

أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية
بالقنوات الفضائية المتخصصة
"دراسة تحليلية"

إعداد

الباحثة / مي عثمان صلاح الدين
باحثة ماجستير في الآداب تخصص / إعلام

أ.د / أميمة محمد محمد عمران

أستاذ الصحافة بكلية الآداب - جامعة أسيوط

د. يماني محمد عاطف

مدرس الإذاعة والتلفزيون
كلية الآداب - جامعة أسيوط

د. الهام حسب النبي

مدرس الإذاعة والتلفزيون
كلية الآداب - جامعة أسيوط

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٠/١١/١٥ م

تاريخ القبول: ٢٠٢٠/١٢/١٧ م



تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة بالتطبيق على عينة من البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة الآتية: برنامج أصدقاء الملاعب، برنامج ملعب أون تايم، وذلك في الفترة الزمنية من من ٢ مارس حتى ٣ يونيو ٢٠٢٠م، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تحديدها فيما يلي:

- ١- أظهرت النتائج وجود تفاوت في التزام مقدمي البرامج الرياضية عينة الدراسة بالأخلاقيات التقديم تبعاً لاختلاف نمط ملكية القناة.
- ٢- أظهرت النتائج وجود تفاوت في التزام مقدمي البرامج الرياضية عينة الدراسة بالأخلاقيات التقديم تبعاً لاختلاف تخصص مقدم البرنامج.
- ٣- أظهرت النتائج أن مقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة الحكومية أكثر التزاماً بالضوابط والمعايير الأخلاقية في معالجتهم للقضايا المختلفة.
- ٤- أظهرت النتائج أن أبرز صور الالتزام في أخلاقيات التقديم في البرامج الرياضية عينة الدراسة هي التحقق من صدق المعلومات من مصادرها حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٤,٢%)، تلاها في المرتبة الثانية الفصل بين الخبر والرأي الشخصي بنسبة (٣٢,٢%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الالتزام بنص التصريحات ومعناها بنسبة (١٥,٨%).
- ٥- أظهرت النتائج أن أبرز صور التجاوزات في أخلاقيات التقديم في البرامج الرياضية عينة الدراسة هي الخلط بين الخبر والرأي الشخصي حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٣٧,٩%)، بينما جاء المرتبة الثانية تعمد المبالغة والتحويل بنسبة (١٤,٦%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة عرض أخبار و أحداث مجهولة المصدر بنسبة (٨,٤%)، وفي المرتبة الرابعة جاء التركيز على السلبيات بنسبة (٧,٥%)، وفي المرتبة الخامسة جاء إتاحة الفرصة لأحد الآراء على حساب الرأي الآخر بنسبة (٥,١%).

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، أخلاقيات التقديم، القنوات الفضائية المتخصصة.

Abstract:

The current study seeks to identifying the ethics of presenting sports programs in specialized satellite channels, the researcher used the methodological scientific method in selecting the research community and its sample represented by two of sports programs in specialized satellite channels , from 2nd march to 3rd June 2020, using the survey method.

The research concluded many results, the most important of which is:

There was a discrepancy in the ethical commitment of the sports programs presenters according to the different style of ownership of the channel and the different specialization of the presenter. The results showed that sports programs presenters in specialized governmental satellite channels are more committed to ethical standards and disciplines in their discussion of different issues.

Keywords: sports media, presenting ethics, specialized satellite channels.

مقدمة:

تعتبر قضية أخلاقيات الإعلام ليست قضية مصرية أو عربية فحسب ولكنها قضية عالمية؛ لأنها تثير اهتمام وقلق كثير من دول العالم وتحتل موقعاً متقدماً في أولويات الأهمية لدى غالبية شعوب العالم^(١).

وتكتسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة - بالمقارنة بأية مهنة أخرى - لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان، ودورها المهم في تشكيل قيمه واتجاهاته ومعارفه، وهي أيضاً رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة، فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود أخلاقيات العمل والمهنة لتمتد وتشمل الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة^(٢).

وبالرغم من وجود مجموعة من الأخلاقيات التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام أثناء تأديتها لوظيفتها، فقد شهدت الفترة الأخيرة انتهاكات في أخلاقيات الإعلام انعكست علي سلوكيات الإعلاميين؛ حيث انفلت زمام الإعلام، و بدلاً من أن يكون رسالة تنوير وفكر أصبح أداة للإثارة والفضائح، وأصبحت الفضائيات تستهلك المال والجهد، و تشوه كل القيم والثوابت دون أن نعرف من أين يأتي هذا الطوفان.

وعلى الرغم من وجود المواثيق الأخلاقية الصادرة على المستويات الإقليمية والدولية لتنظيم عمل وسائل الإعلام، فإنها لا تأخذ صفة الإلزام، وكثيراً ما يعوزها الجانب الأخلاقي المرتبط بالذاتية الثقافية. ومن هنا تبدو أهمية وجود المواثيق الأخلاقية التي تنظم عمل وسائل الإعلام على المستوى الوطني، وذلك لضمان مصلحة الوطن والمجتمع والأفراد، و ضمان فاعلية هذه الوسائل واحترام الجمهور لدورها في المجتمع^(٣).

وقد بدأ الإعلام الرياضي المتخصص مع بداية وسائل الإعلام، سواء في الصحف أو الإذاعات و كذلك في التلفزيون، فظهرت قنوات رياضية جذبت انتباه الجمهور نظراً لما يتمتع به التلفزيون من قوة تأثيرية تجمع بين مزايا أكثر من وسيلة إعلامية، ومع تزايد أعداد الفضائيات المتخصصة في مجال الرياضة، أصبحت البرامج الرياضية منابر للجدال والمناقشات التي تخرج عن سياق الالتزام بأخلاقيات مهنة الإعلام سواء من خلال الإعلاميين الرياضيين أو ضيوفهم، ومن ثم رأَت الباحثة أن هناك حاجة لدراسة أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة في الفترة الراهنة للتعرف علي الواقع الفعلي للأخلاقيات التي يلتزم بها الإعلاميين الرياضيين في تقديم البرامج الرياضية من حيث مدى التزامهم بالمعايير الأخلاقية الإعلامية.

