



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع



الرقم التسلسلي:...../
رقم التسجيل: 1635087264

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

دور الاحداث السياسية في إثراء المادة الإعلامية في القنواة الإخبارية
الجزائرية

تخصص: سمعي بصري

شعبة : علوم الإعلام و الاتصال

إشراف الدكتورة:

إعداد الطالبة:

جدي قدور

عنية سهام

السنة الجامعية: 2022 / 2021

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and

Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2022/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيدة(ة): عبدية سهاد

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 206152120

الصادرة بتاريخ: 109 111 2020 عن دائرة: المسيلة

المسجل بكلية: علوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: سعي بصوي تحت رقم التسجيل: 20075116049

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, اطروحة دكتوراه)

عنوانها: دور الأحداث السياسية في اثر المادّة
الإعلامية في الفتوحات الأحدثية الجزائرية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في
انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 22 جوان 2022

امضاء المعني(ة): comf

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور الأحداث السياسية في آراء المهارة الإعلامية
في القنوات الإخبارية الجزائرية

إعداد الطلبة:

1- عنبة سهام رقم التسجيل: 900 75 11 60 49

2- رقم التسجيل:

القسم: التخصص سعودي بصري

الشعبة:

الرتبة:

إشراف: جدي قدور

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

رئيس القسم

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز



شكر وتقدير

أهدي هذا العمل إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر الأستاذ

الكريم الدكتور جدي قدور أدامه الله ورعاه وإلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا

العمل المتواضع ولو بالكلمة الطيبة من قريب أو من بعيد خاصة أعوان الحماية

المدنية الذين الذين كان لهم الفضل في اكمال هذا العمل.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى:

إلى من كانا سببا في وجودنا في هذه الحياة، إلى أمي و أبي الذين كان لهما
الفضل بعد الله في نشوئنا وتربيتنا وتعلمنا ونجاحاتنا من يوم ولدنا إلى حد
اللحظة التي نعيشها الآن، فجزاهم الله عنا خير ما يجازى الوالد عن ولده.
إلى الأخوة والأخوات والأهل والأقارب، من تعلمنا منهم كيف نصنع النجاح
والتقدم في دروب حياتنا.

إلى كل من علمونا حب فعل الخير وأهله، وأرشدونا إلى تجنب الشر وأهله، ومن
قدموا لنا نصيحة والمشورة.

إلى من كان يتلهف لنجاحاتنا في الدراسة والحياة، ومن كان يساندنا بدعائه
ورجائه لله.

إلى كل الطلبة والأساتذة و الإداريين في قسم علوم الإعلام و الاتصال.

فهرس المحتويات

04	مقدمة
الفصل الأول	
الإطار المنهجي للدراسة	
06	الإشكالية
08	التساؤلات الجزئية
08	فرضيات الدراسة
08	أهداف الدراسة
09	أهمية الدراسة
09	أسباب اختيار الدراسة
الفصل الثاني	
البرامج التلفزيونية السياسية	
11	تمهيد
12	مفهوم البرنامج التلفزيوني .
13	مكونات البرامج التلفزيونية
14	عوامل نجاح البرامج التلفزيونية
16	الأنماط السيامجية في التلفزيون
16	التصنيف العام لبرامج التلفزيون
19	البرامج التلفزيونية السياسية
20	المعايير الواجب توفرها في مضامين البرامج السياسية
20	أهداف البرامج السياسية
22	وظائف البرامج السياسية
الفصل الثالث	
القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة	
24	لمحة تاريخية عن قطاع السمعى البصري بالجزائر:
31	نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:
32	ايجابيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:
32	سلبيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:
الفصل الرابع	
الإجراءات المنهجية للدراسة	
40	أولا: الإجراءات المنهجية للدراسة
41	مجالات الدراسة
41	عينة الدراسة
44	أدوات جمع البيانات
44	ثانيا: الدراسة الميدانية
44	تحليل بيانات الدراسة الميدانية
62	خاتمة
64	قائمة المراجع

مقدمة

التلفزيون بما يتوفر عليه من خصائص مميزة، يعد من أقوى الوسائل الإعلامية في تشكيل الاتجاهات والمواقف، وجزء لا يتجزأ من العملية التي تستهدف الفرد في مجال تنشئته سياسية واجتماعي او تشكيل وجدانه وبلورة ثقافته، وتؤدي الفضائيات التلفزيونية على وجه الخصوص أدوارا هامة وفعالة في تنشئة الجماهير، والتأثير في اتجاهاتهم الفكرية ومواقفهم السياسية والاجتماعية، من أجل تهيئتهم ثم إشراكهم في ديناميات التغيير والتنمية الشاملة، إذ أصبحت في ظل التطور التكنولوجي من أهم عناصر وأدوات النسق السياسي، حيث تسهم كقنوات للتعبير في صياغة مواقف الرأي العام و الارتقاء به وبلورة اتجاهاته و معارفه السياسية .

