



جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة الاعلام والاتصال



البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية
الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بسكرة

مذكرة تخرج مكتملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

- تخصص إتصال وعلاقات عامة -

- إشراف الأستاذ:

- أحمد أمين فورار.

- إعداد الطالب:

- منصور بن كادي.

السنة الجامعية: 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

((قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِداداً لِكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ

أَنْ تَنْفَدَ كَلِمَاتُ رَبِّي وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مِداداً))

إني رأيت أنه لا يكتب أحد كتاباً في يومه

إلا قال في غده لو عرّف هذا لكان أحسن

ولو زيد هذا لكان يُستحسن

ولو قُدّم هذا لكان أفضل

ولو تُرِكَ هذا لكان أجمل

وهذا من أجمل العبر،

وهو دليل استيلاءِ النقص على جملة البشر

(العماد الأصفهاني)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ لَا تَأْخُذُهُ سِنَةٌ وَلَا نَوْمٌ لَهُ مَا فِي
السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَنْ ذَا الَّذِي يَشْفَعُ عِنْدَهُ إِلَّا بِإِذْنِهِ يَعْلَمُ مَا
بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَمَا خَلْفَهُمْ وَلَا يُحِيطُونَ بِشَيْءٍ مِنْ عِلْمِهِ إِلَّا بِمَا شَاءَ
وَسِعَ كُرْسِيُّهُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَلَا يَئُودُهُ حِفْظُهُمَا وَهُوَ
الْعَلِيُّ الْعَظِيمُ.

صدق الله العظيم

شكر وتقدير

* قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"*

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نشكر الله تعالى الذي أماننا بالقدرة على قطع مسيرتنا
فإن الحمد والمنة، نحمد ونشكر ولا ننسى

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف "أحمد أمين فورار" الذي شرح لنا
صدره فكان نعم الموجه وخير المرشد ولم يبخل علينا بنصائحه وإرشاداته.

فشكر خاص، خاص له.

ولكل الأساتذة الذين بفضلهم بعد الله وصلنا إلى هذه المحطة، لهم منا جزيل الشكر
والإحترام...

فشكر خاص لهم

شكرا جزيلا للجميع.

ملخص الدراسة:

الموضوع/ البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي

إعداد/ الطالب: منصور بن كادي.

إشراف/ الأستاذ أحمد أمين فورار.

نوع الشهادة المحضرة: شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال . تخصص إتصال وعلاقات عامة .

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة معرفة العلاقة القائمة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص بمختلف قنواته وتنمية الوعي السياسي في الوسط الطلابي الجامعي بواسطة التطرق إلى هذا الجانب، مدى تأثير الإعلام الفضائي الخاص من خلال البرامج السياسية المختلفة والمتنوعة التي يتوفر عليها المتلقي المتمثل في الطالب الجامعي ويستعملها من خلال استغلال ما توفره له هذه البرامج من مادة إخبارية، تثقيفية، توعوية، ترفيهية إلى غير ذلك من المواضيع التي تقدمها له هذه الوسائل بأساليبها ومواضيعها الهامة والحساسة.

وقد انطلقت هذه الدراسة من طرح ثلاث تساؤلات رئيسية متفرعة إلى عدة أسئلة ثانوية أو فرعية.

ولاختبار هذه التساؤلات التي تصب كلها في محاولة التوصل إلى معرفة العلاقة الموجودة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي، فقد تم تفرغ هذه التساؤلات إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية في محاور، حيث جاءت مؤشرات التساؤل الرئيسي الأول لتسأل عن علاقة وسائل الإعلام بالتوعية الأسرية، أما التساؤل الرئيسي الثاني فقد تمحور حول اعتماد الطلبة على هاته البرامج السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كمصدر لمعلوماتهم السياسية ودورها في تنمية وعيهم السياسي وتنويره على تعددها وتنوع هذه البرامج، أما السؤال الثاني فقد تمحور حول إعتبار الطالب أن هذه البرامج السياسية إحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية وعيه السياسي، أما التساؤل الثالث للدراسة، فإنه يركز على تأثير هذه البرامج في تنمية الوعي السياسي وتغيير اتجاهاته السياسية بعد متابعتها لها وخلق تأثير على وعيه السياسي.

وبعد تحديد المفاهيم الرئيسية المتعلقة بالدراسة وعرض لبعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، بعد الإجراءات المنهجية تم تحديد المجال البشري المتعلق بالدراسة الميدانية ، حيث استخدم أسلوب العينة القصدية، والتي تف بالغرض للدراسة، وتم تحديد 140 من المجموع الكلي للطلبة، وتم استخدام المنهج الوصفي مع تحليل المعطيات المستقاة من الميدان، وبعدها التقديم النظري للأطر المعرفية المختلفة التي تناولت قطاع الإعلام والمراحل التي مر بها هذا القطاع بالجزائر إلى إن أصبح لدينا قطاع إعلام فضائي خاص، وكذا المدخل الشامل للوعي السياسي ، ودور هذا القطاع بتنمية الوعي السياسي ومدى مساهمته في التوعية، إلى جانب التعرّيج على بعض النماذج من هذه البرامج وما قدمته من دور في التوعية السياسية.

وبعد ذلك تم الانتقال إلى الدراسة الميدانية التي بدئ فيها بتحديد أداة الدراسة وتم وضع إستبانة خاصة لجمع البيانات حول دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي وفقا لأهداف وأسئلة الدراسة. وتم إجراء اختبار للاستبيان، ثم البدء في تحليل وتفسير البيانات لهذه الدراسة، ثم الخروج أو الوصول إلى نتيج وتوصيات للدراسة، وتمثلت نتائج هذه الدراسة في التالية:

- اعتماد الطلبة في معلوماتهم السياسية على البرامج السياسية كمصدر لهم في تنمية الوعي السياسي، إلا انه يبقى محدود.
- يتباين إعتبار البرامج السياسية بين فئات الطلبة إحدى العوامل والوسائل في تنمية الوعي السياسي، لإعتبارات مختلفة.
- أن هذه البرامج السياسية تآثر الوعي و الثقافة السياسية للطلبة لكن ليس بالشكل الذي تغير الإتجاهات رغم الإتمام المتابعة الكبيرة، وهذا الأمر كذلك يعرف تباين بين الطلبة الجامعيين حسب إعتبارات معينة.

• خطة الدراسة

الاطار المنهجي للدراسة.

- اولا: اشكالية الدراسة.
- ثانيا: تساؤلات الدراسة وفرضياتها.
- ثالثا: اسباب الدراسة.
- رابعا: اهمية الدراسة واهدافها.
- خامسا: منهج الدراسة.
- سادسا: مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
- سابعا: الدراسات السابقة.
- سابعا: موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ونقاط التقاطع.
- الاطار النظري.

الفصل الأول: الإعلام الجزائري

المبحث الاول: تطور الإعلام في الجزائر

أولا: بدايات ظهور الإعلام في الجزائر

ثانيا: تطورات الإعلام الجزائري غداة الإستقلال.

ثالثا: التشريع الإعلامي الجزائري وبوادر التعددية.

رابعا: الإعلام السمعي البصري والمشاريع المنظمة له.

المبحث الثاني: الإعلام الخاص والتعددية الإعلامية في الجزائر.

أولا: الإعلام السمعي البصري الخاص في المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002.

ثانيا: الإصلاحات وقانون الإعلام العضوي 2012.

ثالثا: فتح المجال للسمعي البصري الخاص.

رابعاً: الاعلام الفضائي الجزائري الخاص بعد فتح المجال أمامه.

المبحث الثالث: الفضائيات الخاصة ودوافع الإنفتاح الإعلامي الجزائري.

أولاً: تعريف القنوات الفضائية الخاصة.

ثانياً: أنواع الفضائيات الخاصة.

ثالثاً: الفضائيات الجزائرية الخاصة.

رابعاً: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة.

الفصل الثاني: الوعي السياسي والبرامج السياسية الفضائية.

المبحث الأول: الوعي والوعي السياسي.

أولاً: مفهوم الوعي.

ثانياً: مفهوم الوعي السياسي.

ثالثاً: أهمية الوعي السياسي.

رابعاً: العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي.

المبحث الثاني: البرامج السياسية والإعلام الفضائي الخاص.

أولاً: تعريف البرنامج السياسي الفضائي.

ثانياً: مفهوم الاعلام الفضائي الخاص.

ثالثاً: نشأة الإعلام الفضائي الجديد.

رابعاً: دوافع ظهور الإعلام الفضائي الخاص.

المبحث الثالث: البرامج السياسية وتأثيرات الإعلام الفضائي الخاص

أولاً: دور الإعلام الفضائي في تدعيم وتغيير الإتجاهات السياسية

ثانياً: البرامج السياسية التلفزيونية وأدوارها السياسية.

ثالثاً: البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة وأبرز أدوارها السياسية

رابعاً: نماذج للبرامج السياسية من الفضائيات الجزائرية الخاصة (الشروق نيوز - الخبر Kbc)

خامساً: التأثيرات السياسية لبرنامجي (هنا الجزائر و جرنان القوسطو).

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث

أولاً: أداة الدراسة واختبار صدق الأداة.

ثانياً: تحليل وتفسير البيانات.

ثالثاً: نتائج وتوصيات الدراسة.

خلاصة الفصل

خاتمة.

مقدمة:

لقد عرفت المجتمعات العربية الإسلامية في الآونة الأخيرة جملة من التغيرات الاجتماعية والسياسية أطلق عليها البعض تسمية "ثورات الربيع العربي" والتي كان هدفها الأساسي التحول الديمقراطي ومحاربة الفساد الإداري والسياسي الذي كان طاغيا وملاحظا بصورة جلية في هذه المجتمعات وعلى إثر هذا الحراك السياسي نتجت مجموعة من التحولات مست معظم المجتمعات التي تسعى للديمقراطية، ومنها الجزائر التي استدعى أحداث تغيير في سياستها التنظيمية الداخلية والخارجية هذا التغيير اقتضى أحداث ثورة إعلامية قانون الإعلام الجديد (2012)، وذلك أن الإعلام هو الواجهة لأي نظام سياسي.

هذه الثورة التي استدعت فتح باب الحوار لمختلف شرائح المجتمع محاولة منها لتقليص تلك الهوة بين السلطة والرأي العام، والذي لن يتحقق إلا في ظل وجود تعددية حزبية ومبدأ حرية الإعلام والصحافة اللذان كانا محتكران أو إن صح القول مرتبطان بنظام سلطوي إيديولوجي معين، مما أدى إلى فقدان مصداقية الإعلام خاصة لدى الشباب باعتباره فئة جد هامة داخل المجتمع، فهي التي تحركه وتبنيه.

ونتيجة لهذا برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية ظاهرة التعددية الإعلامية وبروز القنوات الخاصة التي اهتمت من خلال البرامج التي تقدمها سواء السياسية منها أو الثقافية أو الترفيهية معالجة بعض الإشكالات والقضايا الراهنة، وخذش الطابوهات والمواضيع المسكوت عنها، حيث أضحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الأخبار والمعلومات بأسرع وقت ممكن، وهذا من أجل توعيته بما يدور من حوله من أحداث ومواقف، بغية القيام بعملية التغيير في آراء الجمهور، مما يسمح ويساهم في عملية صنع القرار السياسي وزيادة وعي الافراد بالأمور والقضايا السياسية بعدما أصبحت تعبر عن نشاط وأفكار مختلف التيارات السياسية.

فعادة ما يعمل هذا النوع من القنوات على تكوين الثقافة السياسية للجمهور، ذلك أنها غير متحكم فيها من قبل هيئة معينة كما أنها تساهم في معرفة الفرد لمختلف حقوقه (ثقافة حقوق الإنسان والمواطنة)، وقد أضحت هذه القنوات تتنافس فيما بينها من أجل جلب أكثر للمشاهد

والمساهمة في عملية الإدراك المعرفي للفرد والمجتمع بالقضايا الآنية، لذلك ارتأينا أن يأتي اسهامنا في المناقشات في مجال سوسيولوجيا الإعلام لنقف بشكل خاص من خلاله على ظاهرة الإعلام التي شهدت قفزة نوعية تماشيا مع التغيرات الاجتماعية والثقافية وحتى السياسية، والتي لا يمكن فصلها عن الإعلام من خلال خدماته التي يقدمها لتطوير المجتمع وتنمية الفرد بالمعارف و الإدراكات لدية ووعيه السياسي نظرا للعلاقة القائمة بين الجانبين، ولوصف وتحديد ومعرفة مدى هذه العلاقة والدور الإعلامي على الفرد يأتي هذا الموضوع الذي يتناول البرامج السياسية للإعلام الفضائي الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، والذي قسم إلى ثلاثة أجزاء أساسية، يتناول في الأول الإطار المنهجي، وفي إطاره النظري فصلين والذي يشتمل على ثلاثة مباحث في كل فصل ونعرضها فيما يلي:

الفصل الأول بعنوان: الإعلام الجزائري حيث أخذ ثلاثة مباحث، فالمبحث الأول خصص لتطور الإعلام في الجزائر، منذ بدايات ظهوره إبان الإستعمار الفرنسي، ثم تطورات غداة الإستقلال، فالتشريع الإعلامي وبوادر التعددية وصولا إلى المشاريع المنظمة للإعلام السمعي البصري والمبحث الثاني ركز على الإعلام الخاص والتعددية الإعلامية في الجزائر واندرج تحته الاعلام السمعي البصري ومشروع قانون الاعلام 2012، وفتح مجال السمعي البصري، والاعلام الخاص بعد فتح المجال، ثم مبحث ثالث يضم الفضائيات الخاصة ودوافع الانفتاح الاعلامي الجزائري.

أما الفصل الثاني فهو بعنوان الوعي السياسي والبرامج السياسية للإعلام الفضائي وتركزت في ثلاثة مباحث، فالمبحث الأول تناول الوعي السياسي والجوانب النظرية المتعلقة به، والمبحث الثاني تناول البرامج السياسية والإعلام الفضائي الخاص بشكل عام وأخيرا المبحث الثالث تناول البرامج السياسية وتأثيرات الإعلام الفضائي الخاص والتطرق لأهم برامج سياسية وتأثيراتها السياسية

أما الفصل الثالث فيتناول الجانب الميداني ويحتوي على مجتمع البحث واختيار العينة، ثم مجالات الدراسة، وتحليل وتفسير البيانات وأخيرا نتائج وتوصيات الدراسة.

الإطار المنعرجية

الإطار المنهجي

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1/- اشكالية الدراسة

2/- تساؤلات الدراسة وفرضياتها

3/- أسباب إختيار الموضوع

4/- أهمية الدراسة وأهدافها

5/- منهج الدراسة

6/- مجتمع البحث واختيار العينة

7/- مجالات الدراسة

ثانياً: المجال المفاهيمي للدراسة.

1- مفاهيم ومصطلحات الدراسة

2- الدراسات السابقة

3- موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ونقاط التقاطع

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

نتيجة لما شهدته بعض دول الوطن العربي على غرار باقي دول العالم من تحولات وانفتاح على مستوى الساحة الإعلامية، والذي بدوره اعطى الحرية وفتح المجال امام القطاع الخاص للمؤسسات الإعلامية والتي من أهمها القنوات الفضائية كظاهرة من مظاهر التعددية الإعلامية. والتي عملت على تدعيم الممارسة الديمقراطية من خلال انهاء احتكار النظم الحاكمة في مؤسساتها الإعلامية العمومية للمعلومات ونشر المعرفة في أوساط الجماهير المتعطشة للمعلومات والمعارف ذات الشأن السياسي على وجه الخصوص .

حيث يقع على عاتق الإعلام في الجزائر دور كبير في تنمية الوعي السياسي لدى مختلف الشرائح في المجتمع لا سيما فئات الشباب المختلفة ومنها الطلبة الجامعيين الذين هم موضوع هذه الدراسة. وهذا من خلال البرامج السياسية التي تتناول القضايا والأحداث السياسية، إذ تعد هذه البرامج في وسائل الإعلام من العناصر الهامة التي تساعد على تنمية وتكوين وعي سياسي لدى الطلبة . من حيث أنها أخذت حيزا ووقتا أطول في القنوات الفضائية الخاصة

ونسب كبيرة من المشاهدة (حسب استطلاعات هذه القنوات نفسها). بعد ما كانت تعرف انحصارا في وسائل الإعلام العمومية وتضييقا في الطرح والتطرق للقضايا والأحداث السياسية. كما يعد تشكيل الوعي السياسي المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي الى المعرفة السياسية ثم التصويت السياسي وأخيرا المطالب السياسية. ووفق ذلك فان نمو مستوى وعي طلبة الجامعة بإبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفعالة. لا سيما وان المشاركة السياسية تعد من الإشكاليات المهمة التي تواجه المجتمعات في طرقها نحو التنمية. وفي هذا الإطار يؤدي الإعلام الخاص ببرامجه السياسية المتنوعة دورا في تشكيل الوعي السياسي وتنميته لطلبة الجامعات. وهذا ما سنحاول تسليط الضوء عليه من خلال هذه الدراسة والوقوف على العلاقة بين البرامج السياسية في الإعلام الخاص من جهة، وعملية تنمية الوعي السياسي كركيزة تفعل قيم الثقافة السياسية من جهة أخرى. بالإضافة الى إيجاد تشخيص للأدوار والاتجاهات التأثيرية بين البرامج السياسية والثقافة السياسية عند الطلبة الجامعيين مجتمع البحث لهذه الدراسة.

2/- تساؤلات الدراسة:

وتأسيسا على ما سبق يمكننا طرح التساؤل التالي:

- كيف تساهم البرامج السياسية للإعلام الخاص في تشكيل الوعي السياسي وتنميته لدى الطلبة الجامعيين؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية مساعدة على فهم الموضوع محل الدراسة:

1. هل يعتمد طلبة الجامعة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية؟
2. هل يمكن اعتبار البرامج السياسية احدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي السياسي؟
3. كيف تؤثر البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية؟

3/- أسباب اختيار الموضوع :

يعد اختيار موضوع البحث اولى الخطوات المنهجية عند التفكير في إعداد أي بحث علمي، بدون العثور على موضوع مناسب للبحث لا يمكن ان يكون هناك بحث أصلا. ولعل اختيار موضوع البحث لا يتم اعتباطا او مزاجا او حتى بمحض الصدفة، بل هناك العديد من

المؤشرات الموضوعية والذاتية التي تتفاعل فيما بينها لتوجيه الباحث نحو اختيار إشكالية معينة ليتناولها كموضوع لدراسته، وتكمن هذه المؤشرات في الإحساس الصادق والميل الشخصي والاستعداد لدراسته، وما تمثله المشكلة المدروسة من أهمية على المستوى العلمي والعملية، ولعل هذه الأسباب مجتمعة مع بعضها البعض هي التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع والذي يساهم في إثراء المعرفة الإضافية. ومن بين الأسباب التي دفعتنا للبحث في هذا الموضوع ما يلي :

أولاً: الأسباب الذاتية

- الرغبة العلمية في البحث في الموضوع يستلزم جهداً أكاديمياً محكماً يكون في المستوى للشهادة المحضر لها.
- الاهتمام والميول الشخصي للموضوع والنابع من الأثر والدور الكبير الذي أضحي الإعلام يلعبه في حياة الأفراد والمجتمعات
- محاولة التعرف على العلاقة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص في الجزائر وعلاقته بتنمية الوعي السياسي للطالب الجامعي.
- الفضول العلمي في اختيار هذا الموضوع .

ثانياً: الأسباب الموضوعية

- قلة الدراسات حول موضوع البرامج السياسية منها ودورها في تنمية الوعي السياسية .
- باعتبار أن الجزائر في السنوات الاخيرة القليلة أعطت الحرية وفتحت المجال امام التعددية في القطاع الخاص للإعلام والذي ساهم في ظهور عدة قنوات فضائية تتمتع بنوع من الاستقلالية وحرية التعبير مما يؤكد عل قلة الدراسات في مثل هذه المواضيع في الجزائر.

- يعتبر الموضوع مهم من حيث أنه حيوي وصالح للبحث والدراسة كما أنه ميدان حديث ذلك أن هذه البرامج السياسية المتناولة جديدة على الساحة الاعلامية في الجزائر من خلال الطرح والتناول والمواضيع وآليات التأثير.

- التعرف على الدور الذي تقدمه هذه البرامج السياسية للإعلام الخاص في تنمية وعي الطلبة الجامعيين من جانبه السياسي بعد هذا الانفتاح الإعلامي ومدى نجاعته.

4/- أهمية الدراسة وأهدافها:

أولاً: أهميتها

(1) **الأهمية النظرية:** تعتبر هذه الدراسة مهمة لدراستها دور البرامج السياسية في الإعلام الخاص في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، كما ان هناك نقص في حجم الدراسات والجهود التي تناولت هذه الجزئية في الجزائر، وبالتالي ترمي هذه الدراسة لتأكيد دور البرامج السياسية في محاولة لتنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين وقدرتهم على وضع حلول للمشكلات المختلفة.

(2) **الأهمية العلمية:** وتأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة بإعطاء تصور واضح عن مفهوم تنمية الوعي السياسي، بدأ من تشكليه وصولاً الى توجيهه، لذا ارتأيت ان ابحت في اثر ودور البرامج السياسية للإعلام الخاص على تنمية الوعي السياسي بعد ان اصبح هذا الاخير مصطلحاً شائع الاستعمال والتداول.

وبما ستقدمه لمتخذي القرار السياسي والقائمين على البرامج من معلومات ناتجة عن القيام ببحث علمي.

ثانياً: اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى تحقيق عدة امور تتمثل في:

توضيح الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام الفضائية الجزائرية الخاصة من خلال برامجها السياسية في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين.

- كما تهدف هذه الدراسة الى تقديم رؤية علمية أكاديمية حول تنمية الوعي السياسي لدى القنوات الفضائية الخاصة في برامجها السياسية، وذلك من خلال:
- التعرف على فلسفة التنمية للوعي السياسي في البرامج السياسية وما ترمي اليه من اتجاهات سياسية، وهذا من خلال التعرف على ابرز القيم السياسية عندها.
 - الوقوف على مصادر القيم السياسية في هذه البرامج السياسية لهاته القنوات ومدى كفاءتها في تنمية الوعي السياسي وتشكيله لدى الطلبة الجامعيين.
 - رصد مدى اعتمادية طلبة الجامعة على الإعلام الخاص في استقاء معلوماتهم السياسية من خلال ما تقدمه برامجها السياسية.
 - الكشف عن العلاقات الإرتباطية بين مستوى اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في الإعلام الخاص وبين حجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لديهم.
 - تحديد الوضعية التي تحدد تموقع البرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة ضمن المنظومة الاعلامية خصوصا مع التعددية الاعلامية وتنوع القنوات والبرامج.
 - ابراز اهم الانشطة والآليات المستخدمة من قبل البرامج السياسية في الإعلام الخاص في عملية تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.
 - القاء الضوء على واقع البرامج السياسية في ظل التعددية الاعلامية وحرية التعبير.
- 5/- منهج الدراسة:**

تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات حول الظاهرة ووصفها وجدولتها وتبويبها، وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج مقبولة، كذلك يهدف إلى دراسة الارتباطات بين متغيراتها.

وبما أننا في دراستنا نسعى إلى جمع معلومات حول دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي لدى الطالب فان هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية.

والمنهج الوصفي يهتم بشرح وتوضيح المواقف والأحداث. فهو يصور الوقائع ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم هذا الجمهور و الأنماط السلوكية الذي يعرف

استخداماته الأساسية الدكتور راسم محمد الجمال في كتابه (مناهج البحث في الدراسات الإعلامية)، بأنه يستخدم في: البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة، ولكن على الرغم من أن منهج الوصف يلعب دوراً وصفيًا ، إلا أنه يمكن أن يلعب دوراً تفسيريًا بشرح الأحداث أو الظواهر التي تدرس..

ويستخدم أيضاً في الدراسات التجريبية وشبه التجريبية، عندما نسأل عينة من الأفراد سؤالاً مصاغاً صياغة تجريبية، ونسأل عينة مشكلة سؤالاً مصاغاً بطريقة غير تجريبية ..ويستخدم منهج المسح علاوة على ذلك في اختبار متغيرات شديدة التعقيد، والمنهج الوصفي يمثل المنهج الأكثر قابلية للاستخدام عند دراسة المحاور الإنسانية، كما يعد الأكثر استخداماً في بحوث الإعلام¹.

6/- مجتمع البحث واختيار العينة:

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من طلبة كليتي العلوم الإنسانية والاجتماعية والحقوق والعلوم السياسية بالقطب الجامعي "شتمة" لجامعة محمد خيضر بسكرة، ومن تخصصات ومستويات مختلفة كأنموذج للبحث، أما فيما يخص العينة فهي تختلف باختلاف الموضوع فصحة نتائج الدراسة أوعدم صحتها يتوقف على طريقة اختيار العينة، وعند اختيارها لا بد من مراعاة الإمكانيات المادية والزمنية التي يتطلبها البحث الميداني والجهد المبذول فيه. وقد اعتمدنا على العينة القصدية في اختيار أفرادها، حيث أكتفينا بعدد من المفردات أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانيات معتمدين على العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية، يكون فيها الاختبار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استناداً إلى أهداف بحثه، وقد اعتمدنا على أسلوب العينة القصدية لأننا قصدنا فيها متابعي البرامج السياسية في الفضائيات الخاصة المتمثلة في عينة من الطلبة الجامعيين الذين يعتدون مجتمع بحث هذه الدراسة نظراً لتوفر بعض الخصائص في مفردات العينة، و شملت عينة هذا البحث

¹-يوسفي عبد الرؤوف، مناهج علوم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة 1، الجزائر 1994 ، ص143 .

على (140) طالب وطالبة بواقع (80) لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية موزعين على التخصصات التالية؛ علاقات عامة، سمعي بصري، تنظيم وعمل، علم النفس العيادي، من مستويات مختلفة بواقع (20) مفردة لكل تخصص و(60) لكلية الحقوق والعلوم السياسية موزعين على التخصصات التالية؛ علاقات دولية، سياسة مقارنة، قانون إداري، كذلك من مستويات مختلفة بواقع (20) مفردة لكل تخصص.

7/- مجالات الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناج البحث الاجتماعي أن لكل ثلاثة حدود رئيسية وهي: المجال الجغرافي، المجال الزمني والمجال البشري.

1- المجال الجغرافي:

ويشمل جامعة بسكرة بالتحديد كلية العلوم الانسانية والاجتماعية في القطب الجامعي شتمة، وقد شملنا أثناء عملية توزيع الإستبيانات تخصصات مختلفة بين الكليتين وذلك من خلال العينة القصدية واختيار تخصصات معينة من كل كلية

2- المجال الزمني:

إمتد المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة ما بين شهري ديسمبر 2014 وماي 2015، حيث تم إعداد الجانب المنهجي والنظري أولاً، ثم الانتقال إلى الجانب الميداني أين استغرق إعداد الاستمارة وتحكيمها وتوزيع الاستبيان مدة شهر، وأخيراً تحليل البيانات وتفسيرها واستنباط نتائج الدراسة.

3- المجال البشري:

لكي تكون الدراسة علمية وآنصل إلى نتائج دقيقة وموضوعية لابد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا سليما واضحا ودقيقا، وفيما يخص المجال البشري الذي أجرينا فيه دراستنا المتعلقة بالبرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص، لتشمل الطلبة الجامعيين المتابعين للبرامج السياسية عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة من كلى الجنسين ومن مستويات جامعية مختلفة وبأعمار متباينة، وتم استهداف هذه الفئة وهي الطلبة الجامعيين حسب طبيعة الموضوع ومتغير الدراسة (تنمية الوعي السياسي) أين يعد المستوى الجامعي مرحلة مناسبة ومهمة لإعداد وتنمية الوعي السياسي للفرد وتحضيره للمشاركة في الحياة السياسية وفهم ما يجري من أحداث وكذا في السن الذي يملك القدرة والكفاءة لمتابعة وفهم مثل هذه البرامج السياسية التلفزيونية، وبهدف الحصول على إجابات واضحة ودقيقة تخدم وتجيب عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

ثانيا: المجال المفاهيمي للدراسة

1/- تحديد مفاهيم الدراسة:

الإعلام: لقد حظيت كلمة اعلام بكثير من الاهتمام ووردت اها تعريفات عديدة منها ما وضعه محمد عبد القادر احمد في كتابه (دور الاعلام في التنمية) حيث اوجز تعريفه في انه: " النقل الح والموضوعي للاخبار والمعلومات، بإحدى وسائل الاعلام، او انه نقل الاخبار والوقائع بصورة صحيحة، وانه يستهدف العقل وانه لا يهدف الى اي غرض سوى سوى الاعلام ذاته لغرض التمييز بينه وبين الدعاية"¹.

ويعرف علماء الاتصال الإعلامي الإعلام بأنه: " بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة فهو بهذا مجموعة الجهود الموجهة لنقل وتوصيل

¹ - ابو شنب حسين، الاعلام الفلسطيني، تجاربه وتحدياته ، غزة، مكتبة القادسية، 2001، ص38.

الأخبار والمعلومات والتي عادة ما تركز على الصدق والصراحة والموجهة إلى الأفراد والجمهير داخل المجتمع، والتي تساعد على تكوين آرائها.

فالإعلام إذن هو حسب العالم الألماني "Autogort" التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، لذا فعليه أن يكون صادق ومجرد من الميول والأهواء غير متحيز، قائم على أساس التجربة الصادقة متماشيا مع الجمهور الذي يتوجه إليه، والإعلام بمختلف وسائله لم يبق الشغل الشاغل للعلماء والباحثين في مجال الإعلام والاتصال فقط بل تعدى ذلك حيث استحوذ على اهتمام المفكرين والفلاسفة وعلماء الاجتماع والسياسيين¹.

البرامج السياسية: وهي برامج مخصصة للقضايا والاحداث السياسية في وسائل الاعلام المسموعة والمرئية، وتتناول هذه البرامج مختلف الشؤون المتعلقة بالمواضيع السياسية المحلية والاقليمية والدولية ومناقشتها وتحليلها والتوصل او الخروج بنتائج تخص هذه القضايا وقد تأخذ هذه البرامج استمرارية من الحيز الاعلامي للوسيلة واسما وتوقيتا خاصا يوميا او اسبوعيا او شهريا، او تكون ظرفية وضعت لقضية اوحدث معين.

وسائل الاعلام الفضائية الخاصة: هي ابرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر، وهي قنوات تلفزيونية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال امام القطاع الاعلامي الخاص للسمعي البصري والتعددية الاعلامية بداية من سنة 2011.

تنمية الوعي السياسي: يعد مفهوم التنمية من اهم المفاهيم العالمية في القرن العشرين، حيث اطلق على عملية تأسيس نظم اقتصادية وسياسية متماسكة فيما يسمى بعملية التنمية ويشير المفهوم لهذا التحول بعد الاستقلال في الستينات من هذا القرن في آسيا وافريقيا بصورة جلية، وتبرز اهمية مفهوم التنمية في تعدد ابعاده ومستوياته.

¹ - حسين عبد الحميد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور اجتماعي، محطة الرحل الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث 1990، ص249.

الوعي السياسي: يرى "اوليدوف" ان الوعي السياسي احد انواع الوعي الاجتماعي، وفي العادة تدرس انواع الوعي بالارتباط مع اشكال المعرفة، لأنها نتاج لها كما تدرس بالارتباط مع المجالات الثقافية، لأنها تتموضع فيها¹.

2- الدراسات السابقة:

تناولت دراستنا العديد من الدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع الوعي السياسي وعلاقته بوسائل الاعلام بشكل عام والوعي السياسي للطلبة الجامعيين، ونذكر منها:

1) الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة الدكتور وديع العزيمي، كلية الإعلام جامعة صنعاء (دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات). هدفت هذه الدراسة: إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في الوعي السياسي للشباب الجامعي من خلال:

- رصد مدى اعتمادية طلبة الجامعات على وسائل الاعلام في استقاء معلوماتهم السياسية. قياس مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

- التعرف على حجم المشاركة السياسية لطلبة الجامعات من خلال:(الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية، الحصول على البطاقة الانتخابية، المشاركة في التصويت في الانتخابات، الانتماء الى الاحزاب السياسية).

