال دراسة معمقة لحالة أو حالات فردية. يتضمن هذا النهج استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات لجمع البيانات وتحليلها، وببساطة تستخدم دراسة الحالة أكثر ما يمكن من مصادر البيانات للتقصي المنهجي للأفراد أو المجموعات، أو التنظيمات، وتجرى دراسات الحالة عندما يكون الباحث بحاجة إلى فهم ظاهرة أو شرحها.

❖ أدوات الدراسة:

المقابلة المقننة

استخدام المقابلة المقننة لجمع بيانات تفصيلية وغنية بالمعلومات حول الآراء أو الأفكار، أو السلوكيات، أو الخبرات المتعلقة بالأطر القانونية والتنظيمية للإعلام الرياضي في الجزائر. وذلك من خلال إقامة مقابلات مع صحفيين متخصصين بقناة الهدف تفي حول ضوابط الاعلام الرياضي والممارسة المهنية، وكذا مدى التزام القناة بهذه القواعد.

❖ مجتمع البحث

تطلبت الدراسة من الباحث تعيين مجتمع بحثه والذي تمثل في: الصحفيين الرياضيين العاملين بقناة الهدف تفي.

❖ عينة الدراسة

اختار الباحث العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الرياضيين العاملين بقناة الهدف تفي وتتكون من 40 صحفي متخصص عامل بذات القناة.

❖ تحديد المصطلحات

1. الإعلام الرياضي

يقدم كل من د. خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم في كتابهما الإعلام الرياضي تعريفا للإعلام الرياضي التربوي باعتباره "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة

الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي". ويتم ذلك بمقاربة تربوية، بمعنى أن تسمى الأهداف التربوية على أي أهداف أخرى يمكن تحقيقها من خلال هذا الإعلام الرياضي¹.
إذن من خلال هذه التعارف نستطيع القول بأن الإعلام الرياضي عبارة عن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

2. حرية الاعلام

يقصد بالإعلام:

- "جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات والأخبار والبيانات لفهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية".²
- "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والسليمة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم".³

ويقصد بحرية الإعلام:

حق الحصول على المعلومات من أي مصدر ونقلها وتبادلها والحق في نشر الأفكار والآراء وتبادلها دون قيود، والحق في إصدار الصحف وعدم فرض رقابة مسبقة على ما تقدمه وسائل الإعلام إلا في أضيق الحدود وفيما يتصل بالأمن القومي، والأمور العسكرية وما يتصل بحرمة الآداب العامة⁴

¹ خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم : " الإعلام الرياضي"، مركز الكتاب للنشر، القاهرة 1998 ص 155
² صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي د" راسة الإعلام" المصادقية، الحرية، التنمية، الهيمنة الثقافية، دار الشروق، دون بلد نشر، 1999 ص 231

³ عبد الرزاق محمد الديلمي: إشكاليات الإعلام والاتصال في العالم الثالث، مكتبة الرائد العلمية، عمان، الطبعة الأولى 2004-1425 ص 18

⁴ ليلي عبد المجيد تشريعات الإعلام (دراسة حالة مصر) العربي للنشر و التوزيع دون بلد نشر الطبعة الاولى 2001 ص 37-38

ومن جملة التعاريف هذه نستخلص أن حرية الإعلام هي : إيصال الآراء والأفكار والمعلومات من غير تحريف للجمهور لتتويره وتكوين رأي صائب لديه بمختلف وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة.

3. المنظومة الإعلامية :

يقصد بالمنظومة الإعلامية مجموعة الوسائل الإعلامية المقروءة والمسموعة المرئية في مجتمع من المجتمعات، وفي مرحلة تاريخية معينة. تكون هذه المجموعة على قدر من التنوع الكمي والنوعي، ومن التوزيع الجغرافي، بحيث تكون كافية ليمارس المجتمع نشاطه الإعلامي، الذي يغطي البلد كافة، ويستجيب لحاجات واهتمامات واختصاصات وهوايات ومهن ومصالح الشرائح والفئات الاجتماعية كافة.

4. المنظومة الإعلامية الرياضية :

تشكل المنظومة الإعلامية الرياضية أحد أجزاء المنظومة الإعلامية العامة. فهي منظومة فرعية متخصصة في موضوع (مجال) معين، وهو الرياضة أساسا وتضم المنظومة الإعلامية الرياضية مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي صحف أساسا، وفي بعض الدول المتطورة محطات إذاعية وتلفزيونية، كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات المركزية والمحلية العامة في صفحاتها المتخصصة، وكذلك المواد التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزة والوسائل الإلكترونية مواقع الإنترنت تحديدا، على شكل برامج رياضية دورية متخصصة بالرياضة. وتتوقف درجة تطور وتنوع الوسائل الإعلامية المتخصصة بالرياضة على درجة تطور البلد عموما، وعلى درجة تطور الاهتمام بالرياضة، وأخيرا على الإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة والمخصصة للاستثمار، والعمل في مجال الرياضة، كما تتوقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع¹.

¹ عيسى الهادي "دراسة نظرية لدور الاعلام الرياضي في المجتمع " مجلة الخبير الجلفة ص101-102

5. المؤسسة السمعية البصرية:

اصطلاحاً: السمعية البصرية تضم الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة، سواء كانت صورة صناعية أو طبيعية مثل العروض (السينما والتلفزيون والمسرح¹).

إجرائياً: هي تلك المنشأة أو الهيئة التي تتولى بث الأخبار، والإخراج السمعي البصري والإعلان وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان القانوني الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة ويتصل الأفراد خلالها ببعضهم البعض من أجل تقديم خدمة إعلامية تبرز وتظهر في شكل إشهار أو نشرة إخبارية بصرية، تحقق أهدافهم الخاصة والعامة في ظل ترتيب منظم للأفراد والتقنيات المستخدمة في ذلك

6. قانون الاعلام

هو مجموعة من القواعد و المبادئ القانونية التي تنظم عمل وسائل الإعلام، و تحدد حقوق و واجبات الصحفيين و المُشاهدين و المُستمعين.

يسعى قانون الإعلام إلى تحقيق التوازن بين حرية التعبير و الرأي و حق الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة و موثوقة.

❖ الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى: دراسة بوسيف ليندة بعنوان " رهانات قطاع السمعي البصري الجزائري في ظل التعددية الإعلامية ". دراسة وصفية للتشريع الإعلامي ما بين سنة 2011 إلى غاية 2016 ، عبارة عن أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2016 - 2017

¹ رانيا ممدوح طارق، الإعلان التلفزيوني التصميم والإنتاج، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص19

تمحورت إشكالية الدراسة على النحو الآتي : ما هي الرهانات الاتصالية التي ستواجه قطاع السمع البصري الجزائري في ظل التعددية الإعلامية من خلال التشريع الإعلامي الجديد من سنة 2011 إلى 2016 .

الدراسة الثانية: عبد العالي يوسف بنوعان " التشريعات الإعلامية بالجزائر في ظل التعددية - دراسة تحليلية لقوانين 1990 - 2001 - 2008 - 2012 و أثرها على الممارسة الصحفية من خلال عينة من الصحفيين " ، عبارة عن أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2017 .

الدراسة الثالثة : أمال معيزي بنوعان " التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر و أثره على الممارسة المهنية للصحفيين " دراسة مسحية وصفية للنصوص التشريعية ومواقف الصحفيين من قوانين الإعلام 1982 - 1990 - 2012 " ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2015.

الدراسة الرابعة : كمال بطاش بنوعان "النظام القانوني للإعلام في الجزائر" دراسة تحليلية لقوانين الاعلام 82-01 و 90-07 و 12-05، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015-2016

الفصل الأول

الاعلام الرياضي

❖ الفصل الأول: الاعلام الرياضي

تمهيد :

تقوم وسائل الإعلام "المقروءة والمسموعة والمرئية" بدور تربوي كبير في المجتمع وذلك لتأثيرها على عقول الناس وتفكيرهم ، ويمكنها القيام بهذا الدور لأنها متعددة ومتنوعة وشاملة وميسورة الاقتناء ، وتهتم بقطاعات كبيرة من الناس ، وأنها بالتقدم العلمي والاعتماد على الميكنة والألة ، قد عبرت المسافات ووثقت الاتصال بين الأماكن والجماعات ، ونقلت الأفكار والأخبار عن وعي الأفراد والجماعات والمجتمعات المختلفة ، علاوة على تأثيرها في الرأي العام. كل هذا جعلها من القوى التربوية المؤثرة في المجتمع ، وسنركز في فصلنا هذا على وسيلة أو لون من ألوان الإعلام ، ألا وهو الإعلام الرياضي .

حيث يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام فهو إعلام يهتم بمجال واحد وهو المجال الرياضي فهو يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين ويعتبرونه الموضوع الأساسي له ، فالإعلام الرياضي يهدف أولاً وقبل كل شيء إلى إيصال كل المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام.

ومع ذلك للأعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ، ظهر بوضوح بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ، حيث أخذت الدول تهتم به من خلال تحقيق الأهداف الداخلية لها من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي والتعريف بأهمية شعوبها وهذا ما يعكس رقي هذه الدول. ويشكل الإعلام الرياضي عنصراً أساسياً من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على انه ظاهرة رياضية إجتماعية

■ المبحث الأول: ماهية الاعلام الرياضي

1. المطلب الأول: تعريف الاعلام

ينقسم تعريف الإعلام الي تعريف لغوي وتعريف اصطلاحي .

اولاً : الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات الآتية :

- الإعلام بمعنى نقل الخبر او نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها، واحياناً يطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الاخبار وتفسيرها.
- الإعلام بمعنى الدعوة ، أي النشاط الهادف الى نشر الدعوة والتبشير بها، وكسب المؤمنين بها .

- الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة او الشعبية او العمل السياسي الخارجي .

ثانياً : الإعلام اصطلاحاً فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها

- تعريف زيدان عبد الباقي (1972) بأنه : تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة ، او الحقائق الواضحة .
- وعرفه عبد اللطيف حمزة (1972) بأنه : تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة ، و الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب ، في واقعة أو مشكلة ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير ، واتجاهاتهم وميولهم .
- وعرفه ابراهيم إمام (1977) بأنه: عملية نشر الحقائق والمعلومات والاخبار بين الجمهور ، بقصد نشر الثقافة بين افرادهم وتنميتهم.

- ويرى حامد زهران بان الإعلام هو عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وإخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجع للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام .

ويمكن تعريفه ايضاً بأنه إبلاغ أو إخبار الجمهور بالمستجدات الحديثة ،أو هو عملية نشر وتقديم المعلومات الصحيحة ، والحقائق الواضحة ، والأخبار الصادقة، والموضوعات الدقيقة ، والوقائع المحددة والمنطقية والراجحة للجمهور مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام¹.

ويفهم من هذه التعريفات ان الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والارقام والإحصاءات ، ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس ، من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة ، الاذاعة ، التلفزيون ، السينما ، المسرح ، وغيرها.

فالإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم ، وهو في هذه الحالة ظاهرة طوريتها الحضارة الحديثة، ودعمتها بإمكانيات عظيمة ، حولتها الى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء.

ونظراً لارتباط مفهوم الإعلام بالاتصال فقد عرف هذا الأخير على أنه :
 بث رسائل واقعية ، أو أنه نقل محتوى فكرة ما بين شخص أو جماعة إلى شخص آخر أو جماعة أخرى².

¹ مبروك براهيمى ، "دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا" ص29 ، أطروحة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية ، تخصص الإعلام الرياضي والتربوي ، جامعة الجزائر 03 ، 2012-2013.

² أوثن بوزيد، قليل محمد، " دور العلاقات العامة والإعلام والاتصال في الرياضة (دراسة حالة جريدة الأهداف)" ص226 ، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة المسيلة، العدد05، أبريل 2012.

2. المطلب الثاني : تعريف الإعلام الرياضي

أصبحت الرياضة من أهم المجالات التي تستقطب وسائل الإعلام المختلفة عبر العالم، لذلك وجد في الساحة الإعلامية ما يعرف بالإعلام الرياضي.

أولاً : عرف الباحثين الإعلام الرياضي بعدة تعريفات ، من أهمها:

- هو ذلك النشاط الإعلامي الذي يختص بتقديم الأخبار المتعلقة أساساً بالرياضة والمرتبطة بما تصنعه الرياضة من أحداث رياضية ، والتي يدعمها نوع من التفسير والتحليل وأيضاً التوجيه لفئات وشرائح المجتمع المهتمة بالرياضة¹.

- الاعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الاخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين افراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي وانه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوك والقيمي لجمهوره.

- الإعلام الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الاخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تضم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام والجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة لهذا المجال لدى المواطنين ، وتنمية اتجاهاتهم

¹ مبروك براهيمى ، "دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا" ص31 ، أطروحة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية ، تخصص الإعلام الرياضي والتربوي ، جامعة الجزائر 03 ، 2013-2012 .

الايجابية نحو ممارسة اوجه النشاط البدنية والحركية وتوجيههم في استثمار اوقات الفراغ في متابعة الاحداث الرياضية .

ثانياً : التعريف الإجرائي للإعلام الرياضي:

إذاً من خلال هذه التعريفات نستطيع القول بأن الاعلام الرياضي عبارة عن عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية وعي الرياضي¹

فهو ذلك الجزء المتخصص من الإعلام الهادف إلى تشكيل قاعدة معرفية وثقافية في المجال الرياضي ، الذي أصبح يستقطب اليوم الشريحة الأكبر من الجماهير من مختلف الأعمار والأعراق ومن الجنسين

¹ بلوني عبد الحليم ، "تناول الإعلام الرياضي لمشروع الاحتراف في كرة القدم الجزائرية لسنة 2010 – دراسة تحليلية لصحيفة الشروق اليومي الجزائرية" ص27 ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، تخصص الإعلام الرياضي التربوي ، معهد التربية البدنية والرياضية ، جامعة الجزائر 03 ، 2010-2011 .

■ المبحث الثاني غايات الإعلام الرياضي

1. المطلب الأول: أهداف الإعلام الرياضي وأهميته

نظراً لكون الرياضة أصبحت تشكل معلماً أساسياً في حياة المجتمعات، أصبحت تعتبرها أجهزة الإعلام المختلفة أداة مثلى في تقريب دائرة متباعدة لم يغفل عن استغلالها حتى السياسيون وذلك نظراً إلى تأثيرها المباشر على حياة الأفراد والمجتمعات، وانطلاقاً من هذا أصبح الإعلام الرياضي العامل الأساسي في التأثير على المجتمعات أين أصبحت الأنشطة الرياضية تحتل الصدارة في مختلف وسائل الإعلام المسموعة، المرئية والمكتوبة، مع الازدياد المتواصل للمتبعين والمهتمين بالمجال.

أولاً : اهداف الإعلام الرياضي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب ومساعدتهم على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.

- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية .

- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية.

- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين أبناء الوطن.

- توعية وتنشيط الجماهير رياضيا.

- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية.

ثانياً : أهمية الاعلام الرياضي:

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

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك اخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية، تخصص لها الصحف والقنوات الاذاعية والتلفزيونية ، وتوجهها نحو تحقيق اهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى

الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي الرياضي لهم، وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

واستخدامها ايضا للوصول الى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية، والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، وضرورة احاطة الافراد في المجتمع علما بكل ما يدور من احداث وتطورات في هذا المجال، وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.

والإنسان في نظر رجال الإعلام (نفس اعلامية)، تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر، وتتعافى باللحن. ومن هنا تبدو اهمية الاعلام الرياضي ايضا في السيطرة على جمهور الرياضة، وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدونها الموجه (منير جادو، 1989).

ومن خلال هذا الوضع الموجز، يمكن القول بأن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية ، وبرامج رياضية اذاعية وتلفزيونية ، يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن، ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.¹

¹ عيسى الهادي، كمال رعاش، "الاحتراف الرياضي في كرة القدم، دراسة مقارنة مشروع الجزائر (نموذجاً)"، ص 75 ، دار الكتب الحديث، القاهرة-مصر، 2012 .

ويمكن ان نختصر هذه الاهمية في بعض النقاط الموجزة :

○ مساعدة الجمهور الرياضي على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه .

○ السيطرة على الجمهور الرياضي وتوجيه مشاعره نحو وجهات محددة .

○ تكوين بنية معرفية وثقافية مرتبطة بقضايا رياضية معينة .

○ تكوين اتجاهات ايجابية لدى الجمهور نحو مفاهيم الرياضة التنافسية والرياضة للجميع.

○ توعية الجماهير الرياضية بمبادئ الروح الرياضية .

○ التأثير في سلوكيات الجماهير ودفعهم للمشاركة الفعالة في تحقيق أهداف وفلسفة

الرياضة في المجتمع¹ .

○ التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية .

○ تعكس آراء الآخرين في الموضوعات والأحداث الرياضية والتعليق عليها من خلال

عرض آراء القراء ووجهات نظرهم.

○ التعليق على الأنباء الرياضية.

○ التعريف بالأبطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين.

¹ عيسى الهادي، كمال رعاش، "الاحتراف الرياضي في كرة القدم، دراسة مقارنة مشروع الجزائر (نموذجاً)"-ص75 ، دار الكتاب الحديث، القاهرة-مصر، 2012 .

وانطلاقاً من هذه الأهمية الكبيرة يتضح الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرياضي في تطوير الرياضة بشكل عام وكرة القدم بشكل خاص، اين نجدخ قد ساهم مساهمة فعالة في تألق هذه الأخيرة وتكريس مفاهيمها الحديثة والتي من أهمها مفهوم الإحتراف الرياضي .

لكن في بلادنا الجزائر التي لم يظهر بعد الاحراف جلياً علي بطولاتها الكروية كيف يمكن للإعلام الرياضي ان يساهم في انجاح هذا التوجيه ؟

واليوم ونظراً لكون الرياضة أصبحت تشكل معلماً أساسياً في حياة المجتمعات ، أصبحت تعتبرها أجهزة الإعلام المختلفة أداة مثلى في تقريب دائرة متباعدة لم يغفل عن استغلالها حتى السياسيون وذلك نظراً إلى تأثيرها المباشر على حياة الأفراد والمجتمعات ، وانطلاقاً من هذا أصبح الإعلام الرياضي العامل الأساسي في التأثير على المجتمعات أين أصبحت الأنشطة الرياضية تحتل الصدارة في مختلف وسائل الإعلام المسموعة، المرئية والمكتوبة ، مع الازدياد المتواصل للمتبعين والمهتمين بالمجال .

2. المطلب الثاني : وظيفة الإعلام الرياضي

اذ قلنا بأن النشاط الرياضي والأحداث الرياضية في اي مجتمع من المجتمعات هي شبه الدورة الدموية في جسم الانسان فأننا نشبه الإعلام الرياضي بالجهاز العصبي في جسم المجتمع اذ ينبغي على الإعلام الرياضي ان يقوم بتفجير الطاقة الخلاقة داخل الانسان وشحنها للبناء وذلك

في اطار تغيير المتعفن وإجلال الجديد القديم وعادات وسلوكيات ديننا الحنيف وايضاً في اطار

بعث القديم الاصيل ودفعه في اتجاه التقدم هذه هي الوظيفة

الاعلامية الرياضية في المجتمع وهذا يعينه البناء المعنوي الانسان والرياضة خاصة .

حيث تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الأساسية في إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة ،

والمعلومات الصادقة الواضحة ، والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي

عام صائب ، في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي¹ .

أولاً : الوظائف العامة والاساسية للإعلام الرياضي :

• الوظيفة المعرفية (الإخبارية):

وذلك من خلال تقديم معلومات عن الأحداث الرياضية المختلفة

• الوظيفة التفسيرية:

الشرح والتفسير والتعليق عن الأحداث والقضايا المثارة وبيان أبعادها ودوافعها؛

تقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية القائمة في المجتمع الرياضي.

2 • الوظيفة التثقيفية:

وذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة في المجتمع والثقافات الفردية ، إضافة إلى صهر

عناصر المجتمع في بوتقة واحدة والحفاظ على القيمة السائدة فيه والحفاظ على استمرار ثقافته

الرياضية.

¹ د.خير الدين علي عويس ، د.عطا حسن عبد الرحيم ، " الإعلام الرياضي " ص25 ، مركز الكتاب للنشر ، 1998 .

3 • الوظيفة الترويحية والترفيهية:

والهادفة إلى التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي والبعد عن الروتين اليومي.

4 • الوظيفة التجارية:

بمعنى القيام بالتسويق الرياضي عن طريق وسائل الإعلام المختلفة .

ثانياً : وهناك أيضاً وظائف تربوية لوسائل الإعلام الرياضي :

ان وسائل الإعلام ما هي إلا نظم الاتصال الجماهيري ، فهي تتناول جوانب الحياة الاجتماعية

، والاقتصادية ، والسياسية والتعليمية والرياضية ، وتلعب وسائل الاعلام دورا حيويا هاما في

التأثير على الافراد وتوعيتهم وتوحيدهم والربط بمجتمعهم وتشكل الرأي العام ومنها يكون

الاعلام دورا هاما في استقرار المجتمع وتطوره وتقدمه .

ويمكن تحديد الوظائف التربوية لوسائل الإعلام لتشمل :

- تبصير الفرد بما يدور حوله داخل مجتمعه وخارجه .

- التعليم يكون في معظم صورته بشكل غير مباشر .

- تعلم واكتساب مهارات واتجاهات وقيم واستعدادات جديدة .

- العمل على تنمية المجتمع والنهوض به .

- القضاء على الشائعات التي قد تهدد المجتمع عن طريق توضيح معلومات من خلال تصريحات المسؤولين والمتخصصون للقضاء عليها وتوضيح الموقف وتشكيل الرأي والترفيه من خلال عرض التمثيليات والمسرحيات , وغير ذلك من برامج الترفيه .
- جذب اهتمام المشاهد الى برامج تربوية واجتماعية قد تسبق او تعقب هذا , العبرة الموعظة من خلال الترفيه الموجه .
- تساعد الفرد على اكتساب مهارات فكرية من خلال متابعة الاحداث والربط بينهما.

■ المبحث الثالث: المؤسسات الإعلامية

1. المطلب الأول : المقصود بالمؤسسة الإعلامية

يطلق هذا المفهوم على أي منظمة أو كيان يهتم بنشر الاخبار للجماهير، وذلك باستخدام عدد من الوسائل الاعلامية، إما بمجموعة من الوسائل أو باستخدام وسيلة واحدة، كالقنوات التلفزيونية أو الاذاعة أو صحيفة ورقية أو الكترونية بحيث يكون الاتصال بصيغة جماهيرية واسعة النطاق¹.

فالمؤسسة الاعلامية هي كل مؤسسة نتلقى من خلالها الاخبار، والإعلانات والمقالات ورسائل التوعية والرسائل الترويجية، وذلك يتم عن طريق عدد من الوسائل الاعلامية المقروءة أو المسموعة أو المرئية، ونعطي مثال المؤسسات الاعلامية في الجزائر كالإذاعة الجزائرية أو التلفزيون الوطني الجزائري أو وكالة الانباء الجزائرية.

وتميل المؤسسات الاعلامية الى ان تكون شركات عالمية كبرى مثل شركات البث وناشرين الصحف والمجلات وشركات انتاج الافلام وشركات الموسيقى والنشر.

فالمؤسسة الاعلامية هي كيان اجتماعي يحقق مجموعة نشاطات وأهداف متميزة من قبل أفراد يؤديون أدوارهم بكفاءة وفق قواعد معروفة ومنسقة إدارياً وضمن حدود واضحة ومنضبطة، كما تُعدُّ حلقة وصل توفر قنوات لربط الأفراد بمجتمعهم احتياجاته وإمكاناته.

¹ مصادر متعددة : د/ صلاح عبد اللطيف، "الصحافة المتخصصة"، وكتاب: د/ محمد فريد عزت، "ادارة المؤسسات الاعلامية"، دار العربي للنشر.

والتوزيع : القاهرة - مصر ، 1994 .

2.المطلب الثاني : التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية

اولاً : من ابرز التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية ¹ :

1/ سيطرة الدولة على حق الترخيص للمؤسسات الاعلامية ، إذ للدولة حق في سحب او منح الترخيص لمؤسسات الاعلام في أي وقت ، لذا تشعر المؤسسات بخوف التهديد او الضغط الناتج عن سحب الترخيص منها دائماً عند اتخاذها لبعض القرارات.

2/ تتعرض المؤسسة الاعلامية للسيطرة الاقتصادية من قبل مالكيها سواء كان المالك طرفاً حكومياً او خاصاً ، ويتحكم المالك في كثير من القرارات حتى لو لم يكن هو المدير التنفيذي للمؤسسة ، كتحديد اهداف المؤسسة وتعيين الموظفين وتحديد الميزانية وقرارات اخرى من الممكن ان تتعارض مع المدير التنفيذي .

3/ تتعرض المؤسسة للضغوط الاجتماعية وهي من اكثر العوامل المؤثرة على المؤسسات ، إذ تجبر الاعلاميين على التزام بقيم اجتماعية قد لا يؤمنون بها او التزامهم بذوق اجتماعي معين .

ثانياً : هناك عدة تحديات تواجه المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي، ومن أبرزها:

¹ إعداد(بوصوفة ماجدة نهيلة ، نقو ام كلثوم ، محمد لخضر بن عبد الرحمان ، اولاد هدار فاطمة الزهراء ، نواصر عبد الباسط) "المؤسسات الإعلامية" ص11 ، بحث موجه لطلبة الثانية ليسانس تخصص علوم اعلام واتصال ، سنة 2021- 2022 .

1/ التحول الرقمي: يتطلب من المؤسسات الإعلامية إجراء تغييرات جذرية في سياساتها واستراتيجياتها لتتكيف مع الواقع الرقمي الجديد، وذلك بتطوير مواقع الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية والمواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي.

2/ التحديات المالية: تفشل العديد من المؤسسات الإعلامية، الصغيرة والكبيرة، في إدارة تكاليفها وضمان استمرارية العمل وفقاً للنموذج التجاري التقليدي، وذلك لتراجع إيرادات الإعلانات التقليدية وانتشار أساليب التسويق الجديدة المرتكزة على الإنترنت.

3/ تحديات الثقة : تزداد اهتمام المتلقين بالصحة والمصداقية فيما يقرأونه ويراهنه، وهذا ما يستدعي من المؤسسات الإعلامية توفير محتوى موثوق يعكس الحقائق ويتقيد بمعايير الجودة.

4/ تحديات الجودة : يفرز العصر الرقمي محتوى كثير وواسع فيما يتصل بالأمور الإعلامية، وهذا ما يفرض على المؤسسات المعنية بالإعلام التنافس في تقديم محتوى يجتذب المستخدمين وينافس المحتوى الآخر، الأمر الذي يدفع بعض المؤسسات لتوفير محتوى رديء وغير مصدق.

5/ تحديات التوظيف : تطلب التكنولوجيا الحديثة من المؤسسات الإعلامية المتاحة والمتنافسة بتوظيف موظفين مؤهلين للعمل وفقاً لهذه المعايير، وهذا ما يشكل تحدياً كبيراً في بعض البلدان التي يصعب فيها العثور على المعالم المناسبة.

6/ الاستنزاف المالي : يواجه المؤسسات الإعلامية النظام الذي يجعل المحتوى المجاني يتفوق على الإعلانات المدفوعة.

- 7/ التضخم المعارض : يشير هذا إلى كثرة الشركات الإخبارية في وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت ، والتي أدت إلى تنافس شديد.
- 8/ التحكم في الصورة الإعلامية: يواجه الصحفيون والمحررون ضغوطاً قضائية وحكومية.
- 9/ الحفاظ على المصداقية: يزيد هذا المحدد من الضغوط التي تواجهها المؤسسات الإعلامية ، حيث يواجهون اتهامات بأنهم يتعاملون مع أجندات سياسية.
- 10/ انخفاض الإيرادات من المصادر التقليدية مثل الإعلانات المطبوعة والمسموعة .
- 11/ ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وصعوبة تحقيق الدخل منها.
- 12/ التحدي المتمثل في البقاء على صلة وجذب جمهور أصغر سناً.
- 13/ صعوبة الموازنة بين الحاجة إلى السرعة والفورية والحاجة إلى الدقة والتحقق.
- 14/ التحدي المتمثل في الحفاظ على الاستقلال التحريري في عالم مليء بالأخبار الحزبية والمعلومات المضللة.
- 15/ الضغط لإنتاج المحتوى بوتيرة سريعة ، مما قد يؤدي إلى انخفاض جودة وعمق التقارير.
- 16/ التحدي المتمثل في التكيف مع التقنيات والمنصات الجديدة مع الحفاظ على المعايير التحريرية.

ثالثاً : التحديات التي تواجه اساليب المؤسسات الإعلامية :

- 1/ تضخم الإعلام دون داعٍ ، مثل الصحافة المكتوبة لدينا عشرات المطبوعات على كل المستويات مرتفعة التكلفة ، محدودة التوزيع ، والمسألة لا تقتصر فقط على الصحف القومية

، ولكن تمتد أيضا إلى الصحف الخاصة ، أما الحزبية فقد تراجعت بدرجة كبيرة. وبالتالي فإن الصحافة ، رغم أهميتها ، أصبحت محدودة التأثير، والفعالية. المدخل الموضوعي هو «إعادة هيكلة» المؤسسات الصحفية ، على نحو يجعلها أكثر رشاقة ، وفعالية ، وابتكار أساليب جديدة في المطبوعات ، والفنون الصحفية على غرار ما يحدث في سوق الصحافة العالمية.

قد يؤدي ذلك إلى اتخاذ قرارات مؤلمة ، لكن لا غنى عنها.

