

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
المدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الإعلام  
قسم الصحافة



## دور الفيسبوك في تغطية الأحداث الرياضية

دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة الفيسبوك 1001 Football أثناء تغطية مباريات المنتخب الجزائري في الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام  
تخصص صحافة و اتصال رياضي

إشراف: د. بوخاري مليكة

من إعداد الطالب: عامري عبد الستار

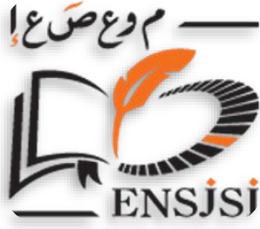
أعضاء اللجنة المناقشة

1- الرئيس: د. كشاط عادل

2- المشرف: د. بوخاري مليكة

3- المناقش: أ. رزيق يوسف

السنة الجامعية: 2024 / 2025



Ministry of Higher Education And  
Scientific Research  
Higher National School of Journalism  
And Media Sciences  
Journalism Department



## **The Role of Facebook in Covering Sports Events**

An Analytical Study of a Sample of Posts from the 1001 Football  
Facebook Page During the Coverage of Algeria's National Team  
Matches from September 5 to November 17, 2024

**Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master's Degree in Media and Communication Sciences**

Specialization: Sports Journalism and Communication

**Prepared by the student:**

Amri Abdessatar

**Supervised by:**

Dr. Boukhari Malika

**Thesis Defense Committee Members :**

- 1–President :** Dr. Adel Kechat
- 2–Supervisor :** Dr. Boukhari Malika
- 3–Discussor :** Mr. Rezigue Youcef

**Academic Year:** 2024 – 2025

## شكر و تقدير

أحمد الله تعالى و أشكره على توفيقه وعونه لي في إتمام هذا العمل، فله الحمد

أولا و آخرأ.

أتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة بوخاري مليكة، التي تكرمت بقبول الإشراف على هذه الرسالة، ولم تبخل علي من وقتها وخبرتها الثرية. لقد كانت توجيهاتها ونصائحها المصباح الذي أنار لي الطريق في مختلف مراحل هذا البحث.

كما أعبر عن امتناني لأعضاء لجنة المناقشة الموقرة، الذين شرفوني بحضورهم وتقبيهم لهذا العمل العلمي، فجزاهم الله عنى خير الجزاء.

ولا يفوتني أن أوجه أصدق مشاعر الشكر والتقدير لكل من ساهم في دعمي خلال رحلتي الأكاديمية، و لكل الأصدقاء والزلاء الذين كانوا لي خير رفقاء في طريق العلم و المعرفة.

وإلى عائلتي الغالية، إلى والدي الكريمين، وإخوتي الأعزاء... كل الشكر والامتنان لكم على دعمكم وصبركم، و إيمانكم بي طيلة هذه السنوات هذا الإنجاز هو ثمرة ووقوفكم الدائم بجانبى.

## الإهداء

بعد مشوار طويل من السهر والكد و التعب، ها أنا اليوم أقف على أعتاب الحصاد،

أقطف ثمار جهد لم يكن سهلا، لكنه كان يستحق العناء.

إلى من غرسوا في قلبي معنى الصبر، ومن كانوا لي بعد الله السند و العون،

إلى والدي العزيزين، من علماني أن الطريق إلى النجاح لا يعبد إلا بالإيمان و الإرادة،

فكنتما لي النور و النبض و الدعاء المستمر، لكم مني كل الامتنان و الحب.

إلى أخي العزيز أحمد و أختي الغالية منال، اللذين كانا دوما مصدر دعم و إلهام لي، كل

الشكر و التقدير لتشجيعكما و مساندتكما الدائمة.

إلى أصدقائي الذين شاركوني مقاعد الدراسة و ذكرياتها: منير شهاب الدين، رضوان،

معتز، محمد ملين، محمد، علاء، أنيس، عصمان، و كل من تقاسمنا معهم أجمل لحظات

الجد و التعب.

كما أتقدم بجزيل الشكر و التقدير لزملائي في تخصص الصحافة و الاتصال الرياضي،

الذين تقاسمت معهم سنوات من العمل و البحث، لقد كانوا لي إخوة و أصدقاء شاركوني

هذه المسيرة بكل ما حملته من تحديات و تطلعات.

ولا أنسى رفاق الإقامة الجامعية و أصدقائي الأعزاء في ولاية سوق أهراس، شكرا لكم من

القلب على الدعم و الثقة بي طوال هذه السنوات.

هذا التخرج ليس تتويجا لي وحدي، بل هو ثمرة لوقوفكم جميعا إلى جانبي.

## الملخص:

يشهد الإعلام الرياضي تحولات عميقة بفعل تطور الإعلام الرقمي و وسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت تؤدي دورا محوريا في تغطية الأحداث الرياضية ونقلها إلى الجمهور، لاسيما من خلال الصفحات الفيسبوكية المستقلة. و في هذا الإطار، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل عينة من منشورات صفحة "1001 Football" في تغطية مباريات المنتخب الجزائري خلال تصفيات كأس أمم إفريقيا 2025، و ذلك خلال الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024.

تدرج الدراسة ضمن تخصص الصحافة والاتصال الرياضي، و تركز على طبيعة المحتوى المنشور على الصفحة، أسلوبه و مدى احترامه للمعايير المهنية، مع رصد أشكال التفاعل الجماهيري. وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، بالاستعانة بتحليل المضمون و الملاحظة المباشرة كأدوات بحث أساسية.

خلصت النتائج إلى أن الصفحة تمثل نموذجا فاعلا في الإعلام الرياضي الرقمي الجزائري، من خلال مزجها بين نقل الخبر، التحليل و التفاعل مع الجمهور، بما يعزز من دورها في التأثير على الرأي العام الرياضي و تشكيل وعيه الاتصالي.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلام الرياضي، الإعلام الرقمي، الأحداث الرياضية، فيسبوك، المنتخب الجزائري، 1001 Football، تغطية المباريات.

## **Abstract**

Sports media is undergoing profound transformations due to the development of digital media and social networking platforms, which now play a central role in covering and broadcasting sporting events, particularly through independent Facebook pages. In this context, the present study aims to analyze a sample of posts from the "1001 Football" page during its coverage of the Algerian national team's matches in the 2025 Africa Cup of Nations qualifiers, covering the period from September 5 to November 17, 2024.

This study falls within the field of sports journalism and communication, focusing on the nature of the content published on the page, its style, and the extent to which it adheres to professional standards, while also monitoring audience interaction patterns. The research adopts a descriptive-analytical approach, using content analysis and direct observation as key research tools.

The results indicate that the page represents an active model of digital sports media in Algeria, through its integration of news reporting, analysis, and audience engagement, thereby enhancing its role in influencing sports public opinion and shaping communicative awareness.

**Keywords:** social media, sports media, digital media, sports events, Facebook, Algerian national team, 1001 Football, match coverage.

## خطة الدراسة:

### الإطار المنهجي

مقدمة

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

تحديد مفاهيم الدراسة

المنهج المتبع في الدراسة

الأدوات المستخدمة

مجتمع الدراسة و عينته

الدراسات السابقة

### الجانب النظري

## الفصل الأول: وسائل التواصل الاجتماعي و الإعلام الرياضي

تمهيد

### المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: تطور وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس: إيجابيات و سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي

### المبحث الثاني: الإعلام الرياضي

المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الرياضي

المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياضي

المطلب الرابع: عناصر الإعلام الرياضي

المطلب الخامس: وسائل الإعلام الرياضي

المبحث الثالث: العلاقة بين الإعلام الرياضي و مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة

### الفصل الثاني: الإعلام الرياضي الرقمي في الجزائر

تمهيد

#### المبحث الأول: الإعلام الرقمي في الجزائر

المطلب الأول: تعريف الإعلام الرقمي و مرادفاته

المطلب الثاني: مقارنة بين الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي

المطلب الثالث: نشأة و تطور الإعلام الرقمي في الجزائر

المطلب الرابع: تحديات الإعلام الرقمي في الجزائر

المبحث الثاني: الأحداث الرياضية و مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: الانتشار العالمي للأحداث الرياضية عبر المنصات الرقمية

المطلب الثاني: التغطية الرياضية من خلال البث المباشر و المحتوى المرئي

المطلب الثالث: الهاشتاغ كأداة في الترويج الرقمي للأحداث الرياضية

المبحث الثالث: أهم الصفحات الرياضية الجزائرية على الفيسبوك:

صفحة قناة دزاير توب (Dzair-Tube)

صفحة الهذاف تيفي (ElHeddaf TV)

خلاصة

الجانب التطبيقي

تمهيد

بطاقة تقنية لصفحة 1001 Football على الفيسبوك

البيانات الأولية

فئات المضمون

فئات الشكل

مناقشة و تحليل النتائج

خاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

# الإطار المنهجي

### مقدمة:

عرف المشهد الإعلامي العالمي خلال العقود الأخيرة تحولات جوهرية نتيجة التقدم التكنولوجي و تطور وسائط الاتصال الرقمي، ما أدى إلى ظهور نظام إعلامي جديد يتسم بالتفاعلية، السرعة و تعدد مصادر المعلومة. وقد تجاوز الإعلام الحديث دوره التقليدي القائم على البث الأحادي، ليصبح أكثر انفتاحا على الجمهور، عبر منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تمثل إحدى أهم صور هذا التحول الرقمي، لما توفره من إمكانيات تفاعلية، سرعة في نقل الأخبار و قدرة على الوصول إلى جماهير واسعة دون الحاجة إلى وساطة المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية.

و لم تقتصر آثار هذا التحول على بنية المؤسسات الإعلامية فحسب، بل أعادت أيضا تشكيل أدوار الصحفي و المتلقي، و أثرت في أساليب إنتاج المحتوى و توزيعه، كما طرحت تحديات مهنية و أخلاقية تتعلق بمصدقية الخبر و أساليب التغطية الصحفية، خاصة في المجالات ذات الطابع الجماهيري على غرار الرياضة. في ظل هذه التحولات، برزت الرياضة كأحد المجالات التي شهدت تفاعلا قويا مع الإعلام الرقمي، حيث أصبحت الأحداث الرياضية تحظى بمتابعة فورية و واسعة عبر منصات التواصل الاجتماعي. فقد ساهمت هذه الوسائط في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور و المعلومة الرياضية، من خلال تسريع وتيرة التغطية، توسيع قاعدة المتلقين و إتاحة مساحة للتفاعل الآني و المباشر بين المتابعين والجهات الفاعلة في المجال الرياضي. و لم تعد تغطية الشأن الرياضي حكرا على الوسائل الإعلامية التقليدية، بل أصبحت الصفحات والمنصات الرقمية تلعب دورا بارزا في صناعة الرأي العام الرياضي، توجيه النقاشات حول الأداء الرياضي، نتائج المنافسات و حتى السياسات الرياضية، الأمر الذي يجعل من الإعلام الرقمي اليوم عنصرا مؤثرا في صناعة المحتوى الرياضي.

بناء على هذا الواقع، تبرز الحاجة إلى دراسة الكيفيات التي تعتمدها الصفحات الرقمية في تغطية الشأن الرياضي، من حيث الأساليب الاتصالية، طبيعة المحتوى، أنماط التفاعل و مدى تأثيرها في الجمهور. وتندرج هذه

الدراسة ضمن هذا الإطار، حيث تهدف إلى تحليل الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي، ممثلة في صفحة "1001 Football" على منصة فيسبوك، في مواكبة و تغطية الأحداث الرياضية الكبرى، باعتبارها من أبرز الصفحات الرياضية الجزائرية التي اكتسبت انتشارا واسعا نظرا لسرعة تغطيتها و تفاعلها المستمر مع الجمهور. و قد تم اختيار هذه الصفحة كنموذج للدراسة من خلال تحليل عينة من منشوراتها المتعلقة بمباريات المنتخب الوطني الجزائري ضمن تصفيات كأس أمم إفريقيا 2024، و ذلك بغرض فهم طبيعة المحتوى الإعلامي الرقمي الرياضي، إلى جانب استكشاف الأبعاد الإعلامية و التواصلية التي تتيحها هذه المنصات في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده المجال الإعلامي.

و للإحاطة بجوانب الموضوع، جاءت هذه المذكرة مقسمة إلى قسمين رئيسيين: نظري و تطبيقي، يسبقه مدخل عام نتناول فيه إشكالية الدراسة، تساؤلاتها، أهمية الموضوع و أسباب اختياره التي توزعت بين دوافع ذاتية وأخرى موضوعية، إضافة إلى أهداف البحث و تحديد المفاهيم الأساسية المتمثلة في: مواقع التواصل الاجتماعي، التغطية الإعلامية، والأحداث الرياضية. كما يتضمن هذا المدخل عرضا للمنهجية المعتمدة، حيث تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي، مع الاستعانة بمجموعة من الأدوات المنهجية هي: تحليل المضمون، استمارة تحليل المضمون، الملاحظة و المقابلة. كما تطرقنا في هذا الجزء إلى مجتمع الدراسة و عينته، و اختتمناه بعرض موجز لأبرز الدراسات السابقة و مدى استفادتنا منها.

أما الجانب النظري، فقد شمل فصلين اثنين:

الفصل الأول الذي يتناول مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، تطورها، أنواعها، خصائصها ثم أبرز إيجابياتها و سلبياتها. بالإضافة إلى تعريف الإعلام الرياضي، خصائصه، وظائفه، عناصره و أبرز وسائله. و حُصص الجزء الأخير من هذا الفصل لدراسة العلاقة بين الإعلام الرياضي و مواقع التواصل الاجتماعي.

ثم يأتي الفصل الثاني الذي سنتطرق فيه إلى تعريف الإعلام الرقمي في الجزائر، المقارنة بينه و بين الإعلام التقليدي، نشأته، تطوره محليا و أبرز التحديات التي يواجهها. إلى جانب ذلك، سندرس العلاقة بين الأحداث الرياضية و مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تتبع الانتشار الرقمي لهذه الأحداث، دور البث المباشر و المحتوى المرئي و أيضا توظيف الهاشتاغ كأداة للترويج الرقمي. و في الأخير، سنستعرض أبرز الصفحات الرياضية الجزائرية النشطة على منصة فيسبوك.

أما الجانب التطبيقي، فقد خصص لتحليل مضمون عينة من منشورات صفحة 1001 Football على موقع فيسبوك، خلال تغطيتها لمباريات المنتخب الجزائري ضمن تصفيات كأس أمم إفريقيا 2024. و قد شمل هذا القسم أولا تقديم بيانات تعريفية عن الصفحة محل الدراسة، متبوعة بقراءة تعيينية و تضمينية لطبيعة محتواها و نشاطها الإعلامي. ثم نتقل إلى تحليل المضمون وفقا لفئتي المضمون و الشكل. و في ختام هذا الجزء، سنستخلص النتائج المتوصل إليها و تحليلها في ضوء الإشكالية المطروحة، بهدف فهم الدور الذي تلعبه الصفحات الرياضية الرقمية في تغطية الأحداث الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### الإشكالية:

لقد أحدثت منصات التواصل الاجتماعية ثورة في عالم كرة القدم، حيث غيرت وجه عالم المستديرة بشكل جذري و أصبحت جزءاً لا يتجزأ من هذه الرياضة وأثرت بشكل كبير على طريقة متابعة المباريات وتفاعل الجماهير معها، على الرغم من وجود بعض التحديات. و من المتوقع أن يستمر تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في التزايد في السنوات القادمة، مما يجعل من المهم للأندية و اللاعبين و الجماهير التعامل مع هذه المنصات بشكل مسؤول.

و بما أن منصات التواصل الاجتماعي لا تشترط فئة معينة للاشتراك فيها نظراً لأنها مجانية ومتوفرة في العديد من الأجهزة الاتصالية الحديثة جعلها عاملاً مؤثراً وفعالاً في عملية التثقيف والتوعية والتسليية في المجال الرياضي، كما أن وجودها سهل للجمهور الرياضي الحصول على المعلومات و الأخبار و الحقائق المتعلقة بالرياضات المختلفة، إضافة إلى وجود المدربين و اللاعبين و المؤثرين الرياضيين عبرها والتي تعد وسيطاً أساسياً في عصرنا الحالي لإيصال المعلومات الرياضية ونشر الثقافات الرياضية وتوعية الجمهور بأهميتها وهذا ما يتعلق بالأدوار الإيجابية والتأثيرات الإيجابية لمنصات التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام الرياضي.

و ضمن هذا السياق برزت العديد من الصفحات الرياضية الجزائرية من أبرزها صفحة 1001 Football و التي تعد نموذجاً هاماً لدراسة كيفية استخدام هذه المنصات في تغطية الأحداث الرياضية و استناداً على ما سبق نطرح

التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور الفيسبوك و خصوصاً صفحة 1001 Football على فيسبوك في تغطية مباريات المنتخب الجزائري

في تصفيات كأس إفريقيا 2025 ؟

التساؤلات الفرعية:

● ما هي نوعية المحتوى الإعلامي الذي تقدمه صفحة 1001 Football أثناء تغطية مباريات المنتخب الجزائري؟

- ما هي الخصائص الأسلوبية و الشكلية التي تميز منشورات الصفحة؟
- ما هي المواضيع و المضامين الرئيسية التي ركزت عليها الصفحة في تغطيتها؟
- ما طبيعة المعالجة التحريرية التي اعتمدها الصفحة؟
- ما مدى التزام الصفحة بالمعايير المهنية في تغطيتها؟

### أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية هذه الدراسة في سياق تطور الإعلام الرقمي وازدياد تأثيره في تغطية الأحداث الرياضية، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، فضاء بديلا للإعلام التقليدي في نقل وتحليل و تفسير مختلف الوقائع الكروية، لاسيما تلك المرتبطة بالمنتخب الوطني، الذي يحظى باهتمام جماهيري واسع في الجزائر. و في هذا الإطار، تبرز صفحة "1001 Football" كأحد النماذج الفاعلة في الحقل الإعلامي الرقمي، إذ تمثل تجربة إعلامية مستقلة تعتمد على التغطية اللحظية، و التحليل الفني، و صناعة المحتوى بأساليب متنوعة و جذابة. وكتسب الدراسة أهميتها من سعيها لتحليل مضمون و شكل المنشورات التي تقدمها هذه الصفحة خلال تغطيتها لتصفيات كأس أمم إفريقيا 2025، بهدف الوقوف على نوعية المضامين المقدمة، و الأطر التحريرية التي توظفها، و مدى التزامها بقواعد العمل الصحفي من دقة و موضوعية و توازن، في ظل غياب الرقابة المؤسسية على هذا النوع من الإعلام. كما تكمن أهمية هذه الدراسة في مساهمتها في توسيع فهم دور الإعلام الرقمي في بناء الوعي الرياضي و صياغة اتجاهات الجمهور نحو المنتخب الوطني، من خلال أدوات تعبيرية مختلفة كاللغة التحليلية، و الصورة، و الفيديو، و الإنفوغرافيك، مما يمنح للصفحة سلطة معنوية في توجيه الخطاب الرياضي العام. و على الصعيد الأكاديمي، تقدم هذه الدراسة نموذجا بحثيا لتحليل صفحات فيسبوكية متخصصة، و تملأ فراغا في

الأدبيات المرتبطة بالإعلام الرقمي الرياضي في الجزائر، خاصة في ظل محدودية البحوث التي تتناول هذا المجال من زاوية تحليل المحتوى الإعلامي المحلي، وهو ما يضيف على البحث أهمية نظرية وتطبيقية في آن واحد.

### أهداف الدراسة:

- تحليل الشكل الإعلامي لمحتوى صفحة 1001 Football خلال تغطيتها لمباريات المنتخب الجزائري في تصفيات كأس أمم إفريقيا 2025 (من حيث نوع المنشورات: نصوص، صور، فيديوهات...).
- تحليل مضمون المنشورات من حيث الموضوعات المطروحة، وطبيعة المعالجة (تحليلية، إخبارية، نقدية، ساخرة...).
- تحديد الخصائص الأسلوبية و اللغوية التي تميز منشورات الصفحة أثناء التغطية.
- تقييم مدى التزام الصفحة بالمعايير المهنية في تغطيتها (الدقة، الموضوعية، التوازن...).
- إبراز مساهمة الإعلام الرياضي الرقمي ممثلا في صفحة 1001 Football، في تقديم محتوى رياضي بديل عن الإعلام التقليدي.

### أسباب اختيار الموضوع:

أدى بنا إلى اختيار هذا الموضوع جملة من الدوافع الموضوعية و الذاتية و هي على النحو التالي:

#### 1. الأسباب الذاتية:

- اختيار موضوع يتماشى و مجالي الدراسي لأنه يجمع بين الرياضة و علوم الإعلام و الاتصال بحيث يعكس هذا الموضوع التقاء المجالين.
- الاهتمام الشخصي بوسائل التواصل الاجتماعي و الإعلام الرياضي خاصة في صيغته الرقمية الجديدة التي أصبحت أكثر تفاعلية و انتشارا.

- أمتلك اطلاعا مسبقا على محتوى الصفحة المعنية بالبحث، مما ساعدني على ملاحظة بعض الخصائص مثل أسلوب التحرير الذي يستحق الدراسة و التحليل.

### 2. الأسباب الموضوعية:

- تتزايد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام الرياضي، حيث يشهد هذا الأخير تحولا ملحوظا نحو المنصات الرقمية، ما جعل الصفحات المستقلة تلعب دورا رئيسيا في تغطية الأحداث الكروية، في ظل تنامي استخدام الجمهور لهذه المنصات لمتابعة مختلف الفعاليات الرياضية، ما يجعلها ظاهرة اتصالية حديثة من الضروري دراستها.
- أهمية مباريات المنتخب الجزائري في تصفيات كأس إفريقيا، و تعد هذه المباريات حدثا وطنيا هاما يحظى بمتابعة شعبية واسعة.
- تُعد الصفحات الرياضية على الفيسبوك في الجزائر مجالا بحثيا لا يزال يعاني من قلة الدراسات الأكاديمية، خصوصا من زاوية تحليل المحتوى الإعلامي، مما يجعل من هذا الموضوع جديدا نسبيا ويستحق مزيدا من الاهتمام العلمي. و تبرز في هذا السياق صفحة "1001 Football" كنموذج متميز ضمن المشهد الرقمي الجزائري، نظرا لما تشهده من انتشار واسع وتحديث مستمر للمحتوى، ما يجعلها حالة مثالية للدراسة والتحليل في إطار الإعلام الرياضي الرقمي.

### مجتمع الدراسة و عينته:

مجتمع الدراسة هي جميع منشورات صفحة 1001 Football خلال الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر

.2024

تحديد مفاهيم الدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي و تباينت بين الباحثين حيث يشير مصطلح الشبكة إلى الأفراد أو بدرجة أقل إلى الجماعات والأدوار، والتي تربط مع بعضها البعض بواسطة واحدة أو أكثر من العلاقات الاجتماعية، فحينئذ يمكن الحديث عن الشبكة الاجتماعية.

و يعرفها صادق الحمامي على أنها "صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في المواقع الاجتماعية الموجودة على شبكة الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء، وتبنى المواقع الاجتماعية على قواعد بيانات عملاقة تجعل التواصل ممكنا بين مختلف المستخدمين في كل أنحاء العالم، وتتيح تبادل الملفات والمحادثات الفورية إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى و هناك ما يقارب 200 موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية".

و هي كذلك تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف بل الملايين، أين يمكنهم تكوين صدقات ومشاركة صورهم وملفاتهم. كما يمكنهم تكوين الجمعيات وعقد التحالفات وتنظيم الحملات ومن أبرزها: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب  
1...

تعريف إجرائي:

في إطار دراستي ، يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي تلك المنصات الالكترونية التي تتيح للمستخدمين إنتاج و نشر محتوى إعلامي رقمي باستخدام أشكال متعددة ( صور، فيديوهات.. ) بحيث تعتبر

<sup>1</sup> سعداوي فاطمة الزهراء، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها، مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة، المجلد 4، العدد 1، 2023، ص 43.

هذه المواقع فضاء تفاعلياً تمارس فيه التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية. مع التركيز على صفحة 1001

.Football

### التغطية الإعلامية:

هي عملية جمع المعلومات والوثائق التي تخص منطقة جغرافية أو قطاع خدمات أو حدث من الأحداث، ومعالجتها إعلامياً لغرض نشرها وتبليغها إلى الجمهور، كما تكمن في عملية الحصول على البيانات والتفاصيل لحدث معني والمعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه، و أسماء المشتركين فيه و كيف وقع، و غير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر.<sup>1</sup>

### تعريف إجرائي:

في هذه الدراسة، تعرف التغطية الإعلامية إجرائياً على أنها مجموع المنشورات التي تقوم بنشرها صفحة 1001 Football على فيسبوك و التي تهدف إلى تغطية مباريات المنتخب الوطني ضمن تصفيات كأس إفريقيا 2025 و تتجلى هذه التغطية في أشكال متعددة من المحتوى كالأخبار العاجلة، التشكيلات، مجريات المباريات ونتائجها، التحليلات، التفاعل، الصور و الفيديوهات. و يتم تحليل هذه التغطية شكلاً و مضموناً.

### الأحداث الرياضية:

هي تجمع بشري خلال فترة معينة، في مكان واحد، لإقامة سلسلة من المباريات أو المسابقات تتم معاً، أو التي تقام بين وحدات رياضية مختلفة، تمثل هيئات أو مدارس أو دول أو اتحادات أو منظمات تتنافس فيما بينها في ظل قواعد و قوانين واحدة، لمعرفة أحسن الوحدات بقصد تحديد أحسن الفائزين منهم حسب نتائجهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مي عبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، ط 1، بيروت - لبنان، 2014.

<sup>2</sup> محمود حسن عبد الله مصطفى، معايير إدارة الدورات الرياضية والبطولات العالمية، دار الوفاء للطباعة و النشر، ط 1، الإسكندرية، 2010، ص

كما يمكن تعريف الحدث أو التظاهرة الرياضية على أنها "جمع عدد كبير من الناس حول الأنشطة المنظمة بمناسبة المنافسة، كما يمكن حضور وسائل الإعلام لتغطيتها، و تجرى هذه الأخيرة في تاريخ محدد، مما يسمح بوضع خطة واضحة تحدد و تبين المهام و البرنامج المتبع".<sup>3</sup>

### التعريف الإجرائي:

في سياق دراستي الحالية، يمكن أن اعرف الأحداث الرياضية هي مجموعة المباريات التي خاضها المنتخب الوطني في تصفيات كأس إفريقيا 2025 والتي تمثل محتوى صفحة 1001 Football على فيسبوك أثناء تغطية المباريات.