وفي إطار ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة رصد وتحليل الواقع الفعلي لأخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة، للتعرف علي مدى التزام التقديم بالبرامج الرياضية بضوابط الممارسة الإعلامية ومدونة السلوك الرياضي الخاص بالمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام إلى جانب ميثاق الشرف الإعلامي الخاص بنقابة الإعلاميين في معالجتها للموضوعات والقضايا المطروحة على الساحة الرياضية. وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة الحكومية والخاصة، لمدة ثلاث أشهر في الفترة من ٢ مارس حتى ٣ يونيو ٢٠٢٠.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة الراهنة في عدة اعتبارات يمكن توضيح أبرزها فيما يلي:

١- قلة الدراسات والأبحاث العربية التي تناولت أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية.

- ٢- صدور قانون الإعلام الموحد وما تبعه من صدور مدونة السلوك الرياضي، في محاولة لضبط المشهد الإعلامي الرياضي المصري.
- ٣- أهمية الدور الذي يلعبه الإعلامي الرياضي بالنسبة للجمهور حيث أن خروج مقدم البرامج الرياضية عن الضوابط والمعايير الأخلاقية يمكن أن يؤدي لشحن مشاعر الجمهور وإثارة التعصب.
- ٤- تعتبر قضية الأخلاقيات الإعلامية في مجال الإعلام الرياضي ومدى الالتزام بها موضوعاً حيوياً ورئيساً، نظراً لاتساع القاعدة الجماهيرية المتابعة للمجال الرياضي من مشجعين ومتابعين وبالتالي زيادة الجماهير المتابعين لفرقهم والأخبار الخاصة بهم عبر وسائل الإعلام الرياضية المتخصصة.
- ٥- الحرص على إفادة المكتبة بهذه الدراسة، وفتح الآفاق أمام الباحثين.

الدراسات السابقة:

يمكن عرض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة كما يلي:

اهتمت هذه الدراسات بتسليط الضوء علي واقع الأخلاقيات الإعلامية في الإعلام الرياضي بالمجتمعات المختلفة، وذلك كما في: دراسة محمدي خيرة وبلعالية خيرة (٢٠٢٠)^(٤) فقد هدفت إلى التعرف على مدى التزام الصحفيين الرياضيين بأخلاقيات الإعلام الرياضي في ظل سيطرة قيم الربح وتحديات العصر الرقمي من خلال قراءة في التشريعات الإعلامية في الجزائر، وتسليط الضوء على التحديات التي تواجه الصحفي الرياضي. من خلال معرفة موقع الصحافة الرياضية ضمن التشريعات الإعلامية المنظمة للمهنة في الجزائر، إلى جانب رصد أهم العوامل التي تؤثر على الالتزام المهني للإعلام الرياضي بميثاق أخلاقيات المهنة من خلال القراءة الوصفية التحليلية للدراسات التي تناولت إشكالية الإعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة الإعلامية.

بينما سعت دراسة **Burhan Basoglu** (٢٠١٧)^(٥) إلى التعرف على العلاقة بين أخلاقيات الرياضة وأخلاقيات الإعلام الرياضي وذلك بغرض تقييم الجوانب الاخلاقية للإعلام الرياضي التركي . كما سعت دراسة **Xavier Ramon-Vegas And José-Luis Rojas-Torrijos** (٢٠١٧)^(٦) إلى تحديد أكثر أدوات المساءلة أهمية في مجال الصحافة الرياضية في السياق الدولي حيث تميزت الصحافة الرياضية بسلسلة من أوجه القصور الأخلاقية التي شكلت تحدياً للمعايير المعيارية للمهنة. وقسمت الدراسة أدوات المحاسبة إلى نوعين : أدوات محاسبة داخل المؤسسات الإعلامية الرياضية أو خارجها . واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الوصفي، وبما أن العينة لا يمكن تحديدها مسبقاً فقد استخدم الباحثون عينة الكرة الثلجية، استخدم الباحثون أداة تحليل المضمون الكيفي أدوات محاسبة داخل المؤسسات الإعلامية الرياضية أو خارجها خلال فترة زمنية مدتها ١٢ شهراً من أكتوبر ٢٠١٥ إلى سبتمبر ٢٠١٦ . وهدفت دراسة **Xavier Ramon** (٢٠١٤)^(٧) إلى التعرف علي التغطية التي تلقتها السباحة الصينية يي شيوين أثناء دورة لندن للألعاب الأولمبية في عام ٢٠١٢، والتعرف إلى أي مدي التزمت الصحف البريطانية والأميركية والإسبانية في تغطيتها للحدث علي مبادئ الصدق والعدل والمسؤولية . واعتمدت الدراسة علي العينة العمدية حيث تم اختيار ست صحف إعلامية عامة في نسخته المطبوعة في ثلاثة بلدان: المملكة المتحدة، والولايات المتحدة، وإسبانيا، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات أداة تحليل المضمون الكيفي والمقابلات شبه المقننة . وهدفت دراسة سارة إسماعيل **صقر** (٢٠١١)^(٨) رصد و تحليل المعالجة الإعلامية للقضايا المقدمة بالبرامج الرياضية بالتقنوات الفضائية المصرية و ذلك من خلال رصد الواقع الإعلامي في هذه البرامج عينة الدراسة، واشتملت عينة الدراسة علي جمهور المشاهدين للبرامج الرياضية بالتقنوات الفضائية المصرية و عددهم (١٠٠) فرد، إلى جانب أساتذة و علماء التربية

الرياضية و الإدارة الرياضية و عددهم (٣٥) فرد، وأساتذة و خبراء الإعلام بصفة عامة و الإعلام الرياضي بصفة خاصة، و استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقه الوصفي، و استخدمت أداة الاستبيان لجمع المعلومات و البيانات . كما سعت دراسة **رضوان جدي (٢٠١١)**^(٩) إلى التعرف على مدى التزام الصحفيين بجريدة الهدف الجزائرية بالأخلاقيات المهنية الصحفية، ورصد أبرز الضغوط التي يتعرضوا لها أثناء عملهم، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر في التزام الصحفيين بالأخلاقيات المهنية الصحفية. معتمدة في ذلك على منهج المسح، بالتطبيق على عينة قوامها ٣٠ مفردة، واستخدم الباحث في جمع البيانات أداة الاستبيان حيث قام بتطبيقها على الصحفيين العاملين بجريدة الهدف الجزائرية.