2/ أهمية مراعاة التحولات العالمية التي جعلت فضاء الانترنت له الغلبة على كل من الصحف والفضائيات ، بل إن ما ينشر في الصحف ، وما يبث على شاشات التلفزيون يبحث عن الانتشار والذيع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، ويعنى ذلك إيجاد منابر إلكترونية تجتذب الجمهور (وبخاصة الشباب) وتخرج من سياق الانفعال وردود الأفعال إلى إبراز الحقيقة على أرض الواقع بالصورة والخبر والرأي ، والرأي الآخر.

3/ الاهتمام بالاستقصاء الميداني ، يعنى ذلك تقديم الصورة من الواقع ، ليس بناء على نشرات حكومية ، ولكن من خلال رصد ما يحدث في الحقيقة ، وأرى أن هناك انجازات كثيرة على أرض الواقع لا تجد من يقدمها بصورة صحيحة ، ولا يدرك المواطن حقيقتها ، أو نتائجها ، أو التكاليف التي انفقت عليها. وبينما تحيط به رسائل اقتصادية ومعيشية غاضبة ، لا يجد رسائل ايجابية موازية تسهم في تخفيف وطأتها. هو يرى ارتفاع الأسعار، وغلاء المعيشة ، وفي المقابل لا يجد من يطلعه على جوانب أخرى ايجابية في المجتمع. ويكفى أن أقول إنني شخصا ، رغم متابعتي للإعلام ، أعرف الكثير من المشروعات الجديدة بالصدفة ، أو بالسؤال والمتابعة ، فما بالك بالمواطن العادي؟

4/ التأكيد على أن الرأي والرأي الآخر في وسائل الإعلام يساعد على نشر الحقيقة، وتصويب الأخطاء ، وإبراز أوجه القصور، والإسراع بمعالجتها، وليس صاحب الرأي المعارض معاديا، أو له أجندة وسيقود ذلك لمواجهة الإشاعات والأكاذيب .

الفصل الثاني

الاعلام الرياضي في

الجزائر

❖ الفصل الثاني: الاعلام الرياضي في الجزائر

تمهيد:

لقد أصبح للإعلام الرياضي بمختلف أدواته تأثيراً واضحاً وأهمية في المجتمع، سواء لقنوات رياضية أو لا رياضية، وهذا من خلال نشأة عدد هائل للقنوات التلفزيونية والإذاعية والصحف والمجلات الرياضية التي تهدف إلى رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي ومساعدة الجمهور الرياضي على استيعاب كل ما هو جديد في هذا المجال والتجاوب معه

■ المبحث الأول: نشأة وتطور الاعلام الرياضي في الجزائر

1. المطلب الأول: نبذة عن الاعلام في الجزائر

ليس غريبا ان يعرف الجزائريون كل انواع وسائل الاعلام "الصحف والاذاعة والتلفزيون " في وقت مبكر مقارنة بكل الدول العربية والإفريقية.

فقد اجتهدت الادارة الفرنسية على ان تتخبط بكل انواع وسائل الاعلام المتاحة لفرض الامر الواقع منذ وطئت اساطيله ارض الجزائر عبر سواحل وموانئ سيدي فرج البحرية منذ 1830 فكانت ليسطافات دو سيدي فرج في 1830 والمرشد الجزائري في 1832 والاعلام في 1839 والمبشر في 1847 فكانت الجزائر اول دول المغرب العربي معرفة بالصحافة.

وعرف الجزائريون الاذاعة في 1926، كما عرفوا التلفزيون في نهاية 1956 وبداية 1957.

✓ بداية الصحافة المكتوبة في الجزائر:

عرف الجزائريون الصحافة عن طريق الاحتلال الفرنسي منذ الثلث الاول من القرن التاسع عشر، فحينما دخل الفرنسيون الجزائر عام 1830 احضروا معهم على اسطول المارشال ديبييري، فضلا عن الاسلحة الفتاكة والذخيرة الحية، كان من بين معداتهم مطبعة تم جلبها خصيصا لإصدار أول صحيفة مفرنسة في الجزائر المحتلة رغم أنها لم تصدر سوى عديدين في العام نفسه ويتعلق الامر بصحيفة ليسطافات دو سيدي فرج، لتلحق بها فيما بعد جرائد اخرى عديدة مدعومة من طرف الجيش الفرنسي، كصحيفة ليسطافات دالجيري¹

هذه الجرائد لم تعمر طويلا لتحل محلها جريدة " الأخبار " منذ العام 1839 إلى غاية 1898 كما برزت بعد ذلك عدة صحف فرنسية على التراب الجزائري عرفت رواجاً كبيراً بين الفرنسيين

¹ د زهير إحدادن: الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال " عالم الاتصال " سلسلة الدراسات الإعلامية. إعداد مجموعة من الأساتذة. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر 1992، ص 97

منها ما استمر في الصدور حتى استرجاع الجزائر لاستقلالها، مثل "لابريس ليبر" و"ليكو دالجي" و " لوجورنال دالجي" و"ليكو دورون" وغيرها¹

وتعددت عناوين الصحف الصادرة في الجزائر قبل الاستقلال ليصل إلى حوالي 150 صحيفة طوال العهد الاستعماري، يمكن تصنيفها إلى 40 أصناف من الصحف من حيث الخط السياس ي وهي على النحو التالي:

-الصحافة الحكومية (صحافة السلطة) هي الصحافة التي تشرف عليها الحكومة الفرنسية بواسطة ممثلها في الجزائر الوالي العام ومنها جريدة المباشر " 1847-1927 " وجريدة كوكب إفريقيا " 1907-1914 " وجريدة النجاح " 1919-1956 "

- صحافة أحباب الأهالي هذا النوع من الصحافة هي ملك لفرنسيين مستأؤون من السياسة الاستعمارية في الجزائر يحاولون تقديم خدمات لنخبة جزائرية محددة حتى لا ييأسوا من الوجود الاستعماري الفرنسي بالجزائر وذلك بدء بإصدار جريدة المنتخب بقسنطينة عام 1882مباشرة بعد تأسيس جمعية بباريس تحمل اسم الجمعية الفرنسي لحماية الأهالي عام 1881.

-صحافة الأهالي يعرف الدكتور زهير إحدادن صحافة الأهالي بأنها " الصحافة التي أنشأها المسلمون الجزائريون ويقومون بتسييرها الإداري والمالي ويشرفون على تحريرها وتوزيعها ويكون مضمونها يتعلق بالقضايا الإسلامية الجزائرية وبشؤونهم العامة في علاقاتهم بالوجود الفرنسي بالجزائر مع الاعتراف المطلق بهذا الوجود " وقد كان أول إصدار لهذا النوع من الصحف من خلال جريدة الحق عام 1839م بعنابة، وجريدة المغرب عام 1903 وبعدها جريدة الصباح،

¹ مرجع نفسه ص 98

وكوكب إفريقيا بمدينة الجزائر، عام 1907، وجريدة المنتقد التي أصدرها الشيخ عبد الحميد بن باديس.¹

اغلب هذه الصحف كانت قد عرفت نوعا من الرعاية والتسهيلات من طرف الاستعمار أثناء بدايتها في الصدور، إلا أنها عرفت كثيرا من القمع والتوقيف والمضايقات فيما بعد، خاصة بعد نهاية الحرب العالمية الأولى وبروز أفكار مطلبية على صفحاتها هي أقرب إلى المطالبة بالمساواة والحقوق المدنية والسياسية للجزائريين.

- الصحافة الوطنية الاستقلالية وهي الصحف الوطنية التي لم تعترف بالوجود الاستعماري الفرنسي بالجزائر وأخذت تحاربه بشدة وتنتشر ما يقوي الوعي السياسي بوجود أمة جزائرية وبضرورة استرجاع الاستقلال للوطن الجزائري حتى ولو كان ذلك بالعنف وبإراقة الدماء، سواء كانت هذه الصحافة تنطق بالعربية أو بالفرنسية وسواء ظهرت فوق التراب الجزائري أو خارجه.²

من ذلك جريدة " الأمة " الصادرة عن حركة نجم شمال إفريقيا بزعامة مصالي الحاج بفرنسا التي كانت تسعى لنشر فكرة الاستقلال وهو ما كلف المضايقة والمصادرة في كثير من المرات. وقد تدعم خط جريدة الأمة فيما بعد بصدور جريدة " الشعب الجزائري " عام 1935 بالفرنسية وجريدة " الشعب " باللغة العربية وجريدة " البرلمان الجزائري " عام 1939 وجريدة " العمل " عام 1941 باللغة الفرنسية واغلبها كانت تطبع وتوزع بشكل سري.³

✓ بداية البث الإذاعي في الجزائر

¹ زهير احدادن، الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال، نفس المرجع السابق ص 105

² مرجع نفسه ص 107

³ لدكتور احمد حمدي الثورة الجزائرية والإعلام - منشورات المتحف الوطني للمجاهد - ط 2 الجزائر 1995

ظهرت الإذاعة المسموعة في الجزائر في العهد الاستعماري على يد الفرنسيين في أواخر العشرينيات من القرن العشرين عام 1926 وقد كانت تحت إشراف وملكية الحكومة الفرنسية والحاكم العام للجزائر أثناء الحرب العالمية الثانية، حيث تم إدماج إذاعة الجزائر بالإذاعة الفرنسية خلال الفترة الاستثنائية التي صادفت تواجد الحكومة المؤقتة الفرنسية بالجزائر. وقد تم منذ 1948 إنشاء استوديوهات لإنتاج برامج إذاعية في كل من قسنطينة ووهران وبجاية. مع انجاز عدة محطات للربط بعدد من المدن الجزائرية الأخرى. وقد كان عدد المستمعين للإذاعة بالجزائر قد وصل عام 1956 إلى ما يقارب الـ 358 ألف مستمع منهم 157 ألف جزائري، في حين أن العدد الإجمالي للمستمعين عام 1948 لم يكن يتجاوز الـ 155059 مستمع أغلبهم من المعمرين والفرنسيين وقد كانت البرامج متمثلة خاصة في نشرات الأخبار الريبورتاجات والموسيقى والمسرح وبعض الحصص الثقافية والدينية. غير أن الإذاعة بالجزائر بقيت إلى غاية الاستقلال عام 1962 تحت تصرف وتوجيه الإدارة الفرنسية إلى غاية 28 أكتوبر 1962 حيث تم استعادة الإشراف عليها مع التلفزيون بعد أكثر من 03 أشهر من حصول الجزائر على استقلالها. فبقدر ما كانت السلطات العسكرية والمدنية الفرنسية تحكم سيطرتها على ما يتم بثه من أخبار وتعاليق وحصص إذاعية دعائية للإحباط من تأجج لهيب الثورة الجزائرية وامتدادها الشعبي وسط الرأي العام الجزائري والدولي كان للثورة الجزائرية إستراتيجيتها في التعامل مع القضية استعانة بالمزايا التي كان يوفرها "الراديو" آنذاك¹.

- بداية الإذاعة الجزائرية المتنقلة ردا على الدعاية الفرنسية، فكرت قيادة الثورة الجزائرية في إيجاد وسيلة تمكنها من القيام بعمل إعلامي دعائي يقوم بتزويد الجزائريين بالأخبار وتطورات الثورة في الداخل والخارج، وشرح القضايا الوطنية من كل جوانبها.

¹ د. عواطف عبد الرحمن الصحافة العربية في الجزائر كراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية - 1954-1962 المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر - 1985 ص 59.

وقد كانت هذه المحطة الإذاعية المتنقلة تبث إرسالها لمدة ساعتين في المساء ثم تعيد نفس البرنامج في اليوم التالي وباللغات العربية والفرنسية وبالدارجة والقبائلية، وقد كانت تبدأ برامجها بعبارة هنا إذاعة الجزائر الحرة المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر " وقد كان الهدف الأساسي لهذه المحطة، إحقاق مزيد من الدعاية ومزيد من شحن الرأي العام لنقل وقائع عن أحداث ومعارك ضد الفرنسيين لم تقع¹.

✓ بداية التلفزيون في الجزائر

لابد أن نفرق بين ميلاد التلفزيون الجزائري وميلاد التلفزيون في الجزائر، على اعتبار أن الميلاد المبكر للتلفزيون في الجزائر،

-التلفزيون في الجزائر المستعمرة 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 والاقتصادية والثقافية والرياضية.²

بتنصيب فرنسا الاستعمارية محطة للبث التلفزيوني في الجزائر عام 1956 يكون ذلك أول بث تلفزيوني في الوطن العربي. إلى جانب العراق التي عرفت التلفزيون في نفس السنة، أي بعد حوالي 11 سنة من إذاعة برامج إخبارية بفرنسا في 24 مارس 1945 فالتلفزة في الجزائر

¹ من حديث السيد موني حواس أحد المسؤولين عن الجهاز الإذاعي أثناء الثورة الجزائرية في 13 ديسمبر 1967 ، في تصريح للدكتورة عواطف عبد الرحمن مذكور في المرجع السابق ص 60.

² بيبير البير - تاريخ الإذاعة والتلفزة ترجمة محمد قدوس سلسلة المجتمع - ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر 1984، ص 62

في عهد الاحتلال كانت في الغالب حكرا على الفرنسيين من المعمرين وأعوانهم من العملاء والبشاعات

فقد كانت تبث برامجها عبر محطة إرسال تتواجد برأس تمنقوث "ماتيفو" على بعد 20 كلم عن مدينة الجزائر " وكانت قوة الجهاز تقدر بـ 03 كيلواط في البداية ثم وصلت إلى 20 كيلواط سنة 1957 ولم تكن تشاهد إلا في مدينة الجزائر وضواحيها القريبة بيث تلفزي لا يتجاوز الـ 31 ساعة في الأسبوع باللغتين العربية والفرنسية.¹ وقد عرفت هذه الفترة محدودة في انتشار البث التلفزيوني في الجزائر.

-التلفزيون الجزائري غداة الاستقلال عندما استعادت الجزائر استقلالها في 05 جويلية 1962 وجدت الحكومة الجزائرية نفسها أمام وضع اجتماعي حرج، أهم ما يميزه وجود أزيد من 80% 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 .

فقد صرح قايد أحمد وهو واحد من أعضاء المكتب السياسي لحزب جبهة التحرير الوطني آنذاك قائلاً، بأن استعادة السيادة على الإذاعة والتلفزيون " يندرج ضمن إرادتنا إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكرنا ، من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري الأليم داخل بلادنا... انه ليس من قبيل المنطق - وقد استرجعت الجزائر سيادتها الوطنية - أن نسمح بوجود أجهزة إعلامية ، نعرف المواقف التي تبنتها إبان عهد الاحتلال ، إن هذه الإجراءات ،تتوافق مع مبادئ دستورنا الجهورية ،فقد استغنت السلطات الجزائرية بعد اقل من 04 اشهر عن كثير مما تضمنته اتفاقيات إيفيان بشأن تسيير الإذاعة والتلفزة الجزائرية فقد تم استرجاع السيادة

¹ د زهير إحدادن . الإذاعة والتلفزة في الجزائر سلسلة المجتمع - ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1984 ص 108.

على مبنى مؤسسة الإذاعة والتلفزة الجزائرية من طرف إدارات جزائرية يوم السبت 28 أكتوبر 1962 على الساعة الحادية عشرة صباحا ، وذلك برغم انسحاب الفرنسيين من مبنى التلفزيون جماعيا حيث رفض الصحفيون والتقنيون والمخرجون الفرنسيون انسحاب الإدارة الفرنسية لصالح إدارة جزائرية كاملة، ما دفع بما يزيد عن الـ 150 صحفي وتقني مع تحويل أرشيف المحطة إلى رماد وخراب بعد أن تم إحراقه من الفرنسيين إلى الانسحاب ونهب ما شاءوا من أرشيف و أشرطة ووثائق. عندها تولى كل من السيد عيسى مسعودي وعبد العزيز شكري ورابع مداوي وعلى مروش وعبد الرحمان الغواطي وخالد سافر ومحفوظ مغربي ومليكة أوزقان زمام تسيير الإذاعة والتلفزيون الجزائري منذ لحظة انسحاب الفرنسيين. ليتواصل البث التلفزيوني الجزائري في ذات اليوم 28 أكتوبر 1962 على الساعة السادسة مساء بظهور بث أول صورة جزائرية متلفزة، متمثلة في عزف النشيد الوطني، وبدئ السيدة أمينة بلوزداد بعرض برنامج ذلك اليوم. ومع ذلك لم يتوقف البث، حيث اضطرت ظروف العمل إلى اعتماد برامج غير موحدة بين المحطات الجزائرية الثلاث في كل من الجزائر، قسنطينة ووهران أما عن نشرة الأخبار فيقول عبد الرحمن الغواطي لقد كانت ترسل عن طريق الطيران إلى المحطات الأخرى لتبث 24 ساعة بعد بثها في العاصمة ليتم التغلب على هذا المشكل تدريجيا.¹

¹ د نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسوعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية ، الجزائر 2009 ص 8

2. المطلب الثاني نبذة عن الاعلام المتخصص

تميز الإعلام الرياضي الجزائري بعدة مراحل انطلاقا من تاريخ الاستقلال حيث كانت بدايته في الصحف والجرائد الأولى التي ظهرت في جهات مختلفة من الوطن في سنة 1962-1963 على غرار جريدة (النصر) في الشرق والجمهورية) في الغرب وجريدتي (الشعب) و (المجاهد) في الوسط ، حيث كان هناك قسم الرياضي يهتم بكتابة مواضيع رياضية خاصة بالنشاطات الرياضية التي كانت تقام في عدة مناسبات، غير أن الصحفي الرياضي في تلك الفترة كان مهمش مقارنة بالصحافيين الآخرين. ثم مع استرجاع مؤسسة التلفزيون والإذاعة، أصبحت المباريات تنقل عبر هذه المؤسسة باللغة الفرنسية وذلك في الفترة 1966-1968 بعدها كان هناك فصل بين القسم الرياضي الإذاعي والقسم الرياضي التلفزيوني، فكان أول برنامج يبث في التلفزيون هو المجلة الرياضية باستخدام وسائل وآلات بسيطة كانت متوفرة في ذلك الوقت، غير أن العزيمة والإصرار كانت أقوى للمواصلة¹.

مع بداية السبعينات ظهر حراك رياضي مميز، فتزايدت الرياضات والأنشطة مع بداية السبعينات ظهر حراك رياضي مميز فتزايدت الرياضات والأنشطة الرياضية الجزائرية وكانت الرياضة تجلب اهتمام الكثير من الممارسين والمتابعين، حيث أن الجزائر أصبحت تمثل في المنافسات المحلية والدولية. فكانت البداية لإنشاء جرائد متخصصة تهتم بكل مجريات الحركة الرياضية ومن بينها جريدة (الهداف) سنة 1972. في سنة 1975 كانت دورة الألعاب المتوسط لكرة القدم، وكان بث المقابلة النهائية بين الجزائر وفرنسا بمثابة الحدث التاريخي في الجزائر

¹ حصة تلفزيونية من إنتاج التلفزيون الجزائري حول الاعلام الرياضي تحمل عنوان (رحلة الإعلام الرياضي الجزائري مذكرات اون لاين) من إعداد عبد الرزاق دكار يوم 28 أكتوبر 2013 (الملخص من إعداد الطالبة)

وبهذا أصبح الإعلام الرياضي متواجد ويساير كل المناسبات والدورات الرياضية المحلية والدولية.

وبعد التعددية ظهرت عناوين أخرى مثل (ماتش، صدى الملاعب، الشباك)، يقول عزالدين ميهوبي مؤسس جريدة متخصصة في الرياضة وهي أسبوعية صدى الملاعب (سنة 1992 بمناسبة الألعاب الأولمبية ببرشلونة ومشاركة العدائين (حسيبة بولمرقة ونور الدين مرسلّي إن اصدار مثل هذه الجرائد كانت تجربة فريدة من نوعها والهدف الأساسي هو التثقيف الرياضي والترفيه والمتعة بغض النظر عن الارقام والنتائج¹

أما في الإذاعة فكان دورها مميز في متابعة المنافسات والأخبار الرياضية خصوصا بوجود إذاعات محلية، فأصبحت تنقل المقابلات المحلية إضافة إلى الأخبار المتنوعة على مدار البث المتواصل، ومع التطور الحاصل في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال كان لابد أن يواكب العصرنة والحدثة، فظهر الإعلام الإلكتروني لتصبح المعلومة والخبر الرياضي في متناول الجميع وفي أوقات مختلفة .

وحتى تبقى العلاقة بين الإعلام الرياضي والجمهور كانت هناك مسابقات خاصة بسير الآراء الجمهور حول تكريم وجوه رياضية تميزت خلال موسم رياضي، مثل المسابقة التي تنظمها (جريدة الهداف كل سنة لجائزة الكرة الذهبية وكذا مسابقة (وكالة الأنباء الجزائرية السنوية، ومسابقة جريدة مراكنا في تكريم أحسن الرياضيين والمدربين. ويبقى الإعلام الرياضي الجزائري يواصل المسيرة من أجل التميز وهذا بفضل نخبة من الصحافيين ورجال الإعلام

ويعتبر القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري مديرية فرعية عن مديرية الأخبار، يرأسه الصحفي بصفته مدير أخبار مساعد مكلف بالرياضة ومسؤولا عن القسم. ويضم القسم أيضا مجموعة

¹ حصة تلفزيونية من إنتاج التلفزيون الجزائري حول الإعلام الرياضي، مرجع سابق ذكره.

كبيرة من الصحفيين الأكفاء الذين عيدهم الجمهور الرياضي من خلال البرامج المختلفة، ويهدف القسم الإرضاء كل الأذواق ويقدم برامجاً متنوعة كي يتسنى للجميع اختيار ما يلائمهم، ويسعى طاقم فريق القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري إلى تلبية رغبات جمهوره العريض وذلك عن طريق نقل الأحداث الرياضية محلية كانت أم عالمية رغم السطوة الكبيرة للقنوات الخاصة التي احتكرت معظم التظاهرات الرياضية وجردت الرياضة من معناها الحقيقي وحولتها إلى سلعة تباع وتشترى. فالبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري تطورت بشكل كبير وقفزت قفزة نوعية من خلال الجهد والعطاء المبذول من قبل الدائرة الرياضية والتي بدورها تأخذ على عاتقها تطوير نفسها بنفسها وتقدم برامج تعتمد على أسلوب المقابلات ونقل الأحداث الرياضية والالتقاء بمسؤولين ولاعبين ومدربين ومحللين ونقاد وحكام ونقل مباشر للمباريات، واستخدام كل ما هو جديد.

على هذا الأساس خصص القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري للمشاهد الجزائري برنامج من الملاعب"، وهو برنامج مباشر يقدم مباراة من البطولة الوطنية المحترفة ويجول بنا عبر الملاعب الجزائرية ويقدم لعشاق هذه اللعبة آخر أخبارها ومستجداتها ويستضيف البرنامج محللين ومختصين في كرة القدم لإثراء الحديث. أما برنامج دوري المحترفين، فهو برنامج أسبوعي يبث يوم الأحد ويعنى بمستجدات البطولة الوطنية المحترفة الأولى والثانية لكرة القدم لمختلف الأندية من خلال ملخصات المباريات بحضور محللين وضيوف.¹

¹ حصة تلفزيونية من إنتاج التلفزيون الجزائري حول الإعلام الرياضي، مرجع سابق ذكره.

وعن برنامج "ماستر سبورت" فهو عبارة عن مجلة رياضية نصف شهرية تتطرق للكثير من المواضيع الرياضية في مختلف الاختصاصات ويقدم ربورتاجات وبورتريهات لحياة الرياضيين. ويأتي البرنامج الرياضي الجديد ساعة رياضية"، ليشكل إضافة نوعية إلى مجموعة البرامج المتعددة والمتنوعة التي تبث على مختلف قنوات التلفزيون الجزائري، ويتميز بطابعه التحليلي والتفاعلي، ويسلط الضوء على أهم النشاطات الرياضية المحلية والدولية في الأسبوع مع تقديم ملخصات عن الدوريات العالمية الكبيرة.

بالإضافة إلى مجموعة أخرى من البرامج كبرنامج المفكرة الرياضية، الذي هو ركن من حصة صباح الخير، إذ يذكرنا بأهم الأحداث الرياضية الوطنية والعالمية.

إضافة إلى ذلك عرفت الجزائر في الآونة الأخيرة طفرة في مجال الإعلام، فقد ظهرت قنوات خاصة ذات برامج متنوعة، حاولت تلبية رغبات وأذواق الجمهور حيث أن هذه القنوات تحتوي على برامج منها الإخبارية الترفيهية والرياضية الخ. فالأخبار الرياضية تكون عقب كل نشرة إخبارية مدتها (5) إلى 15 دقيقة مضمونها عبارة عن خبر رياضي أو نشاط رياضي مع صور لذلك الموضوع. كما نجد برامج رياضية نظم فقرات مختلفة عن النشاطات الرياضية مدتها ساعة واحدة من الزمن¹.

¹ ملخص من حصة قدمها التلفزيون الجزائري عن الإعلام الرياضي بمناسبة ذكرى استرجاع التلفزيون الجزائري

■ المبحث الثاني: بداية الاعلام الرياضي في الجزائر

1. المطلب الأول وظيفة الاعلام الرياضي

تكمن وظيفته الرئيسية في إخبار الجمهور بالمعلومات الثابتة، الصحيحة والموضوعية، بغرض تكوين رأي عام صائب حيال واقعة أو مشكلة تتعلق بالمجال الرياضي.

ومن وظائفه¹:

✓ الإعلام والإخبار: تتعدد وظائف الاعلام الرياضي، ويأتي الإعلام في مقدمة هذه الوظائف أي أنه يهتم بنقل الأخبار الرياضية وشرحها والتعليق عليها ولا يقتصر أن تعلم الصحيفة الرياضية قراءها وتكتفي بل عليها أيضا أن تثير اهتمامهم وإعلامهم بما يهمهم

✓ الشرح والتفسير والتحليل والتوضيح: ويعنى ذلك تقديم مزيد من التفاصيل والتوضيح للأحداث الرياضية المثارة في المجتمع، مما يعطى لهذه الأحداث والموضوعات دلالاتها المختلفة وتساعد القراء على فهمها وتكوين وجهات نظر أو رؤية حولها، وتقوم هذه الوظيفة على أساس التحليل السببي والغوص في أعماق الحقائق. وتقديم الحلقات التاريخية والوثائقية لهذه الحقائق أو الأحداث. لذا فهي تسعى على تقديم تفسيراً للأحداث الرياضية مع توضيح الأسباب والمسببات .

✓ النقد والتعليق وطرح الرأي: يتمتع الاعلام الرياضي بالحرية في التعبير عن الآراء المختلفة، فهو يقوم بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات والتيارات في المجتمع ويناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في المجتمع.

¹ د. مهراوي نصر الدين، د. محمد رقاب، الصحافة الرياضية المتخصصة قراءة في النشأة و التطور الخصائص و الوظائف القوالب التحريرية، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 01 عدد04 ، نشر يوم 2020/12/15 ص 12

- ✓ الإرشاد والتوجيه: وهذا هو بالطبع نتيجة منطقية للشرح والتفسير والتوضيح والتحليل والنقد والتعليق وطرح الرأي، فالإعلام الرياضي بعد أن يفسر ويوضح لابد وأن يوجه ويرشد على الطريق الصحيح حتى يكون مهمته إيجابية
- ✓ التثقيف: الاعلام الرياضي يقدم للقراء وال جماهير الثقافة الرياضية والتراث الثقافي الرياضي من جيل الآخر، وتعريف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي للمجتمع والمشكلات التي واجهته.
- ✓ التوثيق والتاريخ: إذ يقوم الاعلام الرياضي بتسجيل لوقائع الحياة الرياضية، ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها، وتتوقف إمكانية اعتبار الصحيفة وثيقة تاريخية على فهم الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تصدر في ظلها الصحيفة، وعلى تحديد حجم حرية الصحافة المتاحة في هذا المجتمع، ولقد أصبحت الصحافة الرياضية مرجعا وثائقيا لا يمكن الاستغناء عنه.
- ✓ التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات: يسعى الاعلام الرياضي إلى التحري عن قضايا معينة أو موقف أو أمور تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد والكشف عن الانحرافات، حيث يتمتع بحرية تامة وما يوفره له القانون في هذه المجتمعات لأجل التصدي لمشاكله ضد بطش السلطات¹.

2. المطلب الثاني عوامل ظهور الاعلام الرياضي المتخصص وتطوره

يمكن إيجاز أبرز العوامل التي أدت إلى ظهور الإعلام الرياضي فيما يلي

- يعكس الإعلام الرياضي عموما الوزن الحقيقي للرياضة في مجتمع ما، في مرحلة ما من تطوره، وتحتل الرياضة في المجتمع داخل المنظومة الإعلامية العامة لهذا المجتمع المكانة ذاتها التي تحتلها الرياضة داخل المجالات والفعاليات الأخرى، في هذا المجتمع.

¹ د. مهذاوي نصر الدين، د. محمد رقاب، مرجع سابق ذكره، ص 13

وأدى بروز الرياضة في مرحلة ما من مراحل تطورها في المجتمع، إلى أن تلعب دورا متميزا، وإلى أن تتمتع بقدر من الاستقلالية على الصعيدين النظري والعملي وإلى أن تصبح نشاطا واسعا ومعقدا.

