

# تأهل الجزائر إلى المونديال بين المقابلة الرياضية و الحرب الاتصالية

## *Algeria in the World Cup 2010 between Sports and War Communication*

الدكتور داود جفاطة مخبر لاب سيك - أم.أس. أش باريس - فرنسا  
كلية علوم الاتصال - جامعة باريس XIII - فرنسا

### ملخص

شكلت المقابلة التأهيلية لكأس العالم 2010 رهانا قويا بالنسبة للجزائر و منافسها التقليدي مما حولها من طبيعتها الرياضية إلى «حرب إعلامية» بين الطرفين وخاصة من جانب خصم التشكيلة الجزائرية. هذا البحث هو محاولة لفهم كيفية اندماج وسائل الإعلام، وخاصة القنوات الفضائية، في الحدث الرياضي الكبير و تعاملها معه. الأمر يتعلق بتحديد الرهانات التي تقف وراء هذا التماهي الإعلامي في الرياضة، الآليات التي استخدمها و التداعيات التي خلفها في حقل الاتصال و خارجه.

### Résumé

Dans cet article, il s'agit de s'interroger sur l'implication des acteurs médiatiques lors du match qualificatif au mondial (2010) entre l'Algérie et son adversaire traditionnel. La recherche porte sur la transformation d'une rencontre sportive en une « guerre » entre deux pays dont les médias (canaux satellites concurrents) sont les premiers protagonistes. L'intérêt de ceci est de mettre en évidence les enjeux, les dispositifs et les répercussions de cette « rencontre-guerre » pour en bien comprendre l'implication des médias dans le champ sportif.

### مقدمة

أساسا اعتمده صانعو الأداء في وسائل إعلام الفريق الخصم لأن معظم ما كُتب، ما قيل و الأهم ما بُث عبر القنوات الفضائية لا يبدو أن يكون تكوينات لعناصر دعائية و تضليلية باهتة. و لهذا يمكن، و بتحفظ، اعتبارها عودة لأساليب الماضي الإعلامي البدائية التي كانت مستعملة في أوروبا التي تسعى لتخدير الجمهور أو قل هي صورة سمجة عن أداء لإعلام توليتاري أحادي النظرة يستعمل التضليل الإعلامي كإجراء يهدف إلى أقناع المتلقي، في ظرف معين كالذي تزامن مع المنافسة الرياضية، بالحقيقة التي قد يشكك فيها<sup>2</sup>. هذا التضليل

شكل اللقاء الكروي الحاسم لحساب تصفيات كأس العالم 2010 بجنوب إفريقيا رهانا قويا بالنسبة للمنتخب الجزائري نظرا لعدة اعتبارات<sup>1</sup>، و لكنه شكل، و هو الأهم من وجهة نظر أكاديمية، سجالا اتصاليا رهيبا بين وسائل الإعلام الوطنية و الدعاية المضادة من إعلام الفريق المنافس. إن محاولة دراسة المردود الاتصالي لهذا الأخير تندرج في مجال الكشف عن التقديم الإعلامي للأحداث، بناء الصورة، تركيب الحقائق و غيرها من الآليات الاتصالية المتعارف عليها عالميا و التي لم تكن

1 - من الأهمية بمكان التذكير بأن الجزائر لم تشارك في هذه التظاهرة الدولية الكبيرة (كأس العالم) منذ عام 1986 يضاف إلى ذلك سلسلة معتبرة من الإخفاقات على المستوى القاري حيث منذ آخر لقب حققه المنتخب الوطني عام 1990 (كأس إفريقيا) لم تستطع عناصر التشكيلة الوطنية تسجيل نتائج جيدة أو على الأقل مقبولة. من جانب آخر تشكل المقابلة التأهيلية لكأس العالم رهانا وطنيا يسجل عودة البلاد إلى الساحة الرياضية بعد العودة السياسية، الاقتصادية و الثقافية التي عقيبت سنوات الغياب الكلي خلال عشرية التسعينيات.

2 - يتعلق الأمر بالصعوبة التي كان يعاني منها نظام حسني مبارك في تمرير فكرة «توريث» السلطة إلى ابنه جمال مبارك. لذلك يعتبر الفوز بالمقابلة الرياضية نوعا من الانتصار المعنوي الذي يحققه ابن الرئيس و يمنحه الشرعية الضرورية للوصول إلى السلطة من خلال إهداء الفوز، الذي يفترض أن يكون صنيعته، إلى الجماهير. في هذا المجال يمكن مراجعة ملفا كاملا حول الموضوع على الموقع [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net).

للظواهر الاجتماعية، والتي تأخذ من العامل الجينيولوجي (Le facteur généalogique) أساسا للبحث في الظواهر الاتصالية كمكون من مكونات الواقع الاجتماعي المعاش (Mœglin, 1992). من هذا المنطلق يصبح التذكير بما جاء على لسان أحد منسطين<sup>4</sup> شبكة قنوات أوربت السعودية حول شهداء حرب التحرير في الجزائر مهما ذلك أن المجال الذي وردت فيه هذه العبارة أدى، علاوة على خطورتها من حيث كونها تهجم صريح على رموز مقدسة، إلى صدم الجزائريين (شعبا و رسميين) و تبعاً لذلك إلى حدوث ردود أفعال متعددة تستهجن الحادثة. الفائدة من العودة إلى هذه الواقعة هو وضع التأويل الإعلامي للمقابلة الرياضية (La représentation médiatique du fait sportif)، موضوع الدراسة، في نسقه العام (Mœglin, 1992) (La contextualisation)، الذي سيسمح فيما بعد بتفكيك الحدث الرياضي، لا كمنشأ منعزل و مجرد من أي معنى، وإنما كجزء من مسار مركب من التفاعلات الإعلامية، السياسية و طبعا الرياضية بحيث يتحدد أكثر فأكثر من خلال تزايد و تنوع أنشطة مختلف الفاعلين داخل الحقل الإعلامي و خارجه.

و بالعودة إلى التصريح الصحفي و تداعياته، يمكن تسجيل الحركة الاحتجاجية الواسعة التي ولدها في الجزائر و خاصة لدى الجمهور المتابع للقناة السعودية أوربت أين تم الاعتداء الصحفي و لكن الذي يهم أكثر هو التفاعل الإعلامي في الجزائر مع ذلك. في هذا المنحى يمكن الإشارة إلى ردود أفعال الصحافة المكتوبة الخاصة التي رأت في محتوى الكلام انزلاقا خطيرا يبين مدى جهل الكثيرين بحقيقة الثورة الجزائرية فيما ذهب أصوات أخرى إلى حد القول أن كلام صحفي أوربت يهدف إلى تشويه الحقائق، الطعن في تاريخ الدولة الجزائرية الحديثة و الاستهانة بهيبة<sup>5</sup> البلاد. المهم و على ما يبدو أن هذه الحادثة كانت شرارة النار التي أشعلت حرباً إعلامية وقودها القنوات الفضائية، الجرائد و مواقع الانترنت.

