

**التناول الاعلامي لتغريدات الشخصيات العامة على منصة X حول القضايا الرياضية:**

دراسة تحليلية مقارنة لتغطية قناتي AL24 و BBC NEWS لتغريدات دونالد ترامب و ايلون ماسك و جورجيا ميلوني حول الملاكمة ايمان خليف خلال الالعاب الاولمبية باريس 2024

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال  
تخصص: صحافة و اتصال رياضي

**تحت اشراف:**

د. حمزة فندوشي

**من اعداد الطالبة:**

هاجر بولزرق

**أعضاء لجنة المناقشة:**

الرئيس: د. عيسى الهادي

المشرف: د. حمزة فندوشي

المناقش: د. حنان بن قاسمي

**السنة الجامعية:**

2025\_2024



Ministry of Higher Education and Scientific Research

National School of Journalism and Media Sciences

Department of Journalism



## **The Media Coverage of Public Figures' Tweets on Platform X Concerning Sports Issues:**

An Analytical Study of AL24 and BBC NEWS Coverage of  
Donald Trump's, Elon Musk's, and Giorgia Meloni's  
Tweets about Boxer Iman Khelif during the Paris 2024  
Olympic Games

Master's Thesis in Information and Communication  
Sciences

**Specialization:** Sports Journalism and Communication

**Prepared by:**

Hadjer Boulazreg

**Supervised by:**

Dr. Hamza Fendouchi

**Examiners :**

**Chair:** Dr. Aissa AlHadi

**Supervisor:** Dr. Hamza Fendouchi

**Examiner :** Dr. Hanan BenGasmi

Academic Year:

2024–2025

# شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

قبل كل أحد وبعد كل أحد، الشكر للواحد الأحد، الذي أمدنا  
بالقوة والعون والسدد لإنجاز هذا العمل، وندعوه عز وجل أن يجعله  
خالصاً لوجهه الكريم.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان إلى الدكتور الأستاذ حمزة  
فندوشي، الذي تفضل بقبول الإشراف على رسالتي العلمية، ولم يبخل عليّ  
بتوجيهاته السديدة التي كانت الزاد الذي استعنت به في رحلتي العلمية.  
أسأل المولى عز وجل أن يكلل جهوده بالخير، وأن يجزيه عني خير الجزاء  
وأوفاه.

ولا يفوتني أن أجزى خالص الشكر لكل من علمني حرفاً، ووجهني  
نصيحاً، ودفعني إلى الأمام خطوة، لكم جميعاً أرفع أسمى عبارات الشكر  
والعرفان.

# إِهْدَاء

أهدي تخرجي وحصاد ما زرعته سنينا طويلة في سبيل العلم إلى...

إلى من حمل أثقال الدنيا على كتفيه، ومضى في طرقات الحياة الشاقة ليصنع لي دربًا مُضيئًا، ولم يكن يرى في دنياه راحة توازي فرحي. إلى من أكرمني الله به و جعلني أحمل إسمه بكل فخر و جعله من بين صفوف الرجال أبا لي وزادني به شرفا و علواً "أبي الغالي". إلى جنتي على الأرض، إلى من كانت دعواتها لي السند والمصدر الذي استمد منه قوتي، إلى من لا طالما أرادت أن تقر عينها برؤيتي في يوم كهذا، إلى النور الذي يضيء دربي، والملاذ الذي أهرع إليه في كل لحظة ضعف. إلى "أمي الحنون". إلى من كانوا لي السند في كل مرحلة، والرفاق الذين شاركوني كل لحظة فرح وكل لحظة تحدي. إلى من كانوا عزوتي في الدنيا، والنبض الذي لا يخون. إخوتي الأعزاء "مريم، إسلام، ورحيل". إلى جميع العائلة الكريمة من بعيد أو من قريب وإلى بنات خالي العزيزات، صديقات دربي، وشقيقات روحي. كما أهدي هذا العمل إلى أصدقائي وزملائي الذين كانوا عونًا وسندًا لي خلال مسيرتي الجامعية، وإلى أساتذتي الكرام في المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام، وعلى رأسهم أستاذي المشرف الدكتور حمزة فندوشي، تقديرًا لجهودهم وعطائهم. فبالفضل تبقى موصولة، وما هذا الإهداء إلا عربون شكر وتقدير لكل من كان له فضل في طريقي العلمي.

هاجر بولزرق

## ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة تحليل واقع تناول الإعلام لتغريدات الشخصيات العامة حول القضايا الرياضية، عبر قناتي AL24 وBBC NEWS، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من المواد الإخبارية التي بثتها القناتان حول الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال دورة الألعاب الأولمبية باريس 2024. و تسعى الدراسة إلى تحليل الأطر الإعلامية لتغطية قضية إيمان خليف عبر القناتين و قياس تأثير تناول الإعلام لتغريدات الشخصيات العامة على التصورات الجماهيرية، بالإضافة إلى الكشف عن المواقف التحريرية للقناتين تجاه تغريدات دونالد ترامب و إيلون ماسك و جورجيا ميلوني . و لتحقيق أهداف هذه الدراسة اعتمدنا على منهج تحليل المضمون والمنهج المقارن، باستخدام أدوات استمارة تحليل المضمون والمقابلة لجمع البيانات الكمية والكيفية. وقد تم اختيار العينة بطريقة قصدية، شملت (59) مادة إعلامية تم بثها خلال الفترة الممتدة من 26 جويلية إلى 11 اوت 2024 ، بواقع 43 مادة من قناة AL24 و 16 مادة من قناة BBC NEWS .و ركزت الدراسة على تحليل المواد المتعلقة بتغريدات الشخصيات العامة (دونالد ترامب، جورجيا ميلوني، وإيلون ماسك) حول أداء الملاكمة إيمان خليف، باعتبار أن هذه الشخصيات تملك تأثيرا واسعا على الرأي العام الرياضي والإعلامي.

وقد توصلت الدراسة إلى أن: قناة AL24 تبنت أسلوبا داعما ومساندا لإيمان خليف مركزة على إبراز إنجازها الرياضي وتسليط الضوء على المظلومية التي تعرضت لها ضمن سياق الصراع الرياضي والسياسي، في حين انتهجت BBC NEWS تناولا أكثر تحليليا ركز على أبعاد الجدل المؤسسي وقضايا الهوية. كما أظهرت النتائج اعتماد القناتين على القيم الخبرية كالثقافة والشهرة والصراع والحدثة، مع اختلاف في زوايا الطرح.

**الكلمات المفتاحية:** تناول الإعلام - تغريدات الشخصيات العامة - القضايا الرياضية - تحليل المضمون - الإعلام التقليدي - الإعلام الجديد - BBC NEWS - AL24 - الألعاب الأولمبية باريس 2024.

## **Abstract:**

This study examines the media framing of public figures' tweets related to sports issues, as disseminated by AL24 and BBC NEWS. Through a content analysis of a purposive sample of news reports covering Algerian boxer Imane Khelif during the Paris 2024 Olympic Games, the research seeks to investigate the framing strategies employed by both channels, assess the influence of public figures' digital communication on audience perceptions, and uncover the editorial positions adopted by AL24 and BBC NEWS regarding the tweets of Donald Trump, Elon Musk, and Giorgia Meloni.

To achieve these objectives, the study employed a content analysis methodology and a comparative approach, utilizing content analysis sheets and interviews for the collection of both quantitative and qualitative data. The sample, selected through purposive sampling, consisted of 59 media items broadcast between July 26 and August 11, 2024 — 43 from AL24 and 16 from BBC NEWS. The analysis focused specifically on coverage related to the tweets of influential public figures (Donald Trump, Giorgia Meloni, and Elon Musk) commenting on Imane Khelif's performance, given their substantial capacity to shape both sports-related and broader media public opinion.

The findings reveal that AL24 adopted a supportive and advocacy-oriented framing, highlighting Khelif's athletic achievements and emphasizing the injustices she faced within a broader political and sports conflict framework. In contrast, BBC NEWS pursued a more analytical and critical framing, focusing on institutional controversies and identity politics. Additionally, both channels were found to rely on key news values such as prominence, conflict, and timeliness, albeit through divergent framing perspective

**Keywords:** Media Coverage – Public Figures' Tweets – Sports Issues – Content Analysis – Traditional Media – New Media – AL24 – BBC NEWS – Paris 2024 Olympic Games.

## خطة الدراسة:

### الإطار المنهجي:

1. اشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. اسباب اختيار الموضوع
7. تحديد المصطلحات
8. الدراسات السابقة
9. المنهجية المتبعة
- 1.9 منهج الدراسة
- 2.9 مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 3.9 المجال الزمني للدراسة
- 4.9 أدوات الدراسة
10. المقاربة النظرية

### الإطار النظري:

الفصل الأول: التغطية التلفزيونية و التداول الإعلامي في ظل تطورات الإعلام الجديد

- المبحث الأول: التداول الاعلامي و المعالجة الاعلامية

1) مفهوم التناول الإعلامي و المعالجة الاعلامية:

2) أشكال المعالجة الاعلامية:

3) العوامل المؤثرة على التناول الاعلامي:

• المبحث الثاني: الإعلام الجديد وتأثيره على التناول الإعلامي

1) نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

2) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير طبيعة التناول الاعلامي:

3) التفاعل بين الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد:

الفصل الثاني: الشخصيات العامة و الحدث الإعلامي والرأي العام الرياضي

• المبحث الأول: الشخصيات العامة بين صناعة الحدث الإعلامي والتأثير في

الرأي العام

1) الشخصيات العامة و صناعة الحدث الإعلامي:

2) الشخصيات العامة في البيئة الرقمية:

3) تأثير الشخصيات العامة على الرأي العام:

• المبحث الثاني: العلاقة بين الإعلام والرياضة والرأي العام الرياضي

1) دور الإعلام الرياضي في تشكيل آراء الجمهور

2) التأثير المتبادل بين الشخصيات العامة والجمهور الرياضي عبر الإعلام:

الإطار التطبيقي:

الفصل الثالث الإطار التطبيقي: عرض وتحليل و تفرغ البيانات

المبحث الأول: جمع وعرض البيانات

المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج

### المقدمة:

مر الإنسان عبر العصور بتحولات جذرية في بنيته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بدءاً من المجتمع البدائي الذي اعتمد على التواصل الشفهي، مروراً بالمجتمع الزراعي ثم الصناعي، إلى أن بلغ ما يعرف اليوم بالمجتمع المعلوماتي أو مجتمع المعرفة، الذي يعد فيه إنتاج وتداول المعلومات أحد أبرز مصادر القوة والتأثير. وقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تسريع هذا التحول من خلال ما أتاحتها من أدوات ووسائل جديدة لإنتاج المعرفة واستهلاكها.

فمع بروز ثورة الاتصالات وتطور تقنيات الحوسبة، ظهرت شبكة الإنترنت كأداة مركزية أعادت تشكيل طبيعة الحياة البشرية، وأسهمت في خلق فضاء رقمي واسع النطاق. ومن رحم هذه الشبكة، نشأت وسائل التواصل الاجتماعي، التي أحدثت نقلة نوعية في أنماط التفاعل بين الأفراد والمؤسسات، وغيرت من طبيعة الاتصال الإنساني، إذ انتقل من كونه خطياً وأحادي الاتجاه إلى كونه تفاعلياً ومفتوحاً ومتعدد الجهات.

الإعلام أيضاً لم يكن بمنأى عن هذه التحولات، بل وجد نفسه أمام واقع جديد فرض عليه إعادة النظر في أدواره التقليدية. فقد تحولت الوسائل الإعلامية من كونها المصدر الوحيد للمعلومة إلى فاعل ضمن فضاء أوسع يشارك فيه الجمهور بفعالية، ويعيد من خلاله تشكيل الرسائل الإعلامية وتوجيهها. وأصبح لوسائل التواصل الاجتماعي حضور مركزي في المشهد الإعلامي، ليس فقط كقنوات للتوزيع، بل كمصادر للأخبار واتجاهات الرأي العام، حيث بات ينظر إلى المستخدمين كمساهمين في صناعة المحتوى الإعلامي لا مجرد مستهلكين له.

في الوقت نفسه، بدأت وسائل الإعلام التقليدية مثل القنوات الفضائية والمحطات التلفزيونية في التكيف مع هذه التحولات التكنولوجية، من خلال دمج وسائل التواصل الاجتماعي في برامجها وتغطياتها الإعلامية. فقد أدركت المؤسسات الإعلامية أهمية هذه الأدوات الرقمية في تعزيز التفاعل مع الجمهور، مما جعل الإعلام التقليدي أكثر مرونة في تقديم المحتوى وتوزيعه. ومع تحول الجمهور إلى جزء أساسي من صناعة الأخبار، أصبح للأفراد دور محوري في تشكيل الرأي العام ومعالجة القضايا السياسية والاجتماعية.

يظهر هذا التحول بشكل واضح عند تناول وسائل الإعلام لقضايا مثيرة للجدل التي شهدت تفاعلات واسعة على منصات التواصل الاجتماعي. وهو الأمر الذي جعلنا نقف عند إشكالية

تناول وسائل الإعلام لقضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024، التي أثارت موجة من التفاعلات القوية على تويتر من شخصيات عامة مؤثرة مثل دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني. وقد عكست التغطية الإعلامية لهذه التغريدات، خصوصا من قناتي BBC NEWS وAL24، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي في تناول الأحداث العالمية.

من خلال هاته الدراسة قمنا بتقسيم العمل إلى إطار منهجي حاولنا فيه تحديد الإجراءات المنهجية التي خضعت لها الدراسة لتشمل طرح الإشكالية الرئيسية التي تفرعت تحتها التساؤلات الفرعية إلى جانب صياغة الفرضيات المناسبة. كما تناولت أسباب اختيار الموضوع، وأبرزت أهميته وأهدافه الأساسية. وشملت أيضا تحديد المفاهيم المرتبطة بالدراسة، بالإضافة إلى عرض الدراسات السابقة ذات الصلة. وتم اعتماد المنهج المناسب للدراسة مع توضيح أدوات جمع البيانات، وتحديد مجتمع البحث والعينة المختارة. كما وتم تحديد المقاربة النظرية التي ارتكزت عليها الدراسة.

في حين تطرقنا في الجانب النظري إلى فصلين، شمل الفصل الأول التغطية التلفزيونية و التناول الإعلامي في ظل تطورات الإعلام الجديد، و تطرقنا في الفصل الثاني إلى الشخصيات العامة والحدث الإعلامي والرأي العام الرياضي. أما الإطار التطبيقي قمنا بإجراء دراستنا على عينة قصدية مكونة من 59 مادة إعلامية تناولت تغريدات عدد من الشخصيات العامة حول قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024، حيث تم جمع هذه المواد من تغطية كل من قناتي BBC NEWS وAL24. وقد اعتمدنا في تحليلنا على استمارة تحليل مضمون صممت خصيصا لهذه الدراسة، من أجل تصنيف المحتوى وفقا لفئتين رئيسيتين: فئة الشكل وفئة المضمون، تم تحليلها كميًا و كفيًا وخلصنا بمجموعة من النتائج و تحققنا من فرضيا دراستنا.



# الإطار المنهجي

## خطة الإطار المنهجي:

1. اشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. اسباب اختيار الموضوع
7. تحديد المصطلحات
8. الدراسات السابقة
9. المنهجية المتبعة
- 1.9 منهج الدراسة
- 2.9 مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 3.9 المجال الزمني للدراسة
- 4.9 أدوات الدراسة
10. المقاربة النظرية

### 1) اشكالية الدراسة:

تطورت صناعة الإعلام بشكل كبير مع كل ما يشهده العالم من تقدم تكنولوجي وتقني. وأصبح لهذا التطور تأثير واضح على طريقة إنتاج المحتوى الإعلامي. فمع ظهور الإنترنت والوسائط المتعددة، ثم انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، وجدت وسائل الإعلام التقليدية نفسها مضطرة إلى تحديث محتواها بما يتناسب مع روح العصر.

اليوم، تعتبر الأخبار من أهم ما تقدمه وسائل الإعلام، لكنها لم تعد مجرد نقل للمعلومة، بل أصبحت صناعة معقدة تتحكم فيها عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية. كما أن التكنولوجيا أصبحت جزءا أساسيا في هذه الصناعة، لما تلعبه من دور مهم في بناء المحتوى وإنتاجه. فمع صعود المنصات الرقمية، التي حولت المشهد الإعلامي من نظام هرمي مغلق إلى فضاء تفاعلي مفتوح. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي—مثل تويتر وإنستغرام وتيك توك—أدوات لا غنى عنها في بث الأخبار والتعليقات، بل أصبحت ساحات حية يتفاعل فيها الجمهور مع الأحداث بلحظتها، ويتحول فيها الأفراد - خاصة الشخصيات العامة - إلى فاعلين رئيسيين في إنتاج المحتوى ونشر الرؤى. لا سيما مع قدرة الشخصيات العامة على مخاطبة الملايين مباشرة، دون حاجة إلى وسيط. إذ أصبحوا فاعلين أساسيين في صياغة السرديات الإعلامية عبر تغريداتهم التي تتحول بسرعة إلى أخبار تنصدر عناوين الوسائل التقليدية اذ لم تعد تغريدة على "تويتر" مجرد رأي عابر، بل تحولت إلى خبر ينقل عبر القنوات التلفزيونية، مما منح الشخصيات العامة - من سياسيين ورجال أعمال ومؤثرين - سلطة غير مسبوقة في تسليط الضوء على قضايا محددة.

وفي خضم هذا التحول، برزت القضايا الرياضية كحقل خصب لهذا التفاعل، حيث أصبحت الأحداث الرياضية اليوم تتجاوز مجرد كونها منافسات بين الفرق ولم تعد التظاهرات الرياضية الكبرى مجرد مناسبة تنافسية خالصة، بل تحولت في كثير من الأحيان إلى منصة لتوجيه رسائل سياسية، سواء إلى صناع القرار داخليا أو إلى الرأي العام العالمي خارجيا. ويعكس هذا التداخل بين الرياضة والسياسة كيف أصبحت التظاهرات الرياضية الكبرى أداة رمزية

توظف أحيانا لإبراز مواقف معينة حول موضوعات مثل العدالة الاجتماعية، الهوية الوطنية، ومكافحة الفساد. وهكذا يصبح الإعلام الرياضي جسرا بين عالم المنافسات الرياضية والصراعات والقضايا العامة.<sup>1</sup>

من بين أبرز القضايا الرياضية التي أثارت جدلا واسعا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تبرز قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف، التي أصبحت محورا للنقاشات والتفاعلات الإعلامية حول هويتها الجندرية وأحقيتها في المشاركة بالالعاب الأولمبية في باريس. وقد ساهمت تغريدات عدد من الشخصيات العامة، مثل دونالد ترامب وجورجيا ميلوني وإيلون ماسك، في زيادة زخم التفاعل حول هذه القضية، مما دفع وسائل الإعلام التقليدية إلى إعادة تناول هذه التفاعلات. وفي هذا الإطار، تبحث هذه الدراسة في مضمون التغطيات الإخبارية التي قدمتها قناتا AL24 و BBC NEWS، وطريقة بنائها لمعالجة تغريدات الشخصيات العامة المرتبطة بقضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف، سواء من حيث الشكل أو الموضوع. وتهدف الدراسة إلى الكشف عن الخصائص التحريرية والأساليب الخطابية المعتمدة في تناول هذا النوع من التفاعلات الرقمية. وذلك من خلال طرح الإشكالية الآتية:

**كيف عالجت قناتا AL24 و BBC NEWS تغريدات الشخصيات العامة (دونالد ترامب، ايلون ماسك، و جورجيا ميلوني) حول قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024؟**

### (2) تساؤلات الدراسة:

**1) ما نوع المحتوى والأشكال الإخراجية التي اعتمدها قناتا AL24 و BBC NEWS في عرض تغريدات الشخصيات العامة حول قضية إيمان خليف؟**

<sup>1</sup> عبد الكريم أمناكي، الشعبية في الرياضة و الترفيه و الثقافة الشعبية، مجلة سياسات عربية، المجلد 10، العدد 57، معهد الدوحة للدراسات العليا، قطر ، جويلية 2022، ص 132

(2) ما اللغة المستخدمة في تغطية كل قناة، وكيف تعكس توجهها التحريري وجمهورها المستهدف؟

(3) ما الموضوعات والأطر الإعلامية الأكثر بروزاً في تغطية تغريدات دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني، وكيف تم توظيفها في عرض القضية؟

(4) ما طبيعة المواقف التحريرية التي تبنتها القنوات تجاه التغريدات المثيرة للجدل، وما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها كل قناة؟

### (3) فرضيات الدراسة:

(1) تختلف قنوات AL24 و BBC NEWS في طبيعة المحتوى وأسلوب التقديم المستخدم في تغطية تغريدات الشخصيات العامة، بما يعكس تبايناً في التوجهات الإعلامية والمهنية لكل منهما.

(2) تعكس اللغة المستخدمة في تغطية كل من القناتين (العربية، الإنجليزية، الفرنسية) اختلافاً في الجمهور المستهدف والسياسات التحريرية المعتمدة.

(3) تبرز كل قناة موضوعات وأطراً إعلامية معينة في تناولها لتغريدات دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني، بما يخدم سرديتها الإخبارية ويؤطر قضية إيمان خليف

(4) تختلف مواقف قناتي BBC NEWS و AL24 تجاه تغريدات دونالد ترامب وإيلون ماسك؛ بحيث تميل AL24 إلى اتخاذ موقف ناقد أو مدافع عن صورة الرياضية الجزائرية، بينما تتعامل BBC NEWS مع التغريدات من منظور تحليلي أو محايد.

### (4) أهداف الدراسة:

\_ تحليل الشكل الإخراجي والمحتوى الإعلامي المستخدم من طرف قناتي AL24 و BBC NEWS في تغطية تغريدات الشخصيات العامة حول قضية إيمان خليف.

\_ تحديد الأطر الإعلامية والمصطلحات المستخدمة في معالجة التغريدات، وفهم كيفية تأطير القضية ضمن سياقات سياسية أو رياضية أو إنسانية.

\_ رصد المواقف التحريرية المختلفة تجاه التغريدات المثيرة للجدل، وتحليل مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها كل قناة في تشكيل تغطيتها.

### أهمية الدراسة:

\_ تسد الدراسة فراغا في حقل البحوث الإعلامية التي تجمع بين تحليل الخطاب الرقمي وتأثيره ضمن تغطية إخبارية تقليدية، وتقدم نموذجا تطبيقيا لتحليل المضمون يجمع بين البعدين الكيفي والكمي.

\_ تكشف الدراسة عن كيفية تفاعل المؤسسات الإعلامية مع تغريدات مؤثرة صادرة عن شخصيات نافذة، وتوضح مدى تأثير هذه التغريدات على طريقة تناول القنوات للأحداث الرياضية، بما يساعد على فهم آليات التأطير وصناعة المعنى في سياقات متشابكة بين الرياضة والسياسة والإعلام.

### (5) اسباب اختيار الموضوع:

#### أ. الأسباب الذاتية:

\_ أجد اهتماما كبيرا بكيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة تغريدات الشخصيات المؤثرة، على سياسات الإعلام التقليدي وآليات صياغة الأخبار.

\_ الدراسة تدخل ضمن تخصصي الصحافة و اتصال الرياضي .

\_ الرغبة الشخصية في دراسة موضوع جديد و مهم يواكب السياق التكنولوجي الحالي.

#### ب. الأسباب الموضوعية:

\_ تطور وسائل التواصل الاجتماعي خاصة منصة X كمصدر للأخبار.

\_ تزايد دور الرياضة في النقاشات السياسية والاجتماعية.

### (6) تحديد المصطلحات:

#### أ. تناول الاعلامي:

\_ لغة:ورد في المعجم الوسيط "تناول الشيء" أخذه وتعاطاه<sup>1</sup>.وفي معجم اللغة العربية المعاصر، "تناول القضية بالبحث: عالجها، وتدارسها"<sup>2</sup>

\_ اصطلاحا: هو أخذ الشيء،و المقصود هنا أخذ المعلومات و البيانات و نشرها عبر وسائل الاعلام المختلفة<sup>3</sup>

\_ تعريف الاجرائي للتناول الاعلامي: هي الطريقة أو النهج الذي تعتمد عليه القنوات الإخبارية العالمية في تقديم الأخبار والمعلومات والقضايا لجمهورها، وذلك من خلال الأشكال التلفزيونية المعروفة. أي كيفية عرض الموضوع و طرحه و معالجته.

#### ب. الشخصيات العامة:

\_ لغة:ورد في معجم الغني الشخصية هي " مصدر صناعي المختص بالشخص".<sup>4</sup>

\_ إصطلاحا: "تعرف الشخصية الهامة على أنه الفرد الذي يكتسب شهرة واسعة داخل المجتمع نتيجة نشاطه أو تأثيره في مجال معين، مثل: الإعلام، السياسة، الثقافة، المجتمع، الاقتصاد، أو الرياضة، مما يجعله محط اهتمام وسائل الإعلام والجمهور"<sup>5</sup>.

\_ التعريف الاجرائي للشخصيات العامة: تعرف الشخصيات العامة على أنها الأفراد الذين يتمتعون بشهرة واسعة ونفوذ كبير في المجتمع، سواء كانوا سياسيين، رجال أعمال، مشاهير، أو شخصيات إعلامية، ويملكون قدرة على التأثير في الرأي العام من خلال تصريحاتهم، بما في ذلك التغريدات على منصات التواصل الاجتماعي.

1 مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2004، ص 964

2 أحمد مختار عمر وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصر ، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2008، ص 2308.

3 معاوية محمد حمد علي، تناول الاعلام الالكتروني لقضايا الفساد الاداري و المالي، رسالة ماجستير منشورة على <http://www.edu.jo.com> تاريخ الزيارة: 2025/03/24، 11:40، ص 17.

4 عبد الغني ابو العزم، معجم الغني، ط1، مؤسسة الغني للنشر ، الرباط، المغرب، 2013، ص 15574

5مراد فهمي بسنت، تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب (YouTube) وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المجلد 2017، العدد 12، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر، 2017، ص 158

### ج. التغريدات:

يعرفها موقع X على أنها رسائل يتم نشرها على موقع X تحتوي على نصوص، صور، ملفات GIF أو مقاطع فيديو<sup>1</sup>

\_ **التعريف الاجرائي للتغريدات:** التغريدات هي منشورات قصيرة تنشر عبر منصة "إكس" (تويتر سابقاً)، وتتكون عادة من نصوص أو وسائط متعددة مثل الصور ومقاطع الفيديو والروابط. تستخدم التغريدات للتعبير عن الآراء، نقل الأخبار، التفاعل مع الجمهور، والتأثير في النقاشات العامة، خاصة من قبل الشخصيات العامة ووسائل الإعلام.

### د. القضايا الرياضية:

\_ **لغة: القضايا** هي "جمع قضية وعند المنطقيين، تسمى خبراً وتصديقاً أيضاً، وهي قول صح أن قال لقائله إنه صادق فيه أو كاذب. فالقول أعم من الملفوظ والمعقول، وهو جنس يشتمل الأقوال التامة والناقصة"<sup>2</sup>.

\_ **إصطلاحاً:** تعرف القضايا الرياضية على أنها سلسلة متصلة من الاحداث المتعلقة بالشأن الرياضي تتناول موضوعات مختلفة وتشمل اطراف عدة وتكون موضع جدل ونقاش داخل المجتمع ما يجعلها محل اهتمام كبير من قبل وسائل الإعلام<sup>3</sup>.

\_ **التعريف الاجرائي للقضايا الرياضية:** هي الموضوعات والاحداث المرتبطة بالمجال الرياضي، والتي تحظى باهتمام وسائل الإعلام والجمهور، سواء تعلقت بالمسابقات والبطولات، أو بالجدل حول قضايا النزاهة، والتمثيل الرياضي، وتأثير الرياضة في المجتمعات. ويقصد بها في دراستنا قضية ايمان خليف في اولمبياد باريس 2024.

<sup>1</sup> موقع X (التويتر) على الموقع: <https://help.x.com/ar/using-x/types-of-posts> تاريخ الزيارة: 20:30 2025/03/22

<sup>2</sup> محمد سميح العتيبي، المعالجة الصحفية للقضايا الرياضية في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، السعودية، 2018، ص 22.

<sup>3</sup> كمال عبد القادر سامح، أولويات القضايا الرياضية في صحيفة اليوم السابع المصرية المطبوعة والإلكترونية: دراسة مقارنة، المعالجة العلمية للبحوث و الدراسات في التربية الرياضية، المجلد 46، العدد 46، كلية التربية الرياضية، جامعة بورسعيد، مصر، ديسمبر 2023، ص 91.

### (7) الدراسات السابقة:

يعتبر إستعراض الدراسات السابقة جانب مهم للاطلاع على ما قام به الباحثين و الدارسين لمعرفة كيف تم تعاملهم مع هذا الموضوع من حيث الفصول والإشكالية والتساؤلات والنتائج التي توصلوا إليها، ما يمكن الباحث من عدم تكرار و إضافة الجهد و الوقت ومن هنا سنتطرق للدراسات السابقة التي حصلنا عليها و التي تقترب نوعا ما من الموضوع قيد الدراسة حيث تم تقسيمها لمحورين لتعم جميع عناصر البحث:

المحور الأول: استخدام الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للتغطية الإخبارية

#### أ\_ الدراسة الأولى: دراسة نوال بومشطة<sup>1</sup>

بعنوان: "توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة لفضائية

-دراسة تحليلية لبرنامج "نشرتكم"-، الدراسة صدرت بمجلة الدراسات بالجزائر في ديسمبر 2021

بنيت الدراسة على الإشكالية التالية: كيف يتم توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج برنامج "نشرتكم" في قناة الجزيرة الفضائية؟ وتفرعت إلى عدة تساؤلات فرعية تتمثل في:

#### التساؤلات الخاصة بالمضمون:

-ما المواضيع التي يتضمنها برنامج "نشرتكم" بقناة الجزيرة الفضائية؟

-ما هي المصادر التي تعتمد عليها القناة في إنتاج هذه النشرات الجديدة؟

-ما هي القيم الخبرية التي يتضمنها برنامج "نشرتكم"؟

-ماذا عن الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها؟

<sup>1</sup> نوال بومشطة، توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة لفضائية - دراسة تحليلية لبرنامج "نشرتكم"-، مجلة دراسات المجلد 10، العدد 02، جامعة أم البواقي، الجزائر، ديسمبر 2021،

-ما هي شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها القناة في إنتاج برنامج "نشرتكم"؟  
-ماذا عن ردود فعل رواد شبكات التواصل الاجتماعي حول الم واضيع المطروحة في النشرة؟

التساؤلات الخاصة بالشكل :

-ما هي القوالب الصحفية والدعائم التي يوظفها برنامج "نشرتكم"؟

-ماذا عن لغة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي التي تتضمنها النشرة؟

من أجل بناء تصور علمي حول إشكالية الدراسة التي تدرج ضمن البحوث الوصفية التحليلية تم اعتماد المنهج المسحي كإطار بحثي رئيسي، لما يوفره من أدوات تسمح بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بهدف تناول النشرات الإخبارية الحديثة التي تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج محتواها، وذلك من خلال تحليل جوانبها الشكلية والمضمونية. و قد استعان بأدوات البحث المتمثلة في إستمارة تحليل المضمون لتحليل الدقيق لمحتوى نشرات الأخبار مبنية على أساس فئات التحليل الخاصة بالشكل و المضمون. و اعتمدت الباحثة على عينة قصدية تتمثل في 12 عددا من برنامج نشرتكم خلال موقع قناة الجزيرة على اليوتيوب.

ولخصت نتائج الدراسة في النقاط التالية:

1\_ تعتمد نشرة "نشرتكم" على المحتوى السياسي والإنساني المرتبط بالأحداث الدولية الجارية، مستفيدة من تغريدات وتدوينات السياسيين والصحفيين عبر تويتر وفيسبوك كمصادر رئيسية، مع الحفاظ على شكلها الأصلي لإضفاء التفاعلية والمصادقية.

2\_ تركز النشرة على القيم الخبرية مثل الأهمية والأنية والجدة، وتسعى لتحقيق هدفها في الإخبار والإثارة في حين تبقى اللغة العربية مهيمنة بما يتماشى مع طبيعة جمهور القناة.

عند مقارنة هذه الدراسة بدراستنا نجد أن كلا الدراستين تدخل ضمن الدراسات الوصفية التحليلية المعتمدة على تحليل المضمون باستخدام استمارة تحليل المضمون لدراسة الجوانب الشكلية والمضمونية للمحتوى الإعلامي بهدف فهم كيفية تأثير وسائل الإعلام في نقل الرسائل

وهو ما تم اعتماده في دراستنا. و على الرغم من التشابه في المنهجية والأدوات، إلا أن هناك اختلافات جوهرية بين الدراستين في موضوع البحث. حيث تركز دراسة "توظيف الميديا الاجتماعية" على البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة. في حين تركز دراستنا على تحليل تغريدات الشخصيات العامة في القضايا الرياضية في قناتي AL24 وBBC .

ب\_ الدراسة الثانية: دراسة عمر ممدوح محمد نور الدين محمود<sup>1</sup>

بعنوان: " معالجة المواقع الإعلامية لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر "دراسة تحليلية مقارنة" ،الدراسة صدرت في مجلة بحوث الشرق الأوسط بمصر في نوفمبر 2020.

والتي تناولت إشكالية دراسة: تركز حول تقييم المعالجة الصحفية لتغريدات دونالد ترامب على تويتر، في إطار دراسة تحليلية مقارنة بين المواقع الإلكترونية العربية والدولية، ومعرفة اتجاهات تلك المواقع نحو القضايا البارزة من خلال تغريداته، بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات المواقع نحو مضمون تغريدات.

و للإجابة على إشكالية بحثه اعتمد على منهج وأداة الدراسة : حيث تقوم هذه الدراسة على تحليل مضمون المعالجة الإعلامية لتغريدات دونالد ترامب على تويتر و تم اعتماد المنهج المقارنة و الذي سمح له المقارنة بين موقعين إلكترونيين "بوابة الأهرام الإلكترونية، موقع قناة الحرة الأمريكية" للكشف عن أوجه التشابه والاختلاف التي تناولها الموقعين حول قضايا الشرق الأوسط، والعلاقات الخارجية، والشئون الداخلية. أما فيما يخص أدوات البحث فالباحث إستعان بأداة تحليل المضمون الكمي للمقارنة التحليلية في أطروحته.

<sup>1</sup> عمر ممدوح محمد نور الدين محمود، معالجة المواقع الإعلامية لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر "دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 58، كلية الآداب، جامعة عين شمس، مصر، نوفمبر 2020.

ارتكز اختيار الباحث لعينة من المواقع الإخبارية توفر محتوى متعلق بتغريدات ترامب، بهدف تحليل معالجتها لقضايا أثارت اهتماما دوليا. تتمثل في: بوابة الأهرام الإلكترونية، موقع قناة الحرة الأمريكية"

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

**1\_** يعد الخبر الصحفي، لا سيما التقرير الصحفي والقصة الخبرية، الشكل الأبرز في معالجة تغريدات دونالد ترامب، وقد أبدت بوابة الأهرام اهتماما أكبر من موقع قناة الحرة في تناول تلك التغريدات.

**2\_** أظهرت النتائج عدم وجود اتجاه موحد بين الموقعين في المعالجة، مع ارتباط واضح باستخدام إطار الاهتمامات الإنسانية دون غيره من الأطر في تغطية التغريدات. بعد المقارنة مع دراستنا نجد أن كلا الدراستين تتناول دراسة تغريدات الشخصيات العامة في وسائل الإعلام مع اختلاف زاوية المعالجة فدراستنا تركز على تغريدات الشخصيات العامة في قضايا رياضية، بينما تركز دراسة عمر ممدوح على تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في القضايا السياسية والشرق أوسطية. مع إختلاف في المنهج اذ تقوم دراستنا على منهج تحليل المضمون مع ادراج المنهج المقارن لتحديد أوجه التشابه والاختلاف للمحتوى الاعلامي بين القناتين في حين دراسة ممدوح اعتمدت على المنهج المقارن كمنهج أساسي للدراسة.