وقد كشفت الدراسات السابقة عن عدة نتائج متنوعة تبين واقع أخلاقيات الإعلام الرياضي بالمجتمعات المختلفة، ويمكن توضيح تلك النتائج كالآتي:

أظهرت نتائج الدراسات السابقة أهمية الالتزام بالأخلاقيات الإعلامية في الإعلام الرياضي بالمجتمعات المختلفة، كما أظهرت واقع الالتزام بهذه الأخلاقيات، إلى جانب تسليط الضوء على الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في المجال الرياضي، فقد توصلت دراسة **محمد خيرة وبلعالية خيرة (٢٠٢٠)**^(١٠) إلى أن التشريع الإعلامي الجزائري أهمل تنظيم الإعلام الرياضي والمتخصص على وجه العموم بل ركزت أغلب المواد على واجبات الصحفي المحترف، وهذا الشيء أثر على احترافية الصحافة الرياضية، كما توصلت إلى أن الإعلام الرياضي الجزائري يفتقر إلى الإحترافية المهنية في معالجة الأزمات الرياضية، وأخيراً توصلت الدراسة إلى أن سيطرة قيم الربح والسلعية علي الرياضة أدى إلى إبعاد الرياضة عن الأخلاقيات والروح الرياضية وتحويلها إلى رياضة فجة، بالإضافة إلى ابتعاد الصحافة الرياضية عن الأخلاقيات الإعلامية وتهتم أكثر بالسعي لتحقيق مصالحها الاقتصادية والدفاع عنها..

وتوصلت دراسة **Burhan Basoglu** (٢٠١٧)^(١١) إلى أهمية أن تعتمد وسائل الإعلام الرياضية على المبادئ الأخلاقية للإعلام وأن تتصرف وفقاً لها. حيث ظهرت الكثير من التجاوزات في الإعلام الرياضي التركي بما لا يتوافق مع أنه نوع من الإعلام يجب عليه الالتزام بأخلاقياته ومعايير المهنة. وتوصلت دراسة **Xavier Ramon-Vegas And José-Luis Rojas-Torrijos** (٢٠١٧)^(١٢) إلى أن أدوات المحاسبة التي تضعها كل مؤسسة إعلامية لنفسها بمثابة أداة للمسؤولية الاجتماعية، فهي تنشئ عقداً ضمناً بين المهنيين الإعلاميين والمواطنين، وهي بالتالي تشكل عنصراً حاسماً في تعزيز جودة الأخبار، كما توصلت إلى أن الصحفيين الأوروبيين يروا أن أدوات المحاسبة هي الأدوات التي لها أكبر تأثير على أدائهم المهني. وأخيراً توصلت الدراسة إلى أن أدوات المحاسبة هي مجموعة أدوات قيمة للمحترفين حيث أنها مقترنة بالتعليم والتطوير المهني المستمر، ومن شأنها أن تساعد الممارسين على زيادة وعيهم الذاتي بالقيود والممارسات الأخلاقية العديدة باللغة المستخدمة التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من الإجراءات الروتينية الصحفية. كما توصلت دراسة **Xavier Ramon** (٢٠١٤)^(١٣) إلى أن بعض الصحف أثارت احتمالية تعاطي السباحة الصينية المنشطات حيث ربطت الأمر بجنسيتها، وأثر ذلك على مبادئ العدالة والمسؤولية. كما تعاملت الصحف مع الرياضيين الصينيين باعتبارهم مشبوهين استناداً إلى تجارب الماضي ساعدت على تعزيز القوالب النمطية السلبية وتوسيع نطاقها، الأمر الذي يتعارض مع المعايير الأخلاقية الرئيسية التي أشارت إليها الهيئات الدولية (اليونسكو أو الاتحاد الدولي للرياضيات والعلوم والمنظمات الوطنية كما أن نشر هذه القوالب النمطية يضر بقيم العدالة والمساواة ومكافحة التمييز المنصوص عليها بوضوح في الميثاق الأولمبي. كما أظهرت نتائج دراسة سارة إسماعيل صقر (٢٠١١)^(١٤) أن عينة الدراسة من خبراء و أساتذة الإعلام أعربت عن رفضها لكل ما

تعرضه البرامج الرياضية وأنها تتنافى مع أخلاقيات الرياضة بشكل عام و تتنافى مع كل الأخلاقيات و المعايير و الضوابط الإعلامية بشكل خاص، كما أن لغة الحوار التي تعتمدها البرامج الرياضية عينة الدراسة لا تتناسب مع الذوق العام و الآداب الاجتماعية . كما توصلت دراسة رضوان جدي (٢٠١١)^(١٥) إلى غياب الحياد والموضوعية لدى الصحفيين الرياضيين لجريدة الهدف، كما توصلت إلى أن ظروف عمل الصحفيين في جريد الهدف لا توفر لهم حصانة ضد الإغراءات التي من المحتمل أن تواجههم. وأكدت أن صعوبة الوصول إلى المعلومة تجعل الصحفي يقع في تجاوزات غير مهنية. بالإضافة إلى أن التحفيز المالي يمكن أن يدفع الصحفي للوقوع في بعض التجاوزات الأخلاقية. كما أن ٨٠% من المبحوثين أكدوا أنهم يناصرون فرقاً رياضية معينة مما يدفع بهم إلى الانحياز لهذه الفرق خلال تغطياتهم الإعلامية.

التعليق على الدراسات السابقة:

تتطلب الدراسة الراهنة مما توصلت إليه الدراسات السابقة، والتي اتفقت علي أهمية الأخلاقيات الإعلامية والدور الذي تؤديه في ضبط المشهد الإعلامي بما يتلائم مع قيم المجتمع، إلى جانب أهمية تطبيق مقدمي البرامج الرياضية لهذه الأخلاقيات وإلا تطفى طبيعة المجال الرياضي القائم علي المنافسة على ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي من التزام بالمعايير والضوابط الأخلاقية باعتباره جزءاً لا يتجزأ من النسيج الإعلامي للمجتمع. ومن خلال عرض الدراسات السابقة أمكن التعرف على أهم الجوانب النظرية والتطبيقية التي لم تتناولها تلك الدراسات والبحوث، وبالتالي فإن إدراك جوانب القصور والقوة في تلك الدراسات تمنح البحث الراهن فائدة بالإضافة العلمية المأمولة.