- التعرف على أسباب المشاركة السياسية وأسباب العزوف.

- اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح: بهدف جمع الحقائق والمعلومات الخاصة بوعي الطلبة السياسي وحجم مشاركتهم ومستوى معرفتهم السياسية، واعتماد وسائل الاعلام كمصادر معلوماتهم السياسية.

- حدد الباحث مجتمع بحثه طلبة الجامعات الحكومية اليمنية وعددها سبع جامعات، وتم اختيار العينة على النحو التالي: اختيار كلية علمية وكلية إنسانية من كل جامعة بطريقة عشوائية، وتم تحديد حجم العينة بـ (200) طالب وطلبة.

¹ - ا.ك اوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت، ط1، 1978، ص 94.

- النتائج التي توصلت اليها هاته الدراسة أن دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي كان ضعيف فعلى الرغم من ارتفاع معدل حجم اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاعلام.

جاء التلفزيون في مقدمة الوسائل الاعلامية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة المواد السياسية ويليه الصحف ثم الاذاعة.

ان هناك اهتماما كبيرا من الشباب الجامعي بمتابعة القضايا السياسية بنسبة 88 بالمائة، في حين ان 12 بالمائة فقط لا يهتمون ويرجعون السبب الى عدم من المتابعة للقضايا السياسية.

الدراسة الثانية: دراسة ماجستير دراسات الشرق الاوسط لشيرين حربي جميل الضاني جامعة الازهر غزة (دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة).

هدفت هذه الدراسة الى القاء الضوء على ظروف تشكيل التنظيمات السياسية الفلسطينية خاصة بعد عام 1948.

معرفة اهداف هذه التنظيمات السياسية الفلسطينية وبرامجها ومواقفها، وابرار اهم الانشطة والآليات المستخدمة من قبل التنظيمات في عملية تنمية الوعي السياسي عامة ولدى طلبة طلبة الجامعات خاصة.

- اعتمدت هذه الدراسة المنهج التاريخي وهو دراسة مرتبطة بالماضي واحداثه، كما يرتبط بدراسة الظواهر في الحاضر بالرجوع الى نشأتها وتطورها والعوامل التي ادت اليها. ايضا اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل نشوء التنظيمات السياسية الفلسطينية والتعرف على دورها، وذلك من خلال المصادر الاولية من انظمة داخلية، ولوائح حزبية، والبيانات، والدراسات، والنشرات، والمقالات التي تتحدث عن ذلك والتي شكلت المادة الاساسية للدراسة.

- مجتمع بحث وعينة الدراسة تتكون من (600) طالب وطالبة بكالوريوس من مجتمع الدراسة، وبعد توزيع الاستبانات على عينة الدراسة، واثناء تفرغها تم اتباع (30) استبانة

نظرا لعدم تحقق الشروط المطلوبة للاجابة على الاستبانة، وبذلك يكون عدد الاستبانات الخاضعة للدراسة (750) استبانة .

- **النتائج التي توصلت اليها الدراسة** اهتمام الطلبة بمتابعة المتغيرات السياسية على الصعيدين الاقليمي والدولي من الطلبة المنتمين لكل التنظيمات مما يؤثر في تطور وعيهم السياسي في الوقت الراهن والمستقبل.

غالبية الافراد ان اكثر القضايا التي تتناولها وسائل اعلام التنظيمات السياسية المنتمون لها هي القضايا السياسية، ورغم ذلك فإن غالبية النتائج تدل على ضعف عام في الوعي السياسي لدى الطلبة المنتمون لتلك التنظيمات، مما يؤثر سلبا على وعي الافراد الحالي والمستقبلي .

الدراسة الثالثة: دراسة نيفين محمد ابو هرييد ماجستير في العلوم السياسية جامعة الازهر غزة (دور وسائل الاعلام المحلية والمرئية والمسموعة في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة)

- **هدفت هذه الدراسة** الى طبيعة الدور الذي قامت به وسائل الاعلام الفلسطينية في قطاع غزة في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني خلال الفترة الواقعة بين 2003 و2006. ومعرفة مدى تأثير التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني بطبيعة الانتماء الحزبي للوسيلة الاعلامية. وايضا توضيح أثر الوسائل الاعلامية المحلية على التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة، وانعكاسات ذلك على الفرد والمجتمع.

- **استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي** الذي يقوم على وصف ما هو كائن، وذلك عن طريق جمع المعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها. وكذلك تحليل ما تصفه الباحثة من مظاهر وكذلك الاستنتاجات، وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أداة الاستبانة، كما استخدمت المنهج التاريخي خاصة حين تعرضها لوسائل الاعلام المحلية ونشأتها.

- **مجتمع بحث وعينة هذه الدراسة** هي عينة قصدية مكونة من (300) فرد 150 شاب و 150 شابة تم اختيارهم من كل محافظات غزة، بحيث تم اختيار مائة فرد من محافظة غزة

من الجنسين بواقع 50 شاب و 50 شابة و 50 شخصا من كل محافظة من المحافظات الاربع المتبقية بواقع 25 شاب و 25 شابة.

- **النتائج التي توصلت لها الدراسة** ان نسبة متابعة افراد العينة لوسائل الاعلام المحلية متباينة، وحصول الوسائل الاعلامية الحزبية على نسب متابعة اكبر من الوسائل المستقلة. وكذلك ان نشرات الاخبار والبرامج السياسية كانت من اهم الموضوعات التي يتابعها افراد العينة عبر وسائل الاعلام المحلية.

وايضا أثبتت نتائج الدراسة على ان وسائل الاعلام المحلية استطاعت القيام بدور ايجابي في كشف جرائم الاحتلال الاسرائيلي، وخدمة القضية الفلسطينية، ولكن دورها كان اقل فاعلية في التنشئة السياسية للشباب وتشجيعهم على المشاركة السياسية الفاعلة، كما ان البعض يرى ان وسائل الاعلام المحلية كان بعضها _ احيانا _ وسائل لبث الاشاعة والتضليل وتزييف الحقائق.

(2) - الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: دراسة غزال مريم و شعوبي نور الهدى، مذكرة الليسانس (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسية لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية).

- **هدفت هذه الدراسة:** الى تسليط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد وآفاقه الواسعة، وأشكاله المتنوعة. و التعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة والفترة الزمنية في استعمال هذه المواقع .التعرف على درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي السياسي التعرف على برامج التواصل الاجتماعي وتأثيرا على الطلبة في عصر العولمة وتكنولوجيات الاتصال والإعلام.

- **منهج الدراسة:** الباحثان في دراستهما اعتمدا على منهج الوصفي وبما أن هذه الدراسة نسعى إلى جمع معلومات كيف تؤثر هذه المواقع على زيادة الوعي لدى الطالب فان هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية.

النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة:

تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام المواقع ، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردشة بالدرجة الأولى. اي التعبير عن آراءهم بكل حرية يستخدم أغلب أفراد العينة موقع التواصل بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التنقيف وقد بينت النتائج مواقع التواصل تنمي الوعي السياسي عن طريق فتح مجال للمناقشة السياسية وذلك ضمن المجتمع الافتراضي ، كما أسفرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، أظهرت نتائج الدراسة اهتماما مرتفعا لدى شباب الجامعة بمتابعة القضايا السياسية العربية والدولية والمحلية وما تعرضه وسائل الإعلام من مواد ووقائع وما يطرح من مشكلات سياسية . فمواقع التواصل تزيد من تنمية الوعي السياسي من خلال النقاشات المفتوحة.

الدراسة الثانية: دراسة أ.نعيمي مليكة، أ. بوح ا زم نوال بحث مقدم في إطار الدراسات ما بعد التدرج في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية -جامعة الوادي العدد السادس -أفريل 4102، (القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثلات شباب مدينة معسكر).

- **هدفت الدراسة إلى:** التركيز على فئة الشباب باعتباره الأكثر تفاعلا مع البيئة السياسية، وهي أهم عنصر من عناصر التجديد في النسيج السياسي والاجتماعي، من هنا ينبغي الوقوف على جل التمثلات والأطر التي تحملها هذه الفئة عن المؤسسة الإعلامية الخاصة ومدى مساهمتها في نشر الوعي السياسي وبغية الوصول إلى ذلك وجب معرفة مدى مشاهدة الشاب الجزائري لقناتي الجزائرية والشروق باعتبارهما موضوع الدراسة.

فالإشكالية الأساسية المتعلقة بهدف الدراسة ستكون منصبة حول المجال العام وعلاقته بالقنوات الخاصة، ليقودنا الحديث عن ربط الإعلام بالسياسة فكل هذا يطرح في جملة من الإشكاليات والتساؤلات التي تحتاج إلى تفسيرات وربطها بتحليل أعمق على تمثلات الشباب الجزائري للإعلام الخاص، ودوره في معالجة قضايا المجال، العام، وكما تهدف هذه الدراسة مدى اعتماد الشباب الجزائري على الفضائيات الخاصة في جلب الأخبار والمعلومات

السياسية وتعزيز آليات التغيير المدني والاجتماعي، ومعرفة دور الخطاب الإعلامي لقناتي الشروق والجزائرية في تشكيل المجال العمومي.

- **اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الاستطلاعي** بتوظيف التقنيتين الاستمارة لرصد مدى اعتمادية الشباب للقنوات الخاصة، وما هي البرامج المشاهدة من طرف المواطن الجزائري التي تعمل على مناقشة قضاياها وانشغالاته الاجتماعية والسياسية، وتوظيف المقابلة وذلك لتدعيم الدراسة البحثية باعتبار أن هذه التقنية نستطيع من خلالها تحرير الموضوع من سجن المعطيات الكمية وتحويل هذه الأخير إلى معالجات كيفية تسمح بمعرفة خبايا الظاهرة وامتداداتها.

- **مجتمع البحث والعينة** اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية في اختيار أفرادها لكونها أكثر الطرق شيوعا واستعمالا في البحوث النفسية والاجتماعية، فمجتمع البحث المتمثل في الشباب الجزائري من ولاية معسكر كأنموذج للبحث، وقد شملت عينة البحث 60 شابا تتراوح أعمارهم من 20 إلى 35 سنة. أما المقابلات فقد اعتمدت على 12 شاب من مدينة معسكر.

- **توصلت نتائج هذه الدراسة إلى اعتبار أن الاعلام الخاص دور فريد في تغطية الأحداث السياسية البارزة وفترة الانتقالات التاريخية ونقل المفارقات والأزمات السياسية المجتمعية، وبهذا وقفت القناتين المدروستين موقف الوسيط بين السلطة والمجتمع المدني، هذا الدور الذي يعتبر فرصة واختبار موضوعي لكشف مصداقية الاعلام الجزائري وخصوصا بعدما كان التدخل السياسي المستمر في توجيه الرسالة الإعلامية والقرار العلمي هو السمة الغالبة على هذه المهنة (مهنة الصحافة)، و التحول الديمقراطي في الجزائر هو الذي عمل على كسر الطابوهات في الممارسة الإعلامية لكن على الرغم من ذلك تبقى تجربة الإعلام الخاص في الجزائر تعاني من قصور حاد، وخصوصا ما يعرف بالإعلام الموضوعي المحايد والمتوازن الذي يدخل في سياق وشروط والمعايير المهنية لتلك العناصر (الإعلاميين) اولقانون الإعلامي الذي يوضح مدى ارتباط النشاط الإعلامي الخاص بالبنية السياسية والإيديولوجية . وهكذا أصبح الإعلام الخاص في الجزائر مرتبط بالترفيه السياسي ووسيلة لإخفاء عن حالة الفراغ السياسي الذي يعيشه المجتمع الجزائري اليوم وبالتالي لا يمكن الحديث عن امكانية**

الوصول لإعلام موضوعي الذي يرسمه قانون الإعلام الجزائري في المادة" 12 من حق المواطن في إعلام كامل موضوعي.

وبخصوص الإعلام واحداث الفعل التغييرى وتشكيل المجال العام فهو نتاج لتلك المؤسسة سواء بطريقة مقصودة أو غير ذلك وبالتالي ساهم في رسم معالم التغيير ونحت الوعي لدى الشباب الجزائري، ويمكن القول أن تجربة التعددية الإعلامية قد ساهمت في المسار الديمقراطي للجزائر مع توليد الطرح الجريء لمختلف الآراء والقضايا لدى الشباب، ما أدى إلى تشكيل ثقافتهم السياسية التي هي أساس الوعي الوطنى.

3./ موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ونقاط التقاطع

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية ، وذات علاقة مباشرة بها، حيث تشترك وتتفق معها على حد كبير في متغير أساسى، ألا وهو الوعي السياسى، وفي أمور أخرى مثل مجتمع البحث والمنهج المتبع والعينة وغيرها من الإجراءات المنهجية، وتشترك جل الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع الاعلام والسياسة والعلاقة الجدلية بينهما، وكذا الوعي السياسى وكيفية تنميته وتنشئته من خلال الوسائل الاعلامية إنطلاقا مما تقوم به هاته الوسائل من تقديمه لخدمات ورسائل إعلامية ومضامين لبرامجها المتنوعة وخاصة السياسية منها.

كما تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تركيزها على الإعلام بمختلف وسائله وإقرارها بدوره البالغ في بلورة ونشر الوعي السياسى وتنميته لدى مختلف الأفراد.

و الدراسات السابقة تتقاطع مع الدراسة الحالية، من حيث تركيزها و تأكيدها على قدرة وسائل الإعلام أو كل ما له علاقة بتنمية وتنشئة الوعي السياسى ودورها في تنمية الوعي السياسى في المجتمع وأغلبها ركزت خصيصا على فئة الشباب خصوصا الطالبة الجامعيين.

الإطار النظري

الإطار النظري

الفصل الأول: الإعلام الجزائري

تمهيد

المبحث الاول: تطور الإعلام في الجزائر

أولاً: بدايات ظهور الإعلام في الجزائر

ثانياً: تطورات الإعلام الجزائري عداة الإستقلال.

ثالثاً: التشريع الإعلامي الجزائري وبيادر التعددية.

رابعاً: الإعلام السمعي البصري والمشاريع المنظمة له.

المبحث الثاني: الإعلام الخاص والتعددية الإعلامية في الجزائر.

أولاً: الإعلام السمعي البصري الخاص في المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002.

ثانياً: الإصلاحات وقانون الإعلام العضوي 2012.

ثالثاً: فتح المجال للسمعي البصري الخاص.

رابعاً: الاعلام الفضائي الجزائري الخاص بعد فتح المجال أمامه.

المبحث الثالث: الفضائيات الخاصة ودوافع الإنفتاح الإعلامي الجزائري.

أولاً: تعريف القنوات الفضائية الخاصة.

ثانياً: أنواع الفضائيات الخاصة.

ثالثاً: الفضائيات الجزائرية الخاصة.

رابعاً: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة.

تمهيد:

تعتبر وسائل الإعلام السمعية البصرية من أهم الوسائل الإعلامية على الإطلاق، ليس في الجزائر وحدها، ولكن في كل أرجاء المعمورة، فقد شهد القرن التاسع عشر تطوراً "هائلاً" في ميدان الإعلام والاتصال ما يعرف بثورة الاتصال، حيث عرفت الجزائر فن الصحافة

العربية بعد مصر، وكان ذلك عام 1847 كبداية للتجربة الإعلامية، لأن الصحافة الفرنسية اللسان كان ظهورها عام 1830 أي عند الاحتلال مباشرة وبدأت هذه الصحافة في التطور مع مرور الوقت وذلك من خلال احتكاكها بالصحافة الفرنسية وكذا بتتالي الأحداث الواقعة في هذه الفترة، ولم يكن للجزائريين حظا كبيرا فيها، بإنشاء بعض الصحف وبين مد وجزر مع المستدمر الفرنسي توقفت ثم عوضت بغيرها في عدة مرات بسبب تأثيراتها، إلى أن تم نقلها لخارج الوطن وتوسع صيتها وتأثيرها في جميع أنحاء العالم. إلى ان تعود بعد الإستقلال بقوة وبوجه جديد فتم إنشاء وكالة الأنباء واسترجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون، ليدخل الإعلام الجزائري مراحل التطور والمساهمة في البناء والتشييد وتنظيم هذا القطاع فكان امر صعبا وليس بسيطا على دولة خرجت من تحت رحي الإستدمار، فاستلزم عليها وتكوين منظومات لتحقيق النجاح والتطور ومنها المنظومة الإعلامية والتي سارت وفق مراحل وتنظيمات عديدة إلى يومنا هذا وصولا إلى إنفتاح إعلامي يساير الإنفتاح السياسي، والذي يبقى حبرا على ورق، وإن كان فيه كلام يطول الحديث فيه.

الفصل الأول: الاعلام الجزائري

المبحث الاول: تطور الإعلام في الجزائر

اولا: بدايات ظهور الاعلام في الجزائر

لايمكن الحديث عن الإعلام الخاص الجزائري دون الإشارة إلى السياق التاريخي الذي

تطور فيه الإعلام الجزائري بخاصة قطاع الإعلام السمعي بصري ومنه التلفزيون.

فقد ورثت الجزائر غداة الاستقلال الإذاعة والتلفزيون من الإذاعة والتلفزيون الفرنسي (la RTF) حيث تأسست مصالح بث الخدمات الإذاعية بفرنسا في عام 1944، وصدر مرسومًا في عام 1945 يمنح الدولة حق احتكار الخدمات الإذاعية ممثلة في الإذاعة والتلفزيون الفرنسي la RTF، وفي عام 1959 أصبحت هذه الأخيرة مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري.

لقد كرس اتفاقية أيفيان تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية ونصت على تأجيل موضوع هذه المؤسسة إلى مرحلة لاحقة. وعبرت الجزائر منذ السنة الأولى للاستقلال على ضرورة استكمال مظاهر الاستقلال على الصعيد الثقافي والإعلامي وخاصة على الصعيد السمعي بصري وعلى الخصوص التلفزيون. واتضح في السنة الأولى للاستقلال أن استمرار العمل ببنود اتفاقية أيفيان في هذا المجال أمر يتنافى ومبدأ استرجاع السيادة، وأمام عدم وصوح المدة الانتقالية قام الجيش الوطني الشعبي باحتلال محطتي الإذاعة و التلفزيون في أكتوبر 1962 وحددت السلطات الجزائرية دوافع ذلك، وأكدت أنها "إجراءات طالما ترقب الشعب وقوعها بفارغ الصبر، وأن هذه العملية تتدرج ضمن إرادتنا الساعية إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري الأليم داخل بلادنا "...وأضافت": أنه ليس من قبيل المنطق وقد استرجعت الجزائر سيادتها الوطنية أن تسمح بوجود أجهزة إعلامية تعرف المواقف التي تبنتها أبنان الاحتلال...".

إن الحديث عن تطور التلفزيون الجزائري، لا بد أن نراعي فيه الجوانب الآتية:

1- إن إقامة إعلام وطني ومنه تلفزيون وطني، كان لا بد أن يمر عبر إعادة النظر في مختلف التشريعات والنصوص الإعلامية، التي كانت تسيير القطاع السمعي البصري وقد كشفت بصراحة غداة الاستقلال عن تناقضها مع طبيعة المرحلة ومع تطلعات المجتمع الجزائري الجديد والدولة الجزائرية الجديدة.

2 - ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفة عامة والقطاع السمعي البصري بصفة خاصة، وتدعيم مختلف البنى القاعدية، والتوسع فيها بالشكل الذي يساعد على خدمة أهداف الأمة وفي مقدمتها القضاء على التخلف وتحقيق التنمية.

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

تكيف القطاع الإعلامي - القطاع السمعي البصري - مع ما يشهده الوطن والعالم من تطورات سواء على مستوى النصوص التشريعية، أو البنى القاعدية أو على مستوى الخدمة المقدمة من قبل هذه الوسائل¹.

ثانياً: تطورات الاعلام الجزائري غداة الإستقلال

وباختصار يمكن القول أن الإعلام الجزائري ومنه القطاع السمعي البصري مر بأربع مراحل سواء من حيث النصوص والقوانين التشريعية أو من حيث تطوير البنية القاعدية والمادية، ويمكن تحديد أهم سمات كل مرحلة فيما يلي:

1./ المرحلة الاولى: 1962. 1965 :

هذه المرحلة رغم قصرها، فهي كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن والوطن، ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية، وأهم ما ميز هذه المرحلة هو تحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف².

2./ المرحلة الثانية: 1965. 1976 :

تميزت هذه المرحلة بدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام، وألغي العمل بالقوانين الفرنسية، التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية.

¹ - صالح بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية، المجلة الجزائرية للاتصال، مجموعة من الأساتذة، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد 10، 1995، ص 139.

² - أصوات مخنوقة، دراسة في التشريعات الإعلامية العربية، مركز حماية وحرية الصحفيين، عمان، 2005، ص 98.

وباستثناء هذه المراسيم التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية فإن السياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة، تميزت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني.

إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانونا للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بما في ذلك القطاع السمعي البصري، وهذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام، الذي جعل أحد المختصين يصف هذه المرحلة بمرحلة "البيات الشتوي « la période d'hibernation »».

3./ المرحلة الثالثة: 1976. 1990:

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله ومنها وسائل الإعلام السمعية البصرية، خصوصا في ظل استكمال بناء مختلف المؤسسات وهيكل السياسية والاقتصادية، وبدأت معالم السياسة والإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، وحيث أشار إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية، كما دعا إلى ضرورة استخدام قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية، والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام، وتوفير الكوادر الإعلامية اللازمة لمواكبة خطط التنمية، وإشباع مختلف حاجات الجماهير إلى إعلام موضوعي وجيد.

وعرفت بداية الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال، وتم تحديد في ضوء ذلك بأن مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث، يقوم على أساس الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام وأن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو الآتي:

١. التربية والتكوين والتوجيه

٢. التوعية والتجنيد

3. التعبئة

4. الرقابة الشعبية

5. التصدي للغزو الثقافي

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد، وضمن الخطوط العامة للميثاق الوطني والدستور لعام 1976¹.

4. المرحلة الرابعة: 1990-2003:

بدأت هذه المرحلة منذ 1990 بصور الدستور الجديد، الذي نص في مادته الـ 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب) وتميزت المرحلة بصور العشرات من الصحف، خاصة بعد صدور قانون الإعلام لعام 1990 الذي أكد حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة، إلا أن القطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة، وصدر منذ 1990 مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام سنة 1998 ، وسنة

2002 وقد تناولوا القطاع السمعي البصري بشيء من التوسع والتركيز، ولكن يبدو أن حساسية القطاع وخاصة التلفزيون يجعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة والمستقلة إلى جانب التردد في إصدار قانون جديد للإعلام وذلك ما سنتعرض له في المباحث القادمة من هذا الفصل ضمن إطارين:

- الإطار التشريعي للقطاع السمعي البصري

- الإطار التنظيمي والقوانين المنظمة له، حالة المؤسسة الوطنية للتلفزيون.

ثالثاً: التشريع الإعلامي الجزائري وبوادر التعددية

يتناول هذا الجزء من المبحث الأول قطاع الإعلام السمعي بصري في قانوني الإعلام لعامي 1982 و 1990 والمشروعين التمهيديين لعامي 1998 و 2002.

¹ - صالح بن بوزة، وسائل الإعلام في الجزائر بعد الاستقلال، دراسة تحليلية لبعض جوانب السياسة الإعلامية (1962-1978)، م.س.ذ، ص11.

وتظهر هذه البوادر بوضع قوانين ومشاريع تعكس رغبة الدولة في الانفتاح الاعلامي والسياسي وسنقوم بعرض هذه القوانين حسب التسلسل التاريخي التالي:

1./ قانون الإعلام 1982:

تناول القانون لأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي، وحدد الإطار العام المفهوم للإعلام في الجزائر، إذ جاء في مادته الأولى:

"الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة، وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية .

ويكشف القانون الجديد في مادته الأولى عن المصادر التي يستلهم منها مبادئه وهي الميثاق الوطني، ومختلف التوصيات الصادرة عن مؤتمرات حزب جبهة التحرير الوطني، كذلك اعتبر القانون أن الإعلام جزءا من السيادة الوطنية وهو إعلام "ثوري" يسعى إلى تحقيق أهداف الثورة الاشتراكية بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني.

كما تناول القانون الجديد جملة من القضايا المتعلقة بالنشاط الإعلامي وأهداف الإعلام، وأشار القانون إلى حق المواطن في الإعلام، حيث جاء في المادة الثانية 2، "الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي " وحدد الخطوط العامة لممارسة النشاط الإعلامي ضمن السياسة العامة للدولة المنصوص عليها في الدستور والميثاق، حيث جاء في المادة الثالثة: "يمارس حق الإعلام بكل حرية ضمن نطاق الاختيارات الإيديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية للأمة، وتوجيهات القيادة السياسية المنبثقة عن الميثاق الوطني مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور خاصة في مادتيه 55 و 73¹.

¹ - علي قسايسية، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل مبادئ سوق الأفكار الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، مجموعة من الأساتذة، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد 14، 1996، ص 61.60.

كما أكدت هذه الوثيقة على لغة الإعلام الوطني مستقبلا وهي اللغة الوطنية" العربية "في محاولة لحسم موضوع اللغة التي تستخدم في وسائل الإعلام الوطنية، وقد نصت المادة 4 من القانون على ذلك بما يلي: "مع العمل دوما على استعمال اللغة الوطنية وتعميمها، يتم الإعلام من خلال نشرات إخبارية عامة، ونشرية متخصصة ووسائل سمعية بصرية. إن هذه المادة أضيفت إلى المشروع أثناء مناقشته في المجلس الشعبي الوطني وليس في الوثيقة التمهيدية كما أكد ذلك أحد الباحثين نقلا عن الصحفي الذي غطى أشغال (المناقشات) لذلك لاحظنا عدم تطبيق هذه المادة، وشهدت السنوات التي تلت 1982 صدور عناوين باللغة الفرنسية مثل horizons والدوريتان actualité économie أحداث اقتصادية والمسار المغاربي parcours maghrébin. وإذا كانت الأخيرتان تصدران باللغة العربية فان الطبعة العربية لا تتعدى أن تكون سوى ترجمة في غالب الأحيان للطبعة الفرنسية¹.

وبإيجاز فان قانون الإعلام العام 1982 يبدو من خلال تحليل مضمونه أنه قانون جاء لينظم قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة، ولم يتعرض إلى الوسائل السمعية البصرية سوى ضمن إطار عام وفضفاض، وكان المشروع يلحق مصطلح "السمعي بصري" كلما كان الحديث عن الممارسة الإعلامية والوسائل، وجلي أن حساسية المؤسسات السمعية البصرية وخاصة التلفزيون وضع المشرع في وضع لا يسمح له بالخوض فيه، وهو الأمر الذي سيتكرر في قانون 1990 الذي لم يضيف لسابقه سوى حرية إصدار المطبوعات وبعض المواد عن الأجهزة الجديدة مثل مجلس الأعلى للإعلام الذي سنتعرض له لاحقا.

وعليه فان القطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون ظل يسترشد في الممارسة ببعض التوجيهات فيما يتعلق بطبيعة المهنة وفي الجانب الجزائي ببعض مواد القانون، أما المجالات الأخرى مثل التوسع في الشبكات والتقنيات فظلت خاضعة للقانون الخاص بالوسيلة².

2./ قانون الإعلام 1990:

¹ - نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2008، ص.23
² - نصر الدين العياضي، مساهلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص.202.

صدر هذا القانون في 3 أبريل 1990 ونشر بالجريدة الرسمية يوم 4 أبريل من نفس السنة، وجاءت هذه الوثيقة تماشياً مع الدستور الجديد للبلاد، الذي فتح مجال التعددية السياسية التي تتضمن منطقياً التعددية الإعلامية¹.

جاء في المادة 02 "الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية، على الوقائع والآراء التي تهتم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي، وحق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات

الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقاً للمواد 35. 93. 40 من الدستور.

وفي المادة 3 تتحدث الوثيقة عن حرية ممارسة الحق في الإعلام" يمارس الحق في الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية، ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني .

وتوضح المادة 4 الوسائل التي من خلالها يمارس هذا الحق، حيث جاء فيها" يمارس

الحق في الإعلام خصوصاً من خلال ما يأتي:

- عناوين الإعلام وأجهزة في القطاع العام.

- العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.

- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون

الجزائري.

- ويمارس من خلال أي سند كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزي.

إن الجديد في هذا القانون هو تأكيده على حرية إصدار المطبوعات، لكنه استثنى في ذلك

القطاع السمعي البصري، إذ في الوقت الذي تؤكد المادة 14 أن "إصدار النشريات حر ..."

فان المادة 56 من نفس القانون تستثنى القطاع السمعي البصري وتنص على أن " يخضع

توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص

ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام²، وهذا ما يفسر عدم

¹ - جلالى عباسة، سلطة الصحافة في الجزائر، تلمسان، مؤسسة الجزائر كتاب، بدون سنة طبع، ص 1.

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون 3 أبريل 1990، العدد 14، الصادرة يوم 4 أبريل 1990، الجزائر،

الإقبال على إنشاء قناة ثانية، رغم الاتصالات التي تمت مع القناة الفرنسية «canal plus» وقنوات أخرى.

كذلك أشار قانون 1990 إلى إنشاء هيئة إعلامية جديدة هي "المجلس الأعلى للإعلام أوكلت لها مهام تختلف عن المهام الموكلة لمجلس 1984. تحدد المادة 59 من الوثيقة طبيعة الهيئة": حيث يحدث مجلس أعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تتمثل مهمتها في السهر على احترام هذا القانون.

وقد منحت هذه الهيئة سلطات واسعة وحلت محل وزارة الإعلام ومن مهامها خاصة في القطاع السمعي البصري:

- ضمان استقلالية أجهزة القطاع العام للبرق الإذاعي الصوتي والتلفزيوني وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.

- يسهر على تشجيع وتدعيم النشر والبرق باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة.

- يسهر على نشر الإعلام المكتوب والمنطوق والمتلفز، عبر مختلف جهات البلاد وعلى توزيعه.

- يسلم المجلس الأعلى للإعلام الرخص، ويعد دفاتر الشروط المتعلقة باستعمال الترددات الإذاعية الكهربائية والتلفزيونية كما تنص عليها المادة 56 أعلاه.

إذن باستثناء هذه الإشارات فان قانون 1990 شأنه في ذلك شأن قانون 1982 تعامل بحذر مع القطاع السمعي البصري رغم أهميته، ورغم تأثيره في حشد مختلف الطاقات الوطنية لتحقيق أهداف الأمة والمجتمع.

لذلك لاحظنا وجود تناقض في مدى اهتمام القانونين 82 . 90 بهذا القطاع أو ذاك،

وهو أمر لا يعكس مدى الاهتمام الذي توليه الدولة لكل قطاع، ففي الوقت الذي يتحدث قانونا 82 . 90 بالكثير من التفصيل عن قطاع الصحافة المكتوبة بل تكاد الوثيقتان أن تكونا بمثابة قانونين للمطبوعات ليس إلا، فانه على صعيد ميزانيات التشغيل والتجهيز للقطاع ظل القطاع السمعي البصري يستحوذ على نسب فاقت الـ 60 % في كل سنوات ما بعد الاستقلال.

ويبقى إلغاء المجلس الأعلى للإعلام بمقتضى المرسوم رقم 93 . 13 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993 أهم تناقض في هذا القانون، بل يكاد يكون إلغاء للقانون في حد ذاته، خاصة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار المسؤوليات والمهام الموكلة للمجلس، وعليه فإن التفكير في مشروع قانون جديد للإعلام أصبح أمرا صالحا بالنظر إلى التحولات التي شهدتها الساحة الإعلامية الجزائرية وكذا التحولات الدولية في مجال الإعلام¹.