### الدراسة الثالثة: دراسة<sup>1</sup> Brian P. Dunleavy

بعنوان: "استخدام تويتر كمصدر إخباري في التغطية الصحفية الرياضية" أطروحة مقدمة لحصول على درجة الماجستير في الآداب، بهيئة التدريس في كلية الدراسات العليا بجامعة ميزوري بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 2014.

<sup>1</sup> Brian P. Dunleavy, THE USE OF TWITTER AS A NEWS SOURCE IN SPORTS REPORTING, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Arts, Faculty of the Graduate School University of Missouri, United State, December 2014.

سعت الدراسة الى تناول الأسئلة البحثية التالية كإشكالية للدراسة: كيف يستخدم الصحفيون الرياضيون في الصحف اليومية تغريدات الشخصيات الرياضية ضمن تغطيتهم المتخصصة؟ وكيف أثر تويتر على تصور الصحفيين الرياضيين في الصحف اليومية لأدوارهم فيما يتعلق بنقل الأخبار والمعلومات عن الرياضيين الذين يغطون أخبارهم؟

وللإجابة عن الإشكالية تم إعتقاد تحليل المضمون كمنهج للدراسة حيث صممت هذه الدراسة لتقييم كيفية استخدام الصحفيين، الذين يغطون الرياضات الأربع الكبرى في الولايات المتحدة — البيسبول، كرة السلة، كرة القدم الأمريكية، وهوكي الجليد — لتغريدات الرياضيين في تغطياتهم، ومدى تأثير وجود الرياضيين على تويتر في دور الصحفيين كحراس بوابة. ولتحقيق ذلك اعتمد الباحث على أداتين أساسيتين هما: 1\_التحليل النصي لتغريدات الرياضيين كما تستخدمها الصحف الرياضية في تغطيتها، بالإضافة إلى 2\_مقابلات مع الصحفيين ومحرريهم. وتمثلت العينة في تغطية الأخبار الرياضية في ثمانية صحف يومية خلال فترة شهر واحد، وأسفر عن 74 مقالا استخدمت فيها تغريدات الرياضيين كمصدر. بالإضافة الى مقابلات مع 25 صحفيا رياضيا يعملون في تغطية الرياضات الأربع الكبرى في الولايات المتحدة .

### وتلخص نتائج الدراسة في:

1\_توصل التحليل النصي لاستخدام تويتر من قبل الصحفيين الرياضيين العاملين في الصحف الثمانية المشمولة في الدراسة إلى تحديد أربعة استخدامات رئيسية للمنصة بوصفها مصدرا إخباريا، وهي: بديل للاقتباسات المباشرة، مصدر للأخبار العاجلة، منطلق لقصص صحفية مثيرة للجدل، ومؤشر لقياس الرأي العام.

2\_أكد الصحفيون والمحررون أن الاعتماد على تويتر يتأثر بعوامل مثل: ضغط المواعيد والبحث عن سبق الصحفي، أهمية التحقق من صحة الحسابات والمعلومات، مع الإشارة إلى أن الموارد المتوفرة في الصحف الكبرى تخفف من التأثيرات الاقتصادية.

3\_ تويتير مكن الرياضيين من تجاوز الصحافة التقليدية والتواصل المباشر مع الجمهور، مما قلل من احتكار الصحفيين لدور "حراس البوابة" الإعلامية. ومع ذلك، يرى بعض الصحفيين أن هذا لا يلغي دورهم تماما، نظرا لقدرتهم على توفير السياق والتحليل العميق الذي تفتقر إليه التغريدات القصيرة.

4\_ رغم انتشار تويتير، لا يزال كثير من الجماهير غير نشطين عليه أو لا يتابعون الرياضيين مباشرة. كما ينظر إلى تغريدات الرياضيين على أنها أدوات للعلاقات العامة، ما يدفع الجمهور للبحث عن مصادر إعلامية تقدم تغطية أكثر موضوعية وشمولية.

أوجه التشابه و الاختلاف: تتشارك دراستنا مع دراسة Brian P. Dunleavy في استخدام منهج تحليل المضمون كأداة رئيسية لفحص كيفية استخدام وسائل الإعلام لتغريدات الشخصيات العامة في سياق رياضي. في كلتا الدراستين، يتم تحليل تأثير تغريدات الشخصيات العامة (الرياضيين في دراسة Dunleavy، والشخصيات العامة في دراستنا) على التغطية الإعلامية ومدى تأثير هذه التغريدات في الإعلام التقليدي. تختلف الدراستان في موضوع البحث، حيث تركز دراسة Dunleavy على تغريدات الرياضيين في الرياضات الكبرى بالولايات المتحدة (مثل البيسبول وكرة السلة)، بينما تركز دراستنا على تغريدات الشخصيات العامة (مثل دونالد ترامب، جورجيا ميلوني، وإيلون ماسك) في سياق الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024. كما أن أدوات البحث في دراسة Dunleavy تشمل التحليل النصي للتغريدات، بينما دراستنا تعتمد على استمارة تحليل المضمون لتحليل التغطيات الإعلامية بشكل كمي وكيفي.

### المحور الثاني: تناول الصحفي للقضايا الرياضية

#### الدراسة الأولى: دراسة محمد بوراس<sup>1</sup>

<sup>1</sup>محمد بوراس، أساليب معالجة الصحافة الرياضية الجزائرية لقضايا الرياضة وانعكاسها علي الأداء المهني دراسة تحليلية مقارنة للجرائد الرياضية (الهداف، الخبر الرياضي، الشباك)، أطروحة مقدمة لنيل الدكتوراه في العلوم مقدمة في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر3، الجزائر، سنة2015.

بعنوان: "أساليب معالجة الصحافة الرياضية الجزائرية لقضايا الرياضة وانعكاسها علي الأداء المهني دراسة تحليلية مقارنة للجرائد الرياضية (الهدّاف، الخبر الرياضي، الشباك)" أطروحة دكتوراه في العلوم مقدّمة في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية تخصص إتصال وإعلام رياضي بجامعة الجزائر 3 بالجزائر في سنة 2015.

بنيت الدراسة على الإشكالية التالية: ما هي طبيعة الأساليب المستعمل في فنيات التحرير الصحفي الرياضي أثناء معالجة الصحافة الرياضية لقضايا الرياضة؟ وكيف تؤثر هذه الأساليب المتبعة علي الأداء المهني؟

واندرجت عليها مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1\_ ما هي أهم مجالات الاهتمام التي تطرحها الكتابة الصحفية الرياضية الجزائرية إزاء القضايا الرياضية؟

2\_ ما هي أهم السمات التي يتسم بها الفن الصحفي للصحف الرياضية المدروسة في طرحها للقضايا الرياضية؟

3\_ ما هي أجندة الموضوعات الرئيسية التي يطرحها المضمون الصحفي الرياضي في الجزائر؟

4\_ ما هي المصادر التي تعتمد عليها الصحف المدروسة أثناء تحريرها للمواد الصحفية المتعلقة بالقضايا الرياضية؟

5\_ إلى أي مدى يلتزم هذا الخطاب بمقتضيات المسؤولية الرياضية والاجتماعية فيما يطرحه من قضايا رياضية وما يستخدمه من مصادر وما يركز عليه من أهداف وأدوار؟

6\_ ما هو أسلوب عرض القضايا الرياضية؟

7\_ ما هي رؤية الخبراء والأكاديميون للواقع الحالي للخطاب الرياضي في الصحافة الرياضية؟

8\_ هل الاستقلالية في العمل الصحفي تنعكس علي الأداء المهني للجريدة الرياضية والصحفي الرياضي بحد ذاته؟

و للحصول على إجابات لهذه التساؤلات أعتمد الباحث منهج الدراسات المسحية لإجراء دراسة تحليلية معمقة لمسح الكتابة الصحفية لصحف الدراسة (الخبر الرياضي الهدّاف

(اليومي والدولي-) الشباك) إزاء القضايا الرياضية. و الاستعانة بالمنهج المقارن للمقارنة بين جرائد الدراسة الثلاث للتعرف على جوانب الاتفاق والاختلاف في طبيعة معالجتها لقضايا الرياضة والتقنيات التي تستعملها. و استعانت الدراسة على أدوات الدراسة التالية: 1\_ استمارة تحليل المضمون ، 2\_ استمارة إستبيان موجهة للصحفيين العاملين بالقسم الرياضي ، 3\_ أربعة أنواع من المقابلات مع أخصائيين في المجال وذلك لقياس الأداء المهني للصحفي. وقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها:

\_الجريدة تعتمد في معالجتها للقضايا الرياضية على الأسلوب الخبري أكثر من التحليلي، ويغلب الطابع الإخباري على المحتوى بسبب طبيعة الجريدة وأهدافها.

\_ضعف المصادر الداخلية كان واضحاً، حيث لم تتجاوز المواضيع المنتجة داخليا 3834 موضوعاً، بنسبة 13.65% فقط، ما يعكس اعتماداً كبيراً على مصادر خارجية.

\_ترتيب عرض المواضيع يخضع لمبدأ الأولوية، مما يؤثر على توزيع المواضيع داخل الجريدة.

\_عدم توازن في استخدام الفنون الصحفية، حيث يطغى الخبر الرياضي على غيره، يليه المقال الرياضي بأنواعه.

\_وسائل الإبراز المستخدمة تنصدرها العناوين، تليها الصور، ثم الرسوم كالكاريكاتير، في حين أن الرقابة التحريرية على محتوى الصحفيين شبه منعدمة، مما يؤثر على جودة المادة الصحفية المنشورة.

عند مقارنة هذه الدراسة بدراستنا نجد أنهما يلتقيان في متغير واحد و هو التناول الاعلامي للقضايا الرياضية مع الاعتماد على أداة استمارة تحليل المضمون لفحص محتوى المواد الإعلامية وتحليل كيفية معالجة القضايا الرياضية عبر الإعلام. و يختلف البحثان في موضوع الدراسة، حيث تركز دراستنا على تغطية تغريدات الشخصيات العامة الرياضية عبر قنواتي AL24 وBBC، بينما تركز دراسة بوراس على معالجة الصحافة الرياضية الجزائرية لقضايا الرياضة في ثلاث صحف رياضية محلية.

الدراسة الثانية:دراسة محمد سميح العتيبي<sup>1</sup>

بعنوان: " المعالجة الصحفية للقضايا الرياضية في المملكة العربية السعودية 'دراسة تحليلية مقارنة'" أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير، في علوم الإعلام، بكلية العلوم الإجتماعية بجامعة أم القرى في السعودية سنة 2018.

تناولت الدراسة إشكالية: كيف عالجت الصحافة السعودية القضايا الرياضية الممتلئة في مشكلات الأندية الرياضية، والفساد الرياضي وعوائق التطور في المنظومة الرياضية؟ للإجابة عن هذه الإشكالية استخدم الباحث عدة مناهج وهي منهج المسح الإعلامي في شقه التحليلي للتعرف على كيفية معالجة الصحف للقضايا الرياضية ، المنهج المقارن للمقارنة بين المعالجات الصحفية في صحيفتي الدراسة ، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة لتوضيح العلاقة بين المتغيرات المختلفة في الصحيفة الواحدة. واستخدم إستمارة تحليل المضمون كأداة رئيسة للدراسة.

بينما عينة البحث فتمثلت في إعداد صحيفتي عكاظ و الرياض خلال الفترة 1 محرم 1439 الى 30 جمادى الثاني 1439 هـ. وقد لخصت نتائج الدراسة في:

1\_ أظهرت الدراسة أن صحيفتي الرياض وعكاظ ركزتا على قضايا الفساد والأندية الرياضية، وكانت الأخبار الصحفية هي الشكل الغالب في المعالجة، مع الاعتماد على المصادر الرسمية والمندوبين.

2\_ سادت الأساليب المنطقية واللغة المحايدة أو المؤيدة، مع غلبة الاتجاه السلبي في صحيفة الرياض والإيجابي في عكاظ، بينما غابت الحلول المقترحة للمشكلات الرياضية في معظم المعالجات.

بعد المقارنة مع دراستنا نجد أن الدراسات اعتمدتا المنهج التحليلي دراستنا تستخدم منهج تحليل المضمون الكمي والكيفي، بينما العتيبي يستخدم منهج المسح الإعلامي في شقه التحليلي،

<sup>1</sup> محمد سميح العتيبي، مرجع سابق.

حيث أن كلا المنهجين يهدفان إلى تحليل كيفية معالجة الإعلام للقضايا الرياضية. بينما تختلفان في العينة حيث تتناول دراستنا تغريدات الشخصيات العامة عبر مواقع إعلامية، بينما العنبي يدرس الصحف السعودية كوسيلة إعلامية رئيسية. وكذا المجال الجغرافي إذ تعتمد دراستنا على التغطية الإعلامية الدولية عبر BBC وAL24، بينما العنبي يدرس الإعلام المحلي في المملكة العربية السعودية.

### الاستفادة من الدراسات المشابهة:

تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال بناء تصور عام للدراسة، وتحديد الإطار المنهجي الملائم سواء في صياغة وتحديد المشكلة البحثية وأهدافها وتسؤلاتها. كما ساعدت هذه الدراسات في اختيار المنهج المناسب للدراسة خاصة فيما يتعلق باستخدام منهج تحليل المضمون والمنهج المقارن كأدوات رئيسية لفحص التغطية الإعلامية. وأدوات جمع البيانات الأكثر فاعلية. بالإضافة إلى ذلك، أسهمت الدراسات السابقة في ضبط عملية تحليل المضمون، واختيار الفئات الفرعية المناسبة من حيث الشكل والمضمون، وصياغة تصميم أولي لاستمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة، فضلا عن المساهمة في تحديد الإطار النظري الذي تستند إليه الدراسة.

## (8) المنهجية المتبعة:

### 1.9 منهج الدراسة:

يمكن تعريف المنهج على المستوى الملموس بأنه الإطار النظري والعملي الذي يوجه تصور وتنظيم البحث العلمي. فهو يحدد الأسس المنهجية التي يتم من خلالها تخطيط الدراسة، مما يضمن اتساقها وصرامتها العلمية. كما يشمل المنهج مجموعة من العمليات والإجراءات المنهجية التي تهدف إلى تحقيق أهداف البحث، معتمدة على أسس الاستدلال المنطقي وأساليب التحقق المعترف بها علميا. ويتميز المنهج بطابعه الجماعي في إنتاج المعرفة، حيث يستند إلى مقاربات منهجية تسهم في تحليل الظواهر وفهمها استنادا إلى معايير علمية دقيقة.

و قد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون لكونه يقوم بتحديد خصائص الظاهرة وتحليل الرسائل الإعلامية ، حيث يمكننا من تفكيك الخطاب الإعلامي. و هو أسلوب بحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنتظم، والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال<sup>1</sup>.

ويعد تحليل المحتوى أحد الإجراءات القليلة التي صممت خصيصا لدراسة تأثير وسائل الاتصال. كما يعتبر من أكثر التقنيات شيوعا واستخداما بين الباحثين في هذا المجال. ويعرفه فضيل دليو على انه: على أنه منهجية تفكيكية لدراسة المواد الاتصالية، سواء كانت رسائل، نصوصا، أو خطابات، من خلال اتباع مجموعة من الإجراءات التفسيرية والتأويلية. يستند هذا التحليل إلى تقنيات قياس متعددة، قد تكون كمية، حيث تعتمد على إحصاءات قائمة على عد وحدات محددة، أو كيفية، حيث تركز على تصنيف وتحليل الفئات الدلالية والمضمونية. ويهدف تحليل المحتوى إلى تنظيم ومعالجة البيانات ذات الصلة ضمن السياق الذي ظهرت فيه تلك المواد الاتصالية أو ضمن سياقات مستقبلية يمكن أن تستخدم فيها<sup>2</sup>.

وفي تعريف آخر: يعد تحليل المضمون منهجا ينظم عملية البحث من خلال استنادها إلى فرضيات الباحث أو الأسئلة التي يسعى للإجابة عنها. ويتم ذلك عبر إنشاء شبكة من الفئات (catégories)، بحيث تمثل الفئات الفرعية انعكاسا لهذه الفرضيات أو الأسئلة البحثية. ومن ثم، يتم تصنيف المادة المدروسة وترتيبها ضمن الفئات المحددة مسبقا، مما يتيح تنظيم البيانات وتحليلها بشكل منهجي<sup>3</sup>.

أين سندرس في عملنا هذا كيفية تناول قناتي Ai 24 و BBC لتغريدات الشخصيات العامة (دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني) المتعلقة بالملكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024. بهدف استخلاص الدلالات الكيفية وتحليل الأنماط الكمية حيث يساعد نهج تحليل المحتوى على استخلاص الأنماط الخطابية، واستراتيجيات التأطير، ومدى

<sup>1</sup> يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج - كوم، الجزائر، 2007 ص9

<sup>2</sup> فضيل دليو، مدخل الى منهجية البحث العلمي، طبعة الكترونية، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، الجزائر، 2024 ص 253

<sup>3</sup> مريم زهراوي، تحليل المضمون: نموذج تطبيقي، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 01، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، الجزائر، جوان 2020، ص23

تأثير هذه الرسائل الإعلامية على إدراك الجمهور. لذا تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية.

واعتمدنا أيضا على المنهج المقارن لإبراز أوجه التشابه والاختلاف في محتوى منشورات قنواتي الدراسة، وذلك من خلال تحليل كيفية تناول الظواهر ومقارنتها للكشف عن العوامل المؤثرة والظروف المصاحبة لها، إضافة إلى تحديد الروابط والعلاقات بينها.

### 2.9 مجتمع البحث و عينة الدراسة:

#### أ. مجتمع الدراسة:

يعد تحديد مجتمع البحث بدقة من أهم خطوات البحث العلمي، حيث يشكل الأساس الذي تبنى عليه جميع مراحل الدراسة، بدءا من جمع البيانات وتحليلها وصولا إلى استخلاص النتائج. فهو يساعد الباحث على ضمان تمثيل الظاهرة المدروسة بشكل شامل، مما يعزز دقة النتائج وموثوقيتها. ويعرف مجتمع البحث عى انه: "مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الاخرى و التي يجري عليها البحث والتقصي"<sup>1</sup>. وهو أيضا يتمثل في جميع الوحدات البشرية أو غير بشرية من نصوص و مواد تحليلية اخرى التي سيتم تطبيق النتائج عليها<sup>2</sup>.

و في دراستنا هذه يشمل مجتمع البحث جميع المحتويات الإعلامية الصادرة عن القنواتي AL24 و BBC NEWS لتغريدات الشخصيات العامة حول قضية ايمان خليف. تم اختيارهم على أساس مجتمع بحث بناء على سهولة الوصول إلى محتواهما والقدرة على التعمق في تغطيتهما الإعلامية مقارنة بغيرهما. كما أن تحليل مضمونهما يساعد في دراسة كيفية معالجتهما للقضايا التي تناولتها الشخصيات العامة في تغريداتهم على تويتر (X)، مما يتيح فهماً أوسع لكيفية تفاعل الإعلام مع هذه التغريدات وتأثيرها على الخطاب الإعلامي.

#### ب. عينة الدراسة:

<sup>1</sup> موريس انجرس، تر: بوزيد صحراوي و آخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط 2، دار القصبية للنشر والتوزيع، 2006، ص 298

<sup>2</sup> فضيل دليو، مرجع سابق، ص 177

يهدف أي باحث إلى الوصول إلى استنتاجات دقيقة حول المجتمع الأصلي الذي نشأت منه المشكلة قيد الدراسة. ويتم تحقيق ذلك من خلال اختيار مجموعة تمثيلية لهذا المجتمع بشكل صحيح، تعرف باسم العينة. و العينة هي نموذج يشمل جزءا او جانبا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، و هذا النموذج يعني الباحث عن دراسة كل وحدات و مفردات المجتمع الأصلي.<sup>1</sup>

و قد اعتمدنا في دراستنا هذه باختيار العينة القصدية، حيث يتم انتقاؤها عمدا بما يتناسب مع هدف الباحث في اختيار مفردات العينة وفقا لانطباق سمات أو خصائص معينة عليهم.

و انطلاقا مما سبق فالعينة القصدية المختارة في الدراسة تتمثل في تحليل مجموعة من المقالات والتقارير والبرامج الإخبارية التي تتعلق بالتغطية الإعلامية لتغريدات الشخصيات العامة حول إيمان خليف المنشورة على قناتي AI 24 و BBC خلال فترة أولمبياد باريس 2024 والتي تمثلت في 16 مادة إعلامية لقناة BBC و 43 مادة لقناة AL 24 بمجموع 59 مادة خبرية وهو الحجم الكلي للعينة المختارة في الدراسة .

### 3.9 المجال الزمني للدراسة:

قمنا بتحديد دورة الألعاب الأولمبية الصيفية لعام 2024 كمجال زمني للدراسة والتي أقيمت خلال الفترة من 26 جويلية إلى 11 اوت 2024 كونها تمثل الإطار الزمني الذي شهد النشاط الإعلامي المكثف حول تناول تغريدات الشخصيات العامة لمشاركة ايمان خليف بالاولمبياد.

### 4.9 أدوات الدراسة:

فيما يخص أدوات البحث، والتي يمكن القول أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث<sup>2</sup>. و لجمع البيانات في هذه الدراسة وباعتبار ان دراستنا من البحوث الوصفية التحليلية كما اشرنا أنفا. ارتأينا أن نوظف أدوات الدراسة

<sup>1</sup> عامر قنترلجي، وآخرون، مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص 255

<sup>2</sup> بسمة فنور، المعالجة الاعلامية للاخبار في التلفزيون الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، قسم اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الاعلام والاتصال و السمعي البصري، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2016، ص 69

المتمثل في المقابلة، و استمارة تحليل المضمون التي تعتبر أداة تسجل البيانات البحثية كميًا، وتشمل فئات التصنيف، ووحدات التسجيل والقياس، إلى جانب البيانات الأولية للوثيقة.

وقد تم بناء استمارة تحليل المضمون في دراستنا على النحو التالي:

(1) **فئات تحليل المضمون:** هي عملية تفكيك المحتوى إلى وحدات قابلة للقياس والإحصاء، استنادًا إلى تجميع الخصائص أو الأوزان أو السمات المشتركة التي يتضمنها المحتوى و إعادة تصنيفها، بمعنى آخر فهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى مجموعة من الأفكار المترابطة التي ترتبط بشكل مباشر بإشكالية وأهداف الدراسة<sup>1</sup>.

فتحليل المحتوى يعتمد بشكل أساسي على قيمة الفئات المستخدمة فيه، بل يمكن القول إن تحليل المحتوى هو ذاته عملية تصنيف الفئات. فهذه الفئات لا تقتصر أهميتها على مجرد التنظيم، بل إنها تسهم في تسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى درجة ممكنة من الموضوعية و الشمول<sup>2</sup>.

و عليه في هذه الدراسة قمنا بالاعتماد على الفئات التالية:

• **فئات الشكل:** تركز عادة على الإجابة عن سؤال "كيف قيل؟"، أي دراسة الشكل الذي قدم به المحتوى المحلل، ودوره في تحديد طبيعة الرسالة وأسلوبها. والتي تتمثل في هذه الدراسة فيما يلي:

أ - **المساحة:** تهدف هذه الفئة إلى قياس حجم التغطية المخصصة لموضوع تغريدات الشخصيات العامة حول الملائكة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024، وذلك من خلال تحليل المساحة الزمنية والمرئية التي خصصتها قناتا AI 24 و BBC لهذا الموضوع.

ب - **العناصر التيبوغرافية:** وتتمثل في فئة أسلوب تقديم الخبر.

ج - **طبيعة المادة المستعملة:** تركز هذه الفئة على تحديد نوع القالب الصحفي المستخدم في معالجة الموضوع، سواء كان تقريرًا إخباريًا، حوارًا، تحليلًا معمقًا، أو أي شكل آخر من

<sup>1</sup> يوسف تمار، مرجع سابق، ص42

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص41

أشكال التغطية الإعلامية التي اعتمدها القناتان في تناول التفاعل الرقمي مع قضية إيمان خليف.

• **فئات المضمون (ماذا قيل؟):** تشمل هذه الفئات تحليل المحتوى الاعلامي في التغطية الإعلامية لقناتي AI 24 وBBC حول تغريدات الشخصيات العامة بشأن الملائمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024، وهي كالتالي<sup>1</sup>:

أ\_ **فئة الموضوعات :** وتحديد القضايا الرئيسية التي ركزت عليها القناتان في تغطيتهما لتغريدات دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني حول إيمان خليف.

ب\_ **فئة الاتجاه:** تحليل التوجه العام للتغطية الإعلامية (إيجابي، محايد، سلبي)<sup>2</sup> تجاه إيمان خليف وتغريدات الشخصيات العامة.

ج\_ **فئة الفاعلين:** تحديد الشخصيات المؤثرة في المحتوى، سواء كانوا شخصيات طبيعية سياسية، رياضية، أو إعلامية أو شخصيات معنوية من هيئات و منظمات

د\_ **فئة المصطلحات:** تشمل الكلمات والعبارات التي تختارها الوسيلة الإعلامية أثناء تغطيتها للحدث، والتي تعكس موقفها أو توجهها نحو الموضوع.

هـ\_ **فئة الأهداف:** تحليل الأهداف الضمنية وراء تناول القناتين لهذه التغريدات، سواء كانت رياضية، سياسية، إعلامية، أو تجارية.

و\_ **فئة المصادر:** تصنيف المصادر التي استندت إليها القناتان في تناول الموضوع، سواء كانت رسمية، منصات تواصل اجتماعي، أو تحليلات خبراء.

ز\_ **فئة القيم:** استخلاص القيم الضمنية في المحتوى الإعلامي، مثل دعم الرياضيين، النزاهة الرياضية، حرية التعبير، أو التحيز الإعلامي.

<sup>1</sup> محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد، عمان، الاردن، 2019 ص، 141

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص142

ح\_ فئة الإطار: و هو استخلاص الطريقة التي قدم بها الحدث في الوسيلة الإعلامية، بمعنى الزاوية التي تم من خلالها تفسير أو تأطير المحتوى لتوجيه فهم الجمهور.

### ✓ إجراءات الصدق و الثبات لإستمارة تحليل المضمون:

أ\_ إختبار الصدق: يقصد بصدق التحليل مدى قدرة أداة البحث على قياس الظواهر والموضوعات محل الدراسة بدقة وكفاءة، بما يضمن صلاحيتها في جمع البيانات وقياس المتغيرات، وصولاً إلى نتائج يمكن الوثوق بها وتعميمها علمياً.<sup>1</sup> و يؤكد يوسف تمار على ضرورة اتباع مجموعة من الخطوات المنهجية لتحقيق صدق التحليل، مشدداً على أهمية الالتزام بالتسلسل المنطقي لهذه الخطوات، بحيث لا ينتقل الباحث إلى الخطوة التالية إلا بعد التأكد من إتمام السابقة بشكل دقيق. وتتمثل هذه الخطوات فيما يلي:<sup>2</sup>

1\_ تقديم الاستمارة، 2\_ بناء إستمارة تحليل المحتوى، 3\_ تقديم دليل للاستمارة، 4\_ عرض الإستمارة على محكمين للحكم على مدى صلاحيتها للتطبيق.

و بناء على هذا قمنا بإعداد استمارة تحليل تتضمن ورقة تقديم تحتوي على عنوان الدراسة، وملخصاً موجزاً عنها، إلى جانب تعليمات تمهيدية توضح كيفية تطبيق الاستمارة، مع تحديد دقيق لفئات التحليل المعتمدة في الدراسة، وبعد تعديلها مع الأستاذ المشرف حمزة فندوشي عرضناها على محكمة متخصصة الأستاذة فائزة بكار من أجل تقييمها. وبناء على الملاحظات العلمية التي قدمتها، تم إدخال التعديلات اللازمة لضمان دقة الأداة وملاءمتها لأهداف الدراسة.

ب\_ إختبار الثبات: يشير مفهوم الثبات إلى مدى استقرار أداة القياس، بحيث تؤدي إلى نتائج متطابقة عند استخدامها مرة أخرى على نفس المادة وفي نفس الظروف، ما يدل على موثوقيتها في قياس الظاهرة المدروسة<sup>3</sup>. و هناك ثلاثة أنواع لإختبار الثبات و هي:<sup>4</sup>

1 سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 190

2 يوسف تمار، مرجع سابق، ص 99\_ 109

3 سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، مرجع سابق ص 191

4 محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار و مكتبة الهلال، 2009، ص 223

1\_ طريقة الإختبار و إعادة الإختبار .

2\_ طريقة التقسيم النصفي .

3\_ طريقة الأشكال المتكافئة أو المتعادلة .

ولقياس درجة الثبات في هذه الدراسة، تم اعتماد الطريقة الأولى، حيث أجري التحليل الأول، ثم أعيد تطبيقه بعد مرور شهر على نفس الفئات ووفق الشروط نفسها، بالاستناد إلى معامل الثبات الخاص بـ Danielson للتحقق من استقرار النتائج.

$$100 \times \frac{\text{عدد اتفقات الفئات في المرمزين}}{\text{العدد الكلي للفئات}}$$

و بلغ معامل الثبات في هذه الدراسة نسبة 85.7%، وهي نسبة مرتفعة تعكس درجة عالية من الاتساق في استمارة تحليل المضمون، مما يدل على كفاءتها وصلاحيتها للاستخدام في إطار هذه الدراسة.

(2) **المقابلة:** وتعرفها "قرافيتز" على أنها : " طريقة بحث علمية تستخدم فيها عملية اتصالية شفوية لجمع معلومات تخدم هدفا محددًا. وهي تكون في البحوث العلمية ما بين الباحث و المبحوث.<sup>1</sup> و تتميز المقابلة في الدراسات الإعلامية بأنها لا تشبه الحوار العادي بين طرفين بل تهدف إلى تحقيق غاية بحثية محددة، وتعتمد فيها منهجية منظمة قائمة على خطوات وإجراءات محددة، مع إتاحة حرية التعبير للمبحوث من خلال تفاعل لفظي يسمح له بالإجابة بما يراه مناسبًا. وهي نوعان مقابلة مقننة و مقابلة غير مقننة.

و في إطار هذه الدراسة، قمنا بإجراء مقابلة مع رئيس تحرير قناة AL 24 في القسم الرياضي زكريا بن هباج، بهدف جمع معطيات نوعية تدعم تحليل التناول الإعلامي لتغريدات الشخصيات العامة حول قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال الألعاب الأولمبية باريس

<sup>1</sup> فضيل دليو، مرجع سابق، ص 293

2024. وقد سمحت هذه المقابلة بالحصول على رؤى مهنية مباشرة حول آليات اتخاذ القرار التحريري، وأساليب معالجة التغريدات واختيار أطر التناول الإعلامي المعتمدة في القناة.

### (9) المقاربة النظرية:

#### نظرية التأطير الاعلامي:

تعد هذه النظرية من أهم النظريات التي تفسر تأثير الرسالة الإعلامية، حيث تقيس دور المحتوى في تشكيل الاهتمام والتأثير على الاتجاهات والآراء تجاه القضايا المطروحة إعلامياً. وتفترض أن وسائل الاعلام لا تقدم فقط المعلومات بل تؤطرها بطرق معينة تؤثر على تفسير الجمهور لها، وذلك عبر اختيار زوايا محددة، مصطلحات معينة، وتركيز على عناصر دون أخرى. و الإطار الاعلامي كما يعرفه جوفمان "هو بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الاعلام لتجعل الناس أكثر ادراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما"<sup>1</sup>. إذ يسعى الإطار الإعلامي إلى التوافق بين ما يلاحظه الناس في حياتهم اليومية وبين صياغة الرسالة، كما تفعل الوسيلة الإعلامية. وهذا يعني أن الهدف من الوسيلة الإعلامية ليس تغيير أو خلق قيم جديدة، وإنما السعي للاستفادة من الفهم العام القائم.

ويعتبر روبرت انتمان ابرز منظري هذه النظرية إذ ينسب اليه الفضل في تأصيل النظرية في الدراسات الاعلامية . و تجري عملية التأطير وفقه بتسليط الضوء على جوانب معينة من الواقع دون غيرها لتبرزها في النصوص الإعلامية، و ذلك باتباع أسلوب أو مسار محدد يتم التركيز من خلاله على المشكلات وتفسير أسباب وقوعها .كما يتم تقييمها من الناحية الأخلاقية، وطرح الحلول الممكنة لمعالجتها<sup>2</sup>.

مضيفا انتمان ان تاثير الاطر لا يظهر فقط من خلال ابراز بعض الجوانب في الاحداث او الوقائع، فقط بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب ، القاهرة، مصر، 2004، ص402

<sup>2</sup> Robert, M. Entman, Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, Journal of Communication, Vol 43, N 04, Northwestern University, united state, December 1993, p. 51-52.

بالاتصال.<sup>1</sup> فتأثير التآطير الإعلامي لا يقتصر فقط على إبراز جوانب معينة من الأحداث، بل يمتد أيضا إلى ما يتم استبعاده أو تجاهله. بمعنى آخر، فإن الأطر الإعلامية لا تشكل فقط طريقة فهم الجمهور للأحداث من خلال ما يتم تسليط الضوء عليه، ولكن أيضا من خلال ما يتم إخفاؤه أو التقليل من أهميته.

و يشير "ليمان" في تحليله لقدرة وسائل الإعلام على التأثير في إدراك الجماهير من خلال آلية التآطير إلى ضرورة التمييز بين الواقع الموضوعي كما يحدث فعليا، وبين الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام عن ذلك الواقع إذ يطلق على الحقيقة الموضوعية مصطلح **truth** (الحقيقة) بينما يشار إلى ما تنقله وسائل الإعلام من معلومات حول تلك الأحداث بمصطلح **news** (الاخبار) ومن خلال آليتي الانتقاء والتكرار، تعمل وسائل الإعلام على تشكيل صورة ذهنية لدى الجماهير تقترب قدر الإمكان من الواقع، مما يساعدهم على فهمه والتفاعل معه بفعالية.<sup>2</sup>

في هذا السياق، يرى "لانس بينيت" أن الأطر الإعلامية تمتلك قوة وتأثيرا كبيرين، حيث تساهم في بناء واقع رمزي (**symbolic construction**) يمكن أن يبدو مماثلا للواقع الفعلي، رغم إمكانية وجود اختلافات بينهما. ولهذا السبب، يؤكد "بينيت" على أهمية إدراك أن هذه الأطر ليست انعكاسا دقيقا للواقع نفسه، بل هي تمثيلات (**representations**) له، أي أنها تقدم صورة مختزلة ومحددة لعناصره، مما قد يؤدي إلى تباينات بين الواقع الفعلي وصورته المتداولة إعلاما.<sup>3</sup>

يحقق الإطار الاعلامي اربعة وظائف هي : تحديد المشكلة أو القضية بدقة،تشخيص اسباب المشكلة، وضع احكام اخلاقية، ترويج لسبل حلها. و يوفر تفسيرا منظما لدور وسائل الإعلام

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق،ص404

<sup>2</sup> إيمان شيف، نادية زبيري، المعالجة الإعلامية لقضية اللاجئين السوريين في ألمانيا (دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة وسما السورية)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، كلية الانسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، الجزائر، 2019، ص 15

<sup>3</sup>سعد سلمان المشهداني،المعالجة الإخبارية في وسائل الاعلام والنظريات الإعلامية المفسرة لها، مجلة آداب الفا رهيدي، المجلد 15، العدد 53، قسم الصحافة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية، بغداد، العراق، مارس 2023، ص239

في تشكيل الأفكار والاتجاهات تجاه القضايا البارزة، عبر ثلاثة آليات تخص التأطير و هي: الانتقاء، البروز و الاستبعاد.