- تبدلت نظرة المجتمع للرياضة في سياق التطور العام للمجتمع المعاصر النظرة الفقيرة المحدودة للرياضة كحدث وكحركة وكمنافسة، وكناتج، لم تعد كافية تحولت الرياضة في المجتمع الحديث إلى مجال واسع وغني وهام بشكل واحد من الدعامات الهامة التي تشكل الملامح الأساسية لهذا المجتمع. أصبحت الرياضة سياسة وثقافة واقتصادا وتربية وصحة وذوقا وأخلاقا ... إلخ. وأصبح لها تراثا نظريا غنيا أصبح لها نظريات ودارس وأدبيات كأى علم من العلوم. وكانت هذه الحقيقة أيضا واحدا من الأسس التي قامت عليها وانطلقت منها الصحافة الرياضية المتخصصة¹

- لم تعد الرياضة المعاصرة محصورة في عدد محدود من الاختصاصات الرياضية. فقد تعددت وتنوعت. فالرياضات ذات الطابع العالمي توطدت وانتشرت وازدهرت والرياضات العامة الجماعية منها والفردية أيضا ترسخت وتمت، والرياضات ذات الطابع المحلي الخاص أيضا وجدت مكانا لها على الساحة الرياضية. هذا كله أدى إلى ازدياد غنى، ونضج وتعقيد الخارطة الرياضية. وكان ذلك أساسا جديدا لظهور وتطور الإعلام الرياضي.

- الجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المحدودة العدد من الشباب الباحث عن الترفيه، بل اتسع وتنوع وتبدل جذريا كما ونوعا، وكان ذلك منطلقا جديدا لظهور الإعلام الرياضي.

¹ عيسى الهادي، دراسة نظرية لدور الاعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، نشرت على موقع ASJP.CERIST.DZ ص 96

- تحول الرياضة إلى صناعة وازدياد طابعها الاقتصادي وبروز سمتها التجارية في بعض الأنظمة، زاد من أهمية الوصول إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد وزاد من تنوع وأهمية الرسالة الإعلامية المطلوب إيصالها في وقت معين وبمستوى معين ويشكل معين .
- ظهور وسائل إعلامية جديدة تمتلك خصوصية تكنولوجية معينة وتمتلك بالتالي لغة تعبيرية مختلفة وآلية إيصال وتأثير مختلفة ونوعية مختلفة من الجمهور، هذا كله أوجد فرصة ظهور وانتشار إعلام رياضي متخصص يتناسب ويتلاءم مع هذه الوسائل الجديدة¹.

¹ عيسى الهادي، مرجع سابق ذكره، ص 97

الفصل الثالث

الأطر القانونية والتنظيمية

للإعلام الرياضي

والمؤسسات الاعلامية

❖ الفصل الثالث : الأطر القانونية و التنظيمية للإعلام الرياضي و

المؤسسات الإعلامية

تمهيد

يعد الإعلام ظاهرة اجتماعية، وحاجة ضرورية لكل مجتمع ودولة - لأنه جزء لا يتجزأ من البنيان الاجتماعي والسياسي - ووسيلة مهمة في تكوين الرأي العام ومنبراً معبراً عنه وجهازاً فعالاً لمعالجة قضايا المجتمع الملحة والعمل على حلها، وبذلك فهو يؤدي دوراً مؤثراً في خلق التوعية السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي صقل المشاعر القومية والإنسانية وجعلها تصب في قناة واحدة لخلق المواطن الواعي الفعّال، إلا أن مجال الاتصال السمعي البصري يعتبر حديثاً¹، حيث إنه لم يظهر في مجال قانون الاتصال السمعي البصري إلا في سبعينيات وثمانينيات القرن الماضي².

وعليه، أدت هذه المعطيات إلى بروز نقاش ضروري حول تنظيم الإشهار وفق المتطلبات الجديدة على الساحة الإعلامية لأنها باتت تهدد مكسب التعددية الإعلامية و حق المواطن في الإعلام في إطار دور وسائل الإعلام و الوسائط اتصال الجديدة في تحقيق التواصل بين الدولة و المواطن في إطار تكريس الديمقراطية، وعليه، نطرح الإشكالية التالية : ما مدى أهمية وضع الأطر التنظيمية و القانونية للإشهار في الجزائر على ضوء تأثير أزمة الصحافة وتعاضم وسائط الاتصال الجديدة على الحق في الإعلام، وعلى هذا الأساس سوف أتعرض إلى الإطار القانوني التجاري للمؤسسات الإعلامية في المبحث الأول، وأتطرق إلى الإطار

¹ - 13 décembre « Colloque sur La presse écrite au Maghreb ,Tunis» Marbéne Ihaddaden

125 :p, 1995, EditWalfzug ;humburg

² - زايد بوزيان ، تنظيم الإعلام السمعي البصري العربي:ضوابطه القانونية والسياسية ، مركز الجزيرة للدراسات، 2016

القانوني والتنظيمي في للمؤسسات الإعلامية ظل قوانين الإعلام في المبحث الثاني، وذلك وفق التفصيل الآتي :

■ المبحث الأول: الإطار القانوني التجاري للإعلام الرياضي

تمكنت الجزائر خلال السنوات الأخيرة من معرفة نوعا من الإنفتاح في المجال الإعلامي سواء تعلق ذلك بالصحافة المكتوبة أو مجال السمعي البصري وذلك بعد أن كان المجال محصورا فقط على الإعلام العمومي، ونظرا لتعدد القنوات في مختلف البلدان العربية وبلدان المغرب العربي جعل الجزائر تنظم إلى جانب هذه الدول في هذا المجال الحساس ومن خلال عدة عوامل جعلت الجزائر تراقب تجارب الآخرين عن قرب في فتح قطاع السمعي البصري¹.

كما أن هناك صلة بين التشريعات الإعلامية والقانون الجزائي، وذلك من خلال بيان هذا الأخير للجرائم التي ترتكب في حال انتهاك التشريعات الإعلامية والعقوبات المفروضة عليها، وهناك كذلك صلة بين هذه التشريعات والقانون الإداري من خلال بيان الجهة الإدارية المختصة بمنح الترخيص لمزاولة العمل الإعلامي، وقسمنا هذا المبحث إلى مطلبين أستهل في المطلب الأول أخلاقيات ممارسة مهنة قناة سمعية بصرية المحددة في دفتر الشروط، أما المطلب الثاني نخصه الوثائق المطلوب تقديمها للقيد في السجل التجاري، هذا وفق التفصيل الآتي :

¹ - شيتوي زهور - بوحنية قوي - كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة قاصدي مرباح ورقلة - دفاتر السياسة والقانون - العدد 19 جوان 2018 م ص 317 .

1. المطلب الأول: أخلاقيات ممارسة مهنة قناة سمعية بصرية المحددة في دفتر الشروط

صدر في العدد الأخير للجريدة الرسمية المرسوم التنفيذي المؤرخ في 11 أوت 2016 المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو البث الإذاعي واعتبر وزير الاتصال حميد أن النصوص المنظمة للنشاط السمعي البصري تمنح الإطار الملائم لقنوات التلفزيون للتعبير، بكل حرية عن جزائريتها وحدثتها واحترافيتها، وتتعلق النصوص التي نشرت في الجريدة الرسمية بدفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو البث الإذاعي وللمبلغ وكيفيات دفع المقابل المالي وكذا حول شروط وكيفيات تنفيذ الإعلان عن الترشح¹.

وبمقتضى المرسوم توضح مهام الخدمة العمومية المخولة لخدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي في دفتر الشروط السنوي الذي يحدده الوزير المكلف بالاتصال بموجب قرار حيث تكون القواعد الخاصة المرتبطة بكل خدمة اتصال سمعي بصري موضوعاتية محل دفتر شروط يلحق بالمرسوم المتضمن رخصة الإنشاء وسوف نتطرق لقواعد تحديد محتوى البرامج في الفرع الأول ونتناول قواعد تحديد العلاقات مع المؤسسات والأطراف الأخرى في الفرع الثاني، وهذا فيما يلي :

الفرع الأول : قواعد تحديد محتوى البرامج

تخضع لأحكام المرسوم التنفيذي المتعلق بدفتر الشروط لقطاع السمعي البصري جميع المؤسسات التي تقدم خدمات السمعي البصري التي تبث "بواسطة الساتل أو الترددات أو البث الأرضي أو عن طريق الساتل أو عبر وسيلة تشفي".

¹ -مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي : <https://www.djazairess.com/akhbarelyoum/191477> - تم

الإطلاع عليه بتاريخ 9-04-2024 م على الساعة 14.00

يتضمن دفتر الشروط مثلما نص عليه القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري، بالإمتثال للقواعد المهنية وآداب وأخلاقيات المهنة لدى ممارسة النشاط السمعي البصري مهما كانت طبيعته ووسيلة كيفية بثه، يحدد دفتر الشروط القواعد العامة المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي حسب أحكام القانون 04-14 المقررة أيضا في المادة 48¹ بالتزام الحياد والموضوعية والامتناع عن خدمة مآرب وأغراض مجموعات مصلحة سواء كانت سياسية أو عرقية أو اقتصادية أو مالية أو دينية أو إيديولوجية¹.

إهتم المشرع الجزائري في هذا النص التشريعي بشكل عرض البرامج، ووضع لها مجموعة من الضوابط مرتكزة على منظومة مختلف قيم الجمهور، وخصائص بيئة الجمهور، والمبادئ المجتمعية لهذا الجمهور، والمبادئ التي تأسست عليها الدولة، قيمة تراعي ويمكن إعطاء نماذج سلوكية فرضها المشرع كتطبيق لهذه المبادئ تخص الجانب الشكلي لعرض البرامج، وذلك فيما يلي:

✓ -احترام البرمجة المعلن عنها للجمهور : كسلوك يستند إلى قيم عدة مثل: الأمانة الاحترافية، التفاني في العمل، التخطيط.

✓ بث شارات توضيحية تتعلق بخطورة تعرض بعض الفئات للمحتوى - كسلوك يستند إلى قيم عدة أيضا مثل: تغليب المصلحة العامة على الخاصة مراعاة ظروف المواطنين ونفسياتهم² الخ .

¹ - المادة 48 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

² - نورالدين لبجيري - سارة قريمس - سارة قريمس - منظومة القيم في التشريع السمعي البصري الجزائري - قراءة في المرسوم التنفيذي 16/222 المتضمن دفتر الشروط العامة - جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي - المجلد 09 - العدد 03 - تاريخ النشر - 30/09/2022 - ص 53 .

بموجب المرسوم يسهر مسؤولو المؤسسات التي تقدم هذه الخدمات على منع "كل عبارات الإساءة والسب والشتم والقذف ضد رئيس الجمهورية أو المؤسسة" التي يمثلها وكذلك على احترام القيم الوطنية و رموز الدولة التي يحددها الدستور ومتطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطني والنظام الجمهوري وكذا المصالح الاقتصادية والدبلوماسية للوطن.

✓ يلزم المرسوم التنفيذي كل وسائل الإعلام السمعية البصرية بعدم الترويج للعنف وعدم التحريض على التمييز العنصري والإرهاب أو العنف اتجاه أي شخص بسبب أصله أو جنسه أو انتمائه لعرق أو جنس أو ديانة معينة وعدم المساس بنزاهة أي شخص على قيد الحياة أو متوفى¹.

✓ على وسائل الإعلام أن تضمن حرية التعبير لتيارات التفكير والرأي في ظل احترام مبدأ المساواة في المعاملة والشفافية والاستقلالية طبقاً للتشريع والقوانين السارية المفعول.

✓ الالتزام بالإنصاف والموضوعية وعدم خدمة مصلحة أو قضية مجموعات سياسية أو عرقية أو اقتصادية أو مالية أو إيديولوجية وعدم استعمال الدين لأغراض حزبية أو منافية لقيم التسامح.

✓ يتعين على مسؤولي وسائل الإعلام السمعية البصرية أن تستجيب لكل الطلبات الصادرة عن سلطة ضبط السمعي البصري ومنحها نسخة من الاتفاقية التي أبرمتها مع الهيئة المكلفة بحماية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

¹ - المادة 48 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

- ✓ - عدم إلحاق الضرر بحقوق الطفل والمراهقين وإلى الحياة الشخصية للشخصيات العامة أو الترويج للإقصاء والتحريض والقذف بحق أشخاص¹.
- ✓ فيما يخص الأحكام المتعلقة بالعلاقات مع المواطنين يفرض المرسوم على وسائل الإعلام وضع تحت تصرف جمهور المتفرجين والمستمعين معلومات تواصل تمكنهم من التعليق وإبداء آرائهم واحتجاجاتهم بشأن البرامج.
- ✓ ضمان احترام الحد أدنى للحصص المخصصة للإنتاج السمعي البصري الوطني (60 بالمائة على الأقل من البرنامج المبث مخصصة للحصص الوطنية المنتجة محليا .
- ✓ - استعمال فقط اللغة العربية و/أو اللغة الأمازيغية في الاشهارات واللجوء إلى استعمال لغة أجنبية في حالات يتطلب اللجوء إليها -بعد ترخيص من سلطة الضبط.
- ✓ - ممارسة حق الإعلام لا تسمح في أي حال من الأحوال ببث حصص أو صور أو نقاشات أو وثائق تتطرق للقضايا المتواجدة لدى الجهات القضائية ويمارس هذا الحق في كنف احترام قرينة البراءة والحياة الخاصة وسرية التحقيق².
- ✓ توفير وحدة أرشفة الكترونية على أن يتم حفظ الوثائق في أجل لا يتعدى ثلاثة (3) أشهر.
- ✓ وضع تحت تصرف جمهور المتفرجين والمستمعين معلومات تواصل تمكنهم من التعليق وإبداء آرائهم واحتجاجاتهم بشأن البرامج.

¹ - نورالدين لجيري - المرجع السابق - ص 54 .

² - 1-3 décembre « Colloque sur La presse écrite au Maghreb ,Tunis» Marbéne Ihaddaden

- EditWalfzug ;humburg - 125-1995,p

✓ تمنح الأولوية للموارد البشرية الجزائرية في التوظيف مع ضمان تنظيم دورات تكوينية و احترام الواجبات إزاء هيئات الضمان الاجتماعي لاسيما من حيث التصريح بجميع الموظفين.

الفرع الثاني : قواعد تحديد العلاقات مع المؤسسات والأطراف الأخرى

يضم المرسوم التنفيذي المتضمن دفتر الشروط المحدد للقواعد المفروضة على جميع خدمات البث التلفزيوني أو الإذاعي العديد من الأحكام المتعلقة بأخلاقيات المهنة و محتوى البرامج والمراقبة على المترشحين التقيد بها، ويضم المرسوم التنفيذي الذي تحصلت عل نسخة منه 11 فصلا (89 مادة) يتعلق بالإحكام العامة لأخلاقيات المهنة والعلاقات مع الهيئات ومحتوى البرامج والبرمجة والقضايا المرفوعة للهيئات القضائية، كما يضم أحكاما تتعلق بالأطفال والمراهقين والعلاقات مع المواطنين والعلاقات مع الموظفين والإشهار والرعاية والإقتناء عبر التلفزيون والمراقبة.

والأصل في الإعلام أن يكون حراً باعتباره وجهاً من أوجه «حرية الرأي والتعبير» التي هي واحدة من أهم الحريات السياسية، التي تعدّها جميع الدساتير والتشريعات في مختلف دول العالم حقوقاً مقدسة لكل مواطن حيث تشكل «حرية الصحافة والطباعة والنشر» الوجه العملي لممارسة هذا الحق¹.

تلتزم الأطراف التي تتلقى التعليقات والاحتجاجات بالرد عليها وفقا للشروط التي تحددها سلطة ضبط السمعي البصري، كما يحدد النص القواعد والشروط التي تحكم مشاركة المواطنين المدعويين لأي حصة، وبشأن الأحكام المتعلقة بعمال مؤسسات النشاط السمعي البصري تمنح

¹ -مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الإتي <https://arab-ency.com.sy/law/details/26120/2> تم الإطلاع

عليه بتاريخ 08-04-2024 م على الساعة 08.00

الأولوية للموارد البشرية الجزائرية في التوظيف، وتنص الأحكام على أن مسؤولي وسائل الإعلام ملزمون باحترام واجباتهم إزاء هيئات الضمان الاجتماعي، لاسيما من حيث التصريح بجميع موظفيهم.

وفيما يتعلق بالأحكام الخاصة بالأطفال والمراهقين يتعين على مسؤولي وسائل الإعلام "عدم إلحاق الضرر بحقوق الطفل والمراهقين كما هي محددة في الاتفاقيات الدولية والتشريع الساري المفعول"، وفيما يخص الأحكام المتعلقة بالعلاقات مع المواطنين يفرض المرسوم على وسائل الإعلام وضع تحت تصرف جمهور المتفرجين والمستمعين معلومات تواصل تمكنهم من التعليق وإبداء آرائهم واحتجاجاتهم بشأن البرامج.

بيد أن هذه الحرية ليست بلا حدود، فإذا كانت الحرية عموماً لا تعني الفوضى فكيف بحرية الإعلام التي تؤثر في الرأي العام، وتؤدي دوراً مهماً في تكوينه، فهي بلا شك حرية مسؤولة، لها ضوابط قانونية ينظمها المشرع.

إن التراخيص التي تمنحها الإدارة لممارسة نشاط معين والشروط التي تفرضها بمناسبة ممارسة أنشطة محددة لمراقبة ليست محددة النشاط وإنما لتوجيه الاستثمارات نحو مجالات معينة تساهم في تحقيق رفاهية الأفراد، كما يتعين عليهم السهر على احترام المبادئ والقيم الدينية والأخلاقية والثقافية للوطن و المرجعيات الدينية الأخرى و الديانات الأخرى وحماية الفئات الهشة واحترام حق الشرف والحياة الشخصية للمواطن وكذا حماية الأسرة¹.

¹ - المادة 48 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

وتنص المادة 9 من الامر 04/14¹ هذا النص على أن "كل بث للمعلومات السمعية البصرية تخص الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين تخضع لترخيص مسبق من السلطات المعنية"، وتحدد طرق تنفيذ هذه المادة بقرار وزاري لوزراء الإتصال والدفاع الوطني والداخلية².

فيشترط لممارسة النشاط السمعي البصري من قبل المؤسسات والأشخاص التابعة للقانون الجزائري الترخيص لممارسة هذا من سلطة ضبط السمعي البصري، وإلا كان عملهم مشوبا بعيب في المشروعية وتكون الرخصة بموجب المرسوم، وهذا ما نصت عليه المادة 20 من القانون 04/14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري ويكون منح الرخصة عن طريق الترشح³، ولا يمكن الإعلان عن الترشح إلا وفقا لشروط حددتها المادة 24 من نفس القانون والتي يراعي فيها القدرات المتوفرة للبث الأرضي ولا عبر الساتل ولا عبر الكابل⁴، وذلك بالترخيص في حدود الإمكانيات المتاحة سواء أكان البث عن طريق الساتل أو الكابل⁵.

كما يمارس هذا الحق "في كنف احترام قرينة البراءة والحياة الخاصة وسرية التحقيق". وبالتالي يلتزم مسؤولو وسائل الإعلام السمعي البصري بعدم إفشاء معلومات أو بث وثائق مرتبطة بتحقيق قضائي جاري، كما يلتزمون بـ "عدم إصدار أو بث تقارير عن نقاشات محاكمة تتعلق بوضع الأشخاص وبث صور ورسوم حول كامل أو جزء من ظروف جريمة لا يسمح التشريع الساري المفعول بثها".

1 - المادة 9 من الأمر 04/14 - المرجع السابق .

2 - المادة 09 من الامر 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري-المرجع السابق .

3 - المادة 20 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

4 - المادة 24 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

5 - فيصل نسيغة ودنش رياض، النظام العام ، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة ، العدد الخامس، ص 177 .

2. المطلب الثاني: شروط الحصول على الرخصة لإنشاء خدمة إتصال سمعي بصري

يمكن أن تكون خدمات الاتصالات سمعي البصري المرخصة المذكورة في المادة 17 أن تدرج حصص وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال¹، كما يوضح أن خدمات الإتصال السمعي البصري تتكون كذلك من القنوات الموضوعاتية المرخصة التي أنشئت من قبل مؤسسات وهيئات و تنظيمات تابعة للقطاع العمومي أو من طرف أشخاص معنويين خاضعين للقانون الجزائري، وينص المرسوم على أن مدراء خدمات الإتصال السمعي البصري للقطاع العمومي وخدمات الإتصال السمعي البصري الموضوعي المرخص المعينين "مسؤولين عن خدمات الإتصال السمعي البصري" هم من يكفلون البرامج التي تثبت مهما كانت الدعامة المستعملة مضافا أن البرامج التي تثبت من قبل خدمات الإتصال السمعي البصري الموضوعاتي المرخصة يجب أن تكون مطابقة للهدف من الموضوع، وسوف نتناول الشروط الخاصة برأس مال القناة السمعية البصرية في الفرع الأول، ونتطرق للشروط الخاصة بشخصية المساهمين ومدة الرخصة المسلمة في الفرع الثاني وذلك على النحو الآتي :

الفرع الأول : الشروط الخاصة برأس مال القناة السمعية البصرية

يجب أن تتوفر في المترشحين لإنشاء خدمات الإتصال السمعي البصري الموضوعاتية كما هي محددة في أحكام القانون العضوي 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير سنة 2012 الشروط الخاصة برأس مال القناة السمعية البصرية الآتية²، وهي:

أولاً: أن تثبت خضوع الشخصية المعنوية للقانون الجزائري

¹ - المادة 17 من قانون رقم 04-14 في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

² - القانون العضوي 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير سنة 2012.

وضعت المادة 19 من قانون السمي البصري ثمانية شروط لممارسة هذا النشاط وهي أن تثبت الشخصية المعنوية خضوعها للقانون الجزائري، وهي أن المؤسسة أو الشركة تخضع للقانون الجزائري من حيث أموالها وممتلكاتها وذلك باعتبار أن الشخصية المعنوية هي مجموعة أشخاص أو مجموعة أشياء تتكاثف وتتعاون بقصد تحقيق غرض وهدف مشروع بموجب اكتساب الشخصية القانونية ويقصد بالشخصية القانونية القدرة أو المكنة على اكتساب الحقوق والتحمل بالالتزامات¹، وفي ما يخص شروط ومقومات التمتع بالشخصية المعنوية تضمنتها المادة 50 من القانون المدني وهي: الأهلية القانونية ، الموطن، التمثيل القانوني، نائب يُعبر عن ارادتها وحق التقاضي².

ثانيا: أن تثبت حيازة جميع المساهمين للجنسية الجزائرية

أي أن جميع المساهمين من جنسية جزائرية ولم يحدد القانون أكانت أصلية أو مكتسبة.

ثالثا: تمتع جميع المساهمين بالحقوق المدنية

وأن تثبت حيازة جميع المساهمين للجنسية الجزائرية وان يتمتع جميعهم بالحقوق المدنية³، وذلك بان لا يكون المساهمون قد حكم عليهم بعقوبة جنائية أو جنحية مخلة بالشرف أو النظام العام⁴.

¹ - المادة 49 من القانون المدني الأمر رقم 75 / 58 ، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم، يتضمن لقانون المدني، الجريدة الرسمية الجزائرية السنة 12 ، العدد 78 ، الصادرة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم لقانون رقم 05 / 10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، الجريدة الرسمية الجزائرية، السنة 42، العدد 44، الصادرة في 26 ونيو 2005.

² - المادة 50 من القانون المدني الأمر رقم 75 / 58 ،، الصادرة في 26 ونيو 2005 -المرجع السابق ..

³ - شيتوي زهور - بوحنية قوي - المرجع السابق - ص 326 .

⁴ - لمادة 19 من الأمر رقم 75/59 ، المتضمن القانون التجاري الجزائري.

رابعاً: أن يكون رأسمالها الاجتماعي وطنياً خالصاً

كما يجب على طالبي رخص الاستغلال إثبات مصدر أموالهم فيما يؤكد الشرط الأخير على أن يثبت المساهمون المولدون قبل جويلية 1942 انه لم يكن لهم سلوكا معاديا للثورة أي أن تكون أموال المساهم من رأسمال جزائري، وهذا لتفادي تدخل أي جهة أجنبية، وللحيلولة لأي تأثير لهذه الأموال على توجهات القنوات المرخصة. ح - إثبات مصدر الأموال المستثمرة على المترشحين للحصول على رخصة الاتصال السمعي البصري أن يثبتوا بوثائق صحيحة وقانونية مصدر الأموال المراد الاستثمار فيها، من أجل اضعاف صفة المشروعية على رأس المال¹.

خامساً: إثبات مصدر الأموال المستثمرة

كما يجب على طالبي رخص الاستغلال إثبات مصدر أموالهم فيما يؤكد الشرط الأخير على أن يثبت المساهمون المولدون قبل جويلية 1942 انه لم يكن لهم سلوكا معاديا للثورة، فيكون مصدر الأموال مشروع ومعروف جهة حصول المال.

الفرع الثاني : الشروط الخاصة بشخصية المساهمين ومدة الرخصة المسل تتمثل الشروط الخاصة بشخصية المساهمين ومدة الرخصة المسلمة في، وأن يكون ضمن المساهمين صحافيون محترفون وأشخاص مهنيون، شهادة سلبية تثبت عدم الحكم بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام ، ومدة الرخصة المسلمة، نشرحها وفق التفصيل الآتي:

أولاً: أن يكون ضمن المساهمين صحافيون محترفون وأشخاص مهنيون

¹ -رقطي منيرة -المرجع السابق - ص 272 .

أن المساهمين صحفيون محترفون وأشخاص مهنيون أي أن يكون من ضمن ممارسي النشاط صحفيون محترفون .

ثانيا : شهادة سلبية تثبت عدم الحكم بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام

أن لا يكون محكوم عليهم بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام وان يكون رأسمالها الاجتماعي وطنيا خالصا، بمعنى يجب أن يثبت كل المساهمين المترشحين للحصول على الرخصة لاستغلال خدمات الاتصال السمعي البصري عدم الحكم عليهم بحكم قضائي في جريمة مخلة بالشرف أو بالنظام العام، وذلك باستخراج شهادة سلبية من الجهات القضائية المختصة.

ثالثا : مدة الرخصة المسلمة

أما بالنسبة لمدة الرخصة المسلمة فتحدد باثني عشر سنة بالنسبة لاستغلال خدمة بث تلفزيوني وست سنوات لخدمة بث إذاعي وهذا ما نصت عليه المادة 27 من نفس القانون¹، أما بالنسبة لشروط منح الرخصة فحددها المادة 40 من نفس القانون بقولها يترتب على منح الرخصة لإنشاء خدمة اتصال سمعي بصري إبرام اتفاقية بين سلطة ضبط السمعي البصري والمستفيد، تحدد بموجبها شروط استعمال الرخصة طبقا لأحكام هذا القانون وبنود دفتر

¹ - المادة 27 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر : عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

الشروط العامة¹، وإن المادة 30 ألزمت استغلال الرخصة من طرف صاحبها دون سواه، كما تنص المادة 19 من نفس القانون .

¹ - نصر الدين لاغة- نظام القانوني للنشاط السمعي البصري -مذكرة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية - تخصص:قانون -فرع قانون الإعلام - جامعة الجيلالي الياابس سيدي بلعباس-ركلية الحقوق والعلوم السياسية- قسم الحقوق- ص 74.

■ المبحث الثاني: الإطار القانوني والتنظيمي في للمؤسسات الإعلامية ظل قوانين الاعلام

لقد شهد المجال السّمي البصري تغيّرات جذريّة؛ سرّعت من وتيرتها تكنولوجيات البث الرّقمية وسرعة تدفّق المعلومات و هو ما حوّل التّلفزيون بشكل خاص إلى صناعة عالميّة تتجاوز الحدود الوطنيّة، وكان أيضًا من أهم مظاهرها بروز القطاع الخاص بقوة ليصبح في ظرفٍ وجيز منافسًا جدّيًا للقطاع العمومي، ولقد سعت الجزائر كغيرها من الدّول إلى مواكبة التّطوّرات الحاصلة ودخول عالم التّعددية الإعلامية؛ وكان ذلك القرار ضرورة ملّحة استدعتها مجموعة من التّحولات السياسيّة والاقتصاديّة والاجتماعية وحتى الثقافيّة .

وفي الجزائر كان ولا يزال قطاع السّمي البصري محل اهتمام الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال، إذ عرّف القطاع تطوّرات عديدة من النّاحية الإداريّة والتنظيميّة والقانونية، وعلى إثر الخطاب الرئاسي لسنة 2011 سجّلت أبرز الوقفات التاريخيّة في الإصلاح السياسي وجملة من الإصلاحات الأخرى شملت منها قطاع الإعلام، ذلك القطاع الذي كان يحتاج إلى إعادة تأطير قانوني وتشريعي يتّكيف مع التّطوّرات الحاصلة، وبذلك كان ميلاد القانون العضوي 05-12 الذي دعا إلى فتح قطاع السّمي البصري أمام الاستثمار الخاص، ومن هنا كان اهتمام المشرع في جميع دول العالم بتنظيم الإعلام لوضعه في خدمة الدولة والمجتمع والمواطن، عملية التنظيم هذه هي التي تخلق ما يدعى بـ«التشريعات الإعلامية»¹، وقسمنا هذا المبحث إلى مطلبين أسّهل في المطلب الأول التشريعات الخاصة بإستغلال القنوات السمعية

¹ - تعريفها: يمكن تعريف التشريعات الإعلامية بأنها مجموعة القواعد القانونية النازمة للعملية الإعلامية ووسائلها ونشاطاتها كافة (من صحافة ومطبوعات دورية وإذاعة وتلفاز وسينما وأفلام وثائقية ووكالات أنباء... إلخ) حيث تبين هذه القواعد ضوابط النشاط الإعلامي (حقوق الإعلاميين وواجباتهم) والمسؤولية الناجمة عن خرق هذه الضوابط- مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الإتي <https://arab-ency.com.sy/law/details/26120/2> تم الإطلاع عليه بتاريخ 8-04-2024 م على الساعة 09.00 .