الملاحظ في بداية هذه الصراع و من خلال الأخذ و الرد الإعلامي هو بروز نقطتين ذات أهمية كبيرة. - النقطة الأولى في الشكل (Le contenant) و هي أن أصل الحرب الإعلامية هو إنتاج اتصالي خالص. معنى ذلك أن حقيقة الحدث لم يكن سياسيا، و لا اقتصاديا، و لا حتى رياضيا، بل كان صنيعاً إعلامية بحتة (تعليق تلفزيوني في غير محله). و هنا يمكن الإشارة إلى ما قاله جون لوي مسيكا من تحول الأداء التلفزيوني الإعلامي

الإعلامي يهدف إلى إقناع الجمهور بأخبار (News) غير حقيقية أو مصنعة تستعمل إراديا من أجل تغطية الحقائق (Breton, 2000) أو توجيه المتلقي نحو مصادر اهتمام أخرى لتجنب الانشغال بواقعه الأنبي. كذلك يهتم هذا البحث بدراسة تصور وسائل الإعلام الجزائرية للأحداث و كذلك الانخراط الجماهيري الواسع لمختلف فئات المجتمع الجزائري في العملية الاتصالية سواء كمتلقي أو كفاعل (Acteur) في الحدث، مثله مثل بقية المكونات المجتمعية (Composante sociale) المعنية بالمقابلة الكروية. هذه العملية هي المحرك الأساسي الذي حوّل المتابعة الجزائرية للمقابلة إلى قضية وطنية بعد أن حوّلها الطرف المنافس إلى عملية «سياسية انتخابية». المقصود من ذلك هو إظهار كيف أن الرد الجزائري المتمثل في اعتبار المباراة قضية وطنية جاء في سياق تسييس مسبق من الخصم (الطبقة السياسية، الإعلام، النخبة المثقفة، الخ) الذي كرس، لدى الجمهور، السباق إلى كأس العالم لكرة القدم كحرب قومية و ليس كمنشأ رياضي بسيط. لذلك فإن التجنّد الشعبي الجزائري في شراكة تلقائية و ضمنية مع الإعلام الخاص في الجزائر (العديد من الجرائد ذات السحب المرتفع) أدى إلى ميلاد ما يمكن اعتباره «الجمهور الاتصالي» أي أن مستعملي وسائل الإعلام (Les usagers des médias)، قراء، مستمعين أو مشاهدين تحولوا إلى مصادر إعلامية قائمة بذاتها باعتبارها تقوم بإعداد و نشر مواد إعلامية خاصة بها، عبر الانترنت<sup>3</sup>، عبر الكتابات الحائطية أو من خلال بث الأغاني الوطنية و الرياضية في المحلات التجارية و في السيارات المتجولة في الشوارع، الخ. في هذا السياق يطرح النقاش و بقوة حول الحقيقة الاجتماعية (La construction de la réalité sociale) التي يرسمها «إعلام» مستعملي وسائل الاتصال من خلال هذا الصنيع.

## 1. ما قبل المباراة المصرية

يعتبر من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن الأمر لا يتعلق أساسا بدراسة في علوم التربية البدنية و لا ببحث تاريخي حول اللقاءات بين الفريق الجزائري و خصمه و إنما بدراسة تدرج في إطار سوسيولوجيا الإعلام و لذلك فإن الاستعانة بالعناصر الكرونولوجية يأتي في سياق المنهجية المعتمدة في أبحاث علوم الإعلام و الاتصال، خاصة تلك المشتغلة على المقاربات النقدية

3 - من الصعوبة بمكان حصر المنتديات، صفحات فايس بوك، المواقع الشخصية، الخ التي انخرطت في عملية اتصالية بحتة: بث الأغاني الرياضية، صور و رسوم صحفية كاريكاتورية، نقل تصريحات الفاعلين الرياضيين، اقتباس مقتطفات من الصحافة العالمية، تسجيلات من فيديوهات القنوات الفضائية، الخ. يمكن إعطاء بعض المواقع و ليس من العسير العثور على الكثير منها مثل [www.algeriewatch.com](http://www.algeriewatch.com) و [www.algerieinfo.com](http://www.algerieinfo.com) - يتعلق الأمر بعماد الدين أديب الذي تهجّم في برنامجه على قناة أوربت على الشهداء الجزائريين. للمزيد من التفاصيل يمكن قراءة تحليلا مميّزا حول الموضوع على الموقع [www.echoroukonline.com](http://www.echoroukonline.com).

5 - في هذا الشأن يمكن مراجعة العديد من الصحف الجزائرية على غرار الخبر، الفجر، النهار الجديد، الخ. كما يمكن العودة لأهم الملخصات في الموقع [www.algeriawatch.com](http://www.algeriawatch.com).

في تحقيق النسبة الأكبر من المشاهدة. و إذا عدنا إلى طبيعة قنوات أوربت نجدها محطات تلفزيونية مدفوعة بحيث أنها تبث عبر الاشتراكات و لذلك فإن أي جذب للمتلقي حتى و لو على حساب الأخلاقيات المهنية يبقى الهدف الأهم لتحقيق موارد اقتصادية دائمة.

و لكن العجيب في الأمر و الذي لايعف إدارة القناة من المسؤولية الجزئية، هو كون التصرف الإعلامي من هذه المحطة التلفزيونية التي تأخذ من النموذج الأمريكي في صناعة الفرجة مثالا لها يدعو للغرابة ذلك أن قانون أن. أي. بي في الولايات المتحدة يدعو لأن تكون المنوعات التلفزيونية مجالاً لترقية كرامة الناس و دعم الأخوة بينهم أي سمو بقيمة الحياة الإنسانية و تقوية احترام الحقوق و الحساسيات المختلفة (Bertrand, 1999) و لا نعتقد أن ما بثته أوربت يطابق إحدى هذه المعايير حتى و لو في جانب يسير منها.