و يفرق ايانجر وسايمون بين نوعين من الاطر في اضافة المغزى:<sup>1</sup>

**1. الإطار المحدد Frame Episodic :** الأطر المحددة تركز في عرض القضايا المثارة على نماذج ملموسة ووقائع محددة. و تركز على الأحداث الفردية واللحظات المعينة بدلاً من تقديم صورة شاملة للقضية، مما يجعل الجمهور يرى القضايا من خلال زاوية شخصية.

**2. الإطار العام Frame Thematic :** او المجرّد يقوم بمعالجة القضايا المطروحة في إطار عام أو تجريدي، ويقدم براهين ودلالات شاملة، موفراً وصفاً أكثر اتساعاً وتلخيصاً من خلال وضعها ضمن سياق ملائم.<sup>2</sup>

يؤثر اختيار نوع الإطار على فاعلية الإقناع والإثارة ضمن مختلف السياقات والأحداث، حيث قد يؤدي الاعتماد على الأطر العامة إلى زيادة صعوبة تحقيق التأثير المطلوب. ويرجع ذلك أساساً إلى تعقيد عملية تحديد المشكلات وحلولها، خاصة عند دراسة الأطر كأدوات للكشف عن استراتيجيات الإقناع.<sup>3</sup> تعد نظرية التأطير الإعلامي إطاراً مناسباً للتطبيق في بيئات إعلامية متنوعة، إذ تركز على دور القائم بالاتصال في تشكيل الرسائل الإعلامية، كما تتيح تحليلاً علمياً لمعالجة مضمون الرسائل. وتكتمل عناصر هذه النظرية من خلال دراسة تأثير المعالجة الإعلامية على معارف الجمهور واتجاهاته. لذلك، يعتمد تحليل الأطر على أربعة عناصر اتصالية أساسية: القائم بالاتصال، المحتوى، المتلقي، والثقافة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص405

<sup>2</sup>نسرين حسونة، نظريات الاعلام و الاتصال، شبكة الالوكة للنشر و التوزيع، 2015، ص25

<sup>3</sup>محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص405

<sup>4</sup>نصيرة تامي، التموّج المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات، مجلة معارف، المجلد17، العدد1، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، جوان 2022، ص894

# الإطار النظري

## خطة الإطار النظري:

✓ الفصل الأول: التغطية التلفزيونية و التناول الإعلامي  
في ظل تطورات الإعلام الجديد

- المبحث الأول: التناول الاعلامي و المعالجة الاعلامية
- المبحث الثاني: الإعلام الجديد وتأثيره على التناول الإعلامي

✓ الفصل الثاني: الشخصيات العامة و الحدث الإعلامي  
والرأي العام الرياضي

- المبحث الأول الشخصيات العامة بين صناعة الحدث  
الإعلامي والتأثير في الرأي العام
- المبحث الثاني: العلاقة بين الإعلام والرياضة والرأي العام  
الرياضي

# الفصل الأول:

التغطية التلفزيونية و تناول الإعلام  
في ظل تطورات الإعلام الجديد

**تمهيد:** عرف التناول الإعلامي تحولات عميقة في ظل التطورات المتسارعة التي شهدتها المشهد الإعلامي، خاصة مع الانتقال من هيمنة الإعلام التقليدي إلى بروز الإعلام الرقمي كقوة فاعلة ومؤثرة. فلم يعد الإعلام مجرد ناقل للأحداث، بل أصبح شريكا في صناعتها وإعادة صياغتها وفق استراتيجيات محددة وزوايا معالجة متعددة، تتأثر بعوامل مهنية، اقتصادية، وسياسية.

وقد ساهمت هذه التحولات في تنويع أشكال وأساليب التناول الإعلامي، بحيث أصبح من الضروري فهم المفاهيم الأساسية المرتبطة به، والوقوف على العوامل التي تتحكم في صياغته وتوجيهه. كما فرض الإعلام الجديد، خصوصا شبكات التواصل الاجتماعي، أنماطا جديدة من التناول الإعلامي تقوم على التفاعلية والانتشار الواسع، مما أعاد تشكيل العلاقة بين الإعلام والجمهور، وغير من طبيعة المعالجة الإعلامية التقليدية.

## المبحث الأول: التناول الاعلامي و المعالجة الاعلامية

### 4) مفهوم التناول الإعلامي و المعالجة الاعلامية:

#### 1.1 تعريف المعالجة:

لغة: "عالج" الشيء معالجة وعلاجا أي زاوله. وكل شيء زاولته ومارسته فقد عالجه<sup>1</sup>

اصطلاحا: مصطلح المعالجة مأخوذ من عالج الأمر أصلحه معالجة المشكلة عالجه علاجا و معالجة زاوله و داواه.<sup>2</sup>

#### 2.1 تعريف الاعلام:

لغة: كلمة الاعلام مشتقة من العلم، والعلم هو إدراك الشيء بحقيقته وتعاله فلان أظهر العلم وجمع الشيء علموه. فمعنى الاعلام لغويا هو نقل الخبر<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد أحمد حسب الله وآخرون، لسان العرب، ابن منظور، المجلد 1، دار المعارف، القاهرة، مصر، ص 3066

<sup>2</sup> أحمد عابد و آخرون، المعجم العربي الأساسي المنظمة العربية لتربية و الثقافة و العلوم، 2003، ص. 858

<sup>3</sup> زهير احدان، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ط 5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 13

اصطلاحاً: يعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه "تزويد الناس بالآخبار الصحفية و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة"، و يقول فيرنان فيزو "بأنه نشر الوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ , أصوات أو صور عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور".<sup>1</sup>

3.1 مفهوم المعالجة الإعلامية: تعرف المعالجة الإعلامية على أنها: "عملية تناول الحدث ووصفه ووضعه في سياق إيضاحي مبسط، يفيد الخبر بكل تفاصيله، و الإلمام بكافة أطرافه التي توصل الحقيقة إلى المتلقي، و هذه العملية تتطلب جهداً يستند إلى أسس يجب اتباعها عند الحصول على مؤشر يفيد حدوث أمر من الممكن معالجته إخبارياً".<sup>2</sup>

كما يرى " محمد منير حجاب" أن معالجة البيانات هي مجموعة العمليات التي تجرى على البيانات لتحويلها إلى معلومات قابلة للاستخدام.<sup>3</sup>

و يضيف حسن عماد مكاوي بأن المعالجة الإعلامية هي نقل الخبر أو الحدث إلى المتلقي و تغطية جميع جوانبه من خلال الرسائل الإعلامية و بيانا و صور و حقائق إضافة إلى تفسيرها و تحليلها و التعليق عليها، و يكون هذا عن معرفة أحوال الناس الشخصية والبيئية و القومية و الدولية.<sup>4</sup>

وعليه فإن المعالجة الإعلامية هي العملية التي يتم من خلالها تناول الأحداث و الوقائع وتقديمها للجمهور بأسلوب واضح وشامل، وتتمحور المعالجة الإعلامية حول تساؤل أساسي: كيف تتعامل المؤسسة الإعلامية مع المعلومات و البيانات المتعلقة بحدث معين؟ وما التأثيرات و النتائج التي تنجم عن نشر تلك المعلومات؟ وتعتمد هذه العملية على مجموعة من الأسس المهنية و الصحفية، مثل الدقة و الموضوعية و الشمول، لضمان تقديم محتوى إعلامي متكامل يشمل

<sup>1</sup> نفس المرجع ص.14

<sup>2</sup> وحيد فيضي أنمار، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2016

ص 43

<sup>3</sup> سعد سلمان المشهداني، المعالجة الإخبارية في وسائل الإعلام والنظريات الإعلامية المفسرة لها، مرجع سابق ص 222

<sup>4</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، نظريات الاتصال المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، مصر 200-، ص146

البيانات، والصور، والتقارير، والتعليقات التحليلية، بهدف توضيح القضايا المطروحة وفهم أبعادها المختلفة.

○ بعد تعريف المعالجة الاعلامية حري بنا التطرق الى المصطلحات المشابهة لها وهي التناول الاعلامي و التغطية الاعلامية

#### 4.1 مفهوم التناول الإعلامي:

هو الطريقة التي تتم بها صياغة وانتقاء وعرض الموضوعات في وسائل الإعلام، وذلك وفقا لعدد من العوامل المؤثرة. يتحكم في هذه العملية حراس البوابة الإعلامية، الذين يحددون المحتوى بناء على السياسة التحريرية لكل وسيلة إعلامية، واتجاهاتها العامة. كما يتأثر التناول الإعلامي بخصائص الجمهور، بما في ذلك اهتماماته، ميوله، وتفضيلاته، بالإضافة إلى العوامل الزمنية التي تحدد مساحة التغطية الإعلامية<sup>1</sup>.

#### 5.1 مفهوم التغطية الاعلامية:

أما التغطية الإخبارية للتلفزيون، فهي عملية جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بحدث معين، مع الإحاطة بأسبابه وتفاصيل وقوعه، مثل متى وأين وكيف حدث، بالإضافة إلى تحديد الأطراف المشاركة فيه. كما تتضمن التغطية الإخبارية تقديم المعلومات والحقائق وتصوير الحدث بطريقة تجعله جاهزا للنشر والبت للجمهور<sup>2</sup>.

#### (5) أشكال المعالجة الاعلامية:

تتعدد أنواع المعالجة الإعلامية تبعا لأساليب التناول والزوايا التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في عرض القضايا والأحداث. وعليه تتنوع المعالجة الاعلامية الى:

<sup>1</sup> هاجر العروسي، التناول الإعلامي التلفزيوني للنشاط الجمعي في الجزائر\_ دراسة تحليلية مقارنة لنشرة الأخبار الرئيسية في "القناة الثالثة للتلفزيون الجزائري العمومي " . وقناة " الجزائرية وان "الخاصة خلال سنة 2018، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، قسم الاعلام، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2019، ص 56

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص57

## 1.2 معالجة المعلومات:

يركز هذا النوع من المعالجة على تقديم الحقائق المستمدة من الواقع بالاعتماد على المصادر الموثوقة، الشهود، والوثائق المؤكدة. وتحرص كافة الوسائل الإعلامية المعنية بنقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور على ضمان الوضوح والنزاهة في عملية النقل، مما يعزز مصداقية المحتوى المقدم.

## 2.2 معالجة الاثارة:

تلجأ بعض التغطيات الإعلامية إلى التهويل، حيث ينتهي اهتمامها بالموضوع بمجرد انتهاء الحدث. ويطلق على هذا النوع من المتابعة في الصحافة اسم "الصحافة الصفراء"، إذ تسعى بعض القنوات من خلاله إلى تضليل الجمهور أو توجيه الرأي العام لتحقيق أهداف تسويقية أو سياسية، دون مراعاة المعايير المهنية أو الأخلاقية.<sup>1</sup>

## 3.2 معالجات تفسيرية:

ترتكز المعالجة التفسيرية بشكل أساسي على تحليل الأحداث وتقديم إجابات معمقة عن التساؤلات الجوهرية مثل "كيف؟" و"ماذا؟"<sup>2</sup>. وتهدف هذه المعالجة إلى توضيح خلفيات الأحداث وأسبابها. وتعتمد هذه المنهجية على توظيف التحليل النقدي.

## 4.2 المعالجة المتوازنة:

تعتمد هذه المعالجة على تقديم رؤية شاملة ومتوازنة للموضوع من خلال تسليط الضوء على مختلف جوانبه، بما في ذلك السياقات الظرفية المحيطة به. وتتميز هذه التغطية بالعمق والشمولية، حيث توظف أساليب متنوعة مثل تقديم المعلومات بشكل دقيق، وإشراك الجمهور، واعتماد نهج استقصائي في تحليل الأحداث.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 56

<sup>2</sup> سعد سلمان المشهداني ، المعالجة الإخبارية في وسائل الاعلام والنظريات الإعلامية المفسرة لها، مرجع سابق، ص 224

يهدف هذا النوع من المعالجة إلى تعزيز وعي الجمهور بالقضية المطروحة، مما يساهم في تقديم صورة أوضح، خاصة في القضايا ذات التأثير المباشر على المجتمع. ومع ذلك، فإن تحقيق تغطية متوازنة يعد تحدياً عملياً، إذ يتطلب هامشاً من الاستقلالية والحرية الإعلامية بعيداً عن الضغوط السياسية أو الاقتصادية. كما أن نجاح هذه المنهجية يرتبط بمدى توافق رؤية المؤسسة الإعلامية مع المرجعية القيمة للجمهور المستهدف، مما يعزز من مصداقيتها وتأثيرها<sup>1</sup>.

## 5.2 معالجة القصة الخبرية الإنسانية:

تعد القصة الخبرية الإنسانية نوعاً من المعالجات الصحفية التي تركز على الأبعاد العاطفية والاجتماعية للأحداث، حيث تجسد من خلالها الأفراد المشاركين في الحدث و تصفهم بأنهم إما أبطالاً أو ضحايا أو اشرار و يتم إبراز تجارب الأفراد ومعاناتهم أو إنجازاتهم في سياقات مختلفة.

## 6.2 المعالجة المرجعية:

تشير المعالجة المرجعية إلى نوع من التغطية الإعلامية التي تعتمد على إطار مرجعي يستند إلى الخلفيات التاريخية والتطورات السابقة المرتبطة بالقضية قيد المعالجة. وتهدف هذه المقاربة إلى تحليل الأحداث الراهنة من خلال ربطها بالسياقات التاريخية والاجتماعية التي شكلت مسارها، مما يساعد في تقديم فهم أعمق للعلاقات القائمة بين المجتمع والقضية المطروحة.

## (6) العوامل المؤثرة على التناول الإعلامي:

يتأثر التناول الإعلامي للمواضيع بعدة عوامل رئيسية تؤثر بشكل مباشر على طبيعة التغطية الإعلامية وسياقها، مما ينعكس على تشكيل الرأي العام وصياغة الخطاب الإعلامي. ويمكن

<sup>1</sup> الحاج سعد زواوي، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في ولاية ورقلة، "مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013، ص138.

تصنيف هذه العوامل إلى مجموعة من المحددات التي تؤثر في طريقة تغطية الأحداث ومعالجتها إعلاميا، ومن أبرز هذه العوامل<sup>1</sup>:

### 1.3 الضغوط السياسية :

تلعب العوامل السياسية دورا أساسيا في توجيه المحتوى الإعلامي، حيث قد تتعرض وسائل الإعلام لضغوط من الحكومات أو الأحزاب السياسية أو الجهات الفاعلة في السلطة، مما يؤثر على كيفية عرض القضايا. على سبيل المثال، في بعض الدول، قد تفرض السلطات رقابة على وسائل الإعلام خلال الأزمات السياسية.

### 2.3 السياسة الإعلامية للمؤسسة:

تمتلك كل مؤسسة إعلامية سياستها التحريرية الخاصة، والتي تحدد كيفية تناولها للأحداث. ففي السياق المؤسسي للإعلام، يعد القائم بالاتصال فاعلا محوريا في عملية إنتاج وانتقاء المحتوى الإعلامي، حيث يخضع في أداء مهامه لتوجهات السياسة الإعلامية المعتمدة داخل المؤسسة التي يعمل بها. وتتجلى تأثيرات غرفة الأخبار في قراراته بشأن ما يعرض من محتوى وما يستبعد، إذ يخضع القائم بالاتصال منذ لحظة جمع الأخبار لتيارين من التأثير: الأول تأثير هامشي يتمثل في القيم المهنية والضمير الصحفي، وهو تأثير غير مباشر لا يتدخل في مضمون الرسالة الإعلامية. أما الثاني، فهو تأثير مركزي نابع من عوامل بنيوية كإطار القانوني والسياسي، والبنى الاجتماعية، إلى جانب التوجه التحريري والسياسة العامة للمؤسسة الإعلامية، مما يشكل بيئة ضاغطة تؤثر بشكل مباشر في مضمون الرسالة الإعلامية وخيارات النشر.

### 3.3 القيم الإخبارية والأخلاقيات المهنية:

تؤثر القيم الإخبارية التي تعتمدها المؤسسة، إلى جانب أخلاقيات العمل الصحفي، على كيفية صياغة المحتوى الإعلامي وانتقاء الأخبار. فالقيم الإخبارية هي معايير غير مكتوبة يعتمد

<sup>1</sup> وحيد فيضي أنمار، مرجع سابق، ص 51.

عليها الصحفيون في اختيار الأخبار، وتختلف طريقة تطبيقها بين المؤسسات الإعلامية بسبب تعقيدها وتأثيرها بالأيديولوجيا وأذواق الجمهور. وتشير دراسة هاركوب وأونيل إلى صعوبة وجود نظرية موحدة تفسر هذه القيم، موضحة أن اختيار الأخبار يتأثر بعوامل تنظيمية، اجتماعية، ثقافية، اقتصادية وتجارية<sup>1</sup>. والمؤسسات الإعلامية التي تلتزم بالمهنية تسعى إلى تحقيق التوازن والموضوعية في تغطيتها. إذ تمثل القيم المهنية في الإعلام مجموعة من المعايير الأخلاقية والضوابط المتفق عليها داخل الوسط الصحفي، والتي تنظم علاقة الصحفي بوسيلته الإعلامية وبالمحتوى الذي يقدمه للجمهور. وقد تكون هذه القيم مدونة في ميثاق شرف، أو متداولة بشكل غير رسمي، وتتميز بطابعها العام. يكتسبها الصحفي من خلال الممارسة العملية، لكنها ليست مطلقة، إذ قد تتأثر بتوجهاته الشخصية أو الأيديولوجية<sup>2</sup>. فقد تميل وسائل إعلام إلى الانحياز في نقل الأخبار أو معالجتها، أي تعمد بصياغة الأخبار و تناولها بصورة يراد من خلالها نصره أيديولوجية معينة أو المبالغة في التركيز على جوانب ما والتقليل من شأن أخرى أو تجاهلها<sup>3</sup>.

### 4.3 التمويل والاستقلالية المالية:

تلعب الموارد المالية للمؤسسة الإعلامية دورا حاسما في قدرتها على جمع الأخبار وإنتاج محتوى إعلامي عالي الجودة. المؤسسات التي تعتمد على الإعلانات قد تجد نفسها تحت ضغط من المعلنين، مما يؤثر على نوعية المحتوى الذي تقدمه.

### 5.3 المنافسة الإعلامية:

في ظل تسارع وتيرة الإنتاج الإعلامي، أصبحت المؤسسات الإخبارية تميل إلى تقديم المحتوى بأسلوب يعتمد على الجاذبية الشكلية أكثر من الدقة المعرفية، وهو ما يعكس تأثير منطق السبق

<sup>1</sup> سامية نجاعي، داود جفافة، عوامل انتقاء الأخبار الصحفية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة-دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية الجزائرية (الخبر، النهار والشروق) نموذجاً، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 35، العدد 02، الجزائر، 2021، ص 890

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 892

<sup>3</sup> وحيد فيضي أنمار، مرجع سابق، ص 40 .

الإخباري على جودة التغطية.<sup>1</sup> ومع التحول نحو البيئة الرقمية، خاصة بعد بروز المنصات الاجتماعية، تواجه الوسائل التقليدية ضغطاً متزايداً لتقديم محتوى حصري وجاذب ولو على حساب التحليل العميق. وتبرز هذه المفارقة بوضوح في تغطية الأخبار العاجلة، حيث يتم تقديم الحدث في بداياته بمعلومات مجتزأة، على أن يستكمل لاحقاً بسياقات تحليلية أو تفسيرات معمقة إن وجدت.

### المبحث الثاني: الإعلام الجديد وتأثيره على التناول الإعلامي .

#### 4) نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كامتداد طبيعي للتطورات التقنية التي صاحبت انتشار الإنترنت، حيث سعت إلى تلبية الحاجة الإنسانية الأساسية للتواصل والتفاعل الاجتماعي، والتي تأثرت نتيجة الاعتماد المتزايد على الحاسب الآلي في مختلف مناحي الحياة. وقد أسهمت العولمة في تسريع هذا التحول، حيث أوجدت بيئة افتراضية غير محدودة تتيح للأفراد من مختلف الثقافات والجنسيات التفاعل بحرية، بعيداً عن القيود التقليدية التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية.

يرجع أصل مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز عام 1954، حيث كان يشير إلى الروابط الاجتماعية بين الأفراد.<sup>2</sup> وكفكرة عامة قبل الانترنت بدأت وسائل التواصل الاجتماعي في ماي 1844 ، بسلسلة من النقاط الإلكترونية التي تم النقر عليها يدويا على جهاز التلغراف.<sup>3</sup>

ومع ظهور الإنترنت، انتقل هذا المفهوم إلى المجال الرقمي، فشهدت التسعينيات ظهور أولى المنصات التي سعت إلى توظيف التكنولوجيا في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية، حيث

<sup>1</sup> سامية نجاعي، داود جفاقله، مرجع سابق، ص 892

<sup>2</sup> عبد الله علي زلب، مدخل إلى الإعلام الجديد، المرجع الإلكتروني للمعلوماتية، 2023 على الموقع :

<sup>3</sup> الغد، قبل فيسبوك.. ما هي منصات التواصل التي كانت متداولة؟، فيفري 2024، على الموقع:

<https://alghad.com/story/1606209> تاريخ الزيارة: 2025/04/08 على 11:11

برزت مواقع مثل Geocities و Theglobe.com عام 1994، ثم Classmates.com عام 1995، والذي ركز على ربط زملاء الدراسة. وفي عام 1997، ظهر موقع SixDegrees.com، الذي كان من أوائل المنصات التي أتاحت للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية وإرسال الرسائل الخاصة، وهو ما شكل نواة لمفهوم الشبكات الاجتماعية الحديثة، رغم عدم استدامة هذه التجربة اقتصادياً.

شهدت الفترة بين عامي 2002 و2004 تحولاً جوهرياً في مسار الشبكات الاجتماعية، حيث ازدادت شعبيتها بظهور منصات مثل Friendster و MySpace، التي قدمت أدوات تفاعلية متطورة جذبت ملايين المستخدمين. ولكن التحول الأكبر جاء مع إطلاق Facebook عام 2003، حيث أحدث ثورة في مفهوم التواصل الاجتماعي الرقمي<sup>1</sup>، إذ انتقل من كونه منصة محدودة لطلاب جامعة هارفارد إلى شبكة عالمية تتيح للأفراد التواصل وتبادل المعلومات والأفكار بحرية.

لم تقتصر الشبكات الاجتماعية على التواصل النصي فقط، بل شهدت تطوراً في تنوع المحتوى، حيث ظهرت منصات متخصصة مثل Flickr (2004) لمشاركة الصور، و YouTube (2005) الذي ركز على نشر مقاطع الفيديو، مما عزز من تعددية الوسائط المستخدمة في التفاعل الاجتماعي. ومع تزايد الإقبال على هذه المنصات، بدأت الشركات الكبرى في الاستثمار فيها، مثل استحواد Yahoo على بعض المنصات، ومحاولة Google دخول هذا المجال عبر إطلاق Google+ عام 2011، إلا أنها لم تتمكن من تحقيق النجاح المتوقع، ما أدى إلى إغلاقها بعد عامين<sup>2</sup>.

تميزت الشبكات الاجتماعية عن وسائل الإعلام التقليدية بكونها بيئة تفاعلية مفتوحة، حيث يمكن لأي فرد المشاركة في إنتاج المحتوى ونشره دون رقابة مركزية، مما جعلها تلعب دوراً

<sup>1</sup> ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، العدد 24، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 2018، ص 214

<sup>2</sup> عيد الله علي زلب، مرجع سابق على الموقع <https://almerja.com/reading.php?idm=200382> تاريخ الزيارة: 2025/04/02 على 12:13

رئيسيا في تشكيل الرأي العام والتأثير على المجتمعات. كما أنها قدمت بديلا رقميا للجماعات الاجتماعية التقليدية التي تراجعت بفعل التغيرات الحياتية وسرعة إيقاع العصر الحديث، ما جعلها أحد أبرز مظاهر التطور التكنولوجي والاجتماعي في القرن الحادي والعشرين<sup>1</sup>.

و يعتبر التويتر أحد مصادر المعلومات الرئيسة غير الخاضعة للرقابة لأحداث مهمة في العالم. حيث ظهر موقع تويتر لأول مرة عام 2006 كمشروع بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، حيث كان الهدف منه تطوير وسيلة جديدة لمشاركة التحديثات القصيرة عبر الإنترنت. وبعد أن ظل استعماله مقتصرًا على موظفي الشركة، تم إطلاقه رسميا للجمهور في أكتوبر 2006، مما ساهم في انتشاره بسرعة كخدمة جديدة تقدم التدوينات المصغرة. وفي أبريل 2007، قررت الشركة فصل الخدمة عن الشركة الأم وتأسيس شركة تويتر المستقلة، التي سرعان ما أصبحت واحدة من أهم شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، مستفيدة من شعارها المميز "العصفور الأزرق".

ومع تزايد عدد المستخدمين، أصبح تويتر منصة مركزية لنقل الأخبار والأحداث العالمية في الزمن الفعلي، حيث بدأ محرك غوغل بإدراج التغريدات ضمن نتائجه البحثية في 2009، مما عزز من تأثير الموقع في صناعة الإعلام<sup>2</sup>. كما لعبت المنصة دورا حاسما في الأحداث السياسية والاجتماعية، وخاصة خلال الربيع العربي، حيث استخدمه الناشطون والصحفيون كوسيلة لتجاوز الرقابة ونقل المعلومات مباشرة إلى العالم. كما ساهم تويتر في نقل الأحداث العاجلة مثل الكوارث الطبيعية والانتخابات الرئاسية الأمريكية، مما جعله أداة فعالة في أوقات الطوارئ.

في أبريل 2023، خضع تويتر لتحول جذري بعد استحواذ الملياردير إيلون ماسك عليه، حيث تم تغيير اسمه رسميا إلى "إكس"، وتم استبدال شعار العصفور الأزرق بشعار جديد يعكس

<sup>1</sup> ميمي محمد عبد المنعم توفيق، مرجع سابق، ص 215

<sup>2</sup> الجزيرة نت، موقع "إكس" (تويتر).. العصفور الأزرق الذي استحوذ عليه إيلون ماسك، 2024، على الموقع: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia>، تاريخ الزيارة : 2025/04/02 على 20:50

رؤية ماسك لتحويل المنصة إلى تطبيق شامل يتجاوز كونه مجرد شبكة اجتماعية. كما شهدت المنصة تغييرات كبيرة في السياسات والخدمات<sup>1</sup>.

## 5) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير طبيعة التناول الاعلامي:

شهدت وسائل الإعلام تحولات جذرية بفعل تطور التكنولوجيا الرقمية وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى تغيير طبيعة التناول الإعلامي وأساليب نقل الأخبار. و فيما يلي أبرز أوجه هذا التغيير:

### 1.2 سرعة نشر الأخبار والتفاعل معها:

تمثل السرعة أحد أبرز مميزات الإعلام الجديد، حيث أصبح بإمكان أي فرد توثيق الأحداث ونشرها فور وقوعها دون الحاجة إلى المرور عبر عمليات التحرير التقليدية، مما جعل الصحافة أكثر تفاعلية واتساعا. إذ لم يعد نقل الأخبار حكرا على المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل باتت وسائل التواصل الاجتماعي منصة رئيسة للتغطية الإخبارية المباشرة .

### 2.2 التفاعل الجماهيري ودوره في تشكيل التغطية الإعلامية:

أحد أبرز التغييرات التي فرضها الإعلام الجديد هو التفاعل الفوري بين الجمهور والمحتوى الإعلامي، حيث يمكن للمستخدمين التعبير عن آرائهم والتعليق على الأخبار، مما يؤثر على أولويات وسائل الإعلام التقليدية. فكلما زاد التفاعل مع موضوع معين على وسائل التواصل الاجتماعي، ازدادت احتمالية تناوله في الإعلام التقليدي<sup>2</sup>.

و بدأت وسائل الإعلام التقليدية منذ منتصف العقد الماضي في التعاون مع المؤثرين لتعزيز تفاعل الجمهور، كما يظهر في تجربة صحيفة "واشنطن بوست" التي أطلقت مبادرات تستهدف جيل الألفية، وتجربة "سي. إن. إن" التي اعتمدت على المؤثرين في تقديم محتوى خبري عبر

<sup>1</sup> الجزيرة نت، مرجع سابق ، <https://www.aljazeera.net/encyclopedia> تاريخ الزيارة: 2025/04/02 على 20:50

<sup>2</sup> زكريا طفياني، قراءة في تجاذبات العلاقة بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد،مجلة معالم للدراسات الاعلامية و الاتصالية،المجلد 03،العدد02، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، جوان 2021،ص 16

"تيك توك". وقد أتاحت هذه المبادرات فرصة لدمج الأسلوب الشخصي للمؤثرين مع المعايير الصحفية التقليدية، ما أدى إلى استقطاب جمهور جديد<sup>1</sup>. فقد ساهم التعاون مع المؤثرين في زيادة التفاعل مع المحتوى الإعلامي. كما مكن الإعلام التقليدي من دمج التحليل الصحفي مع الأساليب الرقمية الحديثة دون التأثير على القيم الصحفية، مما يعزز مصداقيته.

### 3.2 تأثير الاعلام الجديد على الأجندة الاعلامية:

أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى تغيير طبيعة القضايا المطروحة إعلامياً، حيث أصبحت بعض المواضيع التي لم تكن تحظى باهتمام وسائل الإعلام التقليدية محور اهتمام الجمهور بسبب انتشارها الواسع على المنصات الرقمية. على سبيل المثال، خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية، حاولت وسائل الإعلام التقليدية الحد من تداول الأخبار المتعلقة بالاحتجاجات المعارضة لترشح الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي سرعت من انتشار تلك الأحداث، مما أجبر وسائل الإعلام التقليدية على تغطيتها في وقت لاحق<sup>2</sup>. فتقليدياً، تخضع وسائل الإعلام لسياسات تحريرية تحدد طبيعة القضايا التي يتم تناولها، وذلك وفقاً لمصالح المؤسسات الإعلامية والضغوط السياسية والاقتصادية التي تواجهها. غير أن وسائل التواصل الاجتماعي قدمت بديلاً لهذه القنوات التقليدية، حيث باتت القضايا تفرض نفسها على وسائل الإعلام بناءً على حجم التفاعل الجماهيري، وليس فقط من خلال معايير التحرير التقليدية.

### 4.2 حرية التعبير والإعلام الجديد

إضافة إلى دوره في تغيير طبيعة التغطية الإعلامية، أسهم الإعلام الجديد في توسيع نطاق حرية التعبير، حيث أصبح بإمكان الأفراد التعبير عن آرائهم دون الحاجة إلى وسيط إعلامي حيث أدى انتشار الهواتف الذكية والاتصال الدائم بالإنترنت إلى بروز ظاهرة المواطن

<sup>1</sup> آية يحيى، فرص ومخاطر دمج مؤثري التواصل الاجتماعي في الإعلام التقليدي، المستقبل للأبحاث و الدراسات المتقدمة، 2025، على موقع: <https://futureuae.com/ar-AE/Mainpage/Item/9976> تاريخ الزيارة: 2025/04/02 على 20:50

<sup>2</sup> زكريا طفياني، مرجع سابق ص 14\_15

الصحفي، و أصبح الأفراد قادرين على توثيق الأحداث فور وقوعها وبثها مباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هذا التحول عزز من قدرة الأفراد على التأثير في التغطية الإعلامية، ما أدى الى وسائل الاعلام التقليدية تعتمد على المحتوى الذي ينتجه المستخدمون كمصدر للأخبار، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث العاجلة.

## 5.2 الاخبار الزائفة و التحديات المهنية:

مع إنتشار الإعلام الرقمي، شهدت وسائل الإعلام التقليدية تحولا كبيرا في آليات عملها، حيث بات رؤساء تحرير النشرات الإخبارية يولون أهمية متزايدة للمواضيع الرائجة على منصات التواصل الاجتماعي عند تحديد أولوياتهم التحريرية. غير أن هذا التحول صاحبه تحد جوهري يتمثل في انتشار الأخبار الزائفة، إذ تفرض السرعة الكبيرة في تدفق المعلومات عبر المنصات الرقمية صعوبات متزايدة على المؤسسات الإعلامية في ما يتعلق بالتحقق من صحة الأخبار قبل نشرها. ويؤثر هذا الوضع سلبا على مصداقية التغطية الإعلامية، كما يضاعف من المسؤوليات المهنية الملقاة على عاتق الصحفيين في التثبت من موثوقية المحتوى الرقمي قبل اعتماده كمصدر إخباري.

## 6) التفاعل بين الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد:

يعد التفاعل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من الموضوعات الحيوية في الدراسات الإعلامية الحديثة. خاصة في ظل التحولات التي يشهدها المشهد الإعلامي العالمي. فقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي طبيعة الاتصال الجماهيري، منتقلة من نمط "واحد إلى كثير" (One-to-Many) الذي يميز الإعلام التقليدي، إلى نمط "كثير إلى كثير-Many-to-Many" الذي يعكس التفاعلية والانفتاح في الإعلام الجديد<sup>1</sup>.

و في ضوء هذه التحولات لم تعد العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد قائمة الصراع أو الإقصاء بل تطورت نحو التفاعل البناء والتكامل الوظيفي، مدفوعة بتغيرات تكنولوجية

<sup>1</sup> زكريا الطفياني، مرجع سابق، ص 18

وسلوكية مست جمهور المتلقين وأساليب إنتاج وتداول المحتوى الإعلامي. فبحسب زكريا الطفياني، لم تعد وسائل الإعلام التقليدية بمعزل عن البيئة الرقمية، بل أصبحت تتبنى استراتيجيات مرنة لتوظيف محتوى الإنترنت والتفاعل مع ما ينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تقوم القنوات التقليدية باقتباس تغريدات أو منشورات مؤثرة، وقد تبني التغطيات الإعلامية أحيانا بالكامل على ما يتم تداوله رقميا. في المقابل، يقوم المستخدمون الرقميون بمشاركة مضامين الإعلام التقليدي، إما للتحليل أو النقد أو التفاعل المجتمعي.<sup>1</sup> مما يعكس درجة عالية من التبادل والتأثير المتبادل بين الإعلاميين.