البصرية، أما المطلب الثاني نخصه نظرة على الإشهار والتنظيم القانوني له ، هذا وفق التفصيل الآتي :

1. المطلب الأول: التشريعات الخاصة بإستغلال القنوات السمعية البصرية

وفي مجال السمعي البصري، تم تعديل القانون الأساسي لسلطة ضبط السمعي البصري من خلال منحها "الطابع الخاص مع إيكالها، إضافة للمهام المنوطة بها، مسؤولية ضبط ومراقبة خدمات الاتصال السمعي البصري عبر الأنترنت، إلى جانب خدمات الاتصال السمعي البصري التقليدية، وبخصوص تنظيم مهنة الصحفي، فتم تأكيد ضرورة وضع قانون أساسي خاص يحدد شروط ممارسة المهنة والحقوق والواجبات المرتبطة بها، مع الإحالة إلى التنظيم لتحديد مختلف أصناف الصحفيين ومعاوني الصحافة والمهن المرتبطة بالنشاط الصحفي".

من جهة أخرى، يضمن هذا النص "الحقّ للصحفي في حرية التعبير في إطار احترام الدستور وأحكام هذا القانون العضوي والقوانين السارية المفعول"، بالإضافة إلى حمايته من "كل شكل من أشكال العنف أو الإهانة أثناء وبمناسبة أداء مهامه، وذلك قصد تمكينه من ممارستها بعيدا عن أي ضغط قد يتعرض له"¹، وسنتناول في هذا المطلب مخرجات قانون الإعلام لسنة 2012 م في الفرع الأول، ثم نتطرق لمخرجات قانون 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري الفرع الثاني، وذلك وفق التفصيل الآتي :

الفرع الأول : مخرجات قانون الإعلام لسنة 2012 م

¹ - رمضان بلعمري ،القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 03 ، للسنة الجامعية 2011/2012، ص 14 .

في هذا الفرع سوف نبين دوافع نشأة قانون الإعلام لسنة 2012 م، ثم نتناول أهداف قانون الإعلام لسنة 2012 م، وذلك وفق التفصيل الآتي :

أولا : دوافع نشأة قانون الإعلام لسنة 2012 م

جاء هذا القانون ليكرس التحول الذي عرفته الجزائر منذ سنة 2009 في المجال الإعلامي¹، و الذي يرى الباحثون أن الحكومة لم تكن مقيمة بل إن تسارع الأحداث و تصاعد الضغط فرض إقرار القانون الذي تعود أهم أسبابه إلى :

- الاضطرابات الداخلية التي عرفت البلاد سنة 2011 أحداث السكر و الزيت و تصاعد المطالب بفتح مجال الحريات و ضمان حرية التعبير.

- الأزمة الإعلامية بين الجزائر ومصر عقب مباراة كرة القدم سنة 2009 و رغبة الدولة فبتأسيس آلة إعلامية ثقيلة تعمل على مواجهة أي حملة دعائية تهدف لضرب رموز البلاد. تزايد مطالب أهل القطاع بضرورة فتح المجال السمعي البصري على اعتبار أن العالم المعولم يتطلب مواكبة له²، خصوصا في ظل دولة ديمقراطية لا تزال الحكومة فيها وصية على قطاع الإذاعة و التلفزيون³.

¹ - سلمى غروبة -عراييبة محمد كريم-تطور الممارسة الإعلامية في الجزائر دراسة في التشريعات و القوانين-جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم . الجزائر -المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي-المجلد 6 :العدد 3-تاريخ القبول: 19/11/2019 - ص 97 .

² - قانون عضوي رقم 12- 05 المؤرخ في 12 يناير 2012 يتضمن قانون الإعلام. ج ر: عدد 16، الصادرة في 15 يناير 2012 .

³ - محمد شطاح، دراسة بعنوان اشكالية الهوية و الحوار مع الآخر في الفضائيات العربية دراسة حالة للجزائرية الثالثة- ص 19 .

على الرغم من أن الهيآت التنظيمية والقوانين المتعلقة بالنشاط السمعي البصري تفتح باب التعددية والتنوع في البث إلا أنها تخول للسلطة صلاحية التدخل في السياسة التحريرية وقمع حرية التعبير، و تحويل نظام البث الإذاعي والتلفزيوني من نظام حكومي صرف إلى نظام متحكم فيه، كما يجب التأكيد هنا إن محاولة وضع إطارات قانونية لتحرير قطاع السمعي البصري يمثل خطوة إيجابية لكن يقتضي ذلك نظام ديمقراطي حقيقي في الدولة فإذا لم تكن هناك إرادة حقيقية في التغيير فلا يمكن الحديث عن إصلاحات في هذا المجال لأن النتيجة دائما عبارة عن إصلاحات زائفة يتدرج فيها النظام السلطوي¹.

ثانيا : أهداف قانون الإعلام لسنة 2012 م

إذ انطلاقا مما تعرضنا له استخلصنا أن وضعية الاتصال السمعي البصري بالجزائر تتطلب من دون شك العديد من الإصلاحات نجملها فيما يلي:

✓ إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في المجهود الوطني وتحقيق أهداف المجتمع في إعلام وطني مستقل يعبر عن اهتمامات ورغباته الإعلامية .

✓ تكييف القطاع الإعلامي السمعي البصري مع ما يشهده الوطن و العالم من تطورات سواء على مستوى النصوص التشريعية أو على مستوى الخدمة المقدمة من قبل هذه الوسائل .

✓ إعتداد آلية لضمان أخذ آراء وتطلعات جمهور المستمعين و المشاهدين بعين الاعتبار لأن هدف المرفق العمومي يظل خدمة الصالح العام .

¹ - شيتوي زهور - بوحنية قوي - المرجع السابق - ص 328 .

وينص القانون على أنّ الصحفي لديه "الحق في الوصول إلى مصدر المعلومات إلا عندما يتعلق الخبر بالمساس بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به، بأمن الدولة و السيادة الوطنية، بسرية التحقيق الابتدائي والقضائي، بالمصالح المشروعة للمؤسسات وبالحياء الخاصة للغير وحقوقهم"¹.

وبموجب أحكام النص القانوني، ينشأ مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي يتشكل من 12 عضواً، 6 منهم يعينهم رئيس الجمهورية من بين الكفاءات والشخصيات والباحثين ذوي خبرة فعلية في المجال الصحفي والستة الآخرين يُنتخبون من بين الصحفيين والناشرين المنخرطين في المنظمات المهنية الوطنية المعتمدة، ويلتزم الصحفي، خلال ممارسة نشاطه الصحفي، بالاحترام الصارم لقواعد آداب وأخلاقيات المهنة المنصوص عليها في ميثاق آداب وأخلاقيات المهنة الذي يعده، ويصادق عليه المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي. ويجب عليه الامتناع على وجه الخصوص عن "نشر أو بث أخبار كاذبة أو مغرضة، تعريض الأشخاص للخطر، تمجيد الاستعمار أو الإساءة للذاكرة الوطنية والى رموز الثورة التحريرية، الإشادة، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بالعنصرية والإرهاب والتعصب والعنف"، بالإضافة إلى "نشر أو بث بصفة مباشرة أو غير مباشرة خطاب الكراهية والتمييز"، ودون الإخلال بالأحكام التشريعية السارية المفعول، ينص القانونان الصادران على أنّ "كل خرق

¹ -مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي : <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/36540> -تم الإطلاع عليه بتاريخ 04-14-2024 -على الساعة 19:45 .

لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة يعرض مرتكبيه إلى عقوبات تأديبية يحددها، ويأمر بها المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي¹.

وتنص نفس الأحكام على "الامتناع عن توظيف الدين لأغراض حزبية ولغايات منافية لقيم التسامح" و "عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص" واحترام سرية التحقيق القضائي والالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى وكذا احترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين والمصالح الاقتصادية والدبلوماسية للبلاد، وفي نفس السياق تنص المادة 49 على أن يلتزم الأشخاص المعنويون المرخص لهم لاستغلال خدمة اتصال سمعي بصري ببث البلاغات ذات الفائدة العامة للسلطات العمومية وكذا البيانات الهادفة إلى الحفاظ على النظام العام².

الفرع الثاني : مخرجات قانون 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري

هذا القطاع الذي كان ينتظر انفتاحه العام والخاص بشغف، وبعد دراسة قررت الجزائر الخوض في التجربة المليئة بالمخاطر وذلك لما لها من تأثير كبير على المشاهد في ظل وجود وسائل الإذاعة والتلفزيون، حيث نجد أن الحكومة الجزائرية وضعت قانون إعلام جديد يسمح لأول مرة بإنشاء قنوات إذاعية وتلفزيونية خاصة فتحت المصادقة على مجال السمعي البصري من خلال قانون رقم 04/14 المؤرخ في 2014/02/24 على مستوى البرلمان والذي يحتوي على 113 مادة تنظم نشاط السمعي البصري بالجزائر والذي يهدف إلى إنهاء احتكار الدولة على هذا المجال وفتح الأفاق نحو تعددية إعلامية فاعلة، جاء

¹ - دفتر الشروط لقطاع السمعي البصري : احترام قواعد وأخلاقيات المهنة -مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي : <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/36540> -تم الإطلاع عليه بتاريخ 04-14-2024 -على الساعة 45:

² - المادة 49 من الامر 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري-المرجع السابق .

ليستجيب لحاجيات المواطن¹، وقد تم إعداد هذا القانون طبقاً للممارسات والمعايير المعمول بها دولياً من أجل التسيير الأمثل لقطاع السمع البصري الجزائري².

فهي إذاً فرع من فروع القانون، وتحديدًا فرع من فروع القانون العام والتي تتميز بطبيعتها الخاصة حيث تتصل بالقانون الخاص والقانون الجزائي إضافة إلى اتصالها بالقانون الإداري والقانون الدستوري، أما صلتها بالقانون الخاص فذلك يعود إلى أن قواعد القانون الخاص هي التي تحكم المسائل المتعلقة بالتعويض عن الضرر الناجم عن ممارسة النشاط الإعلامي بجميع صوره والمسؤولية المدنية المترتبة عليه.

أولاً: مضمون قانون السمع البصري 14-04

وتطبق أحكام هذا المرسوم على كل خدمات البث التلفزيوني أو البث الإذاعي التي تبث عبر الأقمار الصناعية والهertz الأرضي والكابل سواء كان البث مفتوحاً أو عبر وسيلة تشفير، وتعزز قطاع السمع البصري في [الجزائر](#) بتنصيب في شهر جوان الماضي جميع أعضاء سلطة ضبط السمع البصري وهي هيئة قررها القانون المتعلق بنشاط السمع البصري لسنة 2014 قصد ضبط المجال السمع البصري في [الجزائر](#) وتعزيز الخدمة العمومية .

وفي الفصل الخاص بالأحكام العامة لدفتر الشروط المنصوص عليها في قانون السمع البصري 2014 ورد أن أحكام هذا المرسوم تطبق على جميع خدمات البث السمع البصري

¹ - بن يوسف بن خدة ،نهاية حرب التحرير في الجزائر-اتفاقيات إيفيان ، ترجمة لحسن زغدار والعين جبايلي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1987، ص111

² - بن عزة حمزة ، التنظيم القانوني لحرية الإعلام السمع البصري في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة ابو بكر بلقايد-تلمسان ، ص96

التي تبث "بواسطة الساتل أو الترددات أو البث الأرضي أو عن طريق الساتل أو عبر وسيلة تشفير"¹.

عرف مجال السمي البصري في الجزائر مؤخرا من عدم الاستقرار وقلة التنظيم، هذا ما دفع بالمشروع الجزائري للتدخل من خلال قانون الإعلام لسنة 2012 تحت رقم القانون العضوي 12/05 ليتبعه قانون السمي البصري رقم 04/14 ، هذا الأخير الذي أكد على حرية الاستثمار في مجال السمي البصري مع ضرورة خلق سلطة مستقلة دورها ضبط النشاط وفقا للتوجه الجديد (أسلوب الضبط الاقتصادي)، وبهذا تكون سلطة ضبط السمي البصري سلطة مختصة في ضبط مجال من مجالات الحريات بصيغة اقتصادية ذات جانب مالي، لتأخذ صفة السلطة الضابطة في مجال الاقتصادي والمالي إلى جانب ضبط مجال من مجالات الحريات².

وتم التأكيد على هذا القرار بإصدار القانون المتعلق بتنظيم النشاط السمي البصري عام 2014، والذي يكفل حق إنشاء قنوات موضوعاتية للخواص، الأمر الذي أثار جدلا كبيرا والكثير من التساؤلات حول مضمونه، ونص القانون على جملة من المسائل التي صدرت لاحقا في أوامر ومراسيم تنفيذية من أجل تنظيم القطاع .

ثانيا: سلطة ضبط السمي البصري كآلية لمراقبة قنوات السمي البصري

تتكفل سلطة ضبط السمي البصري بالسهر على "حرية النشاط السمي البصري وضمان الموضوعية والحياد والشفافية وترقية اللغات الوطنية واحترام قيم ومبادئ المجتمع

¹ - الإعلام والاتصال/جزائرس هذه شروط إطلاق قناة فضائية-مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي : htm.file:///C:/Users/dell/Downloads تم الاطلاع عليه يوم 18-04-2024 م على الساعة 18:15 سا .

² - منيرة رقطي- النظام القانوني لسلطة ضبط السمي البصري في التشريع الجزائري-جامعة 08 ماي 1954 قالمة -كلية الحقوق والعلوم السياسية-أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه-الاختصاص: قانون أعمال - 2021- ص 04.

الجزائري"، وفي مجال الرقابة يجب على هذه السلطة أيضا السهر على مطابقة أي برنامج سمعي-بصري أيا كانت دعامة بثه للقوانين والتنظيمات السارية وضمان احترام الحد أدنى للحصص المخصصة للإنتاج السمعي البصري الوطني والتعبير باللغات الوطنية، كما يتعين عليها أن تراقب "بكل الوسائل الملائمة" موضوع ومضمون وكيفيات برمجة الحصص الإشهارية¹، وبين في هذا المحور صلاحيات سلطة السمعي البصري، ومهام سلطة ضبط السمعي البصري، وذلك على النحو الآتي :

1 : صلاحيات سلطة السمعي البصري

تتمثل صلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري في مجال الضبط في دراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري و البث فيها ، وفي حالة قبول الطلب تقوم بتخصيص الترددات الموضوعة تحت تصرفها من طرف الهيئة العمومية المكلفة بالبث "المؤسسة العمومية للبث الإذاعي والتلفزي" من أجل إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الأرضي في إطار الإجراءات المحددة في هذا القانون، وتقوم كذلك بتطبيق القواعد المتعلقة بشروط برمجة وبث حصص التعبير المباشر من خلال الوسائط السمعية البصرية في فترة الحملة الانتخابية لمختلف التشكيلات السياسية والمنظمات الوطنية النقابية والمهنية المعتمدة².

أ : السهر على ضمان الموضوعية والشفافية

¹ - المادة 54 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

² - شيتوي زهور - بوحنية قوي - المرجع السابق - ص 325 .

شروط وكيفيات منح رخصة إنشاء خدمة الاتصال السمعي البصري الموضوعاتي يحدد المرسوم التنفيذي المؤرخ في 11 أوت 2016 الصادر في العدد 48 من الجريدة الرسمية شروط وكيفيات تنفيذ الإعلان عن الترشح لمنح رخصة إنشاء خدمة الاتصال السمعي البصري¹.

وتطبق أحكام المرسوم على خدمات الاتصال السمعي البصري الموضوعاتي التي تستعمل البث عبر الأقمار الصناعية والهertz الأرضي والكابل سواء كان البث مفتوحا أو عبر وسيلة تشفير طبقا للتشريع الساري المفعول وعبر أي وسيلة أخرى ويحدد الوزير المكلف بالاتصال الإعلان عن فتح الترشح بموجب قرار يبلغ إلى رئيس سلطة الضبط.

وبموجب المرسوم يشرع رئيس سلطة ضبط السمعي البصري في نشر وبث الإعلان عن الترشح في وسائل الإعلام الوطنية، وعلى موقع سلطة الضبط في غضون الثمانية أيام التي تلي تاريخ تبليغ قرار الوزير المكلف بالاتصال المنصوص عليه في المادة 3 وينشر الإعلان للترشح، وتنص المادة 5 على أنه دون الإخلال بأحكام المادتين 19 و24 من القانون المؤرخ في 24 فيفري 2014 يحدد الإعلان عن الترشح لمنح رخصة إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري موضوعاتي شروط قبول الترشيحات والإجراء المطبق في الاستماع العلني للمترشحين ومبلغ المقابل المالي الواجب دفعه وكذا كيفيات الدفع²، وبموجب هذا يمكن لأي شخص

¹ - لاعلام والاتصال/الموسوعة العربية التشريعات الإعلامية مقال منشور عبر الموقع الالكتروني الاتي :

<file:///C:/Users/dell/Downloads> - تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024-04-17 م على الساعة 17:19 .

² - المادة 5 من قانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.

معنوي خاضع للقانون الجزائري معني بالإعلان عن الترشح سحب قائمة الوثائق المكونة للملف المتعلق بالإعلان عن الترشح من المصالح المختصة لسلطة ضبط السمعي البصري .

ب : الإستقلال التام لسلطة ضبط السمعي البصري

فبالرجوع لنص المادة 58 من القانون 04-14 والتي تنص على أنه¹:

" تمارس سلطة ضبط السمعي البصري مهامها باستقلالية تامة"، ما يبدو للوهلة الأولى أن سلطة ضبط السمعي البصري سلطة مستقلة تماما، فالمشرع نص على ذلك صراحة، وسنحاول فيما يلي التدقيق في هذه المادة من خلال تحليل وتوضيح التركيبة البشرية لتشكيل سلطة ضبط السمعي البصري، من أجل تسليط الضوء على أهم المظاهر التي توضح بالفعل مدى تمتع هذه السلطة بالاستقلالية العضوية².

وبخصوص مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري ينص القانون في مادته 54 على انه من بين مهام السلطة "السهر على عدم تحيز الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العام" و"السهر على ضمان الموضوعية والشفافية"³.

¹ - المادة 58 من القانون 04-14-المرجع السابق .

² - منيرة رقطي- المرجع السابق - ص 21 .

³ - المادة 54 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014

وفيما يخص الضبط والمراقبة¹، تنص المادة 55 على أن سلطة ضبط السمعي البصري تدرس طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري²، وتبت فيها وتمنح الترددات وتسهر على احترام مطابقة أي برنامج سمعي بصري كيفما كانت وسيلة بثه للقوانين والتنظيمات سارية المفعول³، كما تسهر سلطة الضبط على "احترام المبادئ والقواعد المطبقة على النشاط السمعي البصري وكذا تطبيق دفاتر الشروط وتطلب عند الضرورة من ناشري وموزعي خدمات الاتصال السمعي البصري أية معلومة مفيدة لأداء مهامها".

وفي مجال تسوية النزاعات تنص نفس المادة 55 على أن سلطة ضبط السمعي البصري تقوم بالتحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين، وتقوم بالتحقق من الشكاوى الصادرة إليها سواء من الأحزاب السياسية أو التنظيمات النقابية أو جمعيات أو من أشخاص طبيعية أو معنوية⁴. كما تحقق سلطة الضبط في الشكاوي الصادرة عن الأحزاب السياسية والتنظيمات النقابية و/أو الجمعيات وكل شخص طبيعي أو معنوي آخر يخطرها بانتهاك القانون من طرف شخص معنوي يستغل خدمة للاتصال السمعي البصري⁵.

1 - غربي أحسن- سلطة ضبط السمعي البصري : قراءة في المهام والصلاحيات- أستاذ محاضر ب جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة-حوليات جامعة الجزائر 01 - العدد 32-سبتمبر 2018 م-ص205 ومايليها .

2 - المادة 55 من قانون رقم 04-14 -المرجع السابق .

3 - بن عزة حمزة ، التنظيم القانوني لحرية الإعلام السمعي البصري في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة ابو بكر بلقايد-تلمسان ، ص96.

4 - بوحنية قوي ،حرية الإعلام في المواثيق والقوانين الوطنية والدولية في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة ، دار الراجية، الأردن عمان ، للنشر والتوزيع 2017، ص203

5 مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي : <https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20160701/82369.htm> تم الإطلاع عليه بتاريخ 13-04-2024م على الساعة 20: 19 سا .

ج : إصدار عقوبات إدارية وإعذارات وغرامات مالية

فيما يخص العقوبات الإدارية تنص المادة 98 من هذا القانون على انه "في حالة عدم احترام الشخص المعنوي المستغل لخدمة الاتصال السمعي البصري التابع للقطاع العام أو الخاص للشروط الواردة في النصوص التشريعية والتنظيمية تقوم سلطة ضبط السمعي البصري بإعذاره بغرض حمله على احترام المطابقة في اجل تحدده سلطة ضبط السمعي البصري¹.

وفي حالة عدم امتثال الشخص المعنوي المرخص له باستغلال خدمة الاتصال السمعي البصري لمقتضيات الاعذار رغم العقوبة المالية المشار إليها في المادة 100 أعلاه²، تأمر سلطة ضبط السمعي البصري حسب المادة 101 إما بالتعليق الجزئي أو الكلي للبرنامج الذي وقع بثه وأما بتعليق الرخصة عن كل إخلال غير مرتبط بمحتوى البرامج³.

وتحدد المادة 102 حالات سحب الرخصة في حين تنص المادة 103 على الأنماط التي تؤهل سلطة ضبط السمعي البصري للقيام بالتعليق الفوري للرخصة دون اعذار مسبق⁴، وبخصوص الأحكام الجزائية تتراوح الغرامات المالية المنصوص عليها في القانون بين مليوني دينار (2.000.000 دج) وعشرة ملايين (10.000.000 دج) .

وعلى سبيل المثال تنص المادة 107 على انه يعاقب بغرامة مالية من مليوني دينار (2.000.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) كل شخص طبيعي أو

¹ - المادة 98 من القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري .

² - غربي أحسن-المرجع السابق ص 207 .

³ - المادة 100 من القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري-المرجع السابق .

⁴ - المادة 102 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر : عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014 .

معنوي يستغل خدمة الاتصال السمعي البصري دون الحصول على الرخصة المنصوص عليها في القانون، وجاء في نفس المادة أن الجهات القضائية المختصة تقوم بمصادرة الوسائل والمنشآت المستعملة لاستغلال خدمة الاتصال السمعي البصري¹.

2 : المهام الأخرى لسلطة ضبط السمعي البصري

نصت المادة 54 من القانون 04/14 على مهام سلطة ضبط السمعي البصري، وتتمثل في²:

✓ السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري ويكون ذلك بالتعبير عن الأفكار والآراء عن طريق الكلام أو الكتابة أو أي عمل فني بدون رقابة أو قيود حكومية بشرط ألا يمثل طريقة أو مضمون الأفكار أو الآراء ما يمكن اعتباره خرقاً لقوانين وأعراف الدولة أو المجتمع التي سمحت بحرية التعبير³، ويصاحب حرية الرأي والتعبير .

✓ السهر على ضمان الموضوعية والشفافية، ويكون ذلك بتوخي الإعلام الموضوعية في نقل الأخبار والمواضيع ويكون ذلك بشكل شفاف واضح دون أي تقييم إعلامي وتوضيح الحقيقة وعدم المغالطة-. العمل على ترقية اللغتين الوطنيتين والثقافة الوطنية ودعمها، ويكون ذلك بتقديم فضائل اللغتين باعتبارهما هوية المواطن وذلك طبقاً لما نصت عليه المادة 03 و03 مكرر .

¹ - المادة 107 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر : عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014 .

² - منيرة رقطي- المرجع السابق - ص 164 وما يليها .

³ - المادة 54 من القانون 04/14 - المرجع السابق .

✓ اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية، تمازجت هي كذلك لغة وطنية، تعمل الدولة على ترقيتها وتطورها بكل تنوعاتها اللسانية المستعملة عبر التراب الوطني¹

2. المطلب الثاني: نظرة على الإشهار والتنظيم القانوني له

يثير الإشهار عامة والإشهار التلفزيوني في الجزائر خاصة مجموعة من الإشكالات العلمية المفاهيمية والمنهجية والقانونية، فقد عرف تحولات كبيرة على مر المراحل التي مرت بها الجزائر سيما الانتقال من مرحلة الاقتصاد الموجه في إطار الاشتراكية إلى الانفتاح السياسي والاقتصادي والإعلامي بعد تسعينيات القرن الماضي.

ومن المفارقات الكبيرة الإبقاء على احتكار السلطة السياسية للإشهار في الجزائر وبالتالي عدم مواكبته للتحول السياسي والاقتصادي وكذا الإعلامي للبلاد، رغم الأهمية الكبيرة للإشهار في الدورة الاقتصادية والأهمية الاستراتيجية على المستوى الثقافي باعتباره كلّ معقد يشمل الأبعاد النفسية والعقلية والسلوكية والاجتماعية وصناعة الثقافة الاستهلاكية². ومن النقائص التي يعاني منها قطاع الاشهار في الجزائر استمرار حالات الفراغ القانوني وعدم توصل الحكومات المختلفة إلى إقرار قانون واضح للإشهار يساهم في تنشيط الحياة الاقتصادية بما يتلاءم والبيئة الثقافية الجزائرية. واستمر هذا الوضع حتى بعد إقرار مشاريع إصلاح الإصلاحات السياسية والإعلامية منذ 2010، ورغم صدور قانون جديد للإعلام سنة 2012 وصدور القانون الخاص بالنشاط السمعي البصري 2014 إلا أن قطاع الاشهار بقي في نفس

¹ - المادة 03 من الدستور الجزائري لسنة 1996، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 438/96 المؤرخ في 1996/12/07، جريدة رسمية، عدد 25، المعدل والمتمم .

² -LE DUC Robert : « *Qu'est ce que la publicité* », éd Dunod, Paris, 1985, P54.

الدوام من الفراغ القانوني والفوضى الوظيفية، وسوف نلقي نظرة على الإشهار في الفرع الأول، ثم نتناول التنظيم القانوني للإشهار في الفرع الثاني .

الفرع الأول : نظرة على الإشهار

الكثير من الأفراد يخلطون بين مفهوم الاتصال ومفهوم الإشهار، بالرغم من كونه وسيلة من وسائل الاتصال. فالإشهار يعتبر الوسيلة السريعة والفعالة التي يتجاوب معها المستهلك، كما يعتبر الوسيلة المفضلة من وسائل اتصال المؤسسة، فبواسطته تحقق زيادة في رقم أعمالها أو في مبيعاتها، ويقوم بتزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية عن السلع والخدمات المعروضة في السوق، وبالتالي التأثير على سلوك .

أولا : تعريف الإشهار

للإشهار تعاريف متعددة كلها تنصب في مفهوم واحد. ولقد تطور مفهومه نتيجة لعدة عوامل. كما أن للإشهار استخدامات وأهداف متعددة وبالرغم من أنه يعمل على تحقيق الأهداف الاتصالية والتجارية للمؤسسة إلا أن له عيوب.

عرف المشهد الإعلامي الجزائري منذ بداية "المغامرة الفكرية" عام 1990 إلى غاية اليوم غياب إطار قانوني ينظم الإشهار في وسائل الإعلام الجماهيرية والوسائط اتصال الجديدة في ظل تبعيتها للموارد المالية الآتية منه حفاظا على إستمراريتها و ذلك على الرغم من طرح عدة مشاريع قوانين خاصة بتنظيم الإشهار آخرها كان في عام 2020¹.

¹ - وهيبة بلحاجي - تنظيم الإشهار في الجزائر وأزمة الصحافة على ضوء تطور وسائط الاتصال الجديدة وتأثيرها على الحق في الإعلام - أعمال ملتقى "التشريعات الاعلامية وأخلاقيات المهنة في الجزائر-جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال-ص 14 .

"الإشهار هو وسيلة أساسية من وسائل الاتصال¹، فالمؤسسة يمكن أن تستخدمها لترويج عدد لا يحصى من الأفكار، السلع أو الهيئات ويرمي إلى تغيير مواقف وسلوك المستهلكين"²

"الإشهار هو مجموعة من الوسائل التقنية، تستعمل لإعلام الجمهور وإقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة، أو استهلاك سلعة معينة"³.

"نسمي إشهارا كل نوع من الاتصال غير الشخصي، يستعمل ركيزة مؤجرة قائمة من أجل مرسل معروف"⁴.

"الإشهار تقنية تسهل إما الدعاية لبعض الأفكار، وإما من أجل أهداف اقتصادية بين بعض الجمهور المحتمل لاستعمال السلعة أو الخدمة"⁵، ويوجد من يقول على أن "الإشهار هو عملية اتصال غير شخصية مدفوعة الثمن لتقديم وترويج مواد أو أفكار أو خدمات، من طرف معلن الذي يفصح عن شخصيته إلى المستخدم بغرض التأثير عليه"⁶.

¹ - منصوري خيرة مونية - سياسات الاتصال: دراسة حالة الجزائر - كلية العلوم الاقتصادية، التجارية، و علوم التسيير

أطروحة دكتوراة - جامعة وهران - كلية العلوم الاقتصادية، التجارية، و علوم التسيير - 2015 ص 66

² - BROCHAND Bernard : « La publicité », éd Dalloz, Paris, 1993., P02.

³ - MARTINEZ Manuel, ONNEIN-BONNEFOY Carole et ROMERO-AGUILA Roberto :

« Action commerciale », éd d'organisation, Paris, 1994, P370.

⁴ - LEFEUVE T., DAVO H., DELMARQUETTE M., HAYAT P., IGMAN J., JULLIEN C.,

PASDELOUP C. et ROUSSEL P. : « Action commerciale », éd Foucher, Paris, 2001., P339

⁵ - JACQUES-CROUTSCHE Jean : « Marketing et communication commerciale », éd

ESKA, Paris, 2000, P421.