## 2. الشروق اليومي و الفضائيات : وجهها لوجه

مع تقدم الفريق الجزائري في المنافسات القارية و احتلاله المراكز الأولى في مجموعته و تقلص حظوظ الفريق الخصم، زادت حدة الحرب الإعلامية بين و سائل الاتصال في الجزائر و نظيرتها في البلد المنافس و برز في حمى القصف الإعلامي المتبادل بين الطرفين من الجانب الجزائري الأداء الملحوظ لجريدة الشروق اليومي و من الجانب الآخر ثلاثي القنوات الفضائية، دريم، الحياة و المحور<sup>7</sup>. في هذا الصراع الإعلامي يمكن رصد مجموعة مهمة من الملاحظات التي تتمحور حول الشكل من جهة و المضمون من جهة أخرى و التي يمكن أن تظهر على النحو التالي:

### 1- الشكل

• وجود خلل واضح في المجابهة بين الآليتين الاتصاليتين، الجزائرية (هنا الشروق) و المنافسة (هنا القنوات الفضائية المذكورة سلفاً). بداية، من حيث طبيعة الوسيلة في حد ذاتها، لا يمكن القول بقدره الصحافة المكتوبة على مواجهة التلفزيون كوسيلة إعلام ثقيل. أيضا يمكن ملاحظة ذات الاختلال على مسار البث، فبينما تعتمد الجريدة على التوزيع البعدي أي الاستعمال اللاحق للنص المكتوب يعتمد التلفزيون على البث الآني بمعنى التناول الحيني للمضمون السمعي البصري (Miège, 2000). من جانب آخر يمكن اعتبار توافر الإنتاج التلفزيوني في البيت و لدى المشاهد (يمكن التحكم في التدفق الإعلامي بكبسة زر) على عكس الجريدة التي تتطلب

إلى صناعة تلفزيونية اتصالية (Messika, 2006) أي أن هذه الوسيلة لم تعد تقوم بدورها التقليدي : نقل المعلومة (Data) أو بث الخبر (News) و إنما اتجهت نحو إنتاج منظومة اتصالية مركبة يكون التلفزيون فيها هو مركز الحدث و في الصدارة بحيث يتحول إلى منتج للحدث و صانع للمعلومة. و حتى تكتمل الصورة يمكن ذكر مقولة أرمان ماتلار من أن حروب الألفية الثالثة ستكون إعلامية أو لا تكون (Mattelart, 2004). و هنا يمكن الاستشهاد بنقل وقائع الغزو الأمريكي للعراق على المباشر عبر مختلف الشبكات التلفزيونية و كيف كانت الكاميرا حاضرة على المدرعات جنبا إلى جنب مع الأسلحة الرشاشة. إن البث الحي لدخول قوات المارينز إلى ساحة الفردوس وسط بغداد و إسقاط تمثال الرئيس المعتال صدام حسين لم يكن اكتساحا عسكريا فحسب و إنما صورة مركبة و معقدة عن مهمة أمريكا في المنطقة : الهيمنة و ذلك من خلال رفع علم الغزاة، من لهفة العامة للارتقاء في أحضان «الحلم الأمريكي» و غيرها. إذن، وقد لا تكون مبالغة، لو قلنا أن الاتصال في عصرنا تحول إلى حرب قد تختلف مضامينها، قد تتنوع أساليبها، قد تتعدد آلياتها و لكنها في النهاية صراع ضروس من أجل السيطرة على الآخر.

- النقطة الثانية (Le contenu) و تتعلق بموضوع الحرب الإعلامية في حد ذاته الذي لم يكن لا كرة القدم و لا أي شيء له علاقة بالرياضة، ذلك أن الكلام الذي جاءت به قناة أوربت السعودية يتعلق بموضوع تاريخي تم تناوله في سياق له علاقة بالهوية الجزائرية من حيث كونه يمس أحد الرموز الوطنية (المجاهدين). هذا التناول الإعلامي لأحد عناصر الهوية (Un Fragment de l'identité algérienne) يمكن اعتباره تسخييراً لموضوع غير رياضي و ذي حساسية شديدة للتهجم على الجزائر برمتها و تصرف مقصود مع سبق الإصرار و الترصد، كما يقول القانونيون، ذلك أن الاتصال في الألفية الثالثة غدا سلاحا رهيبا ذو حدين كما يقول أحد الصحفيين: «إذا كنت تملك قناة فضائية فأعلم أنك تجلس على قبلة نووية بإمكانك أن تفجرها في الناس أية لحظة كما يمكنك أن تستخدمها في مدهم بالكهرباء»<sup>6</sup>. إن التصرف الذي قام به منشط قناة أوربت لا يمكن النظر إليه كوجهة نظر رسمية للمحطة التلفزيونية و أبعد من ذلك القائمين على القناة و هم سعوديون على اعتبار العلاقات الجيدة التي تربط الجزائر و الرياض. إذن التفسير الوحيد لفهم ذلك هو أن الانزلاق الصحفي هو تصرف فردي قام به هذا الشخص في إطار برنامج جماهيري (Talk-show) يعتمد على الإثارة من خلال صدم المشاهد و شد انتباهه بمختلف الآليات و شتى الطرق و الهدف من ذلك أساساً يكمن

6- المقولة لعبد الرحمان الراشد و يمكن مراجعتها على الموقع <www.alarabiya.net>

7- هذا الكلام لا يعني أن وسائل الإعلام الجزائرية الأخرى لم تتناول الحدث، بل بالعكس فالجميع تناوله و لكن كل حسب خطه الافتتاحي، حسب طبيعته القانونية (خاصة أو حكومية)، الخ. جريدة الخبر مثلا، تناولته بكثير من التوازن و المهنية. التركيز على الشروق اليومي في هذا البحث يعود إلى عدة أسباب موضوعية لعل أهمها أنها أكثر وسائل الإعلام في الجزائر تعرضا للتشهير و القذف من فضائيات المنافس، أن مبيعاتها ارتفعت لتقارب مليون و نصف مليون نسخة يوميا (سابقة في الصحافة المكتوبة في الدول العربية)، الخ.

يتكلم عبرها. من هنا تفقد كلمة الخبير معناها الجوهرى و تسقط من المنظومة الاتصالية كإستراتيجية فعالة و لا يبقى منها سوى الشكل الذي لا يغني و لا يضمن من جوع.

• من جانب الشروق اليومي يمكن التأكيد على خبرتها المتنامية في مجال إقامة الحملات التضامنية و تجنيد الشخصيات الوطنية، العربية و الجماهير وراها (قافلة غزة مثلا) و هذا ما سهل لها تجنيد مختلف القوى وراها ضمن ما يمكن اعتباره قضية وطنية (الدفاع عن مختلف الرموز الجزائرية). هذا الخيار من إدارة هذه الصحيفة لا يمكن اعتباره اعتباريا أو مزاجيا و لكن يجب رؤيته كخيار إستراتيجي يتوافق بشكل جيد مع طبيعة الجزائري المعروف بسرعة انخراطه في القضايا العادلة و تجنده الواسع مع من هم في حاجة إلى التضامن، سواء دوليا (القضية الفلسطينية، مشكلة الصحراء الغربية) أو وطنيا (فياضانات باب الوادي، زلزال بومرداس). لذلك ومن باب أولى، يصح التجند من أجل قضية وطنية تجاوزت البعد الرياضي بكثير، محكا حقيقيا لقياس درجة الوطنية لدى قراء الجريدة. الملاحظ أن هذا النسق الإعلامي المنتهج من إدارة تحرير الشروق اليومي لا يعتبر سبقا صحافيا بحيث أنها تنتهج الطريقة الأوروبية الكلاسيكية في جذب الجمهور ذلك أنها حين تعتمد هذه السياسة الإعلامية كأنها تقول لقراءها أنها تفكر مثلهم و تقول مكانهم ما لا يمكنهم قوله (Brune, 1996) أو بعبارة أخرى أنها تتجسد في كل همسة و في كل كلمة يمكن أن يتفوه بها كل قراءها. ببساطة هي المرأة العاكسة لكل قارئ.