ثالثا: الإعلام السمعي البصري والمشاريع المنظمة له

1./ المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 1998:

رغم أن هذا المشروع تمت مناقشته من قبل فئات مختلفة في قطاع الإعلام، إلا أنه لم يصدر كقانون رغم تأجيل البث فيه من قبل البرلمان، وأدت التغييرات السياسية التي شهدتها البلاد في نهاية التسعينات إلى الاهتمام بمشاريع قوانين أخرى ليقدم مشروعاً عضوياً آخر في نوفمبر 2002 وللوقوف أكثر على وضعية القطاع السمعي البصري نرى أنه من الفائدة تناول ذلك حتى نرى ماذا قدم هذا المشروع وماذا سيقدم المشروع اللاحق لهذا القطاع.

إذا كان قانون الإعلام لسنة 90 يتناول في مادته الأولى على أن هذه الوثيقة تحدد قواعد ومبادئ ممارسة حق الإعلام، فإن مشروع 98 كشف في مادته الأولى على مبدأ تحرير قطاع الإعلام برمته، إذ تنص المادة 1 على ما يلي: "يكفل القانون الحالي حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري. كذلك عرفت الوثيقة لأول مرة منذ الاستقلال المقصود بالسمعي البصري، بعد أن كانت القوانين السابقة تدرجه ضمن عبارة غامضة وتعتبره" سندا إذاعيا أو صوتيا أو تلفزيونيا يمارس من خلاله الحق في الإعلام².

حددت المادة 2 مفهوم الاتصال السمعي البصري بما يلي: "يقصد بالاتصال السمعي البصري كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد أساليب الاتصال السلبي واللاسلكي من رموز وإشارات وحروف خطية، صور وأصوات أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها والتي ليس لها طابع المراسلة الشخصية.

¹ - القانون الأساسي الخاص بالمؤسسة العمومية للتلفزيون 20 افريل 1991 ، م.س.ذ، ص، 620.
² - مشروع القانون العضوي المتعلق بالإعلام 1998 ، جريدة الشعب يومية جزائرية، عدد 11607، الجزائر، الصادرة يوم 09 ماي 1999. ص11.

وأفردت الوثيقة الباب الثالث للحديث عن القطاع لكن ضمن عبارة "عمومي". وهو أمر يكشف عن عدم رغبة الدولة في فتح القطاع للاستثمارات الخاصة إلا في حدود معينة.¹

فصت المادة 28 على أنه "يمكن للمؤسسات العمومية للبحث الإذاعي المسموع والمرئي أن تفتح رأسمالها، في إطار الشراكة لمؤسسات متخصصة تابعة للقطاع الخاص وفقا للتشريع المعمول به¹ .

وتستثني المادة 29 بعض الأنشطة فتنص على أن "تمارس الأنشطة ذات الصلة بالبحث التلفزيوني للتغطية الوطنية من قبل المؤسسات العمومية المختصة فقط "وتضيف" غير أنه يمكن للمؤسسات المذكورة، أن تتخلى في إطار الشراكة، عن بعض الأنشطة لمؤسسات تابعة للقطاع الخاص حسب الشروط التي سيحددها القانون. ويتناول الفصل الثاني من نفس الباب "خدمات البحث الإذاعي السمعي والتلفزيوني المرخص بها".

فتشير المادة 30 إلى أنه "يخضع توزيع حصص إذاعية مسموعة أو مرئية عن طريق الكابل، كذلك استعمال الذبذبات الإذاعية الكهربائية لترخيصات ولأحكام القانون ولأوامر دفتر شروط تعده الوزارة المكلفة بالاتصال بعد استشارة المجلس الأعلى للاتصال. ويشكل هذا العرف نمط من أنماط استعمال القطاع الخاص للأماكن العمومية التابعة للدولة.

وتضيف المادة 31 "يخضع الترخيص بأية خدمة اتصال سمعي بصري غير خدمات القطاع العمومي لإبرام اتفاقية بين المجلس الأعلى للاتصال المتصرف باسم الدولة والمستفيد من رخصة إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري ويشرح الفصل في المادة 32 إلى 46. الطرق والكيفيات والإجراءات التي تنظم النشاط في القطاع السمعي البصري خاصة فيما يتعلق بمنح التراخيص أو سحبها، وشروط الاتفاقيات وكذلك فسخها.

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، الجريدة الرسمية الجزائرية ، دفتر الشروط الخاص بالمؤسسة العمومية للتلفزيون 20 افريل 1991 العدد، الصادرة يوم 24 افريل 1991، الجزائر، ص-ص، 621.

وفي الباب الثامن تتحدث الوثيقة عن "المجلس الأعلى للاتصال" باعتباره سلطة مستقلة لضبط الأمور وتتمتع بالاستقلال الإداري والمالي، وتضمن التعددية في الإعلام وحرية الصحافة والاتصال. ومن الأمور الموكلة إليها في القطاع السمعي البصري:

- ممارسة الرقابة بكل الوسائل الملائمة على موضوع الحصص الاشهارية التي تبثها أجهزة البث الإذاعية والتلفزي ومحتواها وكيفيات برمجتها.
- ضبط أحكام الاتفاقيات الخاصة بخدمات الاتصال السمعي البصري المسموح به ومراقبة تنفيذها.

وتحدد المادة 94 بأن المجلس الأعلى للاتصال هو الجهة التي تسلم الترخيصات بإنشاء خدمات اتصال إذاعي وتلفزي تابع للقطاع الخاص. وعموماً فإن هذا المشروع تجاوز قانون 1990 في مجال الحريات الصحفية وتناول لأول مرة بشكل مستفيض القطاع السمعي البصري بتحديد طبيعته ووسائله وطرق النشاط أو الاستثمار فيه¹.

2./ المشروع التمهيدي لقانون 2002:

جاء هذا المشروع على أنقاض المشروع التمهيدي لسنة 1998، الذي لم يصدر ولم يتحول إلى قانون لأسباب سبق شرحها، ويتميز هذا المشروع، بكونه شرح الأسباب والغاية من هذه الوثيقة، وذلك بأن وضع الأمور في إطارها الوطني والدولي، واستهل المشروع قبل عرض مواد المشروع بتقديم الأسباب والدوافع وراء هذه المبادرة، كذلك تميز المشروع بعقد جلسات جهوية لمناقشته من قبل المهتمين والمنشغلين بقطاع الإعلام، وأوكلت مهمة الإشراف على الجلسات إلى باحثين أكاديميين مهتمين ببحوث الإعلام والتشريعات الإعلامية، وهو أمر جديد حيث جرت العادة في القوانين والمشاريع السابقة أن تكون المناقشات محدودة ومحصورة في فئات بيروقراطية بعيدة عن واقع العمل الإعلامي ومتطلباته².

¹ - مشروع القانون العضوي المتعلق بالإعلام 1998، مرجع سبق ذكره، ص 14.

² - مشروع القانون المتعلق بممارسة الاتصال 2000 الوثيقة منشورة في جريدة اليوم، يومية جزائرية، العدد 723، الجزائر، الصادرة بتاريخ 2001/01/27، ص 4.

يستهل المشروع في عرض الأسباب بالإشارة إلى أنه إذا كان القانون رقم يستهل المشروع في عرض الأسباب بالإشارة إلى أنه إذا كان القانون رقم 90 . 08 المؤرخ في 03 أبريل 1990 المتعلق بالإعلام والساري المفعول قد سمح لأول مرة وخلال عشرية كاملة بوضع أسس التعددية الإعلامية في الجزائر إلا أنه يحتاج لإثراء حتى يستطيع حصر الخريطة الجديدة للإعلام الوطني والذي يتميز بظهور تشكيلات مهنية وإعادة الهيكلة الوزارية المكلفة بالاتصال .

ويضيف: تسببت التعديلات التي أدخلت على هذا القانون بواسطة المرسوم التشريعي رقم 95 . 13 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993 والمتمثل في إلغاء" المجلس الأعلى للإعلام في اختلال تام لتوازن أدبيات نص القانون الأصلي وبالتالي زعزعة فلسفته

وعموما يحصر المشروع الأسباب وراء إصدار هذا المشروع في النقاط الآتية:

1. ضرورة تعديل القانون الساري المفعول على مستوى الشكل والمضمون، حتى ينسجم والمحيط القانوني والمؤسسي مع المحافظة على مكاسب الصحافة خلال عشرية كاملة ودعمها.

2. تطور المحيط الدولي يفرض تعديلات تتماشى والسياسة التي تتبعها البلاد من أجل الانضمام إلى مسار "العولمة" لاسيما المجتمع الإعلامي.

3. ان هذا المشروع يتماشى والإصلاحات التي مست هيئات ومهام الدولة وبالتالي فهو يدخل نصوصا مؤسسية ملائمة لمختلف قطاعات أنشطة الإعلام والمهام الدائمة للدولة من خلال التصور، الضبط والمراقبة.

4. كن المشروع الجديد مختلف الفئات المهنية علام لتمكين السلطات العمومية من الاضطلاع بمهامها في إطار تشاوري ومن جهة ثانية المساعدة في تنظيم الممثلات المهنية للقطاع.

5. ترتكز فلسفة المشروع الجديد على مبدأ حرية الإعلام في إطار احترام الأسس الدستورية، قوانين الجمهورية واحترام كرامة، شرف وكذا تقدير الأشخاص.

6. يرسم المشروع إطار التنظيم المؤسساتي ويعطي تصورا مسبقا للحقل الإعلامي عن طريق مبدأ الضبط.

7. في مجال السمعى البصرى، يضع المشروع أسس تأسيس المجلس السمعى البصرى كهيئة للضبط تتكفل بالسهر على احترام التعددية والقيم الدستورية.

8. ينظم المشروع في خطوطه العريضة القانون الأساسى " للصحفى المحترف "بتوفير الحماية له، وإخضاعه للمبادئ العامة " العالمية" التى تحكم مهنة الصحفى.

9. المشروع الجديد ينص على ضرورة تكريس دعم الدولة للصحافة¹.

المبحث الثانى: الإعلام الخاص والتعددية الإعلامية فى الجزائر

أولاً: الإعلام السمعى البصرى الخاص فى المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002

حدد المشروع التمهيدي مفهوم النشاط الإعلامى فى المادة الثانية بالقول: " يقصد بنشاط الإعلام فى مفهوم هذا القانون، وضع معلومات تحت تصرف الجمهور أو فئات منه عبر كل الدعائم سواء كانت، مسموعة، مرئية أو الكترونية وكذلك بصفة دورية.

وخصص المشرع الباب الثالث من المشروع ليتناول فيه "النشاط الإعلامى عن طريق الاتصال السمعى البصرى.

إذ تناول فى الفصل الأول ممارسة الاتصال السمعى البصرى.

حددت المادة 34 المقصود بالاتصال السمعى البصرى: "يقصد بالاتصال السمعى البصرى فى مفهوم هذا القانون، وضع تحت تصرف الجمهور أو فئات منه، علامات، صور، إشارات، أصوات أو بلاغات أيا كانت طبيعتها والتي ليس لها صفة المراسلة الخاصة، وذلك عن طريق المواصلات السلوكية واللاسلكية".

ما يلاحظ على هذه المادة والمشروع بصفة عامة هو الخلط بين مفهومي الإعلام والاتصال، وقد سبق أن وضعنا ذلك خلال تحديد المفاهيم وقلنا أن الإعلام وظيفة من وظائف الاتصال وأن مصطلح الإعلام يقابله مصطلح الاتصال الجماهيري

¹ - مشروع القانون المتعلق بممارسة الاتصال 2000، مرجع سابق، ص 74.

la communication de masse ونعتقد أن استخدام مصطلح الاتصال بشموليته يتنافى مع النشاط الإعلامي، ويتنافى مع القانون إذ لا يعقل أن نسمي القانون بقانون الإعلام، ثم نستخدم مصطلح الاتصال في اغلب فصوله ومواده.

المادة 35 تحدد آليات وأدوات ممارسة النشاط الاتصالي السمعي البصري:
. مؤسسات وهيئات القطاع العام.

. المؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص¹.

وطبقا لأحكام هذا القانون والقوانين اللاحقة في إطار حدود العوائق التقنية المتعلقة بالموجات الكهروإذاعية .

وكان المشروع يوحي بأن النشاط الإعلامي السمعي البصري حر ولا عائق أمامه سوى العوائق تقنية.

المادة 38 حدد فيها المشرع خضوع الممارسة الإعلامية في القطاع السمعي البصري الخاص لترخيص من قبل المجلس السمعي البصري.

وتحدد المادة 42 مهام هذا المجلس بعد تحديد طبيعته بكونه " سلطة مستقلة للضبط والمراقبة، تتمتع بالاستقلال الإداري والمالي، ضامنة للتعددية الإعلامية وحرية الصحافة في الاتصال السمعي البصري وهذه المهام هي:

- السهر على احترام أحكام هذا القانون وأحكام النصوص اللاحقة المتعلقة بالاتصال السمعي البصري.

- تشجيع شفافية أنشطة مصالح السمعي البصري المرخصة.

- الحيلولة دون تمركز الاتصال السمعي البصري تحت تأثير مالي أو " إيديولوجي".

- ممارسة الرقابة على الموضوع والمحتوى وعلى كفاءات برمجة الحصص الإشهارية التي تبثها مصالح السمعي البصري.

- تحديد عن طريق قراراته، شروط إنتاج برمجة حصص التعبير المباشر خلال الحملات الانتخابية في وسائل الإعلام السمعي البصري.

¹ - مشروع قانون الإعلام 2002 ، وزارة الاتصال والثقافة، نسخة 9 أكتوبر 2002 ، قصر الثقافة مفدي زكريا، القبة، الجزائر، ص - 5.

- تحديد كفاءات ممارسة حق التعبير التعددي لتيارات الفكر والرأي في إطار احترام مبدأ المساواة في المعاملة في مصالح الاتصال السمعي البصري.

- السهر على جودة" التبليغ" وكذا الدفاع عن الثقافة الوطنية وترويجها لاسيما في مجالات إنتاج وبت المؤلفات الوطنية من طرف وسائل الإعلام السمعي البصري.

أما فيما يتعلق بتشكيلة المجلس السمعي البصري فسيكون محل قانون خاص متعلق بالاتصال السمعي البصري الذي سيشمل أيضا تنظيم وسير مصالح الاتصال السمعي البصري¹.

إن ترك تشكيلة" المجلس السمعي البصري"لقانون خاص بالسمعي البصري ينظم ذلك في اعتقادنا كان من الأفضل أن ينص مشروع قانون الإعلام على طبيعة تشكيلة المجلس، مادام المشروع يتحدث عن ضرورة الإسراع في مساندة مسار العولمة والدخول إلى عصر "المجتمع الإعلامي".

إن وجود مجلس سمعي بصري ضرورة لا يمكن التأخر عنها خاصة في عصر التنافس الحاد بين المحطات الإذاعية والتلفزيونية وبخاصة في مجال الأخبار والتغطية الإخبارية، واستعادة" الجماهير"المشتتة بين المحطات والقنوات الأجنبية، والاهتمام بتلبية رغباتها ومطالبها من خلال الاستطلاعات وسبور الرأي، بل ضرورة إشراك الجماهير في صناعة محتوى الرسائل الإعلامية وهو أمر تحرص عليه مختلف مجالس السمعي البصري في البلدان المتقدمة.

أيضا تناول القانون دعم الدولة للصحافة بصفة عامة (المكتوبة والسمعية البصرية) وذلك بهدف:

- التكوين المتواصل للصحفيين وترقية حرف ومهن الاتصال.
- تشجيع وتطوير أساليب إنتاج الإعلام وتوزيعه.
- المساعدة في تحسين شروط ممارسة مهنة الصحفي.

¹ - مشروع قانون الإعلام 2002، المرجع السابق، ص 16.

وفي باب ممارسة مهنة الصحفي :تشير المادة 72 إلى أنه" لا يجب في أي حال من الأحوال، أن تقدم الأخبار التي تنشرها النشريات الدورية أو وكالة الأنباء أو تبثها مصلحة الاتصال السمعي البصري بطريقة:

- تنوه فيها بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالجرائم أو بالجرح.

- تشكل اهانة اتجاه رؤساء الدول.

- تشكل اهانة اتجاه أعضاء البعثات الدبلوماسية المعتمدة بالجزائر.

كل مخالفة لهذا القانون يعاقب عليها طبقا لقانون العقوبات¹.

تقييم عام:

بعد استعراض لهذه المشاريع والقوانين في مجال الإعلام، وبالتركيز القطاع السمعي

البصري يمكن الخروج بالملاحظات الآتية:

أولاً: صدور التشريعات الإعلامية واكب التطورات التي عرفت الجزائر منذ الاستقلال والتي ارتبطت مضامينها بالتوجه العام للدولة في كل مرحلة من المراحل، أي من الإعلام الثوري إلى الإعلام الرسمي إلى الإعلام التعددي.

ثانياً: صدور التشريعات الإعلامية لم يتابع بالتطبيق في الميدان بل تمت تجاوزات واضحة لمواد هذه القوانين نذكر على سبيل المثال لا الحصر في مجال التعريب نص قانون الإعلام العام 1982 في المادة 4 مع العمل دوماً على استعمال اللغة الوطنية وتعميمها، يتم الإعلام من خلال نشرات إخبارية عامة ونشريات متخصصة ووسائل سمعية بصرية . كذلك في قانون 1990 نصت المادة 6 أن إصدار النشريات الدورية يتم باللغة العربية أن إصدار النشريات الدورية يتم باللغة العربية ابتداء من صدور هذا القانون، واشترط المشروع التمهيدي لسنة 98 شرط الحصول على موافقة المجلس الأعلى للاتصال لإصدار نشرية باللغة الأجنبية، أما مشروع 2002 فإنه ينص في المادة 15 أن كل النشريات الدورية المنشأة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون يجب أن تصدر باللغات الوطنية (العربية - الأمازيغية)

¹ - مشروع قانون الإعلام 2002، المرجع السابق، ص 20.

ثم يستدرك ذلك في نفس المادة اذ يحق لوكيل الجمهورية بعد استشارة الوزير المكلف بالإعلام بمنح الترخيص .أما في الإعلام السمعي بصري فليس هناك حديث عن الموضوع، وهذا يفسر عدم القدرة على الخوض في هذا الموضوع، رغم أن قانون التعريب الصادر بـ 16 يناير 1991 بالجريدة الرسمية قد حسم ذلك. والمتأمل بالنسبة للغة التلفزيون من خلال البرامج يلاحظ هذا التخبط خلال الإقدام على ترجمة ودبلجة بعض الأفلام والحصص ثم التراجع عن ذلك لاحقاً، إلى جنيريك باللغة الفرنسية للبرنامج، ولغة عربية وفرنسية في التقديم .

بالإضافة إلى إلغاء المجلس الأعلى سنة 1993 وهذا منافياً لروح القانون 1990.

ثالثاً: الخلط في مختلف المشاريع والقوانين بين الإعلام والاتصال، وبين وسائل الإعلام ومصالح الإعلام والاتصال وذلك أمر أشرنا له سابقاً والخلط قائم حتى في النسخ المكتوبة باللغة الفرنسية.

رابعاً: التدرج في الاهتمام بالقطاع السمعي البصري رغم أهميته، إلا أننا نلاحظ أن مشروع 2003. يطرح هذا القطاع بقوة وربما يوليه أهمية تفوت القطاعات الأخرى وخاصة الصحافة المكتوبة.

خامساً: القيام بإصلاحات ومبادرات سابقة للقانون أي عرض المشروع التمهيدي 2002 على البرلمان قصد المصادقة وعليه فإننا نرى ضرورة الإسراع في إصدار قانون إعلام جديد، وتنصيب الهيئات المنصوص عليها في القطاعات السمعي البصري قصد تنظيم القطاع وتحديد المهام، ووضع تصورات جديدة للمستقبل.

والخلاصة أن القطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون يتعاضم دوره من يوم لآخر محلياً ودولياً، وتدعيم ذلك بالقواعد القانونية أمر سيساعد على تحرير المبادرات وإصلاح القطاع، لأن الدعم المادي والتقني والبشري لا بد أن يواكبه دعماً قانونياً يساعد على تحديد المسؤوليات، ويحمي هذا المجال من الإعلام من أي انحراف قد يضر بمصلحة الفرد والأمة.

ثانياً: الإصلاحات وقانون الإعلام العضوي 2012.

تعتبر التحولات التي شهدتها الساحة الإعلامية الدولية والإتصالية والتكنولوجية منعرجا هاما فرض على المنظومات التشريعية الكلاسيكية القيام بتغيير حاسم وأصبح النظر إلى إعادة صياغة قوانين إعلامية جديدة تتواءم مع هذه التحولات أمرا ملحا، حيث نجد مفهوم الحق في الإعلام والقيود المفروضة عليه ضمن هاته القوانين المنظمة للمؤسسات الإعلامية قد تجاوزتها التكنولوجيا الحديثة والجزائر شهدت عدة مشاريع تمهيدية جديدة حتى وإن لم يتم العمل بها لكنها تعد محاولات لاستبدال قانون الإعلام¹1990، كما تم إلغاء حالة الطوارئ. تتناول هذه المشاريع التمهيدية التي منحت ممارسة أكثر للحق في الإعلام من طرف المؤسسات الإعلامية حتى وإن بقيت حبرا على ورق².

1. تعليمة الرئيس اليمين زروال: من بين أحد التحديات التي شهدها قطاع الإعلام في الجزائر من أجل تجسيد أكثر للحق في الإعلام ضمن القوانين والنصوص التنظيمية للمؤسسات الإعلامية، وتكريس التعبير الحر، وإشباع حاجات المواطنين والمجتمع الجزائري في ظل التحديات الراهنة التي فرضتها الثورة التكنولوجية، صدرت التعليمة الرئاسية رقم 17 للرئيس السابق اليمين زروال في 13 نوفمبر 1997 م والتي تضمنت تنظيم قطاع الإعلام والصحافة، وتحسين قطاع الصحافة المكتوبة، فتح السمي البصري، تحسين أداء وكالة الأنباء. ووضع قانون خاص بممارسة الإشهار، أهم ما جاء فيها:

- ضرورة انفتاح وسائل الإعلام على المجتمع بالدرجة الأولى للتعرف على انشغالات واهتمامات وطموحات المواطن، فمهمة وسائل وقنوات الإتصال العمل على تفعيل، وتنشيط الحركة الجوارية تجاه كل قطاعات المجتمع.و فرض الانسجام الاجتماعي والاندماج المطلوب كما أشارت إلى إعادة تنظيمها و تأطيرها لما يخلق مصادر متنوعة للإعلام وتسهيل الوصول إليها، بما يسمح بتفعيل اتصال المواطن بالمؤسسات الوطنية الجهوية والمحلية وفق علاقة تفاعلية وشفافة.

¹ - حفري عبد الحميد، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 2007. ص91.

² - جمل متواصل إزاء قانون الإعلام بالجزائر، <http://www.aljazeera.net>

- الحفاظ على وسائل الإعلام من الهيمنة غير العادلة للأحزاب السياسية والحرص على احترام قواعد ومبادئ الخدمة العمومية التي تفرض الوصول والاستفادة العادلة للمجتمع المدني والمجتمع السياسي من وسائل الإعلام العمومية.

كما نصت التعليمات على ضرورة تنظيم الإتصال داخل البرلمان بين الهيئة التنفيذية والأحزاب السياسية عن طريق ممثلين، بما يتناسب مع القانون الداخلي بالمجلس الشعبي الوطني ودون استثناء النقاش التناقضي المسؤول عبر وسائل الإعلام لتتوير الرأي العام والمواطنين بالمعلومات اللازمة قصد تشكيل رأي عام ومواقف معينة.

وضرورة العمل على تصحيح صورة الجزائر المسوقة في الخارج، لأنها في الغالب صورة خاطئة وعادة ما تحركها النزوات والمنافع الشخصية لفعاليات سياسية وأجنبية، ولهذا السبب وجب إنشاء وكالة للإتصال الخارجي تستثمر في وظيفة إنتاج صورة حقيقية للدولة الجزائرية على المستويات السياسية الإقتصادية، والتجارية، والثقافية والسياحية كمطلب ملح وضروري، ويجب أن تكون هذه المعايير والإجراءات حسب التعليمات ضمن قانون عضوي متعلق بالإعلام، يأخذ بعين الاعتبار التحولات التي تعرفها الدولة على المستوى المؤسسي، الدستوري، والإعلامي من ظهور التعددية ودخول إقتصاد السوق¹.

ثالثاً: فتح المجال للسمعي البصري

جاء بعد الإصلاحات التي أعلن عنها الرئيس بوتفليقة يدعم القانون الجديد المكتسبات الديمقراطية، ويهدف إلى تحديد القواعد والمبادئ التي تحكم ممارسة الحق في الإعلام، ويتيح في نفس الوقت الممارسة الحرة للنشاط الافتتاحي والتعبير الديمقراطي عن الأفكار والآراء عبر المؤسسات الإعلامية (السمعية البصرية والصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء).

¹ - التعليمات الرئاسية رقم 17 الصادرة بتاريخ 13 نوفمبر 1997، وزارة الاتصال والثقافة، الجزائر، 29-30 سبتمبر 1997، ص-ص، 10-21.

حيث أضاف القانون الجديد باب جديد تحت عنوان النشاط السمعي البصري تضمنت المادة (58) معنى ممارسة النشاط السمعي البصري، كما فتح القانون الجديد مجال السمعي البصري للاستثمار الخاص الوطني¹.

رابعاً: الإعلام الفضائي الجزائري الخاص بعد فتح المجال امامه :

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي ما يسمى بالربيع العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، سواء من خارج الوطن أو من داخله. واستطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري، وحقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي.

وتمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية، والتي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع وتطورت إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد الجمهور، إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة. وأخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال، وبتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في المعلومات التي يتم اختيارها. تسعى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها، وتختلف ما بين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور والمتلقي للخدمة مثل قنوات الأطفال والمرأة، بالإضافة إلى قنوات متخصصة من حيث نوعية المضمون المقدم

¹ - قانون الإعلام العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 جانفي 2012، م.س.ص.27.

من خلالها، وتشمل قنوات الأخبار الرياضية الموسيقى والأفلام. يمثل الاتجاه نحو التخصص اتجاهًا شائعًا في مجال البث الفضائي والجزائري العربي¹.

المبحث الثالث: الفضائيات الخاصة ودوافع الانفتاح الاعلامي الجزائري

أولاً: تعريف القنوات الفضائيات الخاصة:

وهي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لاشخاص او لمؤسسات او لاحزاب سياسية معينة ويتم استئجارها على قمر اسطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على ان تقوم محطة الارسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية مكثفة الى هاته القنوات في القمر الصناعي وتقوم بدورها بتحويل الاشارة الى صورة وصوت².

وبما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية لينتقل من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة³، فإن ظهورها كان سمة من سمات مواكبة العصر، وقد تميزت هذه القنوات بكونها كانت شمولية وجامعة؛ حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق كما أنه من مختلف الفئات الاجتماعية والفكرية والثقافية ويتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرت بعدة مراحل ابتداءً بمرحلة الصفة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاءت مرحلة الحشد أين وصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات المجتمع، أما مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تميزت بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبته⁴، فظهرت الفضائيات المتخصصة

¹ - هبة شاهين ، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2006. ص102.

² - سعد مشطر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية لبرامج التلفزيون في تلفزيون العراق، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2005، ص37.

³ - هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1 2005، ص37.

⁴ - سامي الشريف، القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع5، يناير، إبريل، 1999، ص197.155.

وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخّلت عن شمولية المضمون والمقصد؛ لتعطي كامل اهتمامها في مجال برامجي واحد ونحو جمهور محدد، كما تعني تلك القناة التي تركز الاهتمام في فرع واحد وتتولد منه جزئيات ، كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم .إذن هذه القنوات المتخصصة أصبحت أكثر استيعابا لميولات المشاهد ورغباته، في عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات .وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول فيه الشخص ليختار ما يتناسب ومنظومته القيمية، وهويته الفكرية، أيضا هواياته واهتماماته.

ثانيا: أنواع الفضائيات الخاصة

1./ **قنوات متخصصة في المضمون:** وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، وتتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى، القنوات الدينية.

2./ **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:** وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز ببرامجها وموادها بما يلائم هذه النوعية من الجمهور، كقنوات الأطفال¹.

ثالثا: الفضائيات الجزائرية الخاصة الجديدة:

كانت أولى التجارب لجريدة "النهار الجديد" التي أطلقت قنواتها " النهار تي في " فيبيديايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق، والبلاد ، والأجواء ، و وقت الجزائر (دزير تي في)، و الخبر (Kbc) ، والمستقبل وغيرها من الصحف التي تسعى للتحويل الى قنوات فضائية. حيث لم يعد الأمر يحتاج الى إجراءات كثيرة ومعقدة، أو الى ميزانيات طائلة، كما في السابق، فالمدن الإعلامية العربية، كما هو مثلا "المدينة الإعلامية الأردنية" او البحرينية وكذلك مدينة دبي للإعلام، توفر خدمة مميزة بتكاليف معقولة ودون إجراءات إدارية معقدة وطويلة، حيث تضمن البث الفضائي على كل من الأقمار ArabSat Badr و القمر

¹ - عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة -أنواعها، جمهورها، بحوثها، وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، 2006 ص

NileSat 103 بمعدل نقل بيانات عال، وذلك مقابل مبلغ لا يتجاوز الـ 30 ألف دولار شهريا، بالإضافة إلى تكاليف إيجار مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم والمتابعة. ليق الأمر الآخر هو توفير مقر بالجزائر كـ أستوديو لتسجيل بعض الحصص ونشرات الأخبار لتتحول أي مؤسسة صحفية أو مجموعة صحفيين الى قناة فضائية تخاطب العالم .

وسنستعرض بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة الأولى في الساحة الإعلامية الجزائرية:

1./ قناة النهار: قناة النهار ..بداية المشوار

تعد أولى القنوات الجزائرية الخاصة، حيث انتقلت الى البث الفضائي بعد ان ظلت تعمل كصحيفة مطبوعة لسنوات لينطلق بثها التجريبي، يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية. مدشنةً بذلك مسيرة القنوات الجزائرية الخاصة المؤسسة وفقا لقوانين المدينة الإعلامية الأردنية، التي تعد أول منطقة اعلامية حرة، في الشرق الأوسط والتي تأسست في العام 2001 كشركة خاصة تم أقامتها بالتعاون بين حكومة المملكة الأردنية وشركة دلة للإنتاج، لتشكل محورا رئيسياً لشبكات البث الفضائي. حيث ان معظم القنوات التي تبث من المدينة الإعلامية غير أردنية، والتي تتها 120 قناة فضائية. و تهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أن برامجها تبدو مزيجا بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية¹.

2./ قناة الشروق:

بعد ان حققت صحيفة " الشروق اليومي" نسبة مبيعات عالية، اعتبرت الأكبر في تاريخ الصحافة الجزائرية، خاصة في الأزمة الجزائرية - المصرية، على خلفية المباريات المؤهلة لمونديال جنوب إفريقيا 2010، وبعد الهجمة الإعلامية الكبيرة التي تبنتها بعض القنوات الفضائية المصرية، أعلنت الشركة المالكة للصحيفة نيتها في إطلاق

¹ - مقالة بجريدة الحياة الالكترونية لـ محمود ابو بكر بعنوان القنوات التلفزيونية الخاصة .. عندما تتحول الصحف الى علب فضاء. العدد 1103 بتاريخ 24 سبتمبر 2014.

"شبكة تلفزيون جزائرية خاصة" في بدايات عام 2011، وذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال الحديث كموقع اليوتوب . إلا ان إطلاق القناة تأخر الى عام 2012 لتصبح بذلك ثاني القنوات الفضائية الخاصة بعد انطلاق النهار. حيث انطلق بث "الشروق تي في " من العاصمة الأردنية أسوة بمنافسها "النهار" ثم توسعت الشبكة لتخلق قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية. في مارس من العام الجاري 2014. و تمتلك الشبكة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى. و تعد قناة الشروق TV من بين أهم القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية ، وقد انطلق البث التجريبي الأول لها في عيد الثورة المصادف لأول من نوفمبر عام 2100 .