⁶ - DARMON René.y et LAROCHE Michel : « Le marketing fondements et applications », MC

Graw-Hill Editeurs, Paris, 1990, P326.

والبعض الآخر يقول أن "الإشهار هو وسيلة اتصال جماهيرية تستخدم من قبل منظم يدفع أجرا لقاء إيصال رسالته من خلال هذه الوسيلة يهدف إلى إخبار وإقناع المستفيدين حول السلعة أو الخدمة أو الفكرة، فهو يستخدم لتغيير إدراك المشتري ومعرفته ومواقفه"¹.

نلاحظ من خلال عرضنا لهذه التعاريف بأنه يوجد تفاوت من حيث صياغتها و تفاصيلها باختلاف وجهات النظر إلا أن معظم هذه التعاريف لا تختلف في مضمونها من حيث ماهية الإشهار.

و من خلال هذه التعاريف نستنتج ما يلي:

✓ الإشهار وسيلة غير شخصية للاتصال بين البائع والمشتري.

✓ الإشهار اتصال جماهيري.

✓ يهدف إلى إقناع وجلب المستهلك لسلعة أو خدمة.

✓ الإشهار ليس فقط تجاري، ولكن قد يكون مؤسساتي، أو اجتماعي أو سياسي.

✓ إغفال الجانب الإبداعي والفني في تعريف الإشهار².

وأوضح ذات المصدر أن سلطة الضبط "سجلت خلال مراقبتها للشبكات البرمجية لوسائل الإعلام السمعية البصرية طيلة الأيام الثلاثة الأولى من شهر رمضان الكريم، تمادي بعض القنوات التلفزيونية في إطالة مدة الفواصل الإشهارية، وهو ما يشكل إضرارا بمصلحة المشاهد وتجاوزا للوقت المخصص لبث الرسائل الإشهارية"

444. – BENOUE Marc : « Marketing savoirs et savoir-faire », éd Economica, Paris, 1991., P¹

² – منصوري خيرة مونية –المرجع السابق – ص 67 .

ثانيا : أهداف الإشهار

لكي نقوم بتحديد أهداف الإشهار، يجب تحليل وضعية المعلن أو تشخيص حالة المؤسسة، وهذه العملية تتمثل في جمع معلومات حول السوق المستهدفة، وجمع معلومات حول المؤسسة، وجمع معلومات حول المنتج أو العلامة.

وعلى ضوء هذه العملية يمكن أن نقوم بتحديد أهداف الإشهار، وبناء الإستراتيجية المتعلقة بـ: تحديد أجزاء السوق المرغوب التأثير عليها، مع تحديد واختيار أنواع الرسائل وقنوات الاتصال، وتبعا لذلك تكون أهداف الإشهار كالتالي: التعريف بالسلعة أو الخدمة ومميزاتها، وتشجيع ولاء المستهلكين، مع تحقيق زيادة في المبيعات، وتكثيف الاستهلاك حول المنتج فمن خلال عرض هذه الأهداف نستنتج بأنه يوجد نوعين من أهداف الإشهار أهداف تجارية أو تسويقية، وأهداف اتصالية¹ :

1- الأهداف التجارية : تتمثل في بيع السلع أو الخدمات، وهدفها يتمثل في:

- الزيادة في حجم المبيعات أو رقم الأعمال، تحقيق الأرباح، تحقيق حصة سوقية، تحقيق المردودية.

2- الأهداف الاتصالية : تتمثل في توصيل وعرض الرسالة الإشهارية لجمهور معين وترسيخها في أذهانه والتي تؤدي إلى التأثير في مواقفه وسلوكه وبالتالي القيام بعملية الشراء. والأسئلة الأساسية هي²:

¹- HELFER Jean-pierre et ORSONI Jacques : « Marketing », éd Vuibert, Paris, 1998, P262-

263.

² - منصوري خيرة مونية-المرجع السابق -المرجع السابق ص 69 .

- ما هي الرسالة التي نريد إرسالها ؟ - Quel Message ?
 - من هو الجمهور المستهدف ؟ - Pour Qui ?
 - ما هي النتائج المنتظرة ؟ - Pour Quoi
- ومن خلال عرض هذين النوعين من أهداف الإشهار، نلتبس أن الوكالات الإشهارية تهتم بالأهداف الاتصالية، أما المعلن فيهتم بالأهداف التجارية للإشهار.
- ويمكن كذلك تصنيف أهداف الإشهار كما يلي¹:
 - الإشهار الإعلامي: يتمثل في تعريف المنتج ومميزاته، وطرق استعماله.
 - الإشهار الإقناعي: الهدف منه إقناع المستهلك بمنافع المنتج أو العلامة مقارنة مع المنتج المنافس.
 - الإشهار التأكيدي: التأكيد للجمهور على فعالية وإيجابية المنتج أو العلامة.
 - الإشهار التذكيري: التذكير للمستهلك على مدى فعالية ونجاح المنتج مقارنة بالمنتج المنافس.
- كما يمكن تلخيص أهداف الإشهار في ثلاثة محاور أو مستويات²:

¹ - KOTLER Philip et DUBOIS Bernard : « *Marketing management* », éd Publi-Union, Paris, 1992, P617., P651.

² - LENDREVIE Jacques et LINDON Denis : « *Mercator* », éd Dalloz, Paris, 1993, P354 .-

3-الأهداف الإدراكية: أي التعريف بالمنتج ونقصه به التعريف بوجود السلعة أو الخدمة، مميزاتا كيفية استعمالها، وكذلك تزويد المستهلك بمعلومات وبيانات تساعد على اكتشاف جوانب كثيرة يجهلها عن السلعة أو الخدمة.

4-الأهداف العاطفية: أي الترغيب بمعنى خلق علاقة عاطفية بين المستهلك والمنتج، كما يهدف إلى تغيير رغبات المستهلك، وهذا طبعا من الصعب لأنه يعتمد على سلوك الفرد والذي تؤثر عليه عوامل كثيرة منها: الظروف الاجتماعية، الثقافية، القدرة الشرائية، والاحتياج الفعلي¹

5-الأهداف السلوكية : أي تحريك رد فعل المستهلك و نعني به مستوى استجابة المستهلك، أي دفعه إلى اتخاذ قرار الشراء، أو طلب معلومات أكثر عن المنتج وفيما بعد عملية الشراء أي تغيير السلوك الفعلي للمستهلك.

وبصفة عامة فالإشهار هدفه المباشر هو التأثير على الذهنات والسلوكيات العقلية، وبصفة غير مباشرة السلوكيات الفعلية والحقيقية للمستهلك.

وكخلاصة لهذا العنصر إن الهدف الإشهاري يتميز بما يلي:

- القصد: من خلال الهدف الإشهاري نبين ماذا نريد، وما نسعى لتحقيقه من وراء الحملة الإشهارية، مثلا: الزيادة في شهرة المنتج، الزيادة في المبيعات....
- تحديد نسبة مئوية، وقيمة مطلقة للهدف الإشهاري.
- تحديد المدة الزمنية لتحقيق الأهداف الإشهارية، تحمل المعلن لنفقات الإشهار.

ثالثا : أنواع الإشهار

¹ - منصوري خيرة مونية-المرجع السابق-ص 70.

يوجد عدة أنواع من الإشهار وهذا حسب الهدف المرجو تحقيقه وكذلك المعلن، فمن بين هذه الأنواع نذكر ما يلي¹:

- 1- إشهار العلامة: يعمل على التعريف بالمنتج ومميزاته أو العلامة.
- 2- الإشهار الانطباعي: الهدف منه هو بناء فكرة وصورة حسنة عن المؤسسة.
- 3- الإشهار الجماعي: هو إشهار تقوم به مجموعة من المؤسسات مثل: الحليب، اللحوم الحمراء أو البيضاء....، وهذا من أجل تحسين المنتج أو العلامة².
- 4- إشهار الفكرة: من أجل تحسيس الجمهور المستهدف ودفعه إلى تمويل بعض المسائل الاجتماعية والإنسانية مثل: البحوث الطبية، مساعدة ضحايا الكوارث الطبيعية....
- 5- إشهار المنفعة العامة: هو إشهار وقائي مثلاً: الصحة كالوقاية من مرض الأنفلونزا، الوقاية من حوادث المرور.

رابعاً : مقارنة بين الإشهار التقليدي والإشهار على شبكة الأنترنت

قبل أن نقارن بين الإشهارين سنقوم أولاً بتعريف الإشهار على شبكة الأنترنت. فقد ظهر هذا الإشهار في سنة 1995 في الولايات المتحدة الأمريكية، وسنة 1997 في فرنسا. ومن بين أسباب تطور هذا النوع من الإشهار نذكر ما يلي: تطور الاستهلاك، وتطور وسائل الاتصال الجماهيري، ويشير الإشهار بالانترنت إلى جميع أشكال العرض الترويجي المقدم من معلن معين من خلال شبكة الأنترنت.

²-LEFEUVE T. et alii , opcit, P340.

² - منصورى خيرة مونية-المرجع السابق -المرجع السابق-ص 73 .

ويعرف هذا الإشهار على أنه "مجموع النفقات الخاصة لترويج منتج معين أو علامة تجارية معينة، وكل هذا مرتبط بـ: تكلفة إدراج وإدخال الإشهار في صفحات الواب، وتكلفة المواقع الإلكترونية للعلامات التجارية"¹.

وتسمح هذه التقنية الجديدة للاتصال بإيصال وتقديم المعلومات بكم هائل وبكلفة رخيصة وبسرعة فائقة إلى الجمهور المستهدف.

ويكون الإشهار عبر الانترنت بعرض واجهات وصفحات تتضمن معلومات متنوعة عن المؤسسة ومنتجاتها، ومن بين مزايا الإشهار على شبكة الأنترنت ما يلي²:

- إمكانية استخدامه من جانب المؤسسات الكبيرة والصغيرة على حد سواء.
- لا توجد حدود قصوى لمساحة الإشهار بالمقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.
- الوصول للمعلومات والتعامل معها سريع جدا مقارنة بالبريد السريع أو حتى الفاكس.
- انخفاض تكلفته مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

الفرع الثاني : الإطار القانوني للإشهار التقليدي والإلكتروني

تتمثل الحماية القانونية الوقائية للمستهلك في الإشهارات التجارية بالتنظيم الذاتي، واحترام الرسالة الإشهارية للقواعد القانونية إضافة إلى الالتزام بالمبادئ العامة التي تسعى إلى تقييد حرية المعلن لتحقيق الحماية للطرف الضعيف، وهو المستهلك المتلقي لتلك الرسالة الإشهارية، وضبط هذه الأخيرة لتتلاءم والنظام العام، والآداب العامة وقيم المجتمع الجزائري، لذلك في

¹ - BROCHAND Bernard : « La publicité », éd Dalloz, Paris, 1993, opcit, P346.

² - منصوري خيرة مونية-المرجع السابق -المرجع السابق ص 75 .

هذا المحور نتطرق للإطار القانوني للإشهار التقليدي، ثم نتناول الإطار القانوني للإشهار الإلكتروني، وذلك على النحو الآتي :

أولا : الأطار القانوني للإشهار التقليدي

شدت السلطة على "وجوب احترام الأحكام القانونية والتنظيمية المتعلقة بالإشهار السمعي البصري، لاسيما المواد من 69 إلى 74 من المرسوم التنفيذي رقم 16-222 المؤرخ في 08 ذي الحجة عام 1437هـ الموافق ل 11 أغسطس سنة 2016 م، المتضمن دفتر الشروط العامة، والذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة بث تلفزي أو بث إذاعي، في انتظار صدور القانون الخاص بالإشهار".

كما ذكرت جميع وسائل الإعلام السمعية البصرية ب"ضرورة الالتزام بسائر القواعد القانونية واحترام المشاهد وخصوصية العائلات الجزائرية"¹.

تشمل الاحكام القانونية المؤطرة للإشهار السمعي البصري كل من الاشهار السمعي والبصري والاشهار السمعي فقط. ويخضع كلاهما الى نفس القيود القانونية التي تنظم توزيعهما وتتمثل فيما يلي:

- لا يمكن بث اي رسالة اشهارية سمعية بصرية دون الموافقة المسبقة والمكتوبة للمعلن²

¹ - مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي : <https://www.aps.dz/ar/algerie/158938-2024-03-14>

¹⁵⁻²⁹⁻¹⁴ تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/04/15 م -على الساعة 15.00 .

² - المادة 58 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي. .

- يجب ألا يتجاوز مدة بث مجمل الرسائل الاشهارية ثلاث (3) دقائق، والتي تخضع بدورها الى قيد زمني آخر يلزم بعدم تجاوز الوقت المخصص لبث مجمل الرسائل الإشهارية ست (6) دقائق عن كل ساعة من البث في المعدل السنوي للقناة¹ .

- للاشهارات المتعلقة بالحملات ذات المنفعة العامة أولوية في العرض مقارنة بالاشهارات التجارية² .

- يجب تمييز عرض الاشهار عن باقي البرامج الاعلامية بان يسبقه بعبارة "إشهار"³ .

- لا يبيث الاشهار الا ضمن الفواصل العادية للبرامج⁴ ، ولا يجوز ان يقطع بعض البرامج الا بشروط محددة نفصلها فيما يلي:

أ : بالنسبة للاعمال السينماتوغرافية فانه لا يمكن قطعها باشهار الا في حدود مرتين

على الا يتجاوز مجموع وقت بث كلا الاشهارين ست (06) دقائق⁵ .

¹ - المادة 73 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.

² - الفقرة الثانية من المادة 69 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي - .

³ - المادة 41 من دفتر الشروط الصادر بموجب ملحق المرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 الذي يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة والمادة 57 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.

⁴ - الفقرة الاولى من المادة 69 والمادة 70 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016 المتضمن دفتر الشروط العامة المحدد للقواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.

⁵ - المادة 71 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي

ب: بالنسبة لنقل المنافسات الرياضية التي لا تحتوي على فواصل لبث الرسائل الاشهارية فانه لا يمكن قطعها باشهار الا بعد مرور ثلاثين (30) دقيقة على الأقل، ما بين فاصلين متتاليين للحصة¹.

- مضامين الإشهار يجب أن تكون حقيقية وقانونية مع ضمان احترام القيم الوطنية وعدم التعدي على مصداقية الدولة.

- منع كل رعاية لبرنامج سمعي بصري من طرف حزب سياسي أو مترشح للانتخابات.

تعد القيود القانونية الواردة على نشاط الاشهار في الجزائر مبررة قانونا وشرعا رغم تعددها وتنوعها، الا اننا نقترح بهدف تطوير نشاط الاشهار رفض بعض القيود لتتأقلم مع حرية التجارة والمتمثلة اساسا في الاعفاء من الرخصة الادارية المفروضة بالنسبة للاشهار الذي يكون موضوعه المواد الصيدلانية والادوية البيطرية باعتبار ان الحدود القانونية في هاذين المجالين واضحة ويفترض تطبيقها تلقائيا دون حاجة إلى فرض رقابة إدارية مسبقة عليها والتي لا تعد إلا عرقلة لنشاط الإشهار، وينبغي أيضا إلا يقتصر التأطير القانوني لنشاط الاشهار على وضع قيود قانونية فقط، وانما يجب ان يتعدها ليشمل حماية حرية انتاج الاشهار وتوزيعه باعتباره نشاط تجاري².

¹ -المادة 72 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.

² - ياسمين قزاتي- دراسة تحليلية للقيود القانونية الواردة على نشاط الاشهار في الجزائر-جامعة بن يوسف بن خدة - الجزائر 1 (الجزائر)-مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع - جامعة محمد خيضر بسكرة -مجلة الاجتهاد القضائي - المجلد 13-تاريخ النشر 02 نوفمبر 2021-ص 768 .

ثانيا : الاطار القانوني للإشهار الإلكتروني

كما هو معلوم لدى الجميع تفتقر الجزائر لقانون الاشهار إلى غاية الان في ظل الفوضى التي يعرفها القطاع لكن التطورات و التغيرات التي يعرفها المشهد الاعلامي و الوطني من حيث تنوع قنوات الاشهار من صحف ، قنوات تلفزيونية وقنوات خاصة، ومنصات التواصل الاجتماعي بات يطرح نقاش حقيقي ول تنظيم الاشهار خاصة من خال وسائط الاتصال الجديدة¹ .

وفي هذا الاطار، يبقى قانون التجارة الإلكتروني¹ المتكون من 50 مادة أهم مرجع قانوني يتناول الاشهار الإلكتروني من خلال المادة 6 منه التي تعرفه على أنه كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة الترويج لبيع السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية. كما، إشتراط المشرع من خلال هذا القانون على النشاط التجاري الإلكتروني موقعا مستضافا في الجزائر بإمتداد com.dz.²

بالنسبة للإشهار الإلكتروني فقد خصص المشرع له ثلاث مواد من المادة 30 إلى "34 منه بحيث منع كل إشهار يمس بآداب العامة أو الإستبيانات المباشرة بدون موافقة المتلقي. يضاف إليه، منع إرسال إشهار دون موافقة المتلقي مثلا.

لكن، يبقى نشاط و تصنيف المؤثرين غير وارد في القانون محل الدراسة على الرغم من تنامي هذه الفئة المهنية الجديدة علينا و تأثر المستهلكين بها بحيث تمثل قضية future gate

¹ - داودي ودادو ونسرين زيادة - الاشهار الإلكتروني في ضوء البيئة الإعلامية الجديدة مداخل نظرية من ناحية المفهوم والوظائف -يوم دراسي الموسوم ب المرجعية القانونية للاشهار في وسائل الإعلام الجزائرية والفضاءات الافتراضية" خلفيات وممارسات -جامعة الجزائر3- كلية علوم الإعلام والاتصال-07 مارس 2022-ص 21 .

² - المادة 8 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية ج ر العدد 28.

بتاريخ 23 جانفي 2022 التي من خلال تم إعتقال 3 مؤثرين بسبب إشهار لصالح وسيط الالتحاق بالجامعات الاجنبية، أول قضية تتعلق بإشهار الالكتروني كشفت عن عدة نقائص قانونية¹ : غياب عقد بين المؤثر و المعلنين، وعدم دفع ضرائب للمصالح الضرائب، وغياب أي إطار تنظيمي لتصنيف هذه الفئة، أن ومهنة لا تخضع لأية رقابة، وغياب تنظيم أو هيئة لهذا النوع من صناع المحتوى ، مع تطبيق أحكام القانون العام و ليس خاصة بالمؤثرين .

يضاف إلى هذا، ما يزال الاشهار الالكتروني يعرف فوضى حقيقية خاصة غيما يتعلق بإرسال الاشهار إلى المتلقي دون موافقته مثلما يحدث مع بعض منصات مكاتب التوصيل أو استخدام المعطيات الشخصية للمتلقي أو تتبع محتويات تصفحه على الانترنت مما يحد من حريات المتلقي و في حقه في الإعلام.

ثالثا : نقائص نظام الإشهار في الجزائر

إذ، يشهد الإشهار في الجزائر في ظل غياب قانون خاص به، عدة نقائص مهنية و تنظيمية، أهمها:

- تراجع الإشهار العمومي و الخاص خاصة بالنسبة للصحف المكتوبة في ظل تحكم بعض المؤسسات الإعلامية عليه على حساب مؤسسات أخرى،
- بروز فاعلين جدد في استقطاب الإشهار على غرار ما يدعى ب Les GAFA وتعاضم مكانة المؤثرين في المشهد الوطني في ظل غياب نصوص قانونية خاصة بهم والفوضى التي يعرفها الاشهار الرقمي في الجزائر و تأثيره على الحق في الإعلام .

¹ - داودي ودادو نسرين زيادة-المرجع السابق ص 22 .

- سيطرة قاعات الإشهار على قاعات التحرير في ظل الأزمة التي تعصف بقطاع الإعلام حساب الخبر خاصة مع تعدد وسائل الاتصال الجديدة على غرار شبكات التواصل الاجتماعي.

والملاحظ في المشهد الاعلامي الجزائري تنامي التدفقات الإشهارية والمثيرة للكثير من الجدل ففي الكثير من الأحيان تكون الممارسة الاشهارية محل انتقادات كبيرة ، فبين من يرى في الصناعة الاشهارية في الجزائر نزوع نحو العشوائية والابتعاد عن المنهجية العلمية في بناء الاستراتيجيات الاتصالية والاعتماد على البهرجة والاستثارات العاطفية التي توظف عادة الطفل والمرأة توظيفاً عشوائياً وأحيانا غير عقلاني بينما يرى البعض أن الاشهارات التلفزيونية لا تحتكم إلى قواعد علمية واضحة تحترم المنافسة الاخلاقية بين المنتجات والخدمات من أجل إقناع الزبائن الحقيقيين أو الحاليين والمحتملين¹.

وربما المسكوت عنه والحلقة المغيبة في الممارسة الاشهارية إضافة إلى النمو الكبير للكتلة المالية المتداولة في سوق الاشهار -حيث تشير الأرقام غير الرسمية سيما التي تتداولها مراكز سبر الآراء وبعض الوكالات المتخصصة في الاتصال الاشهاري إلى تضاعف حجم الموارد المالية التي استقطبها سوق الإشهار في الجزائر - ونظرا لعدم شرعية هذه القنوات التلفزيونية المتنافسة على الإشهار العمومي والخاص تثار قضية التهرب الضريبي ووجهته، سيما وأن هذه القنوات تعتبر في نظر القانون الجزائري قنوات أجنبية².

¹ - داودي ودادو نسرین زیادة -المرجع السابق -ص 24 .

² -الملتقى الوطني حول الإشهار التلفزيوني - الملتقى الوطني حول الإشهار التلفزيوني- جامعة محمد بوضياف - المسيلة- مخبر الاتصال والمجت - يوم 18 ديسمبر 2018

الاطار التطبيقي

دراسة حالة قناة

"الهداف tv"

❖ الإطار التطبيقي: دراسة حالة مؤسسة الهداف

■ الفصل الأول : المنهجية المتبعة دراسة حالة

عرضت الدراسة في الفصول السابقة كل ما يتعلق بالجوانب النظرية للموضوع، بدأ بتحديد مشكلة الدراسة وطرح إشكالياتها وصولاً إلى محاولة الإحاطة بمختلف القضايا والأمور المتعلقة بتاريخ الصحفي والصحافة الرياضية في الجزائر، وكل ما يتعلق بأخلاقيات المهنة والالتزامات المفروضة على الصحفي في عمله، ولتكملة خطوات الدراسة وتنسيقها، وعلى ضوء ما طرح سنحاول في هذا الفصل والأخير الجانب الميداني، باعتباره أهم مراحل البحث العلمي، وعرض المقابلات وتفسيرها بما يتيح لنا الإجابة على التساؤلات الدراسة بغية الوصول إلى نتائج عامة للدراسة.

1. المطلب الأول: مجال الدراسة

تنصب الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، وبما أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة من مجال مكاني وزمني، فهي دراستنا كالاتي:

-المجال الزمني:

كانت دراستنا في الموسم الجامعي (2024/2023)، حيث انقسمت فترة الإنجاز إلى جانبين:

أ. الإطار النظري: استمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من أواخر ديسمبر إلى أواخر شهر فيفري.

ب. الإطار الميداني:

أجريت الدراسة الميدانية من 05 أبريل 2024 إلى 25 أبريل 2024

- المجال المكاني:

تم انجاز هذه الدراسة، وذلك من خلال التربص الميداني الذي أجريناه في قناة الهدف تيفي، وقد اخترنا هذه المؤسسة بالذات كمجال للدراسة كونها تتوافق مع تخصصنا باعتباري طالبة صحافة واتصال رياضي، كما أنها تتلائم مع عينة الدراسة والتي تتمثل في عدد من الصحفيين لإجراء المقابلة، وطرح التساؤلات عليهم للوصول إلى نتيجة.

كانت دراستنا في الموسم الجامعي (2023-2024)، حيث كانت بداية العمل في أواخر شهر فيفري، وأجريت الدراسة الميدانية في شهر أبريل، وذلك من خلال إجراء المقابلات مع صحفيي قناة الهدف تي.في .

2.المطلب الثاني: مفهوم منهجية دراسة الحالة

يعتبر منهج دراسة الحالة منهجا متميزا يقوم على أساس الاهتمام بدراسة الوحدات الاجتماعية بصفاتها الكلية ثم النظر أي الجزئيات من حيث علاقتها بالكل الذي يحتويها،
•و تذهب دراسة الحالة إلى ما هو أبعد من الملاحظة العابرة أو الوصف السطحي فهي أحد مناهج البحث العلمي القائمة على الاستقصاء والتحقق والفحص الدقيق والمكثف لخلفية المشكلة ونصها الحالي وتفاعلاتها البيئية ضمن إطار فردي أو تنظيمي أو جماعي أو مجتمعي محدد. فهي كمنهج تقوم على أساس اختبار وحدة إدارية أو اجتماعية واحدة

كمدرسة أو مكتبة واحدة أو قسما واحدا من أقسامها أو فردا واحدا أو جماعة واحدة من الأشخاص ، و جمع المعلومات التفصيلية عن كل جوانب أنشطة هذه الوحدة و صفاتها فقد تدرس حالة الشخص مدمن على المخدرات لغرض معرفة كل تفاصيل حياته و تاريخه أو تدرس حالة عائلة واحدة بشكل مفصل و معرفة كل ما يتعلق بنشاطها و حركتها.

الفرع الأول : مفهوم منهج دراسة الحالة المتبع

أولا : تعريف منهج دراسة حالة

تشمل "الحالة" في تعريف الباحث أي شخص أو مجموعة من الأشخاص (الأسرة، مؤسسة، مجتمع) يرغب الباحث في دراستها بتفصيل كبير (يمكن أن تستخدم هذه الطريقة في ظروف معينة على الحيوانات أيضاً¹).

وبالتالي فإن دراسة الحالة تعرف على أنها منهجا لتنسيق وتحليل المعلومات التي يتم جمعها عن الفرد و عن البيئة التي يعيش فيها.

أي أن منهج دراسة الحالة هو نوع من البحث المتعمق في فردية وحدة اجتماعية سواء كانت هذه الوحدة فردا أو أسرة أو قبيلة أو قرية أو نظاما أو مؤسسة اجتماعية أو مجتمعا محليا أو مجتمعا عاما يهدف إلى جمع البيانات و المعلومات المفصلة عن الوضع القائم

¹ - وجيه محجوب ؛ أصول البحث العلمي ومنهجه : ط 2 ، عمان ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2005 ، ص 65.

للوحدة و تاريخها و خبراتها الماضية و علاقاتها مع البيئة ثم تحليل نتائجها بهدف الوصول إلى تعميمات يمكن تطبيقها على غيرها من الوحدات المتشابهة في المجتمع الذي تنتمي إليه هذه الحالة أو الوحدة بشرط أن تكون الحالة ممثلة للمجتمع الذي يراد تعميم الحكم عليه ، بحيث تستخدم أدوات قياس موضوعية لجمع البيانات و تحليلها و تفسيرها حتى يمكن تجنب الوقوع في الأحكام الذاتية¹ .

فمنهج دراسة الحالة يقوم على التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ حياة الوحدة موضوع الدراسة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها.

وكذلك يقوم بفحص واختيار مجموعة العوامل التي تتصل بسلوك معين في هذه الوحدة وذلك بغرض الكشف عن العوامل التي تؤثر في الوحدة المدروسة وعن العلاقات السببية بين أجزاء هذه الوحدة.

كما ويقوم الباحث بالتحليل العميق للتفاعل الذي يحدث بين العوامل التي تؤدي إلى التغيير والنمو والتطور على مدى فترة زمنية معينة من الزمن.

وعلى ذلك فإن الوحدة موضوع الدراسة (وحدة التحليل) قد تكون جزءاً من حالة في إحدى الدراسات ويمكن أن تكون هي نفسها حالة قائمة بدأتها في دراسة أخرى.

¹ - ربحي مصطفى عليان؛ البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته : الأردن، بيت الافكار الدولية، 2001، ص 70.

أسلوب دراسة الحالة: يقوم هذه الأسلوب على جمع بيانات و معلومات كثيرة و شاملة عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات و ذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة و ما يشبهها من ظواهر ، حيث يتم جمع البيانات عن الوضع الحالي للحالة المدروسة و كذلك ماضيها و علاقاتها من أجل فهم أعمق و أفضل للمجتمع الذي تمثله هذه الحالة.

وما يجب التأكيد عليه عند دراسة الحالة هو تحديد المشكلة الحقيقية والتمييز بينها وبين الأعراض المصاحبة لها، فانخفاض حجم مبيعات سلعة معينة ليس هو المشكلة الحقيقية للشركة بل من الأعراض المصاحبة لها.

وإذا قام الباحث بتشخيص الحالة فإنه قد يجد أن المشكلة الحقيقية تكمن في عدم كفاءة رجال البيع أو ارتفاع أسعار بيع السلعة أو انخفاض مستوى جودتها أو عدم وجود نظام حوافز مجدي لرجال البيع.

وينبغي التركيز على الجوانب الهامة في دراسة الحالة هي:

- إن دراسة الحالة هي إحدى الدراسات أو المناهج الوصفية
- دراسة الحالة هي طريقة تستخدم لاختبار فرض أو مجموعة من الفروض
- من الضروري التأكيد على الحالات الأخرى المشابهة التي يفترض تعميم النتائج عليها

■ التأكيد على الموضوعية و الابتعاد عن الذاتية في اختبار الحالة و في جمع

البيانات و المعلومات اللازمة ومن ثم تحليلها و تفسيرها

ثانيا : أهداف دراسة الحالة

✓ الهدف الرئيسي لدراسة الحالة فهو جميع البيانات و المعلومات ¹.