### منهج الدراسة:

### المنهج الوصفي التحليلي:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة لأنه الأنسب لطبيعة الموضوع المتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث الرياضية حيث يقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة كما هي في الواقع و التي تتمثل في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث الرياضية و تحليل عناصرها وعلاقتها للوصول إلى استنتاجات دقيقة حول طبيعتها وأسبابها وآثارها.

### تعريف المنهج الوصفي التحليلي:

<sup>3</sup> لطرش نزهة، أهمية احتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 3، دالي إبراهيم، 2018، ص 24.

إن مفهوم المنهج الوصفي التحليلي (كتاب المنهج الوصفي التحليلي) هو: "المنهج الوصفي المتعمق، الذي يصف فيه الباحث العلمي مختلف الظواهر والمشكلات العلمية، ويحل المشكلات والأسئلة التي تقع ضمن دائرة البحث العلمي، ثم يتم تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال المنهج التحليلي الوصفي".<sup>1</sup>

و يعطي المشوخي تعريفا شاملا للمنهج الوصفي التحليلي فيقول: "يعتمد المنهج الوصفي التحليلي على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كيفيا أو كميًا. فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى".<sup>1</sup>

### الأدوات المستخدمة:

و هي الأدوات التي تساعد في عملية البحث العلمي وترتبط هذه الأدوات بالمنهج المستخدم في الدراسة، فإن نجاح البحث يتوقف إلى حد كبير على الأدوات المستعان بها، ومن الضروري الإلمام الجيد بالأدوات والأساليب المستخدمة التي تستخدم للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت وجهد و تكاليف. ومن الأدوات التي اعتمدها في دراستنا نذكر:

### تحليل المضمون:

بالعودة للمعاجم اللغوية فإن "مصطلح (تحليل) يعني تفكيك المحلل إلى مكوناته الأساسية، أما مصطلح (مضمون) أو (محتوى) فيشير إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيل الصوتي أو القلمي أو الكلامي أو الإيمائي من معان مختلفة، يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز، لتوصيلها للآخرين".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد تيسير، كتاب المنهج الوصفي التحليلي: مع نبذة حول المنهج الوصفي التحليلي، المدونة العربية للعلوم و نشر الأبحاث، جويلية 2022، <https://blog.ajsrp.com/كتاب-المنهج-الوصفي-التحليلي/>.

<sup>1</sup> المشوخي، حمد سليمان، تقنيات و مناهج البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 1، 2002.

<sup>2</sup> أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2009، ص 134.

و يعرف بيرلسون تحليل المضمون بأنه "الأسلوب الذي يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال".<sup>3</sup>

كما يعرف تحليل المضمون بأنه "أداة لجمع البيانات تهدف إلى وصف محتوى مادة من المواد، و تحليل مضمونها، للتعرف على الاتجاهات البارزة في محتواها".<sup>4</sup>

و عليه فإن تحليل المضمون هو أداة و وسيلة منهجية تمكن الباحث من جمع المعطيات والبيانات الميدانية المتصلة بالظاهرة المراد البحث فيها و دراستها.

### استمارة تحليل المضمون:

تعتبر الاستمارة من ضمن الأدوات المنهجية الأساسية في البحوث الإعلامية و هي "عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث و السؤال الجوهرى و توضيح استعمال تحليل المحتوى كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين و في أسفل هذه الورقة يكتب اسم و لقب الباحث على اليمين و اسم و لقب المشرف على اليسار".<sup>1</sup>

و بناء على الأسس النظرية و المنهجية المتبعة في البحوث الإعلامية، قمنا بإعداد استمارة تحليل مضمون و صياغتها وفق المعلومات النظرية بعد تحليل منشورات الصفحة التي شكلت عينة دراستنا، لتتبعها في الأخير عملية تفرغ بيانات الاستمارة في جداول خاصة بها.

و يعد تحديد كل من فئات و وحدات تحليل المضمون من أهم عمليات التحليل في البحث العلمي، و تتمثل فئات التحليل التي اعتمدها في دراستنا:

### ● فئة الشكل: كيف قيل؟

<sup>3</sup> عبد الله محمد عبد الرحمن، محمد علي البدوي، مناهج و طرق البحث الاجتماعي، مطبعة البحيرة، مصر، ط 2، 2007، ص 303.

<sup>4</sup> مدحت أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية للتدريب و النشر، القاهرة، ط 1، 2017، ص 191.

<sup>1</sup> تمار يوسف، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، تكسيح كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، ط 1، 2007، ص 97.

فئة التفاعل، فئة التفاعل حسب الموضوع، فئة الصور، فئة اللغة، فئة العلامة المائية للصور، فئة طبيعة المنشور و فئة طبيعة ما ينشر.

### ● فئة المضمون: ماذا قيل؟

فئة الموضوع، المواضيع حسب المجال، فئة طبيعة التغطية، فئة الفاعلين و فئة المصادر.

### الملاحظة:

تعد الملاحظة أقدم أداة استخدمها الإنسان لرصد و جمع المعلومات حول الظواهر الاجتماعية و الطبيعية و "هي إحدى أدوات جمع البيانات، وتعني الانتباه والنظر لشيء ما، وهي أداة تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة البحث و اختبار فروضه".<sup>1</sup>

و يمكن تعريفها أيضا بأنها "الاعتبار المنتبه لحادثة أو ظاهرة أو شيء ما. أما الملاحظة العلمية فهي الاعتبار المنتبه للظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها".<sup>2</sup>

### المقابلة:

تعد المقابلة وسيلة من وسائل جمع المعلومات في عدة حقول علمية دقيقة أو علمية اجتماعية أو علمية أدبية حيث تسمح بالوصول إلى معلومات وبيانات هامة تلعب دورا أساسيا في هذه الأبحاث المذكورة سابقا، و تم تعريف المقابلة على أنها: "حوار لفظي مباشر هادف و واعي يتم بين شخصين (باحث و مبحوث) أو بين

<sup>1</sup> لحسن عبد الله باشوية و آخرون، البحث العلمي - مفاهيم - أساليب - تطبيقات، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص 377-378.

<sup>2</sup> فوزي غرابية و آخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجامعة الأردنية، الأردن، 1977، ص 33.

شخص (باحث) ومجموعة من الأشخاص بغرض الحصول على معلومات دقيقة يتعذر الحصول عليها بالأدوات أو التقنيات الأخرى ويتم تقييده بالكتابة أو التسجيل الصوتي أو المرئي".<sup>3</sup>

دراسات سابقة:

الدراسة الأولى:

قام بها قراد عبد المالك تحت عنوان "الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي - دراسة في الأهمية والأدوار" - مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة (الجزائر)، 2023.

أهم ما تطرقت إليه الدراسة:

تناول الباحث قراد عبد المالك موضوعا هاما جدا خاصة في عصرنا الحالي حيث سعى هذا الأخير إلى إبراز أهمية و ادوار الإعلام الرياضي في البيئة الرقمية، مركزا على مدى قدرة هذا الإعلام على مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة، حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي و سعى إلى تحليل المفاهيم النظرية المتعلقة بالإعلام الرياضي، و رصد خصائصه وأدواره في إطار منصات التواصل الاجتماعي، دون اللجوء إلى دراسة ميدانية. و أظهرت الدراسة أن الإعلام الرياضي الرقمي يكتسب أهمية متزايدة نتيجة التقدم التكنولوجي وسهولة الوصول إلى المحتوى، كما يؤدي أدوارا متعددة تشمل الإخبار، التثقيف، الترفيه، والتأثير في الرأي العام مستفيدا من خصائص المنصات الرقمية وعلى رأسها التفاعلية، الآنية، الانتشار الواسع، وتنوع أشكال العرض

<sup>3</sup> أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، ط 4، 1978، ص 154.

(كالنصوص، والصور، والفيديوهات). وركزت على أدواره الفاعلة عبر الشبكات الرقمية مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ويوتيوب، والتي أصبحت مصدرا رئيسيا لنقل الأخبار الرياضية والتفاعل الجماهيري إلا أنها في المقابل قد تشكل بيئة خصبة لنشر الأخبار الزائفة، التحريض على العنف والترويج للتعصب أو التمييز العنصري. و من جانب آخر، صنفت الدراسة أنواع الإعلام الرياضي إلى مقروء، مسموع، مرئي و رقمي، مبينة كيف أن الإعلام الجديد أصبح أكثر قدرة على التأثير في الجماهير ومواكبة الأحداث لحظة بلحظة. و تخلص الدراسة إلى التأكيد على أن الإعلام الرياضي الرقمي يمثل قوة فاعلة في تشكيل الثقافة الرياضية الحديثة، و يستوجب وعيا مهنيا وأخلاقيا في استخدامه و توجيهه.

### الدراسة الثانية:

دراسة مرنيز محمد جلال، بوسكرة احمد تحت عنوان دور الإعلام الرياضي في تغطية المنافسات و الأحداث الرياضية - دراسة ميدانية على مستوى طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية المسيلة-.

### أهم ما تطرقت إليه الدراسة:

هدفت دراسة بوسكرة أحمد و جلال مرنيز تحت عنوان " دور الإعلام الرياضي في تغطية المنافسات و الأحداث الرياضية" إلى التعرف على العلاقة بين الإعلام الرياضي و اهتمامات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة لا سيما فيما يتعلق بتغطية الأحداث الرياضية بشكل عام و قد اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمين الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة البحث. وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام يلعب دورا جوهريا في نقل الأخبار والمعلومات الرياضية إلى الجمهور، وتساهم في تلبية حاجاته المعرفية والإخبارية، خاصة فيما يتعلق بالأحداث الكبرى سواء على المستوى المحلي أو الدولي. كما أظهرت النتائج أن الإعلام الرياضي يركز غالبا على الأحداث الكبرى والمنافسات ذات الصدى الواسع، بينما يتم تهميش بعض

الأنشطة الرياضية الأخرى ما يحدث نوعا من الاختلال في التغطية الإعلامية. وقد أوصت الدراسة بضرورة تنوع التغطية الإعلامية لتشمل مختلف التخصصات و الرياضات، وتكثيف الجهود لتقديم محتوى غني ودقيق يلبي تطلعات الجمهور الرياضي إضافة إلى نقل الأخبار فور وقوعها.

### الدراسة الثالثة:

دراسة مصطفى بورنان، إسماعيل عبداللاوي تحت عنوان وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الجمهور الرياضي للمنتخب الوطني لكرة القدم - الفيسبوك نموذجا-، جامعة زيان عاشور الجلفة، السنة الجامعية

2016-2017.

تناول الباحثان في هذه الدراسة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي، و على رأسها فيسبوك، في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى، من خلال التركيز على تفاعل الجمهور الرياضي الجزائري مع كأس الأمم الإفريقية 2017 بالغاوبون، بوصفها تظاهرة رياضية تحظى باهتمام شعبي واسع. وقد ركز الباحثان على فهم مدى تأثير الفيسبوك في تشكيل الوعي الرياضي لدى الجمهور، خاصة من خلال ما ينشره الإعلاميون من تغطيات آنية وسريعة للأحداث الرياضية المحلية والدولية، مثل الدوري الجزائري، كأس العالم، دوري أبطال أوروبا، وكأس إفريقيا للأمم حيث قسم الباحثان الدراسة إلى ثلاثة أقسام رئيسية: قسم تمهيدي يعالج إشكالية البحث وأهدافه، قسم نظري يتناول وسائل التواصل الاجتماعي وكرة القدم والجمهور وتاريخ كأس إفريقيا، وقسم تطبيقي اعتمد فيه الباحثان على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان التي وجهت إلى عينة من طلبة سنة ثانية ماستر رياضة المتمثلة في 265 فرد، و قد أظهرت نتائج البحث أن الفيسبوك أصبح فضاء حيويا لمتابعة الشأن الرياضي، و أسهم بشكل فعال في إيصال المحتوى الإعلامي للجمهور بطريقة سريعة ومرنة. كما ساعد في بناء رأي عام رياضي حول أداء

المنتخب الوطني، وعزز من انخراط الجمهور في النقاشات والتفاعلات الرياضية، تتقاطع هذه الدراسة مع بحثنا الحالي في تركيزها على دور الفيسبوك في التغطية الرياضية، لكنها تختلف من حيث الأداة والمنهج، إذ اعتمدنا في بحثنا على تحليل مضمون منشورات صفحة رياضية بدل الاعتماد على دراسة الجمهور مباشرة.

### مدى استفادتي من الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، تم التوصل إلى فهم أعمق لمفاهيم محورية في موضوع البحث، خاصة ما يتعلق بدور الفيسبوك كمنصة إعلامية بديلة لتغطية الأحداث الرياضية، وأشكال التفاعل الجماهيري معها، بالإضافة إلى استيعاب وظائف الإعلام الرياضي في البيئة الرقمية.

لقد تم الاستفادة من هذه الدراسات في بناء الإطار النظري للمذكرة، من خلال الوقوف على مفاهيم مثل الإعلام الرقمي، التغطية الرياضية عبر المنصات الاجتماعية، كما هو الحال في دراسة "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور الرياضي". كما ساهمت دراسة "الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة في الأهمية والأدوار" في توضيح طبيعة الأدوار الاتصالية التي يؤديها الإعلام الرياضي في المنصات الرقمية، كالإخبار، التثقيف، الترفيه والتوجيه، مما ساعد في ضبط الخلفية النظرية للبحث. أما دراسة "دور الإعلام الرياضي في تغطية المنافسات والأحداث الرياضية" فقد ساعدت على إبراز أهمية المحتوى الإعلامي في تشكيل وعي الجمهور، واستيعاب آليات التغطية الرياضية وأساليب تقديم المادة الإعلامية.

كما استفدنا من هذه الدراسات في تحديد الفئات التحليلية الأساسية لمضمون المنشورات، مثل: نوع التغطية، طبيعة المحتوى، الفاعلون، اللغة، نوع التفاعل، وهو ما ساعدنا على تصميم استمارة تحليل المضمون وضبط أدوات الدراسة.

من الناحية المنهجية، تتقاطع بعض هذه الدراسات مع دراستنا في استخدام المنهج الوصفي، وفي التركيز على ظاهرة التغطية الرياضية في السياق الرقمي، مما وفر مرجعا مفيدا في اختيار المنهج وأداة البحث المناسبة. أما على المستوى التطبيقي، فقد مكنتنا هذه الدراسات من تجنب بعض الثغرات المنهجية، خاصة فيما يتعلق ببناء فئات التحليل، و صياغة الاستمارة بشكل ينسجم مع خصوصيات المحتوى الرقمي على الفيسبوك.

الجانب النظري

تمهيد:

يتناول هذا الفصل موضوع " وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرياضي " و ينقسم إلى ثلاثة محاور رئيسية: في المحور الأول، نستعرض مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، مراحل تطورها و أنواعها المختلفة، مع التركيز على خصائصها التقنية والاجتماعية إضافة إلى إبراز أهم الإيجابيات والسلبيات المرتبطة باستخدامها. أما المحور الثاني، فيخصص للإعلام الرياضي، حيث نعرّف به و نوضح خصائصه، وظائفه و عناصره الأساسية، كما نستعرض الوسائل المعتمدة في هذا النوع من الإعلام. و في الجزء الثالث والأخير، نحلل العلاقة القائمة بين الإعلام الرياضي ووسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على أوجه التأثير و التكامل بينهما و انعكاساتهما على طبيعة الممارسة الإعلامية في المجال الرياضي.

## المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي:

### المطلب الأول: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي منصات رقمية و مواقع الكترونية متاحة عبر الانترنت، توفر للمستخدمين فرصا لإنشاء المحتوى، مشاركته و التفاعل معه و تبادل الأفكار و الآراء و ذلك من خلال مشاركة الملفات الشخصية، الصور، مقاطع الفيديو، الروابط و إجراء المحادثات الفورية و أيضا المساهمة في مجموعة من الأنشطة مثل التعليق، الإعجاب، ... الخ.

تعددت الآراء و التعريفات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي و لم يتم التوصل إلى مفهوم موحد لها، و يعود ذلك إلى حداثة ظهور هذه المنصات، مما دفع الباحثين و العلماء إلى تقديم تعريفات وفقا لزوايا نظرهم المختلفة.

فيعرفها الباحث **عامر إبراهيم قنديلجي** على أنها: "مصطلحات تشير إلى استخدام تكنولوجيات شبكة الانترنت، عبر الحاسوب و الهواتف المحمول، لتشغيل و استثمار الاتصالات في حوار تفاعلي، من خلال مجموعة من التطبيقات المرتبطة بشبكة الويب و الانترنت، و التي تستند إلى أسس فكرية و تكنولوجية، تسمح بإنشاء و تبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدم".

أما الباحث **شريف درويش اللبان** فيعرفها بأنها: "خدمات توفرها شبكة الانترنت تتيح للأفراد إنشاء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام موحد، و يمكنهم من إنشاء قائمة للأشخاص الذين يرغبون في مشاركتهم الاتصال و مشاهدة قوائمهم أيضا للأشخاص الذين يتصلون بهم، و تلك القوائم التي يضعها الأشخاص الآخرون داخل النظام".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أحمد حسن سلمان، شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان- الأردن، 2017، ص 31-32.

في حين يقدمها حسنين شفيق كما يلي: "مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين من البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة. ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء مدونات، وإرسال رسائل، وإجراء محادثات فورية".<sup>1</sup>

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن هذه المواقع تتميز بقدرتها على تسهيل التواصل الفوري و نقل المعلومات بين الأفراد و المجتمعات في جميع أنحاء العالم عبر فضاء الانترنت، مما يجعلها أداة أساسية في تشكيل الرأي العام و نشر الأخبار و المستجدات. كما أن هذه الأخيرة أصبحت جزءا مهما من حياتنا مما أدى إلى تغيير الطريقة التي نعيش بها و أضافت طرقا و أساليب جديدة التي تساعد في تسهيل الكثير من أعمالنا في مختلف المجالات: التعليم، الإعلام، التسويق، السياحة،... الخ.

#### المطلب الثاني: تطور وسائل التواصل الاجتماعي:

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ليس وليد البارحة و إنما هو نتاج لسيرورات علمية تكنولوجية ولدت في الغرب و انتقلت إلينا. فقد شهدت سنة **1994** ظهور أول موقع من مواقع التواصل الاجتماعي " Theglobe.com " على الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية حيث كان عبارة عن تجمعات الكترونية ثم تبعه موقع Gerocities في نفس العام.

أما في سنة **1995** فقد كانت بداية ظهور المواقع التي تتيح الدردشة و التبادل، حيث نشأ موقع " Tripod " الذي ركز على تسهيل اللقاءات بين الأفراد، و مكنهم من التفاعل عبر غرف الدردشة و تبادل الآراء و المعلومات و الأفكار الشخصية حول مواضيع متنوعة من خلال وسائل نشر شخصية عبر الصفحات. في نفس العام، قام راندي كونراندز (Randy Conrandz) بتصميم موقع Classmates.com بهدف مساعدة

<sup>1</sup> بورنان عبد الحق، خشاش عبد الرزاق، خلفان أسماء، دراوي نسيم، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي، مذكرة ليسانس، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2020، ص 18.

الأصدقاء و زملاء الدراسة السابقين الذين فرقتهم ظروف الحياة العملية على إعادة التواصل إلكترونياً. مما يدل على أن هذه المواقع قد عُرفت في الغرب قبل أن تنتشر لاحقاً في الدول العربية.

و ما نحاول توضيحه من خلال هذا الطرح الكرونولوجي هو تتبع المسارات التاريخية لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها اليوم بوابة ضخمة تضم ملايين البشر فيها من شتى أنحاء العالم و منه نجد أن ظهور موقع Sixdegrees.com سنة 1997 كمحاولة ناجحة أخرى في مجال التواصل الاجتماعي، الذي ركز على إنشاء روابط غير مباشرة بين الأفراد، بغض النظر عن خلفياتهم العلمية أو الثقافية أو الدينية. و قدم للمستخدمين عدة خدمات، من أبرزها إمكانية إنشاء الملفات الشخصية و إرسال الرسائل الخاصة. و مع ذلك، أُغلق الموقع لاحقاً بسبب عدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة.

أما في بداية الألفية الثالثة، فقد كان الانفجار الهائل على مستوى انتشار و ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في العالم حيث نجد إطلاق موقع Friendster.com كمنصة هدفها بناء علاقات صداقة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، و حقق شهرة واسعة. و في النصف الثاني من نفس العام، ظهر موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، قبل أن يتحول لاحقاً إلى شبكة تواصل اجتماعي مع تطور تقنيات الجيل الثاني للويب.

أما في سنة 2003، فقد شهدت الساحة الرقمية ظهور موقع Myspace.com الذي يعد من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة و الأكثر شهرة عالمياً في ذلك الوقت و تبعه ظهور العديد من المنصات مثل .Linkedin.com

في حين كانت سنة 2004 النشأة الرسمية لموقع Facebook.com و كان الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم. و ما نلاحظه هو الانتشار الهائل لعدد المشتركين في هذا الموقع الأخير بالنظر لما يقدمه و يوفره من خدمات للمستخدم.

و كما سبق الذكر فإن الألفية الثالثة كانت بمثابة ألفية الرقمنة و المواقع الرقمية إذ ظهرت منصات أخرى تشكل اليوم الواقع الافتراضي للإنسان الرقمي، ففي سنة 2005 ظهر موقع Youtube.com الذي ساهم في انتشار مفهوم مشاركة الفيديوهات عبر شبكة الانترنت. و فيعام 2006 تم إطلاق موقع Twitter حيث قدم نموذجا جديدا للتواصل الاجتماعي و سرعان ما انتشر على المستوى العالمي.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تطورا ملحوظا منذ ظهورها الأول، حيث تنوعت بين الشبكات ذات الطابع الشخصي و المنصات العملية المتخصصة. ومع ازدياد شعبيتها، تصدرت بعض الشبكات قائمة الأكثر استخداما، و على رأسها "فيسبوك".

#### • فيسبوك Facebook:

هي شبكة اجتماعية حظيت بانتشار واسع وتفاعل كبير، خاصة بين فئة الشباب في مختلف أنحاء العالم. بدأت كمجرد مدونة شخصية أنشئت في فبراير عام 2004 داخل جامعة "هارفارد" (Harvard University) بالولايات المتحدة الأمريكية، على يد طالب يُعرف بشغفه ببرمجة الحاسوب يُدعى "مارك زوكربيرج" (Mark Zuckerberg)، و الذي كان يعاني من صعوبات دراسية. لم يكن هو و رفيقاه يتوقعون أن هذا المشروع البسيط سيتحول في وقت قصير إلى منصة عالمية. فقد تجاوزت شهرة الموقع حدود الجامعة، وسرعان ما انتشر في المدارس الأمريكية، ليحصد عدداً متزايداً من الزوار، رغم أنه ظل في البداية محدود الاستخدام. وقد عبّر مارك زوكربيرج عن دهشته من النجاح بقوله: "أصبح الجميع يتحدث عن الفيسبوك الجامعي الذي كانت الإدارة

<sup>2</sup> مصطفى بورنان، اسماعيل عبد اللاوي، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الجمهور الرياضي للمنتخب الوطني لكرة القدم - الفيسبوك نموذجاً-، مذكرة ماجستير، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2017، ص 26.

تخطط لإنشائه. بدا لي من الغريب أن تستغرق الجامعة عامين لتنفيذه، بينما أدركت أنني قادر على إنجازه خلال أسبوع واحد فقط".<sup>1</sup>

يضم فيسبوك أكثر من مليار مستخدم نشط شهرياً (إحصائيات 2018). يوفّر للمستخدمين إمكانية مشاركة الصور، الفيديوهات والمقالات، بالإضافة إلى التواصل الفوري عبر الرسائل النصية، الصوتية، أو مكالمات الفيديو. كما يتيح إنشاء مجموعات والانضمام إليها، إلى جانب إمكانية ممارسة ألعاب عبر الإنترنت. ينشئ المستخدمون ملفات شخصية تحتوي على معلومات مثل تاريخ الميلاد، مكان الإقامة، الحالة الاجتماعية، والمجال الدراسي أو المهني، وتُرفق هذه الملفات بصور متعددة، منها صورة الملف الشخصي، صورة الغلاف، وألبومات تحتوي على منشورات وصور قام المستخدم بتحميلها أو تم الإشارة إليه فيها من قبل مستخدمين آخرين.<sup>2</sup>

#### • تويتر Twitter:

تقوم فكرة تويتر على تمكين المستخدمين من إرسال وقراءة تغريدات قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً، وقد أنشئ سنة 2006 في كاليفورنيا على يد دورسي، ستون، و ويليامز. يتيح الموقع تبادل الرسائل الفورية والنصية، ويُستخدم غالباً للإجابة عن سؤال "ماذا تفعل؟"، مما جعله وسيلة فعالة لتبادل الأخبار بسرعة وسهولة. يُعد تويتر من أكثر شبكات التواصل استخداماً عالمياً، و يدعم عدة لغات منها الإنجليزية و الفرنسية، مع غياب الإعلانات باللغة الإنجليزية. بلغ عدد مستخدميه حوالي 600 مليون في نهاية 2013، و 6 ملايين في الوطن العربي سنة 2014، بينما سجلت الجزائر نحو 4510 مستخدماً في الفترة نفسها.

<sup>1</sup> بليل كاتية، منصور كهينة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك نموذجاً - وعلاقته بالتوافق الدراسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2021، ص 29.

<sup>2</sup> بلعطار ريمة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام و الاتصال السمعي البصري، جامعة قسنطينة 3- صالح بونيدر، 2024، ص 55.