3./ قناة الجزائرية:

بدأت بثها من لندن لأول مرة وهي قناة متنوعة تهتم بقضايا المجتمع كافة، برامج سياسية اقتصادية ثقافية اجتماعية فنية، كما تبث العديد من البرامج والمسلسلات الدرامية والأفلام من دون توقف 24 ساعة، لتكون بذلك ثالث قناة خاصة تظهر للوجود في الجزائر، من صنف القنوات الخاصة المؤسسة في الخارج، وانطلقت في يوم 05 جويلية 2012. اشتهرت مؤخراً ببرنامجها الساخر "قهوة القوسطو" الذي وضعها في قائمة القنوات الأكثر مشاهدة.

4./ قناة نوميديا نيوز:

كانت بداية انطلاقها من جينيف بسويسرا تأسست وكالة إخبارية جزائرية إلكترونية تملك 22 مكتبا في العالم. حاملة اسم "مملكة نوميديا الأمازيغية" التي قامت في عصور ما قبل الميلاد وهي الجزائر حاليا.

وانطلقت كقناة فضائية في بثها التجريبي، في 11 ديسمبر 2012، في تاريخ يصادف يوم خروج الجزائريين طلباً للتحري سنة 1961. و بدأ البث التجريبي، بعرض تقارير مصورة التقطتها كاميراتها عبر العالم على القمر الصناعي نايل سات. وتعتمد القناة على تقارير يعمل عليها مراسلون من واشنطن و بكين، مرورا بمختلف العواصم الأوروبية والعربية، وتبث القناة برنامجا إخباريا تتخلله نشرات ومواجيز وبرامج وثائقية.

5./ قناة المغربية:

المغربية قناة حوارية وأخبارية تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية تهتم بالمواطنين في جميع الدول المغربية.

تأسست قناة المغربية في نوفمبر 2011، وبدأت في بث برامجها يوم 16 ديسمبر 2011 من العاصمة البريطانية لندن، وتهدف القناة من خلال مختلف موادها الإعلامية إلى مد جسور التواصل بين شعوب المناطق المغربية والمساهمة في تكريس حق المواطنين فيها في الوصول إلى المعلومات الصحيحة ومتابعة خدمة إعلامية تعتمد على الرزانة والموضوعية وتركز على المهنية والحرفية تتضمن حرية التعبير وتبرز الرأي والرأي الآخر من خلال خدماتها الإعلانية تهدف القناة لأن تكون فضاء لتواصل الشعوب المغربية كما تفتح المجال للجمهور المغربي (الجزائر، تونس، المغرب، ليبيا، موريتانيا) لنصر القيم الإنسانية وتعزيزها على رأسها القيم الإنسانية والتسامح وحقوق الإنسان¹.

رابعاً: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور الذي تم عام 1991، خاصة بعد تراجعه حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة، كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قوية عام 1988، مما ولد الوعي السياسي والوطني، وبهذا أصبح التوجه نحو التعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك، وهناك من المفكرين من يرى أن "التحول هذا أمر لا بد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية"².

وهكذا فإن خنق الحريات الفردية والعامة مع التضيق إلى درجة حرية إلغاء التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء، يضاف إلى ذلك التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين الحاكم والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها³،

¹ - مقالة بجريدة الحياة الإلكترونية ل محمد ابو بكر، المرجع السابق.

² - سليمان الرياشي وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية، ط2 بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية 1999، ص 57.

³ - عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، القاهرة، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، 1999، ص 25.

وبهذا انفجرت أزمة 1989 بالرغم من أن معظم التحليلات التي قدمت لأبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة.

ويمكن القول هنا أيضا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيفة وكما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة سياسية، وانطلاقا من هذه التحليلات يمكن القول أن الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تشرعن في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي.

فالجزائر توجهت نوعا ما إلى الديمقراطي التي اكتملت أوجهها من خلال فتح مجال الإعلام داخل المجتمع فالتعددية الحزبية لا يمكن أن تطبق كما ينبغي إلا في ظل تعددية وحرية الإعلام، فالجزائر وبعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام الميسس والمؤدلج (إعلام الدولة) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر جد هامة ذلك أنه تبنيه وتعمل على تطويره، قد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة، واستدعى إنشاء مجموعة من الفضائيات التي يأمل من خلال جملة البرامج التي تبثها على نشر الأخبار والحل الرمزي للصراعات بنوعها الداخلية والخارجية وذلك من منطلق الفضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي.

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي المتمثل في "حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إشارة الانطلاق نحو التحول الديمقراطي بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات، الأمر الذي وُلد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012.

والمادة 02 توضح ذلك "حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي" حيث قررت الدولة رفع احتكار القطاع السمعي البصري والمادة 127 تمنح الدولة إعانة لترقية حرية التعبير لاسيما من خلال الصحافة الجوارية والصحافة المتخصصة، أما المؤثر الخارجي فقد اتخذت الدولة هذه الإجراءات كإطار إصلاحي في مواجهة ثورات الربيع العربي وتأكيد سياستها الديمقراطية.

ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحويلية في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية الشعارية التي يطمح إليها أف ا ردها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية، خاصة تبرز السلطة التداولية وكشف الحجاب عن الحياة السياسية،" فلم نعرف الحياة السياسية قبل القنوات الفضائية الخاصة، وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلا من أشكال الطابو السياسي¹، إذن يعد الإعلام الخاص مؤثر وفضاء لممارسة الديمقراطية وهذا ما شدد عليه الباحث بوجود صلة وطيدة بين الديمقراطية وظهورها وبين وسائل الإعلام، حيث قام MONROE PRICE بدراسة في عشرة بلدان كانت في مراحل انتقالية، فبرهن على أن "رفع القيود عن وسائل الإعلام من عوامل ظهور الديمقراطية في هذه المجتمعات، لكنه ليس شرطا أساسيا في إحداث التغيير السياسي"².

الفصل الثاني:

¹ - محمد بوضياف ، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر ، دراسة تحليلية نقدية، سطيف، دار المجد للنشر والتوزيع،2010، ص.6.

² - Price Monroe .democratizing the media : democratizing the state(london) routledge randall .vickyed. 1998pp 10- 11 -

الوعي السياسي والبرامج السياسية الفضائية

الوعي السياسي والبرامج السياسية الفضائية.

المبحث الأول: الوعي والوعي السياسي.

أولاً: مفهوم الوعي.

ثانياً: مفهوم الوعي السياسي.

ثالثاً: أهمية الوعي السياسي.

رابعاً: العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي.

المبحث الثاني: البرامج السياسية والإعلام الفضائي الخاص.

أولاً: تعريف البرنامج السياسي الفضائي.

ثانياً: مفهوم الاعلام الفضائي الخاص.

ثالثاً: نشأة الإعلام الفضائي الجديد.

رابعاً: دوافع ظهور الإعلام الفضائي الخاص.

المبحث الثالث: البرامج السياسية وتأثيرات الإعلام الفضائي الخاص

أولاً: البرامج السياسية التلفزيونية وأدوارها السياسية.

ثانياً: البرامج السياسية في لعينة من الفضائيات الجزائرية الخاصة

(الشروق نيوز – الخبر Kbc)

ثالثاً: التأثيرات السياسية لبرنامجي (هنا الجزائر و جرنان القوسطو).

تمهيد:

في ظل الانفجار المعلوماتي والتكنولوجي الاتصالي الذي نعيشه من خلال الفضائيات الخاصة المفتوحة بعد الإنفتاح الإعلامي والقانون الجديد في الجزائر، والتي تعد من أهم الإنجازات الإعلامية التي كسرت الحواجز بين الشعوب، وحاولت التقريب بين التوجهات السلطوية وثقافة آراء الفضاء العام، وساهمت في تبادل المعلومات، وفتحت أبوابها أمام المشاهد من أجل المشاركة في العملية التوعوية والتنشيطية والتوجيهية المناطة لها في إطار البرامج الموجهة إليه ونركز فيها على البرامج السياسية، كما أنها قامت بأدوار مكنتها من فرض نفسها أمام التحديات، والتي أعطت لها فرصة تكوين قاعدة شعبية تضمن لها البقاء ولو لحين، في ظل هذه التغيرات والمنافسة الكبيرة فيما بينها، وبين الإعلام العمومي.

وفي هذا الفصل سوف نتعرف على الوعي السياسي وأهم جوانبه والبرامج السياسية التلفزيونية والإعلام الفضائي الخاص بشكل عام وعلاقتها من خلال تأثيرهما السياسي في نماذج لقنوات فضائية جزائرية خاصة.

الفصل الثاني: الوعي السياسي والإعلام الفضائي الخاص وتأثيراته

المبحث الأول: الوعي والوعي السياسي

أولاً: مفهوم الوعي

أ/لغة: يشير بالوعي إلى المعرفة أو الإدراك و الإحتواء، فوعا الشيء وعيا أي جمعه و حواه، ووعي الحديث فهمه و قبله و تدبره و حفظه ووعت الأذن أي سمعت ووعي فلان أي إنتبه من نومه أو من غفاته، ووعي الشيء أخذه كله، وواعى اليتيم أي حافظه، و الوعي أي الشعور الظاهر في مقابل فقدان الوعي. فوعى أي حفظ و فهم .

و يرجع أصل كلمة الوعي إلى كلمة (Conscientia) اللاتينية، و هي كلمة مركبة من (Cum) و (Scienta) و هذا المصطلح ليعني معرفة الموضوع من طرف التفاعل فقط ، بل أن هذا الموضوع يعد مرجعا للفاعل نفسه و يقابل نفس الكلمة أي الوعي بالفرنسية كلمة (conscience).

ب/إصطلاحاً : يعرف " إبراهيم مذكور" الوعي "على أنه إدراك الفرد لنفسه و البيئة المحيطة به، وهو على درجات من الوضوح و التعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه و لوظائفه العقلية و الجسمية و إدراكه لخصائص العالم الخارجي، و أخيراً إدراكه لنفسه باعتباره عضواً في جماعة.

في حين نجد علماء السيكولوجيا (علم النفس) يرون أن الوعي - و يطلقون عليه أحيانا " الشعور- " هو مجموع عمليات إدراك الفرد لنفسه و العالم الخارجي و الإستجابة لها، و هو ينعدم عندما يكون الإنسان نائماً أو في حالة إغماء .و يقابل الوعي اللاوعي أو اللا شعور.

بالمقابل يرى الباحثون في علم الإجتماع أن المقصود بالوعي هو إدراك الفرد لنفسه كعضو في جماعة.

أما (عبد الله بوجلل) فإنه يشير إلى وجود مفهومين للوعي ينبغي التمييز بينهما .

- المفهوم الأول:

الذي يحصر الوعي في التنبؤ السلبي لفكرة أو مجموعة أفكار يلقتها حاكم فرد أو حزب للمواطنين بالإستخدام لمكثف لكل وسائل الثقافة والتعليم والإعلام مع حظر كامل على كل مصدر لمعلومات مختلفة ورأي مخالف.

فالتلقين على هذا النحو يظل عادة في مستوى الوعظ والإرشاد الذي لا يتأثر به إلا قلة من المواطنين.

- أما المفهوم الثاني للوعي:

فهو إدراك المواطن في حرية بحقيقة قضايا المجتمع، الذي يعيش فيه وإشتراكه في البحث على حلولها، وإبداء الرأي في ما يقترح من قرارات بشأنها الإسهام على مستويات مختلفة في صنع القرار النهائي ومتابعة تنفيذه، وهذا النوع من الوعي هو وعي المواطن الذي تحرر من القهر السياسي والإقتصادي والإجتماعي والذي يمارس بالفعل دوره في صنع المستقبل بشعور كامل بالمسؤولية¹.

ثانياً: مفهوم الوعي السياسي:

لغة: (وعي) الوعي: حفظ القب الشيء: وعي الشيء والحديث والحديث يعيه وعياً وأوعاه: حفظه و قبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي إحفظ وافهم.

و (السياسية): القيام على الشيء بما يصلحه. والسياسة: فعل السائس. يقال: هو يسوس الدواب إذا قام عليها وراضها، والوالي يسوس رعيته، أبو زيد يسوس فلان

لفلان أمراً فركبه كما يقول سول له وزين له. وقال غيره: سوس له أمراً أي روضه وذلك².

إصطلاحاً: يعتبر الوعي السياسي من أكثر أنواع الوعي الإجتماعي أهمية وتأثيراً في الفرد والجماعة. والوعي السياسي هو خبرة يحتاجها الأفراد من أجل تنظيم شؤون المجتمع المحلي، ولكي يتم ذلك الوعي يجب أن تتوافر الدراية والعلم عن ذواتنا وذوات الآخرين يشير مفهوم الوعي السياسي إلى معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله

¹ - عبدالله بو جلال لمجلة ، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الإجتماعي، الجزائرية للإتصال ، العدد4 ، الجزائر، 1990، ص 107.

² - نضال حميد الموسوي، ملامح الوعي الإجتماعي عند المرأة الخليجية، دار سعاد الصباح، الكويت، ط1 ، 1993 ، ص51 .52.

من أحداث ووقائع، وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس كوقائع منفصلة وأحداث متناثرة لا يجمعها رابط، بالإضافة إلى قدرة المواطن على تجاوز خبرات الجماعة، أو الجماعات، الصغيرة التي ينتمي إليها ليعانق خبرات ومشكلات المجتمع السياسي الكلي¹.

ويرى البعض الوعي السياسي بأنه " العملية التي يستطيع الإنسان عن طريقها معرفة العالم وتغييره والتي بمقتضاها يصبح المواطنون على دراية بالوضع الذي يعيشون فيه، وموضع الأفراد والجماعات الأخرى بالنسبة لهم، كما يقصد به حصاد إدراك الناس وتصوراتهم للعالم المحيط بهم من علاقات بالطبيعة والإنسان وبالأفكار وهو إدراك وتصور يتحدد بحالة بنائية لمجتمع معين، بمعنى أن الوعي له طابعه التاريخي والبدائي².

ويشير "أوليدوف" في كتابه الوعي الاجتماعي إلى أن الوعي السياسي يعتبر أكثر الأدوار نشاطاً في المجتمع، فهو يمثل حلقة الوصل بين الاقتصاد ومختلف أنواع الوعي الاجتماعي، ويتميز الوعي السياسي بأنه يسعى لتحقيق أهداف ومهام محددة³.

ويشير "غيردلاس" إلى أن الوعي السياسي برز كمعرفة للفرد بالخطر المهدد للبناء الاجتماعي الذي هو عنصر فيه، وهذا الخطر قد يكون داخلياً أو خارجياً، إلا أنه يكون داخلياً وخارجياً في آن واحد، ويكون الوعي السياسي أحياناً على أشكال ودرجات متنوعة ومختلفة، يمثل الوعي الحزبي والوعي النقابي ووعي بالوحدة الإجمالية للبناء الاجتماعي، وهو ما عرف بالوعي الوطني والوعي الحزبي، وهما وجهان للوعي السياسي.

ويرى كوجان Wilson الوعي السياسي على أنه " عبارة عن تصورات أيديولوجية ومفاهيم فكرية ثورية وممارسات سياسية تجعل لدى الفرد القدرة على الوصول للحقائق .

ويعرف كمال المنوفي الوعي السياسي بأنه " ما يوج د لدى الفرد من معارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستوى المحلي والقومي والدولي¹.

1- عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 1979 ، ص1 .

2- أ. د. أوليدوف، الوعي الاجتماعي،، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت، ط2 ، 1982 ، ص. 74 .

3- ليلي علم الدين، تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في مصر -دراسة تحليلية، مجلة التربية والتنمية، السنة الثانية، العدد4 ، مصر، 1993،ص3.

ويرى بيتر (Petter) أن الوعي السياسي " هو تلك الأنماط من المعارف والاتجاهات والقيم التي تشكل الثقافة السياسية للأفراد من حيث ارتباطها بالسلطة السياسية . ويرى أحمد بن يوسف أن الوعي السياسي " هو أن تعرف ما يدور حولك من أحداث ومجريات، وتنتظر لها بمنظار التاريخ والسنن الكونية، وتخضعها للعقيدة التي تؤمن بها، وتستنتج مدى تأثيرها على كيان أمتك وتتفاعل معها كرقم فاعل متخذاً موقفاً لا مجرد متفرج.

ويرى كل من هدى عبد العال وعلي محرم أن الوعي السياسي يشير إلى مستوى إدراك الشباب للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم، ودورهم في العملية السياسية بما تتضمنه من اتجاهاتهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، وسلوكهم الانتخابي².

كما يعرف الوعي السياسي بأنه " مجموعة من المعارف والمفاهيم والأفكار التي تساهم في كما يعرف الوعي السياسي بأنه " مجموعة من المعارف والمفاهيم والأفكار التي تساهم في تشكيل الثقافة السياسية بهدف التعرف على الإطار الأيديولوجي للمجتمع، وهي تمكن الفرد من تفسير وتحليل التصورات السياسية المحلية، والعالمية في ضوء المنهج العلمي، والمشاركة في التنظيمات والعمليات السياسية والتعبير عن وجهة النظر من خلال الوسائل المشروعة³.

أما الموسوعة البريطانية فقد عرفت الوعي السياسي بأنه " ما لدى الأفراد من معارف سياسية على المستوى المحلي أو العالمي، نتيجة الثقافة السياسية التي يحصل عليها

¹ - حنان لمراني العلوي، دور المدرسة في تنمية الوعي السياسي لطلاب التعليم الثانوي العام بمحافظة غزة ، دراسة ميدانية(، رسالة ماجستير غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك في جامعة عين شمس، كلية التربية، جمهورية مصر العربية، وجامعة الاقصى، كلية العلوم والتربية ، فلسطين غزة، 2005، ص27.25.

² - موسى حلس، دور الجامعة في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة، دراسة تحليل نظري، بحث مقدم إلى مؤتمر جامعة القدس المفتوحة، المنعقد في 2007/5/20، رام الله، 2007. ص 5.

المواطنون داخل المجتمع، والتي تعد مؤشراً جيداً على التقدم أو التخلف السياسي من حيث إدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار ومدى ظهور فكرة المواطنة¹ ..

والوعي السياسي: يعبر عن رؤية الأفراد للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين، وأهداف وبرامج التنظيمات والأحزاب السياسية ومواقفهم منها، أي أن الوعي السياسي هو ما يوجد لدى الفرد من معارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستوى المحلي والدولي، ويشمل هذا المعرفة بالبناء الرسمي للحكومة ورؤسائها وموظفيها وأدوارهم ومن أهم مؤشرات:

- إدراك الأفراد للأوضاع والمتغيرات السياسية على اختلاف تنوعها ومستوياتها.
- الإقبال على المشاركة السياسية سواء كان ذلك في مستوى الترشح أو الانتخاب.
- تعبير الأفراد عن مدى اهتمامهم بالأمر السياسي والمشاركة فيها وبخلاف هذا التعبير من فرد لآخر كل حسب قدرته².

يتضح مما سبق أن معظم التعريفات التي تناولت الوعي السياسي تشترك في أن الوعي يشمل على مجموعة من المفاهيم والأفكار والمعارف التي تسهم في تشكيل الثقافة السياسية للمجتمع والتي يكتسبها الفرد بدوره كعضو من أعضاء ذلك المجتمع، وتلك الثقافة هي التي تمكن الفرد من فهم الأحداث السياسية الواقعة في مجتمعه المحلي والمجتمع الإقليمي والدولي، حيث يقوم بتحليلها وتفسيرها وفق المنهج العلمي، ومن ثم يتمكن من تكوين وجهة النظر الخاصة به والتي يقوم بالدفاع عنها بالوسائل السلمية والمشروعة، كالمشاركة في المناقشات السياسية، وتقديم الشكاوى والاقتراحات، ومزاولة الحق في التصويت، والترشح للمناصب العامة، واكتساب عضوية التنظيمات الحزبية وال جماهيرية، والمشاركة بغيرها من العمليات السياسية.

من التعريفات والمفاهيم السابقة نخلص إلى أن الوعي السياسي يتكون من عدة عناصر هي:

² - امام شكري ابراهيم، احمد الفحطان، الاعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مذكرة ماجستير منشورة، مركز الاسكندرية للكتاب، 2009.

³ - طه عبد العاطي نجم، علم اجتماع المعرفة: دراسة في مقولة الوعي والايديولوجية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ط2، 2004، ص 159.

1. مجموعة من المعارف والأفكار والمفاهيم السياسية المرتبطة بالقضايا والأحداث للواقع المحيط، والمؤسسات والقضايا والقيادات السياسية على المستوى المحلي والقومي والعالمي.
2. ممارسة سياسية تجعل لدى الفرد القدرة على الوصول للحقائق.
3. إدراك للواقع السياسي والتاريخي للمجتمع، وإدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار، استناداً إلى الثقافة السياسية لهم.
4. تصور كلي لحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس كوقائع منفصلة وأحداث متناثرة لا يجمعها رابط.
5. المشاركة في العمليات السياسية المختلفة من خلال وسائل مشروعية.
6. تحليل وتفسير التصورات السياسية المحلية والعالمية في ضوء منهج علمي، يمكن الأفراد من فهم أحداث الماضي، وتفسير الواقع، والتنبؤ بالمستقبل¹.

ثالثاً: أهمية الوعي السياسي:

ان قيمة الوعي وأهميته تكمن في أهدافه وغيابه، فهو اما يكون واعيا إيجابيا يسعى الى نهضة المجتمع، واما ان يكون سلبيا ينتفض من قدره ومكانته. ويمثل الوعي السياسي الادوات التي تحصن الفرد من التأثيرات السلبية خاصة الاعلامية منها، وهذا لما يتميز به الاعلام من سطوة في المجتمعات الحديثة، حيث يصفه الباحث جيزن توينبي " JASON TOYNBEE" الاعلام بأنه " .. ذا مكان في صلب البناء الاجتماعي².

تترنح المنطقة العربية في أزمت عدة يتعلق معظمها بالنظم الحاكمة، لكن لا يمكن النظر الى الحكام بمعزل عن تلك الشعوب من حيث لا تدري بمسؤوليات وطنية وإقليمية، وذلك لان تحركها يجبر في كثير من الحكام على مسايرتها، وفي حال محاولة تحديد الخلل

¹ - سامي محمد ناصر، فهد عبد الرحمان الرويشد، الوعي السياسي والانتماء الوطني لدى طلاب كلية التربية الاساسية بدولة الكويت، مجلة البحث التربوي، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، السنة الرابعة، العدد الاول، القاهرة، 2005، ص 110.

² - David Hesmondalgh and jason toynbee. *the media and social theory*. Canada.01ed.2008.p227.

يمكن ان نرجعه إلى عدم تمتع معظم أفراد تلك الشعوب بمعارف سياسية أو تنظيمية تمكنه من التحرك الواعي والهادف، وهذا ما نطلق عليه بواذر الوعي السياسي .

تتبن هنا أهمية الوعي السياسي بالنسبة للشعوب، حيث يمنح القدرة للشعوب على فهم الواقع السياسي، وبمكنا من إدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطراً على الساحة السياسية، وبذلك يصعب على القيادات الحاكمة استغلال فئات المجتمع لصالح بقائها ولصالح سياساتها التي يمكن ألا تصب في صالح الشعوب.

أما الوعي السياسي بقضايا الأمة العربية فهو يمثل أساسات العمل الوجودي، فيتوحد شعور وجدان و تلك الشعوب لمناصرة قضايا ذات اهتمام لمناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك كالقضية الفلسطينية أو العراق المحتل مثلاً، ولدى الوعي بما تتحرك الشعوب في سبيل تغيير الأوضاع عبر إجبار النخب السياسية الحاكمة على تبني قضاياها.

في الجزائر يعتبر الوعي السياسي ذا أهمية بالغة بالنسبة لأفراد المجتمع، ويرجع ذلك إلى المراحل التي مرت بها الجزائر في العقود الأخيرة، وانعدام الوعي السياسي لدى الافراد يعني استغلالهم من طرف تيارات سياسية أيا كان توجهها سواء علمانية أو اسلامية، وقد كلف ذلك صراعاً كبيراً بين الأيديولوجيات انتهى بإلغاء المسار الإنتخابي في الجزائر بداية التسعينات، لتبدأ الجزائر مرحلة جديدة اتسمت بسيطرة الإستأصاليين على الحكم في البلاد حيث باشرو بحرب اجتثاثية لما يسمى بالإسلاميين وقواعدهم الشعبية .

ويمكن إجمال العناصر التي يمكن أن تسم الفرد الجزائري بالوعي السياسي في العناصر التالية:

. الوعي بالتيارات السياسية القائمة في الجزائر.

. الوعي بتوجهات النخب السياسية الحاكمة.

. الوعي بمن يدير البلاد فعلياً والوعي بطرائق إدارتها.

. الوعي بموقع الشعب من معادلة الحكم في الجزائر، وكذا دور المجتمع المدني فيما

يجري من سجلات سياسية.

وابرز النقاط في موضوع أهمية الوعي السياسي نلخصه بالاتي:

1- قضية النهضة الحضارية: من المعروف إن الواقع الذي تعيشه مجتمعات الشرق الأوسط يتميز بالتعارض في بعض المصطلحات الأساسية، واصطدام ما هو قديم بما هو حديث إلى الاصطدام والتداخل بين الحديث والتقليد وهنا يجب الاعتراف بان هناك أ زمة حضارية تجعل هناك تعارضاً بين تحقيق الهوية وتحقيق الحضارة وبين التراث الوطني والحدثة الراهنة. وان التعارض يخلق انشقاقاً في الوعي المجتمعي¹.

2. الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة والمبالغة في رصد عوامل التخلف، وكذلك رصد الايجابيات، حيث يساعد الوعي السياسي للمحيط الذي تعيش فيه الإنسان على تحليل الأمور. _السياسية من زوايا متعددة بحيث يعطي الواقع مشهداً علمياً وأكاديمياً يخدم الدارسين في هذا المجال فالوعي المجتمعي تمعي يقلل من دور العوامل التأميرية .

1. الوعي السياسي يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل واطخر الأزمات التي تمر يعد الاستبداد السبب الرئيسي وراء التخلف في المجالات الأخرى: الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية ..الخ².

رابعا: العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي.

1./ وسائل الإعلام والاتصال:

وتشمل هذه الإذاعة والتلفزيون والصحافة المصورة والمسموعة، والصحافة المكتوبة والسينما والانترنت..

تلعب وسائل الإعلام (الاتصال) دوراً هاماً في عملية التنشئة السياسية، فهي تزود الفرد بالمعلومات العامة والسياسية، وتشارك في تكوين وترسيخ القيم الاجتماعية والسياسية، وتسهم في ربط المجتمع المحلي القومي، وفي توعية المواطن بالقضايا القومية بل

¹ - برهان غليون، مجتمع النخبة، دراسات الفكر العربي، بيروت، ط1، 1986، ص238. 342.
² - لين العلمي، العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية كلية الاقتصاد قسم العلوم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة 2012/2001.

والعالمية، ونقل القيم الجديدة إلى الجماهير وتقديم النماذج السلوكية المدعومة لها، وتتمثل أهمية الإعلام في ذلك كونه - ربما- يعيد إنتاج البنى الاجتماعية والثقافية للتكوين المجتمعي وأفراده من خلال الدور المعرفي المناط به¹.. كما تبرز أهمية وسائل الإعلام في التنشئة السياسية من المكانة التي أصبح يحتلها الا علام اليوم كقوة يحسب لها ألف حساب لما تملكه من تأثير على توجهات الأفراد ومواقفهم السياسية، والتأثير على أذواقهم وكل نمط حياتهم، بل أنها أصبحت تقوم بعملية غسل دماغ وخصوصا للإنسان العادي²، فوسائل الإعلام تستطيع تشكيل التوجهات السياسية من خلال توفير معلومات جديدة وخلق صور جديدة عن القادة السياسيين³.

وتعتبر وسائل الاتصال من العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلاب ذلك لأن لديها من الإمكانيات ما يسمح لها في تكوين القيم التي يستهدفها النظام، بل والمساهمة في إمداد الطلاب بالثقافة السياسية وفق متطلبات النظام. ولا يقف تأثير وسائل الاتصال عند حد الثقافة السياسية وإنما تلعب دورا هاما في عملية التنشئة السياسية وقد أكدت بعض الدراسات على أهمية وسائل الاتصال باعتبارها مصدرا رئيسيا في إمداد الطلاب بالمعلومات والمعارف والأفكار السياسية من منطلق أن لها آثار مباشرة على عملية التنشئة السياسية⁴.

ولما كان هناك ثمة ارتباطا ايجابيا بين التعرض لوسائل الاتصال وعملية الوعي السياسي نظرا لأن الصفوة الحاكمة تسهم في تسخير الوسائل، فإن فاعلية وسائل الاتصال تزداد. كلما كانت الأيديولوجيا السياسية التي يروج لها جهاز الإعلام محددة، فإن وضوح الأيديولوجيا السياسية يعني إمكانية التخطيط الناجح للمادة الإعلامية، وأيضا وجود نسق قيمي بعينه تؤكد عليه وسائل الاتصال دون سواه في أغلب الأحوال . بعبارة أخرى يستطيع

¹ - أمينة خميس الظاهري، وعائشة عبد الله النعيمي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الكويتية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلة نصف سنوية علمية محكمة تصدر عن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة الإمارات العربية المتحدة، (المجلد 21 ، العدد 1 ، الإمارات العربية المتحدة، ابريل 2005 ، ص315 .

² - إبراهيم أبراش، المجتمع الفلسطيني من منظور علم الاجتماع السياسي، مطبعة مكتبة دار، المنارة، غزة 2004. ص222.

³ - ريتشارد داوسن، وآخرون، التنشئة السياسية (دراسة تحليلية)، ترجمة مصطفى عبد الله أبو القاسم خشيم ومحمد زاهي المغربي، جامعة قاريونس، بنغازي ط1 ، 1990 . ص249.

⁴ - ليلي علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص 20.

النظام السياسي أن يستعين بقيادة الرأي في نشر الوعي والقيم والاتجاهات بين الطلاب بل وتقديم الدفاع الكافي عن هذه القيم وتلك الاتجاهات¹.

2./ الاحزاب السياسية:

تلعب الاحزاب السياسية دورا مهما في التأثير على الوعي السياسي خاصة في الدول الديمقراطية. وتتعدد تعريفات الحزب السياسي بأنه تنظيم لأشخاص يهتمون بضبط القوة في المجتمع، والتأثير عليه والعمل من خلاله على نمو يرون انه ملائم لمصالحهم ولمصالح المجتمع العليا².

ويعتبر الحزب مجموعة من المواطنين يؤمنون بأهداف سياسية وأيديولوجية مشتركة، وينظمون أنفسهم بهدف الوصول إلى السلطة وتحقيق برنامجهم³.

تلعب الاحزاب السياسية دور بارز في توحيد وتقدم ونمو وازدهار المجتمعات التي تنتمي إليها وتكون في نفس الوقت مسؤولة عن مهام سياسية وأيديولوجية ومادية وحضارية، لها أهميتها وفعاليتها في أداء المجتمعات لالتزاماتها، وواجباتها نحو رعاياها ومنتسبيها وضمان تماسكها واستقلاليتها وسيادتها وتقدمها الاجتماعي، ويوكل للأحزاب السياسية تأطير الشباب وإعدادهم حسب التوجه العام للحزب وأيديولوجيته، فنجد مثلا منتسبي الاحزاب اليسارية ذوي ايدولوجية ماركسية في الغالب، ونجد الاحزاب الليبرالية ذوي توجهات علمانية، لكن في الدول العربية لا يمكن اعتبار الاحزاب الا وسيلة للاحتواء والسيطرة الفكرية لضمان عدم النشور عن النظام الحاكم⁴.