#### ب - المضمون

• من جانب المحتوى يمكن ملاحظة غياب العمل الصحافي المحترف في الأداء التلفزيوني للقنوات الفضائية المنافسة و العمل بطريقة غوغائية و مرجع ذلك لشدة المنافسة و دخول السياسة كطرف في المعادلة الإعلامية. بمعنى تأثير الفاعل السياسي في صناعة المضمون و مساندة هذا الأخير لمتطلبات الأول تقلص من احترافية الأداء و تقضي على نوعية المردود الاتصالي (Muhlmann, 2004). في هذا المجال يمكن إدراج ما قدمته الفضائيات من «بروباغندا» سيئة التركيب مثل تدخل نجل الرئيس حسني مبارك على المباشر و الذي قدمه المنشط على أنه يتناول الكلمة كمواطن و لكن في نفس الوقت يفتح له المجال التلفزيوني برمته للحديث وفق إرادته ليؤكد له أنه في خدمته و يشرّفه ذلك و هو الذي جاء ليشتم الجزائر. هذا عن الجانب المنافس. بالنسبة للجانب الجزائري<sup>8</sup> و عند أخذ يومية الشروق اليومي<sup>9</sup> أنموذجا يمكن ملاحظة غلبة الجانب العاطفي على أداءها و يرجع ذلك إلى عدة عوامل منها

الذهاب للبحث عنها عاملا في صالح القنوات الفضائية على حساب الشروق اليومي. هناك أيضا نسق استعمال الآلية التفاعلية (Le dispositif interactif) حيث يتم اللجوء من قبل الفاعلين إلى آليات متباينة فني حين تتعامل الشروق مع الانترنت (منتديات و رسائل إلكترونية) أي التفاعل غير المباشر تتعامل القنوات الفضائية بالهاتف أي التفاعل المباشر. إن هذا اللاتوازن يقدم خدمة مهمة للقنوات التلفزيونية على اعتبار عاملين أساسيين: أولها توافر أجهزة الهاتف (متحرك أو أرضي) لدى شريحة هامة من المواطنين في الدول العربية و بالتالي إمكانية الاتصال و المشاركة في البرامج الفضائية تعتبر متوافرة و بشكل جيد للكثيرين و على الهواء مباشرة. ثانيها أن لجوء اليومية الجزائرية إلى الانترنت يكتنفه نوع من الصعوبة الميدانية و هذا بالنظر إلى كون الشبكة العنكبوتية ليست جد متطورة في معظم البلدان العربية و منها الجزائر، أن التدفق السريع (Le haut débit) ليس متوافرا لدى معظم المستعملين و أن استعمال الواب كتقنية في حد ذاتها ما زال إلى حد بعيد مقتصر على فئات ضئيلة من المجتمعات العربية و أن ديمقراطية لم تتم بعد، على هذا الأساس يمكن القول أن اللجوء إلى هذه التكنولوجيا كآلية تفاعلية من طرف الشروق اليومي لم يكن خيارا موازيا لاستعمال الهاتف من قبل المنافس و ذلك له تأثير واضح من جانب حضور القراء و المتابعين الذي لم يكن لا مباشرا و لا أنيا.

• اعتماد الإعلام المنافس على إستراتيجية شخصنة الصراع باللجوء إلى جلب الشخصيات الرياضية المعروفة (لاعبون قدامى مثل شويبير) إلى شاشة التلفزيون و إعطائهم المجال لمحادثة الجمهور مباشرة من خلال شرح خطط اللعب، التعريف باللاعبين، تحليل المقابلات الكروية، الخ. إن الحضور القوي للاعب فلان أو المدرب إعلان على خريطة البث الفضائي يأتي في سياق إعطاء الكلمة للخبير أو المختص الرياضي بكل ما تحمله من ثقل المعايير الاتصالية كالمصداقية، الخبرة، الحنكة، الكفاءة، وغيرها. إن «كلمة الخبير» (La parole d'expert) تتفوق على «قناطير مقنطرة» من أحاديث الصحفي أو المنشط باعتبارها تحيل المتتبع للبرنامج إلى الخلاصة أو إلى لب الموضوع و خاصة و أنها تأتي من «الشخص المؤهل» الذي يفترض أن قوله جيد و يقوله بطريقة جيدة على حسب تعبير بيار بورديو (Bourdieu, 2004). غير أن هذه الإستراتيجية تنقلبت رأسا على عقب عندما يطل على المشاهد «كابتن» ما، حسب التعبير الصحفي هناك، و يظهر بزى العناصر الشوفيني لفرقة و يقدم أطروحات لا ترقى لأن تكون نتاجا لمختص رياضي مدرك لحقائق ميدانه و ينساق وراء السياسية الإعلامية للقناة التي

8 - يمكن مراجعة تدخل نجل الرئيس حسني مبارك صوتا و صورة من خلال مشاهدة هذا المقطع على العديد من المواقع الإلكترونية مثل WWW.alahram.org < أو > www.rtu.com <.

9 - من بين أهم العوامل التي جعلت الشروق اليومي تكون موضعا للاستشهاد في هذا البحث هو كونها تسير بخطى أكيدة نحو تكريس نفسها كإحدى أهم الصحف في الدول العربية. من ذلك حصولها في شهر أكتوبر على المركز الأول عربيا و الثالث عالميا في التأثير حسب الترتيب السنوي لمجلة فوربس الأمريكية الشهيرة. يمكن مراجعة ذلك على موقع الجريدة على الأترنت.

## الحقائق التي كشفتها الحرب الإعلامية

هذا الأخذ والرد بين الطرفين خلف وراءه الكثير من التدايعات على جانبي الصراع وهي كما يلي :