أدى تغير الظروف السياسية والتقلبات على الساحة الدولية، و التطورات التي حدثت إقليميا و المتمثلة في ثورات الربيع العربي ، بالحكومة الجزائرية إلى إقرار عديد الإصلاحات في شتى الميادين و القطاعات، بما في ذلك قطاع الإعلام، الذي شهد قفزة نوعية أحدثها قانون الإعلام 2012 ، الذي تم من خلاله تحرير قطاع الإعلام السمعي البصري من احتكار الدولة ، وفتح المجال أمام الأفراد و الهيئات الإعلامية الإنشاء قنوات جزائرية خاصة ، ظهرت بأعداد معتبرة، وانتشرت على نطاق واسع ، مما أدى إلى إحداث تنوع كبير في مصادر المعلومات ، ووفرة الرسائل والمضامين التلفزيونية التي جذبت عددا كبيرة من الجمهور المشاهد في الجزائر، و من بينهم فئة الطلبة .

صاحب هذا التنوع نقلة نوعية في مستوى الخدمات التلفزيونية وصيغها، وأشكالها، ومضامينها التي كان من أهمها البرامج السياسية حيث أصبحت ظاهرة بارزة في خارطة برامج القنوات الفضائية.

وتعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للثبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم . هذا النوع من البرامج يمكنه تلبية حاجات الجمهور في زيادة معلوماته عن قضايا مجتمعه، وتكوين الآراء واتخاذ القرارات إزاءها. و إعداد الفرد حتى يصبح مؤهلا لان يشارك في الحياة السياسية لمجتمعه من خلال تلقينه المبادئ والقيم، والمعايير، والاتجاهات المشجعة على ذلك في جميع مراحل حياته، لتسهم بذلك في تدعيم المشاركة السياسية التي تمثل مؤشرا مهما في إحداث التغيير السياسي داخل المجتمع، وعاملا حاسما في سبيل بناء نسق سياسي اجتماعي متوافق ومتكامل.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية

تلعب الأحداث السياسية دورا الهام في الإعلام بعد التطورات الجديدة ، التي جزء منها متعلق بعملية التحول الديمقراطي التي تشهدها العديد من الدول في العالم ، و تنامي مفاهيم جديدة أفرزتها عولمة السياسة . و تحديد للأطر العامة التي يمكن أن تتخذها هذه المفاهيم المتداخلة في العملية السياسية.

إن الأحداث السياسية تأتي في مقدمة أهداف القنوات الإخبارية لأي مجتمع ، و تنطلق من تشخيص للواقع السياسي ، في ضوء المتغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم. و هي حسب المختصين جملة العمليات والإجراءات التي تستهدف تحديث النسق السياسي داخل البناء الاجتماعي.

الأمر الذي ننطلق منه للوصول إلى دور الأحداث السياسية في اثراء المادة الإعلامية في القنوات التلفزيونية، ودون الغوص في تدقيق مفاهيمي، و نركز على الأحداث السياسية كمفهوم مرتبط بالقنوات الإخبارية ، وعلى اعتبار أن الأحداث السياسية أضحت أحد المعايير الهامة في اثراء المادة الإعلامية في أي قناة ، و الإعلام عبر وسائله المختلفة يمكن أن يساهم في تفعيل هذه الأحداث .

تشكل وسائل الإعلام بصفة عامة و القنوات التلفزيونية الإخبارية أهم مصدر من مصادر الاخبار السياسية عند الأفراد، فهي تعد كمؤسسات ثقافية فاعلة تساهم في صياغة موقف الرأي العام المتوافق مع الطبيعة الثقافية للمجتمع و بلورة اتجاهاته و قيمه و اتجاهاته و معارفه السياسية و تحديد وجهة تفكيره السياسي لقد أصبحت القنوات الإخبارية تلعب دورا هاما في الأحداث السياسية ، حيث احتلت مكانة هامة في التفاعلات الاجتماعية و السياسية داخل المجتمعات الديمقراطية.