ويبرز هذا التداخل بوضوح في المشهد الإعلامي المعاصر، إذ لم يؤد ظهور وسائل الإعلام الجديدة إلى تلاشي الوسائل التقليدية، بل أعاد توزيع الأدوار ووظائف كل وسيلة. فلم تلغ الإذاعة الصحف، ولا ألغت الإذاعة المرئية الإذاعة الصوتية، وكذلك فإن ظهور الإعلام الرقمي لم يعن نهاية الإعلام التقليدي، بل شكل دافعا له نحو التجديد وتطوير أدواته وأساليبه.<sup>2</sup> وفي هذا السياق، يرى الغامدي أن المؤسسات الإعلامية التقليدية سعت إلى تعزيز حضورها الرقمي من خلال إنشاء منصات إلكترونية وتفعيل وجودها في شبكات التواصل الاجتماعي، في إطار استراتيجياتها لمواكبة التغيرات والحفاظ على جمهورها المتشظي عبر القنوات والمنصات المتعددة.<sup>3</sup> ويؤكد السويدي على هذا الاتجاه، معتبرا أن العلاقة بين الإعلاميين باتت تتسم بالتشابك المرحلي والتعاون، مدفوعة بإدراك الإعلام التقليدي لحجم التحدي الذي تمثله الوسائط الرقمية.<sup>4</sup>

1 نفس المرجع، ص 19

2 مبارك بن واصل الحازمي، إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 04، العدد، 77، القاهرة، مصر، أكتوبر 2021، ص 2385

3 محمود فتحي الفروخ، العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 03، غزة، فلسطين، مارس 2022 ص 149

4 محمود فتحي الفروخ، مرجع سابق، ص 150

ويضيف عاشور أن الفصل التام بين الإعلام التقليدي والرقمي لم يعد ممكنا، في ظل وجود مناطق اندماج وتكامل، خاصة في عمليات صناعة الخبر وتداوله.<sup>1</sup>

رغم أن الإعلام الجديد، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، أتاح للأفراد فرصا غير مسبوقة للتعبير والمشاركة الفاعلة، فإنه يواجه تحديات كبيرة تتعلق بغياب الضوابط المهنية والرقابية، مما أسفر عن نقشي المعلومات المضللة وتراجع مستويات الموثوقية، لاسيما مع صعود ظاهرة إعلام الفرد الذي يعتمد بدرجة كبيرة على الآراء والانطباعات الشخصية، بعيدا عن الالتزام بالمصادر الموثوقة أو المعايير الصحفية<sup>2</sup>. وفي المقابل، لم يسلم الإعلام التقليدي من انتقادات تتعلق بتراجع ثقة الجمهور به، نتيجة ابتعاده في بعض الحالات عن قضايا المجتمع الجهرية، وتأثره بالتوجهات السياسية أو المصالح التجارية. حيث ينظر إلى الإعلام الجديد كمساحة أكثر انفتاحا وحرية، مكنت الشباب والفئات المهمشة من إيصال صوتهم والمشاركة في الشأن العام، غير أن طبيعته المفتوحة وغير المقننة تجعل من مسألة تنظيمه وضبط وظيفته التكاملية مع الإعلام التقليدي أمرا بالغ الأهمية. ومن هنا تنبع الحاجة إلى تحقيق توازن حقيقي بين ما يتيح الإعلام الرقمي من سرعة وانتشار وتفاعلية، وما يوفره الإعلام التقليدي من مهنية ومصداقية وجودة في إنتاج المحتوى.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 149

<sup>2</sup> مبارك بن واصل الحازمي، مرجع سابق، ص 2383

# الفصل الثاني:

الشخصيات العامة و الحدث  
الإعلامي والرأي العام الرياضي

**تمهيد:** تمثل الشخصيات العامة أحد أبرز الفاعلين في تشكيل الرأي العام، لما تملكه من تأثير واسع يمتد عبر وسائط الإعلام التقليدي والرقمي. فقد أصبحت تصريحات ومواقف هذه الشخصيات قادرة على تجاوز الحدود الجغرافية، والتأثير على اتجاهات الرأي العام في قضايا متعددة، من بينها المجال الرياضي الذي يحظى بخصوصية جماهيرية عالية.

في العصر الرقمي، لم يعد حضور الشخصيات العامة مقتصرًا على المناسبات أو المنابر الرسمية، بل بات تفاعلهم مع الجمهور مباشرًا وفوريًا عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما زاد من قوة تأثيرهم وأتاح لهم دورًا متناميًا في صياغة النقاشات العامة. وقد أصبح هذا التأثير واضحًا في المجال الرياضي، حيث تساهم الشخصيات العامة بشكل مباشر أو غير مباشر في تشكيل المواقف والاتجاهات حول قضايا رياضية محلية ودولية.

و من جهة أخرى، يعد الإعلام الرياضي قناة رئيسية في الربط بين الشخصيات العامة والجمهور، إذ لا يقتصر دوره على نقل الأحداث، بل يمتد إلى التأثير على تصورات الجمهور تجاه الرياضيين، القضايا الرياضية، وحتى القيم المرتبطة بالرياضة.

**المبحث الأول: الشخصيات العامة بين صناعة الحدث الإعلامي والتأثير في الرأي العام**

#### 4) الشخصيات العامة و صناعة الحدث الإعلامي:

##### 1.1 مفهوم الشخصيات العامة:

**لغة:** الشخصية هي "اسم مؤنث منسوب إلى شخص"<sup>1</sup> ويقال زارت المعهد شخصية بارزة: "إنسان له وجود فعلي في مجال ما، يحتل منصبًا عاليًا ويتمتع بنفوذ".<sup>2</sup>

**إصطلاحًا:** لا يوجد تعريف واحد أو جامع لمفهوم لشخصيات العامة. إذ يختلف فهم هذا المصطلح تبعًا للسياق الذي يستخدم فيه، سواء كان قانونيًا أو إعلاميًا أو اجتماعيًا. ومع ذلك، ثمة

1 أحمد مختار عمر و آخرون، مرجع السابق، ص 2780

2 عبد الغني ابو العزم، معجم الغني، مؤسسة الغني للنشر، ط1 المغرب، ص15574

اتفاق ضمني على أن الشخصية العامة هي الفرد الذي يحظى باهتمام واسع من قبل الجمهور نتيجة حضوره البارز في الفضاء العام، سواء من خلال موقعه المهني أو الرمزي.

فمن منظور الإعلام، تفهم الشخصية العامة بأنها فرد ينخرط في الفضاء العام من خلال صناعة وتقديم صورة ذاتية موجهة للجمهور، حيث تصبح هذه الصورة جزءاً من هويته الرمزية وأداة للتأثير الاجتماعي أو المهني.<sup>1</sup>

أما في السياقين القانوني والإعلامي، فتعرف الشخصيات العامة - أو ما يطلق عليهم أحياناً "الفاعلون في المجال العام" بأنهم أولئك الذين يحظون بتأثير واسع النطاق في النقاشات العامة، ويتمتعون بشهرة تجعلهم موضع اهتمام دائم من قبل الجمهور. ويرتبط هذا الاهتمام غالباً بعلاقتهم المباشرة بالقضايا التي تمس الصالح العام، سواء عبر أدوارهم المؤسسية أو من خلال حضورهم الرمزي في وسائل الإعلام والمجال العام.<sup>2</sup>

و الشخص العام قانونياً هو أي شخص يشارك بشكل واسع في الشؤون العامة. أو كما جاء في قرار المحكمة العليا الأمريكية، هو "شخص دفع بنفسه إلى صدارة الجدل العام حول قضايا معينة بهدف التأثير في كيفية حل هذه القضايا."<sup>3</sup>

أما في السياق الصيني، يقدم مركز أبحاث العلوم القانونية بجامعة رينمين مقارنة شمولية لتعريف الشخصية العامة. فبحسب هذا التصور، تعد الشخصية العامة أي فرد يتمتع بتأثير ملموس في المجال العام، سواء كان قائداً سياسياً، فناناً، نجماً في السينما أو التلفزيون، رياضياً، أو ناشطاً

<sup>1</sup> Anathisia Citra, Maintaining the good image of a public figure through the use of reputation marketing, journal Ilmu komunikasi, Vol 01, N 01, Communication Studies, School of Humanities, Jababeka education park, Indonesia, April 2018, p 2

<sup>2</sup> Yanchuan Huang, Discussion on the Influence of Public Figures in the Dissemination of Public Service Advertising, International Conference on Arts, Design and Contemporary Education, Atlantis Press, Yantai Nanshan University Longkou, Shandong, China, 2015, p 343

<sup>3</sup> Amiee Shelton, Hit or Miss? The Impact on a Public Figure from one News Item, Quarterly Review of Business Disciplines, Vol 1, N 1, Caitlin Fisher, Roger Williams University, United State, May 2014, p91

اجتماعيا. ورغم أن المفهوم لا يحظى بتعريف قانوني دقيق وموحد في الإطار الصيني، إلا أن المتعارف عليه مجتمعا هو أن هذه الشخصيات تعكس الذوق السائد، وتتنظر إليها كرموز تمتلك صوتا وتأثيرا يتجاوزان ما هو متاح للأشخاص العاديين<sup>1</sup>.

و بشكل عام يمكن النظر إلى الشخصية العامة بوصفها فردا يحظى بحضور لافت في الفضاء العام، إما من خلال منصب رسمي يتولاه أو عبر بناء صورة ذاتية موجهة للجمهور. وتتبع مكانة هذه الشخصيات من مدى شهرتها وتأثيرها في قضايا ترتبط بالمصلحة العامة. ويندرج ضمن هذا المفهوم طيف واسع من الفاعلين، مثل السياسيين، الفنانين، نجوم الإعلام والرياضة، وغيرهم من أصحاب التأثير الاجتماعي. وبصيغة مبسطة، تقوم الشخصية العامة على عنصرين أساسيين: الشهرة الاجتماعية، والانخراط الفعال في الشأن العام.

### 2.1 مفهوم الحدث الإعلامي:

\_ لغة: جاء في لسان العرب: "الْحَدَثُ: الأَمْرُ النَّاشِئُ، ويُقال: استحدث فلانُ أمراً، أي أوجده لم يكن". وورد أيضا: "الْحَدَثُ هو الأمر الذي يحدث ويقع ويُشْهَدُ"<sup>2</sup>.

أي أن الحدث في اللغة هو: الأمر الطارئ أو الواقع الجديد، الذي لم يكن موجودا من قبل.

\_ إصطلاحا: لا شك أن تعدد المداخل المفاهيمية للحدث قد انعكس في تعدد تعريفاته، حيث يراه البعض من منظور أنه:

"كل ما يظهر في المجتمع ويتمثل في وقائع ووضعيات خصوصية يعيشها الفرد أو المجموعة على مدى وجودهما التاريخي"<sup>3</sup>. ويذهب المؤرخ الفرنسي جاك لوغوف إلى أبعد من ذلك، حيث يؤكد أن الحدث يعتبر أكثر من مجرد واقعة تاريخية، إذ يلعب دورا مركزيا في تشكيل

<sup>1</sup> Y. Huang, op. cit, p 343

<sup>2</sup> ابن منظور، لسان العرب، ط 2، دار المعارف، ص 796

<sup>3</sup> زهير كرور، قراءة تحليلية للأحداث الإعلامية: بين الأحداث المنقولة والأحداث المصنوعة، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 52، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3، الجزائر، 2020 ص 270

الذاكرة الجماعية، ويتحول أحيانا إلى سرد رمزي أو "خرافة" في المتخيل الاجتماعي.<sup>1</sup> مما يبرز تأثيره العميق على الوعي الجمعي والهوية الثقافية.

وفي الإطار نفسه، يشير المؤرخ بيار نورا إلى أن تحقق الحدث مشروط بمعرفة وقائعه وتفاصيله، إذ لا يمكن الحديث عن حدث بالمعنى الكامل ما لم تكن عناصره معروفة ومؤطرة داخل السياق التاريخي أو الاجتماعي.<sup>2</sup>

أما خالد طحطح فيعرف الحدث الإعلامي باعتباره لحظة انفجار فجائية لإمكانات غير متوقعة، ذات آثار مجتمعية وسياسية عميقة، تعيد صياغة الواقع وتفرض مقاربات متعددة للتأويل.<sup>3</sup> بحيث لا يقتصر التعريف على وقوع الحدث فقط، بل يشمل أيضا آليات صناعته وتأثيره الإعلامي. بما يعكس أدوار الوسائط في توجيه إدراك الجماهير.

و من جهة أخرى يرى دايان وكاتز أن الحدث الإعلامي هو "حدث استثنائي يتم بثه مباشرة عبر وسائل الإعلام، ويتسم بطابع رسمي واحتفالي، يوقف البرمجة العادية، ويجمع جمهورا واسعا حول شاشة واحدة، بهدف تقديم سرد مشترك لمناسبة ينظر إليها على أنها ذات أهمية وطنية أو عالمية."<sup>4</sup>

ومن هنا يمكن تلخيص مفهوم الحدث الإعلامي على أنه واقعة ذات طابع استثنائي، تحظى بتغطية مكثفة ومباشرة من وسائل الإعلام، تؤطر في خطاب رمزي يوحد إدراك الجماهير ويؤثر في تمثلاتهم، وتتجاوز في مدلولها مجرد الإخبار إلى بناء سرد جماعي ذي دلالات سياسية، ثقافية أو اجتماعية.

### 3.1 الشخصيات العامة كصانعة للحدث الاعلامي:

تستند الشخصيات العامة من سياسيين ورياضيين ومشاهير وفنانين في تأثيرها على الإعلام إلى كونها واحدة من أبرز عناصر الضخامة في الحدث الإعلامي، حسب ما يذكره أديب

<sup>1</sup> خالد طحطح، الحدث ووسائل الإعلام، كتاب المجلة العربية، الرياض، السعودية، 2017، ص 9.

<sup>2</sup> زهير كركور، مرجع سابق، ص 270

<sup>3</sup> خالد طحطح، مرجع سابق، ص 8

<sup>4</sup> - DAYAN, Daniel and KATZ, Elihu, Media Event: The Live Broadcasting of History, Cambridge, Harvard University Press, 1992. P. 4-11.

خضور فالحدث لا يصبح إعلاميا ضخما إلا بوجود شخصيات ذات تأثير رمزي أو فعلي، قدرة على إثارة اهتمام الجماهير وجذب وسائل الإعلام لتغطية ما تقول أو تفعل. ويظهر هذا جليا في اعتماد الإعلاميين على مجموعة من المقاييس والقيم الخبرية مثل الجودة، الأهمية، القرب الإنساني، والغرابة، والتي غالبا ما تتحقق عند تناول أفعال أو تصريحات هذه الشخصيات<sup>1</sup>.

فمثلا، تصريح من رئيس دولة أو مشاركة نجم رياضي في حملة إنسانية قد تحول حدثا عاديا إلى مادة إعلامية ذات طابع عالمي، متجاوزة حدود الزمان والمكان، كما يشرح Rowe، الذي يرى أن الواقعة لا تصبح حدثا إعلاميا إلا إذا تم تسجيلها ونقلها وتمثيلها من خلال الوسائل السمعية البصرية وبذلك، فإن الشخصيات العامة لا تكتفي بالمشاركة في الحدث، بل تسهم في صناعته وتمثيله وإعادة إنتاجه إعلاميا عبر أدوات التواصل الحديثة<sup>2</sup>. إذ تعتبر الشخصيات العامة من الفواعل الأساسية في إنتاج الحدث الإعلامي، لا فقط من حيث مشاركتها في الوقائع، بل من خلال رمزياتها وموقعها الاجتماعي وقدرتها على إثارة التفاعل العام، مما يمنح الحدث قيمة خبرية تجعله جديرا بالتغطية والمتابعة. ومع تسارع التطور التكنولوجي، أصبحت هذه الشخصيات تملك أدواتها الإعلامية الخاصة، ما يجعلها أحيانا تتجاوز الوسائل التقليدية وتتحول إلى صناعة مباشرة للحدث ولطريقة تمثيله.

### 5) الشخصيات العامة في البيئة الرقمية:

في ضوء التحولات المتسارعة التي شهدتها البنية الاتصالية للمجتمعات المعاصرة، برزت ظاهرة لافتة تتمثل في تحول الشخصيات العامة إلى قادة رأي رقميين يمارسون تأثيرا مباشرا ومنتشعا على الرأي العام من خلال الفضاءات الرقمية، متجاوزين بذلك القنوات التقليدية التي طالما احتكرت صناعة المعنى وتوجيه الجمهور. في الماضي، كانت وسائل الإعلام تفرض نوعا من الوصاية على من يسمح له بالظهور أمام الجمهور واحتكرت عملية الوصول إلى الجمهور

<sup>1</sup> زهير كركور، مرجع سابق، ص 272

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 273

ضمن نمط أحادي الاتجاه للاتصال الجماهيري . الصحف والتلفزيون والإذاعة كانت تملك سلطة اختيار الضيوف والمواضيع، وكانت الشخصيات العامة تعتمد عليها للبروز، وفقا لما تسمح به أجنذات التحرير والرقابة. وكان هذا الحضور مشروطا بمستوى معين من الشهرة أو الاعتراف المؤسسي، مما جعل عملية الوصول إلى الجمهور تمر عبر "بوابات إعلامية gatekeepers" تتحكم في من يحق له أن يسمع صوته أو يبيث وجهه مما جعلهم تابعين نسبيا لأجنذات المؤسسات الإعلامية وآليات التحرير والنشر.

في ظل الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي، أصبحت الشخصيات العامة تعيد تشكيل حضورها بشكل جديد، مستفيدة من المساحات الرقمية المفتوحة التي توفرها هذه المنصات. فلقد باتت هذه الشخصيات توظف نفوذها الرمزي والاجتماعي بشكل أكثر كفاءة واستدامة، متجاوزة بذلك قنوات التواصل التقليدية القائمة على التفاعل الوجهي المباشر، لتبني لنفسها منصات مستقلة وذات تأثير واسع على الانترنت. وتعد الحسابات الشخصية والمجموعات الافتراضية التي تنشئها هذه الشخصيات أدوات محورية في هذا المسار ، حيث تساهم هذه المساحات في تعزيز تفاعلها مع الجمهور، مما يتيح لها ممارسة تأثير مستمر يتجاوز الحدود التقليدية لوسائل الإعلام.<sup>1</sup> ومن خلال هذه القنوات الجديدة، تحاكي هذه الشخصيات بيئات تواصل حية ومستمرة تسهم في تدفق المعلومات وإعادة تشكيل الرأي العام.

لقد ساهمت هذه التحولات في تفكيك الحدود بين المنتج الإعلامي التقليدي والمتلقي، حيث باتت الشخصيات العامة تتقاسم مع الصحفيين المحترفين والمستخدمين العاديين أدوارا متداخلة في إنتاج وتوزيع المحتوى. فمثلا في عام 2016، أعلنت وزيرة العدل الفرنسية كريستين توبيرا استقالته من حكومة فرانسوا هولاند عبر حسابها على تويتر، مما جعل الصحفيين يتلقون الخبر من شبكات التواصل الاجتماعي مثلهم مثل أي مواطن عادي. كما ان في دراسة براين وجد التحليل النصي في هذه الدراسة أن العديد من الصحف قد استشهدت بتغريدات الرياضيين على تويتر

<sup>1</sup> Emre Balcı, Salih Tiryaki, Melis Karakuş, Exploring the Transformation of Opinion Leaders from a Traditional to a Digital Mindset, International Journal of Organizational Leadership , vol 11 , Special Issue, Turkey, 2022, p 43

كمصدر للأخبار العاجلة المتعلقة بالرياضي أو فريقه. على سبيل المثال، في 11 جانفي 2014، استشهد كل من *The New York Daily News* و *The New York Times*، في نسختيهما المطبوعة والإلكترونية، بتويتر كمصدر للأخبار العاجلة عندما أفادوا بأن لاعب فريق نيويورك يانكيز، فيرنون ويلز، استخدم تويتر للإعلان عن اعتزاله. في 24 جانفي، نشرت *The Miami Herald* مقالا إخباريا من وكالة *The Sports Network* أفاد بأن ديفيد ديل، لاعب فريق نيويورك جاينتس في دوري كرة القدم الأمريكية، أعلن اعتزاله عبر تويتر<sup>1</sup>. وهكذا، لم تعد سلطة صناعة المعنى حكرا على المؤسسات الإخبارية، بل توزعت بين فاعلين جدد يتصدرهم المشاهير والرياضيون والسياسيون والفنانون، الذين حولوا حضورهم الرقمي إلى امتداد رمزي لنفوذهم الاجتماعي في الفضاء العام<sup>2</sup>.

هذا التحول لا يمثل مجرد تطور تقني، بل يعكس إعادة هيكلة جذرية لمفهوم القيادة الرأية، حيث أصبح السياسي، أو الرياضي، أو الفنان، أو حتى رائد الأعمال، قادرا على لعب دور قائد الرأي من خلال التفاعل المستمر، وصناعة المحتوى، والتأثير في الاتجاهات العامة والنقاشات الرقمية، ما جعله يشغل موقعا مركزيا في الشبكات الاجتماعية بوصفه مرجعا معرفيا أو وجدانيا لدى الجمهور<sup>3</sup>. هؤلاء الفاعلون الجدد أصبحوا يمارسون التأثير بطريقة مزدوجة: من خلال سلطتهم الرمزية المتأتية من شهرتهم ومكانتهم الاجتماعية، ومن خلال آليات المشاركة التفاعلية التي تتيحها المنصات الرقمية، والتي تعزز شعور الجمهور بالقرب والارتباط الشخصي بهم.

وتتجلى أهمية هذا التحول في قدرة تلك الشخصيات على لعب دور محوري في توجيه الرأي العام، لا سيما خلال الأزمات أو النقاشات الساخنة، فنرى على سبيل المثال العديد من الشخصيات العامة من الرياضيين أو مشاهير تفاعلوا مع القضية الفلسطينية بمشاركة صور ومنشورات ساهمت

<sup>1</sup> Brian P. Dunleavy, op.cit , p 37

<sup>2</sup> ليليا سعيدون، تطور بحوث الاعلام والاتصال في البيئة الرقمية وأبرز اتجاهاتها النظرية الحديثة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 02، مخبر دراسات وأبحاث في الإتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، جوان 2023 ص 149

<sup>3</sup> Balcı, Tiryaki & Karakus, op.cit, p 45

في نشر حملة "كل العيون على رفح". كما أظهرت دراسات ياسمين محمد إبراهيم كيف أصبح لشخصيات العامة تأثير حاسم في تشكيل التصورات العامة لدى المراهقين حول القضايا السياسية، الرياضية، الصحية والثقافية من خلال متابعة صفحاتهم الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>. فأصبحت الشخصيات العامة تجمع بين حضورها التقليدي كرموز عامة وقدرتها المستحدثة على إدارة الحضور الرقمي والتأثير التفاعلي عبر الإعلام الاجتماعي. هذا التداخل بين المكانة الاجتماعية والقدرة على التأثير الرقمي يطرح تحدياً واضحاً أمام النماذج النظرية الكلاسيكية لتحليل وسائل الإعلام، إذ لم يعد المتلقي مجرد مستهلك سلبي للمعلومة، بل أصبح فاعلاً في إنتاجها، وفي إعادة تشكيل معانيها وتوجيهها ضمن الفضاءات الإلكترونية التفاعلية.

### 6) تأثير الشخصيات العامة على الرأي العام:

يعرف الرأي العام الرأي السائد بين أغلبية أفراد المجتمع اتجاه قضية معينة أو أكثر يحدثم حولها الجدل و النقاش<sup>2</sup>. و لا يمكن فهم الرأي العام إلا باعتباره نتاجاً معقداً بين عدد من العناصر<sup>3</sup>: الوعي والمعرفة: فالفرد لا يمكنه أن يشكل رأياً إلا إذا توفرت لديه معطيات ومعلومات كافية. الزمن والسياق: لا يمكن فصل الرأي عن إطاره الزمني، فالقضايا تقيم تبعاً لظروفها السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية في لحظة معينة. النقاش العام: إذ يتشكل الرأي عبر عمليات تواصلية كالجدل والنقاش داخل الفضاء العام، بما يعكس ديناميكية التفكير الجماعي.

المصلحة: تميل الجماهير لتكوين مواقف إزاء القضايا التي تمس مصالحها المباشرة. وبالتالي لا يمكن النظر إلى الرأي العام بوصفه كيان ثابت أو ذات طابع واحد، بل هو بناء اجتماعي متغير، يتشكل ضمن سياقات متشابكة تتداخل فيها الأبعاد النفسية والثقافية والاجتماعية.

<sup>1</sup> ياسمين محمد إبراهيم السيد، تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي لدى المراهقين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 18، العدد 03، جولية 2019، ص 642

<sup>2</sup> عبد الله محمود عدوي، التحولات في تشكيل الرأي العام في ضوء ملكية وسائل الاتصال الرقمية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد 02، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2022، ص 657

<sup>3</sup> عاطف علي العبد، الرأي العام و طرق قياسه، الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، مصر، 2006، ص 15.

و من بين العديد من العوامل الكلاسيكية التي تؤثر على الرأي العام مثل وسائل الإعلام، والتعليم، والمحيط الاجتماعي، تبرز الشخصيات العامة كفاعل محوري يمتلك قدرة خاصة على تجاوز الحواجز الاجتماعية والثقافية والتأثير في إدراك الأفراد وسلوكياتهم. ويستمد تأثير هذه الشخصيات قوته من الرمزية التي يمثلونها، إذ ينظر إليهم في الغالب باعتبارهم مرجعا موثوقا للرأي أو نموذجا يحتذى به (role model)، وهو ما يعزز من قابليتهم لتشكيل الاتجاهات والميول لدى الجماهير. وقد أشار خالد شاكِر في دراسته لاستخدام الفنانين العرب لوسائل التواصل الاجتماعي، أن الأفراد يميلون إلى تبني صور ذهنية تتشكل في أذهانهم عن طريق رموز وشخصيات مؤثرة، بدلا من التعامل المباشر مع الواقع المعقد<sup>1</sup>، وهو ما يمنح الشخصيات العامة دورا محوريا في صياغة هذه الصور الذهنية.

و أكدت ياسمين محمد إبراهيم أن الأفراد يتأثرون معرفيا بما ينشره المشاهير المفضلين لهم و أنهم يتقبلون المعلومات و يتأثرون كثيرا بالأراء و الأفكار التي تتبناها الشخصية العامة و كذا أدوارها الاجتماعية و الثقافية و المعرفية تساعدهم في فهم القضايا التي تقع أساسا في مجال الحياة. فالجمهور لا يتلقى محتوى الشخصيات العامة بشكل سلبي، بل يتفاعل معه وفق درجة الثقة والانتماء التي يشعر بها نحو تلك الشخصية، مما يعني أن التأثير يتم عبر آليات معقدة من التماهي (التقليد اللاواعي)، والتقدير، والتأثر العاطفي.<sup>2</sup>

كما أن الشخصيات العامة لا تكتفي بالتعبير عن مواقفها بشكل سطحي، بل تؤدي دورا مركزيا في بناء اتجاهات الجمهور من خلال توظيف استراتيجيات تواصلية فعالة تتعدى مضمون الرسالة إلى شكلها وسياقها. فالتأثير هنا ليس فقط في ما يقال، بل في كيف يقال، متى يقال، وأين يقال. إن اختيار التوقيت المناسب والمكان (المنصة) والنبرة الخطابية يشكل جميعها عناصر أساسية في صناعة الرأي العام. كمثل على ذلك يعد إيلون ماسك نموذجا لشخصية عامة توظف وسائل

<sup>1</sup> خالد شاكِر جاويش، كيف يستخدم الفنانون العرب المشاهير ووسائل التواصل الاجتماعي في الوسم الذاتي: تحليل مضمون الاستراتيجيات التقديم الذاتي على انستجرام، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 09،

جامعة القاهرة، مصر، 2022، ص 15

<sup>2</sup> ياسمين محمد إبراهيم السيد، مرجع سابق، ص 652

الإعلام الجديدة لصناعة الرأي العام حول قضايا تقنية وسياسية. فقد أثارت تغريداته حول الذكاء الاصطناعي وصلت إلى حد التأثير على قرارات الأسواق العالمية، عندما غرد ماسك محذرا من الذكاء الاصطناعي باعتباره تهديدا للإنسانية، اندلع نقاش عالمي، وشهدت بعض الشركات التقنية انخفاضا في أسهمها بسبب التفاعل مع تصريحاته<sup>1</sup>.

تعد الشخصيات العامة فاعلا مركزيا في إعادة تشكيل الوعي الجماهيري وتوجيهه. فهي تمتلك من الرمزية والمكانة الاجتماعية ما يؤهلها للتأثير العميق في اتجاهات الرأي العام، خاصة حين تكون قادرة على توظيف أدوات الخطاب ووسائل التواصل بفعالية. وفي ظل اتساع الفضاء الرقمي وتزايد انخراط الجماهير فيه، يزداد تأثير هذه الشخصيات، ويتعمق دورها في صياغة المواقف وتحديد أولويات النقاش العمومي.

## المبحث الثاني: العلاقة بين الإعلام والرياضة والرأي العام الرياضي

### 3) دور الإعلام الرياضي في تشكيل آراء الجمهور

يعد الإعلام الرياضي فرع من فروع الاعلام المتخصص ويعنى بتزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف المرتبطة بالقضايا الرياضية، مما يسهم في تشكيل وعيه وتوجيه نظره تجاه الوقائع والمشكلات الرياضية. ويؤدي الإعلام دورا محوريا في تبسيط القضايا وتفسيرها، ما يعزز من فهم الجمهور بما يسهم في تكوين الرأي الصائب اتجاه الوقائع و القضايا الرياضية، بحيث يعبر هذا الرأي عن عقلية الجماهير الرياضية و اتجاهتها و ميولها. و يتخذ تأثير الإعلام الرياضي في الجمهور أشكالا متعددة، يمكن تصنيفها على النحو التالي<sup>2</sup>:

#### 1.1 تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي: يبني الإنسان موقفه على أساس القضايا التي يتعرض

لها، و يتغير رفضا أو قبولا بناء على المعلومات و التفاصيل التي تقدم له، و الإعلام الرياضي

<sup>1</sup> الجزيرة نت، ماسك: الذكاء الاصطناعي أكبر خطر يهدد الحضارة، 2017، على موقع:

https://www.aljazeera.net/tech/2017/7/17/%D9%85%D8%A7%D8%B3%D9%83-

الزيارة: 2025/03/20 على 20:45

<sup>2</sup> فيصل قاسمي، سمير بن سايح، دور الاعلام الرياضي في التأثير على وجهات نظر المجتمع الرياضي، مجلة الابداع

الرياضي، المجلد 04، العدد 03، جامعة سوق أهراس، الجزائر، 2013، ص 190\_191

لديه القدرة على تعديل مواقف الجمهور واتجاهاته تجاه فرق، لاعبين، أو قضايا رياضية معينة، سواء بالإيجاب أو السلب، من خلال ما يعرضه من تغطيات، تحليلات، أو حملات إعلامية.

**2.1 تغيير المعرفة الرياضية:** هي مجموعة المعلومات والمفاهيم والفهم الذي يمتلكه الفرد أو الجمهور حول مختلف الجوانب المتعلقة بالرياضة. و يمتلك الإعلام الرياضي من الإمكانيات ما يؤهله لإحداث تحول في المعرفة الرياضية لدى الجمهور، وذلك عندما يحسن توظيف مجموعة من المتغيرات، مثل شخصية الفرد وخبراته ضمن بيئته الاجتماعية والرياضية، إلى جانب خلفيته الثقافية وتأثير قوى الضغط. وعندما توجه هذه العناصر بشكل متناغم ومنسجم، فإنها تسهم في تسريع عملية التغيير المعرفي الرياضي، سواء في اتجاه دعم الوضع القائم، أو معارضته، أو حتى التمرد عليه<sup>1</sup>.

**3.1 التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:** تلعب مؤسسات معينة في كل مجتمع دورا مهما في تنشئة الأفراد من الناحية الثقافية والرياضية. ومن أبرز هذه المؤسسات: الأسرة، المدرسة، المراكز الدينية، بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية مثل الأندية، مراكز الشباب، والساحات الشعبية. وقد أصبح الإعلام الرياضي أيضا عنصرا فاعلا في عملية التنشئة، إذ لم يعد مجرد وسيط ثانوي، بل تحول إلى عامل مؤثر رئيسي، نظرا لقدرته على الدخول إلى كل بيت والتواصل مع مختلف الفئات العمرية، من الشباب إلى الكبار. ولهذا، من الضروري أن تعمل مختلف الوسائط الإعلامية على ترسيخ قيم الانتماء للمجتمع، والمساهمة في مكافحة مظاهر الانحراف مثل التطرف والعنف، بما يجعلها أداة فاعلة لبناء مجتمع متوازن ومتناسك<sup>2</sup>.

**4.1 الإثارة الجماعية:** يلعب الإعلام الرياضي دوراً محورياً في حشد الجماهير وخلق إثارة جماعية، خاصة خلال مباريات الفرق الوطنية أو الأندية الجماهيرية، حيث يسهم في تعزيز الشعور بالانتماء من خلال تسليط الضوء على رمزية الفريق وتاريخه، ويؤطر الأحداث بلغة عاطفية تثير

<sup>1</sup> لطيفة قعيد، دور الصحافة الرياضية في تكوين الرأي العام الرياضي، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد 01، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، مارس 2020، ص 240  
<sup>2</sup> محمد سميح العتيبي، مرجع سابق، ص 49

الحماسة مثل وصف المباريات بـ"الملحمية" أو "المصيرية". كما يستثمر الإعلام الرياضي التفاعل اللحظي مع الجمهور، مما يعزز المشاركة ويحول التشجيع إلى حالة جماعية تتجاوز الملعب. ومن خلال حملات الدعم وقصص الأبطال، يحفز الإعلام الجماهير على المساندة الفعالة، ليصبح بذلك عاملاً فاعلاً في بناء الدعم الجماهيري وتحويله إلى طاقة جماعية مؤثرة.

**5.1 الاستثارة العاطفية:** تعد الاستثارة العاطفية إحدى الأدوات الجوهرية التي يعتمد عليها الإعلام الرياضي في التأثير على الجماهير، حيث يسعى إلى تفعيل استجابات انفعالية قوية من خلال أساليب متعددة، أبرزها اللغة العاطفية، الصور الرمزية، والمشاهد المؤثرة. فبدل الاقتصار على تقديم المعلومة، يعمد الإعلام إلى بناء سرديات درامية تحفز مشاعر الفخر، الغضب، الحماس أو التوتر، مما يبقي الجمهور في حالة من التفاعل المستمر مع الحدث الرياضي. كما تزداد حدة هذه الاستثارة في لحظات الذروة، كالأهداف، الهزائم المفاجئة، أو اللقطات المثيرة للجدل، حيث يوظف التعليق الصوتي والمؤثرات البصرية والموسيقى لخلق مناخ عاطفي مشحون.

**6.1 الضبط الإجتماعي في الإعلام الرياضي:** يعد الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي آلية تنظيمية تهدف إلى توجيه سلوك الأفراد والجماعات داخل البيئة الرياضية بما يتماشى مع القيم والمعايير المقبولة اجتماعياً. ويشمل ذلك ضبط سلوك اللاعبين، الجماهير، المدربين، وحتى المسؤولين، لضمان احترام قواعد اللعب النظيف، الروح الرياضية، والتفاعل الأخلاقي داخل وخارج المنافسات. وفي هذا السياق، يعتبر الإعلام الرياضي أداة فاعلة في ممارسة الضبط الاجتماعي، من خلال تسليط الضوء على السلوكيات المنحرفة أو غير المقبولة، وانتقادها علناً، مما يولد ردعاً معنوياً للأطراف المعنية، ويكرس نوعاً من الرقابة الجماعية الرمزية.

**7.1 صياغة الواقع:** يلعب الإعلام الرياضي دوراً في صناعة الواقع من خلال تشكيل الطريقة التي ينظر بها إلى الأحداث الرياضية، وتحويلها من مجرد مباريات إلى سرديات ذات أبعاد اجتماعية ووطنية وثقافية. فهو لا يعكس الواقع فقط، بل يعيد إنتاجه عبر انتقاء الأخبار، واختيار الزوايا، وتحديد من يمنح مساحة الظهور ومن يهمل. ومن خلال التغطيات، والتعليقات،

والتحليلات، يصوغ الإعلام تصورا معيناً عن الفرق، اللاعبين، وحتى الجماهير، فينتج واقعا قد يكون مغايراً لما يحدث فعليا على أرض الملعب. ما يساهم في تشكيل الرأي و المزاج الرياضي العام. هذا قد يؤدي إلى فقدان الثقة إذا شعر المتلقي بعدم المصداقية. لذلك، يفترض بالإعلام أن يكون موضوعيا ومتوازنا، لتفادي تضليل الجمهور وضمان بقاء العلاقة الصحية بين الرياضة والمجتمع<sup>1</sup>.