وقد أصبح تويتر منصة مهمة لمتابعة الأحداث السياسية والاقتصادية و الرياضية، مستقطبًا شخصيات بارزة ومؤسسات إعلامية، مما دفع العديد من وسائل الإعلام لتبني محتواه في تغطيتها الإخبارية.<sup>1</sup>

#### • يوتيوب Youtube:

تأسس موقع يوتيوب سنة 2005 على يد مجموعة من الموظفين السابقين في شركة PayPal، وقد ضم منذ بداياته مجموعة متنوعة من المقاطع تشمل الأفلام السينمائية والتلفزيونية، إلى جانب الفيديوهات الموسيقية. وفي عام 2006، اختارته مجلة "تايم" الأمريكية كواحد من أبرز منصات التواصل في العالم. و مع مرور الوقت، أصبح اليوتيوب منصة أساسية يعتمد عليها الفنانون، المدونون، الجامعات وغيرهم لنشر وتحميل محتوهم المرئي، سواء بهدف الترويج لأعمالهم أو مشاركة منتجاتهم أو عرض أغانيهم أو تقديم فيديوهات تعليمية للجمهور بشكل مجاني. وقد لاقى الموقع نجاحاً سريعاً، حيث وفر ملايين مقاطع الفيديو القصيرة للمستخدمين حول العالم، و دُعِم بأكثر من 45 لغة.<sup>2</sup>

#### • ماي سبيس MySpace:

هو موقع إلكتروني يوفر خدمات اجتماعية وإعلامية، حيث يشكّل منصة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين، بالإضافة إلى تقديم مجموعة من الخدمات الأخرى، مثل: خدمة التدوين أو المدونات (Blogs) و نشر الصور، الموسيقى و مقاطع الفيديو. يُعد هذا الموقع سادس أكثر المواقع شعبية على مستوى العالم، و يحتل المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام في الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فندوشي حمزة، آثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 3، سيدي عبد الله -زرالدة-، 2015، ص 114.

<sup>2</sup> قراد عبد الملك، الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي -دراسة في الأهمية و الأدوار-، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 1، مارس 2023، ص 244.

<sup>3</sup> بورنان عبد الحق، خشاش عبد الرزاق، خلفان أسماء، دراوي نسيم، المرجع السابق، ص 21.

● لينكد إن LinkedIn:

تم إنشاء هذا الموقع عام 2003 في كاليفورنيا من قبل شركة ريد هوفمان، حيث يُعد من شبكات التواصل الاجتماعي المتخصصة في المجال المهني. فهو يهدف إلى تسهيل التواصل بين الأشخاص العاملين في مختلف القطاعات أو داخل نفس المؤسسة أو الشركة. كما يُستخدم لبناء علاقات مهنية وتبادل الخبرات.<sup>1</sup>

● إنستغرام Instagram:

أُطلق تطبيق إنستغرام في عام 2010 كأحد مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح للمستخدمين التقاط الصور ومشاركتها، مع إمكانية نشرها على منصات أخرى مثل فيسبوك و تويتر. و في عام 2012، قامت شركة فيسبوك بشراؤه، ومنذ ذلك الحين شهد التطبيق تطورات كبيرة جعلته من أكثر المنصات شعبية، حيث جذب مئات الملايين من المستخدمين حول العالم.<sup>2</sup>

المطلب الرابع: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي:

● الشمولية:

تُعد من الخصائص الجوهرية للبيئة الرقمية، إذ تُساهم في إزالة الحواجز الجغرافية والمكانية، وتُسقط الحدود الدولية، مما يُمكن الأفراد، أينما كانوا، من التواصل والتفاعل في ما بينهم ببساطة وسهولة، دون أن تعيقهم المسافات أو الحدود التقليدية.

● تعدد الاستعمالات :

فشبكات التواصل الاجتماعي لا تقتصر على التواصل و التفاعل فقط، بل يمكن استخدامها في مجالات عديدة أخرى حيث يستعملها الطالب في التعلم من خلال مشاهدة الدروس و تبادل المعلومات و الوصول إلى محتويات

<sup>1</sup> بورنان عبد الحق، خشاش عبد الرزاق، خلفان أسماء، دراوي نسيم، المرجع السابق، ص 20.

<sup>2</sup> قراد عبد المالك، المرجع السابق، ص 244.

تعليمية متنوعة، و يستثمرها العالم لنشر علمه و تبادل المعارف و تثقيف الآخرين، كما يعتمد عليها الكاتب في التعبير عن أفكاره و مشاركتها و التواصل مع القراء، و تعد هذه الوسائل أيضا أداة فعالة لنشر الأخبار العاجلة و الفورية و متابعة الأحداث من مصادر مختلفة.<sup>1</sup>

#### ● سهولة الاستخدام:

تعد سهولة الاستعمال من العوامل الرئيسية التي ساهمت في انتشار شبكات التواصل الاجتماعي على نطاق واسع، فهذه المنصات تعتمد على واجهات بسيطة و لغة مرئية تعتمد على الحروف والرموز والصور. إضافة إلى ذلك، تتيح هذه الخصائص للمستخدمين إمكانية التفاعل والتواصل بطريقة سلسة و فعالة.

#### ● التفاعلية:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، فهي تتيح للمستخدمين إمكانية المشاركة الفعالة و ليس التلقي فقط. يمكن لأي فرد التعبير عن رأيه و تبادل الأفكار و المعلومات بالتعليق، الإعجاب، مشاركة المنشورات و حتى طرح الأسئلة و مناقشتها مع الآخرين. فهي تلغي السلبية المقيتة للإعلام القديم (التلفاز، الصحف، ...).

#### ● الصفحات:

تُعتبر الصفحات من أهم مكونات مواقع التواصل حيث توفر للأفراد، المؤسسات، الجمعيات أو الشركات فضاء خاص بهم لنشر المحتوى و التواصل مع المتابعين و تعزيز حضورهم الرقمي. كما تستخدم هذه الصفحات لتقديم الخدمات، عرض المنتجات أو التوعية بقضايا معينة، مما يزيد من فاعلية الوصول و التأثير.

<sup>1</sup> أوديني مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين ثقافة الطفل، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021، ص 34-35.

• الصور:

تستخدم خاصية الصور في وسائل التواصل لنقل الرسائل بطريقة بصرية واضحة و سريعة. فهي تُمكن المستخدم من التعبير عن مشاعره، تلخيص الأحداث، شرح الأفكار، توثيق المناسبات الخاصة أو العامة التي يشارك فيها، و تجعل المحتوى جذابا و مميزا و ملفتا للانتباه.

• خاصية الفيديو:

من أكثر الوسائط تأثيرا في منصات التواصل الاجتماعي هي الفيديوهات، لأنها تجمع بين الصورة و الصوت و الحركة، مما يجعل المعلومة أسهل و أوضح. تستعمل هذه الأداة في التعليم من خلال المقاطع و الفيديوهات التي تشرح الدروس بطريقة مبسطة، كما توظف في الترفيه كالفيديوهات الفكاهية أو التحديات بين الأصدقاء، و تلعب دورا مهما في الإعلام من خلال نقل الأخبار من مكان الحدث، وفي التسويق عبر الفيديوهات الترويجية للتعريف بمنتج أو علامة تجارية.

• خاصية المجموعات:

تُعد هذه الخاصية إحدى الركائز الأساسية في بنية شبكات التواصل الاجتماعي، حيث توفر بيئة رقمية افتراضية تجمع أشخاصا ذات اهتمامات و أهداف مشتركة، مثل مجموعات الدراسة، هواة مجال معين أو فرق العمل. يمكن لأعضاء المجموعة تبادل المعلومات، طرح الأسئلة، نشر الملفات أو تنظيم الأنشطة و النقاشات الجماعية حول مواضيع معينة. كما تسمح خاصية المجموعات بالتحكم في الخصوصية، حيث يمكن جعلها مفتوحة للجميع، أو مغلقة لا يمكن الولوج إليها إلا بموافقة من طرف المشرفين.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رحمان فتحى، فريدي طارق، أثر إدمان وسائل التواصل الاجتماعي على إصابات الظهر عند الشباب الرياضي - الفيسبوك نموذجًا-، مذكرة ماستر، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص 21-22-23.

المطلب الخامس: إيجابيات و سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي:

### 1. إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في عالم الاتصال و التفاعل، حيث أصبح لها حضور قوي و تأثير إيجابي ملموس على الفرد و المجتمع. فقد باتت جزءا أساسيا من الحياة اليومية و ساهمت في إحداث تغييرات واضحة على مختلف المستويات. و سنتناول أبرز الإيجابيات التي تميز هذه المنصات فيما يلي:

#### ● نافذة مطلة على العالم:

إذ شكلت شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لملايين الأفراد من مختلف الشعوب، و لا سيما في الدول العربية، مساحة مفتوحة للتعرف على أفكار و ثقافات متنوعة من شتى أنحاء العالم.

#### ● التعبير عن الذات و تكوين الهوية الرقمية:

تتيح وسائط التواصل للأشخاص الذين يفتقدون فرصة التعبير عن ذواتهم بشكل مستقل في المجتمع، إمكانية إنشاء هوية رقمية خاصة بهم من خلال التسجيل و تعبئة البيانات الشخصية على هذه المنصات. و ينظر لهذا التفاعل على أنه وسيلة لتعزيز الوعي الذاتي و تنمية الثقة بالنفس.

#### ● منبر للرأي و الرأي الآخر:

توفر أدوات التواصل الاجتماعي حرية تعديل الصفحات و نشر المحتوى الذي يعبر عن أفكار الفرد، آرائه، قناعاته و معتقداته دون قيود، حتى و إن كانت مخالفة لآراء الآخرين. و قد جعلت هذه الخصائص من هذه المنصات فضاء مفتوحا للنقاش و التفاعل و أداة فعالة للتعبير عن المواقف، خصوصا فيما يتعلق بقضايا الأمة المصرية.

• تعزيز روابط العائلة الواحدة:

ساهمت مواقع التواصل في تسهيل التفاعل بين أفراد العائلة و متابعة أخبار بعضهم البعض و الاطمئنان على أحوال أقاربهم و أبنائهم، خاصة و أنها غير مكلفة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية الأخرى.<sup>1</sup>

• منصة للتجارة الالكترونية:

أصبحت شبكات التواصل من أبرز الوسائل الحديثة المعتمدة في التسويق الرقمي، إذ تحولت إلى منصات نشطة لترويج السلع و الخدمات. و تستغل العديد من الشركات و المؤسسات هذه الوسائط لعرض منتجاتها و التواصل المباشر مع الزبائن.

• دعم الحملات المجتمعية والتضامن الإنساني:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة في تعزيز روح التضامن داخل المجتمع، حيث تساهم في توعية المواطنين و حشدهم حول قضايا إنسانية و خيرية، مثل جمع التبرعات أو تقديم الدعم للمرضى و المحتاجين.<sup>2</sup>

2. سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي:

تعد منصات التواصل الاجتماعي سلاحاً ذو حدين، فعلى الرغم من المزايا المتعددة التي توفرها، إلا أنها لا تخلو من مجموعة من السلبيات التي قد تؤثر سلباً على الأفراد والمجتمع على حد سواء. ومن أبرزها:

- المبالغة في نقل الأحداث، ترويج الشائعات و تداول الأخبار دون التحقق من صحتها.
- رفض و انتقاد الرأي الآخر، و أيضاً غياب ثقافة الحوار و النقاش القائم على الاحترام المتبادل.
- تضيق الوقت في التصفح عبر هذه المواقع على حساب المهام المدرسية و الأسرية.

<sup>1</sup> هلال بيطار، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي، مذكرة ماستر، المعهد العالي لإدارة الأعمال، 2022، ص 33.

<sup>2</sup> عبد الكريم تفرقتيت، مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات و السلبيات - دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة البليدة 2، العدد 15، 2016، ص 5.

- العزلة الاجتماعية و التقليل من التواصل الفعلي داخل الأسرة.
- الترويج للأفكار و السلوكيات التي تتعارض مع القيم و القوانين.
- سهولة الوصول إلى محتويات غير مناسبة و خادشة للحياء دون رقابة.
- التعرض للجرائم الالكترونية كالتحايل، الابتزاز، التزوير و انتحال الشخصيات.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: الإعلام الرياضي:

### المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي:

يُعرّف الإعلام الرياضي بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالأنشطة والألعاب الرياضية، بالإضافة إلى شرح القواعد والقوانين التي تحكمها، وذلك بهدف نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتعزيز وعيهم بمختلف الجوانب المرتبطة بالرياضة. ويُعدّ الإعلام الرياضي جزءاً من منظومة الإعلام المتخصص، نظراً لتركيزه على قضايا الرياضة والرياضيين.

ويرى محمد الحمامي أن الإعلام في المجال الرياضي يهتم بنشر المعلومات المعروفة و المرتبطة بمجال الرياضة، و تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية و التي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضية و ذلك من خلال وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين و تنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات البدنية و الحركية و توجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية.

<sup>1</sup> بلعطار ريمة، المرجع السابق، ص 54.

كما عرف كل من محمد خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم بأن الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي.

و تشمل منظومة العمل الإعلامي في هذا المجال النشر، والتفسير، والتعليق الموضوعي على الأحداث الرياضية، بهدف تقديم محتوى دقيق يرسخ الثقة لدى الجمهور، ويسهم في تشكيل رأي عام رياضي مستنير عبر مختلف وسائل الإعلام.

يتضح من هذا التعريف أن الإعلام الرياضي لا يعد نشاطا فرديا عشوائيا، بل يُمثّل منظومة متكاملة تخضع لقوانين و أسس مهنية و ضوابط أخلاقية تهدف إلى ضمان الموضوعية، النزاهة و احترام القيم الرياضية. و يعمل هذا النوع من الإعلام ضمن إطار منظم، تشرف عليه هيئات مختصة و تدعمه فرق عمل متكاملة من صحفيين، محللين و مختصين، لضمان تقديم محتوى موثوق و هادف. و تهدف هذه المنظومة إلى تحقيق غايات إستراتيجية تسعى إلى تطوير الوعي الرياضي، تشجيع المواهب و المساهمة في توسيع قاعدة الثقافة الرياضية لدى الجمهور، من خلال تزويده بالمعلومات الدقيقة وتحليل المستجدات وتفسير ما يدور على الساحة الرياضية.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: خصائص الإعلام الرياضي:

يتميز الإعلام الرياضي بعدة خصائص تجعله فريدا من نوعه و مؤثرا في المجتمع، نظرا لطبيعة الرياضة نفسها و علاقتها الوثيقة بالجمهور. و من أبرز هذه الخصائص:

- يتضمن الإعلام الرياضي جانبا كبيرا من الاختيار و الانتقاء، حيث أنه يحدد الفئة المستهدفة من الجمهور بدقة و يصوغ محتواه بما يتلاءم مع اهتماماتهم. فعلى سبيل المثال، هناك برامج تلفزيونية رياضية موجهة لجمهور كرة القدم، و مجالات رياضية تخاطب جمهور كرة اليد، و هكذا ...

<sup>1</sup> بوتلجة نخلة، بن عمراوي أمال، صديقي عبد المجيد، اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني "دراسة على عينة من متصفح موقع كورة"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023، ص 19-20.

- يتميز الإعلام الرياضي بطابعه الجماهيري، إذ يمتلك القدرة على جذب و تغطية مساحات واسعة من الجماهير، و ذلك بفضل الشعبية الكبيرة التي تحظى بها الرياضة بأنواعها المختلفة. فهو لا يقتصر على فئة عمرية أو اجتماعية محددة، بل يخاطب جمهوراً متنوعاً يمتد من هواة و مشجعين إلى متخصصين و مهتمين بالشأن الرياضي.
- يسعى الإعلام الرياضي، في إطار إستراتيجيته التوسعية، إلى جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور، لذلك غالباً ما يعتمد على محتوى موجه إلى نقطة وسطى افتراضية تمثل قاسماً مشتركاً بين اهتمامات أغلب المتابعين. و تصاغ البرامج و التقارير بأسلوب يراعي التنوع الثقافي و الاجتماعي للجماهير.
- يعد الإعلام الرياضي، بمختلف وسائله، مؤسسة اجتماعية تتفاعل بعمق مع البيئة التي تنشط فيها، إذ يتأثر بها و يؤثر فيها في الوقت نفسه. و من أجل فهم هذا النوع من الإعلام بشكل صحيح، ينبغي أولاً دراسة المجتمع الذي ينتمي إليه، حتى لا تتعارض الرسائل الإعلامية الرياضية التي يقدمها مع القيم و التقاليد السائدة. فالإعلام الرياضي يمثل مرآة تعكس ملامح المجتمع و ثقافته و فلسفته العامة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياضي:

#### 1. الوظيفة الإخبارية:

تُعتبر الوظيفة الإخبارية من المهام الأساسية التي يضطلع بها الإعلام الرياضي، حيث تعتمد على نقل الأخبار والمعلومات والمعارف المرتبطة بالرياضة إلى الجمهور بصورة منتظمة ومستمرة، من خلال مختلف وسائطه المكتوبة والمرئية. ويتميز هذا الدور بتوفير تغطية دقيقة، صحيحة، وشاملة للمستجدات الرياضية، بما في ذلك نتائج المباريات، وتحركات الفرق، وأداء اللاعبين. بالإضافة إلى ذلك، يواكب الإعلام الرياضي التطورات في المجال الرياضي، وينقل كل ما هو جديد، بجانب تتبع ومتابعة الفعاليات والأنشطة الرياضية المحلية والدولية.

<sup>1</sup> خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي "الجزء الأول"، مركز الكتاب، ط 1، 1998، ص 25.

## 2. الوظيفة التثقيفية:

تهدف الوظيفة التثقيفية في الإعلام الرياضي إلى تعميق إدراك الجمهور الرياضي للأحداث والقضايا المتعلقة بالمجال الرياضي، بما في ذلك الجوانب الصحية، النفسية، الاجتماعية، والثقافية المرتبطة بالرياضة. و يسعى الإعلام في هذا الإطار إلى تناول موضوعات تثقيفية مدروسة تعزز الوعي الرياضي، وتدفع نحو تبني سلوكيات إيجابية، مستنداً في ذلك إلى أساليب عرض هادفة تدعم التثقيف والتحليل داخل هذا الميدان.

## 3. الوظيفة الترويحية:

يسهم الإعلام الرياضي كذلك في أداء وظيفة ترويحية، تتجسد في التخفيف من الضغوط النفسية والتوترات اليومية التي يعاني منها الجمهور، من خلال تقديم محتوى ترفيهي يعزز الشعور بالمتعة والتسلية. و تبرز أهمية هذا الدور في قدرته على مساعدة الأفراد في استثمار أوقات فراغهم بطريقة إيجابية وممتعة، وذلك عبر عرض القصص الرياضية المثيرة، وتغطية المسابقات والفعاليات التنافسية، إلى جانب تسليط الضوء على الصور و المشاهد الرياضية ذات الطابع الاستعراضي والمثير.

## 4. الوظيفة التجارية و الخدمائية:

ترتكز هذه الوظيفة على تقديم المعلومات والخدمات للجمهور، كالإعلان عن مواعيد المباريات ومناسبات تنظيمها، إلى جانب الاستجابة لاستفسارات المتابعين في الشأن الرياضي، بما يسهم في تعزيز انخراط أفراد المجتمع الرياضي وتفاعلهم مع مختلف الفعاليات، وتحقيق نوع من التكامل والترابط بينهم على اختلاف فئاتهم واهتماماتهم.

أما من الناحية التجارية، فيضطلع الإعلام الرياضي بدور مهم في الترويج للسلع والخدمات والأفكار ذات الصلة بالمجال الرياضي، وذلك من خلال إيصال رسائل إعلانية تسويقية تستهدف شرائح متعددة من الجمهور. وبهذا يُعد الإعلام الرياضي أداة فعالة لنشر المعلومات ذات الطابع التجاري و الخدماتي.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: عناصر الإعلام الرياضي:

يتكون الإعلام الرياضي من مجموعة عناصر مترابطة تساهم في إيصال الرسالة الرياضية إلى الجمهور بفعالية، و من أهم هذه العناصر:

#### 1. المرسل:

هو الجهة التي تصدر عنها الرسالة الإعلامية، و قد يكون فردا أو مؤسسة. فقد يتمثل في الاتحاد الرياضي، النادي، اللاعب أو المدرب، بحسب طبيعة الحدث أو الرسالة. و في بعض الأحيان، تقوم الوسيلة الإعلامية نفسها بدور المرسل، من خلال ما يكتبه الصحفيون الرياضيون من مقالات تحليلية أو آراء نقدية أو تحقيقات صحفية، تعبر عن توجه الوسيلة الإعلامية أو سياسة تحريرها.

#### 2. الوسيلة الإعلامية:

هي الأداة التي يتم من خلالها نقل الرسالة الإعلامية من المرسل إلى المستقبل، و قد تكون على شكل صحيفة ورقية، الإذاعة و التلفزيون، بالإضافة إلى الوسائط الحديثة كالمواقع الالكترونية و منصات التواصل الاجتماعي.

#### 3. المستقبل:

أو المتلقي، و هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية، و يشمل جميع فئات الجمهور من مشجعين، رياضيين و متابعين متخصصين.

<sup>1</sup> فندوشي حمزة، المرجع السابق، ص 48-49.

#### 4. الرسالة الإعلامية:

تعد الرسالة الإعلامية العنصر الأساسي الذي تنقله وسيلة الإعلام الرياضي إلى المستقبل بهدف إيصال مضمون معين. و يعتمد الإعلام الرياضي في تحقيق أهدافه على جودة الرسالة التي يقدمها، من حيث دقة مضمونها، اعتمادها على الحقائق و الأرقام و مواكبتها لمستجدات العصر، كما يجب أن تتناسب الرسالة مع مستوى الجمهور المتلقي من حيث أعمارهم و احتياجاتهم. و تقيم الرسالة الإعلامية الرياضية بناءً على مدى تحقق هذه المعايير، فكلما كانت الرسالة موضوعية و دقيقة، زادت فاعليتها و تأثيرها في الجمهور مما يعزز ثقته و تفاعله الإيجابي مع المحتوى.<sup>1</sup>

#### المطلب الخامس: وسائل الإعلام الرياضي:

تعد وسائل الإعلام الرياضي من أهم الأدوات التي تسهم في نقل الأحداث و إيصال المعلومة الرياضية إلى الجماهير، كما تلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام الرياضي. و تتنوع هذه الوسائل بين التقليدية و الرقمية، حيث يمكن تقسيمها إلى صنفين كما يلي:

#### 1. وسائل الإعلام المطبوعة:

و تعد من أقدم أشكال الإعلام الرياضي، فهي تعتمد على الورق كأداة رئيسية إلى جانب استخدام الحبر والآلة الطابعة كوسائط تقنية أساسية في عملية إخراج المعلومة، و من أهمها:

#### • الصحف و الجرائد:

تلعب دوراً مهماً في نشر الأخبار، المعلومات و المستجدات الرياضية على الصعيد المحلي أو الوطني أو الدولي. و تمتاز بعرض المحتوى بطريقة تحليلية تتضمن آراء الخبراء و المختصين حول مختلف الأحداث، إضافة إلى تنوع

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، دار اليازوري العلمية، ط1، 2014، ص 42.

المواد المنشورة بما بين مقالات وتقارير وإعلانات. و رغم تراجع انتشارها أمام الإعلام الرقمي، مازالت تحظى بثقة فئة من الجمهور.

• المجالات:

تتميز المجالات بأسلوبها الجذاب في التصميم و تنوع محتواها مقارنة بالجراند، إذ توفر تغطية شاملة للأحداث الرياضية، مقابلات مع الرياضيين و تقارير تحليلية. و عادة ما تحتوي على فهرس للمحتويات في الصفحات الأولى تسهل على القارئ الوصول إلى المواضيع التي تهتمه.

2. وسائل الإعلام الغير مطبوعة:

و تضم الوسائل المسموعة، المرئية و الإلكترونية. و هي تقدم محتوى سريعاً و تفاعلياً يصل إلى جمهور واسع دون الحاجة إلى الطباعة، و منها:

• المذياع (الراديو):

و هو من الوسائل السمعية التي تعتمد على الصوت لتحقيق التواصل ونقل الأحداث الرياضية إلى الجمهور، حيث يتميز الراديو بسرعه في بث الأخبار والحوارات الرياضية بطريقة مباشرة وسريعة، و يتيح للمستمعين متابعة المباريات و النتائج أولاً بأول. كما يتميز بسهولة الحمل وقلّة التكاليف، ويُستخدم على نطاق واسع لنقل الأحداث الرياضية على مدار اليوم.

• التلفزيون:

يُعد التلفزيون من أبرز وأهم وسائل الإعلام، ولا يمكن الاستغناء عنه رغم تطور باقي الوسائل. فهو يتمتع بتأثير كبير في توجيه الرأي العام الرياضي، و يتميز بقدرته على دمج الصوت و الصورة، مما يجعله وسيلة فعالة تُستخدم لتقديم المعلومة الرياضية بشكل بصري وسمعي في آن واحد. كما تساهم البرامج الرياضية المتنوعة المعروضة عبر التلفزيون في إثراء الثقافة الرياضية لدى الجمهور و تعزيز شعور المتابعة الجماعية للأحداث الرياضية.

### • الانترنت:

الإنترنت عبارة عن شبكة تربط مجموعة من الأجهزة مع بعضها البعض، وتتيح نقل وتبادل المعلومات بسهولة وسرعة. و يعتمد عمل هذه الشبكة على مجموعة من القواعد التقنية تُعرف بالبروتوكولات مثل بروتوكول الإنترنت (IP) وغيره، مما يُمكن الأجهزة المختلفة من التواصل فيما بينها.

يعد الانترنت من أحدث و أقوى وسائل الإعلام الرياضي، حيث يتيح للمستخدم الاطلاع على كل جديد في عالم الرياضة، نتائج المباريات، الصور و الفيديوهات في أي وقت و من أي مكان. كما يوفر إمكانية البث المباشر للمباريات و البطولات مع جودة عالية و تغطية تفاعلية، و ذلك من خلال المواقع الالكترونية، الصحف الرقمية، الصفحات الرياضية عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، يوتيوب، تويتر، انستغرام،... الخ.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث: العلاقة بين الإعلام الرياضي و مواقع التواصل الاجتماعي:

مع التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال، شهد المشهد الإعلامي الرياضي تحولا جذريا جوهريا مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي، التي غيرت قواعد التفاعل بين الوسائل الإعلامية التقليدية و الجمهور، حيث أصبحت هذه الوسائل جزءا لا يتجزأ من منظومة نقل الأخبار و تحليل الأداء الرياضي.