بالنسبة لرجال السياسة تعتبر القنوات التلفزيونية الإخبارية الوسيط الأساسي والإستراتيجي للوصول إلى الجماهير العريضة للتأثير فيها وتكوين وتشكيل الرأي العام الذي يتبنى آراءهم وأفكارهم ووجهات نظرهم وبذلك برامجهم. فالسياسي الناجح هو ذلك الذي يحسن التعامل مع القناة الإخبارية والذي يعرف كيف يمرر خطابه السياسي عبر القناة الإخبارية بلباقة وبمهنية عالية. فالعلاقة بين الإعلام والحياة السياسية تشكل عنصرا مهما من عناصر فهم الرهانات المرتبطة بتطور الديمقراطيات العصرية.

إن دراسة علاقة القنوات الإخبارية التلفزيونية بالأحداث السياسية تقودنا إلى مسألة اثناء المادة الإعلامية في القنوات الاخبارية.

ومن خلال ما ذكر سابقا يمكن صياغة الاشكال الرئيسي التالي:

❖ ما هو الدور الذي تلعبه الاحداث السياسية في اثناء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية؟

التساؤلات الجزئية:

✓ ما درجة مشاركة الأشخاص التدخل في قنوات الجزائرية في طرح المعلومات والأحداث والقضايا

السياسية؟

✓ ما مدى مشاهدة الافراد للبرامج السياسية في القنوات الجزائرية التلفزيونية؟

✓ ماهي العلاقة الموجودة بين الاحداث السياسية و اثناء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية؟

2- فرضيات الدراسة

ومن خلال ما ذكر سابقا يمكن صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

تلعب الاحداث السياسية دورا إيجابيا في اثراء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية.

الفرضيات الجزئية:

✓ درجة مشاركة الافراد التدخل في قنوات الجزائرية في طرح المعلومات والأحداث والقضايا السياسية منخفضة .

✓ يوجد اقبال كبير لمشاهدة الافراد للبرامج السياسية في القنوات الجزائرية التلفزيونية.

✓ توجد علاقة ارتباطية بين الاحداث السياسية و اثراء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية.

3- أهداف الدراسة:

حاول هذه الدراسة تحقيق الأهداف الآتية:

✓ إبراز مدى تأثير الاحداث السياسية في اثراء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية .

✓ إبراز وتوضيح دور وأهمية الاحداث السياسية على المادة الإعلامية .

✓ إبراز القدرات المادة الإعلامية المتعددة والمؤهلة لجعل الاحداث السياسية ذات ابعاد اجابية.

✓ التعرف على دور الدور الذي تلعبه الاحداث السياسية في اثراء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية

الجزائرية.

4- أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة الدور الكبير الذي تلعبه الاحداث السياسية في اثراء المادة الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية ، أي المعلومات و المعارف و القيم و السلوك السياسي لدى الجمهور و الافراد بصفة عامة.

5- أسباب اختيار الدراسة:

لكل دراسة أسباب دفعت بالدارس إلى تقديم موضوع دراسة ومن الأسباب نختار:

✓ حداثة الموضوع دور الذي تلعبه الاحداث السياسية في اثراء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية.

✓ قلة الدراسات التي تتناول دور الذي تلعبه الاحداث السياسية في اثراء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية.

✓ الرغبة الشخصية في دراسة هذا الموضوع.

✓ الموضوع هو من المواضيع التي تأثر على مسار الوعي الساسي لدى الجمهور مستقبلا.

✓ الرغبة في تقديم الجديد في الميدان.

✓ قابلية الموضوع للدراسة والمناقشة.

الفصل الثاني

البرامج التلفزيونية السياسية

تمهيد

تعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبحث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم وفي الجزائر على وجه الخصوص. ويرجع ذلك إلى أن هذا النوع من البرامج يمكنه تلبية حاجات الجمهور في زيادة معلوماته عن قضايا مجتمعه، بالإضافة إلى تشكيل وتكوين وعي سياسي لديه. وذلك من خلال تلقينه المبادئ والقيم والمعايير والاتجاهات المشجعة على تكوين الآراء واتخاذ القرارات إزاءها. لكي يصبح مؤهلاً ليشارك في الحياة السياسية لمجتمعه ذلك في جميع مراحل حياته، وعلى هذا الأساس ارتأينا من خلال هذا الفصل البحث في مفهوم البرامج السياسية و كذا أهدافها و وظائفها من جهة. والبحث في مفهوم الوعي السياسي و أنماطه و مستويات و أدوات تكوينه من جهة أخرى. لنحاول في الأخير الربط بين المتغيرين من خلال إبراز العلاقة بين البرامج السياسية والوعي السياسي.