✓ تهدف دراسة الحالة إلى الوصول إلى فهم أفضل للعميل

✓ تحليل المعلومات والبيانات .

✓ تحديد الوزن الإكلينيكي لبعض المعلومات، فهناك معلومات لها وزن إكلينيكي أثقل من

عشرات المعلومات (نهتم بها أكثر) .

✓ مساعدة العميل في حل مشكلاته وصراعاته ، بل وأكثر إيجاد الحلول المناسبة للتغلب

على المشكلات، وأكثر من ذلك اختيار أفضل الحلول

✓ تحديد المسارات العلاجية أو الإرشادية لحل مشكلة العميل وصراعاته .

✓ تحديد طرق وأساليب المتابعة لملاحظة مدى تقدم العميل ² .

¹ - علي معمر عبد المؤمن مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب ،
المجموعة العربية للتدريب والنشر ، القاهرة - 2008 - ص 30 .

² - فاطمة عوض صابر ، ميرفت علي خواجه أسس ومبادئ البحث العلمي ، مكتبة الإشعاع الإسكندرية
، مصر ، ط 1 - 2012 - ص 25 .

ثالثاً : أهمية دراسة الحالة

- تشخيص و تقييم الشخصية .
- رسم الخطط العلاجية المناسبة .
- توضيح أساليب المتابعة الفعالة ¹.
- تعطي فكرة شاملة وواضحة متكاملة عن العميل .
- تعتبر دراسة الحالة وسيلة تقويم أساسية .
- تقدم دراسة الحالة معلومات وتفسيرات حول العميل للآخرين بطريقة مكثفة .
- دراسة الحالة تمكن المرشد النفسي من فهم الفرد فهماً كافياً لتحقيق التخطيط الفعال
- تمكن العميل من فهم ذاته .
- تستخدم في أغراض البحث العلمي ، وأغراض تدريب المرشدين المبتدئين .
- تعتبر دراسة الحالة الوسيلة الأساسية التي يستخدمها المرشدون في تشخيص الاضطرابات وفي اتخاذ القرار في العملية الإرشادية ² .

¹ يراش.إبراهيم خليل ،المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الإجتماعية،ط(1)، مكتبة الراشد للنشر و التوزيع، عمان،) -ص 2009 - ص 40،

² - يراش.إبراهيم خليل -المرجع السابق - ص 41 -

رابعاً : شروط دراسة الحالة:

- ✓ تتطلب دراسة الحالة الدقة في تحري المعلومات مع مراعاة تكاملها
- ✓ تتطلب دراسة الحالة التنظيم و التسلسل و الوضوح لكثرة المعلومات التي تشملها
- ✓ تتطلب دراسة الحالة الاعتدال في طرح المعلومات بحيث تكون مفصلة تفصيلاً مملاً و ليس مختصراً بحيث يؤدي إلى الخلل في المعلومات ، كما و ينبغي أن تكون هذه المعلومات متناسبة مع هدف الدراسة
- ✓ تتطلب دراسة الحالة ضرورة القيام بتسجيل كل المعلومات و ذلك لكثرتها و خشية نسيان بعضها
- ✓ ضرورة الاقتصاد في الجهد و التكلفة وإتباع أقصر الطرق لبلوغ الهدف المطلوب من دراسة الحالة .

الفرع الثاني : تعريف المقابلة نصف مقننة وأهميتها

أولاً تعريف المقابلة Interview¹: تعد المقابلة استبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث بجمع معلومات بطريقة شفوية مباشرة من المفحوص .والفرق بين المقابلة والاستبانة يكمن في ان المفحوص هو الذي يكتب الإجابة على الاسئلة بينما يكتب الباحث بنفسه اجابات المفحوص في المقابلة.

¹- ربحي مصطفى عليان ؛مصدر سبق ذكره ،ص 107.

والمقابلة عن حوار يدور بين الباحث والشخص الذي تتم مقابلته (المستجيب). يبدأ هذا الحوار بخلق علاقة وئام بينهما ليضمن الباحث الحد الأدنى من تعاون المستجيب ثم يشرح الباحث الغرض من المقابلة. وبعد ان يشعر الباحث بأن المستجيب على استعداد للتعاون يبدأ بطرح الاسئلة التي يحدده مسبقاً. ثم يسجل الاجابة بكلمات المستجيب. وهكذا يلاحظ بأن المقابلة عبارة عن استبانة شفوية .

تعتبر المقابلة وسيلة من الوسائل الهامة لجمع البيانات وأكثرها استخداما نظرا لمميزاتها المتعددة ، ومرونتها، هي "محادثة موجهة بين القائم بالمقابلة وبين شخص آخر أو عدة أشخاص، ولكنها تتميز بخصائص أساسية سنوجزها فيما يلي¹ :

- المقابلة هي مواجهة بين الباحث والمبحوث .
- لا تقتصر المواجهة على التبادل اللفظي بينهما فقط، بل تستخدم تعبيرات الوجه ونظرات العيون، والإيماءات والسلوك العام .
- تختلف عن الحديث العادي وذلك لأنه توجه نحو هدف واضح ومحدد
- يقوم الباحث بتسجيل الاستجابات التي يحصل عليها في نموذج سبق إعداده وتقنيته .

¹ - محمد عبيدات وآخرون؛ منهجية البحث العلمي : ط1 ، دار وائل، 1997، ص45 .

المقابلة نصف المقننة هي المقابلة التي يلتزم فيها الباحث بأسئلة الاستمارة مع وضع التفسير او الشروح والتي لا تعبر عن تحيز الباحث الى اجابات معينة او يؤثر من خلال المواجهة مع المبحوث نحوها¹ .

ثانيا: أهمية المقابلة نصف المقننة

أهمية المقابلة:

تبرز أهمية المقابلة في الحالات التالية :

- عندما يكون المفحوصون أطفالاً او اشخاصاً لا يعرفون القراءة والكتابة .
- عندما يكون المفحوصون من كبار السن او العجزة او المعاقين او المرضى .
- حينما لا يرغب المفحوصون في إعطاء آرائهم ومعلوماتهم كتابة .
- حينما يتطلب موضوع الدراسة إطلاع الباحث بنفسه على الظاهرة وعلى مجتمع الدراسة
- حينما يتطلب الموضوع جمع المعلومات من عدد من الأفراد يعيشون او يعملون معاً كالعمال في المصانع او المعلمين في المدارس مثلاً .

¹ - ذوقان عبيدات، وآخرون؛ البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه: مكتبة الوثائق الوطنية، 1984، ص157.

ثالثا مميزات المقابلة وعيوبها

أولا: مميزات المقابلة

- 1- يمكن استخدامها في الحالات التي يصعب فيها استخدام الاستبانة كأن تكون العينة من الأميين او من صغار السن .
- 2- وسيلة مناسبة لجمع المعلومات عن القضايا الشخصية والانفعالية والنفسية الخاصة بالمبحوث وهي أمور يصعب جمعها بطرق اخرى كالاستبانات والوثائق.
- 3- تعد المقابلة وسيلة ممكنة التطبيق في المجتمعات الامية وفي حالة كون الاطفال هم مجتمع الدراسة في حين لا يمكن استخدام الاستبانة في هذه الاحوال.
- 4- التحكم بالبيئة المحيطة بالمقابلة من حيث الهدوء والسرية والظروف الاخرى (1)
- 5- تقليل احتمالية نقل الاجابة عن آخريين او إعطاء الاستمارة لأشخاص آخريين ليقوموا بملئها .
- 6- تسلسل الاسئلة حيث يضمن الباحث اجابة المستجيب بتسلسل منطقي دون القفز من سؤال الى آخر .

¹ - الرفاعي وآخرون؛ مناهج البحث العلمي، تطبيقات ادارية واقتصادية: عمان ،دار وائل ، 1998، ص 203 .

7- المرونة ،حيث يستطيع الباحث ان يسأل السؤال ويفسره اكثر من مره للحصول على معلومات محدده من المستجيب وخاصة اذا كان هناك سوء فهم من قبل المستجيب .

ثانيا عيوب المقابلة ¹ :

1- تحتاج الى وقت وجهد كبيرين من الباحث وخاصة اذا كان عدد افراد العينة كبير ومدة المقابلة طويلة .

2- صعوبة الوصول الى بعض الافراد ومقابلتهم شخصياً بسبب مركزهم او بسبب تعرض الباحث لبعض المخاطر عند إجراء مقابلات معهم .

3- قد تتأثر المقابلة بالحالة النفسية للباحث والمبحوث .

4- قد يتحيز المبحوث ليظهر بشكل مناسب امام الباحث او امام الآخرين اذا كانت المقابلة جماعية او متلفزة .

5- يصعب مقابلة عدد كبير نسبياً من الافراد لأن مقابلة الفرد الواحد تستغرق وقتاً طويلاً من الباحث .

6- تتطلب باحثين مدربين على اجرائها فإذا لم يكن الباحث ماهراً مدرباً لا يستطيع خلق الجو الملائم للمقابلة .

²- ربحي مصطفى عليان ؛ مصدر سابق ،ص189.

■ الفصل الثاني : تعريف بالمؤسسة محل الدراسة

1. المطلب الأول : بطاقة فنية عن قناة الهدف

الفرع الأول : إسم القناة وشعارها وتاريخ التأسيس ونوع القناة

أولا : إسم القناة

الهدف تي في بالفرنسية El Heddaf TV : وهي تابعة لجريدة الهدف، تنقل آخر

أخبار كرة القدم بشكل خاص، إضافة إلى قيامها بمقابلات صحفية مع عدد من اللاعبين

ومدربي الفرق المحلية الجزائرية كما تقوم بنقل ربورتاجات تخص الفرق العالمية الكبرى .

ثانيا : الشعار

ثالثا : تاريخ التأسيس

تأسست سنة 2014

رابعا : نوع القناة

قناة الهدف قناة فضائية عربية جزائرية تهتم خصوصا برياضة كرة القدم لكونها الرياضة

الأكثر شعبية في الجزائر وسائر الدول وتحظى بالاهتمام الواسع لدى القراء الجزائريين خاصة

فئة الشباب الذين يتابعون كل صغيرة وكبيرة عن أنديةهم سواء في الأقسام العليا أو السفلى وكذا عن نجومهم وعن أخبار المحترفين الجزائريين في النوادي الأوروبية والعربية .

خامسا : البلد :

تبث من الجزائر العاصمة

سادسا : الموقع الرئيسي

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://fomny-tv.com/Video-5/Algerie/Elheddaf/Elheddaf.php&ved=2ahUKEwjmm-Oy6pWGAXVMaqQEHZRmD9w4ChAWegQlChAB&usg=AOvVaw2CsxvQ9vRn-kGiHc2nvloS>

سابعا : المؤسس

شركة EXA

ثامنا : مدير النشر

السيد كامل بوسعيد وفي نفس الوقت سلك أسهم بشركة exa للإعلام مدير : لنشر كل

الصحف الصادرة عن هذه الشركة

تاسعا : عنوان قناة الهدف

مقرها الرئيسي بدار الصحافة طاهر جاووت 01 شارع بشير عطار ساحة أول ماي

الجزائر العاصمة .

2.المطلب الثاني :التعريف بقناة الهدف ومميزاتها وبرامجها

أولا : التعريف بقناة الهدف

تعتبر قناة الهدف فضائية عربية جزائرية تبث من الجزائر العاصمة، تابعة لجريدة الهدف،

تأسست وهي سنة 2014، عقب صدور قانون الإعلام 2012 الذي فتح المجال أمام

الخواص للاستثمار في قطاع السمعي البصري، تنقل هذه القناة آخر أخبار كرة القدم بشكل

خاص، إضافة إلى قيامها بمقابلات صحفية مع عدد من اللاعبين ومدربي الفرق المحلية

الجزائرية، كما تقوم بنقل ربورتاجات تخص الفرق العالمية الكبرى ولاعبها .

تعد قناة الهدف من القنوات الجزائرية، التي تقوم بتقديم محتوى متنوع خاص بالرياضة،

فهي تهتم بشكل كبير بالمفاهيم الرياضية، والحث على معرفة جميع المواطنين بها، وكذلك

تحت على انتشار المبادئ والقيم الرياضية المختلفة، وكذلك حرصها على تكريم اللاعبين

وحصولهم على الجوائز المختلفة نظراً للمجهودات الكبيرة التي يقومون بها أثناء المباريات،

كما تقدم قناة الهداف العديد من البرامج الرياضية المتنوعة، وتمتلك عدد كبير من المميزات أهمها اهتمامها الكبير بالمجال الرياضي الذي يفضله معظم الأشخاص وهو كرة القدم، وكذلك تحقيق استفادة كبيرة بالنسبة للمتابعين، وكذلك حرصها الكبير على إرضاء جميع الأشخاص من عرض المحتوى الذي يفضله المواطنين في الجزائر وكذلك المتابعين من الدول الأخرى¹.

وتهتم قناة الهداف بعرض الكثير من البرامج الرياضية المتنوعة الخاصة بالجزائر، ومن خلال هذه البرامج يتم عرض الكثير من المباريات الرياضية مع تحليلها ومناقشتها مع كبار المحللين قبل بداية المباريات وبعدها، وهذا ما يميز هذه القناة عن باقي القنوات الأخرى. تحرص قناة الهداف على تقديم محتوى محترم يتناسب مع عادات وتقاليد الشعب الجزائري، ومناسب لجميع فئات وأعمار المواطنين، وتحاول الابتعاد عن كل ما هو غير لائق، كما أن هذه القناة أتاحت للمواطن متابعة جميع برامجها الرياضية ومشاهدة جميع مبارياتها الرياضية عن طريق البث المباشر لها ومعرفة جميع مواعيد عرضها وذلك طوال اليوم².

ثانيا : مميزات قناة الهداف

¹ - زينب ياقوت - دور الإعلام الجزائري في خدمة وتطوير كرة القدم - جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال - الجزائر - المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية - المجلد 10 / العدد 02 - تاريخ النشر 20-07-2022 - ص 180 .

² - زينب ياقوت - المرجع السابق - ص 181 .

استطاعت قناة الهدف أن تحقق الكثير من المميزات ومنها ما يلي:

- من مميزات قناة الهدف أنها استطاعت أن توفر للمواطن خدمة البث المباشر على الأنترنت عن طريق جميع الصفحات الرسمية الخاصة بها على كافة مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر، وذلك على مدار 24 ساعة طوال اليوم، دون توقف أو تشفير أو انقطاع، لأن ذلك من الأمور التي تسبب الإزعاج للمواطن وتجعله يبحث عن غيرها من القنوات الأخرى.

- تتميز هذه القناة بأنها تحرص على أن يكون جميع العاملين بها على قدر كبير من الخبرة والكفاءة في هذا المجال، من مذيعين وصحفيين ومراسلين، وذلك حتى تظهر القناة بشكل أفضل، ومميز.

- تهتم قناة الهدف باستخدام الكثير من الأجهزة التكنولوجية الحديثة الخاصة بأفضل وأحدث التقنيات المتطورة، وذلك حتى تظهر القناة بأفضل جودة للصوت والصورة، وتحقق تقدم كبير في الساحة الإعلامية الجزائرية.

- من مميزات قناة الهدف أنها تهتم بعرض الكثير من البرامج الرياضية الخاصة بكرة القدم، ومن خلال هذه البرامج يتم عرض جميع مباريات كرة القدم التي تجذب المشاهد ويرغب في مشاهدتها ومتابعتها، خاصة المباريات المحلية. تتميز هذه القناة بأنها تعمل على - نشر

التعاون والمحبة والديمقراطية بين أفراد الشعب الجزائري، وتمنع هذه القناة وجود التطرف، وتسعى إلى مواجهة التطرف الذي يوجد بين جميع مشجعي كرة القدم.

الفرع الثاني : السلسلة البرمجية الرياضية للقناة

تحاول قناة الهدف الجزائرية المساهمة في خدمة وتطوير كرة القدم الجزائرية ببحثها مجموعة من البرامج أبرزها: برنامج بالمكشوف مائة بالمائة فوت نشرات الأخبار ، الهدف تراندينغ، في قلب الكان، لقاءات النجوم، جولات، إلى آخره من البرامج التي تحاول القناة إدراجها في شبكتها البرمجية من سنة لأخرى، تماشيا مع الأحداث الرياضية خاصة المتعلقة بكرة القدم. من خلال هذه الدراسة لامسنا واقع الإعلام الرياضي في الجزائر الذي نستطيع أن نقول عنه أنه بدأ ينتعش بظهور الإعلام الخاص، حيث نجد أغلب القنوات الخاصة الجزائرية تخصص مساحة إعلامية للرياضة سواء على شكل نشرات إخبارية، أو حصص حوارية وتحليلية باستضافة رياضيين ومحللين في الرياضة.

لكن إذا قارنا الشبكة الإعلامية خاصة السمعية البصرية في الجزائر من إعلام خاص وعمومي نقول أن واقع الإعلام الرياضي بالجزائر واقعا محتثما ، حيث لم تخصص الدولة في قطاعها العمومي لحد الآن قناة رياضية من أصل ثمانية قنوات عمومية، ورغم أن القطاع الخاص تعزز بقناة الهدف إلا أن هذه القناة غير كافية إذا ما قرناها مع عدد القنوات الخاصة في الساحة الإعلامية الجزائرية التي تعد بالعشرات وهي في تزايد مستمر من يوم لآخر، وسوف

نتفصل أكثر في تقديم أهم برامج قناة الهدف في الفرع الأول، ثم نعرض على نسبة متابعين قناة الهدف، وذلك وفق التفصيل الآتي :

أولا : أهم برامج قناة الهدف

إن من أبرز برامج قناة الهدف برنامج بالمكشوف، وبرنامج مائة بالمائة فوت.
تعتبر قناة الهدف وسيط إعلامي بين الأندية الوطنية والسلطة السياسية في الجزائر.
- تقوم قناة الهدف من خلال برامجها بطرح النقائص التي تعاني منها كرة القدم والبحث لها عن حلول بديلة.

1: نشرات الأخبار

هي عبارة عن نشرات إخبارية مفصلة، وأخرى عبارة عن موجز لكل ما يتعلق بكرة القدم، سواء تعلق الأمر بالجزائر، أو العرب، أو عالميا من تقديم عدة صحافيين، وتقدم هذه النشرات في أوقات مختلفة من اليوم، وحتى المدة تختلف من نشرة إلى أخرى. برنامج لقاءات

النجوم : هو برنامج يجري لقاءات مع نجوم كرة القدم ووطنيا وعربيا ودوليا للاستفادة من تجاربهم¹.

2: برنامج الجولات

هو برنامج يقول بتصوير أماكن تواجد اللاعبين سواء في تظاهرات رياضية، مثل تظاهرة كأس أمم إفريقيا بالكاميرون، حيث تصور القناة جولات للمدن التي تقيم بها أبرز الفرق، ويمكن أحيانا تصوير المدن التي يعيش بها اللاعبون².

3: برنامج مائة بالمائة فوت (100 فوت)

يهتم هذا البرنامج أيضا بلعبة كرة القدم، خاصة المشاكل والتحديات التي تواجهها في الجزائر خاصة كرة القدم المحلية، ويبحث لها عن حلول من طرف الضيوف الذين يستضيفهم البرنامج في كل مرة من مدربين ولاعبين قدامى ومسيرين للفرق المحلية.

وما يميز هذا البرنامج عن برنامج بالمكشوف أنه برنامج جريء يطرح مشاكل كرة القدم الجزائرية ويبحث لها عن حلول، كما يتناول البرنامج مشاكل اللاعبين خاصة الفرق المحلية،

¹ - C:/Users/dell/Downloads/ - مراجع حول اله تلف قناة tv/مراجع حول اله تلف قناة Copie - tv/برنامج اله هدف mp3_fichiers/a_002.htmVérifiez la syntaxe du nom d - تم الاطلاع عليه بتاريخ 06-05-2024 م ساعة 18: 20 .

² - زينب ياقوت - المرجع السابق - ص 182 .

يقدم هذا البرنامج أيضا الاعلامي رضوان بوحنيكة وبعض المحللين مثل بن الشيخ واشيو وقاسي السعيد، كما أن مدة البرنامج تفوق ثلاث ساعات وأربعين دقيقة. يبث هذا البرنامج كل أحد على الساعة التاسعة ليلا، بالإضافة إلى أنه برنامج يتكون من عدة فقرات. يتضمن البرنامج فقرة تسمى "تصريحات الأسبوع وهي عبارة عن تصريحات من مدربين أو لاعبين أو سياسيين تخص كرة القدم.

4: برنامج الهدف تراندينغ:

يتناول هذا البرنامج أبرز الأخبار الرياضية على منصات التواصل الاجتماعي، خاصة الأخبار التي تصدر هذه المنصات، مدة البرنامج تصل أحيانا نصف ساعة، البرنامج من تقديم الصحفية جامعي نور الهدى ونسرين دروش وهو برنامج يومي يبث صباحا وكل يوم تقدمه صحفية¹.

ثانيا : نسبة متابعين قناة الهدف

في عملية سبر للآراء أجراها معهد "إي أم آ آر" (IMMAR) المتخصص في قياس توجهات جمهور وسائل الإعلام، حصدت قناة "الهدف TV" أكثر من 45.5 بالمائة، من بين أكثر من 20 قناة جزائرية، لتصدر بذلك قائمة القنوات الجزائرية الأكثر متابعة في

¹ - زينب ياقوت - المرجع السابق - ص 182 .

أوساط الرجال والشباب¹، وإن تأتى ذلك فبفضل البرامج القيمة التي تبثها القناة وكذا السهر على تزويد المشاهد بمادة إعلامية في المستوى²، ناهيك عن نجاحها في فرض نفسها محليا ودوليا أيضا...بدليل نجاح حفل الكرة الذهبية الذي حضره أحد أكبر نجوم الكرة العالمية روبرتو كارلوس، إضافة إلى التكريم الذي حظي به من طرفها أفضل مدرب في العالم ديدي ديشان والذي قال أنه

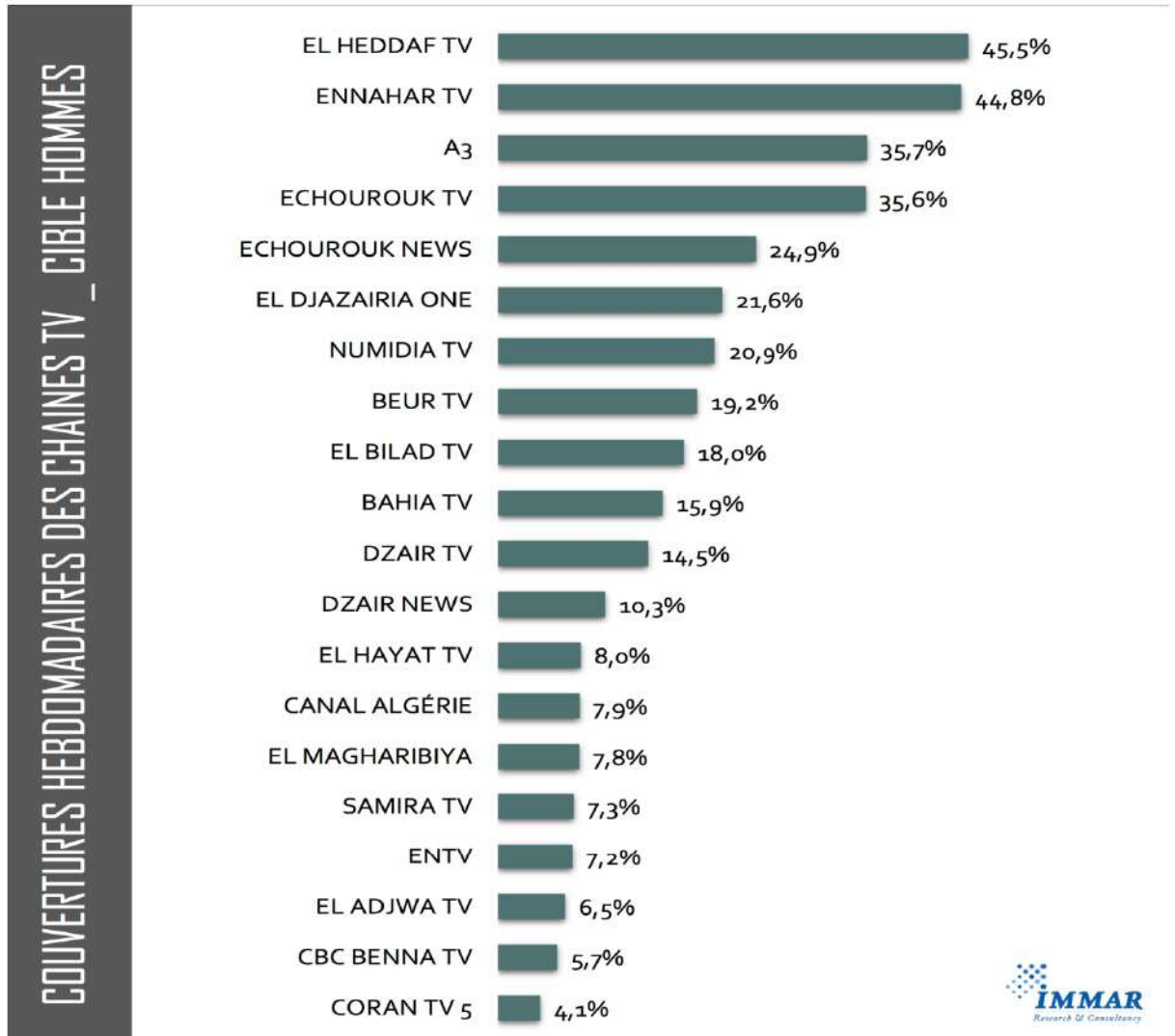
يعتز كثيرا بهذا التكريم من وسيلة إعلامية رائدة في الجزائر والعالم العربي ككل³، فمزيد من النجاحات والتألق بحول الله مستقبلا قناتنا الفتية⁴، وهذا ما يوضحه المخطط أدناه :

¹ - C:/Users/dell/Downloads/ مراجع حول الهلفل قناة tv/مراجع حول الهلفل قناة Copie - tv/برنامج الهدف mp3_fichiers/a_002.htm - تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024-05-05 م ساعة 18: 19 .

² - فوزية عبو-نبيل شايب-أبعاد الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري في برامج القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة دراسة ميدانية تحليلية على عينة من متتبعي قناة الهدف-المجلة العلمية للتربية البدنية و الرياضية -المجلد: 20 العدد: - 01-2021- ص 115 .

³ - فوزية عبو-نبيل شايب -المرجع السابق ص

⁴ - أقمون أمين - قناة "الهدف" TV في الصدارة -مقال منشور عبر الموقع الالكتروني الآتي : <https://www.elheddaf.com/article/detail?titre> تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024-04-27 م على الساعة 17:



حول القنوات الجزائرية (IMMAR) " إحصائيات سبر للآراء أجراها معهد "إي أم آ آر

الأكثر متابعة لسنة 2019 م¹

¹ - أقمون أمين - قناة "الهداف" TV في الصدارة - مقال منشور عبر الموقع الإلكتروني الآتي :

<https://www.elheddaf.com/article/detail?titre> تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024-04-27 م على الساعة 17:

وإن من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة ما يلي:

- تعتبر قناة الهدف منبرا إعلاميا لمعالجة قضايا كرة القدم الجزائرية¹.
- تسعى قناة الهدف إلى تطوير كرة القدم الجزائرية بطرح حلول للمشكلات المطروحة، والبحث عن طرق جديدة ومستحدثة في تطوير هذه اللعبة من طرف الخبراء الذين تستضيفهم.
- إن واقع الإعلام الرياضي السمعي البصري بالجزائر بدأ يبرز بظهور قناة الهدف.
- رغم بروز قناة الهدف في الساحة الإعلامية الجزائرية إلا أن المجال الرياضي يحتاج إلى قنوات أخرى في القطاعين العمومي والخاص.
- تركز قناة الهدف على لعبة كرة القدم بصفة خاصة في معظم برامجها.

¹ - شريف حمزة د مجادي مفتاح د/ صالح ربوح ---مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي بالجزائر من خلال قناة الهدف tv "دراسة ميدانية من وجهة نظر أساتذة قسمي الإعلام الرياضي والإدارة والتسيير الرياضي بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة" -جامعة محمد بوضياف المسيلة-تجلة علوم الأداء الرياضي المجلد (1) العدد (2) -تاريخ النشر: 29/12/2019-ص 246 .

■ الفصل الثالث: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة

1. المطلب الأول: عرض وتحليل محور خصائص صحفي قناة الهدف

الفرع الأول : جداول العينة

الجدول رقم 01: يبين إجابات أفراد العينة حول الجهة القانونية التي يفضل أن تكون لها صلاحية التدخل في ضبط مسألة الممارسة المهنية في صحافة قناة الهدف .

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
وزارة الاتصال	10	21.27%
سلطة الضبط	21	44.69%
المجلس الأعلى للإعلام	14	29.79%
مجلس أخلاقيات المهنة	2	4.25%
المجموع	47	100 %

الشكل البياني رقم 01 : يبين إجابات أفراد العينة حول الجهة القانونية التي يفضل أن تكون لها صلاحية التدخل في ضبط مسألة الممارسة المهنية في الصحافة السمعية البصرية



يوضح الجدول (1) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 31.11% من أفراد العينة الذين فضلوا أن يكون لمجلس الأعلى للإعلام الصلاحية في مجموع 10 أفراد، أما نسبة 22.22% فضلت أن تكون الصلاحية في التدخل لوزارة الاتصال، مع ذلك أن مبحوثان قد أضافا من خلال خانة أخرى "تذكر أنهما يفضلان مجلس أخلاقيات المهنة الصحفية وذلك بنسبة 4.25%، أما النسبة الأكبر 46.67% من أفراد العينة فضلوا أن تكون لسلطة الضبط صلاحية التدخل في ضبط الممارسة المهنية في الصحافة السمعية البصرية، وذلك بمجموع 21 فردا،

أما مجموع التكرارات فقدّر بـ 45 فردا وهو أكثر من عدد مفردات العينة الأصلي المقدّر بـ 40 فردا وذلك لأن السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة واحدة، والملاحظ أن سلطة الضبط والمجلس الأعلى للإعلام حصدا النسب الأكبر مقارنة بالوزارة الاتصال لانهما موجهان ومخصصان لتنظيم الإعلام السمعي البصري والصحافة في الجزائر .