<sup>1</sup> قراد عبد الملك، المرجع السابق، ص 242.

لقد أدى الانتشار الكبير للمواقع الرياضية الإلكترونية إلى انحسار تأثير وسائل الإعلام التقليدية، الأمر الذي استدعى من هذه الوسائل أن تساير التغير الرقمي من خلال التواجد الفعّال على منصات التواصل الاجتماعي التي شهدت إقبالاً متزايداً من المستعملين. و ساعدت هذه المنصات في تقوية تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي، وأضحت وسيلة مهمة لعرض المواد الإعلامية ونشرها على نطاق واسع.

وفرت شبكات التواصل الاجتماعي فضاءً بديلاً و منافساً لوسائل الإعلام التقليدية من صحف، إذاعات و قنوات تلفزيونية لتغطية الأخبار و المباريات و تحليل الأحداث، التي كانت تعتمد على نخبة من الصحفيين و المتخصصين في إعداد المحتوى، بينما يظل الجمهور في موضع المتلقي السليبي. أما اليوم، بات المستخدم بإمكانه الاطلاع على مستجدات الرياضة من خلال مصادر متعددة كالفيديوهات، الصور و التقارير المنشورة عبر الانترنت، و كذا التفاعل المباشر و المشاركة في النقاشات الرياضية.

و تتمثل أبرز الاستخدامات لوسائل التواصل الاجتماعي في الإعلام الرياضي فيما يلي:

- المساهمة بشكل فعال في نشر الثقافة الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المنشورات المتنوعة التي تهدف إلى تبسيط المفاهيم الرياضية. و من أبرز الوسائل الحديثة في هذا المجال: البث المباشر، الذي يسمح للأندية، الصحفيين و الإعلاميين بتغطية الفعاليات الرياضية لحظة بلحظة مع فتح باب التفاعل الآني مع الجمهور.

- أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في تعزيز الوعي بأهمية الرياضة في الحياة اليومية، وذلك من خلال تسليط الضوء على فوائدها المتعددة سواء على الصعيد الجسدي كتحسين اللياقة البدنية و الوقاية من الأمراض المزمنة، أو النفسي والاجتماعي من خلال تقوية الثقة بالنفس و تقليل التوتر و تنمية روح التعاون، و ذلك عبر المحتوى المنشور في مختلف المنصات.

- أسهمت منصات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بين المستخدمين للحد من انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة و الممارسات الغير صحيحة في المجال الرياضي، من خلال نشر محتوى علمي دقيق يعتمد على مصادر موثوقة، و محاربة الظواهر السلبية التي يروج لها أفراد غير مؤهلين على هذه المواقع.
  - لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورا فاعلا في الارتقاء بمستوى الإعلام الرياضي ليصبح أكثر مهنية و احترافية، من خلال تقديم محتوى بصري وتفاعلي متنوع مع المتابعين، ما جعله يتجاوز الإعلام التقليدي من حيث الشكل والمضمون، خاصة بفضل الاستخدام المتعدد للوسائط الرقمية كالصور، الفيديوهات و الرسوم التوضيحية، مما زاد من جاذبية المحتوى الرياضي وأتاح فرصاً أوسع للتفاعل.
  - إن تنوع المضامين الإعلامية على صفحات التواصل الاجتماعي و احتوائها على مختلف عناصر العملية الاتصالية الأساسية (المرسل، الرسالة، الوسيلة و المتلقي)، ساعد على إرساء إعلام رياضي رقمي منظم، واضح المعالم، متكامل الأدوار و أكثر فاعلية في الوصول إلى المتلقي الرياضي بشكل مباشر و شخصي، مما يعزز مكانته ضمن منظومة الإعلام الحديث.<sup>1</sup>
- و بناء على ما سبق، يمكن القول أن العلاقة بين الإعلام الرياضي و مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بكونها علاقة مركبة من التكامل و التنافس في آن واحد، و تشكل أسلوبا من أساليب العمل الإعلامي الجديد الذي يفرض نفسه في جميع المجالات من جهة، و تفرض تحديات جديدة تتطلب مزيدا من الوعي و الاحترافية في التعامل مع الوسائط الرقمية من جهة أخرى.

<sup>1</sup> قراد عبد المالك، المرجع السابق، ص 247، 248.

## خلاصة:

في ضوء ما تم عرضه في هذا الفصل، يتبين أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أصبحت فاعلا أساسيا في المشهد الإعلامي الرياضي، لما توفره من إمكانيات هائلة في النشر والتفاعل والوصول إلى جمهور واسع في وقت قياسي. وقد أتاح هذا التطور انتقال الإعلام الرياضي من أساليبه التقليدية نحو أنماط جديدة أكثر ديناميكية وتفاعلية.

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي و الإعلام الرياضي، من خلال عرض تعاريفها، خصائصها، وظائفها مع الوقوف على إيجابياتها وسلبياتها. كما تم تسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين الطرفين وما نتج عنها من تحولات في طريقة إنتاج ونقل المحتوى الرياضي، ومدى تأثير ذلك على الجمهور المتلقي.

إن الفهم الجيد لهذه العلاقة المتبادلة بين الإعلام الرياضي و وسائل التواصل الاجتماعي يُعد خطوة أساسية لفهم التغيرات التي يعرفها القطاع الإعلامي في العصر الرقمي، ويمهد الطريق أمام مزيد من الدراسات المعمقة في هذا المجال الحيوي و المتجدد.

تمهيد:

أدى التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال إلى إحداث تحولات عميقة في المشهد الإعلامي العالمي، حيث لم تعد القنوات التقليدية وحدها تحتكر صناعة الخبر وتوجيه الرأي العام، بل ظهرت وسائط جديدة غيّرت طبيعة الإنتاج الإعلامي وطرق استهلاكه. وفي هذا السياق، فرض الإعلام الرقمي نفسه كأداة فعالة لنقل المعلومات وتبادلها، خاصة في المجال الرياضي الذي يتسم بطابعه الجماهيري الواسع وتحديثاته المستمرة.

و في الجزائر، بدأت معالم هذا التحول تظهر تدريجياً، لا سيما مع تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية و وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص موقع "فيسبوك"، الذي تحوّل إلى مصدر رئيسي لمتابعة الأخبار الرياضية، وتفاعل الجمهور مع الأحداث والنتائج، والتعبير عن آرائهم. و قد برزت العديد من الصفحات الرياضية الجزائرية التي تستقطب اهتمام المتابعين، وتقوم بأدوار إعلامية مكتملة أو بديلة عن الإعلام التقليدي.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم نظرة شاملة حول واقع الإعلام الرياضي الرقمي في الجزائر، من خلال الوقوف على مفهوم الإعلام الرقمي ومرادفاته، و مقارنته بالإعلام التقليدي، واستعراض مراحل نشأته محلياً، مع تحليل التحديات التي تواجهه، والفرص المتاحة لتطويره. كما سيتم التطرق إلى أبرز الصفحات الرياضية الجزائرية النشطة على الفيسبوك، باعتبارها نموذجاً حياً لتطور هذا النمط من الإعلام في البيئة الرقمية.

## المبحث الأول: الإعلام الرقمي في الجزائر:

## المطلب الأول: تعريف الإعلام الرقمي و مرادفاته:

يعد مصطلح "الإعلام الرقمي" من المفاهيم الحديثة التي تطرح في مقابل "الإعلام التقليدي"، و لم يحسم بعد في تحديد تعريف جامع له، و ذلك لأن ملامحه لا تزال في طور التشكل و التطور. كما أن طبيعة التطور السريع للتكنولوجيا و ثورة المعلومات تنذر بإمكانية ظهور أشكال إعلامية أكثر حداثة في المستقبل، مما يجعل من الصعب اعتبار الشكل الحالي للإعلام الرقمي الجديد نهائيا أو ثابتا.

و يمكننا تعريف الإعلام الرقمي " بأنه مجموعة من الوسائل، الأساليب و الأنشطة الرقمية الحديثة التي تتيح إنتاج المحتوى الإعلامي و نشره و تلقيه بمختلف أشكاله، من خلال الأجهزة و الوسائط الالكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت، مع توفير درجة من التفاعل بين المرسل و المستقبل. و يشمل هذا الإعلام النصوص، الصور، الفيديوهات، البودكاست و منصات التواصل الاجتماعي، و يتميز بسرعة النشر، سهولة الوصول، الانفتاح على التفاعل و التحديث المستمر".<sup>3</sup>

و في هذا السياق، سنقدم أبرز التعاريف التي تناولت الإعلام الرقمي، إذ يعرفه فرانسيس بال Francis Balle بأنه: " منتج إعلامي يتم تصفحه على الخط و من خلاله يتم نشر معلومات - نص، صوت، صور- فهو ثمرة المعالجة الصحفية المقدمة عن طريق تقنيات النشر الإلكتروني".<sup>4</sup>

ويعرفه باحثون آخرون بأنه: " عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد

<sup>3</sup> ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كاني، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، ط 1، 2015، ص 19.

<sup>4</sup> Francis Balle.(2016). Médias et sociétés, édition, presse, cinéma, radio, internet. Lextensto éditions.

بشكل رئيسي على الانترنت التي تتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقديم مواهبهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة".<sup>1</sup>

ويرى عامر إبراهيم قنديلجي بأن: " الإعلام الإلكتروني هو الذي ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له وتديره مؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متقدمة ومتباينة، ويتميز هذا النوع من الإعلام بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وكذا شدة التأثير".<sup>2</sup>

للإعلام الرقمي مرادفات عديدة، نذكر منها:

"الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الجديد، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الآلي، الإعلام الشبكي، الإعلام الشعبي، إعلام المجتمع، صحافة المواطن، ... الخ".<sup>3</sup>

استنادا إلى التعاريف السابقة الذكر، يمكن تحديد مجموعة من الخصائص التي تميز الإعلام الرقمي، من

بينها:

- ✓ أنه يعد منشورا دوريا بصيغة الكترونية، يتضمن آخر المستجدات و الأخبار الفورية.
- ✓ يعتبر خدمة اتصال تعتمد على الانترنت كوسيلة رئيسية للنشر و بث المحتوى.
- ✓ يتسم بسرعة الانتشار، قلة التكاليف و قوة التأثير في الجمهور.
- ✓ يعد منتوجا إعلاميا متعدد الوسائط، حيث يمزج بين النصوص، الصور و الصوت لتقديم محتوى تفاعلي و جذاب.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الصحافة الإلكترونية الرقمية، دار الإعصار العلمي، ط 1، 2015، ص 70.

<sup>2</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط 1، 2015، ص 69.

<sup>3</sup> ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص 19.

<sup>4</sup> إلهام بونلجي، الإعلام الإلكتروني في الجزائر، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 2، ديسمبر 2021، ص 556.

### المطلب الثاني: مقارنة بين الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي:

رغم تشابه بعض الجوانب التنظيمية و المهنية بين الإعلام الرقمي و التقليدي، إلا أن هناك اختلافات جوهرية بينهما تبدو واضحة في طريقة النشر، الوصول إلى المحتوى و التفاعل مع الجمهور. في هذا السياق نستعرض أبرز أوجه التشابه و الاختلاف بين الإعلام الرقمي و التقليدي:

#### 1. أوجه التشابه:

- يشترك الإعلام الالكتروني مع الإعلام التقليدي في وجود طواقم مسيرة من مديرين، رؤساء تحرير، صحفيين و تقنيين محترفين.
- يستفيد الإعلام الالكتروني من الوسائط المتعددة مثل الصور، الفيديو و الصوت كما هو الحال في الإعلام التقليدي مثل التلفزيون.
- الإعلام التقليدي يعزز حضوره عبر الانترنت بإنشاء مواقع الكترونية، ما يعكس التكامل بين الإعلام التقليدي و الالكتروني.
- بالرغم من الفوارق التقنية، يخضع الإعلام الالكتروني في العديد من البلدان لنفس القوانين التي تنظم الصحافة التقليدية، مثل قوانين الصحافة و النشر.

#### 2. أوجه الاختلاف:

- الإعلام التقليدي يُقدّم من خلال الصحف الورقية، الإذاعات، و التلفزيونات أما الإعلام الالكتروني فيعتمد على الانترنت و يُقدّم عبر صفحات الويب و التطبيقات.
- الإعلام الالكتروني يتميز بالانتشار العالمي بفضل الإنترنت، حيث يمكن الوصول إليه من أي مكان و في أي وقت، بينما يبقى الإعلام التقليدي محدودًا في انتشاره الجغرافي و الزمني.

- الإعلام الإلكتروني متاح على الأجهزة الإلكترونية مجاناً في الغالب، مما جعله أكثر إقبالاً، بينما الإعلام التقليدي يتطلب أحياناً اشتراكات أو شراء مواد صحفية.
- الصحف التقليدية تواجه أزمة نتيجة انخفاض عدد قراء الصحف الورقية، وارتفاع تكاليف الإنتاج، مما يعزز الاتجاه نحو التحول الرقمي.
- الإعلام الإلكتروني يمتاز بكونه فورياً و تفاعلياً، حيث يمكن للجمهور التفاعل مباشرة مع المحتوى، عكس الإعلام التقليدي الذي يتسم بتأخر وصول المعلومة و صعوبة التفاعل.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: نشأة و تطور الإعلام الرقمي في الجزائر:

يتفق الباحثون في مجال الإعلام الرقمي (الإلكتروني) في الجزائر على أن انطلاقته كانت متأخرة نسبياً مقارنة ببعض الدول العربية و الأوروبية. فقد بدأت أول تجربة فعلية مع جريدة الوطن سنة 1997، غير أن ظهور الصحف الإلكترونية الخالصة لم يتحقق إلا خلال العقد الأخير. و يمكن تقسيم مسار تطور الإعلام الرقمي في الجزائر إلى ثلاث مراحل رئيسية:

- **مرحلة التأسيس:** من 1997 إلى 2005: تميزت هذه الفترة بظهور مواقع الكترونية تابعة للصحف الورقية، حيث كانت مجرد نسخ رقمية للصحف تُنشر بصيغة PDF و مع توسع استخدام الانترنت في الجزائر بداية من سنة 2000، بدأت هذه الصحف في تطوير مواقعها باستخدام صيغة HTML، ما أتاح لها توظيف الوسائط المتعددة بشكل أوسع.<sup>2</sup>

- **مرحلة الانطلاقة:** من 2006 إلى 2012: شهدت هذه الفترة ظهور مواقع إخبارية رقمية خالصة pure players، لا تمتلك أي إصدار ورقي. و قد هيمنت المواقع الناطقة بالفرنسية على الساحة الإعلامية،

<sup>1</sup> عبد الكريم تفرقيت، بين "سوشال ميديا" و بين الإعلام الإلكتروني و الإعلام التقليدي، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 1، جوان 2022، ص 75، 76.

<sup>2</sup> نصر الدين العياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب ارهصات التغيير، 2019، ص 178.

مستفيدة من استضافات رقمية خارج الجزائر. من أبرز هذه المواقع نذكر " Tout sur l'Algérie " (TSA) " الذي أُطلق في 2007، تلاه " Algérie Focus " سنة 2008، ثم " Algérie 360 " في 2009، و " Maghreb Emergent " سنة 2010. كما ظهرت لاحقاً " Algérie Patriotique " سنة 2011، و " Algérie 1 " في 2012.

● مرحلة الانتشار: من 2013 إلى اليوم: شكلت نهاية عام 2013 نقطة تحول مهمة مع إطلاق شبكة الجيل الثالث للإنترنت، مما تزامن مع تقنين الصحافة الإلكترونية لأول مرة ضمن قانون الإعلام لسنة 2012، إلى جانب تنامي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية منافسة. هذا المناخ سمح بظهور عدة مواقع إخبارية باللغة العربية مثل سبق برس و الجزائر 24 انطلاقة من سنة 2013 و 2016 على التوالي.

يجدر التنويه بأن الإعلام الإلكتروني في الجزائر شهد نمواً سريعاً خلال السنوات الأخيرة، و يعود هذا التطور إلى التوسع المتزايد في استخدام الإنترنت، رغم أن الجزائر عرفت تأخراً نسبياً مقارنة ببعض الدول الأخرى. فقد ساهم إدخال خدمات الجيلين الثالث والرابع للإنترنت بشكل كبير في رفع عدد المستخدمين، حيث أشار تقرير صادر عن وزارة البريد والمواصلات إلى ارتفاع عدد المشتركين من حوالي 1.15 مليون مشترك سنة 2012 إلى أكثر من 42.9 مليون مع بداية عام 2019. كما بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر نحو 26.35 مليون مستخدم فعلي في جانفي 2021، وفقاً لما أورده موقع Datareporta.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إلهام بوتلجي، المرجع السابق، ص 557.

المطلب الرابع: تحديات الإعلام الرقمي في الجزائر:

رغم ما شهده الإعلام الرقمي في الجزائر من تطور ملحوظ خلال السنوات الأخيرة، إلا أن هذا المسار لم يكن خاليًا من العراقيل و العقبات. فقد واجه هذا القطاع عدة صعوبات حالت دون تحقيقه لانتقال نوعي ومتكامل نحو إعلام الكتروني فعال ومستقل. و يمكن إيجاز هذه التحديات فيما يأتي:

- تعاني المؤسسات الإعلامية الإلكترونية من صعوبات كبيرة في الحصول على مصادر تمويل مستقلة، و يرجع ذلك إلى غياب قانون واضح ينظّم سوق الإعلانات، مما أدى إلى احتكار الوكالة الوطنية للنشر والإشهار لهذا المجال، الأمر الذي يحد من فرص دعم المواقع الرقمية.
- ضعف تدفق الإنترنت في الجزائر مما يؤثر على فعالية المنصات الإعلامية الرقمية و يعقد عملية الوصول إلى جمهور أوسع.
- أنظمة الدفع الإلكتروني المتوفرة لا تزال محدودة وغير مشجعة، ما يقلل من إمكانية اعتماد نماذج تمويل حديثة تعتمد على الاشتراكات أو التبرعات، وبالتالي يعيق استقلالية هذه الوسائط الإعلامية.
- مواجهة العديد من المؤسسات الإعلامية الرقمية لفراغ قانوني بسبب غياب إطار تشريعي دقيق يُنظم نشاطها، و هو ما شكل عائقًا أمام الناشرين وأثر على شرعية و شفافية العمل في هذا المجال.
- تعاني أغلب المواقع الإخبارية المستقلة من نقص في الإمكانيات المادية و التقنية، ما يُقلل من قدرتها التشغيلية و يضعف تنافسيتها مقارنة بالوسائل الإعلامية المدعومة.
- تفتقر المؤسسات الإعلامية الرقمية في الجزائر إلى استراتيجيات عمل واضحة تُنظم مسارها و تحدد أهدافها و خططها المستقبلية، مما يؤدي إلى نوع من العشوائية في الأداء و القرارات التحريرية و التسييرية.

- يواجه الصحفي الإلكتروني تحديات مضاعفة، نظراً لتعدد المهارات المطلوبة منه كالتصوير، المونتاج، التحرير، والنشر الرقمي، في ظل غياب برامج تكوين كافية تؤهله لممارسة هذه المهام بفعالية. هذا النقص في التكوين يؤثر سلباً على جودة المحتوى و على قدرة الإعلام الرقمي على كسب ثقة المتلقي.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: الأحداث الرياضية و مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائط الرقمية التي ساهمت في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والأحداث الرياضية، حيث ألغت الحدود الزمانية والمكانية، وجعلت من التغطية الفورية والمباشرة واقعاً يومياً. غير أن العلاقة المبنية بين مواقع التواصل و الرياضة ليست فقط العلاقة التي ذكرناها مما سبق، و إنما تعبر أيضاً على مدى مرئية هذه الوسائط في المجتمع الرقمي، حيث تُعطى للتفاصيل أهمية بالغة داخل الفضاءات الافتراضية. فبمجرد الولوج إلى الصفحات أو المواقع الرياضية على هذه المنصات، يمكن للمستخدم أن يطلع على تفاصيل دقيقة، وقراءات معمّقة، وتحليلات آنية حول مختلف الأحداث الجارية في جميع أنحاء العالم. وبذلك، فإن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم الروافد الرقمية لنقل وتغطية الأحداث الرياضية لم يعد مجرد خيار، بل باتت حتمية تكنولوجية تفرضها طبيعة المجتمعات الرقمية المعاصرة.

### المطلب الأول: الانتشار العالمي للأحداث الرياضية عبر المنصات الرقمية:

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للأحداث الرياضية الوصول إلى جمهور عالمي في الوقت الفعلي، حيث تحوّلت من مجرد وسائط ثانوية إلى منصات أساسية لبث ومتابعة الفعاليات الرياضية بشكل مباشر وآني. ما كان في الماضي حكراً على الجماهير المتواجدة داخل الملاعب أو المتابعين عبر القنوات التلفزيونية التقليدية، أصبح اليوم متاحاً لملايين المستخدمين حول العالم عبر منصات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام و تيك توك. ففي حدث كبير، مثل كأس العالم، اليورو، دوري أبطال أوروبا و كأس إفريقيا، يمكن للمتابعين و المشجعين مشاهدة المباريات

<sup>1</sup> إلهام بوتلجي، المرجع السابق، ص 564.

مباشرة أو استكشاف كواليس التحضيرات أو متابعة المقابلات الحصرية لحظة بلحظة، و هو ما يكرس مبدأ الآنية والتفاعلية في التغطية الإعلامية.

### المطلب الثاني: التغطية الرياضية من خلال البث المباشر و المحتوى المرئي:

يُعد البث المباشر أحد أبرز مظاهر هذا التحول، إذ توفر خدمات مثل YouTube Live، Facebook Live و Instagram Live نقل الحدث فور حدوثه، مانحة الجمهور تجربة حضور افتراضي حقيقية. هذه التجربة لا تقتصر على المشاهدة فقط، بل تشمل التفاعل من خلال التعليقات، الإعجابات، واستطلاعات الرأي التي تنظم أثناء البث. وبهذا الشكل، لم تعد المسافة الجغرافية أو غياب التغطية التقليدية عائقاً أمام متابعة الحدث الرياضي، بل أصبح الوصول الرقمي اللازمكاني أحد أبرز مميزات الإعلام الرياضي المعاصر.

و في هذا السياق، يُعتبر المحتوى المرئي الملوك على منصات التواصل، إذ تتميز الصور ومقاطع الفيديو بقدرتها العالية على جذب الانتباه ومشاركة المشاعر المرتبطة بالحدث الرياضي بشكل أكثر ديناميكية من النصوص أو الإعلانات التقليدية. تنتشر مقاطع المباريات، اللحظات الحاسمة، ردود أفعال الجماهير، واللقطات الفريدة بسرعة واسعة، ما يؤدي إلى تفاعل جماهيري كثيف. وهذا ما يظهر جلياً في تغطيات أحداث كبرى مثل الألعاب الأولمبية أو الدوري الأمريكي لكرة السلة للمحترفين، حيث تُنتج المؤسسات محتوى بصرياً احترافياً يلقي رواجاً و انتشاراً عالمياً، و يزيد من ترسيخ الحضور الرقمي للحدث.

### المطلب الثالث: الهاشتاغ كأداة في الترويج الرقمي للأحداث الرياضية:

أصبحت الوسوم (الهاشتاغات) أداة لا غنى عنها في إستراتيجية الترويج الرقمي للأحداث الرياضية، فهي تسمح بتجميع النقاشات وتنظيمها حول موضوع موحد، مما يسهل تتبع ردود الفعل ومشاركة الجماهير. علامات مثل #SuperBowl أو #WorldCup و حتى وسوم ذات بعد إنساني أو سياسي مثل #FreePalestine، لا تعمل فقط كوسيلة لتصنيف المحتوى، بل تحوّل المتابعين أنفسهم إلى مساهمين نشطين في

التغطية من خلال نشر تجاربهم وآرائهم، مما يولّد تضخيماً عضوياً للمحتوى. وتساهم هذه المشاركة المكثفة، المدفوعة بإمكانات التعليق والمشاركة والإعجاب، في خلق ما يُعرف بتأثير كرة الثلج الذي يُفضي إلى انتشار واسع و فوري للحدث و يُرسخ مكانته في الفضاء الرقمي.<sup>1</sup>

في المجمل، لم تعد الأحداث الرياضية مجرد لحظات زمنية عابرة تبت عبر الوسائل التقليدية، بل أصبحت تجارب رقمية متكاملة تعيشها الجماهير عبر منصات التواصل الاجتماعي. هذه الأخيرة، لم تكتف بدور الناقل، بل أصبحت أداة لتعزيز التفاعل و التواصل بين الجمهور و الحدث، مما منح الرياضة بعدا جديدا أكثر حيوية و اندماجا مع منظومة الإعلام الحديثة.

### المبحث الثالث: أهم الصفحات الرياضية الجزائرية على الفيسبوك:

#### 1. صفحة قناة دزاير توب (Dzair-Tube):

يُعرف الصحفي حمزة رزيق، أحد أعضاء فريق صفحة قناة دزاير توب الرقمية، هذه الصفحة بأنها: "إحدى أبرز المنصات الإعلامية الإلكترونية في الجزائر، تهتم بتغطية مختلف الأخبار الوطنية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية والرياضية، و تركز بشكل خاص على المستجدات المحلية والملفات التي تهتم المواطن الجزائري. الصفحة تسعى لتقديم محتوى حديث، سريع و موثوق، مع مواكبة التطورات عبر منصات التواصل الاجتماعي".

أما بخصوص نشأة الصفحة، فقد أفاد الصحفي أنه "تم إطلاق صفحة دزاير توب في 15 ماي 2018 استجابة لتغيرات المشهد الإعلامي وتزايد استخدام الجزائريين للانترنت كمصدر رئيسي للمعلومة. انطلقت كمنصة إلكترونية ثم توسعت إلى صفحات على فيسبوك، انستغرام و يوتيوب، لتغطية الأحداث بشكل مباشر و آني".