ومن خلال العرض السابق لنتائج الدراسات السابقة، يمكن ملاحظة الآتي:

١. أجمعت الدراسات السابقة على أن الأخلاقيات الإعلامية تقوم بدور مهم وفعال في ضبط المشهد الإعلامي في مختلف الوسائل الإعلامية بالمجتمعات المختلفة.

٢. ساهمت هذه الدراسات في توسيع القاعدة المعرفية الخاصة بالمشكلة البحثية، مما ساعد في تحديد مشكلة الدراسة بدقة، كما أدى الاطلاع على النتائج التي انتهت إليها تلك الدراسات إلى تحديد أهم النقاط التي تم إغفالها في هذا السياق، والتي كان أبرزها ما يتعلق بأخلاقيات تقديم البرامج الرياضية، ومدى التزامها بمعايير الضبط الإعلامي كون المجال الرياضي جزء لا يتجزأ من النسيج الإعلامي بالمجتمع. ومن ثم فقد اسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة في بلورة المشكلة البحثية وصياغة أهداف الدراسة وتساؤلات وفروض الدراسة وتحديد الإجراءات المنهجية المناسبة لموضوع الدراسة.

٣. تنوعت الدراسات المهمة بموضوع الدراسة؛ لتشكل بذلك ثراءً معرفياً ساعد في تحديد المفاهيم والمداخل النظرية للدراسة الراهنة.

٤. عن طريق مسح الدراسات السابقة تعرفت الباحثة على أكثر المناهج المستخدمة في هذه الدراسات، وبناءً على ذلك اختارت الباحثة أكثر المناهج العلمية ملائمة لهذه النوعية من الدراسات، والتي تتناسب مع دراستها، كما تمكنت الباحثة من تحديد الأدوات العلمية المناسبة للدراسة الحالية.

٥. ساعدت مراجعة الدراسات والبحوث السابقة في التعرف على طبيعة كل دراسة، وأهم النتائج التي توصلت إليها، وإمكانية تطبيقها على الدراسة الراهنة.



أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو رصد وتحليل أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

- التعرف على مدى التزام البرامج الرياضية بالأخلاقيات الإعلامية بالبرامج عينة الدراسة.
- التعرف على أبرز صور الالتزام بأخلاقيات التقديم بالبرامج الرياضية بالأخلاقيات الإعلامية بالبرامج عينة الدراسة.
- التعرف على أبرز صور التجاوزات بأخلاقيات التقديم بالبرامج الرياضية عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

- إلى أي مدى التزمت أخلاقيات التقديم بالبرامج الرياضية عينة الدراسة ببنود ميثاق الشرف الإعلامي و مدونة سلوك الإعلام الرياضي ؟
- ما أبرز الأخلاقيات التي يلتزم بها مقدمي البرامج الرياضية عند مواجهة مشكلات أثناء مناقشة القضايا علي الهواء مباشرة ؟
- هل يختلف التزام مقدمو البرامج الرياضية بالأخلاقيات والمعايير الإعلامية بين البرامج الرياضية في الفضائيات الحكومية والخاصة ؟
- إلى أي مدى تتوافر الموضوعية والتوازن والدقة في تناول مقدمي البرامج الحوارية الرياضية للقضايا المختلفة ؟

نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الراهنة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستهدفت الدراسة الراهنة التعرف على أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة؛ للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، وتحليلها تحليلاً كاملاً واستخلاص نتائج علمية منها .

منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة علي منهج المسح باعتباره جهداً علمياً يساعد في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة. وهو من أبرز المناهج التي تعتمد عليها الدراسات الوصفية، حيث تقوم الدراسة الحالية على مسح البرامج الرياضية ورصد وتحليل مدي التشابه والاختلاف بين هذه البرامج في مدي التزام مقدميها بالأخلاقيات الإعلامية .

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في البرامج الرياضية التي يتم عرضها علي القنوات الفضائية المتخصصة الحكومية والخاصة . ومن ثم تم اختيار القنوات الخاضعة للدراسة. حيث تمثلت عينة الدراسة التحليلية في قناتين فضائيتين، هما: قناة أون تايم سبورت، وقناة نايل سبورت. وقد تم مراعاة اختيار القنوات محل الدراسة لتمثل نمط الملكية الحكومي والخاص . وتتحدد عينة الدراسة في تحليل اثنين من البرامج الرياضية، برنامج " أصداء الملاعب " علي قناة النيل الرياضية، و برنامج " ملعب ontime sports " علي قناة on time sports الرياضية، وذلك في الفترة الزمنية من ٢ مارس حتى ٣ يونيو ٢٠٢٠.

أدوات جمع البيانات:

أداة تحليل المضمون:

استعانت الباحثة بأداة تحليل المضمون في جمع البيانات بشقيها الكمي والكيفي بشكل يتيح التحليل الدقيق لعينة الدراسة . وقد تمت صياغة استمارة التحليل بشكل يمكن من تحقيق أهداف الدراسة ويجب على تساؤلاتها.

اختبار الصدق والثبات:

تم قياس صدق الاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين، وفي ضوء ملاحظاتهم تم تعديل الاستمارة حتى وصلت إلى شكلها النهائي الصالح للتطبيق، وقد قامت الباحثة باختبار الثبات على ١٥ حلقة من عينة الدراسة التحليلية عينة الدراسة لنفس فترة التحليل وجاءت نسبة الثبات بين التحليلين ٩١% بما يشير إلى دقة وثبات مؤشرات التحليل.

الإطار النظري:

أولاً: مفهوم الأخلاقيات الإعلامية:

تعرف الأخلاقيات الإعلامية بأنها مجموعة من المعايير و القيم المرتبطة بمهنة الصحافة التي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء و نشرها و التعليق عليها، و في طرحهم لأرائهم، و لقد كان وضع دليل يتضمن هذه المعايير و الأخلاقيات أو ميثاق للشرف ضرورة يفرضها تطور الصحافة الحديثة و اختلال تدفق الأنباء في العالم المعاصر^(١٦) .