أ- بالنسبة للمنظومة الاتصالية الجزائرية يمكن ملاحظة كيفية تعامل الإعلام العمومي، التلفزيون الجزائري مثلا، مع الأحداث وهو الذي انتهج أسلوبين مختلفين في معالجة إرهابات المقابلة الرياضية وتدايعاتها (ما قبل التأهل - ما بعده). الأسلوب الأول الذي اعتمده إدارة مؤسسة التلفزيون يكمن في عدم تسييس اللقاء الكروي وحصره في إطاره الرياضي ويظهر ذلك من خلال الانتاجات التي قدمتها مختلف القنوات (الأرضية، الثالثة، Canal Algérie) والتي تجنبت كلية الحديث عما يدور حول المقابلة من رهانات سياسية بين البلدين. إن إبقاء التلفزيون الجزائري اللقاء الكروي في نسقه الأصلي (الرياضي) ومنعه كل محاولة تجاوز يعكس بصورة واضحة السياسة الرسمية للحكومة الجزائرية حول هذه المسألة وذلك أمر طبيعي على اعتبار التلفزيون مؤسسة عمومية. إن عزوف الرسميين الجزائريين عن التعليق يعكس سياسة حكيمة حيث على الرغم من الانتقادات الكثيرة التي وجهت لها أثبتت الأيام فيما بعد نجاعتها<sup>12</sup>. أما الأسلوب الثاني الذي انتهجه التلفزيون الجزائري إبّان المنافسة الرياضية فهو محاولة تقديم الحد الأقصى من البرامج (نقل مباشر للمظاهرات في الشوارع، روبروتاجات حول أنشطة الجزائريين<sup>13</sup>، بث الأغاني والأهازيج، الخ) التي يتوق الجمهور الجزائري إلى متابعتها. هذا الصنيع أوجد التحاما بين القنوات التلفزيونية المحلية والجزائريين في الداخل والخارج. إن هذا الخيار الذي تبنته مؤسسة التلفزيون يوضح مرة أخرى كيف أن منظومتها الاتصالية تعكس سياسة الحكومة الجزائرية. هذه الأخيرة التي وفرت كل الشروط المادية، اللوجيستية، المعنوية والدبلوماسية من أجل إنجاح اللقاء الرياضي وكسب الرهان الكروي وذلك من خلال نقل الأنصار إلى أم درمان، تحمل ميزانية الدولة تكاليف التنقل، الخ مع التزام الصمت التام.

ب- بالنسبة للمنظومة الاتصالية المنافسة (القنوات الفضائية تحديدا) وسواء منها الحكومية أو الخاصة يمكن تسجيل الأداء المتناغم لمختلف الفاعلين على مستوى الفضاء الإعلامي في

الخط الافتتاحي للجريدة التي لا تخفي توجهاتها «العروبية» و الإسلامية والتي تلقت فيها ضربة موجعة من قبل دولة ظلت لأمد طويل مرجعا أساسيا ورئيسيا لكل «العروبيين» في الدول العربية. إذا حجم الإحساس بالخيبة الذي لحق بهذه اليومية هو العامل الذي زعزع خطها الافتتاحي وجعلها تعود إلى الأصل وهو الوطنية الجزائرية بكثير من الانفعال.

• كذلك يمكن الإشارة إلى اللجوء إلى اللغة البدئية والاستعمال المفرط لمفردات الشارع من جانب القنوات الفضائية للضيق المنافس والتي تؤكد على عاملين مهمين. أولا تدهور المنظومة الاتصالية في هذه الدولة العربية وتراجع أدائها في ظل ظهور فاعلين إعلاميين آخرين غير كلاسيكيين مثل قطر أو الإمارات العربية. هذه الوضعية يحاول المعنيون في هذه الدولة عدم إدراكها وتجاهلها أو على الأقل عدم التصريح بها علنا وفي هذا المنحى تأتي إجراءات الوزير الشاب أنس الفقي كمحاولة لترميم ما يمكن إصلاحه مثل إزاحة كبار الرؤوس التي تربعت على كبريات العناوين الإعلامية ولعشرات السنين (مدير جريدة الأهرام إبراهيم نافع مثلا<sup>10</sup>) أو كتسويق افتتاح شكلي في هياكل اتحاد الإذاعة والتلفزيون الرسمية والذي لا يرقى إلى ما تقدمه القنوات العربية الأخرى التي قطعت أشواطاً مهمة من الجانب النوعي للأداء الاتصالي محليا وجهويا<sup>11</sup>. ثانيا تدايعات هذا التدهور في المنظومة الاتصالية المنافسة على تقديم الواقع الاجتماعي من طرف وسائل الإعلام المحلية. في هذا المجال تأتي العديد من التكتيكات الأنانية «لمقاومة» منها مثلا تقديم مسلسلات تركية مدبلجة (قناة ميلودي أفلام مثلا) لمنافسة أم بي سي 4، بث مسلسلات عربية (ما ملكت إيمانكم السوري مثلا) وهو ما كان إلى غاية أمس القريب من المستحيلات أو استحداث برامج ذات استقطاب واسع على غرار «البيت بيتك». كل هذه الميكانيزمات تهدف إلى البقاء تحت دائرة الضوء إلى حين ترتيب البيت الداخلي ولذلك فإن استخدام اللغة العامية البدئية والتركيز على لهجات الشارع التي أقل ما يقال عنها أنها غير إعلامية بالمرة هو تكتيك مرحلي يهدف إلى استنفار الجمهور الداخلي. ويتعقد الأمر أكثر عندما يصبح الموضوع على علاقة بكرة القدم حيث يصبح هذا الاستعمال خطيرا من حيث أنه يشعل حروب الأحقاد وينمي الشعور بكره الآخر حسب تعبير جون ماري برون ومارك برلون (Brohn, Perelman, 2006).

10 - معرفة الكثير حول هذا الموضوع يمكن مراجعة الملف الخاص الذي أعدته جريدة عرب تايمز على الموقع < www.arabtimes.com >

11 - الكثير من التحليلات التي تخص هذا الجانب قدمها أهم الصحفيين في هذا البلد وللتوسع أكثر يمكن قراءة أعمدة هويدا طه على صفحات اليومية الدولية القدس العربي الصادرة في لندن على الموقع الإلكتروني < www.alqudsalarabi.com.uk >.

12 - في هذا المنحى يمكن، مثلا، ذكر الضغط الذي تعرضت له الجزائر حول ما سمي «بالاعتذار الشخصي من رئيس الجمهورية» الذي طالبت به الكثير من الجهات في الدولة المنافسة مثل البرلماني والصحفي مصطفى بكري وغيره كثيرون. هذا المطلب رفضه الجزائريون جملة وتفصيلا وتمنوا جوابا من السلطات عنه ولكن سياسة الحكومة التي تكمن في عدم الرد يبدو أنها كانت أحسن إجابة في حد ذاتها.

13 - يتعلق الأمر، مثلا، بالتنافس الحاد حول من يصنع أكبر علم جزائري بين الولايات والقرى والمدشر، أو من يرسم أجمل جدارية، الخ. في هذا السياق يمكن الإشارة إلى الكثير من المؤسسات العمومية: مدارس، شركات التي تحولت جدرانها لمنمنات تحمل الأعلام الوطنية، كأس العالم، صور المدرب الوطني ورئيس الدولة.

هذا البلد مع تفاوت في درجة التهجم على الجزائر و في حدة التحامل عليها<sup>14</sup>. من وجهة نظر اقتصاد الاتصال، يمكن شرح هذا الاتجاه إلى هيمنة السلطة هناك على قطاع الإعلام و يظهر ذلك عمليا من خلال النظر إلى تداخل و تماهي أغلبية الفاعلين الإعلاميين (شركات، رجال أعمال، الخ) في و مع دواليب السلطة مباشرة حيث يمكن ذكر العديد من الأمثلة منها أن ملكية جريدة «الأسبوع» تعود إلى البرلماني مصطفى بكري أو غير مباشرة من خلال إقامة استثمارات تجارية مشتركة مع إعلام الدولة ممثلا في «إتحاد الإذاعة و التلفزيون» أو «مدينة الإنتاج الإعلامي» كما هو الحال لقنوات «دريم» «المحور» الخ حيث تظهر خلفها أسماء مثل رجل الأعمال أيمن بهجت وغيره كثير.