<sup>1</sup> Cloé Barcelo, *L'impact des réseaux sociaux dans la promotion des événements sportifs*, Master Marketing & Vente, 4 Mars 2025, [en ligne], consulté le 1 Mai 2025, URL : <https://www.quelemastermarketing.fr/master-sport-loisirs/limpact-des-reseaux-sociaux-dans-la-promotion-des-evenements-sportifs/>.

بعد التطرق إلى نشأة الصفحة و توجهاتها العامة، طُرحت خلال المقابلة مجموعة من الأسئلة لفهم طبيعة العمل الصحفي ضمن هذا النوع من المنصات الرقمية، و من بين الأسئلة التي وجهت للصحفي: ما الذي يميز العمل الصحفي في الصفحات مقارنة بالإعلام التقليدي ؟

وفقا للصحفي، فإن "العمل الصحفي عبر الصفحات الرقمية يتميز بسرعة النشر، التفاعل المباشر مع الجمهور، وتحديث المحتوى في الوقت الحقيقي. بخلاف الإعلام التقليدي، الصفحات الإلكترونية أقل تقييدا و أكثر حرية في تناول المواضيع الساخنة و مشاركة الفيديوهات والصور لحظة بلحظة".

يعد العمل الصحفي عبر الصفحات الرقمية أكثر انسجاما مع متطلبات العصر، نظرا لما يوفره من سرعة في نقل المعلومة و تفاعل مباشر مع الجمهور، لكنه يظل يفتقر إلى معايير مهنية لضمان المصداقية التي تميز الإعلام التقليدي.

كما طُرح سؤال آخر يتعلق بطبيعة المحتوى الذي يراه الصحفي يلقي أكبر تفاعل من الجمهور، فأفاد أن أكثر ما يجذب المتابعين هو "الأخبار العاجلة، الفيديوهات القصيرة (Reels)، تغطية المباريات الرياضية، القصص الاجتماعية المثيرة إلى جانب المواضيع التي تلامس اهتمامات المواطن اليومية".

إن تفضيل الجمهور لمحتويات متنوعة يعكس تغيرا في سلوك المتلقي، الذي أصبح يفضل المعلومة السريعة، القريبة من الواقع و المعبرة عن اهتماماته. و هذا يفرض على الصفحات الرقمية أن تكيف أساليبها لتكون أكثر جاذبية و تضمن بقاء جمهورها و استمرارية تفاعلهم.

كما تناولت المقابلة مسألة الفرق في المصداقية بين الصفحات الرياضية المستقلة و تلك التابعة لوسائل الإعلام التقليدية. في هذا الإطار، يرى الصحفي أنه "غالبا ما ينظر للوسائل التقليدية كمصدر أكثر 'مؤسسية' و موثوقة، بينما تحظى الصفحات المستقلة بثقة الجمهور من حيث السرعة والتفاعل. غير أن المصداقية تعتمد أساسا على مدى احترام المعايير الصحفية، سواء كانت الصفحة مستقلة أو تابعة لوسيلة تقليدية".

بعد استعراض رأي الصحفي، يتضح أن السرعة و التفاعل من جهة، و الالتزام بالمعايير الصحفية من جهة أخرى، يشكلان أساس المصداقية التي لا تعتمد على طبيعة الصفحة أو انتمائها المؤسسي، بل على جودة المحتوى و احترام قواعد المهنة.

بعد ذلك، تم طرح سؤال حول أبرز التحديات التي تواجهها الصفحات الرياضية في الجزائر سواء من الناحية التقنية أو المهنية. و أوضح الصحفي أن "الصفحات الرياضية في الجزائر تواجه من الناحية التقنية مشاكل في الوصول إلى أدوات التحليل الرقمي، أما من الناحية المهنية فتتمثل في نقص التكوين و صعوبة الحصول على المعلومة الرسمية".

تعكس هذه التحديات الحاجة إلى تحسين الإمكانيات التقنية و تطوير الكفاءات المهنية لضمان جودة المحتوى و موثوقيته في الصفحات الرياضية الرقمية بالجزائر.

تم التطرق أيضا إلى سؤال يتعلق بأهمية المنصات الرقمية للصحفيين، حيث ذكر الصحفي أن "المنصات الرقمية أصبحت وسيلة أساسية للوصول السريع للجمهور، توسيع رقعة الانتشار و بناء علاقة مباشرة مع المتابعين. كما تسمح للصحفيين بتجريب أساليب جديدة في السرد و التوثيق".

تدل أهمية المنصات الرقمية على تطور العمل الصحفي نحو مزيد من التفاعل و الابتكار، مما يعزز التواصل مع الجمهور و يوسع من تأثير المحتوى الصحفي.

كما تم طرح سؤال حول احتمالية اختفاء الوسائل التقليدية الخاصة بالرياضة أمام التوسع الكبير للمنصات الرقمية العملاقة. و أكد الصحفي أنه "من غير المرجح أن تختفي كليا، لكن ستجبر على التكيف. الوسائل التقليدية ستبقى، لكنها ستتحول تدريجيا إلى النشر الرقمي لتواكب التطور و تنافس المواقع الرياضية الجديدة".

تشير هذه الرؤية إلى أن التحول الرقمي أصبح ضرورة حتمية للوسائل التقليدية، و التي يتطلب منها الابتكار و الاستجابة للتغيرات التقنية للحفاظ على حضورها.

و في هذا السياق، تم التطرق إلى تقييم تجربة النشر و التغطية عبر الصفحات الرياضية الرقمية. و صرح الصحفي أن "التجربة كانت ناجحة و مشجعة، حيث سمحت لنا بالوصول إلى فئات واسعة من الجمهور، و تقديم محتوى متنوع و مباشر، خاصة في تغطية الأحداث الرياضية و السياسية الكبرى".

توضح هذه التجربة فعالية الصفحات الرقمية كوسيط إعلامي قادر على الدمج بين السرعة في نقل المعلومات و التفاعل الواسع مع المتابعين، ما يجعلها عنصرا أساسيا في منظومة الإعلام الجديدة.

بعد ذلك، تم طرح السؤال التالي: ما هي أكبر الصفحات الرياضية في رأيكم، سواء على الصعيد العالمي أو في الجزائر؟

أشار الصحفي في إجابته إلى أن "الصفحات العالمية مثل ESPN، Bleacher Report، و Goal تحقق ملايين التفاعلات يوميا. أما في الجزائر، فالصفحات مثل: ElHeddaf، The Footix، DzairTube هي الأكثر حضورا".

تمتاز هذه الصفحات بحضور قوي و تفاعل واسع، و يتضح ذلك من خلال عدد متابعيها الكبير و المستمر في الزيادة، ما يدل على نجاحها في جذب اهتمام الجمهور و بناء علاقة تواصل فعالة معه.

و في ختام المقابلة، تم التوجه بسؤال يتعلق بالآليات التي تمكن هذه الصفحات من منافسة وسائل الإعلام التقليدية. أوضح الصحفي أن "الصفحات الرقمية تتمتع بقدرات تنافسية ملموسة، من أبرزها النشر السريع و الفوري، التفاعل الحي مع الجمهور، الاعتماد على الفيديوهات القصيرة و الجذابة، استخدام الذكاء الاصطناعي و التحليلات لفهم تفضيلات الجمهور و أيضا إمكانية الوصول عبر الهاتف في أي وقت و مكان".

بناء على هذه المعطيات، فإن الصفحات الرقمية أصبحت فاعلا إعلاميا قائما بذاته، بفضل قدرتها على التفاعل الآني و الفوري، و تقديم محتوى يتناسب مع متطلبات الجمهور.<sup>1</sup>

## 2. صفحة الهذاف تيفي (ElHeddaf TV):

يُعرف الصحفي عيسى مراد، مكلف بتسيير صفحة الهذاف تيفي على الفيسبوك، هذه الصفحة بأنها "صفحة خاصة بقناة الهذاف تمثل الخط الافتتاحي للقناة على مواقع التواصل الاجتماعي و في ظل التطور الكبير في علم الاتصال، كان لا بد لمجمع الهذاف مسايرة هذه التطور، فبعدما كانت الهذاف محرز جريدة أصبحت قناة تلفزيونية و تنشط عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من أجل أن يبقى متبوعي المجتمع على اتصال دائم و مواكبة هذا التطور الحاصل في عالم الصحافة".

أما بخصوص نشأة الصفحة، فقد صرح الصحفي أنه "تم إنشاء صفحة الهذاف على منصة الفيسبوك في 07 أوت 2016 و هي صفحة كانت احتياطية الصفحة الرسمية التي قامت إدارة فيسبوك بحجبها سنة 2020 و التي كان عدد متابعيها أكثر من 8 ملايين كإحدى أكبر الصفحات في الجزائر، يقوم بتسييرها مجموعة من الصحفيين يقومون بنشر مختلف الأخبار و مقاطع الفيديو الخاصة بقناة الهذاف".

عقب التعريف بالصفحة و نشأتها، تم الانتقال خلال المقابلة إلى طرح مجموعة من الأسئلة قصد فهم خصوصيات العمل الصحفي ضمن هذه الفضاءات الرقمية، و من بين الأسئلة التي وجهت للصحفي: ما الذي يميز العمل الصحفي في الصفحات مقارنة بالإعلام التقليدي؟

أجاب الصحفي قائلا أن "ما يميز العمل الصحفي في الصفحات مقارنة بالعمل الصحفي الكلاسيكي هو السرعة في نشر الأخبار لحظة وقوعها و الوصول إلى جمهور كبير يتفاعل معك في نفس اللحظة، إلى جانب الصفحات التي تقدم لك تفاعل دائم مع الجمهور سواء بالنشر و التعليقات كما تقدم تأثير على الرأي العام.

<sup>1</sup> مقابلة علمية مع الصحفي حمزة رزيق حول موضوع أهم الصفحات الرياضية في الجزائر على الفيسبوك بتاريخ 29 أبريل 2025 على الساعة 11:46، المكان: الانترنت.

بالإضافة، هو غير مرتبط بالزمان أو المكان حيث يمكنك نشر خبر في أي مكان و في أي وقت، كما لا يكلفك أي جهد".

بناء على هذه الإجابة، يمكن القول أن هذه الخصائص تبرز تحولا في ممارسات العمل الصحفي، حيث أصبحت الصفحات الرقمية فضاء يمنح الصحفي مرونة أكبر في النشر، و قدرة على التفاعل الآني مع المتلقي.

كما تم طرح سؤال يتعلق بطبيعة المحتوى الذي يرى الصحفي أنه يلقي أكبر تفاعل من الجمهور، فأجاب عيسى مراد: "نحن صفحة رياضية و إن تحدثنا عن الجانب الرياضي فالمحتوى الذي يلقي تفاعل هو المحتوى الخاص بالمنتخب الوطني نظرا للحب الكبير الذي يكتب الجزائريين المنتخب و تعلقهم الشديد به، كما أن الحصص التي فيها كشف لخبيا كرة القدم و الفساد تلقى تفاعل كبير".

يتضح أن الجمهور يتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الذي يلامس انتماءه العاطفي، خاصة المرتبط بالمنتخب الوطني، إلى جانب اهتماماته التي تكشف الجوانب الخفية من المشهد الرياضي.

كما تناولت المقابلة مسألة الفرق في المصدقية بين الصفحات الرياضية المستقلة و تلك التابعة لوسائل الإعلام التقليدية. وفقا للصحفي، "هناك فرق كبير في المصدقية بين الصفحات الرياضية المستقلة و التي تتبع الوسائل التقليدية، فالمنهج القديم يركز كثيرا على التصدر في نشر الأخبار و لا يستطيع نشر خبر من دون مصدر موثوق، أما الصفحات المستقلة فأصبحت تبحث عن التفاعل أكثر من نشر خبر موثوق".

تشير هذه المقارنة إلى أن هناك اختلاف في منهجية العمل، حيث تظل الوسائل التقليدية أكثر التزاما بالتحقق و الدقة، في حين تميل بعض الصفحات المستقلة إلى إعطاء الأولوية لجذب التفاعل و لو على حساب الموثوقية.

تم التطرق أيضا إلى سؤال حول أبرز التحديات التي تواجهها الصفحات الرياضية في الجزائر سواء من الناحية التقنية أو المهنية. و ذكر الصحفي أن "أبرز التحديات التي تواجهها الصفحات في الجزائر هي تكوين الصحفيين المتخصصين في العالم الرقمي على أسس علمية، البحث عن نشر الأخبار الموثوقة أكثر من البحث عن التفاعل،

أن تكون الصفحات وسيلة الدفاع عن الجزائر و مواجهة الأخبار المغلوطة و كل من يسيء للجزائر و أيضا الدعم المالي و البحث عن الاستقلالية المالية".

كما طرح سؤال آخر يتعلق بأهمية المنصات الرقمية للصحفيين، حيث أشار الصحفي عيسى إلى أن "المنصات الرقمية مهمة لأي صحفي، ففضلها أصبح الوصول إلى الخبر سهل كما تتيح لك فرصة معرفة تفاعل و آراء الجماهير مع الأخبار التي نشرها و هذا مهم جدا من أجل معرفة الأخبار التي تهم الجزائريين و تصنع التفاعل على الصفحة".

تلعب المنصات الرقمية دورا حيويا في تسهيل وصول الصحفيين إلى الجمهور، تمكينهم من قياس ردود الفعل و التفاعل و أيضا تلبية اهتماماتهم و احتياجاتهم بشكل أفضل.

و في هذا السياق، تم طرح سؤال آخر حول احتمالية اختفاء الوسائل التقليدية الخاصة بالرياضة أمام التوسع الكبير للمنصات الرقمية العملاقة. أوضح الصحفي أنه "مع التطور الحاصل في عالم الصحافة فالوسائل التقليدية الخاصة بالرياضة مصيرها الزوال لأن التكنولوجيا تتطور بشكل رهيب خاصة مع ثورة الذكاء الاصطناعي فحتى مكانة الصحفي أصبحت مهددة بوجود الروبوتات، أين أصبح بإمكاننا كتابة خبر و نشره آليا دون الاستعانة بصحفي".

إن التقدم التكنولوجي و الذكاء الاصطناعي يفرضان تحديات كبيرة على الوسائل التقليدية، حيث يمكن للأنظمة الآلية أن تحل محل بعض المهام الصحفية، مما يستدعي ضرورة التكيف للحفاظ الاستمرارية و الفعالية في المشهد الإعلامي الحديث.

كما تناولت المقابلة مسألة تقييم تجربة النشر و التغطية عبر الصفحات الرياضية الرقمية، حيث صرح الصحفي أن "تجربتنا في 'الهداف TV' تعد ناجحة بكل المقاييس. تمكنا من بناء قاعدة جماهيرية واسعة، وحققنا تفاعلا كبيرا من الجمهور، خصوصا في أوقات المباريات والأحداث الرياضية الكبرى. المحتوى المرئي القصير، الأخبار

العاجلة، وتغطية ما وراء الكواليس كلها عناصر ساعدتنا على تعزيز الثقة والمصداقية لدى المتابع. نحرص دائما على التجديد ومواكبة تقنيات النشر الجديدة، وهو ما يبقي الصفحة في موقع تنافسي قوي".

حسب ما صرح به الصحفي فإن النجاح في العمل الصحفي عبر الصفحات الرقمية يعتمد بشكل كبير على بناء تفاعل قوي مع الجمهور من خلال تقديم محتوى متنوع و سريع، بالإضافة إلى القدرة على التجديد و مواكبة التقنيات الحديثة لضمان الاستمرارية و التنافسية.

بعد ذلك، تم طرح السؤال التالي: ما هي أكبر الصفحات الرياضية في رأيكم، سواء على الصعيد العالمي أو في الجزائر؟

أشار الصحفي في إجابته إلى أن "من أبرز الصفحات على المستوى العالمي نجد صفحة Bleacher Report Football، و صفحة 433 التي تعتمد على المزج بين الأخبار الرياضية والإبداع في المحتوى المرئي. أما في الجزائر، بالإضافة إلى 'الهداف TV'، نجد صفحات مثل DZfoot و La Gazette du Fennec التي تملك حضورا قويا على الساحة الرقمية بفضل المتابعة المستمرة وتحليلها العميق لأداء المنتخب الوطني والمحترفين".

و في ختام المقابلة، تم التوجه بسؤال يتعلق بالآليات التي تمكن هذه الصفحات من منافسة وسائل الإعلام التقليدية. أفاد الصحفي أن "هناك عدة عوامل تمنح الصفحات الرقمية قوة تنافسية، من أبرزها السرعة في النشر و التغطية الفورية، التفاعل المباشر مع الجمهور والتجاوب مع تعليقاته، استخدام الفيديوهات القصيرة و المحتوى البصري الجذاب، التحرر من القيود الزمنية و البروتوكولات التحريرية التي تميز الصحافة التقليدية، إمكانية الوصول إلى جمهور واسع في الداخل والخارج بسهولة.

كل هذه العوامل تجعل الصفحات الرقمية، مثل 'الهداف TV'، ليست فقط بدائل، بل منافسا قويا يستجيب لطموحات جمهور اليوم".

يتضح أن الصفحات الرقمية تعتمد على آليات عصرية في تقديم المحتوى و نقل المعلومة، ما يمكنها من فرض حضورها في الساحة الإعلامية و جذب جمهور واسع مقارنة بالوسائل التقليدية، و ذلك من خلال سرعة النشر، سهولة التواصل مع الجمهور و تنوع الوسائط.<sup>1</sup>

#### خلاصة:

من خلال هذا الفصل، تبين أن الإعلام الرقمي يمثل اليوم ركيزة أساسية في المشهد الإعلامي الجزائري، لما يتميز به من سرعة وانتشار وتفاعل مباشر مع الجمهور. وقد ساهم تطور الوسائط الرقمية وازدياد استخدام الإنترنت في الجزائر في بروز هذا النوع من الإعلام، رغم التحديات العديدة التي ما زالت تواجهه، سواء على مستوى البنية التحتية أو التكوين المهني أو الإطار القانوني.

كما أظهر التحليل أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب دورا محوريا في متابعة وتغطية الأحداث الرياضية، حيث وفرت للجمهور الجزائري وسيلة سريعة ومرنة لمواكبة جديد الساحة الرياضية، والتفاعل مع مجرياتها. وتعد الصفحات الرياضية الجزائرية على فيسبوك نموذجا حيا لهذا التحول، إذ أصبحت مصدرا أساسيا للمعلومة الرياضية ومجالا واسعا للنقاش والتعبير عن الرأي.

بناء على ما سبق، يتضح أن الإعلام الرقمي الرياضي في الجزائر يشهد تطورا ملحوظا، ويملك إمكانات واعدة إذا ما تم تدارك النقائص و دعم هذا القطاع بالآليات الضرورية للتنظيم و التطوير.

<sup>1</sup> مقابلة علمية مع الصحفي عيسى مراد حول موضوع أهم الصفحات الرياضية في الجزائر على الفيسبوك بتاريخ 10 ماي 2025 على الساعة 19:15، المكان: مقر قناة الهداف.

الجانب التطبيقي

### تمهيد:

انطلاقاً من الإطار النظري الذي تطرقنا فيه إلى المفاهيم الأساسية المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي و الإعلام الرياضي الرقمي، تأتي المرحلة التطبيقية من هذه الدراسة لتجسيد تلك المعطيات على أرض الواقع من خلال دراسة وصفية تحليلية. و قد تم اختيار صفحة 1001 Football على منصة فيسبوك كنموذج للتحليل، نظراً لما تمثله من نشاط مكثف في تغطية الأحداث الرياضية، خاصة مباريات المنتخب الجزائري، فضلاً عن تميزها بتفاعل جماهيري واسع وانتشار رقمي معتبر، مما يجعلها عينة ملائمة لدراسة طبيعة الإعلام الرياضي على منصات التواصل الاجتماعي.

ويهدف هذا الجانب التطبيقي إلى استكشاف آليات التغطية الإعلامية التي تعتمد عليها الصفحة، وطبيعة المحتوى الذي تقدمه أثناء تغطيتها لأحداث كروية بارزة، وتحديد أنماط التفاعل التي تخلقها مع جمهورها. كما يسعى إلى رصد الأبعاد الاتصالية و الإعلامية التي تسمح بها المنصات الرقمية، بما يتيح فهماً أعمق للدور الذي باتت تلعبه هذه الصفحات في بناء إعلام رياضي جديد أكثر تفاعلاً ومرونة، بعيداً عن القوالب التقليدية.

يتضمن هذا القسم تحليل مضمون عينة من منشورات الصفحة خلال فترة تغطيتها لتصفيات كأس أمم إفريقيا 2024، حيث تمت قراءة البيانات العامة للصفحة، ثم تصنيف عينة المنشورات وفق فئتي الشكل و المضمون. و قد تم اعتماد استمارة تحليل المضمون كوسيلة رئيسية لمعالجة المنشورات الصادرة عن الصفحة و ذلك خلال الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024.

1. بطاقة تقنية لصفحة 1001 Football على الفيسبوك:

ملاحظة: المعلومات التي تم الاستعانة بها أخذت كلها من الصفحة و المقابلات التي تم إجراؤها مع طاقم الصفحة.

- اسم الصفحة: 1001 Football
- المنصة: موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"
- نوع الصفحة: جماهيرية غير رسمية
- تاريخ الإنشاء: 19 أوت 2021
- مدير الصفحة: وليد مازيغي
- المشرفين: عطية أيوب، عبد الخالق بولنوار، هشام بوصري، سفيان قواوي، ريان بن سحنون
- عدد المتابعين: 248000 متابع
- لغة المحتوى: اللغة العربية، مع استخدام بعض العبارات بالفرنسية أو الإنجليزية أحيانا
- نطاق التغطية:
  - تغطية شاملة لكرة القدم (محلية، قارية، دولية) مع تركيز خاص على مباريات المنتخب الجزائري
  - متابعة مستمرة لبطولات كبرى غير كروية، مثل: الألعاب الأولمبية، بطولات التنس الكبرى، الفورمولا 1، بطولة العالم للألعاب المائية، بطولات ألعاب القوى.
- التخصص الذي تقدمه الصفحة: تركز الصفحة على تقديم محتوى رياضي متنوع، مع تغطية دقيقة واحترافية لمختلف التظاهرات الرياضية، سواء المرتبطة بكرة القدم أو الرياضات الفردية والجماعية الأخرى، مع اهتمام خاص بالرياضيين الجزائريين داخل وخارج الوطن. وتبني الصفحة توجهها إعلاميا متعدد التخصصات داخل المجال الرياضي، يجمع بين الإخبار، التحليل، التوثيق و المتابعة الميدانية.

- طبيعة المنشورات: تنوعت منشورات الصفحة بين:
  - منشورات إخبارية آنية
  - تحاليل فنية و تكتيكية للمباريات
  - ملخصات مرئية و مقاطع فيديو قصيرة
  - صور حصرية و مصممة
  - منشورات تفاعلية (استطلاعات رأي، تعليقات، أسئلة موجهة للجمهور)
  - محتوى تثقيفي رياضي متعلق بالقوانين والإحصاءات والمعلومات العامة

## الجدول 01: البيانات الأولية للصفحة

المعطي	البيان
1001 Football	اسم الصفحة
رياضية متخصصة على فيسبوك	نوع الصفحة
192 منشورا (بناء على المعاينة اليدوية)	عدد منشورات الصفحة خلال الفترة
تنشر بانتظام شبه يومي، خاصة خلال فترة المباريات	أيام النشر في الأسبوع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

❖ القراءة التعيينية:

صفحة 1001 Football هي صفحة رياضية على موقع فيسبوك، متخصصة في تغطية أخبار المنتخب الوطني الجزائري و الكرة الإفريقية. خلال الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024، بلغ عدد منشوراتها الإجمالية 192 منشورا، وقد تم تحليل 35 منشورا منها لأغراض هذه الدراسة.

تتميز الصفحة بوتيرة نشر نشطة، حيث تُسجل منشورات شبه يومية، خاصة خلال الفترات الحاسمة

من تصفيات كأس أمم إفريقيا، مما يعكس استمرارية في التغطية وتفاعلا مع الجمهور الكروي المهتم بالمنتخب.

❖ القراءة التضمينية:

الانتظام الملحوظ في النشر يبرز الاحترافية الإعلامية للصفحة، إذ لا تكتفي بالتفاعل الموسمي، بل تحافظ على حضورها المستمر، وتغذي اهتمام المتابعين بالمعلومة و التحليل و الصور في الوقت المناسب. كما أن وفرة المحتوى تعكس حجم الجهود التحريري المبذول لتغطية التصنيفات، ما يجعل الصفحة مصدرا بارزا للجمهور المهتم بالأداء الكروي الجزائري.

أ. فئات المضمون:

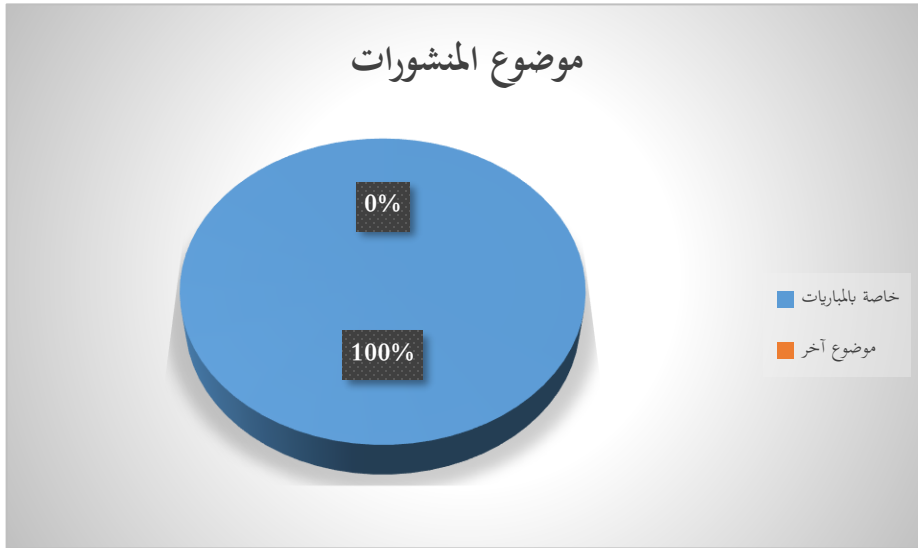
- فئة الموضوع من حيث طبيعة الموضوع:

الجدول 02: فئة الموضوع من حيث طبيعة الموضوع

النسبة المئوية	التكرارات	الموضوع
100	35	منشورات تتعلق بمباريات المنتخب الجزائري
0	0	موضوع آخر
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 01: فئة الموضوع من حيث طبيعة الموضوع



❖ القراءة التعيينية:

جميع المنشورات التي تم تحليلها في العينة وعددها 35 منشورا تتعلق بشكل مباشر بمباريات المنتخب الوطني الجزائري، سواء من حيث التحضيرات، التشكيلات، مجريات اللقاءات، النتائج، التصريحات، أو التفاعل الجماهيري. و هذا يتماشى مع عنوان الدراسة التي تركز على تغطية مباريات المنتخب خلال تصفيات كأس أمم إفريقيا 2025.