#### 4) التأثير المتبادل بين الشخصيات العامة والجمهور الرياضي عبر الإعلام:

شهدت العلاقة بين الشخصيات العامة و الجمهور تطورا كبيرا في ظل التحولات التي طرأت على المشهد الإعلامي، لتأخذ شكلا تواسليا دائريا يتسم بالتفاعل المستمر والتأثير المتبادل. تبدأ العملية من الشخصيات العامة، التي تعبر عن مواقفها وسلوكها من خلال التصريحات، أو المنشورات عبر منصات التواصل الاجتماعي، أو عبر تصرفاتها في الحياة العامة، وكلها تحمل شحنات رمزية تتجاوز المعنى المباشر. تمر هذه الرسائل عبر وسائط الإعلام، سواء التقليدية كالتلفزيون والصحف، أو الحديثة مثل البودكاست، اليوتيوب، وخصوصا شبكات التواصل الاجتماعي، التي تتيح نقلا فوريا وتفاعلات آنية.

بتعرض الجمهور للمحتوى الإعلامي المتعلق بها، سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية. هذا التعرض لا ينتج استجابات تلقائية، بل يمر بعمليتين أساسيتين هما تقييم المحتوى وتذكره، حيث يقيم الجمهور مصداقية الرسائل الإعلامية ومضمونها الأخلاقي، ويكون عنها صورا ذهنية قد تبقى في الذاكرة وتؤثر على سلوكه تجاه هذه الشخصية لا يكون التفاعل معها محصورا في التلقي فقط، بل يتجاوز ذلك إلى التفسير والتقييم بناء على خلفيات ثقافية واجتماعية متعددة، ما يؤدي إلى تشكل مواقف وآراء متنوعة قد تكون مؤيدة أو ناقدة أو حتى حيادية<sup>2</sup>. وتتحول هذه المواقف إلى ردود فعل ملموسة، تشمل التفاعل عبر التعليقات والمشاركات، أو اتخاذ مواقف جماعية ضاغطة.

<sup>1</sup> محمد سميح العتيبي، مرجع سابق، ص 50

<sup>2</sup> مراد فهمي بسنت، مرجع سابق، ص 154

من جهتها، تستجيب الشخصيات العامة لهذا الواقع المتغير، فتصبح أكثر انتباها لتفاعلات الجمهور، وأكثر حذرا في اختياراتها الاتصالية. لم يعد يكفي الظهور في مقابلة رسمية أو مؤتمر صحفي، بل أصبحت هناك حاجة لبناء علاقة مستمرة مع الجمهور، علاقة تقوم على التفاعل والرد والاستماع والتكيف. وهذا ما أظهرته دراسات مارويك وبويد في مقالهما *"To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter"* التي بينت كيف يمارس المشاهير حضورهم على تويتر بطريقة تخلق شعورا بالألفة مع المتابعين، وتجعل الجمهور يعتقد أنه قريب من الشخصية العامة. ومع ذلك، تشير الدراسة إلى أن هذا الانفتاح يجعل منها عرضة للانتقادات الفورية، مما قد يؤثر سلبا وبسرعة على صورتهم في الفضاء الرقمي<sup>1</sup>. وتتجلى هذه الحركية أيضا في ما أشار إليه جون ب. طومسون، الذي يرى أن الحضور الإعلامي المكثف يجعل من الشخصيات العامة عرضة دائمة لتفاعل الجمهور وتقييمه، بما يجعل الإعلام مجالاً للانكشاف الرمزي والتفاوض حول المعاني<sup>2</sup>.

كما ينسجم هذا الطرح مع ما قدمه أكسل برنز في مفهوم الإنتاج الجماعي للمحتوى و سماه ب « *produser* » بمعنى منتج\_مستهلك حيث يؤكد أن الجمهور لم يعد مجرد مستهلك، بل تحول إلى شريك فاعل في إنتاج الخطاب الإعلامي وصياغة صورة الشخصيات العامة<sup>3</sup>. ولا يمكن إغفال دور الإعلام في هذه العلاقة، فهو لا يزال يلعب دور الوسيط، لكنه لم يعد يتحكم في الرسائل كما في السابق. بل بات جزءا من نظام أوسع، حيث تتنافس المنصات والمؤثرات الرقمية والمحتوى الجماهيري على صياغة السردية العامة. وفي ظل هذا التعدد، تصبح الثقة هي الرصيد الأهم للشخصيات العامة. تحولت العلاقة بين الشخصيات العامة والجمهور في زمن

<sup>1</sup> Alice Marwick , danah boyd, To See and Be Seen:Celebrity Practice on Twitter, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, vol 17, N 02, United State, May 2011, p 143, 149

<sup>2</sup> Amy Binder, Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age (review), Social Forces, Oxford University Press, England, 2019

<sup>3</sup> Axel Bruns , Produage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation, Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition, Media and Communication Creative Industries Faculty ,Queensland University of Technology, Australia, 2007, p 101

الإعلام التفاعلي من نمط أحادي الاتجاه إلى تفاعل متبادل، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلق، بل أصبح يراقب ويؤثر ويعيد تفسير الرسائل، بينما تستجيب الشخصيات العامة لهذا التفاعل بتعديل خطابها وسلوكها. ما يجعلها علاقة حركية، ديناميكية، ومرتبطة بعمق بتحولات الثقافة الرقمية الحديثة.



**الفصل الثالث: الإطار  
التطبيقي**

## خطة الفصل الثالث الإطار التطبيقي:

### عرض وتحليل و تفرغ البيانات

✓ المبحث الأول : جمع وعرض

البيانات

✓ المبحث الثاني : تحليل و مناقشة

النتائج

### تمهيد:

بعد أن تناولنا في الفصول السابقة الإطارين النظري والمنهجي للدراسة، نخصص هذا الجزء للجانب التطبيقي، الذي نراه من أهم مراحل البحث، لأنه يسمح لنا بربط ما تم طرحه نظريا بالواقع العملي. من خلال تحليل ومناقشة التناول الإعلامي لتغريدات ثلاث شخصيات عامة مؤثرة — دونالد ترامب، جورجيا ميلوني، وإيلون ماسك — حول قضية رياضية وهي قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال مشاركتها في أولمبياد باريس 2024.

وبناء على طبيعة الإشكالية المطروحة والتساؤلات التي أثارناها والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها من هذه الدراسة سنقوم بتحليل مضمون عينة من التغطيات الإعلامية المنشورة على قناتي AL24 News وBBC News والتي تمثلت في 59 مادة إعلامية خلال الفترة الممتدة 26 جويلية إلى 11 اوت 2024.

بطاقة فنية لقناة AL 24:

الاختصاص: إخبارية

التأسيس: 1 : نوفمبر 2021

المقر: الجزائر العاصمة

الطابع: قناة إخبارية دولية عامة

اللغات المستخدمة: العربية (60%)، الفرنسية (35%)، الإنجليزية (5%)

مصدر البث: القمر الصناعي نايلسات

الموقع الرسمي: [al24news.com](http://al24news.com)

نبذة عن القناة: AL24 News هي قناة إخبارية دولية جزائرية، أطلقت في 1 نوفمبر 2021، بالتزامن مع ذكرى 67 لاندلاع الثورة الجزائرية، وتعرف أيضا باسم "قناة الجزائر الدولية". تهدف إلى تقديم صوت الجزائر على الساحة الدولية من خلال محتوى إعلامي بثلاث لغات: العربية، الفرنسية، والإنجليزية.

تنبث القناة على مدار الساعة، وتغطي مواضيع السياسة، الاقتصاد، المالية والأعمال، الصحة، الزراعة، الثقافة والرياضة. القناة عمومية تابعة للدولة، ذات طابع إقتصادي. مقرها الرئيسي في الجزائر العاصمة، وتسعى لتعزيز الحضور الإعلامي الجزائري في العالم مع إعطاء أولوية للأحداث الدولية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> قناة الجزائر الدولية، <https://www.al24news.com/ar/about-us> تاريخ الزيارة : 2025/05/15 على 21:50

بطاقة فنية لقناة BBC ARABIC:

الاختصاص: إخبارية

التأسيس : 11 مارس 2008

المقر الرئيسي : لندن، المملكة المتحدة

الطابع: قناة إخبارية دولية خاصة

المالك: هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)

اللغات المستخدمة: العربية

نطاق البث: الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

مصدر البث: القمر الصناعي BADR-8 (عربسات)، نايلسات، ياه سات

الموقع الرسمي: <https://www.bbc.com/arabic>

نبذة عن القناة: بي بي سي العربية هي شبكة لنقل الاخبار والمعلومات الى العالم العربي عبر عدة وسائل، وتمثل BBC Arabic الامتداد الإعلامي و النسخة الناطقة باللغة العربية لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC). أطلقت نسختها التلفزيونية في 11 مارس 2008، بينما يعود بثها الإذاعي إلى عام 1938 حيث تعد واحدة من أقدم وأعرق وسائل الإعلام الناطقة بالعربية، وتمتلك مكاتب في مختلف دول العالم أضخمها في مصر. تقدم القناة تغطية إخبارية وتحليلية على مدار الساعة، وتستهدف جمهور الشرق الأوسط وشمال إفريقيا<sup>1</sup>.

<sup>1 1</sup> فتحة لمام، المعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي في الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية فرانس 24 ، البي بي سي والحررة نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018، ص 153\_154

### المبحث الأول: جمع و عرض البيانات

بهدف الوصول إلى تحليل كمي دقيق وضمن نتائج موضوعية بخصوص التداول الإعلامي لتغريدات الشخصيات العامة حول القضايا الرياضية، تم اعتماد أسلوب تحليل المضمون الكمي لعينة من المواد الإعلامية التي بثتها قناتا AL24 و BBC NEWS، وذلك للكشف عن أنماط التغطية والاتجاهات السائدة في معالجة تغريدات دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني المتعلقة بالملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024.

ويعرف التحليل الكمي على أنه أسلوب يعتمد على تفسير البيانات بشكل عددي، من خلال حصر وتحديد تكرار ظهور العناصر ضمن الفئات التحليلية المحددة مسبقاً، بهدف الكشف عن الأنماط والاتجاهات داخل المحتوى المدروس<sup>1</sup>. وبالتالي سنقوم بتحليل التداول الاعلامي لفتوات محل الدراسة بالعودة إلى الفئات المختارة مع حساب درجة تكرارها.

---

<sup>1</sup> صبرينة آيت عبد الله، التغطية الإعلامية للأحداث العربية في وكالات الأنباء الأجنبية (رويترز البريطانية، وكالة الأنباء الفرنسية، أسوشيتد برس الأمريكية، إيتار ناس الروسية) دراسة مقارنة الأحداث في سوريا نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2020، ص 159

## 1) فئة الشكل: كيف قيل؟

الجدول 01: الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة التغريدات حول إيمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
12.5%	2	13.95%	6	خبر
68.75%	11	30.23%	13	تقرير
0%	0	4.65%	2	الروبورتاج
0%	0	0	0	التحقيق
12.5%	2	18.61%	8	مقابلة
0%	0	11.63%	5	برامج الحوار
6.25%	1	20.93%	9	نقاشات عبر الهاتف
100%	16	100%	43	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول الأول أن التقرير هو أكثر الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة التغريدات حول إيمان خليف بشكل واضح، حيث سجلت النسبة الأعلى في كليهما بنسبة 30.23% في AL 24 وبنسبة أعلى بكثير لدى BBC NEWS وصلت إلى 68.75%، كما ظهرت فئة الأخبار بنسبة 13.95% لدى AL24 و 12.5% لدى BBC NEWS، وفئة المقابلات بنسبة 18.61% و 12.5% على التوالي، ما يعكس اعتمادا متقاربا على هاتين الفئتين. انفردت AL24 باستخدام فئات لم تظهر في BBC NEWS، مثل الروبورتاج بنسبة 4.65%، وبرامج الحوار بنسبة 11.63%، والنقاشات عبر الهاتف بنسبة 20.93%، مقابل 6.25% فقط لنفس الفئة في BBC كما لم تسجل أي من القناتين استخداما لفئة التحقيق، مما يظهر غياب هذا النمط التحليلي المعمق عن المعالجة الإعلامية في الحاليتين.

## الجدول 02: مدة المحتوى في القنوات المدروسة

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
37.5%	6	39.54%	17	قصيرة (أقل من 2 دقائق)
18.75%	3	41.86%	18	متوسطة ( 2 – 5 دقائق)
43.75%	7	18.6%	8	طويلة ( أكثر من 5دقائق)
100%	16	100%	43	المجموع

يتضح لنا من خلال جدول توزيع الفئات الزمنية في قناتي AL24 وBBC NEWS، أن مدة المعالجة الإعلامية تختلف بشكل ملحوظ بين القناتين. فقد سجلت AL24 أعلى نسبة في الفئة المتوسطة (من 2 إلى 5 دقائق) بنسبة 41.86%، تليها الفئة القصيرة (أقل من دقيقتين) بنسبة 39.54%، ثم الفئة الطويلة (أكثر من 5 دقائق) بنسبة 18.6%.

أما قناة BBC NEWS، فقد ركزت على الفئة الطويلة بنسبة 43.75%، وهي الأعلى بين الفئات الثلاث، تليها الفئة القصيرة بنسبة 37.5%، ثم الفئة المتوسطة بنسبة 18.75% فقط. تشير هذه النسب إلى أن BBC NEWS تعتمد بشكل أكبر على المعالجة المطولة التي تتيح تغطية أعمق وأكثر تفصيلاً للموضوع.

الجدول 03: أسلوب تقديم الخبر للتغريدات حول إيمان خليف في القنوات محل الدراسة

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
37.5%	6	6.98%	3	مذيع +مادة فلمية
50%	8	60.46%	26	تعليق صوتي فقط مع صور أو لقطات
6.25%	1	20.93%	9	مداخلات من ضيوف أو محللين
6.25%	1	11.63%	5	أكثر من أسلوب
100%	16	100%	43	المجموع

في قراءة لبيانات هذا الجدول يظهر التوزيع الكمي لأساليب التقديم المعتمدة في القناتين أن أسلوب التعليق الصوتي، يعد الأكثر حضورا في تغطية تغريدات الشخصيات العامة، ما يعكس ميلا مشتركا نحو الاعتماد على السرد الإخباري المصور. فقد سجل هذا الأسلوب النسبة الأعلى لدى كل من AL24 وBBC NEWS، حيث بلغت نسبته 60.46% في AL24، و 50% في BBC NEWS .

وفي المرتبة الثانية، تباينت توجهات القناتين بشكل لافت. فقد اعتمدت AL24 بنسبة 20.93% على مداخلات الضيوف أو المحللين و إضفاء بعد تحليلي وتعزيز وجهات النظر المختلفة ضمن تغطيتها. أما BBC NEWS فقد أظهرت حضورا ضعيفا لهذا الأسلوب بنسبة 6.25% فقط.

من جهة أخرى، جاء أسلوب الجمع بين المذيع والمادة الفلمية كثاني أبرز أسلوب لدى BBC NEWS بنسبة 37.5% ما يشير إلى تركيز القناة على الحضور المباشر للمذيع وتفاعله مع المادة المعروضة، في حين لم تستخدم AL24 هذا الأسلوب إلا بنسبة 6.98%. أما فئة الاعتماد على أكثر من أسلوب، فقد سجلت نسبا محدودة لدى القناتين، بلغت 11.63% لدى AL24 و6.25% لدى BBC NEWS .

الجدول 04: اللغة المستخدمة في العرض لتغطية التغريدات حول إيمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
100%	16	86.05%	37	العربية
0%	0	9.30%	4	الفرنسية
0%	0	4.65%	2	الإنجليزية
100%	16	100%	43	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن اللغة المستخدمة في تغطية تغريدات الشخصيات العامة حول إيمان خليف تكشف عن هيمنة واضحة للغة العربية في القناتين، حيث بلغت نسبتها 86.05% في قناة AL24، بينما استخدمت بنسبة 100% في BBC NEWS.

ورغم أن AL24 استخدمت اللغة العربية بشكل رئيسي، إلا أنها لجأت أيضا إلى اللغتين الفرنسية بنسبة 9.30% والإنجليزية بنسبة 4.65%. في المقابل، حافظت BBC NEWS على توجه أحادي اللغة باستخدامها الحصري للعربية.

2. فئة المضمون : ماذا قيل؟

1.2 فئة الفاعل:

الجدول 05: فئة الفاعل (الشخصيات الطبيعية) الأكثر بروزا في تغطية القنوات محل الدراسة للتغريدات حول إيمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
13.85%	18	6.48%	14	دونالد ترامب
9.23%	12	4.17%	9	إيلون ماسك
8.46%	11	5.09%	11	جورجيا ميلوني
57.69%	75	72.69%	157	إيمان خليف
10.77%	14	11.57%	25	شخصيات أخرى
100%	130	100%	216	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن هناك العديد من الأطراف والشخصيات الطبيعية المتدخلة في تغطية تغريدات الشخصيات العامة حول إيمان خليف، أما عن الشخصيات الأكثر بروزا و تكرارا في تغطية القنوات محل الدراسة فنرى بروزا لافتا لتكرار إسم إيمان خليف في القنوات، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 72.69% في قناة AL24، و 57.69% في قناة BBC NEWS.

في المرتبة الثانية، جاءت فئة الشخصيات الأخرى بنسبة 11.57% لدى AL24 و 10.77% لدى BBC NEWS، تليها دونالد ترامب الذي حظي بنسبة 6.48% في AL24 مقابل 13.85% في BBC NEWS، لبروز اسمه بشكل أكبر في تغطية BBC NEWS. كما سجل إيلون ماسك

نسبة %4.17 في AL24 و %9.23 في BBC NEWS ، في حين بلغت تغطية جورجيا ميلوني %5.09 و %8.46 على التوالي.

الجدول 06: فئة الفاعل المتعلقة بالهيئات و المنظمات الأكثر بروزا في تغطية القنوات محل الدراسة للتغريدات حول ايمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
59.09%	26	50.54%	47	اللجنة الأولمبية الدولية
34.09%	15	33.33%	31	الإتحاد الدولي للملاكمة
6.82%	3	16.13%	15	اللجنة الأولمبية الجزائرية
<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>93</b>	<b>المجموع</b>

يبين هذا الجدول تكرار تعدد الهيئات و المنظمات المتدخلة في لتغطية الإعلامية لتغريدات الشخصيات العامة حول قضية إيمان خليف، حيث توزع الحضور المؤسساتي بين اللجنة الأولمبية الدولية، الاتحاد الدولي للملاكمة، واللجنة الأولمبية الجزائرية. وقد احتلت اللجنة الأولمبية الدولية المرتبة الأولى %50.54 لدى AL24 و %59.09 لدى BBC NEWS .

في حين ركزت التغطية على الاتحاد الدولي للملاكمة في المرتبة الثانية بنسبة %33.33 في AL24 و %34.09 في BBC NEWS . أما اللجنة الأولمبية الجزائرية، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث الحضور، بنسبة %16.13 لدى AL24، و %6.82 فقط في BBC NEWS .

## 2.2 فئة المصدر:

الجدول 07: فئة مصدر المعلومة المتعلقة بالقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول إيمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
72.73%	16	58.7%	27	مراسلين وصحفيين
22.73%	5	32.61%	15	بيانات الهيئات و المنظمات
4.54%	1	8.69%	4	مصدر إعلامي آخر
100%	22	100%	46	المجموع

تلعب مصادر المعلومات دورا محوريا في تشكيل التغطية الإعلامية وتوجيه مضمونها، إذ تعد المصدر الأساسي الذي يستقى منه المحتوى ويبني عليه التحليل والسرد الصحفي. يعكس التوزيع الكمي لفئة مصدر المعلومة في تغطية تغريدات الشخصيات العامة حول إيمان خليف اعتمادا كبيرا على المراسلين والصحفيين كمصدر أساسي للمعلومة، حيث بلغت نسبتهم 58.7% في قناة AL24 و72.73% في BBC NEWS .

وتأتي بيانات الهيئات والمنظمات في المرتبة الثانية، بنسبة 32.61% لدى AL24 و22.73% لدى BBC NEWS . أما فئة مصدر إعلامي آخر، فقد سجلت بنسب محدودة لا تتجاوز 8.69% في AL24 و4.54% في BBC NEWS .

3.2 فئة الموضوع:

الجدول 08: فئة الموضوع الأكثر بروزاً في تغطية التغريدات حول إيمان خليف لقنوات محل الدراسة

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
25.93%	7	23.08%	15	الأداء الرياضي
22.22%	6	21.54%	14	تغريدة الشخصية العامة
33.33%	9	40%	26	الجدل السياسي أو المؤسسي
18.52%	5	15.38%	10	التفاعل الجماهيري
100%	27	100%	65	المجموع

عند الحديث عن المحتوى المتعلق بتغريدات الشخصيات العامة حول قضية إيمان خليف، يظهر تنوع واضح في المحاور المطروحة، يتراوح بين الرياضي والسياسي والجماهيري. ويعتبر موضوع الجدل السياسي أو المؤسسي المتصدر الأول في تغطية القنوات، بنسبة 40% لدى AL24 و33.33% لدى BBC NEWS. فيما يعتبر الأداء الرياضي ثاني أكثر المواضيع بروزاً بنسبة 23.08% في AL24 و 25.93% في BBC ، متبوعاً بموضوع تغريدة الشخصية العامة بنسب متقاربة بين القنوات 21.54% في AL24 و 22.22% في BBC. أما التفاعل الجماهيري، فرغم حضوره في التغطية، إلا أنه شكل النسبة الأقل، بـ 15.38% في AL24 و 18.52% في BBC .

الجدول 09: فئة معالجة التغريدات حول إيمان خليف إعلاميا في قنوات محل الدراسة

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
20%	4	0%	0	تناول التغريدة بشكل واضح
25%	5	0%	0	الإشارة الى مضمونها
55%	11	100%	43	التلميح لها ضمنا
100%	20	100%	43	المجموع

يظهر هذا الجدول أسلوب معالجة التغريدات حول إيمان خليف في التغطية الإعلامية للقناتين محل الدراسة، مع تفاوت واضح في درجة تناول المباشر وغير المباشر لهذه التغريدات. فقد اعتمدت قناة AL24 بنسبة 100% على أسلوب التلميح الضمني دون أي تناول صريح أو إشارة مباشرة لمضمون التغريدات.

في المقابل، اتسم تناول BBC NEWS بتعدد الأساليب، حيث اعتمدت في 55% من المواد على التلميح غير المباشر، مقابل 25% تضمنت إشارة لمضمون التغريدة، و20% تناولت التغريدة بشكل واضح.

4.2 فئة المصطلحات:

الجدول 10: فئة المصطلحات المستخدمة في توصيف التغريدات حول إيمان خليف في قنوات محل الدراسة

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
14.29%	3	6%	3	التممر
9.52%	2	14%	7	الصراع السياسي
9.52%	2	38%	19	حملة شرسة/ غير أخلاقية
61.90%	13	14%	7	التشكيك في الهوية الجندرية
4.77%	1	28%	14	حملة عنصرية
100%	21	100%	50	المجموع

استخدمت القناتان محل الدراسة مجموعة متباينة من المصطلحات في توصيف التغريدات حول إيمان خليف في قناة AL24، برز مصطلح "حملة شرسة/ غير أخلاقية" كأكثر تعبير تكررًا بنسبة 38%، يليه "حملة عنصرية" بنسبة 28%، كما ورد مصطلح "الصراع السياسي" و"التشكيك في الهوية الجندرية" بنفس النسبة (14% لكل منهما)، مع نسبة أقل لمصطلح "التممر" (6%).

أما قناة BBC NEWS، فقد ركزت بشكل كبير على مصطلح "التشكيك في الهوية الجندرية" بنسبة 61.90%، بينما استخدمت بقية المصطلحات بنسب ضعيفة، مثل "التممر" و"الصراع السياسي" و"حملة شرسة" بنسب لا تتجاوز 14.29% و9.52%، مقابل 4.77% فقط لمصطلح "حملة عنصرية".

5.2 فئة الأسلوب الإقناعي:

الجدول 11: الأسلوب الإقناعي المستخدم لقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول ايمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
23.53%	8	20.25%	16	الصورة
41.18%	14	40.51%	32	اللغة
20.59%	7	17.72%	14	التكرار
14.71%	5	21.52%	17	البرهنة
100%	34	100%	79	المجموع

يعكس الجدول اعتماد القنوات على اللغة كأكثر الأساليب الإقناعية توظيفاً، إذ بلغت نسبتها 42.10% لدى AL24 و 45.16% لدى BBC NEWS، وكانت البرهنة ثاني أكثر أسلوب إقناعي اعتمده AL24 بنسبة 22.37% مقابل اعتماد BBC NEWS على الصورة بنسبة 23.53%. أما المرتبة الثالثة، فقد تمثلت لدى AL24 في الصورة بنسبة 20.25%، بينما جاءت البرهنة في هذه المرتبة لدى BBC NEWS بنسبة أقل بلغت 14.71%، وجاء أسلوب التكرار في المرتبة الرابعة لدى القنوات، بنسبة 17.72% في AL24 و 20.59% في BBC NEWS.

6.2 فئة الاطار:

الجدول 12: فئة الإطار المستخدم لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حو ايمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
45.45%	10	21.95%	18	إطار الصراع
13.64%	3	19.51%	16	إطار التسييس
18.19%	4	20.73%	17	إطار الإنجاز
22.72%	5	37.81%	31	إطار الضحية
100%	22	100%	82	المجموع

يظهر من خلال هذا الجدول، أن إطار الضحية كان الأكثر توظيفاً في قناة AL24 بنسبة 37.81% بينما تصدر إطار الصراع تغطية BBC NEWS بنسبة 45.45% أما BBC NEWS فقد منحت إطار الضحية المرتبة الثانية بنسبة 22.72%، واعتمدت AL24 على إطار الصراع بنسبة 21.95%، ما يشير إلى تقاطع جزئي في ترتيب الأهمية بين القناتين.

تلت هذه الأطر، بنسب متفاوتة، كل من إطار الإنجاز بنسبة 20.73% لدى AL24 و 18.19% لدى BBC NEWS. في حين جاء إطار التسييس في المرتبة الأخيرة لدى القناتين، بنسبة 19.51% في AL24 و 13.64% في BBC NEWS.

## 7.2 فئة الأهداف:

الجدول 13: فئة الأهداف لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حول إيمان خليل

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
47.62%	10	36.9%	31	إعلامي/إخباري
9.52%	2	16.05%	16	تشجيعي
0	0	4.77%	4	تنافسي
19.05%	4	10.71%	9	توجيهي
23.81%	5	28.57%	24	تأثيري
100%	21	100%	84	المجموع

يبين الجدول أن الهدف الإعلامي/الإخباري تصدر أولويات التغطية لدى كل من قناة AL24 بنسبة 36.9% و BBC NEWS بنسبة 47.62%، وتلى ذلك الهدف التأثيري كثاني أكثر هدف اعتماداً، حيث بلغ 28.57% لدى AL24، و 23.81% لدى BBC NEWS، أما الهدف التوجيهي، فقد برز لدى BBC NEWS بنسبة 19.05%، ليحتل المرتبة الثالثة، مقابل نسبة 10.71% لدى AL24، ويظهر من الجدول أيضاً أن الهدف التشجيعي حظي بنسبة أكبر لدى AL24 بـ 16.05% مقابل 9.52% فقط لدى BBC NEWS، في حين غاب الهدف التنافسي تماماً في هذه الأخيرة، وسُجِّل بنسبة ضعيفة في AL24 (4.77%).

## 8.2 فئة الإتجاه:

الجدول 14: فئة الإتجاه أو موقف القنوات محل الدراسة اتجا التغريدات حول إيمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
0%	0	0%	0	ايجابي
62.5%	10	100%	43	سلبي
37.5%	6	0%	0	حيادي
100%	16	100%	43	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن التغطية الإعلامية للتغريدات حول إيمان خليف اتسمت لدى قناة AL24 باتجاه سلبي بنسبة 100%، دون تسجيل أي حضور للموقفين الإيجابي أو الحيادي، أما قناة BBC NEWS، فقد أظهرت مزيجاً من المواقف، حيث هيمن الاتجاه السلبي بنسبة 62.5%، تلاه الاتجاه الحيادي بنسبة 37.5%، دون تسجيل أي تغطية إيجابية.

9.2 فئة القيم الخبرة:

الجدول 15: فئة القيم الخبرية المتعلقة بقنوات محل الدراسة فيما يخص تغطية التغريدات حول إيمان خليف

BBC NEWS		AL 24		اسم القناة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
27.59%	16	29.25%	43	الشهرة
27.59%	16	29.25%	43	الحدائثة
17.23%	10	12.25%	18	الصراع
27.59%	16	29.25%	43	القرب
100%	58	100%	147	المجموع

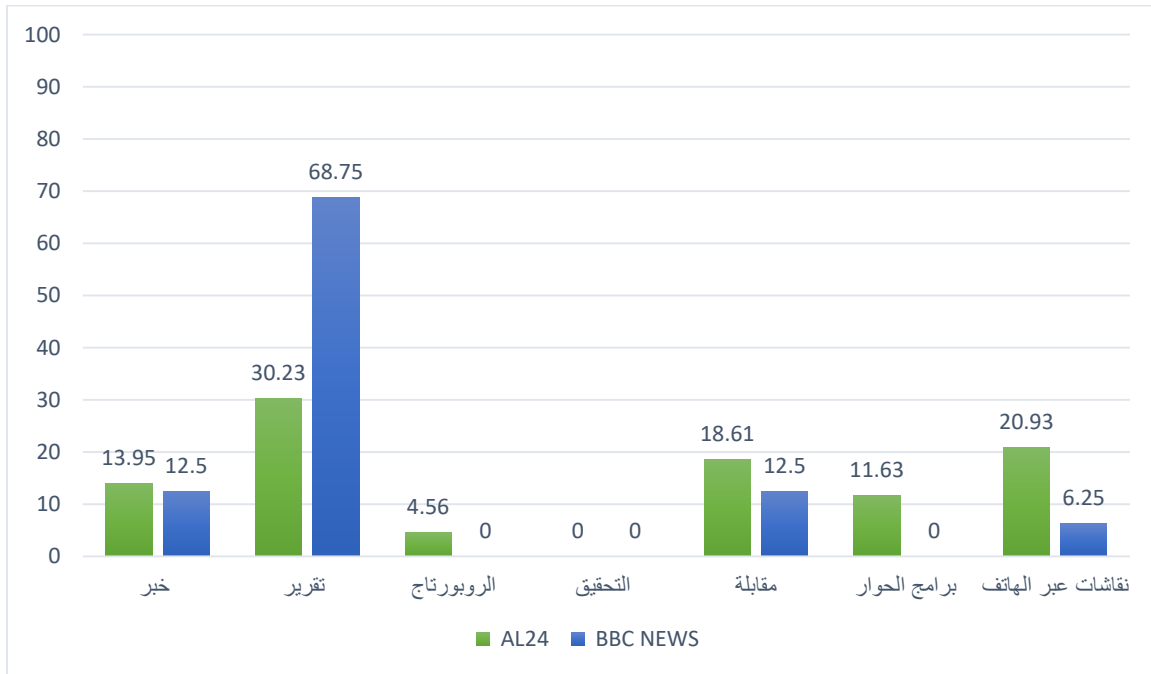
يبين الجدول أن التغطية الإعلامية للتغريدات حول إيمان خليف لدى كل من قناة AL24 و BBC NEWS ارتكزت على ثلاث قيم خبرية أساسية بنفس المستوى تقريباً، وهي: الشهرة، الحدائثة، والقرب، حيث سجلت كل واحدة منها 29.25% لدى AL24 و 27.59% لدى BBC NEWS. أما قيمة الصراع، فقد حلت في مرتبة أقل، إذ شكلت 12.25% من تغطية AL24 و 17.23% لدى BBC NEWS.

## المبحث الثاني: تحليل الكيفي و مناقشة النتائج

التحليل الكيفي يعد بمثابة القراءة التفسيرية والانطباعية للنتائج التي تسفر عنها التحاليل الكمية؛ فهو يجيب عن سؤال "لماذا جاءت النتائج بهذه الصورة؟". ولا يبنى هذا النوع من التحليل على الانطباع الشخصي فقط، بل يستند إلى مرجعيتين أساسيتين هما الإطار النظري و مضمون العينة فهما أم المراجع التي يمكن أن يعتمد عليها الباحث في التحليل الكيفي.<sup>1</sup>

### 1. فئة الشكل : كيف قيل؟

#### 2.1 فئة الفنون الصحفية:



### الشكل 01: الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة التغريدات حول إيمان خليل

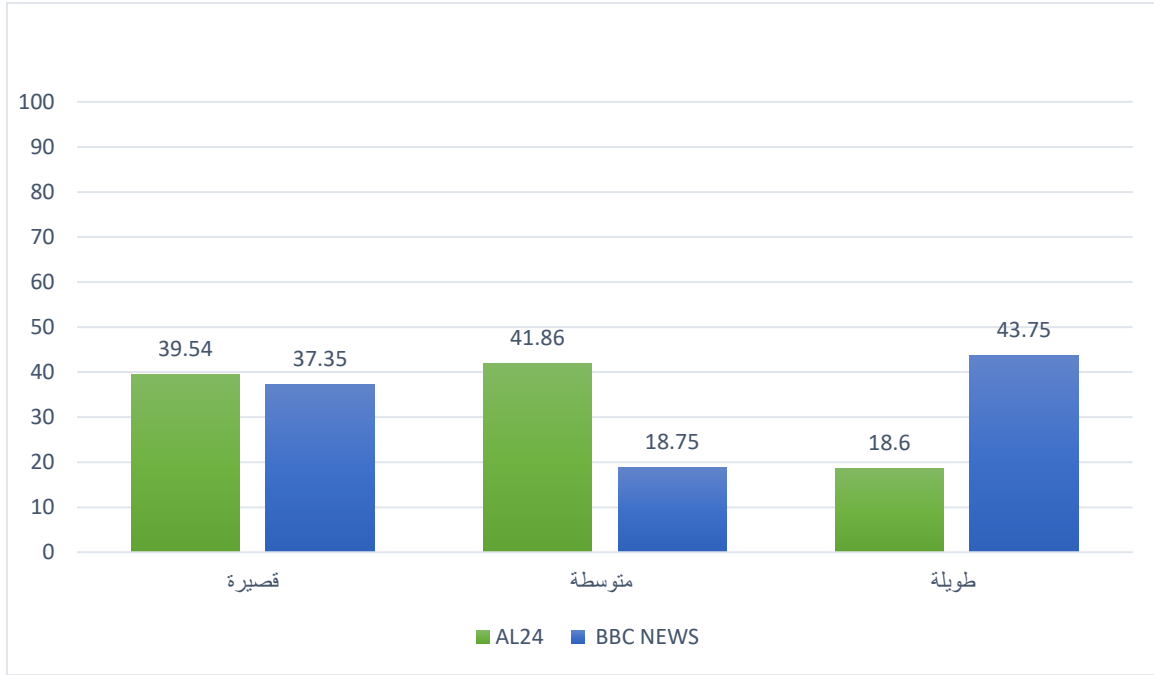
يبين التحليل الكمي للفنون الصحفية المستخدمة في تغطية تغريدات الشخصيات العامة حول إيمان خليل أن قناة AL24 اعتمدت في تغطيتها على تنوع ملحوظ في الفنون الصحفية، ما يبين رغبة واضحة في تقديم معالجة شاملة ومعقدة للقضية. حضور الخبر إلى جانب التقرير والمقابلات والبرامج الحوارية، إضافة إلى النقاشات الهاتفية، يدل على مقاربة إعلامية منفتحة وتفاعلية، تستهدف ليس فقط نقل الحدث، بل أيضا خلق حوار مجتمعي حوله. و الروبورتاج،

<sup>1</sup> يوسف تمار، مرجع سابق، ص72

وإن كان حضوره محدوداً، يكشف عن جهد في تقديم القصة من الداخل، والتقرب من تفاصيل التجربة الشخصية لإيمان خليف.