ج - أما فيما يتعلق ببقية القنوات الفضائية في المنطقة العربية (العربية، الجزيرة)، فيمكن التأكيد على محاولة الأولى تقديم أخبارا موضوعية بحيث عمدت كمؤسسة إعلامية إلى خلق توازن في تناول الموضوع من عدة جوانب (تقارير المرسلين، اختيار المتدخلين في البرامج، الخ) و هو ما يؤكد سياسة القناة في تقديم إنتاج إعلامي موضوعي يتناسب مع شعارها الأسبق «الأقرب إلى الحقيقة» (Djefafila, 2008). أما القناة الثانية فلم تتخلى عن خطها الافتتاحي المعروف و هو صناعة الإثارة التلفزيونية سواء من خلال التقارير و الروبورتاجات المقدمة أو من خلال التغطيات المباشرة للأحداث و هذا ما يؤكد مجددا ما أشار إليه الكثير من المشتغلين على سوسيولوجيا الإعلام من وجود توجيه إعلامي من طرف الفاعلين (Les acteurs) في القنوات الفضائية للصناعة الاتصالية حسب العامل الذاتي للصحفي أو لرئيس التحرير أو غيرهما. هذا الاتجاه لم يقتصر على القناة القطرية فحسب بل توجد الكثير من الفضائيات التي انتهجت و في هذا المنحى يمكن الإشارة إلى الانهيار الكامل لإحدى مراسلات MBC في البلد المنافس للجزائر عقب خسارته في السودان و تغييرها لهدامها بارتدائها للون الأسود و بكائها على الهواء مباشرة<sup>15</sup>. إن هذا التصرف ما هو إلا نموذج من كثير من النماذج التي تعكس التأثير القوي للعوامل الذاتية، كالانتماء لدولة معينة، الانخراط في تيار ديني ما أو التعاطف مع جهة جيوسياسية محددة، في صناعة المنتج الإعلامي المقدم من طرف الفضائيات في الدول العربية و سيطرتها المستمرة على ذهنية الكثيرين من صنّاع المضمون الصحفي عربيا.

مثل رجل الأعمال أيمن بهجت وغيره كثير.

ج - أما فيما يتعلق ببقية القنوات الفضائية في المنطقة العربية (العربية، الجزيرة)، فيمكن التأكيد على محاولة الأولى تقديم أخبارا موضوعية بحيث عمدت كمؤسسة إعلامية إلى خلق توازن في تناول الموضوع من عدة جوانب (تقارير المرسلين، اختيار المتدخلين في البرامج، الخ) و هو ما يؤكد سياسة القناة في تقديم إنتاج إعلامي موضوعي يتناسب مع شعارها الأسبق «الأقرب إلى الحقيقة» (Djefafila, 2008). أما القناة الثانية فلم تتخلى عن خطها الافتتاحي المعروف و هو صناعة الإثارة التلفزيونية سواء من خلال التقارير و الروبورتاجات المقدمة أو من خلال التغطيات المباشرة للأحداث و هذا ما يؤكد مجددا ما أشار إليه الكثير من المشتغلين على سوسيولوجيا الإعلام من وجود توجيه إعلامي من طرف الفاعلين (Les acteurs) في القنوات الفضائية للصناعة الاتصالية حسب العامل الذاتي للصحفي أو لرئيس التحرير أو غيرهما. هذا الاتجاه لم يقتصر على القناة القطرية فحسب بل توجد الكثير من الفضائيات التي انتهجت و في هذا المنحى يمكن الإشارة إلى الانهيار الكامل لإحدى مراسلات MBC في البلد المنافس للجزائر عقب خسارته في السودان و تغييرها لهدامها بارتدائها للون الأسود و بكائها على الهواء مباشرة<sup>15</sup>. إن هذا التصرف ما هو إلا نموذج من كثير من النماذج التي تعكس التأثير القوي للعوامل الذاتية، كالانتماء لدولة معينة، الانخراط في تيار ديني ما أو التعاطف مع جهة جيوسياسية محددة، في صناعة المنتج الإعلامي المقدم من طرف الفضائيات في الدول العربية و سيطرتها المستمرة على ذهنية الكثيرين من صنّاع المضمون الصحفي عربيا.

في نفس المنحى يمكن كذلك التأكيد على بطلان الكثير من

### النتائج التي خلفتها الحرب الإعلامية

أدت الحرب الإعلامية بين وسائل الاتصال في الجزائر و البلد المنافس إلى الكثير من النتائج التي تتطلب الكثير من الأبحاث لدراستها غير أننا في هذا البحث سنكتفي بالتطرق فقط إلى ما له علاقة بالجانب الاتصالي و منه:

### - بروز بعض الإذاعات المحلية الجزائرية:

في هذا المنحى، يكون من الضرورة بمكان الإشارة لأمر هام و يتعلق بتقوية بعض الإذاعات المحلية في الجزائر لحضورها إلى جانب المستمعين و تعزيز أواصر الترابط بينهما و يظهر ذلك من خلال نقطتين هامتين: الحضور المكاني في الفضاء الإعلامي العام (La présence spatiale dans le champ médiatique) و أسلوب معالجة الحدث الرياضي (La médiation de l'événement). بالنسبة للنقطة الأولى يمكن تلخيصها في تجاوز البث الإذاعي للكثير من القنوات المحلية لحدودها الجغرافية المحددة أصلا عبر مجالين. الأول يتعلق بالإذاعة ذاتها و بما يمكن تسميته بالإذاعة «الجارة» بحيث يمكن التقاط إذاعة الأوراس (باتنت) في بسكرة رغم وجود إذاعة الزيبان، وكذلك إذاعة سيرتا (قسطنطينة) في سطيف رغم وجود إذاعة الهضاب. أما المجال الثاني فيتعلق بفضاء أوسع و المقصود به

14 - الكثير من الأمثلة يمكن جردها في هذا المنحى منها ما ذهبت إليه قناة «موغا» عندما استمرت لعدة أيام في بث تهنئتها لكافة الشعوب العربية و الإسلامية بمناسبة العيد مع استثناءها «للجزائر» (9). ذات القناة نعتت الجزائريين «بالترزقة».