❖ القراءة التضمينية:

تظهر هذه النتيجة أن الصفحة قد اختارت أن تركز بشكل محوري على المنتخب الجزائري خلال فترة التصفيات، ما يعكس توجهها تحريرا مخصصا و هادفا. فاختيار التركيز على المنتخب وحده دون تشتيت المتابعين بمحتوى رياضي متنوع يدل على إستراتيجية تحريرية واضحة تستهدف دعم صورة المنتخب وتعزيز التفاعل الوطني

حوله. كما أن هذا التركيز يُتيح للصفحة كسب جمهور محدد وواسع، ما يعزز من انتشارها ومصداقيتها ضمن الفضاء الرقمي الجزائري.

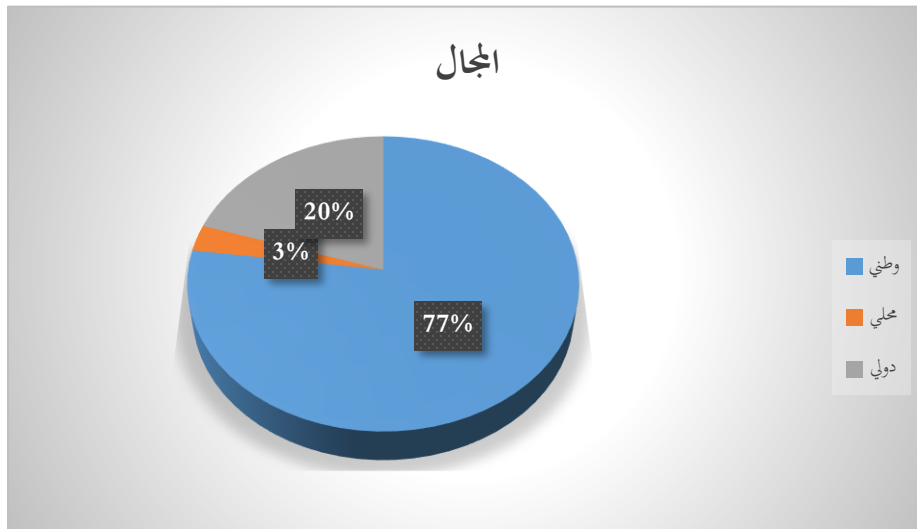
• فئة الموضوع من حيث المجال:

الجدول 03: فئة الموضوع من حيث المجال

النسبة المئوية	التكرارات	المجال
77.1	27	وطني
2.8	1	محلي
20.1	7	دولي
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 02: فئة الموضوع من حيث المجال



### ❖ القراءة التعيينية:

يتبين من خلال الجدول أن الاهتمام الأكبر في منشورات الصفحة انصب على المواضيع الوطنية، أي ما يخص المنتخب الوطني الجزائري، بنسبة بلغت % 77.1 بينما جاءت المواضيع ذات الطابع الدولي في المرتبة الثانية بنسبة % 20.1، و هي منشورات تتعلق بالمنتخبات المنافسة، الترتيب العام، أو مواقف الاتحادات القارية. أما المواضيع المحلية، فقد ظهرت بنسبة ضعيفة جدا (% 2.8)، و هو ما يعكس غيابا شبه كلي للتطرق إلى أندية أو بطولات داخلية.

### ❖ القراءة التضمينية:

هذا التوزيع يؤكد أن صفحة 1001 Football تعتمد إستراتيجية تخصيص التغطية للمنتخب الوطني بشكل شبه حصري خلال الفترات الرسمية مثل التصنيفات. تجاهل المواضيع المحلية يظهر أن الصفحة تعتبر أن جمهورها لا يهتم بالأندية المحلية بقدر ما يتابع بشغف المنتخب وتمثيله للجزائر. أما التطرق إلى المنافسين والمنتخبات الأخرى، فيندرج ضمن سياق المقارنة و القراءة الشاملة للحدث القاري، و هو ما يعكس رغبة الصفحة في تقديم محتوى غني وسياقي لجمهورها دون الانغلاق على المنتخب فقط.

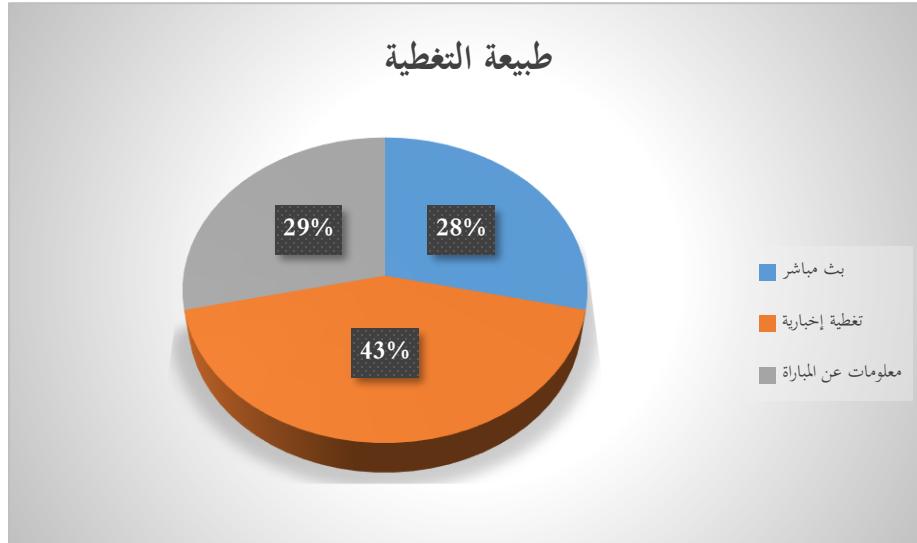
● فِئَة طَبِيعَة التَّغْطِية:

الجدول 04: فِئَة طَبِيعَة التَّغْطِية

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة التغطية
28.5	10	بث مباشر
42.8	15	تغطية إخبارية
28.5	10	معلومات عن المباراة
100	35	المجموع

المصدر: من إعدَاد الطالِب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 03: فِئَة طَبِيعَة التَّغْطِية



### ❖ القراءة التعيينية:

نلاحظ أن التغطية الإخبارية كانت هي الأكثر حضوراً في منشورات الصفحة، حيث بلغت % 42.8 من مجموع المنشورات. وتشمل هذه التغطيات: إعلان التشكيلة، نتيجة اللقاء، تصريح المدرب، مستجدات عاجلة... إلخ. أما البث المباشر والتذكير بالمعلومات الأولية (الملعب، التاريخ، التوقيت، الحكم...) فقد تساوى تقريباً بنسبة % 28.5 لكل منهما.

### ❖ القراءة التضمينية:

هذا التوزيع يبرز أن الصفحة تؤدي وظيفة صحفية إعلامية تقليدية داخل فضاء رقمي، إذ تركز على نقل الأخبار الدقيقة والفورية المتعلقة بالمنتخب، مما يعزز مصداقيتها كمصدر موثوق للمعلومة الرياضية. أما التغطية المباشرة، فهي موجهة لخلق التفاعل اللحظي، و تظهر رغبة في تحفيز المتابعة الحية وجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين لحظة بلحظة.

الاهتمام المتوازن بالمعلومات التمهيدية (تاريخ اللقاء، الملعب، التوقيت...) يؤكد حرص الصفحة على تهيئة المتابع نفسياً و معلوماتياً قبل الحدث، مما يعزز تجربة التلقي و يشبع الفضول الجماهيري. وفي هذا السياق، تؤكد شبكة الصحفيين الدوليين (IJNet) على أن من أبرز معايير التغطية الصحفية السليمة في المجال الرياضي "الالتزام بالدقة و الموضوعية، والتغطية الإعلامية المتوازنة لكافة أطراف الحدث الرياضي، سواء من خلال الأخبار أو التحليلات أو الصور"<sup>1</sup>، ما يعد مؤشراً على نضج الخطاب الإعلامي الرقمي عندما يتم احترام هذه المعايير حتى ضمن فضاء رقمي غير تقليدي.

<sup>1</sup> أسماء قنديل، "إليكم أهم ضوابط الممارسة الإعلامية أثناء تغطية أحداث المباريات الرياضية"، شبكة الصحفيين الدوليين (IJNet)، نشر في 15 نوفمبر 2022، تاريخ الاطلاع: 22 ماي 2025، <https://ijnet.org/ar/story/> إليكم-أهم-ضوابط-الممارسة-الإعلامية-أثناء-تغطية-أحداث-المباريات-الرياضية.

• فئة الفاعلين:

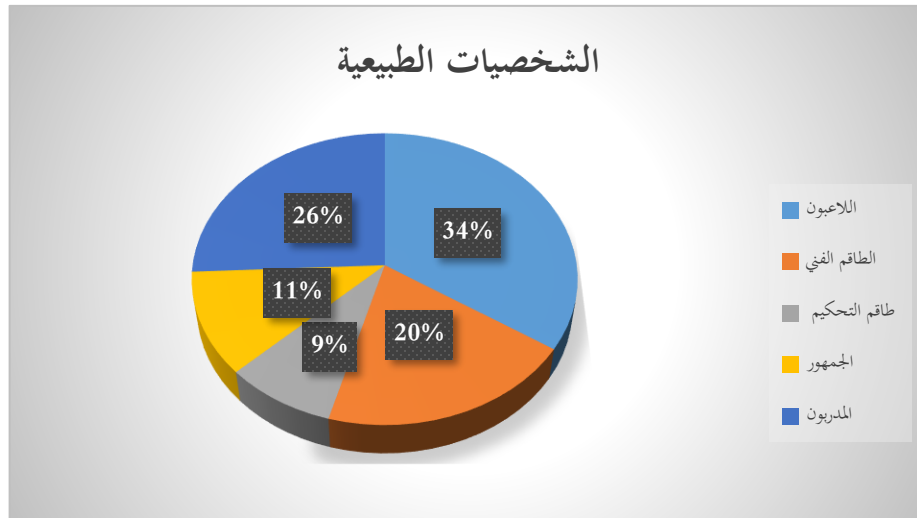
1. الشخصيات الطبيعية:

الجدول 05: الشخصيات الطبيعية

النسبة المئوية	التكرارات	الشخصيات الطبيعية
34.2	12	اللاعبون
20	7	الطاقم الفني
8.5	3	طاقم التحكيم
11.4	4	الجمهور
25.7	9	المدربون
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 04: الشخصيات الطبيعية



### ❖ القراءة التعيينية:

تظهر النتائج أن اللاعبين يمثلون أبرز فاعل طبيعي تم التطرق إليه في منشورات الصفحة، بنسبة بلغت % 34.2، متبوعين بالمدرين بـ % 25.7، ثم الطاقم الفني بـ % 20 في المقابل، لم يُسلط الضوء كثيرا على الحكام أو الجمهور، بنسبة ضعيفة نسبيا (% 8.5 و % 11.4 على التوالي).

### ❖ القراءة التضمينية:

التركيز على اللاعبين يعكس طبيعة التغطية التي تفضل الجانب الفني والميداني الفردي، إذ يُنظر إلى أداء اللاعب كمرآة مباشرة لنتيجة المنتخب. أما حضور المدرين يدل على اهتمام الصفحة بتحليل الجوانب التكتيكية و القرارات الفنية التي يتخذها الطاقم التدريبي.

في المقابل، قلة التطرق إلى طاقم التحكيم تعني أن الصفحة لا تثير الجدل التحكيمي إلا في حالات خاصة، بينما تمثل الإشارة إلى الجمهور شكلا من التفاعل الرمزي، خاصة عندما يكون للمناصرين دور أو موقف ملفت. وقد خلصت دراسة حديثة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي الرياضية غالبا ما تركز على اللاعبين و المدرين لزيادة التفاعل، مع تهميش نسبي لباقي الفاعلين<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Houshmand Sarkhoosh, M., Majidi Dorcheh, S. M., Gautam, S., Midoglu, C., Shafiee Sabet, S., & Halvorsen, P. (2023, October 18). **Soccer on Social Media: Comparative Analysis of Social Media Strategies Used by European Soccer Leagues and Teams**, [Conference paper], Oslo Metropolitan University (OsloMet), Norway; SimulaMet; Telenor.

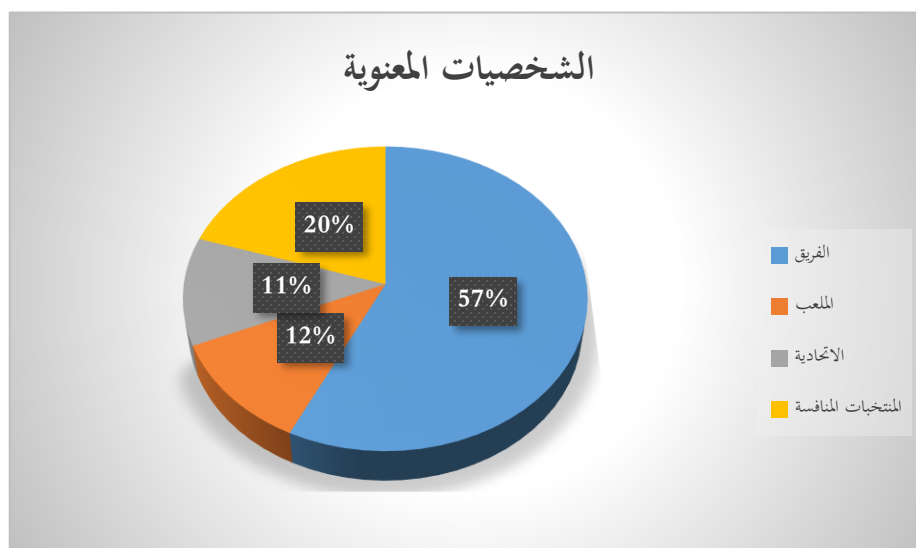
2. فئة الشخصيات المعنية:

الجدول 06: الشخصيات المعنية

النسبة المئوية	التكرارات	الشخصيات المعنية
57.1	20	الفريق (المنتخب)
11.4	4	الملعب
11.4	4	الاتحادية
20	7	المنتخبات المنافسة
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 05: الشخصيات المعنية



### ❖ القراءة التعيينية:

يتصدر المنتخب الوطني باعتباره شخصية معنوية قائمة التغطية بنسبة % 57.1، متبوعا بالمنتخبات المنافسة بنسبة % 20 ثم الاتحادية الجزائرية لكرة القدم و الملعب اللذان لم يظهرها إلا في منشورات قليلة و بنسب متساوية (% 11.4).

### ❖ القراءة التضمينية:

التركيز على المنتخب ككيان جماعي يعزز الهوية الوطنية والانتماء الرمزي، حيث لا يتم الحديث عن الأفراد فقط بل عن "الفريق كمثل للجزائر". أما الاتحادية، فهي تحضر كلما تعلق الأمر بالتصريحات الرسمية أو الترتيبات التنظيمية. في حين يظهر "الملعب" كعنصر ثانوي، يُستدعى فقط في سياق التنظيم أو عند الإشارة إلى ظروف اللعب. أما حضور "المنتخبات المنافسة"، فهو ضروري لما يوفره من اهتمام موضوعي بتحليل و تقديم معطيات عن فرق الخصم. تدعم هذه الملاحظات دراسة حديثة نشرت في المجلة العلمية لبحوث الصحافة، حيث أشارت الباحثة إلى أن التغطية الإعلامية للفعاليات الرياضية الكبرى، مثل كأس العالم، تسهم في تعزيز الشعور بالانتماء الوطني والهوية الجماعية من خلال التركيز على الفرق الوطنية كرموز للوحدة الوطنية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> مها مصطفى بخيت، معالجة المواقع الصحفية العربية لاستضافة قطر كأس العالم 2022 و علاقتها بالشعور بفخر الانتماء إلى الأمة العربية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 25، ج 2، جوان 2023.

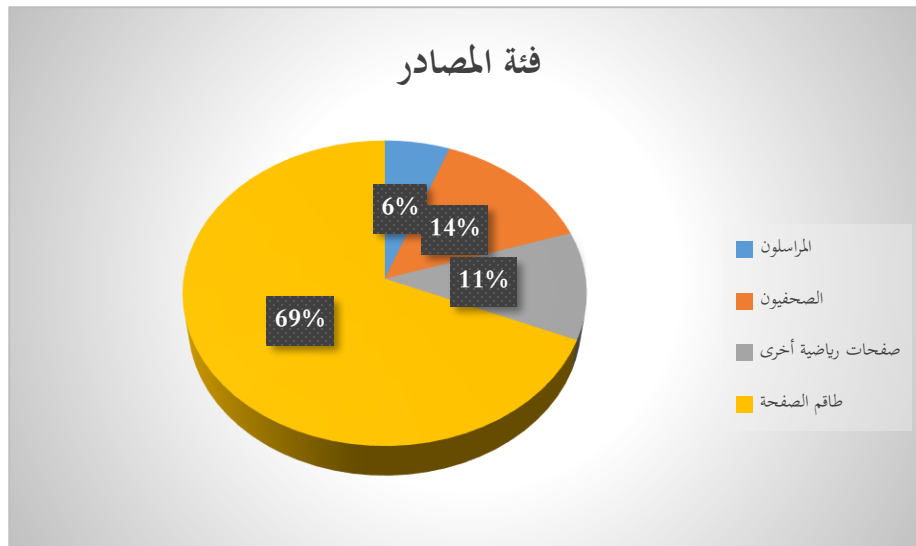
• فئة المصادر:

الجدول 07: فئة المصادر

النسبة المئوية	التكرارات	فئة المصادر
5.7	2	المراسلون
14.3	5	الصحفيون
11.4	4	صفحات رياضية أخرى
68.6	24	طاقم الصفحة (1001 Football)
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 06: فئة المصادر



### ❖ القراءة التعيينية:

يتبين أن النسبة الأكبر من المنشورات تعتمد على الطاقم التحريري الخاص بالصفحة، بنسبة 68.6%، ما يدل على إنتاج داخلي و محتوى ذاتي دون نقل مباشر عن أطراف خارجية. بينما نلاحظ حضورا محدودا للمراسلين والصحفيين، وبنسبة متوسطة للصفحات الرياضية الأخرى.

### ❖ القراءة التضمينية:

تعكس هذه النتائج أن صفحة 1001 Football تعتمد بشكل أساسي على جهدها الذاتي في إنتاج المحتوى، و هذا يمنحها استقلالية تحريرية ويعزز من مصداقيتها لدى المتابعين. ضعف الاعتماد على المراسلين يشير إلى غياب التغطية الميدانية المباشرة، بينما تُستخدم الصفحات الرياضية الأخرى كمصدر ثانوي عند الحاجة للمقارنة أو نقل معلومة مهمة ، والحضور المتواضع للصحفيين قد يُشير إلى غياب التحليل الصحفي العميق، أو ربما إلى رغبة الصفحة في الحفاظ على طابعها الشعبي والسريع دون التقيّد بخطاب تحليلي ثقيل، وهو ما يناسب جمهور فيسبوك.

ب. فئات الشكل:

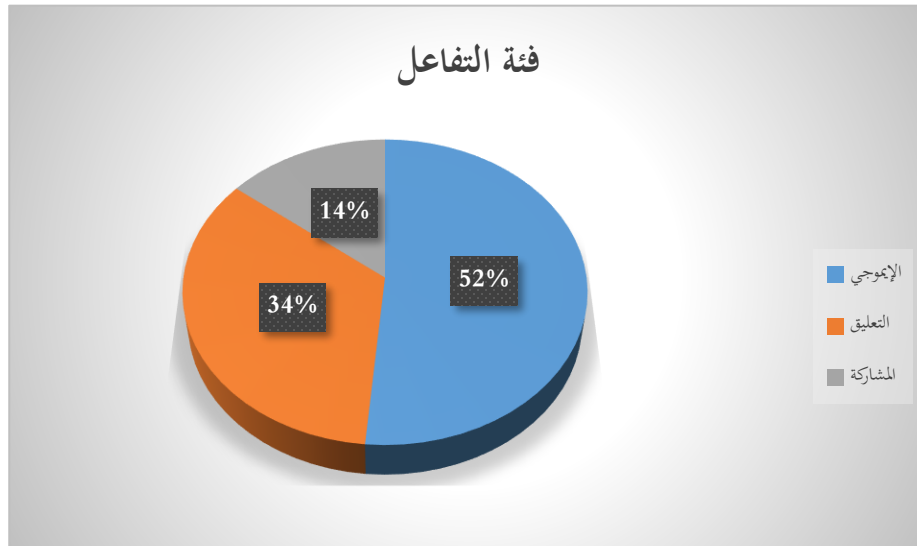
• فئة التفاعل:

الجدول 08: فئة التفاعل

النسبة المئوية	التكرارات	فئة التفاعل
51.4	18	التفاعل بالإيموجي
34.2	12	التفاعل بالتعليق
14.2	5	التفاعل بالمشاركة
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 07: فئة التفاعل



### ❖ القراءة التعيينية:

من أصل 35 منشورا، أغلبها تضمّن تفاعلا بالإيموجي بنسبة % 51.4، ما يعكس أسلوبا شائعا لدى الجمهور في التعبير السريع عن الموقف. تليها المنشورات التي أثارت تعليقات بنسبة % 34.2، في حين لم تتجاوز المنشورات التي تمت مشاركتها نسبة % 14.2.

### ❖ القراءة التضمينية:

تظهر النتائج أن الإيموجي هو الوسيلة المفضلة لدى جمهور الصفحة للتفاعل، لما يتميز به من سهولة وسرعة، وهو ما يناسب محتوى الصفحة القصير والمباشر. أما التعليقات فهي مؤشر على إثارة النقاش أو الجدل، وتُعبّر عن محتوى محفز للرأي أو التفاعل الفكري. ضعف المشاركة يُشير إلى أن غالبية المنشورات تُستهلك داخل الصفحة فقط دون رغبة في إعادة نشرها، إلا في الحالات الاستثنائية (مباراة حاسمة، أو نتيجة مثيرة).  
و هذا ما اكده لنا باحثان في دراسة تأثير استخدام الرموز التعبيرية على التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي: "دراسة تحليلية على مستخدمي فيسبوك" حيث افاد بان : " الرموز التعبيرية أصبحت وسيلة فعالة للتفاعل السريع على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تُسهّم في نقل المشاعر والانفعالات وتُعزز تجربة المستخدم بشكل واضح"<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> أحمد، محمد، تأثير استخدام الرموز التعبيرية على التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية على مستخدمي فيسبوك، مجلة جملة البحوث الإعلامية، العدد 15، ص1815.

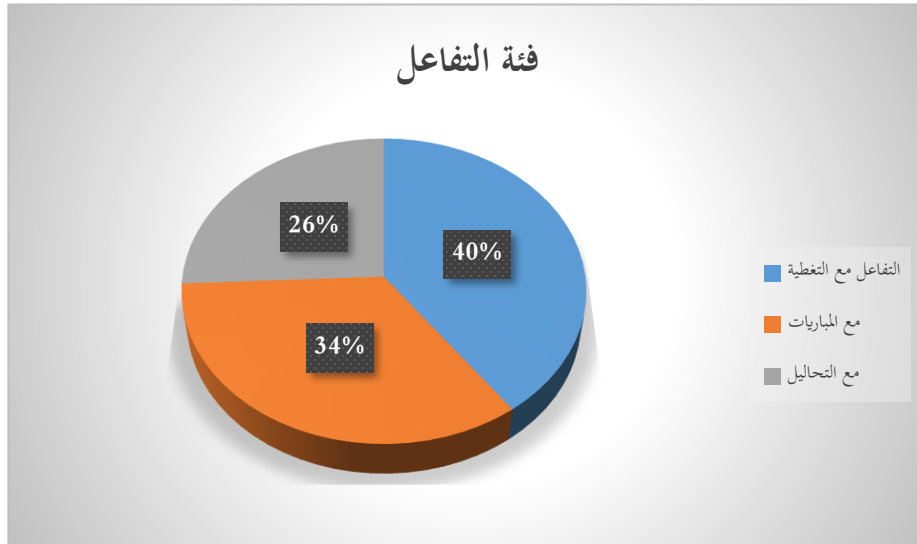
• فئة التفاعل حسب الموضوع:

الجدول 09: فئة التفاعل حسب الموضوع

النسبة المئوية	التكرارات	فئة التفاعل حسب الموضوع
40	14	التفاعل مع التغطية
34.2	12	التفاعل مع المباريات
25.8	9	التفاعل مع التحليل
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 08: فئة التفاعل حسب الموضوع



### ❖ القراءة التعيينية:

يتضح من خلال الجدول أن التفاعل مع التغطية المباشرة قد تصدر المشهد بنسبة % 40، حيث يجذب الجمهور إلى المنشورات التي تتناول وقائع المباراة لحظة بلحظة. ويليه التفاعل مع محتوى المباريات (التتائج، الصور، توقيت اللقاء...) بنسبة % 34.2، ثم التحاليل الفنية التي سجلت أقل نسبة و هي % 25.8.

### ❖ القراءة التضمينية:

يفضل جمهور صفحة 1001 Football المحتوى اللحظي المباشر على التحليل المعمق، ما يدل على طابع استهلاكي وسريع للمعلومة الرياضية. التفاعل الأكبر مع التغطية يرجع إلى كونها تخلق نوعا من الحضور الفوري في الحدث، و تجعل المتلقي يشعر بأنه "داخل المباراة".

أما التحليل، فرغم أهميته، يبقى محدود التفاعل لأنه يتطلب تركيزا واهتماما أكبر من الجمهور، وهو ما لا يتوفر دائما في سياق منصات سريعة كفيسبوك.