حيث تشترك تعريفات الأحزاب السياسية في اعتبار أن للأحزاب السياسية وظيفة سياسية هي الوصول إلى السلطة أو التأثير على من في السلطة، ومن هنا تلعب الأحزاب السياسية دورا أساسيا "إما في خدمة النسق السياسي من خلال مساندته ودعم مطالبه، وتقنين والمطالب الشعبية لجعلها مقبولة من قبل النسق السياسي، وإما في معارضته حيث

¹ - موسى حلس :مرجع سبق ذكره، 2007 ، ص4 .

² - امام شكري ابراهيم ، احمد القحطان، مرجع سبق ذكره. ص310،

³ - ماهر الكيلان وآخرون، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، الجزء السابع، دس. ص310.

⁴ - Fandi Mamoun. Civil War of World ;Qatr. Marshall Cavendish Benchmark.china 2008. P47. -

تؤلب الأحزاب الرأى العام ضد السلطة فالأحزاب السياسية تساهم في صياغة الثقافة السياسية للمجتمع من خلال برامجها ومبادئها وعمليات التوعية السياسية التي تقوم بها مستخدمة وسائل الإعلام المختلفة، وهذه الثقافة السياسية هي المصدر الذي تنطلق منه عملية التنشئة السياسية خاصة في الأنظمة التي تأخذ بالتعددية الحزبية حيث يحدث تمايز في عملية التنشئة السياسية ما بين الأحزاب الحاكمة ، التي تمارس تنشئة سياسية تحد النسق السياسي، موظفة كل مقدرات النظام السياسي في نشاطها وأحزاب المعارضة التي تمارس التنشئة السياسية لأعضائها، وللجمهور تتبلور من خلالها مواقفها المعارضة للنسق السياسي، وهي في ذلك توظف خطابا "أيدلوجيا" أو سياسيا "متميزا"، وتسعى ليكون معلوما " ومقبولا "من قبل الجمهور، وإلى امتلاك وسائلها الخاصة في عملية التنشئة السياسية كامتلاكها وسائل إعلام خاصة، صحف حزبية ومنشورات وكتب، أو قنوات بث إذاعي وتلفزيون خاصة بالحزب، أو مستقلة، ويكون للحزب تأثير عليها¹.

3./ الجامعات:

الجامعة هي إحدى المؤسسات الوطنية الهامة والمؤهلة للقيام بدور وطني وسياسي، لأنها تجمع أكبر عدد ممكن من المثقفين طلاباً وأساتذة، وهي في الوقت نفسه تحمل هموم الوطن وأحزانه..

ولفظ الجامعة University في اللغة الإنجليزية مشتقة من الكلمة اللاتينية، التي تعني الإتحاد، وهو ما كان يضم الأسر ذات النفوذ القوي في المجالات السياسية. واستخدم المصطلح بعد ذلك ليدل على التجمع الذي يضم الأساتذة والطلاب من مختلف الشعوب . كما تعني إتحاد مجموعة من الكليات والتخصصات².

¹ - أبراشي، إبراهيم، علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر و التوزيع، رام الله، فلسطين 1998، ص 2013.

² - موسى حلس مرجع سابق ص4 .

تقوم الجامعة بدور حيوي وبارز في حياة المجتمعات البشرية بل وتعتبر أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر وتوليد الأفكار وتطويرها . و تلعب الجامعات دور فاعل في صنع القرار السياسي في المجتمع، كما تلعب دور إيجابي في فهم مشاكل المجتمع وهمومه والعمل على تثقيف المواطن نين، وتوفير مراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي بين الطلبة والمجتمع¹.

4./ الأسرة:

تعتبر الأسرة هي المؤسسة الأولى التي يتلقى فيها الطفل أسس التنشئة الاجتماعية والسياسية وتعود أهمية الأسرة في عملية التنشئة السياسية إلى أنها اللبنة الأولى التي من خلالها يكتسب الفرد قيمه ويبني شخصيته ويحدد سلوكه .. وتعتبر الأسرة أهم آليات نقل القيم على الإطلاق، وخصوصا في مرحلة التطبيع الاجتماعي التي تبدأ من قبول الطفل لمختلف أنماط السلوك التلقائي، فالأسرة تشرع في توجيه سلوكيات الطفل بما يتفق مع قيمهم ومبادئهم ومعاييرهم واتجاهاتهم إلى أفضل مستوياتها، ويعمل الطفل على تعديل سلوكه طبقاً لما يتفق مع النسق القيمي الذي ي عتقه الكبار، فالأسرة تعتبر أول نمط للسلطة يعايشه الطفل، فالطفل يكتشف في هذه المرحلة طبيعة السلطة (على الأقل شكل السلطة الذي يسود في البيت)².

وتؤثر طريقة ممارسة هذه الأسرة للسلطة على قيمه واتجاهاته. كما يظهر دور الأسرة في عملية تنمية الوعي السياسي من خلال العلاقات السائدة بين أفرادها من حيث الممارسة السياسية والوعي السياسي . بالإضافة إلى ما تسمح به الأسرة من حريات لأبنائها، وما هي حدود الحرية ومفهومها، هل تقيد هذه الأسرة سلوك أبنائها أم تمنحهم الثقة وتسمح لهم باستقلال التفكير واتخاذ القرار، هل يسمح للأب ناء بالمناقشة والحوار وتقبل الرأي الآخر أم أن التسلط والإكراه، والسلبية واللامبالاة هي السائدة . وهل تسعى الأسرة من أجل أن يتعود الأبناء تحمل المسؤولية . فإذا كان الأب شخصاً سلطوياً في علاقته بأفراد الأسرة،

1 - إحسان خليل الأغا، دور الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة في حماية البيئة من التلوث، في مجلة الجامعة الإسلامية بغزة، مجلة محكمة نصف سنوية تصدر عن الجامعة الإسلامية، المجلد الرابع، العدد الأول، غزة، يناير 1996 ، ص57 .

2- أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياس دوره في السياسة العامة، دار غريب للطباعة، القاهرة، دبت، ص170

بات من المحتمل أن تتأكد لدى الأبناء قيم الإكراه والسلبية والفردية، وبالمقابل إذا تميز الأب بالديمقراطية فإن قيم الحرية والاهتمام والجماعية يمكن أن تجد طريقها إلى نفوس الأبناء

وكلما كانت الأسرة مصدر إشباع الحاجات لدى الطفل والمسؤولة عن تشكيله وتكوينه طبقاً للثقافة السائدة في الأسرة فإنها تعتبر الإطار المرجعي الأول للطفل¹.

المبحث الثاني: البرامج السياسية والاعلام الفضائي الخاص ظروف النشأة.

أولاً: تعريف البرنامج السياسي الفضائي

سنقوم بالتعريف بالبرنامج الإعلامي ثم نتطرق للتعريف بالبرنامج السياسي:

1. البرنامج الإعلامي: هو الشكل أو القالب الذي يوضع لاحتواء مضمون الرسالة الإعلامية التلفزيونية أو الإذاعية ، لتحقيق هدف أو مجموعة أهداف مبنية على الموازنة بين احتياجات المستمع أو المشاهد ورغباته.

2. البرنامج السياسي الفضائي: هو البرنامج الذي يتناول المواضيع المتخصصة والمتعلقة بالسياسة وتتناول مشكلات وقضايا واهتمامات قطاع جماعيري أو فئة اجتماعية او طبقات سياسية نخبوية وغيرها من أجل الحوار وطرح النقاشات وتحليل المواضيع والقضايا من مختلف الزوايا المحلية منها والعربية والدولية².

أيضا هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو له علاقة أو مجموعة أشخاص يتحدث الى المشاهدين مباشرة في موضوع معين ومن ذلك الاحاديث السياسية والاقتصادية ويتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث وحسن عرض الموضوع وطرحه ومناقشته وطريقة التحدث للمشاهدين واللغة المستخدمة³.

¹- ليلي عبد الستار علم الدين، تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في مصر -دراسة تحليلية، مجلة التربية والتنمية، السنة الثانية، العدد 4، جمهورية مصر العربية، أغسطس 1993 . ص 20.19.

²- جلال أشرف، محاضرات الورشة التدريبية الخاصة حول اعداد وتقديم البرامج الاداعية، اداعة صوت المدينة، عمان 2006. ص217.

³- كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1986، ص593.

ثانياً: مفهوم الإعلام الفضائي الخاص:

تدار هذه المحطات وتمول من قبل مؤسسات ومنظمات وشركات خاصة. وتعتمد غالباً على الإعلانات لتغطية نفقاتها، وتحقيق الأرباح للجهات التي تديرها وتشرف عليها. وهناك التلفزيون الكابلي وهي خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد اشتراكاً للحصول عليها، فبينما ترسل محطات التلفزيون العامة والتجارية إشارتها عبر موجات الهوائي، نجد أن الإشارات التلفزيونية الكابلية، تصل إلى منازل المشتركين عبر الكيبلات، وتحمل بعض نظم هذه الكيبلات أكثر من مائة قناة. تتركس العديد من هذه قنوات الأنواع معينة من البرامج المتخصصة مثل: الأفلام، الأخبار، الصحة، الدين، السياسة وغيرها¹.

ثالثاً: نشأة الإعلام الفضائي الجديد:

ترتب على ظروف بداية ظهور الطفرة الحالية في وسائل الإعلام العربية، تحت ضغط من الإعلام الغربي، إن تعززت حالة التأثير الإعلامية الغربية على الإعلام العربي في المرحلة الأولى من خلال سيطرة الاعلام الغربي على مصادر الاخبار وتوزيعها من خلال قوة واحترافية الإنتاج الإعلامي الذي امتلك شركات إعلامية غربية ضخمة سيطرة على المنتج الاعلامي بمختلف ادواته في مرحلة العولمة الفضائية.

فحتى وقت بدل دخول الاعلام مرحلة العولمة لم تتمكن الدول العربية من تطوير أدواتها الاعلامية، كما لم يكن الاعلام العربي قد ارتقى الى حلة عربية اوسع، حيث لم يجر حتى بناء وكالة أنباء عربية موحدة لتبادل الاخبار بين الدول العربية ذاتها، كما لم تنشأ شركات عربية قوية في مجال انتاج البرامج أو الافلام أو غيرها على مستوى عربي.

رابعاً: دوافع ظهورالإعلام الفضائي الخاص.

يمكن إرجاع ظهورالإعلام الفضائي الخاص إلى:

- الحيز الزمني الذي تحتله البرامج إضافة إلى التوقيت غير الملائم، كذا الحاجة المعرفية المتزايدة للمشاهد ورغبته في إثراء البرامج خاصة الحوارية بالآراء المخالفة أو المعضدة له

¹ - هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1 ، 2005، ص 37.

أدى إلى ظهور القنوات الفضائية الخاصة، بالرغم من أن التلفزيون ومنذ ظهوره عمد إلى إيجاد نوع من البرامج لجمهور متخصص من أجل إشباع حاجاته وميولاته.

- تراكم المخزون السمعي والبصري والذي كان نتاج سنوات، تمثل في الكثير من الأفلام السنمائية المصرية والعربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية، هذا المخزون ساهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث¹.

- زيادة رؤوس الأموال المستثمرة والموالين في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه ونظرته للإعلام، بعدما كان الإعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة والذي تميز بالشمولية، إضافة إلى ظهور التخصص كسمة من سمات العصر سارع في ظهور القنوات الخاصة.

- العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث خاصة منها تقنية البث المباشر، والوسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة وتسويقها².

خامسا: تأثيرات الإعلام الفضائي الخاص:

تختلف مجالات تأثير القنوات الإعلامية الفضائية الخاصة والمعلومات على الشباب باختلاف نوعية نمطها ورسالتها الإعلامية.

وهذا تأثير تتراوح مساحته بين الاهتمام بالقضايا السياسية وأعد الصراعات الدولية سلبا وإيجابا، ومتابعة الأحداث في العالم والتأثر والتأثير بها، وحتى حركة عبارة الشيطان أو جماعة الشواذ جنسيا اللتان ظهرتتا في مصر والمغرب والجزائر وغيرها. قبل ان نتناول تأثير القنوات الفضائية الخاصة على الشباب العربي، بالنظر الى ما سبق ذكره من ان جوانبا من الإعلام الفضائي العربي جاءت متضمنة الرسائل الاعلامية العولمية وتأثيراتها وان كثيرا من برامجها إما تأتي مقلدة للبرامج الغربية أو نقلا مباشر مع دبلجة أو ترجمة لها³.

¹ المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص 13.11.

² رضا عبد الواحد أمين، اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية، 2007، ص 13.

³ عبد الله بوجلال وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية ميدانية، جامعة الامير عبد القادر، قسنطينة، 2007، ص 93.

القنوات الفضائية المصدر الفضائية القنوات ومنها الجماهيرية الإعلام وسائل تمثل كما الاعلامية وتوجهات التأثير على الشباب،

الرئيس للمعلومات ذات العلاقة بالقضايا الرئيسية التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام وبخاصة في الاحداث السياسية والامنية الكبرى ذات الصلة بالحياة العامة في المجتمع وذلك من خلال البرامج الحوارية التي تقدمها حيث إن البرامج الحوارية تتيح تبادل وجهات النظر والتعرف أكثر على مضامين أي موضوع أو قضية أو مشكلة تثير تساؤلات لدى الرأي العام ويحتاج تفهيمها من خلال طرح القضية في البرنامج وتقديمها لشخصيات متخصصة الموضوع من مستويات عدة سواء كانت شخصيات برلمانية أو حكومية أو مؤسسات مجتمع مدني وتتصدر قضية إمداد الجماهير بالمعلومات الصادقة والمكثفة ومستوى المعالجة المهنية للتغطية الإعلامية أولويات العمل الإعلامي الناجح الذي يشبع حاجات تلك الجماهير من التعرض. للوسيلة الإعلامية¹.

وقد لاحظ علماء الاجتماع وخبراء العلاقات العامة (الأفراد يكونون أكثر استعدادا لتدعيم اتجاهاتهم الموجودة عن تطويرهم لاتجاهات جديدة علي هم تماما وتدعم ابحاث الاتصال هذا الراي وتشير بقوة الى أن الرسالة تصبح اكثر فعالية حينما تجعل الراي او السلوك الذي تعرضه يبدو للجمهور على انه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا اما خلق اتجاهات جديدة واجبار الجماهير على استيعابها فانه يبدو

وقد أكدت العديد من الدراسات أن (الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسائل الاعلام بوصفها مصادر رئيسية لمعرفة تفاصيل ما يجري في الحياة من احداث ويتوقف التعامل اعلاميا مع الازمة على طبيعة الازمة ونوعيتها وحجمها وطبيعة النظام السياسي السائد والجماهير المستهدفة خاصة عند مواجهة ازمة على المستوى الوطني)².

¹ - جون اولترمان، اعلام جديد، سياسة جديدة، عرض ابراهيم درويش، جريدة القدس العربي، 89/12/7.

² - ألهيبي هادي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، دار السامر، بغداد، ط1، 1997، ص8.

المبحث الثالث: البرامج السياسية للإعلام الفضائي الخاص وتأثيراتها

أولاً: دور الإعلام الفضائي في تدعيم وتغيير الإتجاهات السياسية

تبين أن الإعلام التلفزيوني ومن خلال عدة دراسات وبحوث أنه يحدث التغير والتحول بقدر ما يحدث من التدعيم والمحافظة، ففوة وسائل الإعلام وتأثيرها ينبغي النظر إليها من خلال العوامل والقوى الوسيطة التي تحد من تأثيرها وتجعلها عاملاً مساعداً في التأثير وليست السبب الوحيد له¹.

فهناك عدة عوامل وسيطة وبمساعدة وسائل الإعلام تعمل على تدعيم والمحافظة على اتجاهات معينة أهمها: الاستعدادات السابقة والعمليات الانتقائية والتي تعمل على اختيار المواد الإعلامية وتوجيه البرامج المدارة وكذا الجماعات التي ينتمي إليها الفرد والتي تعمل على تثبيت اتجاهات سياسية دون أخرى، بالإضافة إلى القادة والذين لهم دور كبير في التدعيم.

في حين أن الدراسات الإعلامية تؤكد من جهة أخرى أن هناك تحول في الرؤى والاتجاهات السياسية نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام وتأثيرات برامجها السياسية وهو مرغوب فيه في الدول النامية في نظر عدة باحثين والذين يرون بأنها وسيلة لنشر وتحقيق التغيير السياسي، وتمكين شعوب الدول النامية تعليم طرق جديدة للتفكير والسلوك الديمقراطي الحضاري.

فوسائل الإعلام بذلك تستطيع توسيع آفاق الفرد وتركيز الاهتمام والانتباه ورفع مستوى التطلعات وهذا دون المغالاة في الاعتماد عليها، لأنها قد لا تؤدي مهامها في بعض الأحيان².

¹ - ولبرشرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة، محمد فتحي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1970
² - صحيفة الوسط البحرينية - العدد 153 - الخميس 06 فبراير 2003م الموافق 04 ذي الحجة 1423هـ.

ثانياً: البرامج السياسية التلفزيونية وأدوارها السياسية.

تعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم، إذ تشير الكثير من الدراسات إلى أن هذه البرامج شغلت مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي، ففي التلفزيون الأميركي تصل نسبة هذه البرامج إلى 20 في المئة من المجموع العام لساعات البث، وفي إيطاليا تصل إلى 40 في المئة، وفي الأقطار العربية يصل معدلها إلى ما بين 16 و22 في المئة، وهي في جميع الأحوال تمثل المواقع الأولى من بين أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى¹.

وتشير الدراسات أيضاً إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين، إذ تشير إحدى الدراسات العربية إلى أن البرامج السياسية تحظى بمتابعة المشاهدين بانتظام.

والاهتمام بالبرامج السياسية من قبل المحطات والقنوات التلفزيونية الفضائية، وكذلك عن سر اهتمام المشاهدين بهذا النوع من البرامج. وباختصار يمكن القول أن سر هذا الاهتمام يعود إلى ما يمكن أن تلبه هذه البرامج من حاجات ترتبط بطرفي عملية الاتصال (المرسل والمستقبل) إذ يمكن إجمال الأدوار السياسية لهذه البرامج، كالاتي:

- زيادة معلومات الجمهور بهدف تحقيق التواصل معه عبر استثمار وسائل الاتصال التي يعد التلفزيون من أهمها إذ يستطيع أن يعمل باعتباره مضاعفاً لمصادر المعلومات.

- آراء جديدة لدى الجمهور عن موضوعات وقضايا يهتم بها.

- وغرس وتدعيم القيم والتقاليد السياسية مثل الحرية والمساواة واحترام القانون والمشاركة في الفعاليات السياسية عموماً.

- تكوين الرأي العام واتخاذ القرارات ازاء القضايا المهمة.

- تحقيق التعبئة المطلوبة التي تجعل من المواطن قادرا على أداء فعله ازاء الحوادث السياسية الكبيرة.

- التصدي للأفكار التي تطرحها البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية الأخرى والتي أصبح بإمكان المشاهد الاطلاع عليها بسهولة من خلال البث الفضائي¹.

¹ - إبراهيم إمام، تلوث بيئة الطفل تلفزيونيا، في الفن الإذاعي، العدد 81، أكتوبر 1978، ص236.

ثالثا: البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة وأبرز أدوارها السياسية

نتيجة لعدة تغيرات برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية ظاهرة التعددية الإعلامية وبروز القنوات الخاصة التي اهتمت من خلال الب ا رمج التي تقدمها سواء السياسية منها أو الثقافية أو الترفيهية معالجة بعض الإشكالات والقضايا الراهنة، وخدش الطابوهات والمواضيع المسكوت عنها، حيث أضحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الأخبار والمعلومات بأسرع وقت ممكن، وهذا من أجل توعيته بما يدور من حوله من أحداث ومواقف، بغية القيام بعملية التأثير والتغيير في آراء الجمهور، مما يسمح ويساهم في عملية صنع القرار السياسي بعدما أصبحت تعبر عن نشاط وأفكار مختلف التيارات السياسية.

وتعمل هذه القنوات على تكوين الثقافة السياسية للجمهور، ذلك أنها غير متحكم فيها من قبل هيئة معينة كما أنها تساهم في معرفة الفرد لمختلف حقوقه (ثقافة حقوق الإنسان والمواطنة).

كما تعد الآلة الإعلامية في الجزائر من أبرز الوسائط لربط الصلة بين النظام الحاكم والقاعدة الشعبية (المحكوم) فالنظام بحاجة إلى توضيح قراراته السياسية للجماهير لإثبات شرعيته.

وتبرز السلطة التداولية وكشف الحجاب عن الحياة السياسية "فلم نعرف الحياة السياسية قبل القنوات الفضائية الخاصة، وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية، إذ يعد الإعلام الخاص مؤثر وفضاء لممارسة الديمقراطية وهذا ما شدد عليه الباحث MONROE PRICE بوجود صلة وطيدة بين الديمقراطية وظهورها وبين وسائل الإعلام.

كما يرى الباحث " رضوان بوجمعة : "أن تجربة التنوع الإعلامي والتعددية الإعلامية في الحالة الجزائرية قد برهنت على فعالية نفعها للمجتمع من خلال برامجها السياسية

والإجتماعية وأثرها الإيجابي في وعيه ونمائه والنهوض بدور الصحافة الوطنية في الجزائر خصوصا بعد مرور مهنة الإعلامي بمراحل حساسة تدرجت به من مهنة الموظف والناطق الرسمي بسمة المدافع عن الثورة إلى مهنة الصحفي الحر في عهد التعددية الإعلامية، أفاد تطور الحريات السياسية التي فرضتها التحولات الإقليمية والسياسات الأجنبية (السير نحو الديمقراطية) في دعم القنوات الفضائية التي تعمل على تغطية وتحليل الأحداث المرتبطة بالعنصر المؤثر في المجتمع وهم الفئة الجماهيرية. وفي المقابل من يقول بأن تجربة الإعلام الخاص في الجزائر تعاني من قصور حاد، وخصوصا ما يعرف بالإعلام الموضوعي المحايد والمتوازن الذي يدخل في سياق وشروط والمعايير المهنية لتلك العناصر (الإعلاميين) او لقانون الإعلامي الذي يوضح مدى ارتباط النشاط الإعلامي الخاص بالبنية السياسية والإيديولوجية، وهكذا أصبح الإعلام الخاص في المادة 12 من حق المواطن الجزائري ومن خلال بعض البرامج السياسية منها مرتبط بالترفيه السياسي الذي يجسد في برامج قنوات كثيرة ووسيلة لإخفاء عن حالة الفراغ السياسي الذي يعيشه المجتمع الجزائري اليوم وبالتالي لا يمكن الحديث عن امكانية الوصول لإعلام موضوعي الذي يرسمه قانون الإعلام الجزائري في المادة 12 من حق المواطن في إعلام كامل موضوع¹.

¹ - بوحزام نوال، نعيمة مليكة، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثلات شباب مدينة معسكر

رابعاً: نماذج للبرامج السياسية من الفضائيات الجزائرية الخاصة:

(الشروق نيوز – الخبر Kbc)

1/- برنامج هنا الجزائر:

هو برنامج سياسي حوارى يحاكي مشاكل المواطن داخل المجتمع بعنوان " هنا الجزائر " من تقديم قادة بن عمار الذي اعتبر فريد من نوعه لأنه يعالج قضايا برؤى جزائرية من محللين ومسؤولين مع ترك فرصة للمواطن بطرح مشاكله ومعاناته، وإبداء آرائه، فهكذا سمحت المحطة للمواطن بإدلاء آراءه السياسية وانتقاداته للنظام والمسؤولين، ويستضيف شخصيات مختلفة من مختلف الاتجاهات والأيدولوجيات من اجل النقاش والحوار حول القضايا والاحداث والمستجدات الوطنية على طريقة البرنامج الشهير (الإتجاه المعاكس)

2/- برنامج جرنان القوسطو:

هو من البرامج السياسية التي تعرضها قناة الخبر بشكل ساخر وهزلي والبرنامج عبارة عن نشرة إخبارية تبث من على "سطح" البلاد، وفي ديكور "قصديري" تتداول مجموعة من الممثلين، على المنبر لنقل ما يجري من أحداث داخلية وخارجية سياسية وثقافية. يعتمد البرنامج على ضيوف الحدث، ومعهم يتطرق من خلال فقرات الداخل والخارج والثقافة والرياضة والطقس، إلى مواضيع سياسية تثير الضحك، وتسخر من المتسببين في حدوثها من المسؤولين السياسيين والرياضيين والثقافيين وغيرهم. فالحصة تخالف السائد في مجال الإعلام الجزائري وتقدم للمشاهد منبرا حرا لا يزيغ الحقيقة، وي طرح الأسئلة المباشرة والصريحة للضيف. وبلغت شعبية بسيطة محملة برصيد من السخرية والاستهزاء يفاجئ "جرنان القوسطو" المتفرج بقوة الطرح، وجرأة كبيرة في التصريح بالأسماء والإدلاء بمختلف القضايا الحساسة المتصلة بمناصبهم، سواء التي أثبتت أوتلك التي ما تزال قيد التحقيق أو الإشاعة. سقف من الحرية تمارسه "الجزائرية" عبر برنامجها الذي يأخذ أبعادا أخرى غير

الترفيه والترويح عن الذات، ليشفي الجزائري غليله إذن مع "جرنان الداخل" الذي استضاف وزير التربية الأسبق أبو بكر بن بوزيد، وعبد العزيز بلخادم، الأمين العام الأسبق للأفان، وطرح على وزير الأشغال العمومية عمار غول إشكالات الطريق السيار، واستعاد مع مولود حمروش مهامه السياسية في مرحلة حرجة من تاريخ الجزائر المعاصر. وفي "جرنان الثقافة" انتقدت وجوه فنية وثقافية، على غرار رابح درياسة وحسيبة عمروش وإلهام شاهين التي أثير معها موقفها المتغير من الاخوان. أما "جرنان الخارج"، فلم يفوت فرصة التعليق على الوضع في مصر وسوريا وفرنسا. واستضافت كل من عبد الله مرسي الرئيس المخلوع، وزير الخارجية الفرنسي لوران فابيوس، كما عبر بصراحة عن قضية ماري لوبان وأخبار علاج بوتفليقة بأموال فرنسية¹.

وبما أن الشاب الجزائري يميل إلى البرامج السياسية الترفيهية التي ترجمتها في برامج فكاهية تمرر من خلالها رسائل تمس القضايا الاجتماعية والسياسية وحتى المسؤولين ذاتهم والذي يستضيف مواهب وقدرات من الشباب الجزائري، هذا الذي بدوره يطرح ويعالج مواضيع بطريقة فكاهية يتم من خلالها إدخال مواقف تهكمية تثبت بطريقة ضمنية غير مباشرة سواء على المسؤولين .

خامسا: التأثيرات السياسية لبرنامجي (هنا الجزائر و جرنان القوسطو).

1/ برنامج هنا الجزائر: استطاع هذا البرنامج من خلال قناة الشروق من خلق ما يعرف بالاتصال السياسي الذي يضم الفاعلين السياسيين والرأي العام مع رجال الإعلام والصحافة، وهي بهذا أصبحت أداة فاعلة في تحليل النشاط السياسي وفي نفس الوقت أصبحت تدرج في إطار العملية السياسية ما أدى بالضرورة إلى ممارسة حرية الرأي

¹ - نبيلة س، مقال مضاف من طرف presse-algerie، على الموقع: www.djazairnews.info، 17/07/2013.

والتعبير اللذان يعتبران حقا من حقوق المواطنة، وبالتالي من مؤشرات السير نحو الديمقراطية¹.

إذ أن غالبية الشباب يتجه في مشاهدته لقناة الشروق التي تطرح مواضيع وقضايا اجتماعية تحاكي وتلامس الواقع المعاش السياسي التي تتجسد من خلال طرح اشكاليات المواطن والشباب الجزائري كالبطالة والحرقة وغيرها من الأزمات والأحداث السياسية مثل قضية" تيغنتورين "وقضية الفساد الإداري، هذا ما يؤدي بنا إلى القول أن القناة ومن خلال برامجها السياسية منها خاصة برنامج هنا الجزائر تسعى في مخططها الاستراتيجي إلى نشر المعرفة السياسية وتبينتها، ما أدى إلى بروزها كقوة إعلامية متفتحة.

ويرى الكثيرين أنه بفضل هذه القناة أصبحنا نتحدث عن كل ما ينبغي الحديث عنه من سياسة واستراتيجية الدولة في التعامل مع قضايا المجتمع مثل قضية اختطاف الأطفال والعمليات الإجرامية المرتكبة في حقهم، إضافة إلى طرح الانتقادات للسياسات المتبعة من طرف السلطة، حيث عمل هذا البرنامج من خلال القناة على استغلال الفاعلين (الفئات المهمشة) التي كانت متوقع منها القيام بحركات احتجاجية، وذلك كله في سياسة كبح الفعل الثوري وتغطية على الفراغ السياسي التي نعيشه في المرحلة الراهنة.

بالإضافة إلى أن هذا البرنامج سمحت للمواطن بإدلاء آراءه السياسية وانتقاداته للنظام، حيث صرح - تقول هذه الدراسة - المبحوث ذو 32 سنة وهو أستاذ جامعي: " لقد كانت السياسة من المواضيع التي لا يمكن الحديث عنها، وما يلفت انتباهي خاصة موضوع مصداقية المجاهدين وتزوير الملفات من أجل الحصول على الامتيازات التي تقدمها الدولة"، وبهذا فقد استطاعت القناة من خلال هذا البرنامج نقل انفعالات المواطن وتقريغ ما في جعبته، كما استطاع خلق ما يعرف بالاتصال السياسي الذي يضم الفاعلين السياسيين والرأي العام مع رجال الإعلام والصحافة، وهي بهذا أصبحت أداة فاعلة في تحليل النشاط

¹ - بوحران نوال، نعيمي مليكة ، مرجع سبق ذكره، ص 85.

السياسي وفي نفس الوقت أصبحت تدرج في إطار العملية السياسية ما أدى بالضرورة إلى ممارسة حرية الرأي والتعبير اللذان يعتبران حقا من حقوق المواطنة، وبالتالي من مؤشرات السير نحو الديمقراطية¹.

2/- جرنان القوسطو: حسب بعض الدراسات فإن المشاهد العربي يلجأ للتلفاز بالدرجة الأولى من أجل الترفيه ذلك بغية الهروب من الواقع المعاش، ولأجل ذلك تعمل القنوات الفضائية على إنتاج بعض البرامج الكوميديّة، وهذا ما اتخذته قناة الخبر كاي بي سي في منهجها الإعلامي حيث قدمت عدة برامج سياسية في قالب فكاهي ترفيهي من أهمها " برنامج جرنان القوسطو" والذي يدرج في إطار ترفيهي سياسي اجتماعي يعكس واقع الجزائر والجزائريين والمسؤولين، وبهذا فإن البرنامج يمارس بطريقة أو أخرى العملية السياسية التي تتجسد من خلال تمرير رسالته النقدية للفاعلين السياسيين.

ويستضيف هذا البرنامج مواهب وقدرات من الشباب الجزائري، هذا الذي بدوره يطرح ويعالج مواضيع بطريقة فكاهية يتم من خلالها إدخال مواقف تهكمية تثبت بطريقة ضمنية غير مباشرة سواء على المسؤولين أو المعارضين السياسيين أو الفاعلين في المجتمع المدني والسياسي وبلورت رسائله الإعلامية بأسلوب ساخر، والعمل على الترويج وإثارة الرأي العام بشعار الحرية والديمقراطية².

وبخصوص هذه البرامج وإحداث الفعل التغييرى وتشكيل المجال العام فهو نتاج لتلك المؤسسة سواء بطريقة مقصودة أو غير ذلك وبالتالي ساهمت في رسم معالم التغيير ونحت الوعي لدى الشباب الجزائري، الذي عاش ولفترة طويلة في إطار سيكولوجي مغلق الذي كرسه النظام السياسي والإعلامي سابقا، هذا الذي أدى بنا إلى إعادة النظر والمساءلة عن مدى إمتثالية الإعلام الخاص للشرعية السلطوية، وكيف ساهمت ثورة الميديا في إحداث

¹ - بوحزام نوال، نعيمة مليكة، مرجع سابق، ص 85.

² - مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، أبريل 2014. ص 85، 86، 87.

الفعل التغييري وبالتالي تشكيل المجال العمومي الذي يعبر عن جدلية وقوة الإعلام الجزائري.

كما يبقى مبدأ الاعتمادية أكثر على قناة الشروق في تشكيل الفضاء العمومي ومعرفة السياسة التداولية من طرف الفاعلين السياسيين، وذلك من خلال مختلف البرامج السياسية التي تبثها هذه القناة حيث وضحت بصورة نسبية وذلك مقارنة مع قناة كاي بي سي الخبر خاصة وقت الأزمات، وبهذا تبرز كمحرك إعلامي جد هام داخل المجتمع الجزائري خاصة في نشره وتأكيد على العمليات السياسية مع إشراك بعض رجال السياسة في الحصص المد رجة ومحاورة الفاعلين السياسيين¹.

¹ - بوحزام نوال، نعيمة مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 90.

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث:

الإجراءات التطبيقية

تمهيد

أولاً: أداة الدراسة واختبار صدق الأداة.

ثانياً: تحليل وتفسير البيانات.

ثالثاً: نتائج وتوصيات الدراسة.

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد التطرق إلى الجانب النظري وتحديد إشكالية البحث والهدف منه وسبب اختياره واستعراض المفاهيم الأساسية للموضوع، ثم تطرقنا إلى الجانب التطبيقي لمحاولة اختبار الأسئلة وذلك بالاعتماد على تطبيق أدوات الدراسة التي تساعدنا على جمع المعلومات فتعرضنا في هذا الفصل إلى منهجية البحث التي تشمل: على الدراسة الوصفية، الأدوات المستعملة والأساليب الإحصائية المستعملة التي اعتمدنا عليها في تحليل وتفسير ومناقشة النتائج.

أولاً: أداة الدراسة وأختبار صدق الأدوات:

1- أداة الدراسة:

يعد الاستبيان أحد أبرز أدوات جمع المعلومات التي يلجأ الباحثون إليها، وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع، وفي هذه الدراسة فقد تم وضع إستبانة خاصة لجمع البيانات حول دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي وفقاً لأهداف وأسئلة الدراسة.

وقد تم توزيع 140 استبيان استمارة، وفقاً للعينه القصدية، حيث تم استرجاع 127 وألغيت 7 منها لعدم توافق إجابات المبحوثين وما هو مطلوب في أسئلة الإستبيان وعدم ملئ بعضها واختيار أكثر من إحتمال دون طلب ذلك، مما يصعب عملية التفريغ وتحليل البيانات.

وقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بحيث تحقق قدراً من التوازن في تغطية كل التساؤلات، وقد تم صياغة الأسئلة في ثلاثة محاور، تضمنت 24 سؤالاً.

حيث خضعت استمارة الإستبيان إلى تقييم وتحكيم أولي من عدد من الأساتذة المتمكنين، حيث عدلت الاستمارة في ضوء الملاحظات التي أوردوها في إطار صياغة الأسئلة وترتيبها، وكذا خيارات الأجوبة المتقدمة، ثم نفذ مسح تجريبي على الاستمارة المعدلة، ليعاد تصميمها بشكلها النهائي.

ويتضمن الإستبيان الخاص بهذه الدراسة ثلاثة محاور يهدف كل واحد منها إلى :

- يشمل البيانات الشخصية أو السوسيوديمغرافية للمبحوثين وهي السن والجنس و

التخصص والكلية محل الدراسة.

- المحور الأول: معرفة إعتقاد الطلبة الجامعيين على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية.

- المحور الثاني: كشف اعتبار البرامج السياسية كإحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي السياسي.

- المحور الثالث: معرفة تأثير البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية.

2./ إختبار الصدق للأداة:

لغاية إختبار صدق الأداة فقد استخدمنا أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبانة على عدد من الأساتذة المحكمين اهل الاختصاص في مجال الإعلام والاتصال، كما تم إجراء إختبار قبلي على مجموعة من مجتمع الدراسة حتى يتسنى لنا التعرف إذا ما كانت بها عبارات غير واضحة أو غير مفهومة للمبحوث تحتاج إلى تعديل أو إعادة صياغة أسئلة معادة، وبذلك يتم تدعيمها بأسئلة جديدة أو تعديل بعض الأسئلة أو توضيحها عند الحاجة لذلك.

رابعاً: تحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية .

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية إستنادا للمعطيات المحصل عليها من إستمارات الإستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين ، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها كيفاً، وإيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين وسنحاول التذكير مرة أخرى بالتساؤلات المتفرعة عن إشكالية الدراسة بغية الربط بينها وبين المحاور الرئيسية للاستمارة

1. هل يعتمد طلبة الجامعة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية؟

2. هل يمكن اعتبار البرامج السياسية إحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي

السياسي؟

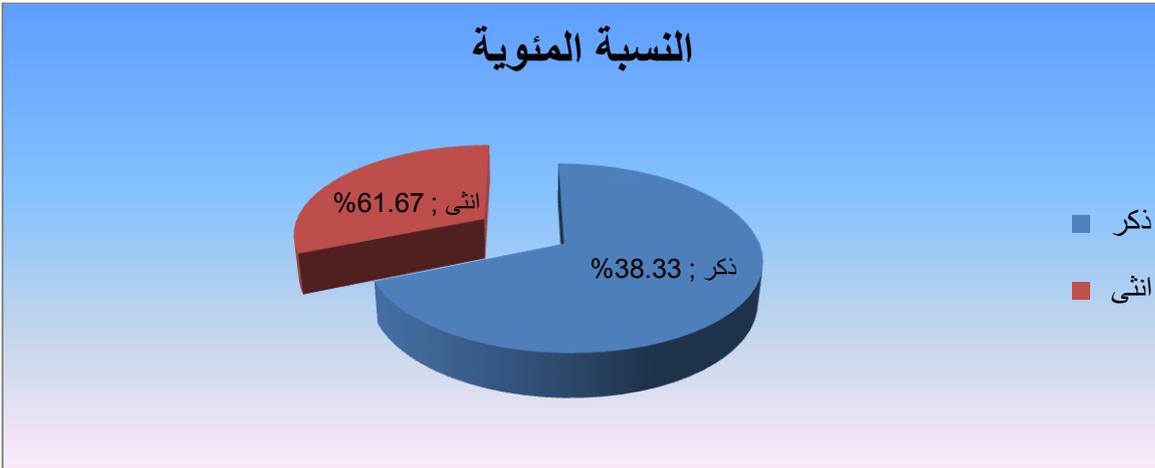
3. كيف تؤثر البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية؟

❖ البيانات الشخصية

(1) . الجنس:

الجدول رقم(01): يوضح توزيع الطلبة حسب الجنس

| الجنس | التكرار | النسبة |
|---------|---------|---------|
| ذكر | 46 | %38.33 |
| أنثى | 74 | % 61.67 |
| المجموع | 120 | % 100 |



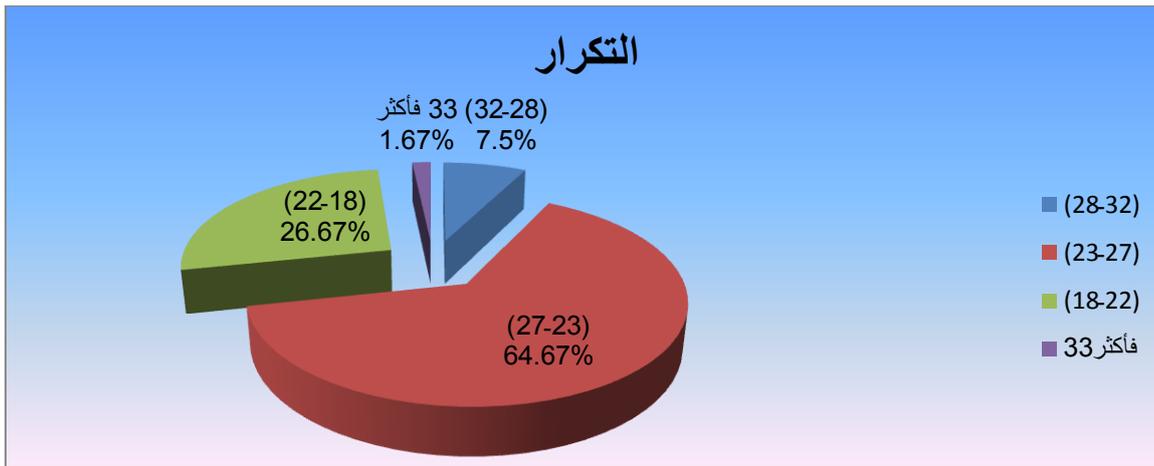
الشكل البياني رقم (01): يوضح التوزيع البياني لمجتمع البحث حسب الجنس.

يبين الجدول رقم (01) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس ويتضح من خلاله أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور و التي تقدر ب (61.67%) بمعدل 74 أنثى/120 مبحوث , و تقدر نسبة الذكور ب (38.33%) بمعدل 46 ذكر/ 120 مبحوث، وهذا راجع إلى توجهات المبحوثين واختصاصاتهم بالنسبة للإناث أكثرهم يختارون التخصصات الأدبية على عكس الذكور الذين يفضلون التخصصات العلمية.

(2) . الفئة العمرية:

الجدول رقم(02): يوضح توزيع الطلبة حسب الفئة العمرية .

| الفئة العمرية | التكرار | النسبة % |
|---------------|---------|----------|
| (22 .18) | 32 | 26.67 |
| (27 .23) | 77 | 64.67 |
| (32 .28) | 9 | 7.5 |
| 33 فأكثر | 2 | 1.67 |
| المجموع | 120 | 100 |



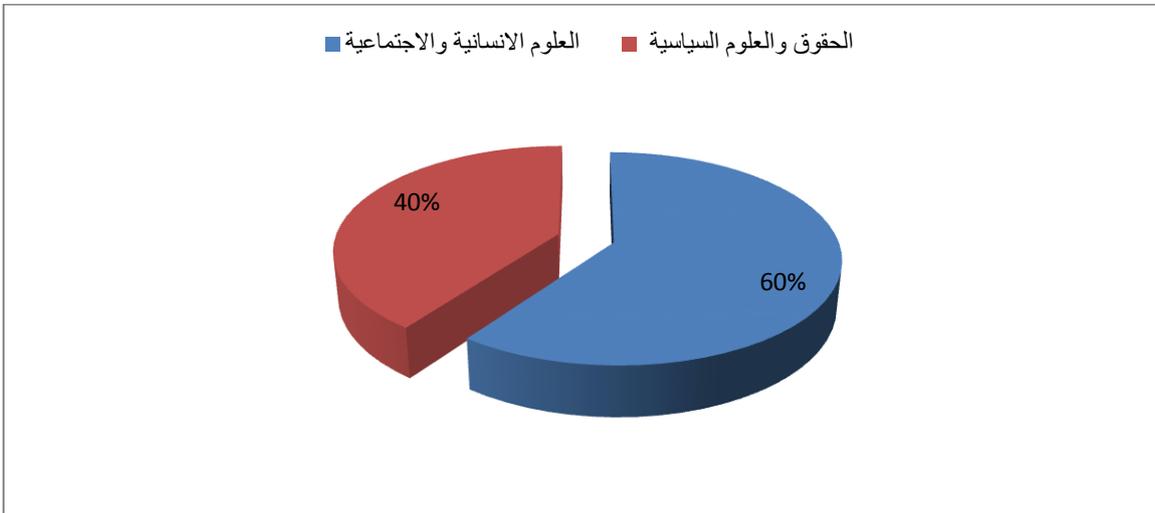
الشكل البياني رقم (02): يمثل التمثيل البياني للطلبة حسب السن.

يبين الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن ويتضح من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أن نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 23 إلى 27 سنة تمثل نسبة 64.67 % ، تليها نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 28 سنة بنسبة 26.67 % ، و بعدها ب7.5% الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 28 سنة و 33 ، بينما أقل نسبة كانت للطلبة أكثر من 30 سنة و ذلك بنسبة لا تتعدى 1.67 % .

(3) . الكلية :

الجدول رقم(03): يوضح توزيع الطلبة حسب الكلية .

| النسبة % | التكرار | الكلية |
|--------------|------------|------------------------------|
| 60 | 72 | العلوم الإنسانية والاجتماعية |
| 40 | 48 | الحقوق والعلوم السياسية |
| % 100 | 120 | المجموع |



الشكل البياني رقم (03): يوضح الرسم البياني لتوزيع الطلبة حسب الكلية.

يبين الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب الكلية ويتضح من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أن نسبة الطلبة المبحوثين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بلغت 60% بينما بلغت نسبة الطلبة المبحوثين في كلية الحقوق والعلوم السياسية 40%.

4) . التخصص:

الجدول رقم(04): يوضح توزيع الطلبة حسب التخصصات.

| النسبة | التكرار | التخصص |
|--------|---------|--------------------|
| 16.67% | 20 | إتصال وعلاقات عامة |
| 15.83% | 19 | سمعي بصري |
| 15% | 18 | تنظيم وعمل |
| 12.5% | 15 | علم النفس التربوي |
| 15.83% | 19 | علاقات دولية |
| 14.17% | 17 | سياسة مقارنة |
| 10% | 12 | قانون إداري |
| 100% | 120 | المجموع |

يبين الجدول رقم (04) توزيع أفراد العينة حسب التخصص ويتضح من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أن نسبة الطلبة المبحوثين في تخصص إتصال وعلاقات عامة 16.67%، ثم يليها تخصصي سمعي بصري و علاقات دولية بنسبتين متساويتين بلغت 15.83%، ثم يليها تخصص تنظيم وعمل بنسبة 15%، ثم تخصص سياسة مقارنة بنسبة بلغت 14.17%، ثم تلاها تخصص علم النفس التربوي بنسبة 12.5%، وفي ذيل التخصصات نجد قانون إداري بنسبة بلغت 10% .

المحور الأول: البيانات المتعلقة باعتماد الطلبة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية.

الجدول رقم (05): يمثل الفضائيات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي يتابعها الطالب الجامعي .

| النسبة | التكرار | الفضائيات التلفزيونية |
|--------|---------|-----------------------|
| 77.5% | 93 | الشروق |
| 70% | 84 | النهار |
| 60% | 72 | الجزائرية |
| 22.5% | 27 | دزابر نيوز |
| 22.5% | 27 | كاي بي سي الخبر |
| 20% | 24 | المغربية |
| 7.5% | 9 | الوطن |
| 2.5% | 3 | البلاد |
| 2.5% | 3 | نوميديا نيوز |
| 2.5% | 3 | الهقار نيوز |

تم وضع الجدول بالطريقة أعلاه نظرا لتعدد تكرارات المشاهدة لدى أفراد العينة لأكثر من قناة في نفس الوقت مما لا يمكن حصر مجموع التكرارات بمجموع أفراد العينة، وتم احتساب نسبة تكرار مشاهدة كل قناة على حدى.

تشير الأرقام الواردة في الجدول أعلاه المتعلقة بالفضائيات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي يتابعها الطالب، ومن خلا له تبين أن نسبة 77.5% من أفراد العينة المفحوصة يهتمون بمتابعة قناة الشروق كأكبر نسبة متابعة، وهذا لربما راجع إلى أقدمية قناة الشروق مع قوة طرحها للبرامج سواء السياسية أو الاجتماعية أو لارتباطها بالصحافة

المكتوبة (جريدة الشروق)، أي من مجرد إعلام مكتوب إلى قناة مرئية، ثم تليها قناة النهار بنسبة متابعة لدى أفراد العينة قدرت بـ 70% وهي أيضا من القنوات الخاصة الأولى التي أنشأت، والتنوع في البرامج والمتابعة المستمرة للأحداث وكذا السبق الصحفي، ووصلت أيضا متابعة قناة الجزائرية نسبة معتبر في أوصاف مفردات العينة بنسبة 60% لإعتبارها هي أيضا من القنوات الأولى في القطاع الخاص، وكانت نسبة 22.5% من المتابعة لقناة كاي بي سي الخبر، كذلك بلغت نسبة متابعة قناة المغاربية 20% من مجموع أفراد العينة، أين أخذت نسبة متابعة أفراد العينة لقناة الوطن 7.5%، في حين أخذت قناة البلاد ونوميديا نيوز والهفار نيوز نسب متساوية قدرت بـ 2.5% من متابعة أفراد العينة.

وهذا مما يدل على أن الأقدمية والأسبقية أعطت نسب متابعة أكبر لهذه القنوات عكس القنوات المتأخرة، بالإضافة إلى إكتسابها جماهيرية وشهرة منذ كانت في مجال الصحافة المكتوبة منحها إهتمام لد القراء والمشاهدين.

الجدول رقم (06): يمثل اهتمام الطالب بمتابعة البرامج السياسية لهذه القنوات الفضائية

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|------------|---------|-----------------|--------|
| دائماً | 42 | 0.35 | 35% |
| أحياناً | 36 | 0.3 | 30% |
| نادراً | 18 | 0.15 | 15% |
| أبداً | 24 | 0.2 | 20% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يوضح الجدول من خلال البيانات تقييم المبحوثين لاهتمام الطالب بمتابعة البرامج السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة، حيث يظهر الجدول نوعاً من التباين في آراء المبحوثين حيث اتضح أن ما نسبته 35% أكد على الإهتمام الدائم بمتابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب بعبارة أحياناً بنسبة وصلت 30% ، كما أجابت بنسبة 20% من المبحوثين بـ أبداً وعدم الإهتمام بالمتابعة، وهي نسبة معتبرة مقارنة بباقي نسب الإجابات، أما نسبة الإجابة بعبارة نادراً بلغت 15% وهي نسبة جدو منخفضة مقارنة بباقي النسب المسجلة وعموماً فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين.

الجدول رقم (07) : يمثل سبب اهتمام الطلب بمتابعة قناة من هذه القنوات.

| الفئات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|------------------------------------|---------|-----------------|--------|
| حريصة على متابعة الشأن السياسي | 84 | 0.7 | 70% |
| غير حريصة على متابعة الشأن السياسي | 36 | 0.3 | 30% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

من خلال النتائج التي المتحصل عليها من الجدول تبين سبب إهتمام الطالب بمتابعة قناة من هذه القنوات، بعد تقسيم المبحوثين إلى فئتين من خلال إجاباتهم المختلفة وصبها في فئتين، وكانت الفئة الأولى ممثلاً بالفئة الحريصة على متابعة الشأن السياسي وبلغت نسبتها بـ 70% من المبحوثين، وبالمقابل بلغت نسبة فئة المبحوثين غير الحريصين على متابعة الشأن السياسي 30% كأقل نسبة، ويرجع هذا الى ما أجاب به الباحثون من بعدم المتابعة أصلاً أو المتابعة للفضول والتسلية فقط

وارتفاع نسبة الحريصين على المتابع يدل على حرص الطالب الجامعي على متابعة البرامج السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة لكونها جديدة في الساحة الإعلامية الوطنية وكل جديد مرغوب، ومن الأسباب التي تدفع الطالب لمتابعة هذه البرنامج كما جاءت به توضيحات المبحوثين هي معرفة الأوضاع والواقع السياسي و الإتجاهات السياسية والاستفادة من النقاشات والحوارات واكتشاف الخط الافتتاحي والتوجه السياسي لهذه القنوات تجاه مختلف القضايا.

الجدول رقم (08) : يمثل البرامج السياسية التي يتابعها الطالب في القنوات الفضائية الخاصة.

| النسبة | التكرار | البرامج السياسية |
|--------|---------|------------------|
| 15% | 18 | هنا الجزائر |
| 22.5% | 27 | قضية ونقاش |
| 5% | 6 | قهوة وجرنان |
| 7.5% | 9 | اعرف مرشحك |
| 2.5% | 3 | حوار خاص |
| 5% | 6 | قضايا وآراء |
| 2.5% | 3 | نقطة ضوء |
| 2.5% | 3 | زاوية الحدث |
| 2.5% | 3 | المحكمة . |
| 35% | 42 | لا يتابع |

تم وضع الجدول بالطريقة أعلاه نظرا لتعدد تكرارات المشاهدة لدى أفراد العينة لأكثر من قناة في نفس الوقت مما لا يمكن حصر مجموع التكرارات بمجموع أفراد العينة، وتم احتساب نسبة تكرار متابعة كل برنامج على حدى.

شير الأرقام الواردة في الجدول أعلاه المتعلقة بالبرامج التي يتابعها الطالب في الفضائيات الجزائرية الخاصة ومن خلا له تبيان أن نسبة 22.5% من أفراد العينة المفحوصة يهتمون بمتابعة برنامج قضية ونقاش، ثم يليها برنامج هنا الجزائر بنسبة 15% والتي تعد من البرامج السياسية الحوارية بصفة كبيرة والتي تزيد من مستوى الوعي السياسي لدى المشاهد والطالب بصفة خاصة، وباعتبار القنوات التي تعرض هذه البرامج من أولى القنوات إنطلاقا في البث، وكانت نسبة المتابعة لبرنامج اعرف مرشحك بـ 7.5%، بينما تساوى كل

من برنامج قهوة وجرنان وبرنامج قضايا وآراء بنسبة متابعة لدى الطلبة مفردات العينة قدرت بـ 5%، وتساوت متابعة برنامج حوار خاص، ونقطة ضوء، وزاوية الحدث والمحكمة بنسبة 2.5%، بينما أبدى ما نسبته 42% من أفراد العينة كأكبر نسبة مما سبق عدم متابعتهم لأي برنامج من هذه البرامج السياسية، معتبرين أن ما تنقله وسائل الإعلام في الوقت الراهن لا يرقى إلى مستوى الأهداف المتعددة المنشودة المتمثلة في التثقيف العام والتوعية السياسية.

الجدول رقم (09) :يوضح البرامج السياسية التي تجذب الطالب أكثر لمشاهدتها من هذه القنوات.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|---------------------------|------------|-----------------|-------------|
| البرامج السياسية الحوارية | 66 | 0.55 | 55% |
| البرامج السياسية الساخرة | 27 | 0.225 | 22.5% |
| البرامج السياسية المعرفية | 27 | 0.225 | 22.5% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية مفردات العينة ما نسبته 55% تجذبها البرامج السياسية الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة، وقد ربط الباحثين سبب ذلك إلى اعتبار أن هذه البرامج تثري النقاش والحوار وتفتح المجال للرأي والرأي الآخر، وكذا اهتمامهم بالجوانب السياسية وباعتبارها تخرج بحوارات مثمرة ومن خلالها تتضح توجهات سياسية كثيرة والعديد من القضايا السياسية. بينما تساوت نسبة البرامج السياسية الساخرة والبرامج السياسية المعرفية بنسبة 22.5% في جذبها للطالب، وهي نسبة صغيرة مقارنة بنسبة البرامج السياسية الحوارية، وهذا ما يدل على وجود نوع من الاهتمام بتنمية الوعي السياسي عند الطالب الجامعي מבحوث دراستنا.

الجدول رقم (10) : يوضح استقاء الطلب المعلومات حول القضايا السياسية من

البرامج السياسية للقنوات الفضائية .

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|------------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 96 | 0.8 | %80 |
| لا | 24 | 0.2 | %20 |
| المجموع | 120 | 1 | %100 |

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه الخاص باستقاء الطالب المعلومات حول القضايا السياسية أن نسبة **80%** من أفراد العينة المبحوثة أجابت بأنها تستقي معلوماتها حول القضايا السياسية من البرامج السياسية للفضائيات الخاصة، بينما كانت نسبة **20%** من أفراد العينة أجابت بأنها لا تستقي المعلومات حول القضايا السياسية من برامج الفضائيات الخاصة.

وترجع نسبة غالبية أفراد العينة إلى استقاء أفراد العينة للمواضيع والقضايا السياسية كما اشرنا سابقا إلى جدية وفتية هاته القنوات الفضائية في المشهد الإعلامي الجزائري وكذا حماسية هذه القنوات بتقديم العديد من البرامج من بينها السياسية التي أخذت القسط الأكبر والتنافس الشديد بينها والسبق الصحفي مما يدع المشاهد في انتظار ومتابعة متواصلة وكذا لسهولة الوسيلة ومتعتها وخصائصها المتميزة عن العديد من الوسائل الإعلامية الأخرى.

الجدول رقم (11): يوضح سبب إختيار الطالب للفضائيات الخاصة كمصدر

للمعلومات السياسية.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|----------------------------------|---------|-----------------|--------|
| بساطة الطرح والتقديم | 42 | 0.35 | 35% |
| نقصها في الإعلام العمومي | 42 | 0.35 | 35% |
| كفاءة البرامج المقدمة | 0 | 0 | 0% |
| تناولها مواضيع هامة | 18 | 0.15 | 15% |
| تعدد وتنوع البرامج السياسية فيها | 18 | 0.15 | 15% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يبين الجدول أعلاه سبب إختيار الطالب للفضائيات الخاصة كمصدر للمعلومات السياسية، ونلاحظ بأن أغلبهم يرجعون سبب ذلك إلى السببين اللذين جاءا بنسب متساوية بساطة الطرح والتقديم، ونقصها في الإعلام العمومي بنسبة 35 % وهذا يفسر تراجع الإعلام العمومي في ظل الانفتاح الإعلامي والتوجه نحو قطاع إعلامي خاص ، في حين يرى باقي مفردات العينة أن سبب إختيار برامج السياسية للفضائيات الخاصة كمصدر للمعلومات السياسية تناول مواضيع هامة، وتعدد وتنوع البرامج السياسية فيها كذلك بنسبتين متساويتين 15%، وهذا ما يفسر تطرق هذه الفضائيات الخاصة إلى مواضيع متعددة وحساسة بالنسبة للمشاهد وتمس واقعه بشكل كبير افتقدها في العمومي بسبب التحفظ عليها واحتكار المعلومة والتبعيته للسلطة وكذا نوع من الاستقلالية في الطرح في الفضائيات الخاصة، بينما يلاحظ أن نسبة 0% أين انعدمت لكفاءة هذه البرامج السياسية كسبب لاختيارها مصدر للمعلومات السياسية، ويفسر هذا بنقص الخبرة المهنية لدى أغلب هذه القنوات لحدائتها والتي تسعى من أجل السبق السبق الصحفي والتنافس بعيدا عن الاحترافية.

الجدول رقم (12) : يمثل استفتاء الطالب بالمعلومات المقدمة من خلال هاته البرامج

| الإجابة | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|---------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 90 | 0.75 | %75 |
| لا | 30 | 0.25 | %25 |
| المجموع | 120 | 1 | %100 |

يبين الجدول أعلاه الخاص باستفتاء الطالب بالمعلومات المقدمة من خلال البرامج السياسية لهذه الفضائيات الخاصة من خلال إجابات المبحوثين بالإيجاب أين كانت النسبة عالية بـ **75%** والتي تؤكد على أن البرامج السياسية المقدمة من خلال هذه الفضائيات تفي بالغرض، في حين أن المبحوثين الذين أجابوا بـ لا كانت النسبة **25%**.

وهذا ما يفسر على أن هذه المعلومات رغم بساطتها ونقص الخبرة والإحترافية والإمكانيات لدى الفضائيات الخاصة إلا أنها استطاعت أن تروي عطش نسبة كبيرة من المشاهدين الذي افتقدوه لسنوات بسبب الاحتكار والتحفز على المعلومة للإعلام العمومي.

الجدول رقم (13) : يمثل نوع القضايا والمواضيع السياسية التي تثير إهتمام الطلبة في هاته الفضائيات .

| الإحتملات | التكرار | النسبة |
|-----------|---------|--------|
| الدولية | 78 | %65 |
| العربية | 72 | %60 |
| الوطنية | 69 | %57.5 |
| المحلية | 36 | %30 |

جاء تمثيل الجدول بهذا الوضع وذلك حسب نوع السؤال المغلق الذي يفتح المجال بالإجابة على أكثر من احتمال من بين الاحتمالات الواردة، ومجموع تكرارات كل الاحتمالات تفوق مجموع مفردات العينة.

يتبين من خلال الجدول أعلاه الخاص نوع القضايا التي تثير أفراد العينة في هاته القنوات حيث كانت نسبة إهتمام مفردات العينة بالقضايا والمواضيع السياسية الدولية %65، ثم نسبة %60 تثير اهتمامها القضايا والمواضيع السياسية العربية، وتلتها القضايا والمواضيع الوطنية بنسبة %57.5، ثم تذيلتها القضايا والمواضيع المحلية من إهتمام أفراد عينة الدراسة بنسبة %30 .

وهذا يفسر تنوع القضايا والمواضيع التي تتناولها البرامج السياسية للفضائيات الخاصة وتنوع اهتماماتها، وما إهتمام أفراد العينة بالمواضيع والقضايا السياسية الدولية والعربية بنسب أعلى لدليل على تطور وعي واهتمام الطالب الجامعي بالجانب السياسي.

الجدول رقم (14) : يمثل تفاعل الطلبة مع البرامج السياسية .

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|-------------------------|---------|-----------------|--------|
| المواقع الإلكترونية | 12 | 0.1 | 10% |
| شبكات التواصل الإجتماعي | 60 | 0.5 | 50% |
| الهاتف | 0 | 0 | 0% |
| لا أتفاعل | 48 | 0.4 | 40% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يوضح الجدول أعلاه تفاعل أفراد العينة مع البرامج السياسي في الفضائيات الخاصة عبر الوسائل الإتصالية التفاعلية أن نسبة 50% تتفاعل مع هاته البرامج السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعية، وهذا كون أن هاته البرامج لديها حسابات وصفحات في شبكات التواصل الاجتماعي، وكذا سهولة التواصل والتفاعل من خلالها وقلّة التكاليف، ونسبة 40% من مفردات العينة المفحوصة أجابت بالسلب على هذا السؤال أي أنها لا تتفاعل مع البرامج السياسية لهذه الفضائيات وهذا كون هؤلاء المبحوثين يرون بأن هذه البرامج السياسية لا تطرح المواضيع والقضايا التي تمس النظام والفساد، أو أنها لا تهتم أصلاً بما تطرحه أو تتركه، ثم جاءت نسبة 10% من مفردات العينة تتفاعل مع هذه البرامج السياسية من خلال المواقع الإلكترونية كون هذه الأخيرة تمتلكها جميع القنوات وكذا خصوصية هذه المواقع، بينما كانت نسبة التفاعل مع البرامج السياسية من خلال الهاتف 0%، وهذا ما يفسر عدم أهمية هذه الوسيلة بالنسبة للمبحوثين في التفاعل مع هذه البرامج وكذا ارتفاع تكلفة هذه الوسيلة الاتصالية بالنسبة لأفراد العينة نظراً للظروف المادية للطالب الجامعي، بالإضافة إلى أن معظم الفضائيات الجزائرية الخاصة لا تتفاعل مع الجماهير من خلال الهاتف في مثل هذه البرامج بإستثناء قناة المغاربية.

❖ **المحور الثاني:** البيانات المتعلقة باعتبار البرامج السياسية إحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي السياسي.

الجدول رقم (15) : يمثل اعتبار البرامج السياسية للفضائيات الخاصة عامل مهم في تنمية الوعي السياسي.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|----------------|------------|-----------------|--------------|
| نعم | 96 | 0.8 | 80% |
| لا | 24 | 0.2 | 20% |
| المجموع | 120 | 1 | 100 % |

يتبين من خلال الجدول أعلاه من خلال اعتبار البرامج السياسية للفضائيات الخاصة عامل مهم في تنمية الوعي السياسي أن أغلبية مفردات العينة ترى أن البرامج السياسية للفضائيات الخاصة عامل مهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة بلغت 80%، وأن هذه البرامج السياسية بمختلف أنواعها تؤدي الدور المنوط بها في التوعية والتثقيف السياسي وتقدم مواضيع ومادة إعلامية كافية تعالج من خلالها القضايا والمواضيع ذات الصلة بالوضع والواقع السياسي المحلي والعربي والدولي، بينما يرى أفراد العينة المتبقية أن البرامج السياسية ليست عامل مهم في تنمية الوعي السياسي من خلال الإجابة ب لا وبلغت نسبة 20%، ويفسر هذا برؤية بعض المبحوثين بأنها لم تصل مستوى النقاش والتحليل السياسي وكذا اختيار المواضيع والشخصيات المستضافة أو القائمة بالاتصال في مثل هذه البرامج بالإضافة إلى تركيزها على امتلاك واستقطاب أكبر نسب من المشاهدين بعيدا عن الموضوعية وأهمية وأولوية المواضيع المطروحة.