15 - يمكن الاطلاع على ذلك من خلال زيارة موقع يوتيوب على العنوان < www.youtube.com > حيث يقدم مقتطفات من النقل المباشر لردود الشارع في البلد المنافس للجزائر عقب إقصائه من التأهل إلى كأس العالم بجنوب إفريقيا

16 - يتعلق الأمر بالكثير من الأحداث التي وقعت في البلد المنافس للجزائر منها اجتماع الأمن القومي الذي انعقد آخر مرة خلال الحرب مع إسرائيل، تدخلات نجل الرئيس عبر محطة التلفزيون الرسمية الفضائية، المساءلة التي عرفها بعض المسؤولين في دورات مجلس الشعب (البرلمان)، الخ.

17 - يتعلق الأمر بعودة غربية الأطوار كذلك المنشط التلفزيوني الذي وعد و رقص في ساحة عامة عقب المقابلة و هزيمة الفريق الجزائري فيها.

في تصفيات كأس العام بجنوب إفريقيا أدت في كثير من الأحيان إلى انزلاقات اتصالية متعمدة منها التهجم على الشعوب المغاربية برمتها وإطلاق مختلف الرذائل على دول شمال إفريقيا مما جعل الإعلام «غير الرسمي» في تونس و المغرب يدخل على الخط. إضافة إلى ذلك فإن التحاق قناتي نسمة تيفي و بدرجة أقل ميدي سات بجبهة الصراع الرياضي الاتصالي يمكن إرجاعه إلى عدة أسباب سياسية (وجهة نظر القناة المغربية لا تتطابق في الشأن السياسي مع الجزائر و هي فرصة ثمينة لفتح ثغرة في المجال الاتصالي المحلي) أو إعلامية (القناة التونسية تسوق نفسها على أساس أنها التلفزة المغربية مع كل ما يترتب عن ذلك من مداخل اقتصادية كالإشهار وغيره). إذن ظهور هاتين القناتين كأنهما محطتان جزائريتان، على الأقل في الجانب الرياضي، يؤكد أنهما قامتتا بجزارة، و لو جزئية، لخطابهما الإعلامي<sup>19</sup> حيث يلاحظ في ميدي سات التعاطف القوي للمغاربة المستجوبين مع الجزائريين و فريقها الوطني و التركيز على عامل «الأخوة» في إنتاجها الاتصالي. من جانب نسمة تيفي يلاحظ الاندماج الإعلامي القوي لبرامجها و منشطها في الوسط الرياضي الجزائري. هذه القناة لم تكتم بذلك بل أقلمت حتى هويتها الاتصالية كمحطة خاصة مع الواقع الجزائري. في هذا المجال يمكن ملاحظة التغيير الجذري في لوغوتيب هذه التلفزة، في ديكور أستوديو أهم حصصها (ناس نسمة)، الخ التي أصبحت كلها تتوشح بالالوان الجزائرية. فمثلا بالنسبة للوغوتيب كرمز هام، الذي يعتبر حامل لبث القناة و ناقل لهوية المحطة من حيث أن مهمته الرسمية هي تمثيل الهيئة التي يتبعها من خلال ما يقدمه عنها باعتباره وجهها و بطاقة هويتها (Figurer (Heilbrunn, 2001 (l'Identité d'une organisation)، أصبح في قناة نسمة تيفي عبارة عن العلم الجزائري. أما المضمون<sup>21</sup> فليس بأقل أهمية و يمكن ذكر التواجد المستمر للمحللين و المديرين الرياضيين الجزائريين على أمواج هذا التلفزيون.

## خاتمة

إن الباحث حول ما حدث قبل، إبان و بعد المقابلة التأهيلية

إمكانية تلقي بث كل القنوات المحلية الوطنية في كافة أنحاء الجزائر من خلال البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية حيث يمكن لمستعمي الطارف الاستماع إلى برامج إذاعة تلمسان و للعاصمين متابعة ما تبثه محطة الأهقار. أما النقطة الثانية فتتعلق بالإنتاج الإعلامي في حد ذاته لهذه الإذاعات و المتعلق بالحدث الرياضي. في هذا المجال، و رغم خصوصية هذه المحطات الجهوية باعتبارها تعنى أولا و أصلا بالحدث المحلي، يمكن تسجيل الاهتمام الكبير الذي أولته الكثير منها للقبلة الرياضية و تداعياتها و بذلك كانت أقرب للجمهور من خلال الكثير من الآليات الاتصالية Les dispositifs de médiation)) منها استضافة رياضيين و متخصصين للتعليق على الأحداث، تجول الميكروفونات في مختلف الأحياء و الشوارع لنقل انطباعات الشباب و تجندهم، فتح التدخلات المباشرة عبر الاستوديوهات لأصوات الجماهير و خاصة النساء للتعبير عن تضامنهم مع الفريق الوطني، لشكر السلطات العمومية أو للاحتجاج و الاستنكار على ما تعرض له اللاعبون، الخ<sup>18</sup>. إن هذا الواقع الذي صنعه بعض القنوات المحلية يستحق الكثير من الاهتمام، و لكن نظرا لطبيعة البحث يمكن الاكتفاء بما له علاقة بهذا الأخير، و منها التخفيف من الاحتقان الذي تراكم لدى الجزائريين نتيجة التهجم اللامنقطع من الإعلام المنافس في ظل غياب رد رسمي أو إعلامي من الفاعلين الوطنيين (إذاعة و تلفزيون) و ذلك بنقل اشغالات الجماهير و التعبير عنها. كذلك يمكن تسجيل نوعا من التحرر في أسلوب المعالجة الإعلامية في منتج المحطات الجهوية يختلف كثيرا عما هو معروف لدى الإذاعات الوطنية و هو مؤشر قد يفهم منه انفتاح السلطات العمومية اتصاليا و فك الرقابة تدريجيا و البداية على ما يبدو أختيرت لتكون محليا و يؤكد أيضا على رغبة و قدرة العاملين في قطاع الاتصال على تطوير أساليب و آليات الممارسة الإعلامية في الجزائر. عموما، يكمن القول أن المحطات الجهوية لعبت دورا وطنيا أكثر منه محليا كما هو منوط بها أصلا طبقا لدفتر الشروط و تجاوزت في كثير من الأحيان القنوات الوطنية (الأولى، الثانية و الثالثة).

- «جزارة» التلفزيونات المغربية :

الحرب الإعلامية التي شنتها قنوات الدولة المنافسة للجزائر

18 - في هذا المجال الكثير من الأمثلة تتزاحم من أجل الذكر، منها مثلا الأداء المتميز الذي قدمه أحد منشطي إذاعة ورقلة (خميستي) الذي ذهب إلى أبعد الحدود رفقة مستمعيه و الأكيد الكثير من الجزائريين في انتقاد الحكم البنيني كوي كوجيا الذي أقصى المنتخب الجزائري من كأس إفريقيا بتحيزه الواضح إلى الفريق المنافس. خميستي عبر عن آراء الكثيرين من الجزائريين بقوله أن المنتخب الوطني لعب مقابلة جيدة ضد الحكم بحضور اكسسوري «للاعبات المنافسات» و دعا في شجاعة منقطعة النظر لنقل مقر الاتحادية الإفريقية لكرة القدم لدولة أخرى رغم كونه يشتغل في محطة رسمية حيث لم تتبنى السلطات ذلك.