ويعرفها عطا الله شاكر " بأنها مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح في العمل الإعلامي وهي تعتمد علي مجموعة من القيم والمنتقاة من المبادئ

الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية^(١٧).

ويشير إسماعيل عبد الفتاح إلى أن أخلاقيات الإعلام تُعني بالكشف عن الحقائق بكل وضوح ودون النظر إلى الأغراض الشخصية، إلى جانب عدم الكشف عن مصدر الخبر إلا بموافقته، وعدم استغلال حوادث معينة في افتعال إثارة وبلبلة إعلامية، وكذلك عدم الإضرار بمصالح الغير، وعدم التدخل في الخصوصيات وعدم تهديد حرية الإنسان، وعدم التعرض إلى قيم المجتمع وعاداته ومكتسباته من أجل تحقيق سبق إعلامي، وتسمى هذه الأخلاقيات " ميثاق الشرف الإعلامي ".^(١٨) ولا تعتبر أخلاقيات الإعلام مجموعة من القوانين الواجب اتباعها، لكنها في جوهرها تدور حول الواجب^(١٩). سواء واجب القائم بالاتصال أو الإعلامي نحو الجمهور، واجبه نحو المجتمع الذي يعيش فيه وما يمثله من قيم وعادات وتقاليد، أو واجبه نحو مهنة الإعلام نفسها .

ثانياً: تعريف القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة :

هي قنوات فضائية تبث برامج رياضية فقط وعلى مدار أربع وعشرين ساعة متواصلة حيث أنها تخلت عن تنوع المجالات ووجهت اهتمامها في مجال برامجي واحد إلا وهو المجال الرياضي ونحو جمهور محدد . كما تتضمن هذه القنوات برامج تتناول الأحداث الرياضية العربية والعالمية والأنشطة الرياضية المختلفة، وتقوم بالبث المباشر للمباريات مع التعليق الحي عليها، والوقوف على أحدث أخبار الرياضيين في مختلف الرياضات عالمياً، عربياً، ومحلياً .

ويمكن تقسيم القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة وفقاً لنمط الملكية إلى

قسمين :

- (١) قنوات رياضية متخصصة ذات ملكية حكومية مثل قناة Nile Sport .
- (٢) قنوات رياضية متخصصة ذات ملكية خاصة مثل قناة On Time Sports، قناة الأهلبي.

ثالثاً: القواعد الأخلاقية التي يجب أن يراعيها مقدمي البرامج الرياضية:

قامت وسائل الإعلام الرياضي المرئي في الدول الغربية بوضع عدد من القواعد الأخلاقية، وهي عبارة عن مجموعة من المبادئ من عشر نقاط، وهي كما يلي: (٢٠)

١- يجب على الإعلامي الرياضي أن ينظم الموضوعات التي سوف يتحدث عنها حتى تناسب وقت البرنامج، بحيث يتجنب وجود أوقات خالية من الأخبار أو النقاشات .

٢- يجب أن تكون المهنة الإعلامية هي المهنة الوحيدة للإعلامي الرياضي، وعدم العمل في وظائف أخرى يمكن أن تتعارض مع مهمته الإعلامية .

٣- يجب على الإعلامي الرياضي أن يتحرى دقة وصحة المعلومات التي تصل إليه، وتجنب المعلومات غير المصرح بها من جهات موثوقة أو من الجهات الرسمية .

٤- يجب على الإعلامي الرياضي الحفاظ على سرية مصادر الأخبار، حتى يتجنب إيذاء أي شخص.

٥- يجب على الإعلامي الرياضي يذكر المعلومات والأخبار دون التغيير في التعبيرات التي استخدمها المصدر في وصف الحدث، لتجنب الوقوع في التضليل .

٦- ضرورة الالتزام بخصوصية الأشخاص، وتجنب انتهاكها أو تشويهها بأي طريقة .

٧- عدم السماح لمالكي القنوات أو المعلنين أو الرعاة بالتأثير على أدائهم لدورهم الإعلامي بمهنية.

□ نتائج الدراسة التحليلية:

جدول رقم (١)

صور الالتزام بأخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية

الإجمالي		البرنامج				صور الالتزام بأخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية
		أصدقاء الملاعب		ملعب أون تايم		
%	ك	%	ك	%	ك	
%٦٤,٢	٢١٥	%٩٨,٩	٩٠	%٥١,٢	١٢٥	التحقق من صدق المعلومات من مصادرها
%٣٢,٢	١٠٨	%٩٦,٧	٨٨	%٨,٢	٢٠	الفصل بين الخبر والرأي الشخصي
%٢,٧	٩	%١,١	١	%٣,٣	٨	احترام حقوق الزمالة
%١٥,٨	٥٣	%٢٣,١	٢١	%١٣,١	٣٢	الالتزام بنص التصريحات ومعناها
%٧,٥	٢٥	%٧,٧	٧	%٧,٤	١٨	تصحيح الشائعات والأكاذيب
%٤,٢	١٤	%١,١	١	%٥,٣	١٣	احترام الحياة الخاصة للأفراد
%٤,٢	١٤	%١,١	١	%٥,٣	١٣	إتاحة الفرصة للرأي والرأي الآخر
%٢,٧	٩	%٣,٣	٣	%٢,٥	٦	إتاحة حق الرد
٣٣٥		٩١		٢٤٤		=ن

تكشف بيانات الجدول السابق عن أبرز صور الالتزام في أخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية عينة الدراسة في الفترة من ٣ مارس ٢٠٢٠م حتى ٣ يونيو ٢٠٢٠م . حيث جاء في المرتبة الأولى التحقق من صدق المعلومات من مصادرها بنسبة (٦٤,٢%)، بينما جاء في المرتبة الثانية الفصل بين الخبر و الرأي الشخصي بنسبة (٣٢,٢%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الالتزام بنص التصريحات ومعناها بنسبة (١٥,٨%)، وفي المرتبة الرابعة جاء تصحيح الشائعات و الأكاذيب بنسبة (٧,٥%)، وجاء بالمرتبة الخامسة احترام الحياة الخاصة للأفراد، وإتاحة الفرصة للرأي و الرأي الآخر بنسب متساوية بلغت (٤,٢%) لكلاً منها على حده، وجاء بالمرتبة السادسة والأخيرة احترام حقوق الزمالة، و إتاحة حق الرد بنسب متساوية بلغت (٢,٧%) .