الجدول (2): يبين إجابات أفراد العينة حول أهم التشريعات الإعلامية الجزائرية التي اهتمت أكثر بالصحافة السمعية البصرية

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
القانون العضوي 2012	4	10%
قانون السمعي البصري 2014	1	2.5%
المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الاعلام عبر الأنترنت 2020	35	87.5%
المجموع	40	100%

يلاحظ من خلال الجدول (2) أعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة، والتي قدرت بـ 87.5% وبمجموع 35 فردا إختارت المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط قناة الهدف عبر الإنترنت، كون هذا الأخير وجه خصيصا لنشاط الإعلام عبر البيئة الرقمية وكل مواده مقننة له عكس ما هو عليه في القانونين السابقين الذين لم يعيراه اهتماما كبيرا بالصحافة الإلكترونية واغلب موادهما مقننة لنشاط الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون، مع ذكر أن القانون العضوي - 05-12 هو أول قانون تضمن بصريح العبارة مصطلح الإعلام الإلكتروني ونجد ذلك في الباب الخامس المعنون بوسائل الإعلام الإلكتروني، حيث الأمر 20-332 كأكثر تشريع إعلامي اهتم بتقنين للصحافة الإلكترونية، ويليه قانون الإعلام العضوي 12-05 بنسبة 10% وبمجموع 4 أفراد، أما نسبة 2.5% فمثلت قانون السمعي البصري 14-04 بمجموع فرد واحد، ويعود السبب في إختيار المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-3

الجدول رقم 03 : إجابات أفراد العينة حول ضبط التشريعات الإعلامية الجزائرية للممارسة في الصحافة السمعية البصرية "قناة الهدف" من عدم ضبطها

الاحتمالات	التكرارات	النسبة
نعم	12	30%
لا	27	67,5%
مجهول	1	2,5%
لمجموع	40	100%

الشكل رقم 02: يبين إجابات أفراد العينة حول ضبط التشريعات الاعلامية الجزائرية للممارسة في الصحافة السمعية البصرية من عدم ضبطها لقناة الهدف عبر الأنترنت



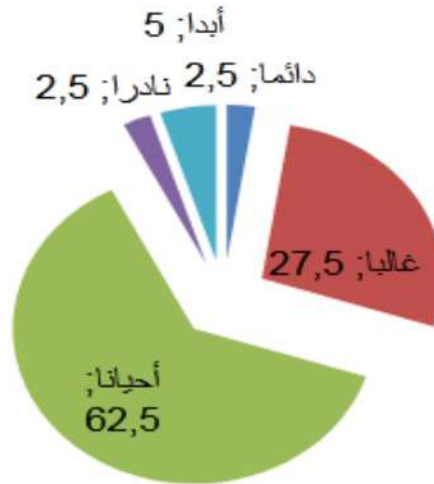
الجدول (3) وشكله البياني أعلاه أن نسبة 67.5% من أفراد العينة يرون أن التشريعات الإعلامية الجزائرية لم تضبط الصحافة الإلكترونية، وذلك بمجموع 27 فردا وهي النسبة الأكبر، في حين نسبة 30% ترى أنها قد ضبقت الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية، وذلك بمجموع 12 فردا، بالإضافة إلى أن أحد المبحوثين لم يجب عن السؤال ومثل نسبة 2.5%، وهذا كون نموذج الاستمارة المستعمل في هذه الدراسة يتيح إمكانية تجاوز الإجابة عن السؤال.

الفرع الثاني: عرض وتحليل محور التزام صحافيي الصحافة الالكترونية بتشريعات الممارسة المهنية الواردة في التشريعات الإعلامية الجزائرية

الجدول (04): يوضح إجابات أفراد العينة حول التزام الصحافة الالكترونية في الجزائر بقواعد الممارسة المهنية.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة
غالباً	1	2,5%
أحياناً	11	27,5%
أحياناً	25	62,5%
نادراً	1	2,5%
أبداً	2	5%
المجموع	40	100%

الشكل (03): يبين إجابات أفراد العينة حول التزام صحفي قناة الهدف في الجزائر بقواعد الممارسة المهنية

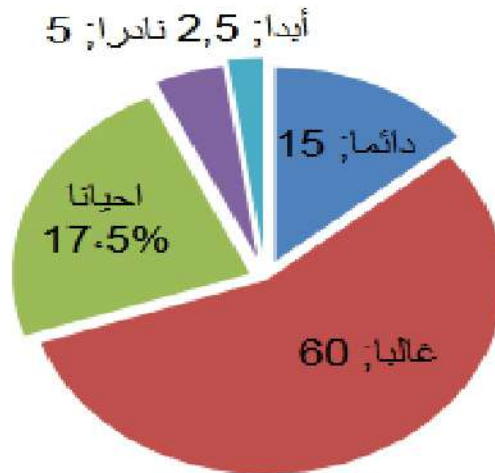


يبين الجدول (04) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 62.5% من أفراد العينة يرون أن صحفيي قناة الهدف أحياناً ما يلتزمون بقواعد الممارسة المهنية وهي النسبة الأكبر بمجموع 25 فرداً، تليها نسبة أنه 27.5% يرون غالباً ما يلتزم الصحفيون بقواعد الممارسة المهنية وذلك بمجموع 11 فرداً، في حين أفراد العينة الذين أجابوا بعدم التزام الصحفيين بقواعد المهنة كانوا بنسبة قدرت ب 5% وبمجموع فردان، والذين أجابوا بـ "دائماً" و "نادرًا" ما يلتزمون بقواعد الممارسة المهنية كانت لهما نفس النسبة قدرت ب 2.5% تمثل فرداً واحداً، وهذا مؤشر مقبول يعكس درجة الرقابة التي تفرضها موقع قناة الهدف على صحفييها خلال ادائهم الصحفي، ومن جهة أخرى تعكس درجة التزام الصحفيين بأداب وإخلاقيات المهنة الصحفية. وعادة ما تكون التجاوزات المهنية الصحفية في الجزائر صادرة من الكثير من العوامل أهمها: نقص التكوين واستغلال بعض الصحفيين في تصفية الحسابات، وعدم الاطلاع على التشريعات، وضغوطات الممارسة اليومية من مسؤولي الصحف، وهذا كما اشارت اليه نتائج دراسة " بوغراة حكيم " و " أحمد شريف بسام " الموسومة بـ: " تجاوزات الممارسة الاعلامية في الجزائر بين الاخلاقيات والقوانين " مقالة علمية تم نشرها في جانفي 2022 انظر الصفحة 2014.

الجدول (05): يوضح إجابات أفراد العينة حول التزام موقع قناة الهدف تيفي الذي يعملون به بقواعد الممارسة المهنية .

الاحتمالات	التكرارات	النسبة
دائما	6	%15
غالبا	24	%60
أحيانا	7	%17,5
نادرا	2	%5
نادرا	1	%2,5
المجموع	40	%100

الشكل (04): يبين إجابات أفراد العينة حول التزام موقع قناة الهدف تيفي الذي يعملون به بقواعد الممارسة المهنية.



يبين الجدول (05) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 60% من أفراد العينة افادت انه غالبا ما يلتزم صحفي قناة الهدف بقواعد الممارسة المهنية وهي النسبة الأكبر بمجموع 24 فردا، وتليها نسبة 17.5% من أفراد العينة ادلت انه أحيانا ما يلتزم صحفي قناة هدف تيفي بقواعد المهنة وذلك بمجموع 7 فردا، أما نسبة 15% من العينة أجابت بدائما ما يلتزم بها، وهذا بمجموع 6 أفراد، في حين فردان من العينة أجابا بـ نادرا ما يلتزم صحفي قناة الهدف تيفي بالقواعد المهنية بنسبة 5%، وفرد أجاب بعدم التزام الموقع بالقواعد المهنية ويمثل نسبة 2.5%. وعليه نقول أن النسبتان المستحوذتان تتمثلان في احتمالي "غالبا" و"أحيانا" من حيث التزام صحفي قناة هدف تيفي بقواعد الممارسة المهنية، والذي يبين مدى التزام الصحافة لقناة الهدف تيفي بقواعد الممارسة المهنية، إلا أن فيه احتمال "أحيانا" يفوق نسبة من احتمال "غالبا"، وبالرجوع الى عينة النهار والشروق أون لاین تحديدا فالنتائج تظهر إيجابية حول التزام موقع القناة بقواعد المهنة، وهذا عامل يرقى القناة ويزيد شعبيتها.

الجدول رقم (06): يبين إجابات أفراد العينة حول وجود قواعد مهنية خاصة بصحفي قناة
 هدايف تيفي الالكفرونفة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	40	100 %
لا	–	–
المجموع	40	100 %

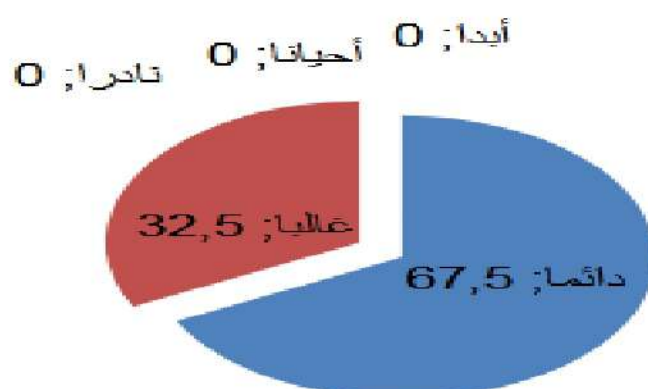
فلاظ من الالفول رقم (06) وشكله البفانف أعلاه أن كل مفرفاف العفنة كانت إفافبفهم بنعم
 حول وفول قواف مهنفة خاصة فسر صفف قناة هفاف فففف الفف فعملون بها، وهذا مؤشر
 إفافف فدل على اننظام سفر العمل الصفف فف فال فطبفقا بالشكل المراف فف مفافان
 العمل.

الالفول رقم (07) : فففف إفافاف أفراد العفنة حول الفزام الصفففف لقناة الهفاف ففف
 بقواف السلوك المهنف أثناء الأداء

الاحتمالات	التكرارات	انسبة %
فافما	27	67.5 %
غالفا	13	32.5 %
أففانا	–	
نافرا	–	
أففا	–	

المجموع	40	% 100

الشكل رقم (05) : يبين إجابات أفراد العينة حول التزام الصحفيين الصحفيين لقناة
الهدف تفي بقواعد السلوك المهني أثناء الأداء



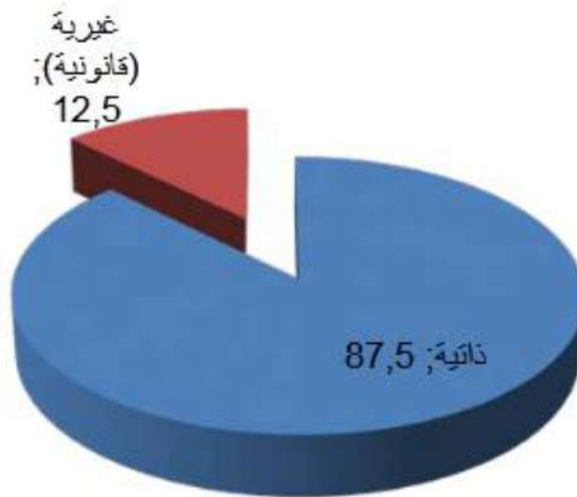
يوضح الجدول (07) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 67.5% من أفراد العينة دائماً ما يلتزمون بقواعد السلوك المهني أثناء الأداء لصحفي قناة الهدف بمجموع 27 فرداً، وتليها نسبة 32.5% من أفراد العينة الذين غالباً ما يلتزمون بالقواعد أثناء العمل الصحفي، أما باقي الاحتمالات المتمثلة في " أحياناً " و " نادراً " و " أبداً " كانت النسبة فيها معدومة وهذا مؤشر ايجابي يدل على انضباط ومسؤولية الصحفيين أثناء واجبه المهني، وهو ما يعكس صورة القناة التي يعملون بها، يرقىها ويزيد شعبيتها.

الجدول (08): يبين إجابات أفراد العينة حول نوع الرقابة التي يتعرضون لها أثناء ممارسة المهنة

الإحتمالات	التكرارات	النسبة %
ذاتية	35	% 87.5
غيرية قانونية	5	% 12.5

المجموع	40	5 %
---------	----	-----

الشكل (06): يبين إجابات أفراد العينة حول نوع الرقابة التي يتعرضون لها أثناء ممارسة المهنة



يبين الجدول (08) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 87.5% من أفراد العينة يراقبون أنفسهم ذاتياً أثناء العمل الصحفي وذلك بمجموع 35 فرداً ، وهي النسبة الأكبر، في حين نسبة 12.5% من أفراد العينة يتعرضون لرقابة قانونية بمجموع 5 أفراد ، وارتفاع نسبة الرقابة الذاتية لدى الصحفيين، وهذا مؤشر إيجابي يعزز أخلاقيات المهنة الصحفية في قناة الهدف تنفي ويرقيها، ودليل على تحلي الصحفيين بالضمير المهني، والمسؤولية أثناء ادائهم الصحفي.

الفرع الثالث: عرض وتحليل أهم المعوقات التي يواجهها صحافيو قناة الهدف أثناء ممارستهم المهنية في ظل التشريعات الإعلامية الجزائرية.

الجدول (09): يوضح إجابات أفراد العينة حول حرية الممارسة الصحفية في الجزائر (من خلال القانون العضوي 2012 والسمعي البصري 2014 المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الانترنت

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
حرية مطلقة	2	5 %
حرية نسبية	36	90 %
حرية منعدمة	2	5 %
المجموع	40	100 %

الشكل (07): يبين إجابات أفراد العينة حول حرية الممارسة الصحفية لقناة الهدف



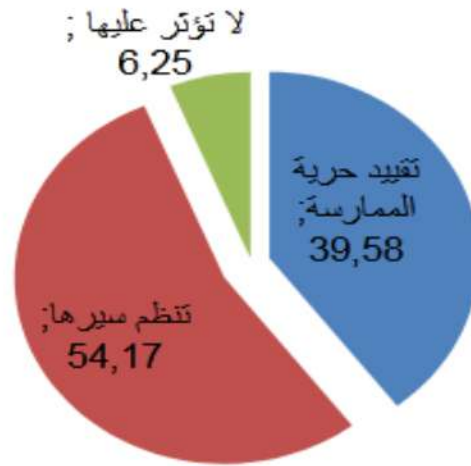
تيفي (من خلال القانون العضوي 2012 والسمعي البصري 2014 المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت)

يلاحظ في الجدول (09) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 90% من أفراد العينة يرون أن حرية الممارسة المهنية نسبية من خلال قانون الإعلام العضوي -12-05 والسمعي البصري 14-04 والرسوم التنفيذية المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت 2200 وهذا بمجموع 36 فردا وهي النسبة الأكبر، في حين نسبة 5% (تمثل فردان) يرون أن الحرية مطلقة وهي نفس النسبة لأفراد العينة الذين يرون أن حرية الممارسة المهنية منعدمة من خلال هذه القوانين، وهذا يعتبر مؤشر مقبول يخدم الصحافة، ويعكس صورة النظام السياسي في البلد، وتعتبر عن مدى ديمقراطيته.

الجدول (10): يوضح إجابات أفراد العينة حول كيفية تأثير التشريعات الإعلامية الجزائرية على الممارسة المهنية في الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
تقييد حرية الممارسة	19	39,58%
تنظيم سيرها	26	6,25%
لا تؤثر عليها	3	54,17%
المجموع	48	100%

الشكل (08): يبين إجابات أفراد العينة حول كيفية تأثير التشريعات الإعلامية الجزائرية على الممارسة المهنية في الجزائر

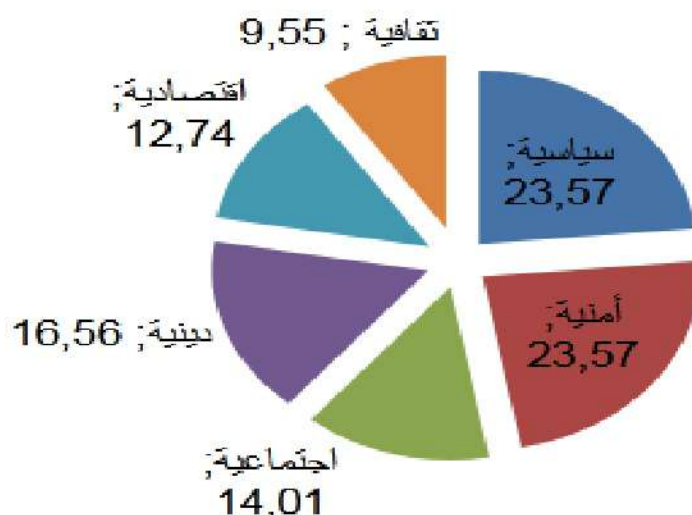


يلاحظ من خلال الجدول (10) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 54.17% من أفراد العينة يرون أن التشريعات الإعلامية الجزائرية تؤثر على الممارسة المهنية في قناة الهدف تفي بتنظيم سيرها وذلك بمجموع 26 فردا وهي النسبة الأكبر، في حين 39.58% يرون أنها تقييد حرية الممارسة وهذا بمجموع 19 فردا، أما نسبة 6.25 ترى أنها لا تؤثر عليها وذلك بمجموع 3 أفراد أما مجموع التكرارات فقدر بـ 48 فردا وهو أكثر من عدد مفردات العينة الأصلي المقدر بـ 40 فردا وذلك لان السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة واحدة من بين الاحتمالات المقترحة، وعليه نقول انه رغم ان التشريعات محل الدراسة قد نظمت قطاع الاعلام الالكتروني الى حد ما، إلا ان العديد من المواد قد كانت متشددة وتغلب عليها صفة الالتزامية والوجوب سواء كانت تلك المواد الخاصة بالإعلام والصحافة او تلك المواد التي تخدمها في فصول اخرى من ذات التشريعات، وفي ظل غياب قوانين تكون صريحة وواضحة تحمي الصحفي وتضمن له حقوقه، تمكن السلطة من استغلال مجموع هذه الثغرات وتفسيرها وتكييفها وفقا لرغبتها .

الجدول (11) يوضح إجابات أفراد العينة حول المواضيع الأكثر خضوعاً للرقابة من طرف السلطة على قناة الهدف تيفي في .

الاحتمالات	تكرارات	النسبة %
سياسية	37	23,57%
أمنية	37	23.57 %
اجتماعية	22	14,01%
دينية	26	16,56%
اقتصادية	20	12,74%
ثقافية	15	9,55%
المجموع	157	100%

الشكل (09) يبين إجابات أفراد العينة حول المواضيع الأكثر خضوعا للرقابة من طرف السلطة على قناة الهدف تيفي في .

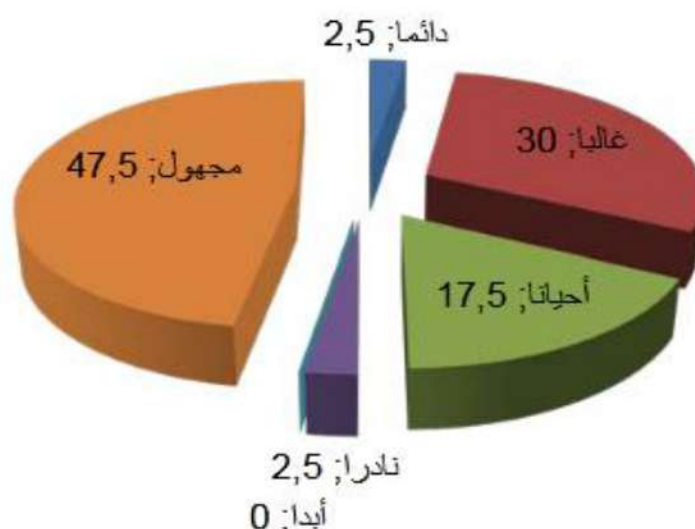


يبين الجدول (11) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 23.57% من أفراد العينة يرون أن المواضيع السياسية هي الأكثر خضوعا للرقابة من طرف السلطة بمجموع 37 فردا، وهي نفس النسبة والمجموع فيما يتعلق بالمواضيع الأمنية أيضا، وهما النسبتان الأكبر ، تليهما المواضيع الدينية بنسبة 16.56% بمجموع 26 فردا، بعدها المواضيع الاجتماعية بنسبة 14.01% وبمجموع 22 فردا، أما المواضيع الاقتصادية، وهي حازت على نسبة 12.74%، وذلك بمجموع 22 فردا، وأخيرا المواضيع الثقافية بنسبة 9.55 النسبة الأصغر، أما مجموع التكرارات المقدر بـ 157 فردا وهو أكثر من عدد مفردات العينة الأصلي المقدر بـ 40 فردا وذلك لان السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة واحدة من بين الاحتمالات المقترحة.

الجدول (12): يوضح إجابات أفراد العينة حول تمتع الصحفيين لقناة الهدف بالحرية في التحرير عبر موقع القناة الذي يشتغلون به.

النسبة %	التكرارات	الإحتمالات
2,5%	1	دائما
30%	12	غالبا
17,5%	7	أحيانا
2,5%	1	نادرا
47,5%	–	أبدا
100%	19	مجهول
30%	40	المجموع

الشكل (10): يوضح إجابات أفراد العينة حول تمتع الصحفيين لقناة الهدف بالحرية في التحرير عبر موقع القناة الذي يشغلون به.

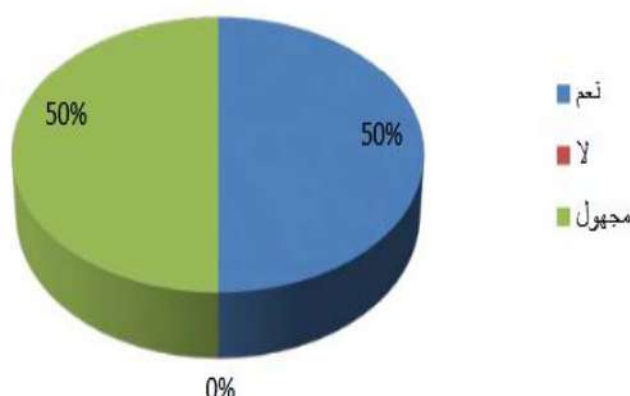


يوضح الجدول (12) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 30% من أفراد العينة غالباً ما يتمتعون بالحرية في التحرير عبر صحفي قناة هدف تيفي الذي يشغلون به بمجموع 12 فرداً، وهي النسبة الأكبر، أما نسبة 17.5% تمثل أفراد العينة الذين أحياناً ما يتمتعون بالحرية في التحرير عبر صحفي قناة هدف تيفي وذلك بمجموع 7 أفراد، في حين نسبة 2.5% (تمثل فرداً واحداً) كانت نفسها للذين دائماً ونادراً ما يتمتعون بالحرية في التحرير، والنسبة 0% عن عدم وجود حرية في التحرير، إضافة إلى أن بعض المبحوثين من العينة لم يجيبوا على السؤال و الذي قدر عددهم بـ 19 فرداً ممثلين نسبة 47.5%، وهذا كون نموذج الاستثمار المستعمل في الدراسة يتيح إمكانية تجاوز السؤال. وعليه يلاحظ مما سبق وجود حرية نسبية في النشر والتحرير وهو مؤشر مقبول، وعادة ما تعد السياسة التحريرية للمؤسسة هي العامل الأول الذي يؤثر على ما ينشره الصحفيين، والتي بدورها تتأثر بمصادر التمويل و ما تنصه السلطة من قوانين، و السياسة التي تتبعها البلاد .

الجدول (13): يوضح إجابات أفراد العينة حول الصعوبات التي يواجهها الصحفيون لقناة الهدف تيفي في الوصول إلى مصادر الخبر.

إحتمالات	التكرارات	% النسبة
نعم	20	50%
لا	—	
مجهول	20	50%
المجموع	40	100%

الشكل (11): يوضح إجابات أفراد العينة حول الصعوبات التي يواجهها الصحفيون لقناة الهدف تيفي في الوصول إلى مصادر الخبر.



يبين الجدول (13) وشكله البياني أعلاه، أن كل أفراد العينة بنسبة 50% يواجهون صعوبات في الوصول إلى مصادر الخبر، وهذا مؤشر سلبي عن مدى إمكانية الوصول إلى مصدر المعلومة الذي يحد من حرية ممارسة العمل الصحفي بقناة الهدف تيفي، وقد امتنع بقية أفراد العينة عن الإجابة وذلك بمجموع 20 فردا بنسبة 50%، وهذا راجع الى أن نموذج الاستمارة المستعمل في الدراسة يتيح إمكانية تجاوز السؤال.

الجدول(14): يوضح إجابات أفراد العينة حول أكثر التشريعات الإعلامية الجزائرية التي تؤثر في ممارسة عملهم.

الاحتمالات	التكرارات	%النسبة
القانون العضوي 2012	7	17,5%
قانون السمعى البصرى 2014	5	12,5%
المرسوم التنفيذى المنظم لنشاط الإعلام عبر الانترنت 2020	9	22,5%
مجهول	19	47,5%
المجموع	40	100%

الشكل (12): يوضح إجابات أفراد العينة حول أكثر التشريعات الإعلامية الجزائرية التي تؤثر في ممارسة عمل صحفي قناة الهدف تيفي.



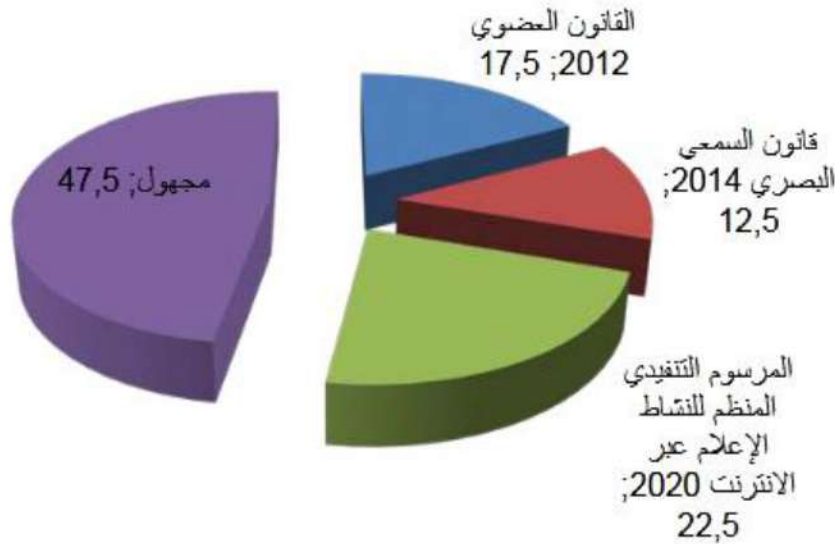
من خلال الجدول (14) وشكله البياني أعلاه يتضح أن نسبة 22.5% من أفراد العينة أجابوا على أن المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-320 هو أكثر التشريعات تأثيرا في ممارسة عملهم بمجموع 9 أفراد وهي النسبة الأكبر، في حين نسبة 17.5 أجابوا على قانون الإعلام العضوي 05-12 وذلك بمجموع 7 أفراد، أما نسبة 12.5% من العينة بمجموع 5 أفراد اختارت قانون السمع البصري 14-04 كأكثر التشريعات الإعلامية تأثيرا على ممارسة عملهم الصحفي، إضافة إلى أن باقي أفراد العينة الذي قدر عددهم بـ 19 فردا لم يجيبوا على السؤال، وذلك لتوفر إمكانية عدم الإجابة عليه.

وقد خلصت الإحصائيات لهذه النتيجة كون المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-332 جاء موجهًا للإعلام الإلكتروني، والذي خصصت فيه المواد 4 إلى 34 في كفايات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت، والذي أتى مفصلا لمواد القانون العضوي للإعلام 2012 والسمع البصري 2014 .

الجدول (15) : يوضح إجابات أفراد العينة حول تعرضهم لعقوبات أثناء الممارسة المهنية في موقع قناة الهدف تيفي

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	6	15%
لا	15	37,5%
مجهول	19	47,5%
المجموع	40	100%

الشكل (13) : يبين إجابات أفراد العينة حول تعرضهم لعقوبات أثناء الممارسة المهنية في موقع قناة الهداف تيفي



من خلال الجدول (25) وشكله البياني أعلاه يتضح أن نسبة 22.5% من أفراد العينة أجابوا على أن المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-332 هو أكثر التشريعات تأثيراً في ممارسة عملهم بمجموع 9 أفراد وهي النسبة الأكبر، في حين نسبة 17.5% أجابوا على قانون الإعلام العضوي 05-12 وذلك بمجموع 7 أفراد، أما نسبة 12.5% من العينة بمجموع 5 أفراد اختارت قانون السمعى البصري 14-04 كأكثر التشريعات الإعلامية تأثيراً على ممارسة عملهم الصحفي، إضافة إلى أن باقي أفراد العينة الذي قدر عددهم بـ 19 فرداً لم يجيبوا على السؤال، وذلك لتوفر إمكانية عدم الإجابة عليه.

وقد خلصت الإحصائيات لهذه النتيجة كون المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-332 جاء موجهاً للإعلام الإلكتروني، والذي خصصت فيه المواد 4 إلى 34 في كفايات ممارسة نشاط الاعلام عبر الانترنت، والذي أتى مفصلاً لمواد القانون العضوي للإعلام 2012 والسمعى البصري لسنة 2014 .