أما فيما يتعلق بقناة BBC NEWS، فقد طغى الأسلوب الإخباري المهني على المعالجة، حيث اعتمدت القناة في معظم تغطياتها على التقارير الصحفية التحليلية دون اللجوء إلى الأشكال الأخرى كالروبورتاج أو الحوار أو التحقيق. سعت إلى تفكيك الخطاب العام المرتبط بالقضية، وتحليل المواقف المختلفة للشخصيات العامة التي تفاعلت مع الموضوع عبر تغريداتها. و ما يمنح تغطية BBC طابعاً تحليلياً يركز على بناء الفهم دون الدخول في نقاشات موسعة.

### 2.1 فئة المدة الزمنية:

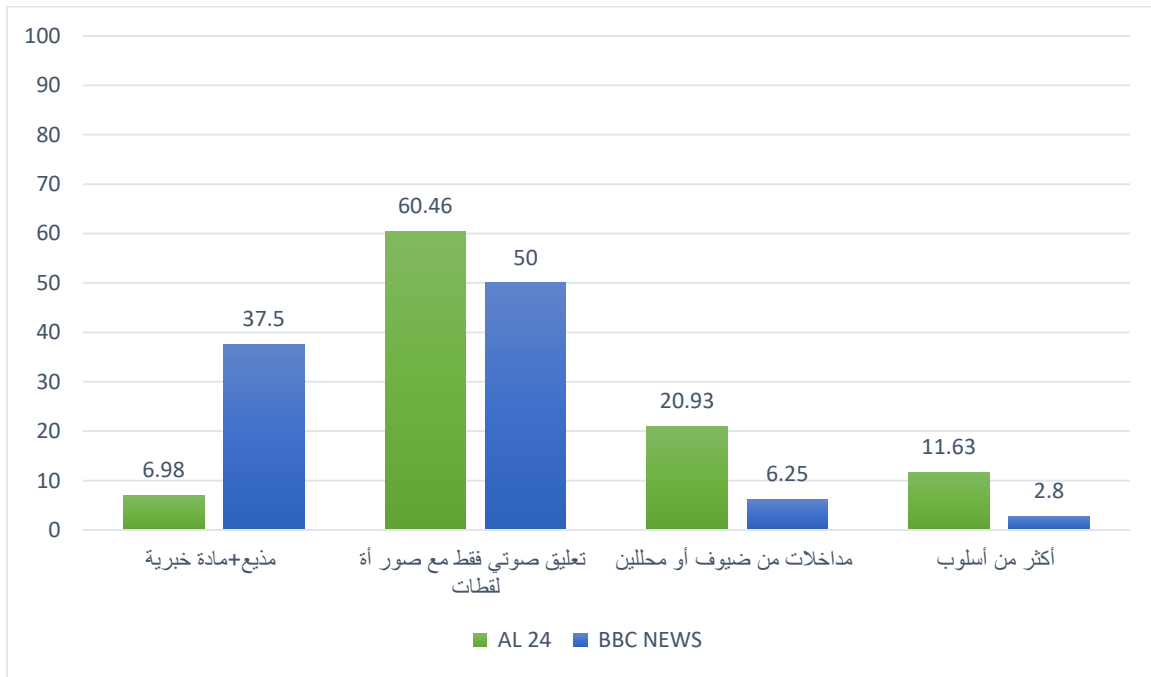


الشكل 02: مدة المحتوى في القنوات المدروسة

يتضح لنا من خلال النتائج السابقة المعالجة الإعلامية لقناة AL24 تظهر اعتماداً على الإيقاع الإخباري السريع والتفاعلي، من خلال تقديم عدد كبير من المواد ذات المدة القصيرة والمتوسطة وهذا لضمان تدفق مستمر للمعلومات والمواقف. فاختيار المواد القصيرة والمتوسطة يدعم الطابع الدينامي والتعدد للمعالجة، ويعزز إمكانية تقديم أكثر من زاوية ضمن وقت قصير، مع إتاحة المجال لإعادة بث مضامين مختلفة حول القضية بشكل متكرر ومتجدد.

بالمقابل، يظهر تحليل المدة أن BBC NEWS ركزت بشكل أكبر على تقديم محتويات طويلة نسبيا باختيار أسلوب التناول المعمق والتحليلي. فالبرامج أو التقارير ذات المدة الطويلة تتيح للقناة الانخراط في تحليل خلفيات القضية، وتتبع مواقف الأطراف المختلفة، وتقديم تفسيرات متعددة الأبعاد.

### 3.1 فئة أسلوب تقديم الخبر:



### الشكل 03: أسلوب تقديم الخبر للتغريدات حول إيمان خليف في القنوات محل الدراسة

يعكس أسلوب تقديم الأخبار داخل القنوات المدروسة اختيارات تحريرية وإخراجية ترتبط بطبيعة الجمهور المستهدف، والخطاب الإعلامي الذي تتبناه كل وسيلة<sup>1</sup>، ومدى انخراطها في إعادة صياغة التغريدات ضمن سردية إعلامية محددة.

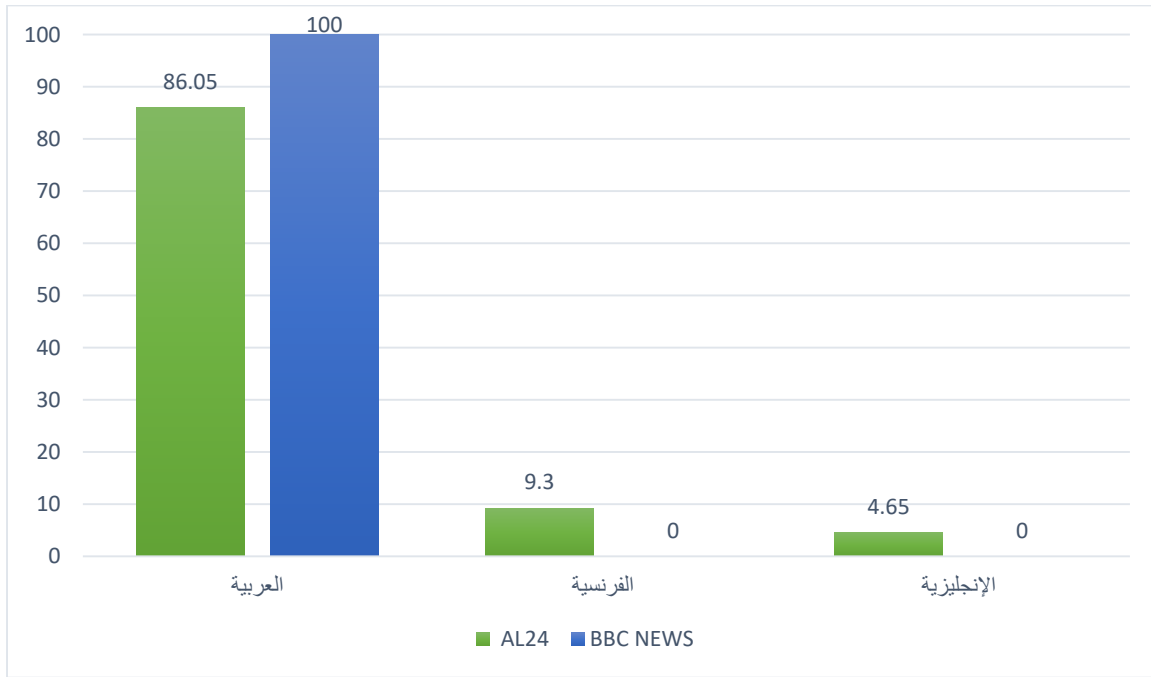
ففيما يتعلق بقناة AL24 يتضح من خلال تنوع الأساليب المعتمدة من تعليقات صوتية مصحوبة بالصور، إلى مداخلات الضيوف، بل وحتى المزج بين أكثر من أسلوب أن القناة سعت إلى تقديم تغطية متكاملة تستجيب لخصوصية الموضوع المطروح. ويمكن تفسير هذا التنوع التحريري بكون القناة أبدت اهتماما نوعيا بهذه القضية ذات الحساسية الوطنية والدولية، وسعت

<sup>1</sup> فتيحة لمام، مرجع سابق، ص 275

إلى تمثيلها إعلامياً بطريقة تواكب تفاعلات الرأي العام الرقمي والرياضي. كما أن حضور مداخلات الضيوف والمحللين يعبر عن رغبة القناة في إضفاء طابع تفسيري ونقاشي على التغطية.

أما في حالة BBC NEWS، فيلاحظ ميل واضح إلى الاعتماد على أسلوب يجمع بين المذيع والمادة الفيلمية. فالمذيع هنا لا يؤدي فقط دور ناقل الخبر، بل يتحول إلى منظم للسرد الإخباري وموجه له. وبالرغم من اعتماد BBC NEWS أيضاً على أسلوب التعليق الصوتي المصاحب للصور، إلا أن ضعف حضور المداخلات أو الأساليب التفاعلية يدل على مقاربة تفسيرية أحادية أكثر تحفظاً في الانفتاح على التحليل الخارجي أو الآراء المتعددة.

### 4.1 فئة اللغة المستخدمة:



الشكل 04: اللغة المستخدمة في العرض لتغطية التغريدات حول إيمان خليف

تعكس المعطيات المتعلقة باستخدام اللغة في تغطية التغريدات حول إيمان خليف الاعتماد الكبير للغة العربية من طرف القنوات AL24 و BBC NEWS باعتبار أن القنوات موجهة للعالم العربي بالدرجة الأولى سواء من داخل المنطقة أو من الجاليات الناطقة بالعربية خارجه.

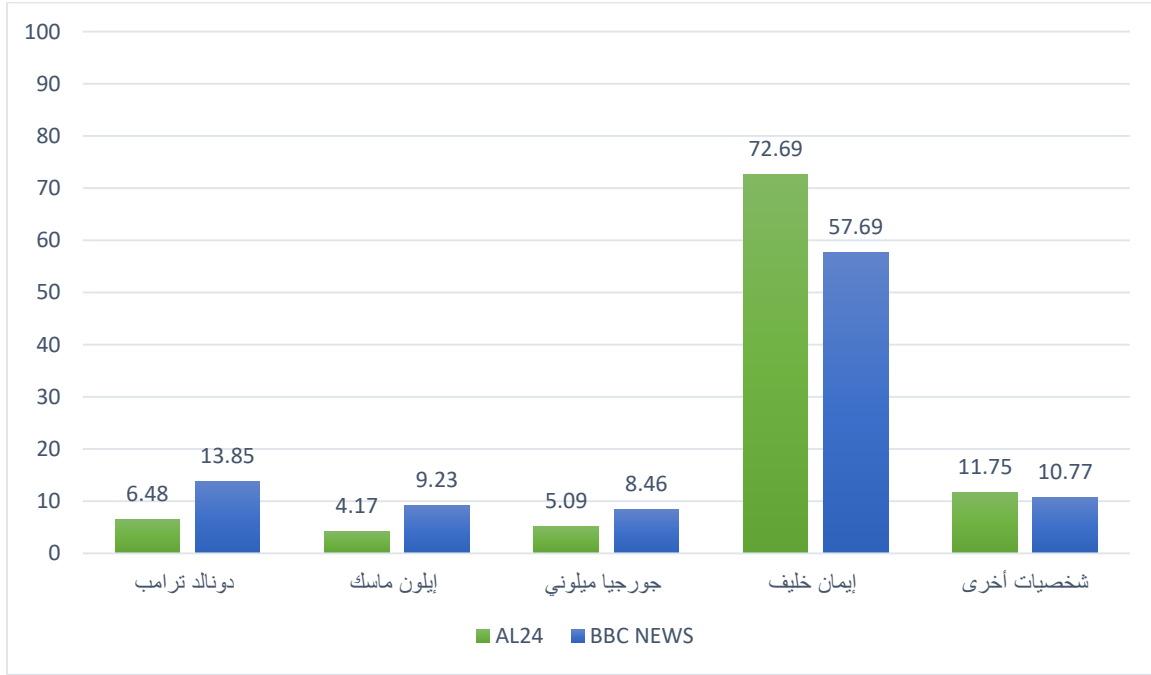
إلا أن قناة AL24 لجأت إلى لغات إضافية إلى جانب اللغة العربية، مثل الفرنسية والإنجليزية، وهو ما يعكس طبيعة القناة كمؤسسة إعلامية جزائرية ذات توجه دولي، تسعى إلى مخاطبة جمهور متعدد اللغات داخل الجزائر وخارجها، فالجوء إلى الفرنسية والإنجليزية يترجم الرغبة في تدويل القضية، وإيصال أبعادها إلى محيط أوسع.

أما في حالة BBC NEWS، فإن الاعتماد الكامل على اللغة العربية دون استخدام لغات أخرى يفهم في إطار كونها نسخة عربية من هيئة الإذاعة البريطانية موجهة حصريا إلى الجمهور العربي. وبالتالي فإن غياب اللغات الأخرى هنا لا يعد تقصيرا تحريريا، بل خيارا منطقيا نابعا من طبيعة الوحدة اللغوية للقناة.

## 2. فئة المضمون: ماذا قيل؟

### 1.2 فئة الفاعل:

#### 1.1.2 فئة الفاعل للشخصيات الطبيعية:



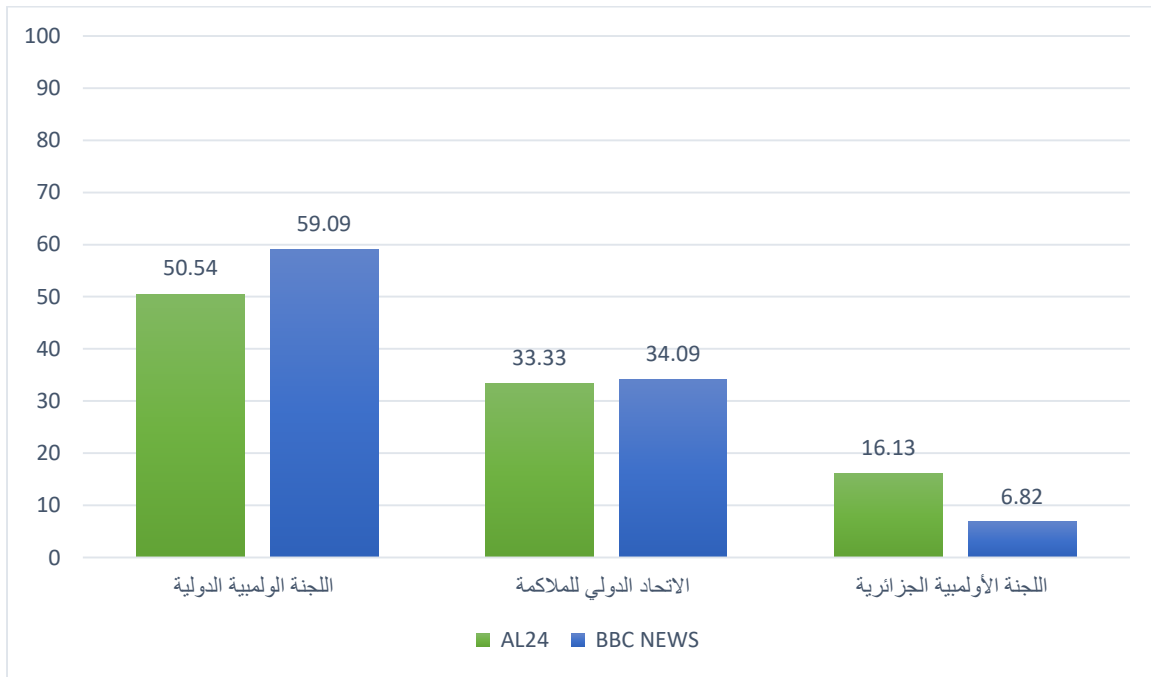
### الشكل 05: فئة الفاعل (الشخصيات الطبيعية) الأكثر بروزا في تغطية قنوات محل الدراسة للتغريدات حول إيمان خليف

تظهر نتائج التحليل الكمي أن الشخصية الأكثر بروزا في تغطية التغريدات ضمن كل من قناتي AL24 و BBC NEWS هي إيمان خليف بالنظر إلى أن القضية نفسها تتمحور حولها، وتدرج في إطار التفاعل مع تغريدات شخصيات عامة علفت على مشاركتها في الألعاب الأولمبية.

وتظهر قناة BBC NEWS تركيزا ملحوظا على تغريدات الشخصيات العالمية، أكثر من AL24 نسبيا، ما يعكس توجهها تحليليا نحو السياق الدولي وقراءة التفاعل كحدث عابر للحدود، يقارب بمنطق القضية التي تثير الرأي العالمي. أما قناة AL24، وإن كانت قد أدرجت تغريدات تلك الشخصيات، فإنها حافظت على مركزية حضور إيمان خليف ضمن خطاب إعلامي وطني الهوية، يعزز البعد المحلي حتى عند التطرق للفاعلين الدوليين.

في المقابل، يسجل وجود فئة "شخصيات أخرى" التي تمثل طيفا متنوعا من الفاعلين من (رياضيين، رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، أو محللين)، ما يعكس محاولة القنوات إثراء التغطية بالأصوات الثانوية التي تكمل المشهد الإعلامي العام، وتمنحه تعددا في الزوايا والتأويلات.

## 2.1.2 فئة الفاعل المتعلقة بالهيئات و المنظمات:



الشكل 06: فئة الفاعل المتعلقة بالهيئات و المنظمات الأكثر بروزا في تغطية القنوات محل

### الدراسة للتغريدات حول إيمان خليف

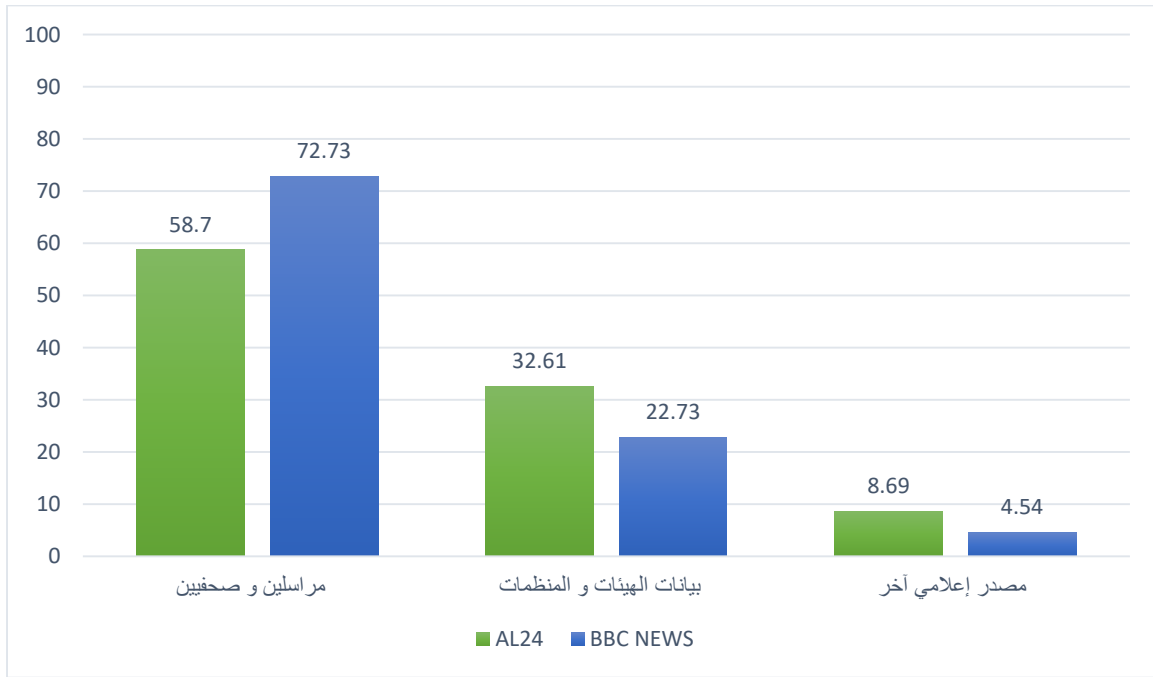
تكشف البيانات أن كلا من اللجنة الأولمبية الدولية والاتحاد الدولي للملاكمة حضرا بقوة ضمن الفاعلين المؤسستين في التغطية الصحفية للتغريدات المرتبطة بقضية إيمان خليف، لكن ما يجب التوقف عنده هو التماثل المتناقض لكل من المؤسستين تجاه مشاركة اللاعب، حيث أبدت اللجنة الأولمبية دعما واضحا لمشاركتها، بينما اتخذ الاتحاد الدولي موقفا معارضا وسعى إلى إقصائها، وهو ما ألقى بظلاله على طريقة التغطية الإعلامية في القنوات.

في تغطية BBC NEWS، يلاحظ اعتماد القناة بشكل أكبر على اللجنة الأولمبية الدولية كمصدر محوري. حيث مالت إلى عرض الوقائع من منظور دولي متزن يركز على احترام المؤسسات

الكبرى، ما يمنح اللجنة الأولمبية مكانة مركزية بوصفها الضامن الأساسي لقيم الشفافية والمساواة في المحافل الرياضية. في المقابل، يظهر الاتحاد الدولي للملاكمة في تغطية BBC كمصدر للجدل، وهو ما يتماشى مع الخلفية التوتيرية التي تربط الهيئة باللجنة الأولمبية منذ سنوات، على خلفية قضايا متعلقة بالحوكمة والنزاهة التنظيمية.

أما في تغطية قناة AL24، فقد كان حضور الطرفين واضحا أيضا، إلا أن القناة أبدت اهتماما أكبر بتأطير الصراع عبر منظور وطني، يتجلى في التركيز على موقف اللجنة الأولمبية الجزائرية من جهة، وفي إبراز اللجنة الأولمبية الدولية كحليف يدعم موقف الجزائر وخليف، في مواجهة قرار الإقصاء الذي فرضه الاتحاد الدولي للملاكمة.<sup>1</sup>

## 2.2 فئة المصدر:



الشكل 07: فئة مصدر المعلومة المتعلقة بالقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول

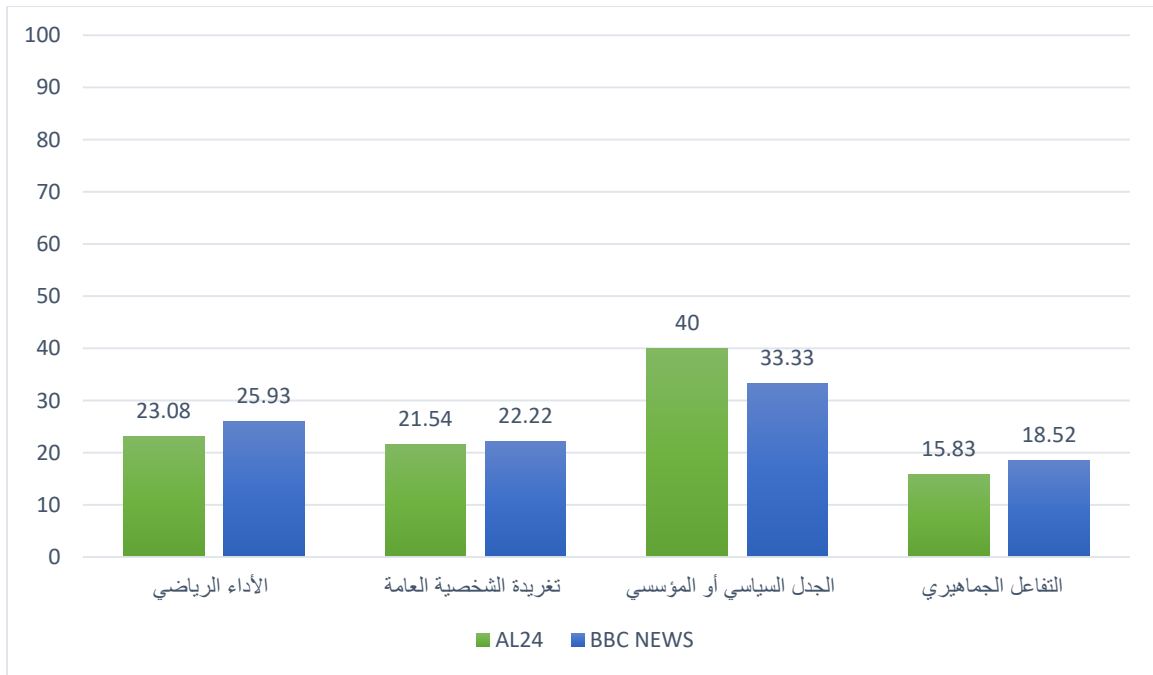
ايمان خليف

<sup>1</sup> زكريا بن هياج (رئيس تحرير قناة AL24)، مقابلة شخصية، اجرتها الباحثة بمقر قناة AL24، الجزائر، 5 مارس 2025

تظهر المعطيات أن المراسلين والصحفيين شكلوا المصدر الأساسي للمعلومة في تغطية كل من AL24 و BBC NEWS، هذا النمط يعكس توجهها نحو تقديم تغطية تتميز بطابع مباشر ومهني، حيث يلعب الصحفي دوراً أساسياً في صياغة المحتوى، سواء من خلال التواجد في الميدان أو من خلال التحليل والمواكبة الشخصية.

أما قناة AL24، فرغم اعتمادها أيضاً على المراسلين، فإنها أظهرت ميلاً أوضح نحو الاستعانة ببيانات الهيئات والمنظمات، وهو ما ينسجم مع طابع القضية المرتبطة بهيئات أولمبية واتحادات دولية، ويعزز موثوقية الطرح. استخدام هذه البيانات يعبر عن رغبة القناة في دعم خطابها بخطاب مؤسسي دولي، أي توظيف "سلطة المصدر" (Authority of the Source) في مواجهة أي تأويلات مشككة.<sup>1</sup> كما أن كلا القناتين أظهرتا ضعفاً في الاعتماد على مصادر إعلامية خارجية، وهو ما يعبر عن نمط استقلال تحريري تسعى القنوات للحفاظ عليه.

### 3.2 فئة الموضوع:



الشكل 08: فئة الموضوع الأكثر بروزاً في تغطية التغريدات حول إيمان خليف

<sup>1</sup> بوبكر بوعزيز، مصادر الخبر الصحفي: من وكالة الأنباء إلى الفيس بوك، مجلة آفاق للعلوم، العدد 07، جامعة الجلفة، الجزائر، مارس 2017، ص 168

يظهر التحليل الكيفي لفئة الموضوع الأكثر بروزا في تغطية التغريدات حول الملاكمة الجزائرية إيمان خليف من قبل قناتي AL24 وBBC NEWS، ميلا مشتركا إلى التركيز على الجدل السياسي والمؤسسي المرتبط بالقضية، ما يعكس الطابع المتشابك بين الرياضة والسياسة في هذه التغطية الإعلامية. ففي مقدمة المواضيع التي تم التركيز عليها هي ما يتعلق بموقف الهيئات الدولية كالاتحاد الدولي للملاكمة واللجنة الأولمبية الدولية من مشاركة خليف في أولمبياد باريس. يندمج في سجلات سياسية أوسع ذات طابع أيديولوجي وثقافي، تمثلت في تقاطعات واضحة مع خطابات اليمين المتطرف، خاصة في ما يتعلق بمسألة الهوية الجندرية في الرياضة. واستخدام قضية إيمان خليف كأداة رمزية في النقاش الدائر عالميا حول مشاركة الرياضيين من ذوي الهوية الجندرية غير التقليدية في المنافسات النسوية. وفي هذا السياق، حاولت بعض الشخصيات المنتمية لليمين المحافظ، وعلى رأسها دونالد ترامب، توظيف القضية في حملته الانتخابية بما يسمى بالشعبوية الرياضية\*.<sup>1</sup>

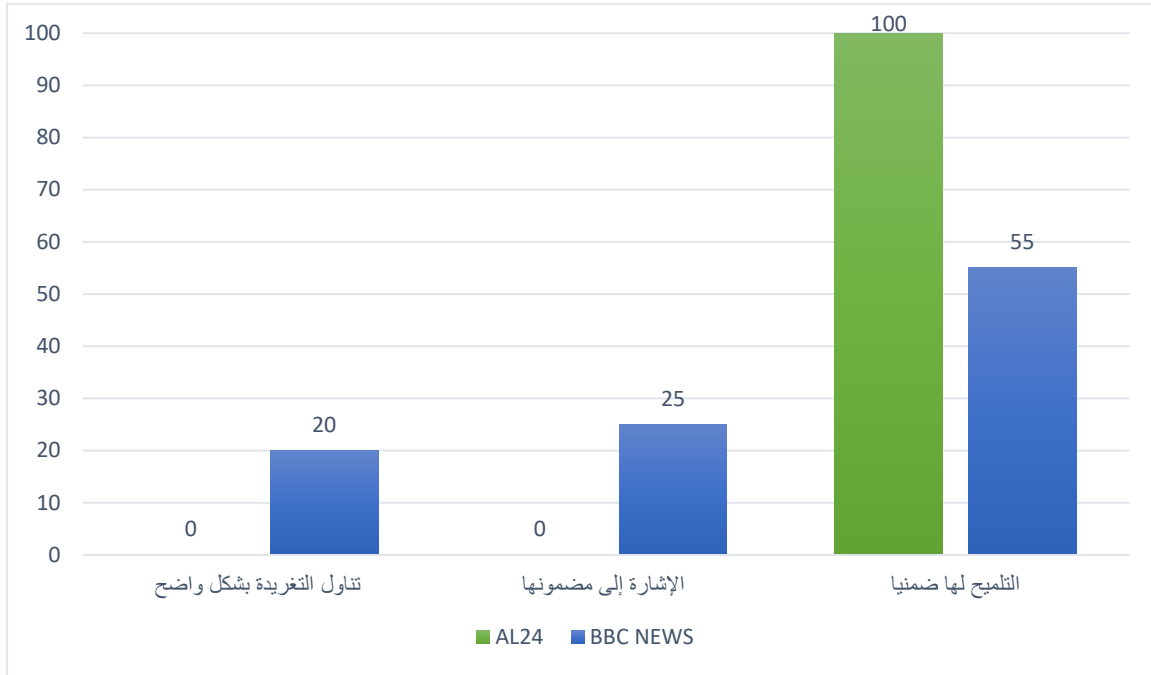
في المرتبة الثانية، برز موضوع الأداء الرياضي، وهو ما يشير إلى محاولة القناتين الإبقاء على الطابع الرياضي للقضية، دون أن تنزلق التغطية كليا نحو الطابع السياسي. هذا التناول منح المتلقي فرصة لفهم قدرات خليف الفنية والنتائج التي حققتها، إلى جانب التفاعل مع أسباب منعها من المنافسة رغم جاهزيتها.

أما فئة تغريدة الشخصية العامة، فقد نالت اهتماما معتبرا، ما يعكس إدراكا لتحول التغريدات إلى أدوات فاعلة في التأثير على الرأي العام وصناعة الحدث. القناتان تعاملتا مع هذه التغريدات باعتبارها مؤشرات على مواقف سياسية أو حتى ضغط دبلوماسي غير مباشر. وأخيرا، يبرز عنصر التفاعل الجماهيري، وهو مؤشر على اهتمام القناتين بنقل نبض الشارع وردود فعل الجماهير، خصوصا على المنصات الرقمية، مما يعزز البعد التشاركي للتغطية ويوسع دائرة النقاش العام حول العدالة الرياضية وتمثيل المرأة.

\* الشعبوية الرياضية هي توظيف الرموز والخطابات الرياضية في سياقات سياسية أو إعلامية تهدف إلى كسب تأييد الجماهير، خصوصا من خلال اللعب على وتر العاطفة، الهوية، والانتماء الوطني.

<sup>1</sup> عبد الكريم أمناكي، مرجع سابق، ص 131، 132

## 1.3.2: فئة معالجة التغريدات حول ايمان خليف:



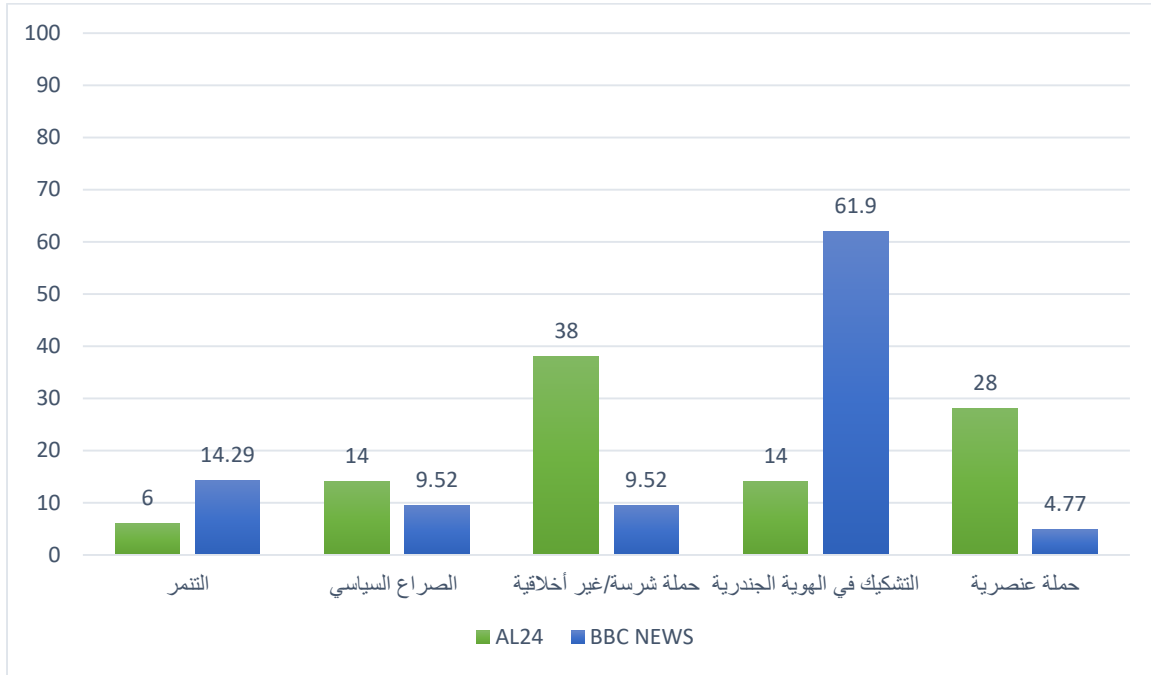
## الشكل 09: فئة معالجة التغريدات حول ايمان خليف إعلامياً في قنوات محل الدراسة

يتضح من الجدول أن قناة AL 24 اعتمدت بشكل كلي على أسلوب التلميح الضمني عند معالجتها لتغريدات الشخصيات العامة حول قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف، دون أن تقدم أي تناول مباشر أو إشارة صريحة لمضامين تلك التغريدات. ويفهم من هذا التوجه أن القناة تتجنب تبني أو الترويج لأفكار تغريدات الشخصيات العامة المحملة بأجندات خارجية.<sup>1</sup>

أما قناة BBC NEWS، فقد أظهرت تنوعاً أكبر في أساليب المعالجة، حيث لجأت إلى التلميح في أكثر من نصف المواد، لكنها أيضاً خصصت جزءاً من تغطيتها للتعامل بشكل مباشر مع التغريدات، سواء عبر تناولها بشكل واضح أو الإشارة إلى مضامينها. ويمكن فهم هذا التنوع على أنه يعكس الطابع التفسيري والتحليلي عند التعامل مع قضايا تتقاطع مع الخطاب السياسي الغربي، مثل تغريدات ترامب أو ميلوني. كما أن تناول التغريدات بشكل صريح في BBC قد يعود أيضاً إلى كونها ترى في هذه التغريدات مادة إخبارية تستدعي التحليل، خاصة حين تصدر عن شخصيات ذات وزن سياسي أو رمزي.