19 - قناة ميدي سات خصصت الكثير من النشرات الرياضية لبض روبرتاجات و تحقيقات حول الفريق الجزائري و حظوظه الكروية كما خصصت في برنامجها «الماتش» تحليلات متميزة قدمها مدربون و متخصصون رياضيون حول نفس الموضوع. للاطلاع على ذلك، يمكن زيارة موقع البرنامج على موقع القناة < www.medisat.ma >

20 - يلاحظ أن هذا المصطلح يستعمل كثيرا من قبل المغاربة تجاه الجائر كشعب لا كدولة و هو يحتاج إلى الكثير من البحث و خاصة من قبل المتخصصين في الجيوستراتيجيا و العلوم السياسية.

21 - يمكن الاطلاع على الشبكة البرمجية للقناة التونسية على الموقع الإلكتروني < www.nesmatv.com >.

للمونديال و فوز الجزائر بها يمكنه أن يستخلص الكثير من الحقائق (سياسية، اقتصادية، ثقافية، أخلاقية وغيرها) غير ما بهما هنا في هذا البحث هو الجانب الاتصالي في العملية برمتها و لذلك يصبح من الأهمية بمكان تسليط الضوء على جملة من النقاط و التي منها:

- ملاحظة تنامي الشعور الوطني لدى فئة هامة من الجزائريين هذا الشعور هو نتيجة للتواصل الإعلامي مع الحدث الرياضي و تحوله إلى قضية وطنية. بدوره الجمهور الجزائري أو على الأقل فئة هامة منه عبرت عنه بجملة من السلوكات و التي تدخل، من وجهة نظر اتصالية، في سياق الإنتاج الإعلامي، و بالتالي فإن مظاهر الجمهور (فردى أو جماعى) هي انتاجات إعلامية من المستعمل و إليه. إن الكتابات الجدارية، الرسومات الحائطية، الأغاني الرياضية و الأعلام الوطنية، المرسومة أو المرفوعة على أسطح المنازل أو على المركبات، كلها رسائل اتصالية تستحق الكثير من الاهتمام. إن اكتساح الألوان الوطنية للفضائين العام (الشوارع) أو الخاص (المنازل) هو تعبير عن تجند شعبي ذاتي (Auto-mobilisation) من مختلف الفئات تمثل في رفع الراية الوطنية على الهامات من شتى الأعمار و هو ما دفع بالكثير من الصحافيين من خارج الجزائر إلى البحث عن الخطة التي وضعتها السلطات العمومية في الجزائر لرفع الراية الوطنية بهذا الشكل المكثف و المثير للانتباه اعتقادا أن هذه الأخيرة هي من يقف وراء هذا النشاط.<sup>21</sup>

- ملاحظة أن الرياضة المتلفزة، و بخاصة كرة القدم، لم تعد نشاطا بدنيا منعزلا عن بقية النشاطات الاجتماعية أو منافسة ترفيحية تهدف إلى التسلية بل أضحت رهانا متعدد الأوجه فهي صناعة مالية لكبريات الشركات الإعلامية و مختلف الرابطات الرياضية حول حقوق البث و بذلك تتخلى عن طبيعتها كاستعراض (Blociszewski, 2007) لتتحول إلى تجارة يتعدى سوقها مليارات الدولارات. و هي أيضا مجال سياسي لتجنيد الجماهير و فضاء اجتماعي لبناء التكتلات أو لتحقيق الانتصارات. لم يعد استعمال الرياضة كوسيلة لتحقيق الوحدة أو لتمتين الانتماء حكرا على بلد معين، حتى المجتمعات الغربية أصبحت تدرك ذلك. جون مارك مورنديني يقول «كنا نحلم أن نتوجه إلى شارع الاليزي جميعنا لنحتفل بالانتصار الفرنسي في المونديال. إنها لحظة اتصال قوية من أجل تمتين وحدة البلاد التي تجتاز كما بقية الدول أزمة اقتصادية»<sup>22</sup> و لكن ذلك لم يحدث. إن التضامن القوي لوسائل الإعلام في الجزائر مع الجماهير و التحام هذه الأخيرة مع السلطات العمومية هو نتاج طبيعي لالتقاء أهداف الأطراف

## المراجع

- الزبيدي، مفيد (2003) قناة الجزيرة، كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي، دار الطليعة، بيروت.
- BERTRAND. Claude-Jean (1999) La déontologie des médias. Paris. PUF.
- BLOCISZEWSKI. Jacques (2007) Le match de foot-ball télévisé. Paris. Editions Apogée.
- BOURDIEU. Pierre (1994) Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action. Paris. Seuil.
- BRETON. Philippe (2000) La parole manipulée. Paris. La Découverte.
- BROHN. Jean-Marie. PERELMAN. Marc (2006) Le foot-ball. une peste émotionnelle. La barbarie des stades. Paris. Gallimard.
- BRUNE. François (1996) « Les médias pensent comme moi ! ». Fragments du discours anonyme. Paris. L'Harmattan.
- DJEFAFLA. Daoud (2008) La chaîne d'information en continu. Al Arabiya. un vecteur du panarabisme saoudien dans l'espace arabe. Thèse de doctorat. Université Paris XIII.
- HEILBRUNN. Benoît (2001) Le logo. Paris. PUF.
- LAMLOUM. Olf (2004) Al Jazeera. miroir rebelle et ambigu du monde arabe. Paris. La Découverte.
- MATTELART. Armand (2004) La mondialisation de la communication. Paris. PUF.
- MESSIKA. Jean-Louis (2006) La fin de la télévision. Paris. La républiques des idées. Seuil.
- MIEGE. Bernard (2008) Les industries du contenu face à l'ordre informationnel. Grenoble. PUG.
- MOEGLIN. Pierre (1992) « Actualité de la recherche critique » in Ciném Action. n° 63. 1992. pp. 131-136. Paris. Sfic Corlet - Télérama.
- MUHLMANN. Géraldine (2004) Du journalisme en démocratie. Paris. Payot & Rivages.

22 - يمكن الاطلاع على الشبكة البرمجية للقناة التونسية على الموقع الإلكتروني < www.nesmatv.com >.

23 - هذا الانطباع يؤكدّه جون مارك مورنديني، أحد أشهر كتاب الافتتاحيات الصحفية في فرنسا، مزيد من التفاصيل أنظر. Morandini, Jean-Marc. « Bleu, blanc, blues... », Direct matin, n° 706, jeudi 24 juin 2010.

24 - هذا الانطباع يؤكدّه جون مارك مورنديني، أحد أشهر كتاب الافتتاحيات الصحفية في فرنسا، مزيد من التفاصيل أنظر. Morandini, Jean-Marc. « Bleu, blanc, blues... », Direct matin, n° 706, jeudi 24 juin 2010.