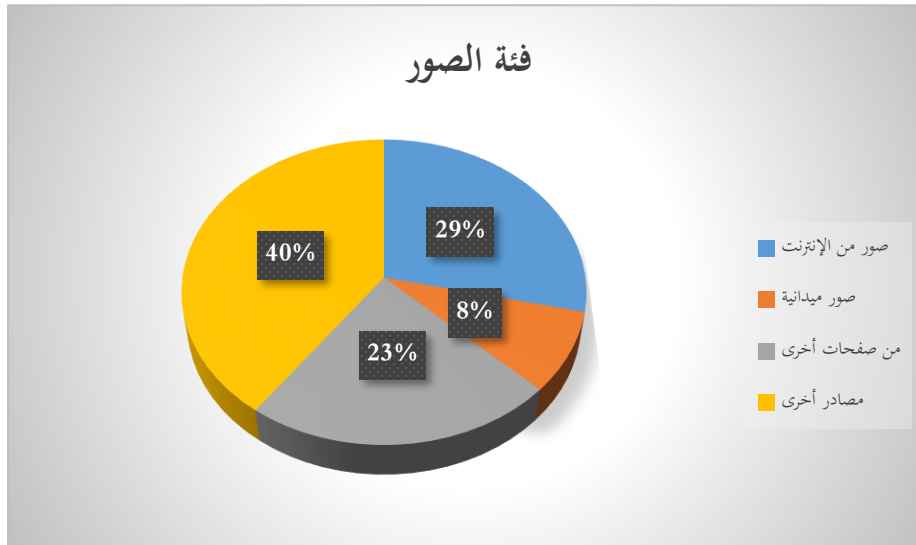
• فئة الصور المستخدمة في المنشورات:

الجدول 10: فئة الصور

النسبة المئوية	التكرارات	فئة الصور
28.5	10	صور من الإنترنت
8.5	3	صور ميدانية
22.8	8	صور من صفحات أخرى
40	14	مصادر أخرى
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 09: فئة الصور



### ❖ القراءة التعيينية:

تبين أن أكبر نسبة من الصور المستخدمة جاءت من مصادر غير محددة بدقة (مثل تطبيقات أو صور معدلة أو مرسله من المتابعين)، بنسبة % 40. بينما استعانت الصفحة بالصور من الإنترنت بنسبة % 28.5، تليها صور مأخوذة من صفحات أخرى بـ % 22.8، في حين أن الصور الميدانية كانت الأقل استخدامًا بـ 8.5 % فقط.

### ❖ القراءة التضمينية:

تشير هذه النتائج إلى أن صفحة 1001 Football تعتمد بشكل كبير على مصادر مفتوحة أو غير رسمية للصور، و هو ما يظهر طابعها غير المؤسسي لكنها مرنة ومبدعة بصريا. ندرة الصور الميدانية تعني أن الصفحة لا تملك فريقا إعلاميا معتمدا داخل الملاعب، مما يدل على طابع رقمي مستقل. الاعتماد على صفحات أخرى يبرز ثقافة إعادة التدوير الرقمي، أي نقل الصور من حسابات رياضية جزائرية أو إفريقية، وهي ممارسة شائعة في الصحافة الرياضية الفيسبوكية التي لا تملك موارد تصوير حصرية.

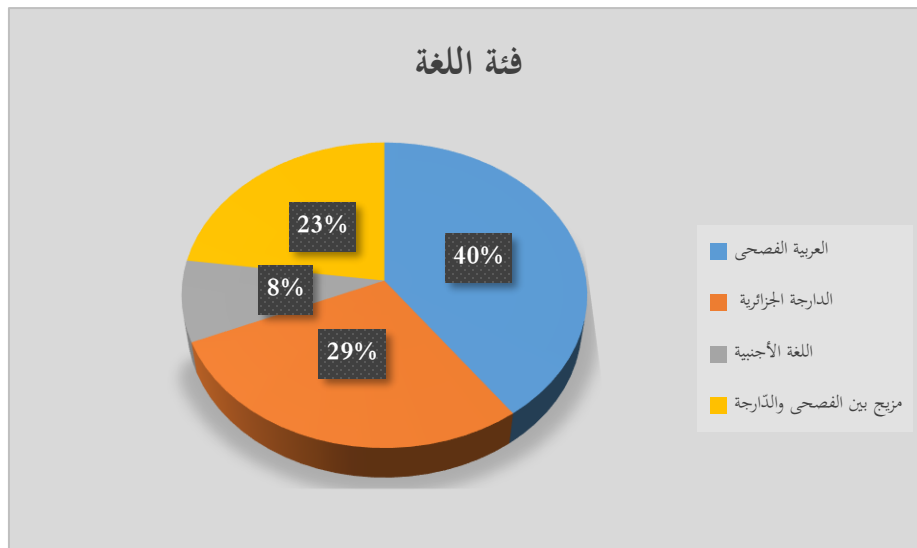
- فئة اللغة المستخدمة في المنشورات:

الجدول 11: فئة اللغة المستخدمة في المنشورات

النسبة المئوية	التكرارات	فئة اللغة
40	14	العربية الفصحى
28.5	10	الدارجة الجزائرية
8.5	3	اللغة الأجنبية (فرنسية/إنجليزية)
23	8	مزيج بين الفصحى و الدارجة
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 10: فئة اللغة



❖ القراءة التعيينية:

يتبين أن اللغة العربية الفصحى كانت الأكثر استخداما في منشورات الصفحة بنسبة % 40، تليها الدارجة الجزائرية بـ % 28.5. أما اللغة المختلطة (مزيج من الفصحى و الدارجة) فقد استخدمت بنسبة 23 %، في حين لم تتجاوز نسبة المنشورات باللغة الأجنبية (كالفرنسية أو الإنجليزية) % 8.5.

❖ القراءة التضمينية:

تظهر النتائج أن الصفحة تميل إلى الطابع الرسمي في الخطاب عند تقديم الأخبار والمستجدات، ما يفسر الحضور القوي للفصحى. أما استخدام الدارجة والمزج بينها وبين الفصحى، فهو غالبا يستعمل في المنشورات التفاعلية أو الساخرة، بهدف خلق قرب لغوي و ثقافي من المتابعين.

ضعف اللغة الأجنبية يؤكد أن الجمهور المستهدف جزائري في الغالب، و أن الصفحة لا تتوجه لجمهور دولي أو ناطق بغير العربية. و اعتماد المزيج بين الفصحى و الدارجة يعكس مرونة لغوية تتماشى مع طبيعة فيسبوك، حيث تميل المنشورات إلى أن تكون خفيفة، مباشرة و سهلة الهضم.

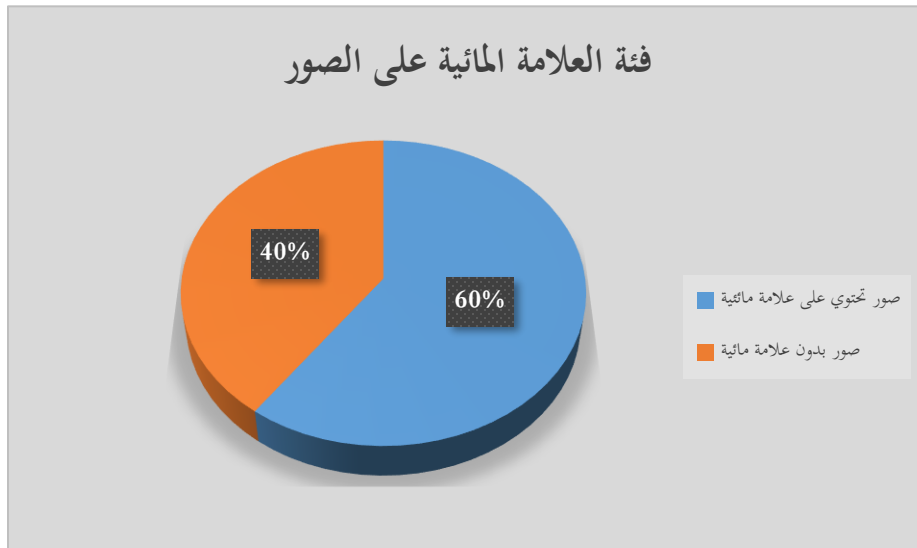
● فئة العلامة المائية على الصور:

الجدول 12: العلامة المائية

النسبة المئوية	التكرارات	فئة اللغة
60	21	صور تحتوي على علامة مائية
40	14	صور بدون علامة مائية
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 11: فئة العلامة المائية على صور



❖ القراءة التعيينية:

يتضح أن غالبية الصور المستخدمة في منشورات الصفحة كانت تحمل علامة مائية (شعار الصفحة أو توقيع مصور أو مصدر)، بنسبة % 60، فيما كانت الصور الأخرى خالية من أي علامة بنسبة % 40.

❖ القراءة التضمينية:

تظهر هذه النتائج أن صفحة Football 1001 تسعى في كثير من الأحيان إلى تأكيد ملكيتها البصرية للمحتوى من خلال وضع علامة مائية، سواء كشعار رسمي للصفحة أو للترويج لهويتها. كما قد تشير العلامة إلى مصدر موثوق أو صفحة ناقلة.

أما الصور بدون علامات، فهي غالباً من مصادر عامة أو يتم تداولها بحرية بين الصفحات، مما يقلل من ارتباطها الحصري بالصفحة الأصلية، لكنه في الوقت نفسه يُظهر نوعاً من المرونة البصرية وعدم التقيد. هذا التنوع يُشير إلى أن الصفحة تجمع بين الاحتراف في بعض المنشورات (ذات الشعار) والعفوية في منشورات أخرى، وهو ما يمنحها هوية مرنة و شعبية في الآن نفسه.

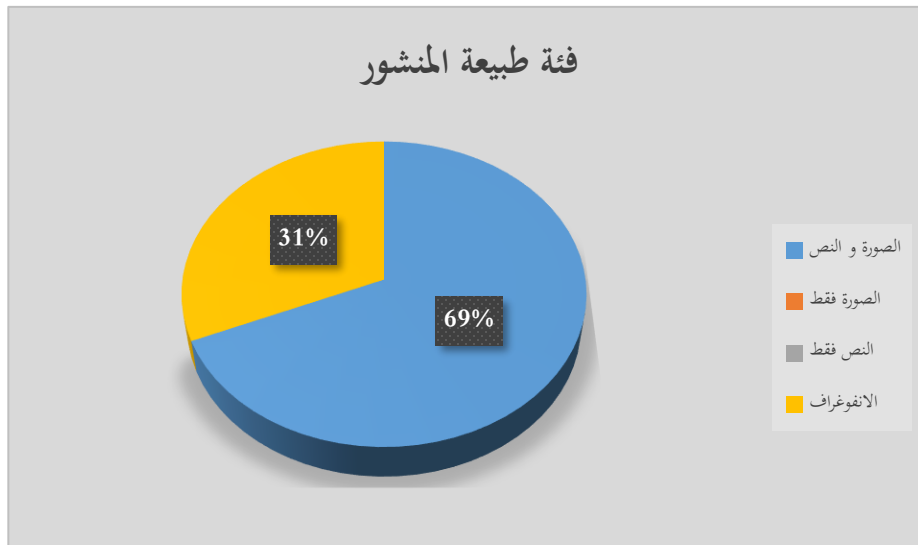
● فئة طبيعة المنشور:

الجدول 13: طبيعة المنشور

النسبة المئوية	التكرارات	فئة طبيعة المنشور
68.6	24	الصورة و النص
0	0	الصورة فقط
0	0	النص فقط
31.4	11	الانفوغراف
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 12: فئة طبيعة المنشور



### ❖ القراءة التعيينية:

بلغ عدد المنشورات التي تضمنت الصورة و النص معا 24 منشورا بنسبة % 68.6 من مجموع المنشورات، في حين بلغ عدد منشورات الانفوغراف 11 منشورا بنسبة % 31.4، مع غياب تام للمنشورات التي تتضمن الصورة أو النص فقط.

### ❖ القراءة التضمينية:

نلاحظ تفوق المنشورات التي تجمع بين الصورة و النص، مما يدل على سعي الصفحة إلى الموازنة بين المضمون و الشكل و أيضا تقديم محتوى متكامل. كما نلاحظ غياب المنشورات التي تختصر على الصورة و النص و ها قد يشير إلى قناعة المحررين بضعف هذه الصيغ في جذب المتابعين و إيصال الرسالة بفعالية. إلى جانب الحضور اللافت للانفوغراف، و هو ما يعكس التوجه نحو تبسيط المعلومات، مما يعزز فهم الأحداث الرياضية خاصة قبل المباراة و بعدها.

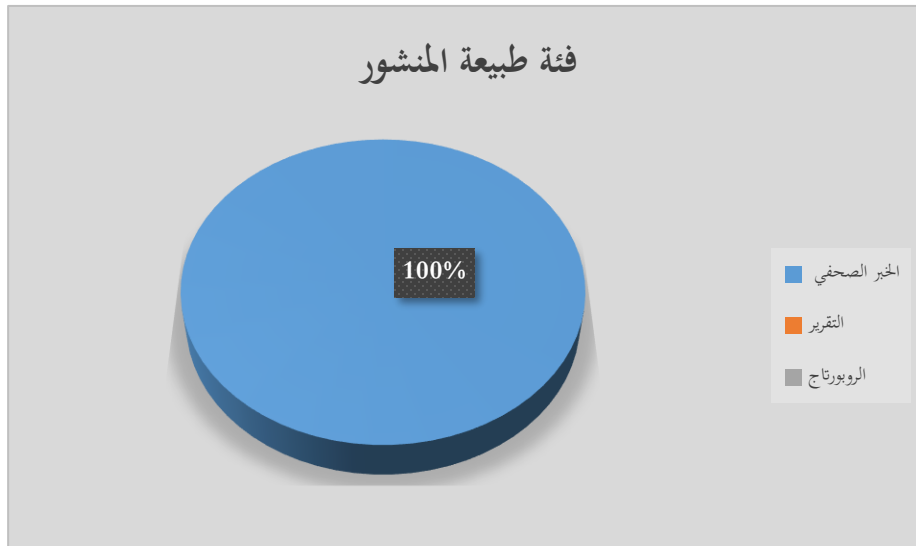
- فئة طبيعة ما يُنشر:

الجدول 14: طبيعة ما يُنشر

النسبة المئوية	التكرارات	فئة طبيعة ما يُنشر
100	35	الخبر الصحفي
0	0	التقرير
0	0	الروبورتاج
100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الإحصائيات

الشكل 13: فئة طبيعة المنشور



### ❖ القراءة التعيينية:

يوضح الجدول أن جميع المنشورات تندرج تحت فئة الخبر الصحفي الذي يشكل % 100 من المحتوى المنشور، بينما التقرير و الروبورتاج لم يتم نشر أي منهما، أي بنسبة % 0.

### ❖ القراءة التضمينية:

تبرز هذه النتائج أن صفحة 1001 Football تولي اهتمامها لنوع واحد فقط من المضامين و هو الخبر الصحفي، ما يشير إلى تركيزها على نقل الأحداث الآنية و المعلومات السريعة، حيث ينسجم هذا الاختيار مع طبيعة منصات التواصل الاجتماعي و ذلك استجابة لمتطلبات جمهور يبحث عن الخبر العاجل أكثر من التحليل المعمق و التغطية الميدانية.

❖ مناقشة و تحليل النتائج:

شكلت منشورات صفحة 1001 Football خلال فترة تصفيات كأس أمم إفريقيا للمنتخب الجزائري عينة غنية للتحليل، وقد أظهرت النتائج أن التركيز الأكبر كان موجها نحو المنتخب الوطني، سواء من حيث طبيعة المواضيع أو المجال الجغرافي للتغطية. فكل المنشورات المحللة وعددها 35 كانت موجهة لمتابعة المنتخب، بنسبة 100%، و 77.1% منها ذات طابع وطني. وهو ما يعكس توجهها تحريريا واضحا نحو توظيف البعد الوطني في التغطية الرياضية، وتقديم المنتخب كمثل رمزي للهوية الجماعية، خاصة خلال المناسبات القارية الكبرى.

من حيث طبيعة التغطية، اتضح أن الصفحة تمزج بين أنماط متعددة: تغطية إخبارية بنسبة 42.8%، تغطية مباشرة بنسبة 28.5%، إضافة إلى معلومات تمهيدية عن المباريات. هذا التنوع يعكس إستراتيجية إعلامية تقوم على السرعة والآنية في نقل الأحداث، مع توفير محتوى إخباري موثوق يغني المتلقي، ويعزز من تفاعله المستمر مع الصفحة.

أما على مستوى الفاعلين، فقد هيمن اللاعبون بنسبة 34.2% ضمن الشخصيات الطبيعية، متبوعين بالمنتخبات المنافسة والطاقم الفني، في حين جاءت شخصية "المنتخب" ككيان معنوي في صدارة الحضور بنسبة 57.1%. هذا يبرز اعتماد الصفحة على خطاب يجمع بين الشخصية (التركيز على اللاعب) والجماعية (إبراز الفريق الوطني كوحدة واحدة)، وهو ما يُسهم في تعزيز التفاعل العاطفي و الجماهيري.

وفيما يخص مصادر المعلومات، فقد بينت النتائج أن نسبة 68.6% من المحتوى تُنتج داخليا من قبل طاقم الصفحة، ما يعكس استقلالية تحريرية واضحة، ويمنح الصفحة طابعا مميزا مقارنة بالصفحات الناقلة.

الاعتماد المحدود على الصحفيين أو الصفحات الأخرى يُظهر أن الصفحة تعتمد أكثر على المحتوى التفاعلي والخفيف بدل التحليل المعمق.

أما التفاعل، فقد تمثل أساسا في استخدام الإيموجي بنسبة 51.4 %، وهو ما يؤكد أن جمهور الصفحة يتفاعل بشكل سريع وبسيط مع المحتوى. في حين أن التفاعل بالتعليق مثل نسبة 34.2 %، مما يشير إلى وجود شريحة تهتم بإبداء الرأي. أما التفاعل حسب الموضوع، فقد تصدرت التغطية اللحظية مجالات التفاعل، وهو ما يعكس تفضيل الجمهور للمحتوى الآني و المباشر .

في جانب الصور، اتضح أن أغلب الصور المستخدمة لا تحمل مصدرا واضحا، بنسبة 40 %، ما يعكس اعتماد الصفحة على أسلوب بصري شعبي. في المقابل، وجود صور بعلامة مائية بنسبة 60 % يبرز سعي الصفحة لتثبيت هويتها الرقمية وحماية محتواها من النقل غير المنسوب. أما لغويا، فقد تبين أن المنشورات تستعمل مزيجا بين الفصحى و الدارجة، مع هيمنة للفصحى بنسبة 40 %، وهو ما يدل على مرونة لغوية تهدف للوصول إلى مختلف شرائح الجمهور.

بناء على ما سبق، يمكن القول إن صفحة 1001 Football تمثل نموذجا لتغطية رياضية رقمية تجمع بين الطابع الوطني، البساطة الشعبية و التفاعل اللحظي، مما يمنحها قاعدة جماهيرية واسعة و فعالة في مجال الإعلام الرياضي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

### خاتمة:

تناولت هذه المذكرة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل حديثة لنقل الأحداث الرياضية، من خلال دراسة وصفية تحليلية لعينة من منشورات صفحة "1001 Football" أثناء تغطيتها لمباريات المنتخب الجزائري في تصفيات كأس إفريقيا 2024.

في الفصل الأول، استعرضنا الإطار النظري الذي أتاح لنا التعرف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، أنواعها، خصائصها، إيجابياتها وسلبياتها. كما تعمقنا في مفهوم الإعلام الرياضي من حيث خصائصه ووظائفه وعناصره، ثم تطرقنا إلى العلاقة التفاعلية بين الإعلام الرياضي ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي باتت تشكل اليوم إعلاما جديدا يدمج بين سرعة النشر والتفاعل الجماهيري الواسع.

أما في الفصل الثاني، فركزنا على السياق الجزائري، حيث تناولنا واقع الإعلام الرقمي في الجزائر، التحديات التي تواجهه، والتغيرات التي فرضها التحول الرقمي، خصوصا على مستوى تغطية الأحداث الرياضية. كما سلطنا الضوء على الدور المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي في نقل وتغطية المباريات والتظاهرات الرياضية، مع التركيز على أهم الصفحات الرياضية الجزائرية النشطة على فيسبوك.

وقد جاءت الدراسة التطبيقية لتبرز كيف تقوم صفحة "1001 Football" باستخدام أدوات الإعلام الرقمي، من خلال تحليل محتوى منشوراتها المتعلقة بمباريات المنتخب الوطني في تصفيات كأس إفريقيا. و أظهرت النتائج أن هذه الصفحة استطاعت أن تواكب التغطية الإعلامية بطريقة تفاعلية تجمع بين المعلومة والآنية، مع استثمار مميزات فيسبوك في جذب وتفاعل الجمهور.

في الختام، أكدت هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي، وبالأخص فيسبوك، أصبحت فاعلا أساسيا في المشهد الإعلامي الرياضي الجزائري، ليس فقط كوسيلة لنقل الأخبار، بل كمنصة للتفاعل وبناء علاقة مباشرة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور الرياضي.

## قائمة المراجع:

### • الكتب:

- أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، ط 4، 1978.
- أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2009.
- تمار يوسف، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، تكسيح كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، ط 1، 2007.
- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي "الجزء الأول"، مركز الكتاب، ط 1، 1998.
- عامر ابراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط 1، 2015.
- عبد الله محمد عبد الرحمن، محمد علي البدوي، مناهج و طرق البحث الاجتماعي، مطبعة البحيرة، مصر، ط 2، 2007.
- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، دار اليازوري العلمية، ط 1، 2014.
- فوزي غرايبة و آخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجامعة الأردنية، الأردن، 1977.
- لحسن عبد الله باشيوة و آخرون، البحث العلمي - مفاهيم - أساليب - تطبيقات، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، ط 1، 2015.

- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الصحافة الإلكترونية الرقمية، دار الإحصاء العلمي، ط 1، 2015.
- محمود حسن عبد الله مصطفى، معايير إدارة الدورات الرياضية والبطولات العالمية، دار الوفاء للطباعة و النشر، ط 1، الإسكندرية، 2010.
- مدحت أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية للتدريب و النشر، القاهرة، ط 1، 2017.
- المشوخي، حمد سليمان، تقنيات و مناهج البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 1، 2002.
- مي عبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، ط 1، بيروت - لبنان، 2014.

#### ● المقالات العلمية:

- إلهام بوتلجي، الإعلام الإلكتروني في الجزائر، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 2، ديسمبر 2021.
- سعداوي فاطمة الزهراء، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها، مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة، المجلد 4، العدد 1، 2023.
- عبد الكريم تفرقنيت، بين "سوشيال ميديا" و بين الإعلام الإلكتروني و الإعلام التقليدي، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 1، جوان 2022.
- عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات و السلبيات - دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة البليدة 2، العدد 15، 2016.

- قراد عبد المالك، الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي -دراسة في الأهمية و الأدوار-، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 1، مارس 2023.
- مها مصطفى بخيت، معالجة المواقع الصحفية العربية لاستضافة قطر كأس العالم 2022 و علاقتها بالشعور بفخر الانتماء إلى الأمة العربية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 25، ج 2، جوان 2023.
- نصر الدين العياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب ارهصات التغيير، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 6، 2019.
- الأبحاث و الرسائل العلمية:
- أحمد حسن سلمان، شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان- الأردن، 2017.
- أوذيني مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين ثقافة الطفل، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021.
- بلعطار ريمة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو تنمية الثقافة الرياضية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام و الاتصال السمعي البصري، جامعة قسنطينة 3- صالح بونبندر، 2024.
- بليل كاثية، منصور كهينة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك نموذجاً- وعلاقته بالتوافق الدراسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2021.

- بوثلجة نخلة، بن عمراوي آمال، صديقي عبد المجيد، اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الرياضي الإلكتروني "دراسة على عينة من متصفح موقع كورة"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023.
- بورنان عبد الحق، خشاش عبد الرزاق، خلفان أسماء، دراوي نسيم، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي، مذكرة ليسانس، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2020.
- رحمان فتحي، فريدي طارق، أثر إدمان وسائل التواصل الاجتماعي على إصابات الظهر عند الشباب الرياضي - الفيسبوك نموذجاً-، مذكرة ماستر، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019.
- فندوشي حمزة، آثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 3، سيدي عبد الله -زرالدة-، 2015.
- لطرش نزهة، أهمية احتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 3، دالي إبراهيم، 2018.
- مصطفى بورنان، اسماعيل عبد اللاوي، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الجمهور الرياضي للمنتخب الوطني لكرة القدم - الفيسبوك نموذجاً-، مذكرة ماستر، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2017.
- هلال بيطار، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي، مذكرة ماستر، المعهد العالي لإدارة الأعمال، 2022.

● المواقع الالكترونية:

- أسماء قنديل، "إليكم أهم ضوابط الممارسة الإعلامية أثناء تغطية أحداث المباريات الرياضية"، شبكة الصحفيين الدوليين (IJNet)، نشر في 15 نوفمبر 2022، تاريخ الاطلاع: 22 ماي 2025، <https://ijnet.org/ar/story/المباريات-الرياضية>.

- محمد تيسير، كتاب المنهج الوصفي التحليلي: مع نبذة حول المنهج الوصفي التحليلي، المدونة العربية للعلوم و نشر الأبحاث، جويلية 2022، <https://blog.ajsrp.com/التحليلي/>.

● مصادر أخرى:

- مقابلة علمية مع الصحفي حمزة رزيق حول موضوع أهم الصفحات الرياضية في الجزائر على الفيسبوك بتاريخ 29 أبريل 2025 على الساعة 11:46، المكان: الانترنت.
- مقابلة علمية مع الصحفي عيسى مراد حول موضوع أهم الصفحات الرياضية في الجزائر على الفيسبوك بتاريخ 10 ماي 2025 على الساعة 19:15، المكان: مقر قناة الهداف.

● اللغة الأجنبية:

- Cloé Barcelo, **L'impact des réseaux sociaux dans la promotion des événements sportifs**, Master Marketing & Vente, 4 Mars 2025, [en ligne], consulté le 1 Mai 2025, URL : <https://www.quelmastermarketing.fr/master-sport-loisirs/limpact-des-reseaux-sociaux-dans-la-promotion-des-evenements-sportifs/>.
- Francis Balle.(2016). Médias et sociétés'édition,presse,cinéma,radio,internet .Lextensto éditions.