<sup>1</sup> زكريا بن هياج، مقابلة شخصية

## 4.2 فئة المصطلحات:



الشكل 10: فئة المصطلحات المستخدمة في توصيف التغريدات حول إيمان خليف في قنوات محل الدراسة

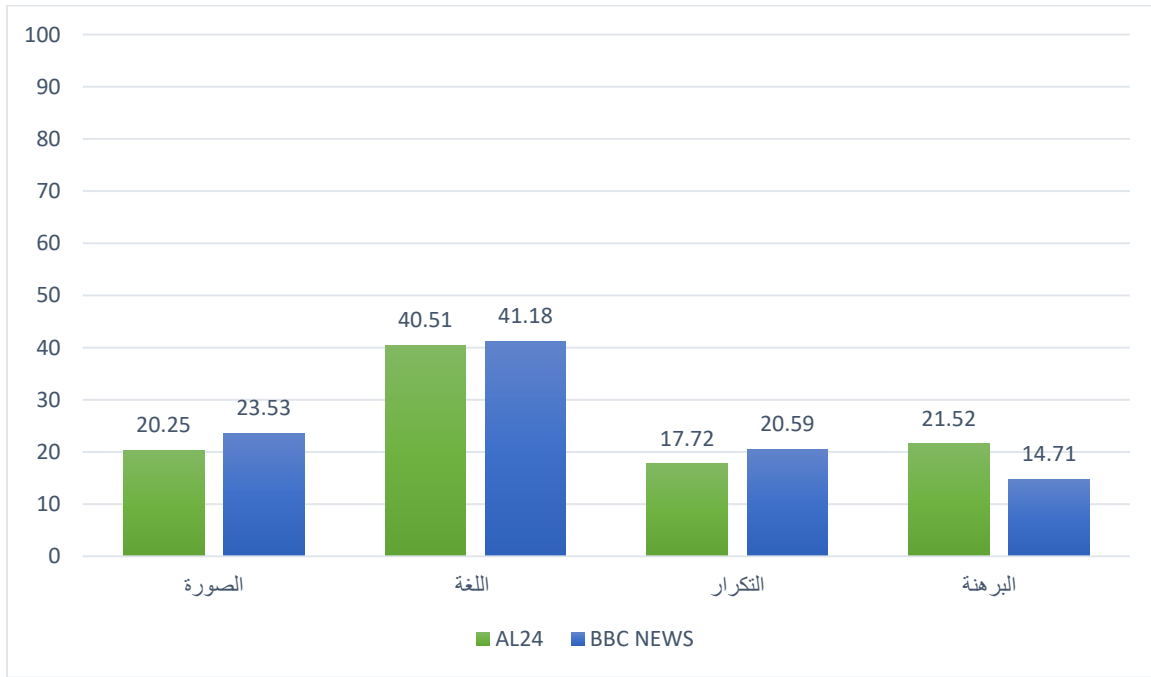
يظهر التحليل الكيفي لفئة المصطلحات المستخدمة في توصيف التغريدات حول الملاكمة الجزائرية إيمان خليف، أن هناك اختلافا واضحا في التوجهات التحريرية واللغوية بين قناتي AL 24 وBBC NEWS.

ففي تغطية قناة AL 24، طغى استخدام مصطلحات من قبيل "حملة شرسة" و"غير أخلاقية"، إضافة إلى "حملة عنصرية"، مما يكشف عن نزعة تضامنية قوية مع إيمان خليف، تحيل على محاولة القناة تأطير القضية في سياق الهجوم الممنهج والموجه ضد رياضة عربية، خصوصا في ظل ما اعتبرته القناة استهدافا لمكانتها كممثلة للجزائر في حدث رياضي عالمي. كما أن التركيز على مصطلحات مثل "الصراع السياسي" و"العنصرية" يعكس رؤية تحريرية تفسر الجدل القائم على أنه جزء من معارك سياسية وهوياتية أكبر، تتجاوز الطابع الرياضي المحض. AL 24 أبدت تحفظا واضحا في توظيف مصطلح "التشكيك في الهوية الجندرية" هذا التناول المحدود لهذا المصطلح يعكس تجنب ترسيخ صورة إيمان خليف كموضوع للريبة أو الجدل

الهوياتي. إذ يظهر أن سياسة AL 24 تقوم على حماية صورة الرياضة الجزائرية من أن تزج في سياقات مشككة.<sup>1</sup>

أما في تغطية BBC NEWS، فقد تصدر مصطلح "التشكيك في الهوية الجندرية" توصيفات الخطاب الموجه ضد خليف، ما يشير إلى تركيز القناة على البعد الثقافي والاجتماعي الغربي في تفسير الجدل الذي يربط القضايا الرياضية والاجتماعية بالتحويلات المتعلقة بالهوية، والنقاشات حول النوع الاجتماعي والجندر. كما أن الاستخدام المحدود لمصطلحات مثل "العنصرية" و"الحملة غير الأخلاقية" يوحي بميل القناة إلى التحليل الثقافي والتفسيرات المحايدة نسبياً بدلاً من الوقوف الواضح إلى جانب الضحية المفترضة.

## 5.2 فئة الأسلوب الإقناعي:



الشكل 11: الأسلوب الإقناعي المستخدم لقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول إيمان خليف

<sup>1</sup> زكريا بن هياج، مقابلة شخصية

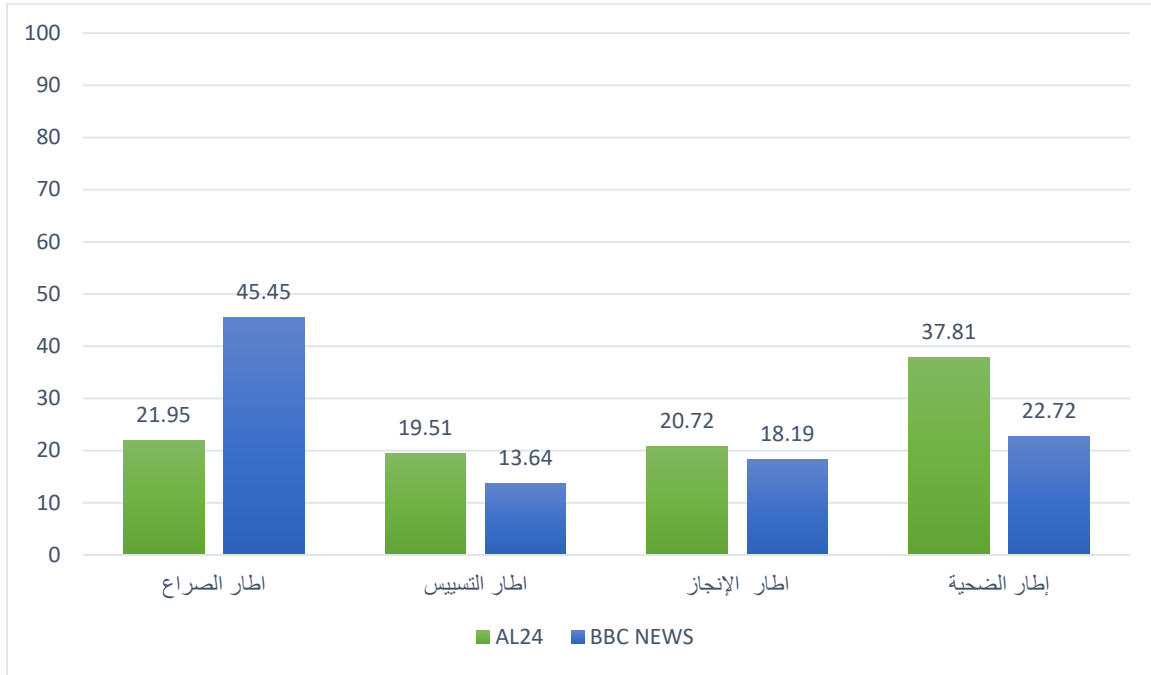
يتضح من تحليل الأساليب الإقناعية التي اعتمدها كل من قناة AL 24 و BBC NEWS في تغطية تغريدات الشخصيات العامة حول قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف أن قناة AL 24، تظهر بوضوح اعتمادها على اللغة التعبيرية كوسيلة مركزية في تشكيل موقف إعلامي داعم لخليف. توظيف العبارات المشحونة دلاليا مثل "حملة غير أخلاقية" يعبر عن موقف وجداني تضامني، ما يجعل اللغة وسيلة لبناء علاقة وجدانية مع الجمهور. كما أن استعمال البرهنة عبر الاستشهاد بآراء محللين أو تصريحات رسمية يظهر رغبة القناة في إضفاء طابع منطقي على موقفها، وتقديمه كحقيقة مدعومة بدلا من كونه رأيا عاطفيا فقط.

إضافة إلى ذلك، يلاحظ توظيف الصور واللقطات المرئية، خاصة التي تظهر خليف في لحظات رمزية (كالاستعداد للمنافسة أو ردود أفعال الجمهور)، في محاولة لتأطير القضية بصريا ضمن سردية الظلم. كما تستعمل القناة التكرار كأداة لترسيخ رسائلها، بإعادة المفاهيم الأساسية مثل الهوية والجدل المؤسسي.

أما قناة BBC NEWS فاعتمدها على اللغة يميل إلى التحليل الموضوعي وتقديم المعطيات بتوازن، دون إظهار موقف صريح حيث يتيح المجال لتعدد القراءات بدلا من التوجيه المباشر للرأي العام.

في المقابل، يلاحظ استخدام الصورة في تقارير BBC بطريقة تركز على الجدل المؤسسي أو على رمزية الحدث. أما البرهنة، فهي حاضرة من خلال الإحالة إلى المصادر الرسمية أو التحليلات المتخصصة بينما التكرار، فاستخدم لضبط الإيقاع السردية وتثبيت العناصر الإخبارية الجوهرية.

## 6.2 فئة الإطار:



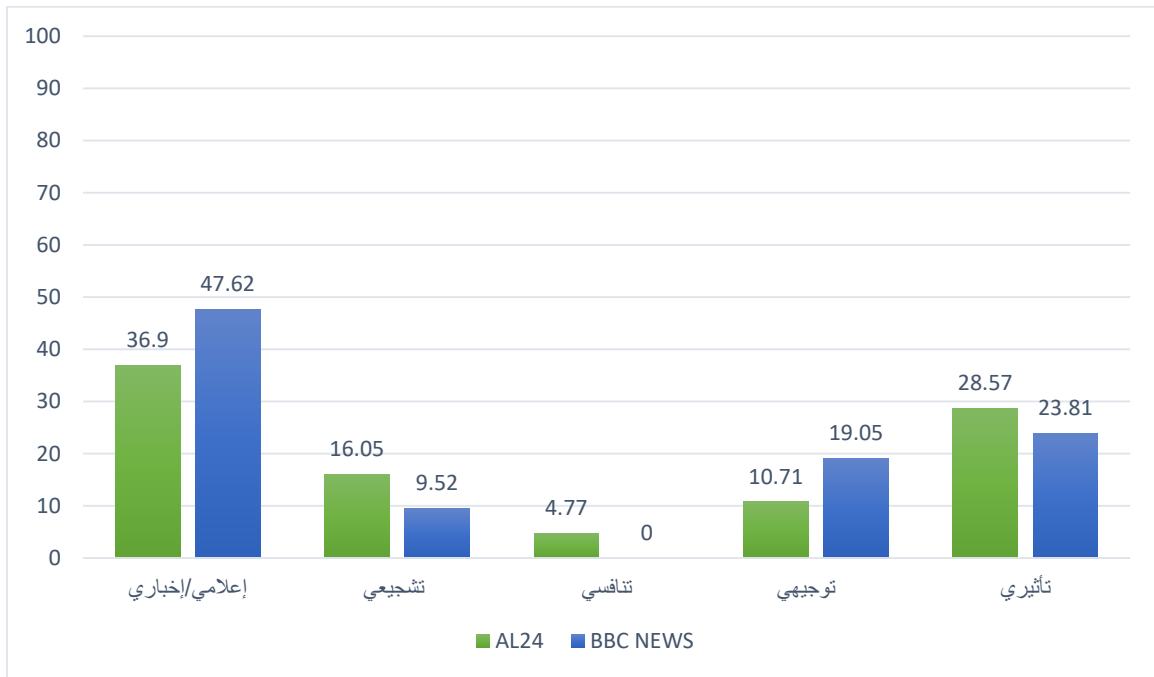
## الشكل 12: فئة الإطار المستخدم لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حو ايمان خليف

قناة AL 24 ركزت بشكل لافت على إطار الضحية، وهو ما ينسجم مع توجهها نحو تأكيد مظلومية خليف، وتصويرها كرمز للمرأة العربية المظلومة دولياً، في ظل مؤامرات مؤسسية. كما حضرت بقوة إطارات الصراع والتسييس، حيث تم إبراز التوتر القائم بين الاتحاد الدولي للملاكمة واللجنة الأولمبية الدولية، وربط الإقصاء بخلفيات غير رياضية، بما فيها التلميح لتأثيرات أيديولوجية أو تحيزات داخل الهيئات الدولية (وجود أطراف مغربية داخل الإتحاد الدولي للملاكمة). ويمنح تغريدات الشخصيات العامة بعدا يحمل توجهات سياسية أيديولوجية. في المقابل، لم تهمل القناة إطار الإنجاز، إذ سعت إلى إبراز المسار الرياضي والتميز البدني والمهاري لخليف و الانجازات التي قامت بها في الأولمبياد بباريس، بهدف تعزيز صورة البطلة الرياضية.

BBC NEWS مالت بشكل واضح إلى إطار الصراع، مع التركيز على الجدل المؤسسي، والتباين في مواقف الهيئات الدولية، وخاصة الصراع بين اللجنة الأولمبية الدولية والاتحاد الدولي للملاكمة و إبراز الأبعاد السياسية والمؤسسية للنقاش العام، دون الانخراط المباشر في تأييد طرف ضد آخر.

ورغم محدودية الحضور النسبي لإطار الضحية لدى BBC مقارنة بـ AL 24 ، إلا أنه موجود، ويظهر في سياق توصيف الجدل حول النوع الاجتماعي أو الحملات المشككة في هوية خليف. أما إطار الإنجاز، فتم تقديمه من باب التوازن، لكنه لم يشكل محورا سرديا قويا. أما إطار التسييس، فقد كان محدودا نسبيا، ويستخدم عند الإشارة إلى تغريدات بعض الشخصيات ذات الخلفيات السياسية أو الآراء المثيرة للجدل، كترامب أو ميلوني.

### 7.2 فئة الأهداف:



### الشكل 13: فئة الأهداف لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حول إيمان خليف

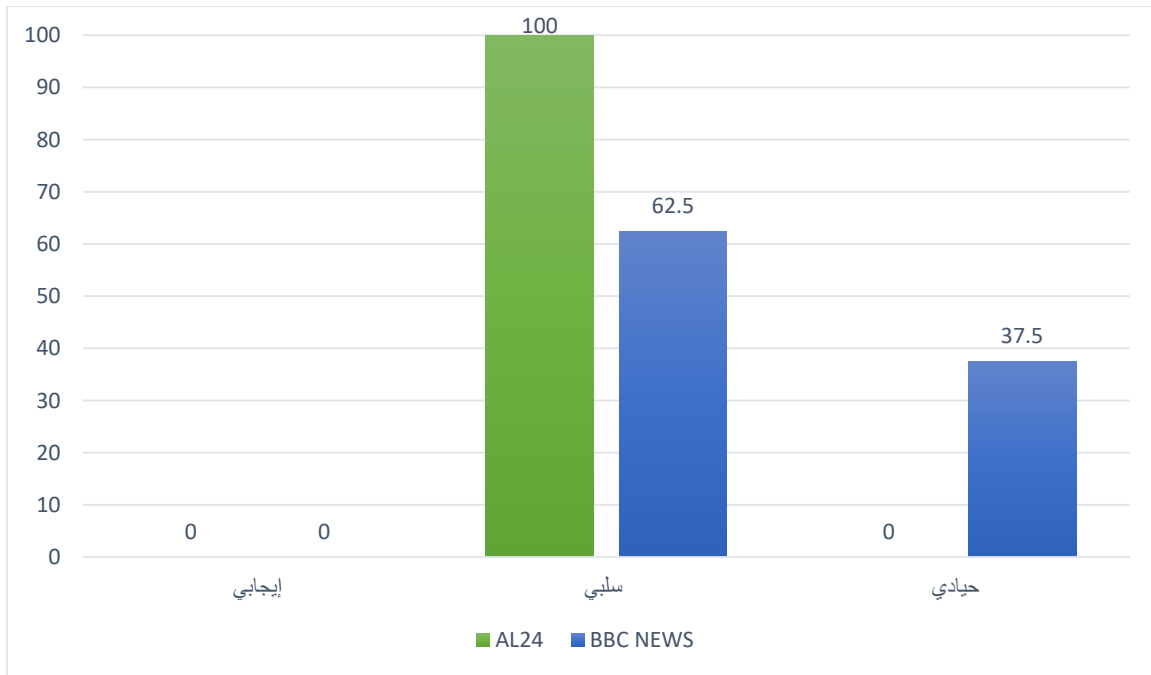
في قناة AL24 بدت الأهداف الإعلامية/الإخبارية حاضرة بقوة، من خلال تقديم معلومات آنية وتغطيات مستمرة لقضية خليف، لكنها لم تقتصر على ذلك، بل سعت القناة إلى تجاوز الوظيفة الإخبارية نحو أدوار أخرى، أبرزها البعد التأثيري، حيث وظفت التغطية لبناء حالة من التأييد والتعاطف مع خليف، وربط قضيتها بسرديات أكبر تتعلق بالهوية والعدالة الرياضية.

كما لعبت القناة دورا تشجيعيا، سواء من خلال التركيز على إنجازات خليف خلال الألعاب الأولمبية بباريس أو عبر تسليط الضوء على الدعم الشعبي الجزائري لها. وظهر أيضا هدف توجيهي ضمنا، من خلال التلميح إلى المواقف الصحيحة أو الوطنية التي ينبغي اتخاذها

(توجيه الملائمة إيمان خليف للتركيز على المسابقات و الإبتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي).

قناة: BBC NEWS ركزت أيضا بشكل أساسي على الهدف الإعلامي/الإخباري، من خلال تقديم تغطية تلتزم بالسرد الوقائي، خاصة عند التعامل مع تغريدات الشخصيات العامة وهذا يتوافق مع أهداف النشرات الإخبارية العادية التي تسعى لتقديم المعلومات والأخبار الجديدة للجمهور، وبرزت أيضا الأهداف التأثيرية عند طرح التساؤلات حول الجدل الجندي وذلك لإبراز أهمية الخبر وما يرافقه من ردود أفعال قد تكون في بعض الأحيان مثيرة ويمكنها أن تساهم في صناعة مشهد آخر أو صناعة قرارات مهمة<sup>1</sup>. واعتمدت القناة على مقاربة توجيهية من خلال طريقة عرض الحقائق بالصورة النمطية للرياضيات ما يكشف عن توجهها لتأطير النقاش العام وتوجيه الجمهور نحو قراءات أو مواقف معينة من القضية.

## 8.2 فئة الاتجاه:



الشكل 14: فئة الإتجاه أو موقف القنوات محل الدراسة اتجاه التغريدات حول إيمان خليف

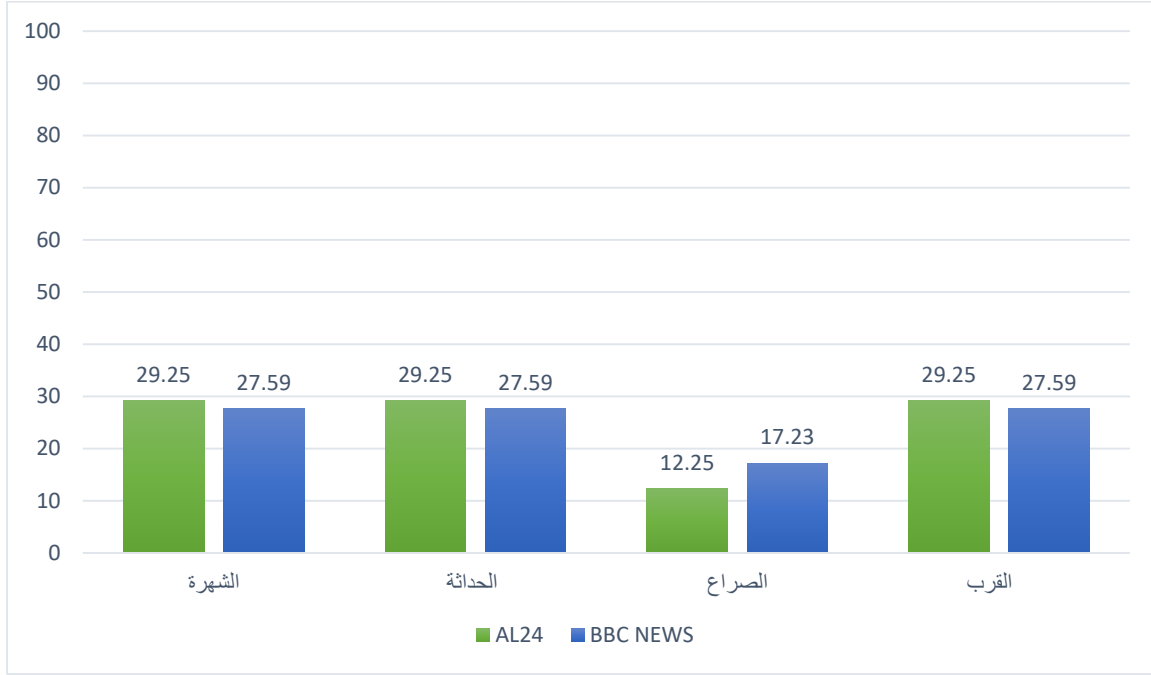
<sup>1</sup> نوال بومشطة، مرجع سابق، ص 121

من خلال تحليل فئة الاتجاه أو الموقف الذي تبنته قناتا AL 24 و BBC NEWS تجاه التغريدات المتعلقة بالملاكمة الجزائرية إيمان خليف، يتضح أن المعالجة الإعلامية اتسمت بطابع سلبي واضح، خاصة في تغطية قناة AL 24، التي لم تبد أي حياد أو موقف إيجابي، بل جاءت جميع تغطياتها ضمن سياق سلبي، يتماهى مع خطاب الانتقاد أو الإدانة الموجه ضد الجهات أو الشخصيات العامة التي شككت في إيمان خليف أو زجت باسمها في سجالات سياسية وأيديولوجية. هذا الاتجاه السلبي في AL 24 يظهر انحيازاً ضمنياً في الخط التحريري للقناة، قد يفهم على أنه شكل من أشكال الدفاع غير المباشر عن صورة الملاكمة، من خلال تحميل التغريدات المضادة طابعاً عدائياً أو مجحفاً، دون منحها مساحة متكافئة للعرض أو التحليل الموضوعي. ويمكن تفسير ذلك بارتباط القناة بالسياق الوطني والسياسي الجزائري، حيث تتقاطع القضية مع حساسية الهوية والتمثيل الرياضي الدولي.<sup>1</sup>

أما في قناة BBC NEWS، فقد ظهر اتجاه أكثر توازناً نسبياً، إذ توزعت المواقف بين سلبي (62.5%) وحيادي (37.5%). وقد يشير هذا التوزيع إلى محاولة الحفاظ على مسافة مهنية من الجدل، التي تفضل تقديم الرأي والرأي الآخر، حتى عند تغطية محتوى تفاعلي كالتغريدات.

<sup>1</sup> زكريا بن هياج، مقابلة شخصية

## 9.2 فئة القيم الخبرية:



الشكل 15: فئة القيم الخبرية المتعلقة بقنوات محل الدراسة فيما يخص تغطية التغريدات

## حول إيمان خليف

انطلاقاً من خصائص الخبر الرياضي وما يتطلبه من معايير دقيقة للنشر، يتبين من تحليل التغطية الإعلامية لتغريدات الشخصيات العامة حول الملاكمة الجزائرية إيمان خليف أن القيم الخبرية مثل الشهرة، الحادثة، القرب، والصراع شكلت مرتكزا أساسيا في بناء المادة الإعلامية على قناتي AL 24 و BBC NEWS، ما يعكس التزاما واضحا بالمعايير المهنية التي تحدد مدى أهمية الخبر وصلاحيته للنشر.<sup>1</sup>

فقد جاء التركيز على الشهرة من خلال استحضار تغريدات شخصيات عامة ذات وزن سياسي أو اقتصادي عالمي، مثل دونالد ترامب وإيلون ماسك، فالاعتماد على أسماء ذات وزن إعلامي يعزز من جاذبية المحتوى للجمهور، ويمنح الخبر قيمة إضافية بفضل وزن المتحدث.<sup>2</sup> كما أن الحادثة كانت حاضرة من خلال مواكبة القنوات للتطورات الآنية للقضية وتفاعلاتها

<sup>1</sup> محمد بوراس، مرجع سابق، ص 31

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 32

الرقمية، خاصة عند وقوع تطورات جديدة في قضية إيمان خليف. التغطيات عكست حرص القناتين على تقديم المحتوى في سياق زمني متزامن مع الأحداث.

أما القرب، فقد تجلّى في تركيز القناتين على البعد الإقليمي أو الهوياتي للخبر عند الحديث عن شخصية مثل إيمان خليف، التي تمثل رمزا وطنيا في الجزائر و العالم العربي.

وظهرت قيمة الصراع في بعض التغطيات التي سلطت الضوء على الخلاف المؤسسي بين اللجنة الأولمبية الدولية والاتحاد الدولي للملاكمة، أو في الجدل المرتبط بمواقف شخصيات سياسية تجاه مشاركة إيمان خليف.

## (2) النتائج العامة للدراسة:

بعد التحليل المعمق لدراستنا، تمكننا من الوصول للنتائج التالية:

### أولا. النتائج الخاصة بتحليل فئة الشكل:

1\_ بالنسبة لفئة شكل الفنون الصحفية وجدنا أن قناة AL24 اعتمدت في تغطيتها لتغريدات الشخصيات العامة على التنوع في الأشكال الخبرية، ظهرت الأخبار، التقارير، والمقابلات بشكل بارز، كما اعتمدت على برامج الحوار والنقاشات الهاتفية حيث أثرت المضمون الإخباري وجعلت منه قضية دولية ذات أهمية بالغة. أما قناة BBC NEWS، فقد كانت تغطياتها أكثر تمحورا حول التقارير التحليلية الإخبارية، ولم تكن هناك مساحة كبيرة للفنون الصحفية الأخرى مثل الحوارات أو البرامج التفاعلية، مما يجعل تغطيتها تبدو أكثر رسمية وتحليلية.

2\_ تعددت المدة الزمنية للمواد المقدمة من قبل القناتين. قناة AL24، كما أظهرت النتائج، كانت تميل إلى تقديم مواد قصيرة ومتوسطة الطول، لتسهيل الوصول إلى المعلومات وتقديمها بسرعة ومرونة أكبر. على النقيض، قناة BBC NEWS كانت تميل إلى تقديم تقارير أطول وأكثر تفصيلا، ما يعكس توجهها نحو التحليل المعمق.

3\_ أظهرت قناة AL24 تنوعا في أساليب تقديم المحتوى، حيث مزجت بين التعليق الصوتي المصاحب بالصورة إلى الحوارات المباشرة مع ضيوف، في خطوة تهدف لتقديم تغطية شاملة

تواكب تفاعلات الرأي العام. كما أن إدراج الضيوف والمحللين أضفى بعدا تفسيريا ونقاشيا، يؤكد محاولة القناة تمثيل القضية إعلاميا بشكل متكامل. بالمقابل، اعتمدت قناة BBC NEWS نمطا ارتكز بشكل رئيسي على المذيع والمادة الفيلمية يدل على التوجه نحو تقديم المعلومات بأسلوب مباشر وموضوعي بعيدا عن التفاعل أو التعدد في طرق العرض.

4\_ استخدمت القناتان العربية كلغة أساسية في تغطيتهما نظرا لتوجههما نحو جمهور ناطق بالعربية لكن AL24 دمجت لغات أخرى كوسيلة لتدويل القضية، بينما حافظت BBC NEWS على العربية فقط انسجاما مع توجهها التحريري العربي.

### ثانيا. نتائج الخاصة بتحليل فئة المضمون:

1\_ إيمان خليف كانت الشخصية الأبرز في تغطية القناتين، باعتبار أن القضية تتمحور حولها. ركزت BBC NEWS أكثر على تغريدات الشخصيات العالمية، في توجه نحو قراءة الحدث ضمن سياقه الدولي، بينما حافظت AL24 على الطابع الوطني للتغطية، مع إبراز خليف كمحور رئيسي. كما ساهمت فئة شخصيات أخرى في إثراء التغطية بتعدد الأصوات والتحليلات.

2\_ أظهرت التغطية الإعلامية أن اللجنة الأولمبية الدولية والاتحاد الدولي للملاكمة كانا فاعلين مركزيين، مع اختلاف مواقفهما من قضية إيمان خليف. BBC NEWS ركزت على اللجنة الأولمبية كمصدر موثوق، في حين أبرزت AL24 اللجنة الأولمبية الدولية كداعمة لموقف الجزائر ضد الجدل القائم على إيمان خليف.

3\_ اعتمدت القناتان على الصحفيين والمراسلين بشكل رئيسي في تقاريرهما، مع إضافة مصادر رسمية من المنظمات و الهيئات الرسمية لدعم المواقف المتبناة.

4\_ هيمنت الموضوعات السياسية والمؤسسية على التغطية بما يتعلق بمواقف الهيئات الدولية من مشاركة خليف، وتقاطع القضية مع نقاشات الهوية الجندرية وخطابات اليمين المتطرف. تلا ذلك التركيز على الأداء الرياضي، وتغريدات الشخصيات العامة كأدوات رمزية، ثم التفاعل الجماهيري الذي نقل نبض الشارع الرقمي والرياضي.

5\_ قناة AL24 اعتمدت كلياً على أسلوب التلميح عند معالجة تغريدات الشخصيات العامة، متجنباً التناول المباشر وهذا لحرصها على عدم الترويج لأجندات خارجية. في المقابل، أظهرت BBC NEWS تنوعاً في المعالجة، بمزجها بين التلميح والتناول الصريح يدل على رغبتها في تقديم قراءة أعمق للتغريدات ذات البعد السياسي والرمزي.

6\_ أظهرت الدراسة وجود تباين لغوي واضح بين AL24 وBBC NEWS، حيث لجأت AL24 إلى عبارات مشحونة مثل "حملة شرسة" و"صراع سياسي" تظهر تضامناً واضحاً مع إيمان خليف وسعياً لحمايتها من الجدل الهوياتي. في حين ركزت BBC NEWS على مصطلح "التشكيك في الهوية الجندرية"، ما يعكس تناولاً تحليلياً أكثر يتماشى مع نقاشات الهوية والجندر في السياق الغربي.

7\_ قناة AL24 استخدمت أساليب إقناعية عاطفية عبر لغة مشحونة وصور رمزية لدعم إيمان خليف، مع تعزيز موقفها بالاستشهادات والتكرار. أما BBC NEWS، فاعتمدت أسلوباً ركز على عرض الوقائع بسرد متوازن.

8\_ ركزت قناة AL24 على إطار الضحية والصراع، مبرزة مظلومية إيمان خليف وربط الجدل بخلفيات سياسية وأيديولوجية، مع إبراز إنجازاتها الرياضية. أما قناة BBC NEWS، فمالت إلى إطار الصراع المؤسسي، وحضور محدود لإطار الضحية والإنجاز، واستخدام جزئي لإطار التسييس عند تناول تغريدات ذات طابع سياسي.

9\_ أكثر الأهداف التي تسعى قناة AL24 لتحقيقها هي الأبعاد الإخبارية والتأثيرية مع تعزيز التعاطف الوطني والتشجيع على دعم إيمان خليف. أما قناة BBC NEWS، فقد تمسكت بالهدف الإخباري الواقعي وطرحت الأبعاد التأثيرية للجدل الجندري.

10\_ تبنت قناة AL24 موقفاً سلبياً تجاه التغريدات المتعلقة بإيمان خليف مما يدل على انحياز ضمني في الخط التحريري للقناة. أما قناة BBC NEWS فقد موافقها بين السلبية والحيادية، مما يظهر محاولتها في الحفاظ على مسافة مهنية وتقديم وجهات نظر متعددة في تغطية القضية.

11\_ أبرز القيم التي اعتمدها قناتي AL 24 و BBC NEWS هي الشهرة، الحداثة، القرب، والصراع لبناء محتوى إعلامي يتماشى مع المعايير المهنية ويعزز جاذبية الخبر.

### (3) نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى: تختلف قناتا AL24 و BBC NEWS في طبيعة المحتوى وأسلوب التقديم المستخدم في تغطية تغريدات الشخصيات العامة، بما يعكس تباينا في التوجهات الإعلامية والمهنية لكل منهما. بينت نتائج الدراسة أن هذا التباين موجود بالفعل، حيث اعتمدت قناة AL24 على تنوع الفنون الصحفية (أخبار، تقارير، مقابلات، برامج حوارية)، كما اعتمدت أساليب تقديم مختلفة تجمع بين التعليق الصوتي، الصور، والمداخلات مع الضيوف، في حين ركزت قناة BBC NEWS على التقارير التحليلية الطويلة والمذيع الرسمي دون تفاعل مباشر. هذا التنوع من جهة، والرسمية من جهة أخرى، يعكس اختلافاً جوهرياً في التوجه المهني والخط التحريري، ما يؤكد صحة هذه الفرضية.

الفرضية الثانية: تعكس اللغة المستخدمة في تغطية كل من القناتين (العربية، الإنجليزية، الفرنسية) اختلافاً في الجمهور المستهدف والسياسات التحريرية المعتمدة. تأكدت الفرضية جزئياً. فقد استخدمت القناتان اللغة العربية بشكل أساسي في تغطيتهما، مما يدل على توجه مشترك نحو الجمهور العربي. غير أن قناة AL24 دمجت لغات أخرى كالفرنسية والإنجليزية لتدويل القضية وتعزيز بعدها الدولي، بخلاف BBC NEWS التي التزمت بالعربية انسجاماً مع نسختها الموجهة للعالم العربي. وبالتالي، فإن التباين في استخدام اللغة موجود، لكنه لا يعد اختلافاً جذرياً في التوجه العام، وإنما اختلاف في الاستراتيجية التحريرية في توسيع النطاق الخطابي.

الفرضية الثالثة: تبرز كل قناة موضوعات وأطرا إعلامية معينة في تناولها لتغريدات دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني، بما يخدم سرديتها الإخبارية ويؤطر قضية إيمان خليف. أكدت نتائج التحليل صحتها. فقد أظهرت الدراسة أن قناة AL24 تبنت إطار الضحية والصراع، وسعت إلى تأطير القضية ضمن سياق وطني عاطفي، يبرز مظلومية إيمان خليف

ويعزز التضامن معها. في المقابل، سعت BBC NEWS إلى تأطير القضية من منظور صراع مؤسسي دولي، وركزت على الجدل المرتبط بالهوية الجندرية وتغريدات الشخصيات العامة، ضمن تحليل متزن.

**الفرضية الرابعة:** تختلف مواقف قناتي BBC NEWS و AL24 تجاه تغريدات دونالد ترامب وإيلون ماسك، بحيث تميل AL24 إلى اتخاذ موقف ناقد أو مدافع عن صورة الرياضية الجزائرية، بينما تتعامل BBC NEWS مع التغريدات من منظور تحليلي أو محايد. تأكدت هذه الفرضية بدقة، إذ بينت الدراسة أن AL24 تجنبت تناول المباشر واستخدمت التلميح لتعبر عن رفضها لمضامين التغريدات، مسلطة الضوء على الطابع السياسي للهجمة ضد خليف، فيما قدمت BBC NEWS تحليلاً متزناً يتناول أبعاد التغريدات السياسية والجندرية، مما يعكس محاولة للموازنة والحياد في تغطيتها الإعلامية.