الجدول رقم (16) : يمثل الإعتماد في تنمية الوعي السياسية بالضرورة على وسائل الإعلام الفضائية في الوقت الحاضر.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|------------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 84 | 0.7 | 70% |
| لا | 36 | 0.3 | 30% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يلاحظ من خلال الجدول رقم أعلاه والمتعلق بالإعتماد في تنمية الوعي السياسي بالضرورة على الفضائيات في الوقت الحاضر أن نسبة 70%، من إجابات أفراد العينة كانت بنعم أي يعتمد في تنمية الوعي السياسي بالضرورة على القنوات الفضائيات، ويفسر هذا ما ذهب إليه المبحوثين بأنها الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة لدى مختلف شرائح المجتمع ولخصائصها الغير التي تتميز بها دون غيرها وتوفرها بكثرة، مما يجعل الفئات والنخب السياسية والمسؤولين يتوجهون للجمهور ومخاطبته وتنويره بالمعلومات السياسية من خلالها وسهولة مرور الرسائل الإعلامية ، وكذا الإهتمام المستمر بالجديد ومتابعة الأحداث ومعرفة الرأي ونقيضه ما يتسنى للمشاهد المقارن والتميز بينها.

بينما كانت ما نسبته 30% بقية المبحوثين يرى أن تنمية الوعي السياسي لا تعتمد بالضرورة على القنوات الفضائية، ويفسر هذا ما تراه مفردات العينة أن هناك وسائل أخرى منافسة للقنوات الفضائية في التناول للقضايا والمواضيع السياسية كالإذاعة والجرائد والمجلات ووسائل الإعلام الجديدة كمنافس قوي لهذه القنوات وسهولة إمكانية التواصل معها، ولها جماهيرها الخاصة وأسلوبها الخاص في الطرح السياسي.

الجدول رقم (17) : يمثل تمتع البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في الطرح السياسي بالموضوعية والإستقلالية.

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات | |
|--------|-----------------|---------|------------|-----------|
| 20% | 0.2 | 24 | نعم | الموضوعية |
| 80% | 0.8 | 96 | لا | |
| 100% | 1 | 120 | المجموع | |

أولاً./ الموضوعية: يتضح من خلال الجدول أعلاه المتعلق بتمتع البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في الطرح السياسي بالموضوعية تبيّن أن نسبة 80% من أفراد العينة أجابت بأن البرامج السياسية لهذه القنوات لا تتمتع بالموضوعية في الطرح السياسي، ويفسر هذا من خلال ما يراه المبحوثين، وهذا بحسب خطها الإفتتاحي كونها لا تلتزم بالحيادية إزاء القضايا خاصة المتعلقة بالنظام والشعب وبين السلطة والمعارضة والشخصيات المهمة ذات الوزن السياسي، وكذا نقل كل الوقائع والأحداث والآراء من مختلف الأطراف، وأيضاً يرجع أغلبها إلى ملكية شخصيات نافذة في الدولة. وتستعمل سياسية الكيل بمكيالين، كما انها تتحاشى تناول بعض المواضيع رغم أهميتها وحساسيتها وتعويضها بمواضيع أقل أهمية إن لم نقل تافهة ومن أمثلتها قضية عين صالح وهذا يظهر من عدم استضافتها لمحللين سياسيين لتقديم قراءة لهذه المواضيع خوفاً من إنتقال القضية إلى باقي المناطق الولايات والسع إلى عدم تحولها إلى قضية رأي عام.

بينما أجاب بقية أفراد العينة بأن البرامج السياسية لهذه القنوات تتمتع بالموضوعية بنسبة 20%، ويفسر هذا ما يراه أفراد العينة بأنها تضيف طابع الشمولية والعمومية في مواضيعها السياسية و تتناول المواضيع من مختلف

جوانبها وزواياها وتعطي الحق للرأي والرأي الآخر ولأنها تمس اصحاب النفوذ كما
تمس أبسط الأشخاص .

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|-------------|---------|-----------------|--------|
| الإستقلالية | نعم | 0.25 | 25% |
| | لا | 0.75 | 75% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

ثانياً./ الإستقلالية: يتضح من خلال الجدول أعلاه المتعلق بتمتع البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في الطرح السياسي بالموضوعية والاستقلالية تبين أن نسبة 75% من أفراد العينة أجابت بأن البرامج السياسية لهذه القنوات لا تتمتع بالاستقلالية في الطرح السياسي، ويفسر هذا من خلال ما يراه المبحوثين بأنه ليس هنا إعلام حر من أصله وليست من تضع أجندة مواضيعا بل السلطة هي من تصنع أجدتها، كما أن خطها الافتتاحي تابع لأحزاب وشخصيات نافذة ورجال أعمال موالية للسلطة.

وهذا يعود لارتباط هذه القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر بالنظام السياسي حسب المادة 127 من قانون الإعلام الجديد الذي ينص على أن الأنشطة الإعلامية التي يمتلكها معنويون أو يمتلكها أحزاب سياسية أو جمعيات معتمدة يخضعون للقانون الجزائري، وهذا كله يرجع إلى السياسة الإعلامية المنتهجة من طرف النظام في الجزائر.

بينما أجاب بقية أفراد العينة بأن البرامج السياسية لهذه القنوات تتمتع بالموضوعية بنسبة 20%، ويفسر هذا ما يراه أفراد العينة بأنها تتطرق لمواضيع حساسة بكل حرية وهي من تختار مواضيعها وضيوفها ومحليها وهي من تختار خطها الافتتاحي.

الجدول رقم (18) : يمثل إهتمام الفضائيات الخاصة بتنمية الوعي السياسي من خلال برامجها السياسية.

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات |
|--------|-----------------|---------|------------|
| 5% | 0.05 | 6 | جيد |
| 0% | 0 | 0 | جيد جدا |
| 75% | 0.75 | 90 | مقبول |
| 5% | 0.05 | 6 | محايد |
| 15% | 0.15 | 18 | سيئ |
| 100% | 1 | 120 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه من خلال البيانات رؤية المبحوثين لاهتمام القنوات الفضائية الخاصة بتنمية الوعي السياسية من خلال برامجها السياسية، حيث يظهر الجدول تباين كبير في آراء المبحوثين حيث اتضح أن ما نسبته 75% يرى أن إهتمام الفضائيات الخاصة بتنمية الوعي السياسي من خلال البرامج السياسية مقبولة كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب أفراد العينة بعبارة سيئ بنسبة وصلت 15% ، كما تساوت المبحوثين الذين اجابوا بجيد ومحايد بنسبة 5% من المبحوثين، وهي نسبة جدو منخفضة مقارنة بباقي النسب المسجلة، وجاءت نسبة 0% من المبحوثين في إحتمال جيد جدا. وعموما فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين.

الجدول رقم (19) : يمثل تزويد البرامج السياسية الطالب بالمعلومات السياسية التي يحتاجها أكاديميا.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|------------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 42 | 0.35 | %35 |
| لا | 78 | 0.65 | %65 |
| المجموع | 120 | 1 | % 100 |

يلاحظ من خلال الجدول رقم أعلاه والمتعلق بتزويد البرامج السياسية الطالب بالمعلومات السياسية التي يحتاجها أكاديميا أن نسبة 65%، من إجابات أفراد العينة كانت بـ لا، بينما جاءت ما نسبته 35% من المبحوثين تقول بنعم تزود بالمعلومات التي يحتاجونها أكاديميا.

ويفسر هذا بأن البرامج السياسية لا تزوده بما يحتاجه أكاديميا فرمما لنظام الجامعة، التي لا تمارس فيها السياسة بل تأخذ نظريا وبالتالي ليس هناك علاقة بما تنقله هاته البرامج السياسية من الواقع إلى المشاهد وما يحتاجه الطالب من معلومات أكاديميا، ومن يرى بأنها تزود بالمعلومات التي يحتاجها أكاديميا وذلك حسب المواضيع ونوع البرامج السياسية خاصة المعرفية منها وحسب تخصص كل مفردة من مفردات العينة

الجدول رقم (20) : يمثل تأثير البرامج السياسية في المشهد السياسي.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|------------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 72 | 0.6 | 60% |
| لا | 48 | 0.4 | 40% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يلاحظ من خلال الجدول رقم أعلاه والمتعلق بتأثير البرامج السياسية في المشهد السياسي أن نسبة 60%، من إجابات أفراد العينة كانت بـ نعم حيث ترى أن البرامج السياسية تؤثر على المشهد السياسي، بينما جاءت ما نسبته 40% من المبحوثين تقول بـ لا. لا تؤثر هذه البرامج في المشهد السياسي.

ويفسر هذا بأن البرامج السياسية تؤثر في المشهد السياسي فمنذ أن نشأت ولتلك الأغراض أنشأت ففي أيام كانت موجة الحراك السياسي العربي تضرب من كل إتجاه، وسعت هاته القنوات للتصدي للأمر، حيث اختزلت القضية الإعلامية في بؤرة تم من خلالها استغلال الفاعلين (الفئات المهمشة) التي كانت متوقع منها القيام بحركات احتجاجية، وذلك كله في سياسة كبح الفعل الثوري وتغطية على الفراغ السياسي الذي نعيشه في المرحلة الراهنة. حيث أكد أحد المبحوثين المستوى جامعي أنه بفضل هذه القنوات أصبحنا نتحدث عن كل ما ينبغي الحديث عنه من سياسة واستراتيجية الدولة في التعامل مع قضايا المجتمع إضافة إلى طرح الانتقادات للسياسات المتبعة من طرف السلطة، خلق ما يعرف بالاتصال السياسي الذي يضم الفاعلين السياسيين والرأي العام مع رجال الإعلام والصحافة، وهي بهذا أصبحت أداة فاعلة في تحليل النشاط السياسي وفي نفس الوقت أصبحت تدرج في إطار العملية السياسية ما أدى بالضرورة إلى ممارسة حرية الرأي والتعبير اللذان يعتبران حقا من حقوق المواطنة. وكذا البرامج السياسية الساخرة التي أثارت سخط السلطة منها وسعت إلى توقيفها ومنعها مما لها أثر على الرأي العام تجاه المسؤولين وقضايا الفساد.

الجدول رقم (21) : يمثل إتاحة البرامج السياسية لهذه القنوات الفرصة للحرية السياسية .

| الإجابة | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|---------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 90 | 0.75 | %75 |
| لا | 30 | 0.25 | %25 |
| المجموع | 120 | 1 | %100 |

يتضح من الجدول أعلاه والمتعلق بإتاحة البرامج السياسية لهذه القنوات الفرصة للحرية السياسية ومن خلال إجابة مفردات العينة بـ نعم وأن البرامج السياسية لهذه القنوات أتاحت الفرصة للحرية السياسية جاءت بنسبة %75 ، بينما كانت نسبة %25 من مفردات العينة قد أجابت بـ لا أي لم تتح هذه البرامج الفرصة للحرية السياسية .

ويفسر هذا بأن البرامج السياسية أتاحت الفرصة للحرية السياسية من خلال البرامج والمواضيع المقدمة منها الحوارية للرأي والرأي الآخر والنقد للسلطة والمسؤولين وإتاحة الفرصة للمواطن بالتنفيس والتعبير عن رأيه إزاء القضايا السياسية وانتقاداته للنظام ، وكذا البرامج الساخرة التي تعبر عن الأوضاع الاجتماعية والسياسية بأسلوب كوميدي ساخر تهكمي تثبت بطريقة ضمنية غير مباشرة سواء على المسؤولين أو الممثلين أو غيرهم .

و من بأنها لم تتح الفرصة للحرية السياسية فلأنها ما تزال معرقة بقوانين السلطة ولا توجد حرية إعلامية كاملة في الجزائر في الممارسة الإعلامية.

الجدول رقم (22) : يمثل مساهمة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة في توضيح نظرة الطالب للمفاهيم التالية .

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات | |
|--------|-----------------|---------|------------|-------------------|
| 20% | 0.2 | 24 | كثيرا جدا | التعددية السياسية |
| 30% | 0.3 | 36 | كثيرا | |
| 30% | 0.3 | 36 | محايد | |
| 15% | 0.15 | 18 | متوسط | |
| 5% | 0.05 | 6 | ضعيف | |
| 100% | 1 | 120 | المجموع | |

أولاً./ التعددية السياسية: يتبين من خلال الجدول أعلاه المتعلق بمساهمة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في توضيح نظرة الطالب لمفهوم التعددية السياسية تبين أن نسبة 30% من أفراد العينة أجابت بأن البرامج السياسية لهذه الفضائيات الخاصة، من احتمال كثيرا وتساوت النسبة مع احتمال محايد 30% كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب أفراد العينة بعبارة كثير جدا بنسبة وصلت 20%، وجاءت نسبة 15% من المبحوثين في احتمال متوسط، وتذيلتها نسبة 5% من المبحوثين بـ 5% في احتمال ضعيف. وعموما فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين.

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات | |
|--------------|-----------------|------------|----------------|-------------------|
| 15% | 0.15 | 18 | كثيرا جدا | المعارضة السياسية |
| 45% | 0.45 | 54 | كثيرا | |
| 30% | 0.3 | 36 | محايد | |
| 10% | 0.1 | 12 | متوسط | |
| 0% | 0 | 0 | ضعيف | |
| 100 % | 1 | 120 | المجموع | |

ثانيا/ المعارضة السياسية: يتبين من خلال الجدول أعلاه المتعلق بمساهمة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في توضيح نظرة الطالب لمفهوم المعارضة السياسية تبين أن نسبة 45% من أفراد العينة أجابت بمساهمة البرامج السياسية لهذه الفضائيات الخاصة بتوضيح نظرة المبحوثين من احتمال كثيرا كأعلى نسبة ،وكانت النسبة لاحتمال محايد ب 30% من المبحوثين، في حين أجاب أفراد العينة بعبارة كثير جدا بنسبة وصلت 15%، وجاءت نسبة 10% من المبحوثين في إحتمال متوسط، وانعدمت بنسبة 0% من المبحوثين في إحتمال ضعيف. وعموما فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين. ما يفسر وجود تنمية للوعي السياسي للطالب الجامعي من خلال البرامج السياسية للفضائيات الخاصة.

الجدول رقم (23) : يمثل تقييم الطرح السياسي لهذه البرامج في الفضائيات الجزائرية الخاصة.

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات |
|--------|-----------------|---------|------------|
| 10% | 0.1 | 12 | جيد |
| 5% | 0.05 | 6 | جيد جدا |
| 15% | 0.15 | 18 | محايد |
| 65% | 0.65 | 78 | متوسط |
| 5% | 0.05 | 6 | ضعيف |
| 100% | 1 | 120 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه من خلال البيانات تقييم المبحوثين الطرح السياسي لهذه البرامج في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، حيث يظهر الجدول تباين كبير في تقييم المبحوثين حيث اتضح أن ما نسبته 65% ترى أن الطرح السياسي لهذه البرامج في الفضائيات الخاصة متوسطة كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب أفراد العينة بعبارة محايد بنسبة وصلت 15%، وجاءت نسبة 10% من المبحوثين في إحتمال جيد، كما تساوت المبحوثين الذين اجابوا بجيد جدا وضعيف بنسبة 5% من المبحوثين. وعموما فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين.

❖ **المحور الثالث: البيانات المتعلقة بتأثير البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي**
وتغيير الإتجاهات السياسية

الجدول رقم (24) : يمثل تأثير البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة على ثقافة الطالب السياسية.

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات |
|--------|-----------------|---------|------------|
| 30% | 0.3 | 36 | كثيرا |
| 0% | 0 | 0 | كثيرا جدا |
| 5% | 0.05 | 6 | محايد |
| 45% | 0.45 | 54 | متوسط |
| 20% | 0.2 | 24 | ضعيف |
| 100% | 1 | 120 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه من خلال البيانات تأثير البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة على ثقافة الطالب السياسية، حيث يظهر الجدول تباين كبير في التأثير في الثقافة السياسية المبحوثين، واتضح أن ما نسبته 45% أثرت البرامج السياسية في الفضائيات الخاصة بشكل متوسط كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب أفراد العينة بعبارة كثيرا بنسبة وصلت 30%، وجاءت نسبة 20% من المبحوثين في إحتمال ضعيف، وتلتها مجموعة من المبحوثين اجابت بمحايد بنسبة 5% من المبحوثين، بينما انعدمت نسبة المبحوثين ب 0% في إحتمال كثير جدا. وعموما فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين. وهذا ما يفسر إختلاف التأثير للبرامج السياسية على ثقافة عينة بحثنا من مبحوث لآخر وكذلك يرجع لإهتمام كل فرد بتنمية ثقافته السياسية عبر هذه القنوات الخاصة.

الجدول رقم (25) : يمثل تكون اتجاه سياسي لدى الطالب بعد متابعة البرامج

السياسية

| الإجابة | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|---------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 42 | 0.35 | 35% |
| لا | 78 | 0.65 | 65% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يتضح من الجدول أعلاه والمتعلق بتكون اتجاه سياسي لدى الطالب بعد متابعة البرامج السياسية، ومن خلال إجابة مفردات العينة ب لا وأنه لم يتكون لديهم إتجاه سياسي بعد متابعة البرامج السياسية جاءت بنسبة 65% ، بينما كانت نسبة 35% فقط من مفردات العينة قد أجابت ب نعم أي تكون لديها اتجاه سياسي بعد متابعة البرامج السياسية. وهذا ما يفسر بأن البرامج السياسية لها تأثير على أفكار المبحوثين بتكوين الإتجاهات والوعي السياسي خاصة لدى فئة الشباب بإعتبارها خصبة قابلة للتأثر السريع.

الجدول رقم (26) : يمثل تكون معرفة بالقضايا السياسية للطلاب بعد متابعة البرامج السياسية من خلال هذه القنوات الخاصة .

| النسبة | المتوسط الحسابي | التكرار | الإحتمالات |
|--------|-----------------|---------|------------|
| 40% | 0.4 | 48 | كثيرا |
| 20% | 0.2 | 24 | كثيرا جدا |
| 10% | 0.1 | 12 | محايد |
| 25% | 0.25 | 30 | متوسط |
| 5% | 0.05 | 6 | ضعيف |
| 100 % | 1 | 120 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه من خلال البيانات تكون معرفة بالقضايا السياسية للطلاب بعد متابعة البرامج السياسية من خلال هذه القنوات الخاصة، حيث يظهر من الجدول تباين كبير في تكون المعرفة بالقضايا السياسية للمبحوثين، واتضح أن ما نسبته 40% تكون لديهم معرفة بالقضايا السياسية في الفئات الخاصة من احتمال كثير كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب أفراد العينة بعبارة متوسط بنسبة وصلت 25%، وجاءت نسبة 20% من المبحوثين في احتمال كثيرا جداً، وتلتها مجموعة من المبحوثين أجابت بمحايد بنسبة 10% من المبحوثين، بينما تذيلتها نسبة المبحوثين بـ 5% في احتمال ضعيف. وعموما فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين. وهذا ما يفسر إختلاف تكون المعرفة بالقضايا السياسية من مبحوث لآخر وكذلك يرجع لإهتمام كل فرد بتكوين معرفة سياسية ومتابعة للقنوات الخاصة.

الجدول رقم (27) : يمثل مناقشة الطالب للقضايا والاحداث السياسية مع الآخرين بعد متابعة هذه البرامج.

| الإحتمالات | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|----------------|------------|-----------------|-------------|
| دائماً | 12 | 0.1 | 10% |
| أحيانا | 66 | 0.55 | 55% |
| محايد | 6 | 0.05 | 5% |
| نادرا | 30 | 0.25 | 25% |
| لا أناقش | 6 | 0.05 | 5% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يوضح الجدول أعلاه من خلال البيانات مناقشة الطالب للقضايا والاحداث السياسية مع الآخرين بعد متابعة البرامج السياسية من خلال هذه القنوات الخاصة، حيث يظهر الجدول تباين كبير في مناقشة القضايا والأحداث السياسية للمبحوثين، واتضح أن ما نسبته 55% يناقشون القضايا والأحداث السياسية بعد متابعة البرامج السياسية في احتمالاً أحياناً كأعلى نسبة من المبحوثين، في حين أجاب مجموعة من أفراد العينة بعبارة نادراً بنسبة وصلت 25%، وجاءت نسبة 10% من المبحوثين في احتمال دائماً، وتلتها مجموعة من المبحوثين أجابت بمحايد بنسبة 5% من المبحوثين، وتبين أن نسبة 5% من المبحوثين لا تناقش القضايا والأحداث السياسية بعد المتابعة. وعموماً فقد تم تسجيل فروق إحصائية فيما يتعلق بإجابات المبحوثين. ويفسر هذا باختلاف الإهتمام بمناقشة القضايا السياسية بعد المتابعة من مبحوث لآخر، وكذلك يرجع لإهتمام كل فرد من أفراد العينة برغبته في ذلك واكتشاف مدى وعيه السياسي.

الجدول رقم (28) : يمثل تفاعل الطالب مع الأحداث والمناسبات السياسية الوطنية والمحلية

| الإجابة | التكرار | المتوسط الحسابي | النسبة |
|---------|---------|-----------------|--------|
| نعم | 54 | 0.45 | 45% |
| لا | 66 | 0.55 | 55% |
| المجموع | 120 | 1 | 100% |

يتضح من الجدول أعلاه والمتعلق تفاعل الطالب مع الأحداث والمناسبات السياسية الوطنية والمحلية، ومن خلال إجابة مفردات العينة بـ لا وأنها لا تتفاعل مع الأحداث السياسية جاءت بنسبة 55% ، بينما كانت نسبة 45% فقط من مفردات العينة قد أجابت بـ نعم أي أنها تتفاعل مع الأحداث والمناسبات السياسية الوطنية والمحلية. وهذا ما يفسر بأن مفردات عينة البحث وهم الطلبة الجامعيين لهم نسبة معتبرة من الوعي السياسي من خلال التفاعل والمشاركة في الأحداث والمناسبات الوطنية والمحلية كالحملات والانتخابات المحلية والرئاسية والتظاهرات والتجمعات الحزبية والمشاركة السياسية في الحياة السياسية .

رابعاً: نتائج الدراسة.

النتائج من خلال مناقشة تساؤلات الدراسة:

بعد عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها ورصدها باستخدام الأدوات المعتمدة (استمارة استبيان والملاحظة) من ميدان البحث بغية اختبار الأسئلة المطروحة الرئيسية منها والمتفرعة عنها من أجل وصف وتفسير العلاقة القائمة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص والدور الذي تلعبه في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، من خلال عينة البحث المتمثلة في الطلبة الجامعيين في تخصصات مختلفة من كليتي العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية الحقوق والعلوم السياسية، إذ تبين من خلال المتابعة والتحليل مجموعة النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ، والتي يمكن عرضها وفق التساؤلات التالية:

1./ هل يعتمد طلبة الجامعة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية؟

والنتيجة المتوصل إليها هي أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية وتبين هذا من خلال أن مشاهدة الطلبة للفضائيات الجزائرية الخاصة كانت كبيرة خاصة المشهورة منها إذ بلغت نسبة مشاهدة قناة الشروق 77.5%، وتلتها قناة النهار بنسبة مشاهدة بلغت نسبة 70%، وكذا قناة الجزائرية بنسبة 60%، وهذا يرجع إلى الأسبقية والأقدمية وقوة الطرح للمواضيع السياسية في برامج مختلفة. من خلال الجدول (05)، كذا الإهتمام الدائم بمتابعة البرامج السياسية لدى الطالب الجامعي بلغت أعلى نسبة بـ 35%، وسبب هذا الإهتمام بمتابعة هذه البرامج في هذه القنوات راجع إلى الحرص على متابعة الشأن السياسي بأكبر نسبة من المبحوثين بلغت 70% من خلال الجدولين (07/06).

ومما يؤكد أيضا على اعتماد الطلبة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية، تعدد وتنوع البرامج السياسية المتابعة من طرفهم ومن أبرزها برنامج هنا الجزائر لقناة الشروق،

قضية ونقاش، قضايا وآراء، قهوة وجرنان، نقطة ضوء، حوار خاص وغيرها من البرامج السياسية.

حيث صنفنا هذه البرامج حسب نسبة جذبها للطالب إلى ثلاثة تصنيفات، فكانت البرامج السياسية الحوارية أكثر جذبا للطالب بنسبة 55%، ونسبة 25% للبرامج السياسية المعرفية والسياسية الساخرة مما يدل اعتماد الطالب على هذه البرامج كمصدر لمعلوماته السياسية. من خلال الجدولين (09/08).

بالإضافة إلى أن غالبية افراد العينة بنسبة 80% تستقي معلوماتها حول القضايا السياسية من هاته البرامج للفضائيات الخاصة، ويرجع معظمهم سبب إختيار إعتمادهم على الفضائيات الخاصة كمصدر لمعلوماتهم السياسية لأسباب من اهمها بساطة الطرح والتقديم لإختيار اغلب هذه القنوات أسلوب بسيط يقرب المفهوم أكثر للعامة، ومخالف لما هو معروف في الإعلام العمومي.

كذا نقص هذه المعلومات في الإعلام العمومي طبعاً لتبعيته للسلطة ولا يقدم إلا ما ترغب فيه هي لا ما يريده المواطن، وتساويا بنسبة 35%، وتعدد وتنوع برامج هذه القنوات، وتناول مواضيع هامة لم يكن يشاهدها المواطن في التلفزيون ولم يتعود على رؤيتها بنسبتين متساويتين 15%، والملاحظ أن عنصر الكفاءة للبرامج لم يكن ضمن الإختيارات في إعتماذ الطلبة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات مما يدل على أنها لم تصل إلى المستوى الجيد ما تطرحه وتعالجه، وهذا راجع إلى تجربتها التي تتسم بالمحدودية في رسم البرامج الإعلامية وأنها تقي له بالعرض من خلال ما تحصلنا عليه من النسب 75%.

ويتأكد هذا من خلال ما تقدمه هذه القنوات من قضايا ومواضيع سياسية متنوعة أثارت اهتمام الطالب الجامعي منها الدولية والعربية والوطنية والمحلية وكانت أكثرها قضايا ومواضيع دولية ما يدل على اهتمامها بمختلف القضايا وهذا ما يدفع الطالب لاعتمادها كمصدر لمعلوماته السياسية، وما تفاعله مع هذه البرامج عبر مختلف الوسائل الإتصالية وأهمها كانت مواقع التواصل الاجتماعي لدليل على اعتماده على هذه البرامج كمصدر لمعلوماته السياسية،

رغم وجود نسبة معتبرة من افراد العينة لا تتفاعل معها، وعم التفاعل لا يعني بالضرورة عدم إعتماهم عليها كمصدر للمعلومات السياسية، من خلال الجداول (14/13/12/11/10).

2/- هل يمكن اعتبار البرامج السياسية إحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي

السياسي؟

إن النتيجة التي خلص إليها البحث هي أن البرامج السياسية للفضائيات الخاصة تعد من عامل مهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة بلغت 80% من مفردات العينة وهو ما يؤكد أن هذه البرامج السياسية بمختلف أنواعها تؤدي الدور المنوط بها في التوعية والتثقيف السياسي، وكذا تقديم مواضيع ومادة إعلامية كافية تعالج من خلالها القضايا والمواضيع ذات الصلة بالوضع والواقع السياسي المحلي والعربي والدولي والطرح الجريء لمختلف الآراء والقضايا لدى الشباب، ما أدى إلى تشكيل ثقافتهم السياسية التي هي أساس الوعي الوطني، إلا أنها لم تصبو بعد إلى الاحترافية الإعلامية، مما جاء في نسبة المبحوثين بـ 20% التي ترى غير ذلك.

ويرجع اعتبار أهمية البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي إلى اعتمادها بالضرورة على وسائل الإعلام الفضائية في الوقت الحاضر من خلال أنها الأكثر متابعة لدى مختلف شرائح المجتمع ولخصائصها الغير التي تتميز بها دون غيرها، وسهولة تمرير الرسائل الإعلامية خلالها، كما يبقى مبدأ الاعتمادية أكثر على الإعلام الفضائي في تشكيل الوعي السياسي ومعرفة السياسة التداولية من طرف الفاعلين السياسيين، وذلك من خلال البرامج السياسية التي تبثها تلك الفضائيات، وبهذا تبرز كمحرك إعلامي جد هام داخل المجتمع الجزائري خاصة في نشره وتأكيدده على العمليات السياسية مع إشراك بعض رجال السياسة في الحصص والبرامج المد رجة ومحاوره الفاعلين السياسيين. من خلال الجدولين (16/15).

وفيما يخص الموضوعية والإستقلالية في الطرح السياسي للبرامج السياسية لهذه القنوات تبين أنه لا توجد موضوعية تامة بحسب ما قدر من بيانات الدراسة للمبشرين بنسبة 80%، كما انها تتحاشى تناول بعض المواضيع رغم أهميتها وحساسيتها وتعويضها بمواضيع أقل أهمية إن لم نقل تافهة ومن أمثلتها قضية عين صالح وهذا يظهر من عدم استضافتها لمحللين سياسيين لتقديم قراءة لهذه المواضيع خوفا من إنتقال القضية إلى باقي المناطق والولايات والسعي إلى عدم تحولها إلى قضية رأي عام، ورغم ما ذهب إليه ما نسبته 20% من المبشرين بأنها موضوعية، وكذلك الاستقلالية، لكن على الرغم من ذلك يبقى الإعلام الفضائي الخاص في الجزائر يعاني من قصور حاد، وخصوصا ما يعرف بالإعلام الموضوعي المحايد والمتوازن الذي يدخل في سياق وشروط والمعايير المهنية لتلك العناصر (الإعلاميين) والقانون الإعلامي الذي يوضح مدى ارتباط النشاط الإعلامي الخاص بالبنية السياسية والإيديولوجية. وهكذا أصبح الإعلام الفضائي الخاص في الجزائر مرتبط بالترفيه السياسي الذي يجسد في برامجها ووسيلة لإخفاء عن حالة الفراغ السياسي الذي يعيشه المجتمع الجزائري اليوم وبالتالي لا يمكن الحديث عن امكانية الوصول لإعلام موضوعي الذي يرسمه قانون الإعلام الجزائري في المادة" 12 من حق المواطن في إعلام كامل موضوعي."

وهذا يعود لارتباط هذه القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر بالنظام السياسي حسب المادة 127 من قانون الإعلام الجديد الذي ينص على أن الأنشطة الإعلامية التي يمتلكها معنويون أو يمتلكها أحزاب سياسية أو جمعيات معتمدة يخضعون للقانون الجزائري، وهذا كله يرجع إلى السياسة الإعلامية المنتهجة من طرف النظام في الجزائر. واهتمام هذه الفضائيات الخاصة بتنمية الوعي السياسي من خلال برامجها تعد مقبولة بنسب ما حسب ما تم التوصل إليه من خلال المبشرين.

فهذه البرامج مهما عملت على الترويج وإثارة الرأي العام بشعار الحرية والديمقراطية إلا أنهما بقيتا محاطة بسياس النظام السياسي التي تشريته وتشريه محلليها وصحفيها دون إحداث نقلة نوعية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص. من خلال الجدولين (18/17).