- Houshmand Sarkhoosh, M., Majidi Dorcheh, S. M., Gautam, S., Midoglu, C., Shafiee Sabet, S., & Halvorsen, P. (2023, October 18). **Soccer on Social Media: Comparative Analysis of Social Media Strategies Used by European Soccer Leagues and Teams**, [Conference paper], Oslo Metropolitan University (OsloMet), Norway; SimulaMet; Telenor.

الملحق رقم 1: استمارة تحليل المضمون:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

تخصص / صحافة و اتصال رياضي

استمارة تحليل:

هذه الاستمارة نقدمها لكم في إطار إنجاز مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال تحت عنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث الرياضية: دراسة تحليلية وصفية لعينة من منشورات صفحة 1001 Football أثناء تغطية مباريات المنتخب الجزائري في الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024. استعنا في ذلك بأداة تحليل المضمون لتحليل عينة من منشورات صفحة 1001 Football و ذلك في الفترة الممتدة 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024 حيث اقتصر اختيارنا فيها على فئات تحليل المضمون، و فئات تحليل الشكل، و التي تتمثل في كل من الفئات التالية:

من حيث المضمون: فئة الموضوع، المواضيع حسب المجال، فئة طبيعة التغطية، فئة الفاعلين، فئة المصادر. و من حيث الشكل: فئة التفاعل، فئة التفاعل حسب الموضوع، فئة الصور، فئة اللغة، فئة العلامة المائية للصور. و على أساس الفئات سابقة الذكر فإننا اخترنا وحدات العد التالية: وحدة الكلمة، وحدة الموضوع، وحدة العبارة، وحدة السياق، ونشير إلى أننا اخترنا عينة قصدية تتكون من 31 منشور في الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024.

لذا نطلب من سيادتكم:

✓ قراءة الوثيقة التي بين أيديكم جيدا والإمام بما عليه من عناصر، ونقاط، مع التمعن في دليل التعاريف الإجرائية.

✓ قراءة مدى توافق التحليل مع العينة الممثلة للدراسة، وكذا أسئلتنا البحثية.

✓ وضع علامة + أمام التعاريف التي ترونها مناسبة، مع وضع علامة - للتعاريف التي ترونها غير مناسبة.

✓ إذا اعتبرتم أي تعريف لأي عنصر من عناصر دليل التعريفات الإجرائية لا يطابق أي فئة من الفئات المعتمدة، أو عناصرها فالرجاء منكم وضع علامة x أمام هذا التعريف.

✓ إن وجدتم أن هناك إضافات ممكنة ولازمة، للتعريف، فالرجاء منكم كتابتها في المكان المناسب، أو في ورقة منفصلة لو استلزم الأمر ذلك.

النظر إلى شكل الترميز و دليل الاستمارة مع تسجيل الملاحظات في الإطار المخصص لها، أو في ورقة منفصلة. تقبلوا مني فائق التقدير والشكر.

اسم و لقب المشرف:

اسم الباحث:

الأستاذة/ د. مليكة بوخاري.

عامري عبد الستار.

### 1/ دليل التعريفات الإجرائية:

أ/ فئات المضمون: التي تجيب عن ماذا قيل؟

#### 1- فئة الموضوع:

##### 1-1 المواضيع من حيث التفرعات:

و يقصد بها كل المواضيع التي تتكلم عن مباريات المنتخب الجزائري و بالتحديد منشورات صفحة Football 1001 لمباريات تصفيات كأس إفريقيا في الفترة الممتدة من 5 سبتمبر إلى 17 نوفمبر 2024.

##### 2- المواضيع حسب المجال:

1-2 المواضيع الوطنية: و هي المنشورات التي تتناول أحداث أو قضايا ذات طابع وطني و التي تخص المنتخب الوطني الجزائري.

2-2 المواضيع المحلية: و هي التي تتعلق بالأحداث الرياضية ذات الطابع المحلي مثل مباريات الأندية الجزائرية.

2-3 المواضيع الدولية: و هو كل ما له علاقة بالمحتوى الرياضي المرتبط بأحداث رياضية كأخبار المنتخبات الأخرى، المنافسين في تصفيات كأس أمم إفريقيا، أو مواقف الاتحاديات الرياضية الخارجية التي لها علاقة بتنظيم البطولة.

##### 3- فئة طبيعة التغطية:

1-3 التغطية عبر البث المباشر: وهي المنشورات التي تعتمد على النقل المباشر لمجريات المباراة و استقطاب المشاهدين و تفاعلاتهم.

**3-2: التغطية الإخبارية:** و تتمثل في تقديم المعلومات و كل المستجدات حول المباراة أو الفريق، كالإعلان عن التشكيلة الأساسية، نتائج اللقاء، التصريحات و التحديثات العاجلة المرتبطة بالحدث.

### **3-3 معلومات عن المباراة:**

و التي تتمثل في المعطيات التمهيديّة مثل تاريخ اللقاء، الملعب، توقيت المباراة، اسم الحكم، ترتيب الفرق و سياق المباراة في التصنيفات.

### **4- فئة الفاعلين:**

#### **1-4 فئة الشخصيات الطبيعية:**

**4-1-1 اللاعبين:** و يقصد بها ممثلو الفريق الوطني في الميدان و تشمل المنشورات التي تذكر أسماء اللاعبين، أداءهم، إصاباتهم أو تصريحاتهم بعد المباراة.

**4-1-2 الطاقم الفني:** و يشمل المدرب الرئيسي، مساعده، المحضرون البدنيون وغيرهم من أعضاء الجهاز الفني، كتحليل قراراتهم، تصريحاتهم أو تقييم أداءهم.

**4-1-3 طاقم التحكيم:** ويقصد بهم حكام الساحة، المساعدون و حكام تقنية الفيديو، و تشمل المنشورات التي تشير إلى أداءهم كقراراتهم المثيرة للجدل أو تعيينهم للمباريات.

**4-1-4 الجمهور:** و هي المنشورات التي تبرز تفاعل المشجعين و آراءهم و ذلك من خلال تنظيم استطلاعات للرأي حول الأداء و النتائج.

**4-1-5 المدربون:** يُشار إليهم في سياقات متعددة مثل التصريحات أو الخطط التكتيكية أو المسؤولية الفنية للفريق، و يُعتبرون من أبرز الفاعلين لما لهم من تأثير مباشر على الأداء و النتائج.

**4-2 فئة الشخصيات المعنية:**

**4-2-1 الفريق:** و يقصد به المنتخب الوطني الجزائري أو المنتخبات المنافسة كروح جماعية تمثل دولتها و تتنافس ضمن تصفيات كأس إفريقيا.

**4-2-2 الملعب:** ويتعلق الأمر بالمكان الذي ستجرى فيه المباراة و كل المعلومات التي تخصه من طبيعته، حالته، تأثيره أو التنظيم فيه.

**4-2-3 الاتحادية الجزائرية لكرة القدم:** و هي كل ما يتعلق بمنشورات الاتحادية الرياضية من تغطية، قرارات أو تدخلات رسمية.

**4-2-4 المنتخبات المنافسة:** و هي كل ما يتعلق بمنشورات المنتخبات المواجهة لمنتخب الجزائر في التصفيات أو التي تلعب في نفس الفترة.

**5- فئة المصادر:**

**5-1 المراسلون:** و هم الأفراد الذين يقومون بنقل المعلومات من الميدان و الذين يقدمون تفاصيل حصرية.

**5-2 الصحفيون:** و تشمل المنشورات التي تعتمد على تصريحات التحليل الصادرة من صحفيين رياضيين معروفين سواء كانوا أجنب أو عرب و ذلك عبر حساباتهم الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي أو وسال الإعلام التقليدية.

**5-3 صفحات رياضية على مواقع التواصل الاجتماعي:** و هي الصفحات المعروفة بمصداقيتها في مجال نقل الأخبار الرياضية كالصفحات الرياضية الجزائرية أو الإفريقية.

4-5 طواقم الصفحة: و يقصد به تحليل أو متابعة الأخبار و الأحداث لإنتاج محتوى خاص بالصفحة دون الاعتماد على مصادر خارجية.

ب/ فئات الشكل:

1- فئة التفاعل:

1-1 التفاعل بالإيموجي: و يعني استخدام الرموز التعبيرية كالإعجاب، الغضب، الضحك،... الخ، و التي يعبر بها متابعو الصفحة عن مواقفهم و يبدو ردود أفعالهم تجاه المنشورات.

2-1 التفاعل بالتعليق: و يشمل التعليقات النصية التي يتركها المتابعون أسفل المنشور، و التي تعبر عن آرائهم، انتقاداتهم، استفساراتهم و تحليلاتهم.

3-1 التفاعل بالمشاركة: و يقصد به قيام المتابع بإعادة نشر المحتوى على صفحته أو مشاركته مع مستخدمين آخرين، مما يدل على مدى أهمية المنشور و قابليته للانتشار الواسع.

2- فئة التفاعل حسب الموضوع:

1-2 التفاعل مع التغطية: و يعني التفاعل الذي تحققه المنشورات المتعلقة بتغطية الأحداث الرياضية.

2-2 التفاعل مع المباريات: و يشمل المحتوى الذي يهتم بنتائج المباريات و مجرياتها، مواعيدها، الأحداث الهامة و الصور المتعلقة بها.

3-2 التفاعل مع التحاليل: و هي التي تتعلق بمنشورات الصفحة التي تعطي قراءات تحليلية للمباريات، أداء اللاعبين، الخطط و توجهات المدربين.

3- فئة الصور:

- 3-1 انترنيت: و يقصد بها الصور التي يتم الحصول عليها من المواقع الالكترونية و محركات البحث.
- 3-2 صور ميدانية: تمثل الصور التي يتم التقاطها من طرف الفريق الإعلامي للصفحة أثناء تواجده في الميدان، سواء داخل الملعب أو من محيطه.
- 3-3 صور الصفحات: و هي الصور التي تؤخذ من صفحات أخرى على الفيسبوك، إما محترفة أو مستقلة.
- 3-4 مصادر أخرى: و تتضمن الصور التي لم يُحدد مصدرها بدقة، مثل الصور المأخوذة من التطبيقات أو تلك المرسله من طرف المتابعين و التي تظهر عليها علامات التعديل.

4- فئة اللغة:

- 4-1 اللغة العربية الفصحى: و تعتمد في المنشورات ذات الطابع الرسمي و الإخباري، حيث تتميز بأسلوب واضح و التزامها بقواعد اللغة.
- 4-2 اللهجة العامية (الدارجة): تستخدم في المنشورات المباشرة التي تستهدف الجمهور العام، بغرض تعزيز التفاعل الشعبي.
- 4-3 اللغة الأجنبية: و تشمل اللغة الفرنسية أو الانجليزية داخل العناوين و التعليقات، و غالبا ما تُستخدم في إطار تحليلي أو معالجة مواضيع ذات طابع دولي.
- 4-4 خليط بين العربية الفصحى و الدارجة: و هو أسلوب يمزج بين الفصحى و الدارجة في نفس المنشور.

5- فئة العلامة المائية للصور:

5-1 صور تحتوي على العلامة المائية: و هي صور تحمل وسم أو رمز يميزها، قد يكون شعارا لصفحة أو

توقيعا لمصور أو مصدرا للصورة، للدلالة على ملكية المحتوى.

5-2 الصور التي لا تحتوي العلامة المائية: و هي صور لا تتضمن أي شعار أو رمز لحماية حقوق النشر أو

إشارة للمصدر.

6- فئة طبيعة المنشور:

6-1 الصورة و النص: منشورات تمزج بين المعلومة المكتوبة و العنصر البصري، و تعد من أكثر الأنماط

اعتمادا لما توفره من وضوح في إيصال الفكرة.

6-2 الصورة فقط: تستخدم لنقل لحظات بصرية مميزة أو مشاهد مباشرة تعبر عن الحدث دون الحاجة إلى

شرح نصي.

6-3 النص فقط: يعتمد على المحتوى المكتوب دون أي عناصر بصرية، و يُستخدم غالبا لتقديم أخبار

عاجلة أو تحليلات أو تعليقات سريعة.

6-4 الانفوغراف: و هي تصميمات بصرية تحتوي على أرقام، بيانات و رسومات توضيحية، تُستخدم

لعرض مفاهيم و معلومات معقدة بطريقة مبسطة، مختصرة و جذابة.

7- فئة طبيعة ما ينشر:

7-1 الخبر الصحفي: هو منشور يقدم معلومات جديدة أو مستجدات، يركز على الإجابة عن الأسئلة

الأساسية التالية في نقل الخبر: من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ و لماذا؟

7-2 التقرير: و يمثل محتوى تحليلي يقدم نظرة أوسع حول حدث معين، و ذلك من خلال تقديم خلفياته

أو تداعياته أو أبعاده المختلفة دون إبداء رأي مباشر من الكاتب.

7-3 الروبورتاج: هو محتوى يتقل من قلب الحدث بأسلوب سردي أو وصفي، حيث يبرز التفاصيل الواقعية

للحدث مع تضمين مشاهد حية، شهادات و انطباعات مباشرة.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

ورقة الترميز:

1/ البيانات الأولية:

4	3	2	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

أ/ فئات المضمون:

5- فئة الموضوع من حيث طبيعة الموضوع:

1/5

6- فئة الموضوع من حيث المجال:

3/6

2/6

1/6

7- فئة طبيعة التغطية:

3/7

2/7

1/7

8- فئة الفاعلين:

8-1 فئة الشخصيات الطبيعية:

$5/1/8$	$4/1/8$	$3/1/8$	$2/1/8$	$1/1/8$
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

8-2 فئة الشخصيات المعنوية:

$4/2/8$	$3/2/8$	$2/2/8$	$1/2/8$
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

9- فئة المصادر:

$4/9$	$3/9$	$2/9$	$1/9$
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ب/ فئات الشكل:

10- فئة التفاعل:

$3/10$	$2/10$	$1/10$
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

11- فئة التفاعل حسب الموضوع:

3/11

2/11

1/11

12- فئة الصور:

4/12

3/12

2/12

1/12

13- فئة اللغة:

4/13

3/13

2/13

1/13

14- فئة العلامة المائية:

2/14

1/14

15- فئة طبيعة المنشور:

4/15

3/15

2/15

1/15

16- فئة طباعة ما يُنشر:

3/16

2/16

1/16

2- دليل استمارة تحليل المضمون:

1/ البيانات الأولية:

الرقم 1 يشير إلى: اسم الصفحة.

الرقم 2 يشير إلى: نوع الصفحة.

الرقم 3 يشير إلى: عدد منشورات الصفحة.

الرقم 4 يشير إلى: أيام نشر المحتوى.

2/ فئات التحليل:

أ/ فئة المضمون:

الرقم 5 يشير إلى طبيعة الموضوع من حيث العينة المختارة.

الرقم 1/5 يشير إلى المنشورات التي تتكلم عن مباريات المنتخب الجزائري.

الرقم 6 يشير إلى فئة المواضيع من حيث المجالات.

الرقم 1/6 يشير إلى المواضيع الوطنية.

الرقم 2/7 يشير إلى المواضيع المحلية.

الرقم 3/7 يشير إلى المواضيع الدولية.

الرقم 7 يشير إلى فئة التغطية.

الرقم 1/7 يشير إلى التغطية عبر البث المباشر.

الرقم 2/7 يشير إلى التغطية الإخبارية.

الرقم 3/7 يشير إلى معلومات عن المباراة.

الرقم 8 يشير إلى فئة الفاعلين.

الرقم 1/8 يشير إلى فئة الشخصيات الطبيعية.

الرقم 1/1/8 يشير إلى اللاعبين.

الرقم 2/1/8 يشير إلى الطاقم الفني.

الرقم 3/1/8 يشير إلى طاقم التحكيم.

الرقم 4/1/8 يشير إلى الجمهور.

الرقم 5/1/8 يشير إلى المدربين.

الرقم 2/8 يشير إلى فئة الأشخاص المعنوية.

الرقم 1/2/8 يشير إلى الفريق.

الرقم 2/2/8 يشير إلى الملعب.

الرقم 3/2/8 يشير إلى الاتحادية الجزائرية لكرة القدم.

الرقم 4/2/8 يشير إلى المنتخبات المنافسة.

الرقم 9 يشير إلى فئة المصادر.

الرقم 1/9 يشير إلى المراسلين.

الرقم 2/9 يشير إلى الصحفيين.

الرقم 3/9 يشير إلى الصفحات الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الرقم 4/9 يشير إلى طواقم الصفحة.

ب/ فئات الشكل:

الرقم 10 يشير إلى فئة التفاعل.

الرقم 1/10 يشير إلى التفاعل بالإيموجي.

الرقم 2/10 يشير إلى التفاعل بالتعليق.

الرقم 3/10 يشير إلى التفاعل بالمشاركة.

**الرقم 11 يشير إلى التفاعل حسب الموضوع.**

الرقم 1/11 يشير إلى التفاعل مع التغطية.

الرقم 2/11 يشير إلى التفاعل مع المباريات.

الرقم 3/11 يشير إلى التفاعل مع التحليل.

**الرقم 12 يشير إلى فئة الصور.**

الرقم 1/12 يشير إلى صور الانترنت.

الرقم 2/12 يشير إلى صور ميدانية.

الرقم 3/12 يشير إلى صور الصفحات.

الرقم 4/12 يشير إلى صور من مصادر أخرى.

**الرقم 13 يشير إلى فئة اللغة.**

الرقم 1/13 يشير إلى اللغة العربية الفصحى.

الرقم 2/13 يشير إلى اللهجة العامية (الدارجة).

الرقم 3/13 يشير إلى اللغة الأجنبية.

الرقم 4/13 يشير إلى خليط بين اللغة العربية الفصحى و الدارجة.

**الرقم 14 يشير إلى فئة العلامة المائية للصور.**

يشير الرقم 1/14 إلى صور تحتوي على العلامة المائية.

يشير الرقم 2/14 إلى صور لا تحتوي على العلامة المائية.

الرقم 15 يشير إلى فئة طبيعة المنشور.

يشير الرقم 1/15 إلى الصورة و النص.

يشير الرقم 2/15 إلى الصورة فقط.

يشير الرقم 3/15 إلى النص فقط.

يشير الرقم 4/15 إلى الانفوغراف.

الرقم 16 يشير إلى فئة طبيعة ما يُنشر.

يشير الرقم 1/16 إلى الخبر الصحفي.

يشير الرقم 2/16 إلى التقرير.

يشير الرقم 3/16 إلى الروبورتاج.

الملحق رقم 2: واجهة الصفحة:



الملحق رقم 3: بعض من عينة التحليل:

**1001 Football**  
5 sept. 2024 · 🌐

تشكيلة المنتخب الوطني الأساسية لمواجهة غينيا  
الإستوائية في الجولة الأولى من تصفيات كأس أمم إفريقيا  
20:00 | 2025

**NationalTeam\_#1001**

ALGERIA vs EQ. GUINEA

**STARTING**

23 A. MANDREA  
4 M. TOUGAÏ  
2 A. MANDI  
21 R. BENSEBAÏNI  
13 J. HADJAM  
22 I. BENNACER  
6 R. ZERROUKI  
8 H. AOUAR  
7 R. MAHREZ  
10 S. BENRAHMA  
9 B. BOUNEDJAH

Substitutes  
16 A. Oukidja | 11 A. Guendouz | 19 A. Zorgane | 14 A. Kendouci | 11 A. Gouiri  
17 A. Sayoud | 26 A. Hadj Moussa | 25 A. Madani | 3 N. Khacef | 24 M. Farsi  
12 Y. Benzia | 20 Y. Atal

COACH: VLADIMIR PETKOVIĆ

ASPETAR | CHERY | SERPORT | mobilis | sonatrach | ALBIAN

200

**1001 Football**  
14 nov. 2024 · 🌐

تصفيات كأس أمم إفريقيا | نهاية المباراة  
غينيا الإستوائية 0-0 الجزائر

**NationalTeam\_#1001**

1001

نهاية المباراة

CAF  
AFRICA CUP  
2025  
ALGERIA

110

110 34

Plus pertinents

**1001 Football**  
11 oct. 2024 · 🌐

مجموعة الجزائر بعد نهاية الجولة الثالثة من تصفيات أمم إفريقيا 2025. 📌

المنتخب الوطني بالعلامة الكاملة بعد ثلاث مباريات. 📌

**CAF\_#1001**

	PTS	GP	W	D	L	GD
1   🇩🇿 ALGERIA	9	3	3	0	0	+9
2   🇩🇬 EQ GUINEA	4	3	1	1	1	-1
3   🇹🇬 TOGO	2	3	0	2	1	-4
4   🇱🇮 LIBERIA	1	3	0	1	2	-4

ASPETAR | CHERY | SERPORT | mobilis | sonatrach | ALBATRA

146

146 6

**1001 Football**  
10 sept. 2024 · 🌐

تصريحات الناخب الوطني فلاديمير بيتكوفيتش بعد الفوز أمام ليبيريا : 📌

مشاركة بعض اللاعبين في مثل هاته الأجواء الإفريقية أمر إيجابي للتأقلم عليها ، لم تتأثر بغياب الركائز لأننا نملك البدائل ولدينا خيارات كثيرة. 🗨️

أثبتنا قدرتنا على اللعب بخطط تكتيكية متعددة ، أنا سعيد بالفوز أمام ليبيريا. 🗨️

اللاعبون قدموا كل إمكانياتهم لتحقيق هذا الفوز ، لقد حافظنا على نظافة شباكنا للمباراة الثانية تواليًا. 🗨️

أنا راض جدا عن المردود الذي قدمه اللاعبون في مباراة اليوم. 🗨️

اللقاء لم يكن سهل مثلما يعتقد البعض ، أنا سعيد جدا بأداء فريقى خلال هاتين المباراتين وسكون أفضل في المباريات القادمة. 🗨️

**NationalTeam\_#1001**

## فهرس المحتويات:

أ.....	شكر و تقدير
ب.....	الإهداء
ج.....	ملخص

## الإطار المنهجي:

1.....	مقدمة
4.....	إشكالية الدراسة
5.....	تساؤلات الدراسة
5.....	أهمية الدراسة
6.....	أهداف الدراسة
6.....	أسباب اختيار الموضوع
7.....	مجتمع الدراسة و عينته
8.....	تحديد مفاهيم الدراسة
10.....	المنهج المتبع في الدراسة
11.....	الأدوات المستخدمة
14.....	الدراسات السابقة

الجانب النظري:

## الفصل الأول: وسائل التواصل الاجتماعي و الإعلام الرياضي

18.....تمهيد

### المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي:

19.....المطلب الأول: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

20.....المطلب الثاني: تطور وسائل التواصل الاجتماعي

22.....المطلب الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

25.....المطلب الرابع: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي

28.....المطلب الخامس: إيجابيات و سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي

### المبحث الثاني: الإعلام الرياضي:

30.....المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي

31.....المطلب الثاني: خصائص الإعلام الرياضي

32.....المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياضي

34.....المطلب الرابع: عناصر الإعلام الرياضي

35.....المطلب الخامس: وسائل الإعلام الرياضي

37.....المبحث الثالث: العلاقة بين الإعلام الرياضي و مواقع التواصل الاجتماعي

40.....خلاصة

## الفصل الثاني: الإعلام الرياضي الرقمي في الجزائر

41.....تمهيد

## المبحث الأول: الإعلام الرقمي في الجزائر:

- المطلب الأول: تعريف الإعلام الرقمي و مرادفاته.....42
- المطلب الثاني: مقارنة بين الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي.....44
- المطلب الثالث: نشأة و تطور الإعلام الرقمي في الجزائر.....45
- المطلب الرابع: تحديات الإعلام الرقمي في الجزائر.....47

## المبحث الثاني: الأحداث الرياضية و مواقع التواصل الاجتماعي:

- المطلب الأول: الانتشار العالمي للأحداث الرياضية عبر المنصات الرقمية.....48
- المطلب الثاني: التغطية الرياضية من خلال البث المباشر و المحتوى المرئي.....49
- المطلب الثالث: الهاشتاغ كأداة في الترويج الرقمي للأحداث الرياضية.....49

## المبحث الثالث: أهم الصفحات الرياضية الجزائرية على الفيسبوك:

- صفحة قناة دزاير توب (Dzair-Tube).....50
- صفحة الهداف تيفي (ElHeddaf TV).....54
- خلاصة.....58

## الجانب التطبيقي:

- تمهيد.....59
- بطاقة تقنية لصفحة 1001 Football على الفيسبوك.....60
- البيانات الأولية.....62
- فئات المضمون.....63
- فئات الشكل.....74

88.....	مناقشة و تحليل النتائج.
90.....	خاتمة.
91.....	قائمة المراجع.
97.....	قائمة الملاحق.

فهرس الجداول:

الصفحة	المحتوى	الرقم
62	البيانات الأولية للصفحة	1
63	فئة الموضوع من حيث طبيعة الموضوع	2
65	فئة الموضوع من حيث المجال	3
67	فئة طبيعة التغطية	4
69	فئة الشخصيات الطبيعية	5
71	فئة الشخصيات المعنوية	6
73	فئة المصادر	7
75	فئة التفاعل	8
77	فئة التفاعل حسب الموضوع	9
79	فئة الصور	10
81	فئة اللغة المستخدمة في المنشورات	11
82	فئة العلامة المائية على الصور	12
84	فئة طبيعة المنشور	13
86	فئة طبيعة ما ينشر	14

فهرس الأشكال:

الصفحة	المحتوى	الرقم
64	فئة الموضوع من حيث طبيعة الموضوع	1
65	فئة الموضوع من حيث المجال	2
67	فئة طبيعة التغطية	3
69	فئة الشخصيات الطبيعية	4
71	فئة الشخصيات المعنوية	5
73	فئة المصادر	6
75	فئة التفاعل	7
77	فئة التفاعل حسب الموضوع	8
79	فئة الصور	9
81	فئة اللغة المستخدمة في المنشورات	10
83	فئة العلامة المائية على الصور	11
84	فئة طبيعة المنشور	12
86	فئة طبيعة ما يُنشر	13