وفي المقارنة بين البرنامجين عينة الدراسة نجد أن برنامج أصداء الملاعب المقدم على قناة نايل سبورت تفوق في التحقق من صدق المعلومات من مصادرها، تلاها الفصل بين الخبر والرأي الشخصي، ثم الالتزام بنص التصريحات ومعناها، تصحيح الشائعات و الأكاذيب، وإتاحة حق الرد، وتساوت احترام حقوق الزمالة، احترام الحياة الخاصة للأفراد، وإتاحة الفرصة للرأي و الرأي الآخر .

وفي المقابل كانت أبرز صور الالتزام في برنامج ملعب أون تايم المقدم على قناة أون تايم سبورت هي التحقق من صدق المعلومات من مصادرها، ثم الالتزام بنص التصريحات ومعناها، وتلاها الفصل بين الخبر و الرأي الشخصي، تصحيح الشائعات و الأكاذيب، كما تساوي احترام الحياة الخاصة للأفراد، وإتاحة الفرصة للرأي و الرأي الآخر، ثم احترام حقوق الزمالة، وأخيراً إتاحة حق الرد .

ونلاحظ وجود تشابه بين صور الالتزام بأخلاقيات التقديم في كلاً من البرنامجين، ولكن يتضح تفوق برنامج أصداء الملاعب على برنامج ملعب أون تايم

فيما يتعلق بالفصل بين الخبر والرأي الشخصي. ويتفق ذلك مع ما جاء في دراسة حنان كيلاني ٢٠١٦ والتي توصلت إلى التزام القائم بالاتصال بالبرامج الحوارية بالموضوعية والحياد مع الالتزام بأداب وأخلاقيات النقاش واحترام ضيوف البرنامج والمشاهدين. بتطبيق قواعد الإعلام الجيد من التزام مقدمو البرنامج بأداب الحوار، توضيح مصدر المعلومات، الحرص على عدم الخطأ في تقديم المادة الإعلامية، تحمل المسؤولية والاعتراف بالخطأ، الامتناع مطلقاً عن تشويه محتوى صور أو مقاطع فيديو، والتركيز على الإلمام بجوانب الموضوع.

ويرجع ذلك إلى أن معظم مقدمي برنامج أصداء الملاعب من الحاصلين على مؤهلات إعلامية، كما أن الدكتور طارق سعدة نقيب الإعلاميين يعمل كواحد من ضمن مقدمي البرنامج، ويدل ذلك على مدي تطبيق القناة والتزامها بالمواثيق الإعلامية ومدونات السلوك الرياضي خاصة أن المجال الرياضي يذخر دائماً بالقضايا المثيرة التي يمكن أن يختلط بها رأي مقدم البرنامج بأصل الخبر . ويدل على مدي اهتمامهم بالتحقق من صدق المعلومات من مصادرها حيث يمتلك كل برنامج قاعدة عريضة من المصادر والمراسلين الذين يقوموا بإمداد البرنامجين بالمعلومات والأخبار

جدول رقم (٢)

التجاوزات في أخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية

الإجمالي		البرنامج				التجاوزات في أخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية
		أصداء الملاعب		ملعب أون تايم		
%	ك	%	ك	%	ك	
٨,٤%	٢٨	٠,٠%	٠	١١,٥%	٢٨	عرض أخبار و أحداث مجهولة المصدر
٣٧,٩%	١٢٧	١,١%	١	٥١,٦%	١٢٦	الخط بين الخبر والرأي الشخصي

أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة
"دراسة تحليلية"

الإجمالي		البرنامج				التجاوزات في أخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية
		أصدقاء الملاعب		ملعب أون تايم		
%	ك	%	ك	%	ك	
3,3%	11	0,0%	0	4,5%	11	تحريف المعاني أو لتصريحات
2,1%	7	0,0%	0	2,9%	7	نشر الشائعات و الأكاذيب
2,1%	7	0,0%	0	2,9%	7	انتهاك خصوصية حياة الأفراد
4,5%	15	0,0%	0	6,1%	15	التركيز على قضايا ثانوية والتعقيم على قضايا أكثر أهمية
1,5%	5	0,0%	0	2,0%	5	الخلط بين المادة الإعلامية المقدمة والإعلان
5,1%	17	0,0%	0	7,0%	17	إتاحة الفرصة لأحد الآراء على حساب الرأي الآخر
2,7%	9	0,0%	0	3,7%	9	توجيه اتهامات لأشخاص بدون دلائل أو براهين
7,5%	25	0,0%	0	10,2%	25	التركيز على السلبيات
14,6%	49	0,0%	0	20,1%	49	تعمد المبالغة و التهويل
2,4%	8	0,0%	0	3,3%	8	إغفال حق الرد
1,8%	6	0,0%	0	2,5%	6	تشويه سمعة الأشخاص
335		91		244		=ن

تكشف بيانات الجدول السابق عن التجاوزات في أخلاقيات التقديم في البرامج الحوارية الرياضية عينة الدراسة في الفترة من 3 مارس 2020م حتي 3 يونيو 2020م. حيث جاء في المرتبة الأولى الخلط بين الخبر و الرأي الشخصي بنسبة (9,37%)، بينما جاء المرتبة الثانية تعمد المبالغة و التهويل بنسبة (14,6%)، في

حين جاء بالمرتبة الثالثة عرض أخبار و أحداث مجهولة المصدر بنسبة (٨,٤%)، وفي المرتبة الرابعة جاء التركيز على السلبيات بنسبة (٧,٥%)، وفي المرتبة الخامسة جاء إتاحة الفرصة لأحد الآراء على حساب الرأي الآخر بنسبة (٥,١%)، في حين جاء التركيز على قضايا ثانوية و التعطيم على قضايا أكثر أهمية في المرتبة السادسة بنسبة (٤,٥%)، أما في المرتبة السابعة فقد جاء تحريف المعاني أو التصريحات بنسبة (٣,٣%)، وفي المرتبة الثامنة جاء توجيه اتهامات لأشخاص بدون دلائل أو براهين بنسبة (٢,٧%)، كما جاء إغفال حق الرد في المرتبة التاسعة بنسبة (٢,٤%)، وفي المرتبة العاشرة جاء نشر الشائعات و الأكاذيب، وانتهاك خصوصية حياة الأفراد بنسب متساوية بلغت (٢,١%)، كما جاء في المرتبة قبل الأخيرة تشويه سمعة الأشخاص بنسبة (١,٨%)، في حين جاء بالمرتبة الأخيرة الخلط بين المادة الإعلامية المقدمة والإعلان بنسبة (١,٥%).