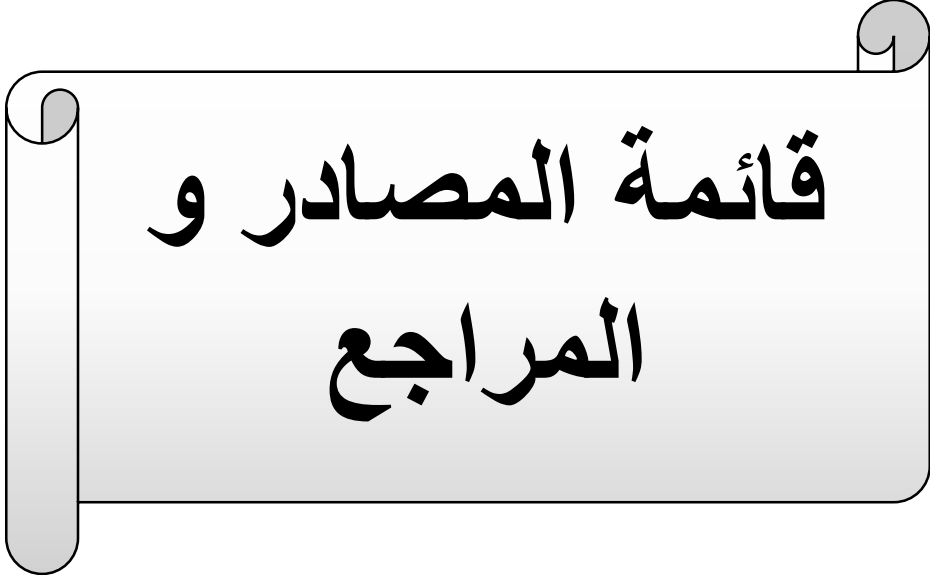
### الخاتمة:

في نهاية دراستنا، نستنتج أن التفاعل بين الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي أصبح من السمات البارزة في المشهد الإعلامي المعاصر، حيث لم تعد المنصات الرقمية مجرد وسائل للتعبير الفردي، بل تحولت إلى مصادر مؤثرة في تشكيل أجندات الإعلام وتوجيه اهتمامه. و أن القضايا المثيرة للجدل التي يتم تداولها عبر شبكات التواصل خاصة حين ترتبط بشخصيات عامة أو أحداث رياضية كبرى قادرة على تحفيز تغطيات إعلامية واسعة وتحليل مضمونها وفق أطر تحريرية مختلفة.

حاولنا في دراستنا مناقشة كيفية تناول وسائل الإعلام التقليدية للتفاعلات الرقمية التي تنشأ من تغريدات الشخصيات العامة، خاصة عندما ترتبط بقضايا رياضية ذات بعد جدلي، كما هو الحال في قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024. وقد ركزنا على تحليل أطر التغطية الإعلامية في قناتي BBC NEWS و AL24، بهدف فهم الفروقات في المعالجة، ومدى تأثير التناول الإعلامي بالتفاعلات الرقمية وال جماهيرية عبر منصات التواصل. وأظهرت الدراسة أن الإعلام التقليدي، ممثلا في قناتي BBC NEWS و AL24، لا يتعامل مع المحتوى الرقمي كمصدر ثانوي، بل يدمجه ضمن معالجاته التحريرية، مع اختلاف واضح في طريقة التناول، واللغة المستخدمة، والزوايا المعتمدة في تغطية الموضوعات المثيرة للجدل. وهذا التباين يعكس الخلفيات الثقافية والسياسية لكل وسيلة، كما أكدت الدراسة أن تغريدات الشخصيات العامة لم تكن مجرد تعليقات عابرة، بل مثلت محفزا لتحريك التغطية الإعلامية، وأسهمت في بلورة تصورات جماهيرية متباينة حول القضية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الإعلام لا يكتفي بنقل التغريدات وإنما يعيد إنتاجها ضمن سياقات أيديولوجية وتحريرية مختلفة ما يؤكد دور الوسيط الإعلامي في صناعة المعنى وتوجيه الرأي العام. كما أبرزت كيف يمكن للتفاعل بين الإعلام التقليدي والجديد أن يعيد تشكيل أولويات التغطية، خاصة في القضايا المثيرة للجدل ذات الأبعاد السياسية والرياضية.

وفي المجمل، تتخرط دراستنا ضمن إطار البحث المتواصل لفهم طبيعة العلاقة المعقدة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، و تفتح المجال أمام أبحاث مستقبلية أوسع تعنى بفهم العلاقة المتشابكة بين الإعلام، الرأي العام، والفضاء الرقمي، خاصة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم في مجال الاتصال والمعلومات. وتؤكد الدراسة في هذا السياق الحاجة إلى مزيد من الأبحاث التي تستكشف كيفية تفاعل وسائل الإعلام مع المحتوى الرقمي الذي تنتجه الشخصيات العامة، في ظل التصاعد المتزايد لتأثير الإعلام الجديد على تشكيل أجندة الأخبار والتصورات الجماهيرية.



# قائمة المصادر و المراجع

## باللغة العربية:

### 1. القواميس:

\_ ابن منظور، لسان العرب، ط 2، دار المعارف، 2016.

\_ ابو العزم عبد الغني، معجم الغني، ط1، مؤسسة الغني للنشر ، الرباط، المغرب، 2013.

\_ أحمد عابد وآخرون، المعجم العربي الأساسي المنطة العربية لتربية و الثقافة و العلوم، 2003.

\_ حسب الله محمد أحمد وآخرون، لسان العرب، ابن منظور، المجلد 1، دار المعارف، القاهرة، مصر.

\_ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر ، 2004.

\_ مختار عمر أحمد وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصر ، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2008 .

### 2. الكتب:

\_ احدادن زهير ، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ط 5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014.

\_ المشهداني سعد سلمان ، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2019، ص .

\_ انجرس موريس ، تر: بوزيد صحراوي و آخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط 2، دار القصة للنشر والتوزيع، 2006.

- أنمار وحيد فيضي ، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2016 .

\_ تمار يوسف ، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج - كوم، الجزائر، 2007.

\_ حسونة نسرين، نظريات الاعلام و الاتصال، شبكة الالوكة للنشر و التوزيع، 2015.

\_ حمدي محمد الفاتح ، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة

إعداد البحوث، ط1، دار الحامد، عمان، الاردن، 2019.

\_دليو فضيل، مدخل الى منهجية البحث العلمي، طبعة الكترونية، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، الجزائر، 2024 .

\_خالد طحطح، الحدث ووسائل الإعلام، كتاب المجلة العربية، الرياض، السعودية، 2017.

\_عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار و مكتبة الهلال، 2009.

\_عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب ، القاهرة، مصر، 2004.

\_علي العبد عاطف، الرأي العام و طرق قياسه، الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، مصر، 2006.

\_قدثراحي عامر، وآخرون، مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2009.

\_مكاوي حسن عماد ، ليلي حسين السيد، نظريات الاتصال المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية ، مصر 200 .

### 3. الرسائل و الأطروحات الجامعية:

\_العتيبي محمد سميح ، المعالجة الصحفية للقضايا الرياضية في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام ، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، السعودية، 2018.

\_العروسي هاجر ،التناول الإعلامي التلفزيوني للنشاط الجمعي في الجزائر\_دراسة تحليلية مقارنة لنشرة الأخبار الرئيسية في " القناة الثالثة للتلفزيون الجزائري العمومي ". وقناة" الجزائرية وان "الخاصة خلال سنة 2018، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، قسم الاعلام، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2019.

\_آيت عبد الله صبرينة ، التغطية الإعلامية للأحداث العربية في وكالات الأنباء الأجنبية (رويترز البريطانية، وكالة الأنباء الفرنسية، أسوشييتد برس الأمريكية، ايتار تاس الروسية) دراسة مقارنة الأحداث في سوريا نموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر، 2020.

\_بوراس محمد ، أساليب معالجة الصحافة الرياضية الجزائرية لقضايا الرياضة وانعكاسها علي الأداء المهني دراسة تحليلية مقارنة للجرائد الرياضية (الهداف، الخبر الرياضي، الشباك)،

أطروحة مقدمة لنيل الدكتوراه في العلوم مقدمة في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية  
،معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر3، الجزائر، سنة2015.

\_حمد علي معاوية محمد ، تناول الاعلام الالكتروني لقضايا الفساد الاداري و المالي، رسالة  
ماجستير منشورة على <http://www.edu.jo.com> تاريخ الزيارة:2025/03/24، 11:40.  
\_زواوي الحاج سعد ،اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة: دراسة ميدانية  
على عينة من الجمهور في ولاية ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، قسم  
العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر ،بسكرة ، 2013.  
\_شيف إيمان ، زبيري نادية ، المعالجة الإعلامية لقضية اللاجئين السوريين في ألمانيا  
(دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة وسما السورية)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم  
الإعلام و الاتصال، كلية الانسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، الجزائر،  
2019.

\_فنور بسمة ،المعالجة الاعلامية للاخبار في التلفزيون الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل درجة  
دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، قسم اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الاعلام  
والاتصال و السمعي البصري، جامعة قسنطينة، الجزائر،2016.  
-لمام فتيحة ، المعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي في الفضائيات الأجنبية الموجهة  
باللغة العربية فرانس 24 ، البي بي سي والحررة نموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه  
علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام و الإتصال، جامعة  
الجزائر3، الجزائر، 2018.

#### 4. المجالات و الدوريات:

\_الحازمي مبارك بن واصل ، إشكالية العلاقة بني الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي،  
المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي: مسارات للتكامل  
والمنافسة)،المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 04، العدد، 77، القاهرة، مصر، أكتوبر  
2021.

\_الفروخ محمود فتحي ، العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي  
من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، المجلة العربية للعلوم

ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 03، غزة، فلسطين، مارس 2022 .

\_المشهداني سعد سلمان ،المعالجة الإخبارية في وسائل الاعلام والنظريات الإعلامية المفسرة لها، مجلة آداب الفا رهيدي، المجلد 15، العدد 53، قسم الصحافة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية، بغداد، العراق، مارس 2023.

\_ أمناكي عبد الكريم ، الشعبوية في الرياضة و الترفيه و الثقافة الشعبية، مجلة سياسات عربية، المجلد 10، العدد 57، معهد الدوحة للدراسات العليا، قطر ، جويلية 2022.

\_يسنت مراد فهمي ، تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب (YouTube) وتأثيره في مستوى الثقة في الشخصيات العامة.، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المجلد 2017، العدد 12، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر، 2017.

بوعزيز بوبكر ، مصادر الخبر الصحفي: من وكالة الأنباء إلى الفيس بوك، مجلة آفاق للعلوم، العدد 07، جامعة الجلفة، الجزائر، مارس 2017.

\_بومشطة نوال ، توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة لفضائية - دراسة تحليلية لبرنامج "نشرتكم" -" ، مجلة دراسات المجلد 10 ، العدد 02 ، جامعة أم البواقي، الجزائر، ديسمبر 2021.

\_تامي نصيرة ، التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات، مجلة معارف، المجلد 17، العدد 1، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، جوان 2022.

\_جاويش خالد شاكر ، كيف يستخدم الفنانون العرب المشاهير وسائل التواصل الاجتماعي في الوسم الذاتي: تحليل مضمون الاستراتيجيات التقديم الذاتي على انستجرام، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، العدد 09، جامعة القاهرة، مصر، 2022.

\_زهرآوي مريم ، تحليل المضمون: نموذج تطبيقي، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 01، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة ، الجزائر، جوان 2020.

\_سامح كمال عبد القادر ، أولويات القضايا الرياضية في صحيفة اليوم السابع المصرية المطبوعة والإلكترونية: دراسة مقارنة ، المعالجة العلمية للبحوث و الدراسات في التربية

الرياضية، المجلد 46، العدد 46، كلية التربية الرياضية، جامعة بورسعيد، مصر، ديسمبر 2023 .

\_سعيدون ليليا ، تطور بحوث الاعلام والاتصال في البيئة الرقمية وأبرز اتجاهاتها النظرية الحديثة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 02، مخبر دراسات وأبحاث في الإتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، جوان 2023 .

قعيد لطيفة ، دور الصحافة الرياضية في تكوين الرأي العام الرياضي، مجلة العلوم الإجتماعية، المجلد 14، العدد 01، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، مارس 2020.

طفاني زكريا ، قراءة في تجاذبات العلاقة بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد،مجلة معالم للدراسات الاعلامية و الاتصالية،المجلد 03،العدد02، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، جوان 2021.

\_عدوي عبد الله محمود ، التحولات في تشكيل الرأي العام في ضوء ملكية وسائل الاتصال الرقمية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد09، العدد،02، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2022.

\_قاسمي فيصل ،سمير بن سايح، دور الاعلام الرياضي في التأثير على وجهات نظر المجتمع الرياضي، مجلة الابداع الرياضي، المجلد 04، العدد 03، جامعة سوق أهراس، الجزائر، 2013.

\_ كرور زهير ، قراءة تحليلية للأحداث الإعلامية: بين الأحداث المنقولة والأحداث المصنوعة، مجلة المعيار، مجلد24، عدد 52،جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3 ، الجزائر، 2020 .

\_محمد إبراهيم السيد ياسمين ، تأثيري متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي لدى المراهقين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 18، العدد 03، جولية 2019 .

\_محمد عبد المنعم توفيق ميمي ، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة و التأثير) ،مجلة كلية التربية، العدد 24 ، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 2018.

\_نجاعي سامية ، جفافة داود ، عوامل انتقاء الأخبار الصحفية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة-دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية الجزائرية (الخبر ،النهار والشروق ) نموذجاً، حوليات جامعة الجزائر1،المجلد 35،العدد02،الجزائر، 2021.

## باللغة الأجنبية:

\_Balci Emre, Tiryaki Salih, Karakuş Melis, Exploring the Transformation of Opinion Leaders from a Traditional to a Digital Mindset, International Journal of Organizational Leadership , vol 11 , Special Issue, Turkey, 2022.

\_Binder Amy, Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age (review), Social Forces, Oxford University Press, England, 2019 .

- Bruns Axel, Producers: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation, Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition, Media and Communication Creative Industries Faculty ,Queensland University of Technology, Australia, 2007.

- Citra Anathisia, Maintaining the good image of a public figure through the use of reputation marketing, journal Ilmu komunikasi, Vol 01, N 01, Communication Studies, School of Humanities, Jababeka education park, Indonesia, April 2018.

<sup>1</sup> - Daniel DAYAN, and KATZ, Elihu, Media Event: The Live Broadcasting of History, Cambridge, Harvard University Press, 1992.

- Dunleavy Brian P., THE USE OF TWITTER AS A NEWS SOURCE IN SPORTS REPORTING, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Arts, Faculty of the Graduate School University of Missouri, United State, December 2014.

- Huang Yanchuan, Discussion on the Influence of Public Figures in the Dissemination of Public Service Advertising, International Conference on Arts, Design and Contemporary Education, Atlantis Press, Yantai Nanshan University Longkou, Shandong, China, 2015.

- Marwick Alice, boyd danah, To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, vol 17, N 02, United State, May 2011.

- Robert, M.Entman, Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, Journal of Communication, Vol 43, N 04, Northwestern University,united state, December 1993 .

- Shelton Amiee, Hit or Miss? The Impact on a Public Figure from one News Item, Quarterly Review of Business Disciplines, Vol 1, N 1, Caitlin Fisher, Roger Williams University, United State, May 2014.

## • المواقع الإلكترونية:

\_ الجزيرة نت، ماسك: الذكاء الاصطناعي أكبر خطر يهدد الحضارة، 2017، على موقع:  
<https://www.aljazeera.net/tech/2017/7/17/%D9%85%D8%A7%D8%B3%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%A3%D9%83%D8%A8%D8%B1-%D8%AE%D8%B7%D8%B1-%D9%8A%D9%87%D8%AF%D8%AF>  
تاريخ

الزيارة: 2025/03/20 على 20:45

\_ الجزيرة نت، موقع "إكس" (تويتر).. العصفور الأزرق الذي استحوذ عليه إيلون ماسك، 2024،  
على الموقع: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia> ، تاريخ الزيارة :  
2025/04/02 على 20:50

\_ الغد، قبل فيسبوك.. ما هي منصات التواصل التي كانت متداولة؟، فيفري 2024، على الموقع:  
<https://alghad.com/story/1606209> تاريخ الزيارة: 2025/04/08 على 11:11  
\_ علي زلب عبد الله، مدخل الى الاعلام الجديد، المرجع الالكتروني للمعلوماتية، 2023 على  
الموقع : <https://almerja.com/reading.php?idm=200382> تاريخ الزيارة:  
2025/04/02 على 12:13.

\_ <sup>1</sup> قناة الجزائر الدولية، <https://www.al24news.com/ar/about-us> تاريخ

الزيارة : 2025/05/15 على 21:50.

\_ موقع X (التويتر) على الموقع: <https://help.x.com/ar/using-x/types-of-posts>  
تاريخ الزيارة: 2025/03/22 على 20:30.

\_ يحيى آية، فرص ومخاطر دمج مؤثري التواصل الاجتماعي في الإعلام التقليدي، المستقبل  
للأبحاث و الدراسات المتقدمة، 2025، على موقع: [https://futureuae.com/ar-](https://futureuae.com/ar-AE/Mainpage/Item/9976)  
تاريخ الزيارة: 2025/04/02 على 20:50.



الملاحق

## الملحق (1): دليل إستمارة تحليل المضمون:

المدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الاعلام

### استمارة تحليل المضمون:

تقدم هذه الاستمارة في اطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام تخصص صحافة و اتصال رياضي بعنوان : **التناول الاعلامي لتغريدات الشخصيات العامة على منصة X حول القضايا الرياضية:**

دراسة تحليلية لتغطية قناتي AL24 و BBC NEWS لتغريدات دونالد ترامب و ايلون ماسك و جورجيا ميلوني حول الملاكم

ة ايمان خليف خلال الالعاب الاولمبية باريس 2024 . الاستمارة تتعلق بتحليل محتوى عينة قصدية من المواد الاعلامية المنشورة على منصتي AL24 و BBC NEWS خلال فترة الالعاب الاولمبية من 26 جويلية الى 11 أوت 2024 .

تعتمد هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون باعتباره أحد المناهج الكمية والكيفية المعتمدة في البحوث الإعلامية بالاعتماد على أدواته و هي استمارة تحليل المضمون. لذلك نطلب من سياتكم:

التمعن في لاستمارة و الاطلاع على دليلها.

تحت اشراف:

د. حمزة فندوشي

من اعداد الطالبة :

هاجر بولزرق

السنة الجامعية:

2025\_2024

## المحور الاول: فئة الشكل (كيف قيل؟)

1. اسم القناة الإعلامية:  BBC  Al 24

2. نوع المحتوى:

خبر

تقرير

نقاشات عبر الهاتف

مقابلة

3. مدة الفيديو:

قصيرة (أقل من 2 دقائق)

متوسطة (3 – 5 دقائق)

طويلة (أكثر من 5 دقائق)

4. شكل التقديم:

مذيع أمام الكاميرا

تعليق صوتي فقط مع صور أو لقطات

مقاطع من تغريدات تظهر بصرياً

مداخلات من ضيوف أو محللين

5. اللغة المستخدمة في العرض:

اللغة العربية

الانجليزية

الفرنسية

## المحور الثاني: فئة المضمون (ماذا قيل؟)

1. فئة الفاعل

(1 فئة الفاعل للشخصيات الأكثر بوروزا:

دونالد ترامب

ايلون ماسك

جورجيا ميلوني

ايمان خليف

شخصيات أخرى

(2 فئة الفاعل المتعلقة بالهيئات و المنظمات:

- اللجنة الاولمبية الدولية
- الاتحاد الدولي للملاكمة
- اللجنة الاولمبية الجزائرية

## 2. فئة المصدر:

- مراسلين و صحفيين
- بيانات الهيئات و المنظمات
- مصدر إعلامي آخر

## 3. فئة الموضوع:

1) فئة الموضوع الاكثر بروزا

- الاداء الرياضي
- تغريدة الشخصية العامة
- الجدل السياسي او المؤسسي
- التفاعل الجماهيري

2) فئة معالجة التغريدة إعلاميا:

- تم تناول التغريدة بشكل واضح و مباشر
- تم الاشارة الى مضمونها دون ذكرها نصا أو بصريا
- تم التلميح لها ضمني

## 4. فئة المصطلحات المستخدمة في توصيف التغريدات حول ايمان خليف:

- التنمر
- صراع سياسي
- حملة شرسة / غير أخلاقية
- التشكيك في الهوية الجندرية
- حملة عنصرية

## 5. فئة الاطار:

- اطار الصراع
- اطار التسييس
- اطار الانجاز
- اطار الضحية

## 6. فئة الاهداف:

اعلام و اخبار

شرح و تفسير

التقييم أو النقد

التأثير على الرأي العام

7. فئة الاتجاه أو الموقف اتجاه التغريدات:

ايجابي

سلبي

حيادي

8. فئة القيم الخبرية:

الشهرة

الحداثة

الصراع

القرب

**الملاحظات العامة:**

.....

.....

.....

.....

.....

## الملحق (2): دليل المقابلة العلمية:

تم إجراء مقابلة مع رئيس تحرير القسم الرياضي زكريا بن هباج لقناة AL 24 الكائن مقرها بمنطقة النشاطات رقم 20 ص.ب 63، سعيد حمدين، بئر مراد رايس بالجزائر العاصمة  
أسئلة المقابلة هي كالاتي :

- 1\_ كيف تلقت قناة AL24 تغريدات الشخصيات العامة مثل دونالد ترامب، إيلون ماسك، وجورجيا ميلوني بشأن قضية الملاكمة الجزائرية إيمان خليف خلال أولمبياد باريس 2024؟
- 2\_ كيف تقيمون تأثير تلك التغريدات على الرأي العام الرياضي أو على صورة الرياضيين؟
- 3\_ هل تعتقد أن التوجه التحريري للقناة يؤثر في كيفية تأطير تغريدات الشخصيات العامة؟
- 4\_ كيف ترى دور وسائل الإعلام، مثل قنواتكم، في تشكيل الرأي العام الرياضي تجاه قضايا مثيرة للجدل مثل قضية إيمان خليف؟
- 5\_ كيف توازنون بين الحياد الصحفي وضرورة إبراز مواقف وطنية في قضايا تمس رياضيين جزائريين؟

الملحق (3): عينة من تغريدات الشخصيات العامة حول إيمان خليف

  **Elon Musk**  
متابعة · @elonmusk

Absolutely

 **Riley Gaines**  
@Riley\_Gaines\_

Men don't belong in women's sports  
#IStandWithAngelaCarini

Let's get it trending 🔥



١:٢٧ م ١٠ أغسطس ٢٠٢٤

١,٨ مليون ❤️

رد  نسخ الرابط 

قراءة ٤٨,٨ ألف ردًا



Donald J. Trump



متابعة · @realDonaldTrump

WHEN WE GET KNOCKED DOWN, WE DON'T  
STAY DOWN—WE GET UP AGAIN...

FIGHT!

FIGHT!!

FIGHT!!!

[SwampTheVoteUSA.com](https://SwampTheVoteUSA.com)



١:٤٢ ص ٣٠ نوفمبر ٢٠٢٤

نسخ الرابط



رد



٢٧٠,٦ ألف



قراءة ١٠,٧ ألف ردًا



عقبة مزيان



متابعة · @okbameziane19

بدأت أبواق الغرب حملة جديدة ضد إيمان خليف، حيث أطلقوا هاشتاغ بعنوان #StandWithAngelaCarini.

■ العديد من المشاهير يشاركون في هذا الهاشتاغ، أبرزهم إيلون ماسك ورئيسة وزراء إيطاليا جيورجيا ميلوني.



“

Mi dispiace ancora di più che Angela si sia ritirata, questa non era una gara alla pari.

**Giorgia Meloni**

@FRATELLIDITALIA

الملحق (4): عينة من المواد الإعلامية التي تناولتها قنواتي AL24 و BBC

## NEWS



والد الملاكمة الجزائرية إيمان خليف يندد بحملة غير أخلاقية تستهدف ابنته

85 k vues il y a 8 m. ...plus



AL24news - قناة الجزائر ا... 629 k

S'abonner

1,1 k



Partager

Remixer

Télécharger



إيمان خليف ترد في حلبة النزال على "الأبواق الناعقة"

2 k vues il y a 8 m. ...plus



AL24news - قناة الجزائر ا... 629 k

S'abonner

99



Partager

Remixer

Télécharger



## JO2024(Boxe) | imane khelif.. Seule Contre tous

25 k vues il y a 8 m. ...plus



AL24news - قناة الجزائر ا... 629 k

S'abonner

263



Partager

Remixer

Télécharger



## IMANE KHELIF MAKES HISTORIC GOLD MEDAL WIN IN BOXING FINAL

1 k vues il y a 8 m. ...plus



AL24news - قناة الجزائر ا... 629 k

S'abonner

22



Partager

Remixer

Télécharger



## حديث الجزائر | إيمان خليف.. "لوبيات الرياضة" تواصل حملتها العنصرية على البطلة الجزائرية

6,4 k vues il y a 8 m. ...plus



AL24news - قناة الجزائر ا... 629 k

S'abonner

209



Partager



Télécharger



## إيمان خليف: الملاكمة الجزائرية تتأهل رغم التنمر

298 k vues il y a 8 m. ...plus



BBC News عربي 12,3 M



11 k

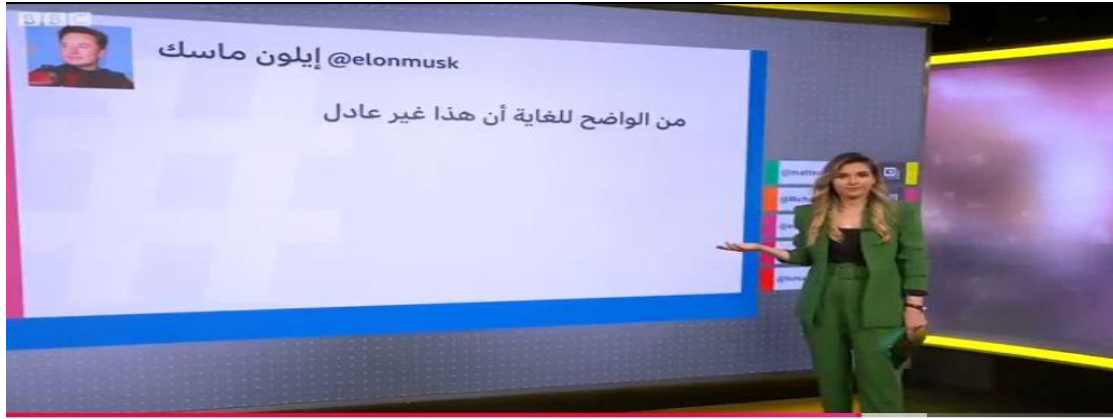


Partager



Télécharger





## إيمان خليف.. هجوم على الملاكمة الجزائرية بسبب شكوك حول نوعها الجندري

598 k vues il y a 8 m. #بي\_بي\_سي\_ترندينغ...plus



BBC News عربي 12,3 M



6,7 k |

Partager

Télécharger



## إيمان خليف: الملاكمة الجزائرية تقترب من ذهبية الأولمبياد بعد تأهلها للنهائي

295 k vues il y a 8 m. #بي\_بي\_سي\_ترندينغ...plus



BBC News عربي 12,3 M



4,2 k |

Partager

Télécharger





# الفهرس

فهرس المحتويات

أ ..... الشكر و العرفان:.....

ب ..... الإهداء:.....

ج ..... ملخص الدراسة:.....

1 ..... المقدمة.....

الاطار المنهجي

5 ..... (1) اشكالية الدراسة.....

6 ..... (2) تساؤلات الدراسة.....

7 ..... (3) فرضيات الدراسة.....

7 ..... (4) أهداف الدراسة.....

7 ..... (5) أهمية الدراسة.....

8 ..... (6) اسباب اختيار الموضوع.....

9 ..... (7) تحديد المصطلحات.....

11 ..... (8) الدراسات السابقة.....

20 ..... (9) المنهجية المتبعة.....

20 ..... 1.9 منهج الدراسة.....

22 ..... 2.9 مجتمع البحث و عينة الدراسة.....

23 ..... 3.9 المجال الزمني للدراسة.....

23 ..... 4.9 أدوات الدراسة.....

28 ..... (10) المقاربة النظرية.....

الإطار النظري

الفصل الأول: التغطية التلفزيونية و التناول الإعلامي في ظل تطورات الإعلام الجديد

34.....	تمهيد.....
34.....	المبحث الأول: التناول الاعلامي و المعالجة الاعلامية.....
34.....	1) مفهوم التناول الإعلامي و المعالجة الاعلامية:.....
34.....	1.1 تعريف المعالجة.....
34.....	2.1 تعريف الاعلام.....
35.....	3.1 تعريف المعالجة الاعلامية.....
36.....	4.1 مفهوم التناول الإعلامي.....
36.....	5.1 مفهوم التغطية الاعلامية.....
36.....	2) أشكال المعالجة الاعلامية.....
37.....	1.2 معالجة المعلومات.....
37.....	2.2 معالجة الاثارة.....
37.....	3.2 معالجات تفسيرية.....
37.....	4.2 المعالجة المتوازنة.....
38.....	5.2 معالجة القصة الخبرية الانسانية.....
38.....	6.2 المعالجة المرجعية.....
38.....	3)العوامل المؤثرة على التناول الاعلامي.....
39.....	1.3 الضغوط السياسة.....
39.....	2.3 السياسة الإعلامية للمؤسسة.....
39.....	3.3 القيم الإخبارية والأخلاقيات المهنية.....
40.....	4.3 التمويل والاستقلالية المالية.....

40	5.3 المنافسة الإعلامية.....
41	المبحث الثاني: الإعلام الجديد وتأثيره على التداول الإعلامي .....
41	(1) نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي .....
44	(2) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير طبيعة التداول الاعلامي .....
44	1.2 سرعة نشر الأخبار والتفاعل معها .....
44	2.2 التفاعل الجماهيري ودوره في تشكيل التغطية الإعلامية.....
45	3.2 تأثير الاعلام الجديد على الأجندة الاعلامية .....
45	4.2 حرية التعبير والإعلام الجديد .....
46	5.2 الاخبار الزائفة و التحديات المهنية.....
46	(3) التفاعل بين الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد.....
	<b>الفصل الثاني: الشخصيات العامة و الحدث الإعلامي و الرأي العام الرياضي</b>
50	تمهيد.....
50	المبحث الأول: الشخصيات العامة بين صناعة الحدث الإعلامي والتأثير في الرأي العام
50	(1)الشخصيات العامة و صناعة الحدث الإعلامي .....
50	1.1 مفهوم الشخصيات العامة .....
52	2.1 مفهوم الحدث الإعلامي .....
53	3.1 الشخصيات العامة كصناعة للحدث الاعلامي.....
54	(2) الشخصيات العامة في البيئة الرقمية.....
57	(3) تأثير الشخصيات العامة على الرأي العام.....
59	المبحث الثاني:العلاقة بين الإعلام والرياضة والرأي العام الرياضي.....

59	(1 دور الإعلام الرياضي في تشكيل آراء الجمهور.....
62	(2 التأثير المتبادل بين الشخصيات العامة والجمهور الرياضي عبر الإعلام:.....
	<b>الفصل الثالث: الإطار التطبيقي</b>
67	تمهيد:.....
68	بطاقة فنية لقناة AL 24.....
69	بطاقة فنية لقناة BBC ARABIC.....
70	المبحث الأول: جمع و عرض البيانات.....
71	(1 فئة الشكل: كيف قيل؟.....
75	(2. فئة المضمون : ماذا قيل؟.....
86	المبحث الثاني: تحليل الكيفي و مناقشة النتائج.....
86	(1)التحليل الكيفي.....
86	1. فئة الشكل : كيف قيل؟.....
91	2. فئة المضمون: ماذا قيل؟.....
105	(2 النتائج العامة للدراسة.....
108	(3 نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات.....
110	الخاتمة.....

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
69	الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 01
70	مدة المحتوى في القنوات المدروسة	الجدول 02
71	أسلوب تقديم الخبر للتغريدات حول إيمان خليف في القنوات محل الدراسة	الجدول 03
72	اللغة المستخدمة في العرض لتغطية التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 04
73	فئة الفاعل (الشخصيات الطبيعية) الأكثر بروزاً في تغطية القنوات محل الدراسة للتغريدات حول إيمان خليف	الجدول 05
74	فئة الفاعل المتعلقة بالهيئات والمنظمات الأكثر بروزاً في تغطية القنوات محل الدراسة للتغريدات حول إيمان خليف	الجدول 06
75	فئة مصدر المعلومة المتعلقة بالقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 07
76	فئة الموضوع الأكثر بروزاً في تغطية التغريدات حول إيمان خليف لقنوات محل الدراسة	الجدول 08
77	فئة معالجة التغريدات حول إيمان خليف إعلامياً في قنوات محل الدراسة	الجدول 09

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
78	فئة المصطلحات المستخدمة في توصيف التغريدات حول إيمان خليف في قنوات محل الدراسة	الجدول 10
79	الأسلوب الإقناعي المستخدم لقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 11
80	فئة الإطار المستخدم لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 12
81	فئة الأهداف لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 13
82	فئة الاتجاه أو موقف القنوات محل الدراسة تجاه التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 14
83	فئة القيم الخبرية المتعلقة بقنوات محل الدراسة فيما يخص تغطية التغريدات حول إيمان خليف	الجدول 15

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
84	الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة التغريدات حول إيمان خليل	الشكل 01
85	مدة المحتوى في القنوات المدروسة	الشكل 02
86	أسلوب تقديم الخبر للتغريدات حول إيمان خليل في القنوات محل الدراسة	الشكل 03
87	اللغة المستخدمة في العرض لتغطية التغريدات حول إيمان خليل	الشكل 04
89	فئة الفاعل (الشخصيات الطبيعية) الأكثر بروزاً في تغطية القنوات محل الدراسة للتغريدات حول إيمان خليل	الشكل 05
90	فئة الفاعل المتعلقة بالهيئات والمنظمات الأكثر بروزاً في تغطية القنوات محل الدراسة للتغريدات حول إيمان خليل	الشكل 06
91	فئة مصدر المعلومة المتعلقة بالقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول إيمان خليل	الشكل 07
92	فئة الموضوع الأكثر بروزاً في تغطية التغريدات حول إيمان خليل لقنوات محل الدراسة	الشكل 08
94	فئة معالجة التغريدات حول إيمان خليل إعلامياً في قنوات محل الدراسة	الشكل 09

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
95	فئة المصطلحات المستخدمة في توصيف التغريدات حول إيمان خليف في قنوات محل الدراسة	الشكل 10
96	الأسلوب الإقناعي المستخدم لقنوات محل الدراسة لتغطية التغريدات حول إيمان خليف	الشكل 11
98	فئة الإطار المستخدم لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حول إيمان خليف	الشكل 12
99	فئة الأهداف لقنوات محل الدراسة في تغطية التغريدات حول إيمان خليف	الشكل 13
100	فئة الاتجاه أو موقف القنوات محل الدراسة تجاه التغريدات حول إيمان خليف	الشكل 14
102	فئة القيم الخبرية المتعلقة بقنوات محل الدراسة فيما يخص تغطية التغريدات حول إيمان خليف	الشكل 15