والبرامج السياسية لا تزود الطالب بالمعلومات الأكاديمية بحسب ما تم التوصل إليه من نسبة المبحوثين، وأن البرامج السياسية لا تزوده بما يحتاجه أكاديميا وربما لنظام الجامعة التي لا تمارس فيها السياسة بل تأخذ نظريا وبالتالي ليس هناك علاقة بما تنقله هاته البرامج السياسية من الواقع إلى المشاهد وما يحتاجه الطالب من معلومات أكاديميا، وان هذه البرامج السياسية لها تأثير في المشهد السياسي حيث اكد أحد المبحوثين أصبحنا نتحدث عن كل ما ينبغي الحديث عنه من سياسة واستراتيجية الدولة في التعامل مع قضايا المجتمع إضافة إلى طرح الانتقادات للسياسات المتبعة من طرف السلطة، خلق ما يعرف بالاتصال السياسي الذي يضم الفاعلين السياسيين والرأي العام مع رجال الإعلام والصحافة.

وأن هذه البرامج السياسية أتاحت الفرصة للحرية السياسية من خلال البرامج والمواضيع المقدمة منها الحوارية للرأي والرأي الآخر والنقد للسلطة والمسؤولين وإتاحة الفرصة للمواطن بالتنفيس والتعبير عن رأيه إزاء القضايا السياسية وانتقاداته للنظام ، وكذا البرامج الساخرة التي تعبر عن الأوضاع الاجتماعية والسياسية بأسلوب كوميدي ساخر تهكمي تثبت بطريقة ضمنية غير مباشرة سواء على المسؤولين أو غيرهم.

بالإضافة إلى وجود تنمية للوعي السياسي للطالب الجامعي في بعض المفاهيم السياسية وتوضيح نظرتة لها من خلال البرامج السياسية للفضائيات الخاصة، وأن طرحها السياسي متوسط وهذا من حيث أن هذه البرامج التي تبثها هذه القنوات تعطي للمشاهد انطباعا أنها تقوم بدور المحاسبة ومساءلة السياسيين، وخاصة البرامج الحوارية في حين أن كل ما يحدث خلال هذه الطاومات الحوارية هو نوع من الترفيه السياسي لا غير وهذا كله يرجع إلى عدم فعالية هذه المقابلات والحصص الذي أساسها ضعف المستوى المهني

والخبرة والاختصاص لدى المقدمين والمحللين، هذا الذي يفقد المصادقية الإعلامية. من خلال الجداول (22/21/20/19).

3./ كيف تؤثر البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية؟

إن النتيجة التي خلص إليها البحث هي أن البرامج السياسية لها تأثير على ثقافة الطالب السياسية، ولم يتكون لديهم إتجاه سياسي بعد متابعة البرامج السياسية، رغم تأثير ثقافتهم السياسية من خلال هذه البرامج، تكون المعرفة السياسية للمبحوثين؛ لكن يختلف التأثير للبرامج السياسية على ثقافة الطالب وتكوين إتجاهه السياسي ومعرفته بالقضايا السياسية ومناقشة القضايا السياسية بعد المتابعة من طالب لآخر، وكذلك يرجع لاهتمام كل فرد بذلك واكتشاف مدى وعيه السياسي بعد متابعة هذه البرامج من خلال الفضائيات الخاصة. من خلال الجداول (27/26/25/24/23).

رابعا: مقترحات وتوصيات الدراسة:

1- إعادة النظر في المنظومة الإعلامية الجزائرية، وجعلها تتماشى وتستجيب لمقتضيات العصر، الذي يشهد تحولات جذرية على جميع الأصعدة، في إطار الإستقلالية وخدمة إعلامية موضوعية.

2- على الاعلام الفضائي الجزائري الخاص أن يساهم في صنع القرار والتأثير المباشر على المواطن الذي صار واعيا لانتمائه المطلق على أوسع ما يمكن من الانفتاحية.

3- فعلى الإعلام الفضائي الخاص الخروج من بوتقة الوسيط بين السلطة والفضاء العمومي من أجل تطوير رسالتها الإعلامية تجسيد هدفها المنشود.

4- تحقيق أكبر قدر ممكن الكفاء في وضع البرامج واختيار مواضيعها والقائمين بالإتصال لتحقيق تنمية الوعي السياسي للأفراد.

5- إستمرارية الخدمة الإعلامية في تنمية الوعي السياسي من خلال التثقيف والتنوير السياسي لا أنت تكون مرحلية مرتبطة بمناسبات مرحلية تتعلق بأحداث سياسية أو فترة الإنتخابات.

6- فشل القنوات الفضائية الخاصة في احداث تغيير وتشكيل مجال لمناقشة قضايا الرأي العام هو إلمام هذه القنوات بالأوديمات وهو مقياس نسبة الإقبال التي تتمتع بها القنوات التلفزيونية، وهذا ربما يفسر اهتمام هذا النوع من الإعلام بالمتفرقات أو المواضيع التي تثير مشاهدة المواطن الجزائري وبالتالي هذه الإستراتيجية المتبعة من جل القنوات لرفع الأوديمات وفق لاعتبارات الربح التجاري، وبالتالي يصبح الفعل التجاري يتحكم في الفعل الإعلامي الثقافي والسياسي، وهذا ما لا يخدم مساعي الجمهور المرید لتنمية وتوعية بالجوانب السياسية .

7- استغلال نسبة المشاهدة الكبيرة لهذه القنوات وطبيعة المنافسة وتنوع البرامج لبث الرسائل الإعلامية ذات المضمون الهادف والمسئول والمتعلقة بتنمية وتنوير المشاهد بمختلف مستوياته بالمسائل السياسية والاجتماعية وتطوير وعيه السياسي.

8- إشراك المواطن في العمليات والفعاليات السياسية من خلال برامجها السياسية وخاصة فئات الشباب كجيل صاعد تنتظره مسؤولية في بناء مجتمع وتطويره والنهوض به وخلق ثقة في نفسه لتحمّل المسؤوليات وتجنب تكرار الأخطاء السابقة.

خلاصة الفصل:

اتبعنا في دراستنا الحالية خطوات إجرائية عديدة، بدأ باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الظاهرة وإتباع أسلوب العينة القصدية في اختيار عينة الدراسة من طلبة في تخصصات مختلفة، ولجمع المعلومات الخاصة بعينة البحث استخدمنا أداة هي: الاستمارة كما أتبعنا خطوات إجرائية أخرى عند تطبيق الأدوات واستخدمنا التفريغ اليدوي للبيانات وتحليلها كما اعتمدنا على الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات.

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة استطلاع ووصف البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي واعتمادا على المنهج الوصفي المعتمد لأجزاء الدراسة للوصول إلى نتائج ذات مصداقية تعكس الواقع.

حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان ، والتي روعي في إعدادها الاحاطة بجميع جوانب الموضوع للخروج بنتائج واقعية تعكس دور البرامج السياسية للإعلام الفضائي الخاص وتنمية الوعي السياسي. فطبيعة الدراسة فرضت علينا الاطلاع على كثير من الدراسات و آراء المختصين أين ظهر التناقض الشديد بينهم في تفسير هذه الدراسة ، وهذا يرجع لطبيعة المنطلقات العلمية المتبناة.

فالبرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص لم تأخذ حقها من الدراسة و التحليل مقارنة بمواضيع أخرى هذا ما يجعلنا نعتمد على دراسات عربية و أخرى منها ما يناسب دراستنا.

وحاولت في هذه الدراسة ربط البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص مع جمهور الطلبة من خلال معرفة دورها في تنمية وعيه السياسي، وقد أثبتت الدراسة الميدانية أن الطالب الجامعي يقبل على متابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بكثرة ومن خلالها برامجها السياسية المتنوعة وكذا المواضيع المتعددة.

وفي الأخير يمكننا القول أن تجربة الإعلام الفضائي الخاص قد ساهمت في المسار الديمقراطي للجزائر مع توليد الطرح الجريء لمختلف الآراء والقضايا لدى الشباب منهم الطلبة الجامعيين، ما أدى إلى تشكيل ثقافتهم السياسية التي هي أساس الوعي الوطني، إلا أنها لم تصبو بعد إلى الاحترافية الإعلامية.

ويجدر القول أن هذا النوع من الدراسات فيما يخص الإعلام الفضائي الخاص مازال في بداياته، وهي بذلك تفتح آفاقاً للباحثين من أجل التوغل أكثر في حيثيات البرنامج السياسي وربطه بمجال الوعي والتوعية السياسية من أجل خدمة واقعنا.

في الختام فإن هذه الدراسة عبارة عن جهد بشري لا ينأى عن الخطأ والزلل، ونرجو من كل باحث اطلع عليه تقويم نقائصه وتقديم اقتراحاته.

الملاحق

إستمارة الإستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

قسم العلوم الإنسانية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان لبحث ميداني

البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري
الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى
الطالب الجامعي

- إشراف الأستاذ:

- أحمد أمين فورار.

- إعداد الطالب:

- منصور بن كادي.

زملائي الطلبة الأعزاء:

أضع بين أيديكم هذه الاستمارة للبحث المذكور أعلاه في إطار التحضير لشهادة الماستر أرجو منكم التكرم بملء الاستمارة والإجابة على الأسئلة المدرجة بوضع العلامة (X) في مكان الخانات المختارة وذلك خدمتا لأغراض البحث العلمي.
ملاحظة : - البيانات المذكورة لا تستخدم إلا لخدمة أغراض البحث العلمي.
- عدم ذكر الاسم.

وشكرا للجميع.

❖ البيانات الشخصية:

- (1) الجنس: ذكر انثى
- (2) الفئة العمرية: (18-22) (23-27) (28-32) (33 فأكثر)
- (3) الكلية: الحقوق والعلوم السياسية العلوم الانسانية والاجتماعية
- (4) التخصص:

❖ المحور الأول: اعتماد الطلبة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية .

1./ أي من هاته الفضائيات التلفزيونية الخاصة التالية التي تتابعها ؟ (يمكنك إختيار أكثر من قناة)

- الشروق . المغاربية . النهار . نوميديا نيوز . دزاير نيوز
- الجزائرية . البلاد . الوطن . الهقار نيوز . كاي بي سي الخبر

غيرها:

2./ هل تهتم بمتابعة البرامج السياسية لهذه القنوات الفضائية ؟

- دائما - أحيانا - نادراً - أبداً

3./ لماذا تهتم بمتابعة برامج هذه القناة أو القنوات ؟

.....

4./ ماهي البرامج السياسية التي تتابعها في القنوات الخاصة ؟

.....

.....

.....

5./ ما هي البرامج السياسية التي تجذبك أكثر لمشاهدتها من هذه القنوات ؟

- البرامج السياسية الحوارية - البرامج السياسية الساخرة - البرامج السياسية المعرفية

لماذا؟:

6./ هل تستقي معلوماتك حول القضايا السياسية من هاته البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ؟

- نعم . لا

7./ لماذا تختار الفضائيات الخاصة كمصدر لمعلوماتك السياسية ؟

- بساطة الطرح والتقديم

- نقصها في الإعلام العمومي

- كفاءة البرامج المقدمة
- تناولها لمواضيع هامة
- تعدد وتنوع البرامج السياسية فيها

..... أخرى أذكرها:

8/. هل تفي هذه المعلومات المقدمة من خلال هاته البرامج بالغرض؟

- نعم
- لا

9- ما نوع القضايا والمواضيع السياسية التي تثير اهتمامك في هاته القنوات؟

- يمكن اختيار أكثر من اقتراح بين الاقتراحات الموجودة.

- . القضايا الدولية
- . القضايا العربية
- . القضايا الوطنية
- . القضايا المحلية

10/. هل تتفاعل مع هذه البرامج السياسية عبر:

- المواقع الإلكترونية
- شبكات التواصل الإجتماعي
- الهاتف
- لا أتفاعل

❖ **المحور الثاني:** اعتبار البرامج السياسية احدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي

السياسي.

11/. في رأيك هل تعد البرامج السياسية للفضائيات الخاصة عامل مهم في تنمية الوعي السياسي؟

- نعم
- لا

..... كيف ذلك؟:

12- هل تنمية الوعي السياسي تعتمد بالضرورة على وسائل الإعلام الفضائية في الوقت الحاضر؟

- نعم
- لا

..... لماذا؟:

13/- هل تتمتع البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في الطرح السياسي ؟

أ/- بالموضوعية: - نعم - لا

لماذا؟:

ب/- بالإستقلالية: - نعم - لا

لماذا؟:

14/- كيف ترى إهتمام الفضائيات الخاصة بتنمية الوعي السياسي من خلال برامجها السياسية ؟

- كبير - كبير جدا - متوسط - محايد - ضعيف

15/- هل تزودك بالمعلومات السياسية التي تحتاجها أكاديميا ؟

- نعم - لا

16/- هل ترى أن هذه البرامج السياسية لها تأثير في المشهد السياسي ؟

- نعم

لماذا ؟ :

- لا

لماذا ؟ :

17/- هل ترى أن البرامج السياسية لهذه القنوات أتاحت الفرصة للحرية السياسية في الجزائر ؟

- نعم - لا

كيف

ذلك:

18/- هل ساهمت البرامج السياسية للفضائيات الخاصة في توضيح نظرتك للمفاهيم السياسية التالية:

- التعددية السياسية: - كثيرا جدا - كثيرا - محايد - متوسط - ضعيف
- المعارضة السياسية: - كثيرا جدا - كثيرا - محايد - متوسط - ضعيف

19/- كيف تقيم الطرح السياسي لهذه البرامج في الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

- جيد - جيد جدا - محايد - متوسط - ضعيف

رأي آخر:

❖ المحور الثالث: تأثير البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية.

20/- هل أثرت البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة على ثقافتك السياسية؟

- كثيرا جدا - كثيرا - محايد - متوسط - ضعيف

21/- هل تكون لديك إتياء سياسي بعد متابعتك لهذه البرامج؟

- نعم - لا

22/- بعد متابعتك للبرامج السياسية من خلال هذه القنوات، هل تكونت لديك معرفة بالقضايا السياسية؟

- كثيرا - كثيرا جدا - محايد - متوسط - ضعيف

23/- هل تناقش القضايا والأحداث السياسية مع الآخرين بعد متابعتك هذه البرامج السياسية؟

- دائما - أحيانا - محايد - نادرا - لا أناقش

24/- هل تتفاعل مع الأحداث والمناسبات السياسية الوطنية والمحلية؟

- نعم - لا

- إذا أجبت بنعم فكيف ذلك:.....

الفهرس

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس الموضوعات

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 01 | الجدول رقم(01): يوضح توزيع الطلبة حسب الجنس | 78 |
| 02 | الجدول رقم(02): يوضح توزيع الطلبة حسب الفئة العمرية | 79 |
| 03 | الجدول رقم(03): يوضح توزيع الطلبة حسب الكلية | 80 |
| 04 | الجدول رقم(04): يوضح توزيع الطلبة حسب التخصصات | 81 |
| 05 | الجدول رقم(5): يبين الفضائيات الجزائرية الخاصة التي يتابعها الطالب الجامعي | 82 |
| 06 | الجدول رقم(6): يبين اهتمام الطالب بمتابعة البرامج السياسية لهذه القنوات الفضائية | 84 |
| 07 | الجدول رقم(7): يبين سبب اهتمام الطالب بمتابعة قناة هذه القنوات الفضائية الخاصة | 85 |
| 08 | الجدول رقم(8): يبين البرامج السياسية التي يتابعها الطالب في القنوات الفضائية الخاصة | 86 |
| 09 | الجدول رقم(9): يبين البرامج السياسية الأكثر جذبا للطلاب لمشاهدتها من هذه القنوات | 87 |
| 10 | الجدول رقم(10): يبين استقاء الطالب المعلومات حول القضايا السياسية من البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة | 88 |
| 11 | الجدول رقم (11): يبين سبب إختيار الطالب للفضائيات الخاصة كمصدر للمعلومات السياسية | 89 |
| 12 | الجدول رقم (12): يبين استقاء الطالب بالمعلومات المقدمة من خلال هاته البرامج | 90 |
| 13 | الجدول رقم(13): يبين نوع المواضيع السياسية التي تثير إهتمام الطلبة في هاته الفضائيات | 91 |
| 14 | الجدول رقم (14): يبين تفاعل الطلبة مع البرامج السياسية | 92 |
| 15 | الجدول رقم(15): يبين اعتبار البرامج السياسية للفضائيات الخاصة عامل مهم في تنمية الوعي | 93 |
| 16 | الجدول رقم (16): يبين الإعتدال في تنمية الوعي السياسية بالضرورة على وسائل الإعلام الفضائية في الوقت الحاضر | 94 |
| 17 | الجدول رقم (17): يبين تمتع البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في الطرح السياسي بالموضوعية والإستقلالية | 95 |
| 18 | الجدول رقم (18): يبين إهتمام الفضائيات الخاصة بتنمية الوعي السياسي من خلال برامجها السياسية | 97 |

| الصفحة | عنوان الجدول | الرقم |
|--------|--|-------|
| 98 | الجدول رقم (19): يبين تزويد البرامج السياسية الطالب بالمعلومات السياسية التي يحتاجها أكاديميا | 19 |
| 99 | الجدول رقم (20): يبين تأثير البرامج السياسية في المشهد السياسي | 20 |
| 100 | الجدول رقم (21): يبين إتاحة البرامج السياسية لهذه القنوات الفرصة للحرية السياسية | 21 |
| 101 | الجدول رقم (22): يبين مساهمة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة في توضيح نظرة الطالب للمفاهيم التالية | 22 |
| 103 | الجدول رقم (23): يبين تقييم الطرح السياسي لهذه البرامج في الفضائيات الجزائرية الخاصة | 23 |
| 104 | الجدول رقم (24): يبين تأثير البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة على ثقافة الطالب السياسية | 24 |
| 105 | الجدول رقم (25): يبين تكون اتجاه سياسي لدى الطالب بعد متابعة البرامج السياسية | 25 |
| 106 | الجدول رقم (26): يبين تكون معرفة بالقضايا السياسية للطالب بعد متابعة البرامج السياسية من خلال هذه القنوات الخاصة | 26 |
| 107 | الجدول رقم (27): يبين يمثل مناقشة الطالب للقضايا والاحداث السياسية مع الآخرين بعد متابعة هذه البرامج | 27 |
| 108 | الجدول رقم (28): تفاعل الطالب مع الأحداث والمناسبات السياسية الوطنية والمحلية | 28 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | الرقم |
|--------|---|-------|
| 78 | الشكل البياني رقم(1):يوضح التمثيل البياني لتوزيع مجتمع البحث حسب الجنس | 01 |
| 79 | الشكل البياني رقم(2):يوضح التمثيل البياني لتوزيع مجتمع البحث حسب السن | 02 |
| 80 | الشكل البياني رقم(3):يوضح التمثيل البياني لتوزيع مجتمع البحث حسب الكلية | 03 |

فهرس الموضوعات

| الموضوع | الصفحة |
|-------------------|--------|
| ملخص الدراسة..... | أ |
| خطة الدراسة..... | ب |
| مقدمة..... | ج |

الإطار المنهجي

| | |
|--|----|
| أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة..... | 1 |
| 1- اشكالية الدراسة..... | 1 |
| 2- تساؤلات الدراسة..... | 2 |
| 3- أسباب إختيار الموضوع..... | 2 |
| 4- أهمية الدراسة وأهدافها..... | 4 |
| 5- منهج الدراسة..... | 5 |
| 6- مجتمع البحث واختيار العينة..... | 6 |
| 7- مجالات الدراسة..... | 7 |
| ثانياً: المجال المفاهيمي للدراسة..... | 8 |
| 1- مفاهيم ومصطلحات الدراسة..... | 8 |
| 2- الدراسات السابقة..... | 9 |
| 3- موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ونقاط التقاطع..... | 16 |

الإطار النظري

| | |
|--|----|
| الفصل الأول: الإعلام الجزائري..... | 18 |
| تمهيد..... | 18 |
| المبحث الاول: تطور الإعلام في الجزائر..... | 19 |
| أولاً: بدايات ظهور الإعلام في الجزائر..... | 19 |

| | |
|----|--|
| 20 |ثانيا: تطورات الإعلام الجزائري غداة الإستقلال |
| 23 |ثالثا: التشريع الإعلامي الجزائري وبوادر التعددية |
| 27 |رابعا: الإعلام السمعي البصري والمشاريع المنظمة له |
| 32 |المبحث الثاني: الإعلام الخاص والتعددية الإعلامية في الجزائر |
| 32 |أولا: السمعي البصري الخاص و المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002 |
| 37 |ثانيا: الإصلاحات وقانون الإعلام العضوي 2012 |
| 39 |ثالثا: فتح المجال للسمعي البصري الخاص |
| 39 |رابعا: الاعلام الفضائي الجزائري الخاص بعد فتح المجال أمامه |
| 40 |المبحث الثالث: الفضائيات الخاصة ودوافع الإنفتاح الإعلامي الجزائري |
| 40 |أولا: تعريف القنوات الفضائية الخاصة |
| 41 |ثانيا: أنواع الفضائيات الخاصة |
| 42 |ثالثا: الفضائيات الجزائرية الخاصة |
| 45 |رابعا: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة |
| | الفصل الثاني: الوعي السياسي والبرامج السياسية الفضائية |
| 48 |تمهيد |
| 49 |المبحث الأول: الوعي والوعي السياسي |
| 49 |أولا: مفهوم الوعي |
| 50 |ثانيا: مفهوم الوعي السياسي |
| 54 |ثالثا: أهمية الوعي السياسي |
| 56 |رابعا: العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي |
| 61 |المبحث الثاني: البرامج السياسية والإعلام الفضائي الخاص |
| 61 |أولا: تعريف البرنامج السياسي الفضائي |

| | |
|----|--|
| 62 |ثانيا: مفهوم الاعلام الفضائي الخاص. |
| 62 |ثالثا: نشأة الإعلام الفضائي الجديد. |
| 63 |رابعا: دوافع ظهور الإعلام الفضائي الخاص. |
| 63 |خامسا: تأثيرات الإعلام الفضائي الخاص. |
| 65 |المبحث الثالث: البرامج السياسية الفضائية وتأثيراتها السياسية. |
| 65 |أولا: دور وسائل الإعلام الفضائية في تدعيم وتغيير الإتجاهات السياسية. |
| 66 |ثانيا: البرامج السياسية التلفزيونية وأدوارها السياسية. |
| 68 |ثالثا: البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية وأبرز أدوارها السياسية. |
| 70 |رابعا: نماذج لبرامج سياسية من الفضائيات الجزائرية الخاصة (الشروق نيوز – الخبر Kbc). |
| 71 |خامسا: التأثيرات السياسية لبرنامجي (هنا الجزائر و جرنان القوسطو). |

الإطار التطبيقي

| | |
|-------|---|
| |الفصل الثالث: الإجراءات التطبيقية. |
| 75 |تمهيد. |
| 76 |أولا: أداة الدراسة واختبار صدق الأداة. |
| 77 |ثانيا: تحليل وتفسير البيانات. |
| 109 |ثالثا: نتائج الدراسة. |
| 115 |رابعا: توصيات الدراسة. |
| 117 |خلاصة الفصل. |
| 118 |خاتمة. |

الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس الموضوعات

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب

- 1- أ د . أوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت، ط2 ، 1982
2. أبراشي، إبراهيم، علم الاجتماع السياسي ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، رام الله، فلسطين 1998 .
- 3- إبراهيم أبراش، المجتمع الفلسطيني من منظور علم الاجتماع السياسي، مطبعة مكتبة دار، المنارة، غزة2004.
- 4- ابو شنب حسين، الاعلام الفلسطيني، تجاربه وتحدياته، غزة، مكتبة القادسية، 2001.
- 5- أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياس دوره في السياسة العامة، دار غريب للطباعة، القاهرة، د.ت.
- 6- أهيتي هادي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، دار السامر، بغداد ، ط 1، 1997.
- 7- ا. ك اوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت، ط1، 1978.
- 8- برهان غليون، مجتمع النخبة، دراسات الفكر العربي، بيروت، ط1، 1986.
- 9- جلاي عباس، سلطة الصحافة في الجزائر، تلمسان ، مؤسسة الجزائر كتاب، بدون سنة طبع.
- 10- حفري عبد الحميد، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 2007.
- 11- حسين عبد الحميد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور اجتماعي، محطة الرحل الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث 1990.
- 12- سليمان الرياشي وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية، ط2 بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية1999.

- 13- طه عبد العاطي نجم، علم اجتماع المعرفة، دراسة في مقولة الوعي والايديولوجية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ط2، 2004.
- 14- عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة: أنواعها، جمهورها، بحوثها، وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، 2006
- 15- عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 1979.
- 16- عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزئر، القاهرة، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، 1999.
- 17- كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1986.
- 18- نصر الدين العياضي، مساءلة الإعلام ، المؤسسة الجزائرية للطباعة ، الجزائر ، 1991
- 19- نضال حميد الموسوي، ملامح الوعي الاجتماعي عند المرأة الخليجية ، دار سعاد الصباح، الكويت، ط1، 1993 .
- 20- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2008 .
- 21- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة، ط1 2006.
- 22- هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2005.
- 23- يوسف عبد الرؤوف مناهج علوم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الأولى، الجزائر 1994 .
- 24- ولبرشرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة، محمد فتحي، القاهرة :الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1970 .

ثانيا :المجلات و الدراسات.

1. إحسان خليل الأغا، دور الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة في حماية البيئة من التلوث، في مجلة الجامعة الإسلامية بغزة، مجلة محكمة نصف سنوية تصدر عن الجامعة الإسلامية، المجلد الرابع، العدد الأول، غزة، يناير 1996 .

- 2- أصوات مخنوقة، دراسة في التشريعات الإعلامية العربية ، مركز حماية وحرية الصحفيين، عمان ، 2005.
- 3- المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.
- 4- أمينة خميس الظاهري، وعائشة عبد الله النعيمي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الكويتية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلة نصف سنوية علمية محكمة تصدر عن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة الإمارات العربية المتحدة، المجلد 21 ، العدد1، الإمارات العربية المتحدة، ابريل 2005 .
- 5- بوحزام نوال، نعيمة مليكة، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثلات شباب مدينة معسكر 2014.
- 6- جلال أشرف، محاضرات الورشة التدريبية الخاصة حول اعداد وتقديم البرامج الاذاعية، اذاعة صوت المدينة، عمان 2006.
- 7- جون اولترمان، اعلام جديد، سياسة جديدة، ترجمة عرض ابراهيم درويش، جريدة القدس العربي، 89/12/7.
- 8- رضا عبد الواجد أمين، اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية، 2007.
- 9- ريتشارد داوسن، وآخرون، التنشئة السياسية (دراسة تحليلية)، ترجمة مصطفى عبد الله أبو القاسم خشيم ومحمد زاهي المغربي، جامعة قاريونس، بنغازي ط1، 1990.
- 10- سامي الشريف، القنوات التليفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، يناير، إبريل، 1999.
- 11- سامي محمد ناصر، فهد عبد الرحمان الرويشد، الوعي السياسي والانتماء الوطني لدى طلاب كلية التربية الاساسية بدولة الكويت، مجلة البحث التربوي، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، السنة الرابعة، العدد الاول ، القاهرة، 2005.
- 12- صالح بن بوزة، وسائل الإعلام في الجزائر بعد الاستقلال دراسة تحليلية لبعض جوانب السياسة الإعلامية (1962. 1978) ، م.س.ذ.
- 13- صالح بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية، المجلة الجزائرية للاتصال، مجموعة من الأساتذة، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والاتصال،الجزائر، العدد10 ، 1995.

- 14- صحيفة الوسط البحرينية-العدد153-الخميس06 فبراير2003م الموافق04 ذي الحجة 1423هـ.
- 15- عبد الله بوجلال وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية ميدانية، جامعة الامير عبد القادر، قسنطينة،2007.
- 16- عبدالله بو جلال لمجلة، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الإجتماعي، الجزائرية للاتصال، العدد4 ، الجزائر، 1990.
17. علي قسايسية، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل مبادئ سوق الأفكار الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، مجموعة من الأساتذة،قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد 14، 1996.
- 18- ليلي عبد الستار علم الدين، تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في مصر، دراسة تحليلية، مجلة التربية والتنمية، السنة الثانية، العدد4 ، جمهورية مصر العربية، أغسطس 1993.
- 19- ليلي علم الدين، تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في مصر، دراسة تحليلية، مجلة التربية والتنمية، السنة الثانية، العدد4 ، مصر، 1993.
- 20- مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، أبريل 2014.
- 21- محمد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية، سطيف، دار المجد للنشر والتوزيع،2010 .
- 22- مشروع القانون المتعلق بممارسة الاتصال 2000 الوثيقة منشورة في جريدة اليوم، يومية جزائرية، العدد 723 ،الجزائر، الصادرة بتاريخ 2001/01/27.
23. مقالة بجريدة الحياة الالكترونية لـ محمود ابو بكر بعنوان القنوات التلفزيونية الخاصة.. عندما تتحول الصحف الى علب فضاء. العدد 1103 بتاريخ 24 سبتمبر 2014.
- 24- موسى حلس، دور الجامعة في تنمية الوعي السياسي لدي طلبة الجامعة دراسة تحليل نظري، بحث مقدم إلى مؤتمر جامعة القدس المفتوحة، المنعقد في 20 /5/2007، رام الله، 2007.
- 25- إبراهيم إمام، تلوث بيئة الطفل تلفزيونيا ،في الفن الإذاعي، العدد 81 ،أكتوبر 1978 .

ثالثا/. المذكرات والرسائل الجامعية:

- 1- امام شكري ابراهيم احمد القحطان، الاعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مذكرة ماجستير منشورة، مركز الاسكندرية للكتاب، 2009.
- 2- حنان لمراني العلوي، دور المدرسة في تنمية الوعي السياسي لطلاب التعليم الثانوي العام بمحافظة غزة (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك في جامعة عين شمس، كلية التربية، جمهورية مصر العربية، وجامعة الاقصى، كلية العلوم والتربية، فلسطين غزة، 2005.
- 3- سعد مشطر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية لبرامج التلفزيون في تلفزيون العراق، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2005.
- 4- لين العلمي، العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية كلية الاقتصاد قسم العلوم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة 2001/2012.

رابع/. الجرائد الرسمية والوثائق القانونية:

1. التعليمية الرئاسية رقم 17 الصادرة بتاريخ 13 نوفمبر 1997، وزارة الاتصال والثقافة، الجزائر، 29/ 30 سبتمبر 1997.
2. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون 3 أفريل 1990، العدد 14، الصادرة يوم 4 أفريل 1990، الجزائر.
- 3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، الجريدة الرسمية الجزائرية ، دفتر الشروط الخاص بالمؤسسة العمومية للتلفزيون 20 افريل 1991، العدد 1، الصادرة يوم 24 افريل 1991، الجزائر، ص - ص.
4. القانون الأساسي الخاص بالمؤسسة العمومية للتلفزيون 20 افريل 1991 ، م.س.ذ، ص.
- 5- قانون الإعلام العضوي رقم 12. 05 المؤرخ في 12 جانفي 2012، م.س.
- 6- مشروع القانون المتعلق بممارسة الاتصال 2000.
- 7- مشروع القانون العضوي المتعلق بالإعلام 1998 ، جريدة الشعب يومية جزائرية، عدد 11607، الجزائر، الصادرة يوم 09 ماي 1998
8. مشروع قانون الإعلام 2002، وزارة الاتصال والثقافة، قصر الثقافة مفدي زكريا، القبة، الجزائر، نسخة 9 اكتوبر 2002 .

خامسا./ الموسوعات:

1- ماهر الكيلان وآخرون، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، الجزء السابع، د.س.

سادسا./ المواقع الإلكترونية:

1- جدل متواصل إزاء قانون الإعلام بالجزائر : <http://www.aljazeera.net>

2. نبيلة س، مقال مضاف من طرف presse-algerie، على الموقع:

.17/07/2013 www.djazairnews.info

سابعا./ المراجع باللغة الأجنبية:

1 -Encyclopedia Britannica, Deluxe Edition CD-ROM, 2001

2 -Fandi Mamoun ,Civil War of World ; Qatr. Marshall
Cavendish Benchmark. china 2008.

3 -David Hesmondalgh and jason toynbee. the media and social
theory. Canada,01ed,2008.

4 -Price Monroe .democratizing the media : democratizing the state
(london) routledge randall .vickyed. 1998.