وفي المقارنة بين البرنامجين عينة الدراسة نجد أن برنامج ملعب أون تايم المقدم على قناة أون تايم سبورت قد سجل الكثير من التجاوزات فيما يتعلق بأخلاقيات التقديم حيث جاء في المرتبة الأولى الخلط بين الخبر و الرأي الشخصي بنسبة (٥١,٦%)، تلاها تعمد المبالغة و التهويل بنسبة (٢٠,١%)، ثم عرض أخبار وأحداث مجهولة المصدر بنسبة (١١,٥%)، في حين جاء التركيز على السلبيات بنسبة (١٠,٢%)، وشهد تراجعاً في التجاوزات المتعلقة بإتاحة الفرصة لأحد الآراء على حساب الرأي الآخر حيث جاءت بنسبة (٧%)، التركيز على قضايا ثانوية والتعطيم على قضايا أكثر أهمية بنسبة (٦,١%)، تلاها تحريف المعاني أو التصريحات بنسبة (٤,٥%)، ثم توجيه اتهامات لأشخاص بدون دلائل أو براهين بنسبة (٣,٧%)، بينما جاء إغفال حق الرد بنسبة (٣,٣%)، في حين جاء نشر الشائعات و الأكاذيب، وانتهاك خصوصية حياة الأفراد بنسب متساوية بلغت (٢,٩%)، ثم تشويه سمعة

الأشخاص بنسبة (٢,٥%)، وأخيراً جاء الخلط بين المادة الإعلامية المقدمة والإعلان بنسبة (٢%) . ويرجع ذلك إلى أن مقدمي البرامج الرياضية خاصة في الفضائيات الخاصة من نجوم الرياضة السابقين حيث يكثر عدد كبير الساعات أمام المشاهد يمارسون فيه التقديم والتحليل والتعليق، دون خبرة مسبقة ودون إعداد إعلامي جيد فيعتمدوا على الإثارة لجذب المشاهد لبرنامجهم ولقناتهم الفضائية، ويتفق ذلك مع دراسة سهير إبراهيم ٢٠١٧^(٢١) التي توصلت إلى نتائج حول اعتماد البرامج الحوارية على الإعلامي النجم حيث أكدت نتائج الدراسة أن الإعلامي النجم لا يلتزم بالقواعد المهنية بنسبة (٣٥%)، ويتحيز لرأيه ويفتقد الموضوعية . في حين أن نسبة (٨٥,٧%) أكدت ضرورة الزام الإعلامي النجم بمعايير تضمن ضبط الأداء ومنع التجاوزات، والتقليل من السعي نحو الإثارة المفتعلة .

وهو ما اتفق مع دراسة عبد الجليل حسناوي ٢٠١٤^(٢٢) والتي توصلت إلى أن غياب الإطار القانوني الفعال هو السبب الرئيسي لوقوع التجاوزات غير الأخلاقية لدى الإعلاميين العاملين بقناة النهار. كما توصلت أن طغيان المصالح الشخصية، أهم عامل مؤثر في السلوك المهني للصحفي.

بالإضافة إلى غياب التكوينات الدورية للإعلاميين التي تحميهم من الوقوع في التجاوزات غير الأخلاقية، وأكدت الدراسة على أن تأثير الرقابة المستمرة على الإعلاميين تجعلهم يقعون في بعض التجاوزات غير الأخلاقية.

بالإضافة إلى أن قلة الخبرة عند الإعلامي وانعدام التجربة تركت الإعلاميين بهذه القناة الإخبارية يقعون في الكثير من التجاوزات المهنية.

وهو ما يتفق مع دراسة Ibituru Iwowari Pepple, Ijeoma , Jacquelyn Acholonu ٢٠١٨^(٢٣) والتي توصلت إلى أن تطبيق الصحفيين للقواعد

الأخلاقية كان منخفضاً على الرغم من أهمية الأخلاقيات في ممارسة الصحافة، حيث أن ٦٥% من المبحوثين ليسوا على دراية بالقواعد الأخلاقية الإعلامية. كما كشفت الدراسة أن الصحفيين في أغلب الأوقات يعارضون أخلاقيات المهنة بسبب التملق، والأسباب الأمنية، واليأس، والجشع، والمعضلات الأخلاقية، والجهل بقواعد الأخلاق. كما توصلت الدراسة فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة على عدم الالتزام بالقواعد الأخلاقية إلى أن تأثير الملكية جاء في المرتبة الأولى، تلاها تأثير المواد الإعلانية، ثم قلة أجور العاملين، ومدى المعرفة بالقانون الأخلاقي.

في المقابل لم يسجل برنامج أصداء الملاعب المقدم على قناة نايل سبورت سوي في فئة الخلط بين الخبر والرأي الشخصي بنسبة (١,١%) (حلقة ٤ مارس)، ويرجع ذلك إلى مدى حرص البرنامج على تجنب أي تجاوزات متعلقة بأخلاقيات التقديم حيث أن هو واحد من ضمن مقدمي البرنامج إلى جانب أن معظم مقدمو البرنامج من الحاصلين على مؤهلات إعلامية من ضمنهم الدكتور طارق سعدة نقيب الإعلاميين، ويرجع ذلك أيضاً إلى أن قناة نايل سبورت قناة حكومية فهي تسعى دائماً لعدم التجاوز والالتزام بالقيم والأخلاقيات الإعلامية التي تتضمنها القوانين ومواثيق الشرف ومدونة السلوك الرياضي.