الجدول (16) : يوضح إجابات أفراد العينة حول تعرضهم لعقوبات أثناء الممارسة المهنية في موقع قناة الهداف تيفي

النسبة %	التكرارات	الإحتمالات
15%	6	نعم
37,5%	15	لا
47,5%	19	مجهول
10%	40	المجموع

الشكل (14) : يبين إجابات أفراد العينة حول تعرضهم لعقوبات أثناء الممارسة المهنية في موقع قناة الهدف تيفي



يلاحظ من خلال الجدول (26) وشكله البياني أعلاه، أن نسبة 37.5% من أفراد العينة وبمجموع 15 فردا لم يتعرضوا لأي عقوبة أثناء ممارستهم للعمل الصحفي عبر صحفي

قناة هدايف تيفي وهي النسبة الأكبر، في حين نسبة 15% من أفراد العينة تعرضت لعقوبات أثناء ممارستها للعمل وذلك بمجموع 6 أفراد. وتعود نسبة 47.5 إلى أفراد العينة الذين لم يجيبوا عن السؤال، وذلك لتوفر إمكانية تجاوز السؤال.

ومن خلال بيانات الجدول نجد غالبية أفراد العينة المجيبين على السؤال لم يتعرضوا لعقوبات أثناء عملهم، وهذا يرجع إلى التزام الصحفيين الصحفيون لقناة الهداف تيفي بالقوانين والتشريعات المنظمة للقطاع، ومن جهة أخرى ممارسة الرقابة الذاتية على أنفسهم تجنباً للعقوبات والمتابعات القضائية، وكذلك التعامل بحذر مع بعض المواضيع الحساسة بما يتوافق والخط الافتتاحي للقناة التي يشتغلون فيها، وفي الشق الثاني قد تعرض 15% من العينة المجيبة على السؤال لعقوبات وهذا لربما راجع لتخطي سياسة المؤسسة وعدم التحلي بأداب واخلاقيات المهنة.

2. المطلب الثاني : عرض النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

إن موضوع الدراسة يدور حول أثر التشريعات الإعلامية الجزائرية على الممارسة المهنية في قناة الهدف تيفي دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين من القناة، وبعد استعراضنا للجانب النظري والميداني، استقرت هذه الدراسة على جملة من النتائج أجبنا من خلالها على تساؤلات الدراسة نجملها فيما يلي:

الفرع الأول : أهم النتائج المتعلقة بالإجابة على أول تساؤل حول خصائص الصحفيين وهي كالتالي:

- أغلب الصحفيين عينة الدراسة ذكور.
- أغلب الصحفيين عينة الدراسة شباب.
- أغلب الصحفيين عينة الدراسة محررين.
- أغلب الصحفيين عينة الدراسة متحصلين على شهادة الماستر.

الفرع الثاني : النتائج المستمبطة من المقابلة

أولا : أهم النتائج المتعلقة بالإجابة على ثاني تساؤل حول المكانة التي تحتلها الصحافة التقليدية والالكترونية لقناة الهدف تيفي ضمن التشريعات الإعلامية الجزائرية كالتالي:

- قانون النشاط السمعي البصري 04-14 هو أكثر التشريعات الإعلامية التي اهتمت بالإنتاج السمعي البصري "قناة الهدف تيفي كنموذج" .
- المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الانترنت 20-332 هو أكثر التشريعات الإعلامية التي اهتمت بالصحافة الإلكترونية.

- التشريعات الإعلامية الجزائرية ضبّطت الممارسة المهنية في الصحافة الالكترونية الجزائرية بدرجة متوسطة، وأن هذه التشريعات الإعلامية بحاجة إلى إثرائها وإصدار قوانين أخرى تغطي قطاع الصحافة الالكترونية.

ثانيا : أهم النتائج المتعلقة بالإجابة على ثالث تساؤل حول التزام صحافيي الصحافة الالكترونية بتشريعات الممارسة المهنية الواردة في التشريعات الإعلامية الجزائرية.

- الصحافة الالكترونية في الجزائر أحيانا ما تلتزم بقواعد الممارسة المهنية. موقعي صحيفتي النهار والشروق أون لاین غالبا ما يلتزمان بقواعد الممارسة المهنية. - اغلب الصحفيين عينة الدراسة دائما ما يلتزمون بقواعد المهنة أثناء الأداء الصحفي. - اغلب الصحفيين عينة الدراسة يتعرضون لرقابة ذاتية أثناء الممارسة المهنية.

ثالثا : أهم النتائج المتعلقة بالإجابة على رابع تساؤل حول أهم المعوقات التي يواجهها صحافيو مواقع الصحافة الإلكترونية أثناء ممارستهم المهنية في ظل التشريعات الإعلامية:

✓ الممارسة الصحفية في الجزائر من خلال قانون الإعلام -12-05 وقانون النشاط السمعي البصري 14-04 والمرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الانترنت 20-332 تملك حرية نسبية.

✓ تؤثر التشريعات الإعلامية الجزائرية على الممارسة المهنية في الجزائر من خلال تنظيم سيرها والتقييد من حريتها.

✓ أكثر المواضيع رقابة من طرف السلطة في الصحافة الالكترونية الجزائرية هي المواضيع السياسية والأمنية.

✓ أغلب الصحفيين عينة الدراسة غالبا ما يتمتعون بحرية التحرير عبر صحفي قناة أهداف تيفي الذي يشتغلون به.

- ✓ أغلب الصحفيين عينة الدراسة يؤثر في عملها المهني المرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الانترنت 20-332 .
- ✓ أغلب الصحفيين عينة الدراسة لم يتعرضوا لعقوبة أثناء الممارسة المهنية، أما المفردات التي تعرضت لها فكانت عقوبتها عبارة عن تأنيب شفوي/ كتابي وغرامات مالية.
- ✓ وبهذا نخلص بالإجابة على التساؤل الرئيس أن التشريعات الإعلامية الجزائرية قد أثرت على الممارسة المهنية في قناة الهدف تفي بدرجة كبيرة، من حيث تسيير تنظيمها ومن حيث تقييد حريتها أيضا، وهذا يعكس صورة النظام السياسي في الجزائر ومدى ديمقراطيته.

❖ الخاتمة

بعد إستعراض القوانين والمشاريع الخاصة بمجال الإعلام الرياضي، وبالتركيز على دراسة التنظيم القانوني لحرية الإعلام السمعي البصري الرياضي من خلال النصوص القانونية المنظمة لهذا القطاع، تمكنا من إدراك أهمية هذا النوع من الإعلام لما له من تأثير على الرأي العام، وهو ما يبرر ضرورة تنظيمه ووضع ضمانات كافية لممارسته.

ومن تم كان من الضروري معالجة هذا النوع بدءا بتحديد ماهية حرية الإعلام السمعي البصري الرياضي مروراً بتاريخه ومراحل تطوره بالجزائر، وصولاً إلى وأسس القانون الوطنية الدستورية منها والتشريعية.

إن المنظومة القانونية الإعلامية الحالية والمتمثلة في قانون الإعلام لسنة 2012 وقانون النشاط السمعي البصري لسنة 2014، والقانون العضوي رقم 23-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري أعطت هامشاً أوسع لحرية الأفراد في ملكية المؤسسات السمعية البصرية، خصوصا الرياضية، إلا أنها مازالت منظومة فنية تعرف إشكالات عديدة في التطبيق، ويمكن أن يؤخذ عليها بعض الملاحظات منها:

إن المشرع عندما سمح للأفراد بامتلاك وإدارة مؤسسات الإعلام السمعي البصري الرياضي، وقيدهم بضرورة أن تكون هذه المؤسسات عبارة عن قنوات متخصصة في المجال الرياضي، وأخذنا " قناة الهدف كنموذج "، وهو ما عبر عليه المشرع بمصطلح " القنوات الموضوعاتية " أي التي تعني بموضوع من الموضوعات: رياضة، ثقافة، طفل، مرآة، ... إلخ، ومنع هذه القنوات بالتعرض للشأن السياسي إلا بحجم ساعي محدد في الترخيص الممنوح للقناة، في حين أعفى مؤسسات الاتصال .

نتائج الدراسة

وتم التوصل فيها الى ما يلي:

- تعد قناة الهدف منبرا إعلاميا لمعالجة قضايا كرة القدم الجزائرية.
- إن واقع الإعلام الرياضي السمعي البصري بالجزائر بدأ يبرز بظهور قناة الهدف، رغم بروز قناة الهدف في الساحة الإعلامية الجزائرية إلا أن المجال الرياضي يحتاج إلى قنوات أخرى في القطاعين العمومي والخاص.
- تهدف قناة الهدف إلى تطوير كرة القدم الجزائرية بطرح حلول للمشكلات المطروحة، والبحث عن طرق جديدة ومستحدثة في تطوير هذه اللعبة من طرف الخبراء الذين تستضيفهم.
- لقناة الهدف خصوصية لكونها تركز على لعبة كرة القدم بصفة خاصة في معظم برامجها.
- إن من أبرز برامج قناة الهدف برنامج بالمكشوف ، وبرنامج مائة بالمائة فوت.. - تعمل قناة الهدف من خلال برامجها بطرح النقائص التي تعاني منها كرة القدم والبحث لها عن حلول بديلة.
- تشكل قناة الهدف وسيط إعلامي بين الأندية الوطنية والسلطة السياسية في الجزائر .
- ✓ ينبغي على التشريع الإعلامي في الجزائر أن يعمل على الارتقاء وتطوير الممارسة المهنية بتحيين هذه التشريعات وإثرائها وكذا إصدار قوانين أخرى، تمنح ضمانات معتبرة للقطاع ومجالا واسعا لإقرار حرية التعبير والإعلام والصحافة ومنح الصحفيين الحق في ممارسة المهنة الصحفية بحرية ودون قيود.
- وارتأينا لتقديم جملة من التوصيات :

1. توصيات في ضوء الدراسة النظرية :

- ✓ أن يكون الصحفي الرياضي مؤهل علميا في المجالين الإعلامي والرياضي.
- ✓ أن يتصف بالاحترافية والاطلاع على الصحافة العالمية وتكيفها مع واقعه.

2. توصيات في ضوء الدراسة الميدانية:

- وفقا لما أسفرت عنه نتائج الاستمارة الموزعة على عينة الصحفيين، سنورد أهم التوصيات التي من شأنها تطوير وتعزيز الصحافة الإلكترونية الجزائرية ونشاط العمل بها وهي كالتالي:
- ✓ تدارك التأخر في معالجة وضع الإعلام الرياضي الإلكتروني من الناحية القانونية والتنظيمية، بوضع قانون خاص بالإعلام الإلكتروني مرن ويتكيف مع المستجدات التي تطرأ باستمرار على القطاع، كما يبين بدقة قواعد العمل الصحفي.
 - ✓ إعادة النظر في القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام، وخصوصا الإعلام الرياضي، وبتحديد وتدقيق ما جاء فيه من مفاهيم الصحافة الإلكترونية وإلغاء العبارات الغامضة فيه.
 - ✓ إصدار قانون خاص بالإشهار الرياضي .
 - ✓ ضرورة مسايرة البرامج الإعلامية الرياضية للتطور العلمي والتكنولوجي الحاصل في العالم وما يقتضيه الاحتراف الرياضي في هذا المجال، بالإضافة إلى ضرورة إقامة جسور من التوافق والتعاون بين القنوات التلفزيونية العامة أو الخاصة فيما بينها من خلال برامجها الرياضية الهادفة والتي تسعى من خلالها دائما التشهير بالرياضة وأخلاقيها .

- ✓ تفعيل جدي لسلطة الصحافة الإلكترونية والسلطة المكلفة بخدمة السمعى البصرى عبر الإنترنت. فرض الرقابة على الصحافة الإلكترونية للقضاء على الأخبار والمعلومات الكاذبة المنتشرة فى عدة مواقع إخبارية على الإنترنت.
- ✓ الاهتمام أكثر بالوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفي

قائمة المصادر

والمراجع

❖ قائمة المصادر والمراجع:

1. المصادر باللغة العربية:

- أوشن بوزيد، قليل محمد، " دور العلاقات العامة والإعلام والاتصال في الرياضة (دراسة حالة جريدة الهدف)" ص226 ، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة المسيلة، العدد05، أفريل 2012.
- بلوني عبد الحليم ، "تناول الإعلام الرياضي لمشروع الاحتراف في كرة القدم الجزائرية لسنة 2010 - دراسة تحليلية لصحيفة الشروق اليومي الجزائرية ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام الرياضي التربوي ، معهد التربية البدنية والرياضية ، جامعة الجزائر 03 ، 2010-2011 .
- ببير البير - تاريخ الإذاعة والتلفزة ترجمة محمد قدوس سلسلة المجتمع - ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر 1984،
- حصة تلفزيونية من إنتاج التلفزيون الجزائري حول الإعلام الرياضي تحمل عنوان (رحلة الإعلام الرياضي الجزائري مذكرات اون لاين) من إعداد عبد الرزاق دكار يوم 28 أكتوبر 2013
- خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم : " الإعلام الرياضي"، مركز الكتاب للنشر، القاهرة 1998
- د زهير إحدادن . الإذاعة والتلفزة في الجزائر سلسلة المجتمع - ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1984
- د زهير إحدادن: الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال " عالم الاتصال" سلسلة الدراسات الإعلامية. إعداد مجموعة من الأساتذة. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر 1992،
- د نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية ، الجزائر 2009

- د. عواطف عبد الرحمن الصحافة العربية في الجزائر كراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية - 1954-1962 المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر - 1985
- د. مهراوي نصر الدين، د. محمد رقاب، الصحافة الرياضية المتخصصة قراءة في النشأة و التطور الخصائص و الوظائف القوالب التحريرية، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 01 عدد 04 ، نشر يوم 2020/12/15
- د.خير الدين علي عويس ، د.عطا حسن عبد الرحيم ، " الإعلام الرياضي " ، مركز الكتاب للنشر ، 1998 .
- الدكتور احمد حمدي الثورة الجزائرية والإعلام - منشورات المتحف الوطني للمجاهد - ط 2 الجزائر 1995
- رانيا ممدوح طارق، الإعلان التلفزيوني التصميم والإنتاج، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012،
- صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي دراسة الإعلام المصداقية، الحرية، التنمية، الهيمنة الثقافية، دار الشروق ، دون بلد نشر، 1999 ،
- عبد الرزاق محمد الديلمي: إشكاليات الإعلام و الإتصال في العالم الثالث، مكتبة الرائد العلمية، عمان، الطبعة الأولى 1425-2004
- عيسى الهادي "دراسة نظرية لدور الاعلام الرياضي في المجتمع " مجلة الخبير الجلفة
- عيسى الهادي، كمال رعاش، "الاحتراف الرياضي في كرة القدم، دراسة مقارنة - مشروع الجزائر (نموذجاً) - ، دار الكتاب الحديث، القاهرة-مصر، 2012 .
- ليلي عبد المجيد تشريعات الإعلام (دراسة حالة مصر) العربي للنشر و التوزيع دون بلد نشر الطبعة الاولى 2001
- مبروك براهيمى ، "دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا" ، أطروحة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية

- والرياضية ، تخصص الإعلام الرياضي والتربوي ، جامعة الجزائر 03 ، 2012-2013.
- مصادر متعددة : د/ صلاح عبد اللطيف ، "الصحافة المتخصصة" ، وكتاب: د/ محمد فريد عزت ، "إدارة المؤسسات الاعلامية" ، دار العربي للنشر والتوزيع : القاهرة- مصر ، 1994 .
- ملخص من حصة قدمها التلفزيون الجزائري عن الإعلام الرياضي بمناسبة ذكرى استرجاع التلفزيون الجزائري
- زينب ياقوت - دور الإعلام الجزائري في خدمة وتطوير كرة القدم-جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال - الجزائر -المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية -المجلد 10 / العدد 02 -تاريخ النشر 20-07-2022-
- زايد بوزيان ، تنظيم الإعلام السمعي البصري العربي:ضوابطه القانونية والسياسية ، مركز الجزيرة للدراسات، 2016،
- شريف حمزة د مجادي مفتاح د/ صالح ربوح مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي بالجزائر من خلال قناة الهدف tv "دراسة ميدانية من وجهة نظر أساتذة قسمي الإعلام الرياضي والإدارة والتسيير الرياضي بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة" -جامعة محمد بوضياف المسيلة-تجلة علوم الأداء الرياضي المجلد (1) العدد (2) -تاريخ النشر: -29/12/2019
- شيتوي زهور - بوحنية قوي- دفاتر السياسة والقانون كلية الحقوق والعلوم السياسية- جامعة قاصدي مرباح ورقلة -العدد 19 جوان 2018 م -.
- فوزية عبو-نبيل شايب-أبعاد الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري في برامج القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة دراسة ميدانية تحليلية على عينة من متتبعي

قناة الهدف-المجلة العلمية للتربية البدنية و الرياضية -المجلد: 20 العدد: -01 -
—2021

- وهيبة بلحاجي - تنظيم الإشهار في الجزائر وأزمة الصحافة على ضوء تطور وسائل الاتصال الجديدة وتأثيرها على الحق في الإعلام - أعمال ملتقى "التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة في الجزائر-جامعة الجزائر3 كلية علوم الإعلام والاتصال
- نصر الدين لاغة- نظام القانوني للنشاط السمعي البصري -مذكرة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية -تخصص:قانون -فرع قانون الإعلام- جامعة الجيلاي
اليابس سيدي بلعباس-كلية الحقوق والعلوم السياسية- قسم الحقوق

2.مصادر باللغة الأجنبية

- BENOUE Marc : « *Marketing savoirs et savoir-faire* », éd Economica, Paris, 1991
- BROCHAND Bernard : « La publicité », éd Dalloz, Paris, 1993,
- DARMON René.y et LAROCHE Michel : « *Le marketing fondements et applications* »,MC Graw-Hill Editeurs, Paris, 1990,
- HELFER Jean-pierre et ORSONI Jacques : « *Marketing* », éd Vuibert, Paris, 1998,
- JACQUES-CROUTSCHE Jean : « *Marketing et communication commerciale* », éd ESKA, Paris, 2000,
- KOTLER Philip et DUBOIS Bernard : « *Marketing management* », éd Publi-Union, Paris, 1992,

- LEFEUVE T., DAVO H., DELMARQUETTE M., HAYAT P., IGMAN J., JULLIEN C., PASDELOUP C. et ROUSSEL P. : « *Action commerciale* », éd Foucher, Paris, 2001.,
- Lendrevie Jacques et lindon Denis : « *Mercator* », éd Dalloz, Paris, 1993,
- Marbéne Ihaddaden « Colloque sur La presse écrite au Maghreb ,Tunis» 1-3 décembre Edit Walfzug ;humburg ,1995
- MARTINEZ Manuel, ONNEIN-BONNEFOY Carole et ROMERO-AGUILA Roberto : « *Action commerciale* », éd d'organisation, Paris, 1994

3. المواد القانونية:

- المادة 48 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.
- المادة 9 من الأمر 04/14 -المرجع السابق .
- المادة 20 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.
- فيصل نسيغة ودنش رياض، النظام العام ، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة ، العدد الخامس، ص 177 .
- المادة 17 من قانون رقم 04-14 في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.
- القانون العضوي 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير سنة 2012.
- المادة 49 من القانون المدني الأمر رقم 75 / 58 ، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم، يتضمن لقانون المدني، الجريدة الرسمية الجزائرية السنة 12 ، العدد

78 ، الصادرة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم لقانون رقم 05 / 10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، الجريدة الرسمية الجزائرية، السنة 42، العدد 44، الصادرة في 26 ونيو 2005.

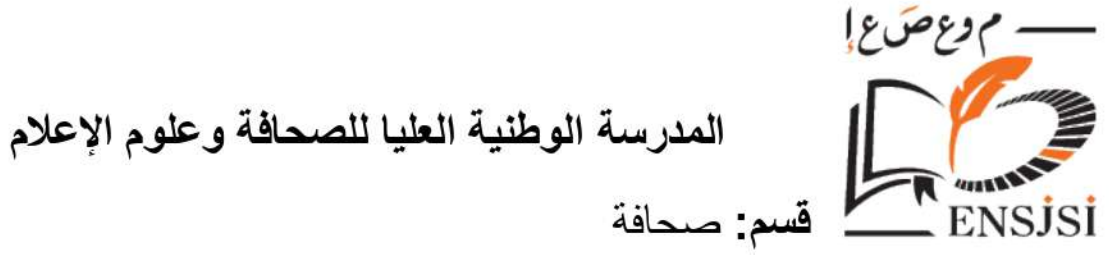
- لمادة 19 من الأمر رقم 75/59 ، المتضمن القانون التجاري الجزائري.
- المادة 27 من قانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري ، ج ر: عدد 16، الصادرة في 23 مارس 2014.
- قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012 يتضمن قانون الإعلام. ج ر: عدد 16، الصادرة في 15 يناير 2012 .
- المادة 58 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي. .
- المادة 73 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- الفقرة الثانية من المادة 69 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي .
- المادة 41 من دفتر الشروط الصادر بموجب ملحق المرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 الذي يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة والمادة 57 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.

- الفقرة الاولى من المادة 69 والمادة 70 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016 المتضمن دفتر الشروط العامة المحدد للقواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- المادة 71 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي
- المادة 72 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.

قائمة الملاحق

❖ قائمة الملاحق

- دليل المقابلة



تتدرج في إطار بحث علمي لإنجاز مذكرة
ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: صحافة واتصال رياضي بعنوان:

الأطر القانونية والتنظيمية للمؤسسات الاعلامية في الجزائر

دراسة ميدانية على عينة من صحافيي قناة " الأهداف تيفي "

نرجو منكم التكرم بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة وذلك بوضع العلامة (X) ونحيطكم
علما أن المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية بحتة. ولكم
منا فائق عبارات الاحترام والتقدير .

تحت إشراف الأستاذ:

د. فندوشي حمزة

إعداد الطالبة :

✓ لينا زبيش

المحور الأول : خصائص الصحفيين عينة الدراسة

س 1 النوع: ☐ ذكر ☐ أنثى ☐

س 2 السن: 25 - 34 ☐ 35-44 ☐ 45 فما فوق ☐

س 3 التخصص العلمي: ☐ علوم إعلام وإتصال ☐ علوم قانونية وإدارية ☐

☐ علوم سياسية ☐ أدب ولغات ☐ علوم إقتصادية ☐

أخرى تذكر

س 4 المستوى التعليمي: ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

س 5 الوظيفة محرر: ☐ مراسل ☐ رئيس تحرير ☐

أخرى تذكر

س 6 : الخبرة المهنية من سنة إلى ستة سنوات ☐ من ستة إلى عشر سنوات ☐

☐ أكثر من عشر سنوات

المحور الثاني : المكانة التي تحتلها صحافة قناة الهدف ضمن التشريعات الإعلامية

س 7 : ماهي الجهة القانونية التي تفضل أن تكون لها صلاحية التدخل في ضبط مسألة

الممارسة المهنية في صحافة قناة الهدف ؟

وزارة الإتصال ☐ سلطة الضبط ☐ المجلس الأعلى للإعلام ☐

أخرى تذكر

س 8 : في تقديركم ما أهم التشريعات الإعلامية الجزائرية التي إهتمت أكثر بالصحافة الرياضية ؟

القانون العضوي 2014 ☐ قانون السمعى البصرى 2014 ☐

المرسوم التنفيذى المنظم لنشاط الإعلام عبر الأنترنت 2020 ☐

س 9 : هل ضبطت التشريعات الإعلامية الجزائرية الممارسة فى الصحافة السمعية البصرية "قناة الهدف" من عدم ضبطها ؟

نعم ☐ لا ☐

9-1- إذا كانت إجابتك "بنعم" ما هى درجة ضبطها

عالية ☐ متوسطة ☐ منخفض ☐

9-2- إذا كانت إجابتك بلا هل يتطلب ذلك

إصدار تشريعات إضافية خاصة بالصحافة الإلكترونية : نعم ☐ لا ☐

إثراء التشريعات الإعلامية السارية المفعول : نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : إلزام صحافى قناة الهدف تفي بتشريعات الممارسة المهنية الواردة فى التشريعات الإعلامية الجزائرية :

س 10 إلى أى مدى ترى أن صحفى قناة الهدف تفي ملتزمين بقواعد الممارسة المهنية ؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادر ☐ أبدا ☐

س 11 إلى أى مدى ترى أن موقع قناة الهدف تفي ملتزم بقواعد الممارسة ؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادر ☐ أبدا ☐

س 12: إلى مدى التزام الصحفيين لقناة الهدف تفي بقواعد السلوك المهني أثناء الأداء

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادر ☐ أبدا ☐

المحور الرابع : أهم المعوقات التي يواجهها صحفي قناة الهدف تفي أثناء ممارستهم المهنية في ظل التشريعات الإعلامية الجزائرية

س 13: هل الممارسة الصحفية في الجزائر من خلال القانون العضوي 2012 والسمعي البصري 2014 والمرسوم التنفيذي المنظم لنشاط الإعلام عبر الانترنت تتميز ب ؟

حرية مطلقة ☐ حرية نسبية ☐ حرية منعدمة ☐

س 14 : في رأيك كيف تأثر التشريعات الجزائرية على الممارسة المهنية لصحفي قناة الهدف تفي ؟

تقيد حرية الممارسة ☐ تنظم سيرها ☐ لا تؤثر عليها ☐

س 15: في رأيك ما هي المواضيع الأكثر خضوعا للرقابة من طرف السلطة على الصحافة الرياضية رتبها من 1 إلى 6 حسب تقديرك ؟

سياسية ☐ أمنية ☐ إجتماعية ☐
دينية ☐ إقتصادية ☐ ثقافية ☐

س 16 : هل يتمتع الصحفيين لقناة الهدف بالحرية في التحرير عبر موقع القناة الذي يشتغلون به؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادر ☐ أبدا ☐

س 17: هل تواجه صعوبات في الوصول إلى مصادر الخبر ؟

نعم ☐ لا ☐

س 18 : ما هي أكثر التشريعات الإعلامية الجزائرية التي تؤثر في ممارسة عملك

القانون العضوي 2014 ☐ قانون السمعى البصرى 2014 ☐

المرسوم التنفيذى المنظم لنشاط الإعلام عبر الأنترنت 2020 ☐

س 19 : هل تعرضت لعقوبة ما أثناء الممارسة المهنية في موقع صحيفتك الإلكترونية ؟

نعم ☐ لا ☐

فهرس المحتويات

10.....	مقدمة
14.....	الإشكالية
14.....	التساؤلات الفرعية
15.....	الفرضيات:
16.....	أهداف الدراسة:
17.....	أهمية الدراسة:
18.....	منهج الدراسة
19.....	أدوات الدراسة:
19.....	مجتمع البحث
19.....	عينة الدراسة
19.....	تحديد المصطلحات
25.....	الفصل الأول: الاعلام الرياضي
27.....	المبحث الأول: ماهية الاعلام الرياضي
27.....	1.المطلب الأول: تعريف الاعلام
29.....	2.المطلب الثاني : تعريف الإعلام الرياضي
31.....	المبحث الثاني غايات الإعلام الرياضي
31.....	1.المطلب الأول: أهداف الإعلام الرياضي وأهميته
35.....	2.المطلب الثاني : وظيفة الإعلام الرياضي
39.....	المبحث الثالث: المؤسسات الإعلامية
39.....	1.المطلب الأول : المقصود بالمؤسسة الإعلامية
40.....	2.المطلب الثاني : التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية

46	الفصل الثاني: الاعلام الرياضي في الجزائر
47	المبحث الأول: نشأة وتطور الاعلام الرياضي في الجزائر
47	1.المطلب الأول: نبذة عن الاعلام في الجزائر
54	2.المطلب الثاني نبذة عن الاعلام المتخصص
58	المبحث الثاني: بداية الاعلام الرياضي في الجزائر
58	1.المطلب الأول وظيفة الاعلام الرياضي
59	2.المطلب الثاني عوامل ظهور الاعلام الرياضي المتخصص وتطوره
63	الفصل الثالث : الأطر القانونية و التنظيمية للاعلام الرياضي و المؤسسات الإعلامية
64	المبحث الأول: الإطار القانوني التجاري للإعلام الرياضي
65	1.المطلب الأول: أخلاقيات ممارسة مهنة قناة سمعية بصرية المحددة في دفتر الشروط
72	2.المطلب الثاني: شروط الحصول على الرخصة لإنشاء خدمة إتصال سمعي بصري
77	■المبحث الثاني: الإطار القانوني والتنظيمي في للمؤسسات الإعلامية ظل قوانين الاعلام
78	1.المطلب الأول: التشريعات الخاصة بإستغلال القنوات السمعية البصرية
91	2.المطلب الثاني: نظرة على الإشهار والتنظيم القانوني له
107	الإطار التطبيقي: دراسة حالة مؤسسة الأهداف
107	الفصل الأول : المنهجية المتبعة دراسة حالة
107	1.المطلب الأول: مجال الدراسة
108	2.المطلب الثاني: مفهوم منهجية دراسة الحالة
119	الفصل الثاني : تعريف بالمؤسسة محل الدراسة
119	1.المطلب الأول : بطاقة فنية عن قناة الأهداف
121	2.المطلب الثاني :التعريف بقناة الأهداف ومميزاتها وبرامجها
131	الفصل الثالث: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة
131	1.المطلب الأول: عرض وتحليل محور خصائص صحفي قناة الأهداف
158	2.المطلب الثاني : عرض النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

161	الخاتمة
162	نتائج الدراسة
166	قائمة المصادر والمراجع:
174	قائمة الملاحق