خلاصة نتائج الدراسة:

- ١- أظهرت النتائج وجود تفاوت في التزام مقدمي البرامج الرياضية عينة الدراسة بالأخلاقيات التقديم تبعاً لاختلاف نمط ملكية القناة.
- ٢- أظهرت النتائج وجود تفاوت في التزام مقدمي البرامج الرياضية عينة الدراسة بالأخلاقيات التقديم تبعاً لاختلاف تخصص مقدم البرنامج.
- ٣- أظهرت النتائج أن مقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة الحكومية أكثر التزاماً بالضوابط والمعايير الأخلاقية في معالجتهم للقضايا المختلفة.
- ٤- أظهرت النتائج أن أبرز صور الالتزام في أخلاقيات التقديم في البرامج الرياضية عينة الدراسة هي التحقق من صدق المعلومات من مصادرها حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٤,٢%)، تلاها في المرتبة الثانية الفصل بين الخبر والرأي الشخصي بنسبة (٣٢,٢%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الالتزام بنص التصريحات ومعناها بنسبة (١٥,٨) .
- ٥- أظهرت النتائج أن أبرز صور التجاوزات في أخلاقيات التقديم في البرامج الرياضية عينة الدراسة هي الخلط بين الخبر و الرأي الشخصي حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٣٧,٩%)، بينما جاء المرتبة الثانية تعمد المبالغة و التهويل بنسبة (١٤,٦%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة عرض أخبار و أحداث مجهولة المصدر بنسبة (٨,٤%)، وفي المرتبة الرابعة جاء التركيز على السلبيات بنسبة (٧,٥%)، وفي المرتبة الخامسة جاء إتاحة الفرصة لأحد الآراء على حساب الرأي الآخر بنسبة (٥,١) .

الهوامش

(١) حازم أنور محمد البنا: أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، بعنوان "الإعلام بين الحرية و المسؤولية"، يوليو ٢٠٠٨، ص ص ١٥٠-١٥١ .

(٢) إبراهيم العقباوي : أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية، ورقة عمل ضمن أعمال المؤتمر العلمي الدولي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، بعنوان (الفضائيات العربية ومتغيرات العصر)، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ٦٢٢ .

(٣) عبد الله بدران : الأخلاقيات الإعلامية بين الحرية المطلقة والمسؤولية المجتمعية، مجلة الكويت، العدد ٣٦٤، متاح على : <http://www.kuwaitmagazine.net> .

(٤) محمدي خيرة وبلعالية خيرة : منظومة الإعلام الرياضي واحترام أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل سيطرة قيم الربح وتحديات العصر الرقمي، بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠ .

(5) Burhan Basoglu : Examination of Morality and Ethical Aspects of Sports Media in Turkey, European Journal of Physical Education and Sport Science, Volume 3, Issue 8, 2017, Retrieved from: www.oapub.org/edu

(6) Xavier Ramon and Vegas And José-Luis Rojas-Torrijos : MAPPING MEDIA ACCOUNTABILITY INSTRUMENTS IN SPORTS JOURNALISM , El Professional De La Information, n 2,V 26 , 2017 Retrieved from: <https://doi.org/10.3145/Epi.2017.Mar.02> .

(7)Xavier Ramon : Rumours, responsibility and sports journalism ethics. The coverage of Ye Shiwen at the London 2012 Olympics in the

British, American and Spanish quality press , Societat Catalana de Comunicació, número 16 (2014-2015), Retrieved from:

<http://revistes.iec.cat/index.php/periodistica>

(^٨) سارة إسماعيل صقر : المعالجة الإعلامية للقضايا المقدمة بالبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠١١) .

(^٩) رضوان جدي: الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية المفهوم والممارسة من خلال صحفيي جريدة الهدف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠١١.

(^{١٠}) محمدي خيرة وبلعالية خيرة: مرجع سابق.

(^{١١})Burhan Basoglu : Op, Cit.

(^{١٢}) Xavier Ramon and Vegas And José-Luis Rojas-Torrijos : Op ,Cit.

(^{١٣})Xavier Ramon: Op, Cit.

(^{١٤}) سارة إسماعيل صقر : مرجع سابق.

(^{١٥}) رضوان جدي: مرجع سابق.

(^{١٦}) محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي، (القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع، ٢٠٠٤)، ص ٣٤ .

(^{١٧}) عطا الله شاكر : إدارة المؤسسات الإعلامية، (عمان : دار أسامة للنشر و التوزيع، ٢٠١١)، ص ١٠٥ .

(^{١٨}) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: الموسوعة الاقتصادية والاجتماعية، (الإسكندرية : مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٥) متاح على : <https://books.google.com.eg/books> .

(^{١٩}) Hilal Koylo : Press Ethics And Practice Of Journalism In Turkey:“A Case Study On Turkish Journalists’ Self Evaluation Of Their Codes Of

Practice, (Middle East Technical University :School Of Social Sciences, 2006), P 7.

(20) Selami ÖZSOY and Yeşer ESKİCİOĞLU : Ethics In The Sports Media In Turkey , paper published in professional ethics in business and social life, Abant Izet Baysal University , Beden Education and Sports Academy, 2008, p 46, Retrieved from:

https://www.academia.edu/34129383/T%C3%BCrkiyede_Spor_Medyas%C4%B1nda_Etik_Ethics_In_The_Sports_Media_In_Turkey.

(21) سهير إبراهيم: المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية دراسة على القائم بالاتصال، بحث منشور في المجلة المصرية المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦١، أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٧، ص ص ٣٠٥-٣٩٨.

(22) عبد الجليل حسناوي: الأخلاقيات المهنية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر - قناة النهار تي في أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ٢٠١٤.

(23) Ibituru Iwowari Pepple, Ijeoma Jacquelyn Acholonu: Media Ethics as Key to Sound Professionalism in Nigerian Journalism Practice, Journalism and Mass Communication, Vol. 8, No. 2, February 2018,pp 56-67, Retrieved from: <https://www.researchgate.net>.