1 مفهوم البرنامج التلفزيوني.

هو فعل تواصل مع الجمهور لأجل تبادل المعلومات و التفاعل المشترك مع مشاكل المجتمع قصد التأثير في سلوكيات و مواقف الأفراد و الجماعات في اتجاه تنمية الروح الوطنية و النهوض بقيم المواطنة ، و يدخل البرنامج التلفزيوني ضمن علاقة تواصلية تربط بين كل من المرسل الذي أعد الرسالة و المرسل إليه أي الجمهور و مادة التواصل هي الرسالة الموجهة بالإضافة إلى قناة التواصل المتكونة من الكلمة و الصورة معا . (علي كنعان، 2015، ص 83)

البرامج التلفزيونية هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والاجتماعية والترفيهية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون.
والثقافية والدينية

البرنامج التلفزيوني يعرف وفقا لنظريات الاتصال لفاروق ناجي محمود انه فيه:

- الرسالة: وبما أنها رسالة فهذا يعني يجب أن يكون هناك:

- مرسل: يقوم بتحرير الرسالة وإرسالها إلى

- مستقبل: يقوم باستلام هذه الرسالة التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما أي

- قناة: يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالة لكي تصل إلى المستقبل أي قناة الاتصال وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هي الصوت والصورة المتتابعان في ما يسمى تعلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية و أجهزة الاستقبال الموجودة عند المستقبل، إذا... فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقا لما تحدده نظريات الاتصال هي رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل، ولغرض تحقيق الأهداف في المستقبل من قبل المرسل لابد أن يكون المرسل قادرا على إيصال الرسالة التي تستغرق زمنا قد يصل إلى ساعة أو أكثر حسب البرنامج التلفزيوني.

2 مكونات البرامج التلفزيونية

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب أن ينقل من المرسل إلى المستقبل، هذا الموضوع هو ما سنصطلح عليه بـ "المحتوى"، وهذا المحتوى يجب أن يضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما سنصطلح عليه بالأهداف"، كما أن عملية نقل الموضوع يحتاج إلى أساليب محددة سنصطلح عليها بـ "الطريقة لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية وسنصطلح على ذلك بطبيعة المستقبل "ولهذا نستخلص أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي:

- طبيعة المستقبل

- المحتوى

- الأهداف

- الطريقة,

ومن بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفر مكوناته لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه الأربعة. (فاروق ناجي محمود، مرجع سابق، ص 17)

تهدف عملية الإنتاج التلفزيوني إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والأصوات ووضعها في قالب فني يشد المشاهد لها ، ولا بد من الاستعانة بخبرات متعددة ومن حقول شتى لنجاح عملية لكن ما يميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى هو أنه ينقل الصورة الحية الإنتاج التلفزيوني، والتي تشترك فيها حاستا السمع والبصر ، إذ أن هاتين الحاستين تعتبران من أهم الحواس الإدراكية، ولا بد للبرنامج التلفزيوني من أن تتوفر فيه هذه المكونات الأساسية:

1-2 الصورة الصوتية : تعتمد الصورة الصوتية على مفردات الصوت من صوت بشري و مؤثرات صوتية، وموسيقى، ويجب الإشارة لضرورة توافق الصورة الصوتية في أسلوبها ومضمونها مع الصورة المرئية حيث يجب على المخرجين و فني الصوت أن يبحثوا عن الخيارات الأكثر ملاءمة للصورة المرئية و مضمونها، و

يمكن في بعض الأحيان أن يتم تأليف موسيقى مناسبة للبرنامج ترفق مع الصورة المرئية واختيار الأصوات المناسبة يحتاج إلى فنيين مختصين قادرين على صنع الصورة الصوتية المميزة المناسبة للبرنامج التلفزيوني. املة أي عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون أن يعرف عنها. (فاروق ناجي محمود، 1990 ص 14)

2-2 الصورة المرئية: تعتمد على اللقطة التلفزيونية من حيث حجمها و تركيبها الفني و أسلوب ربطها مع اللقطات الأخرى لتكوين المشاهد التلفزيونية وتعتمد الصورة التلفزيونية على مختلف أدوات الإنتاج التلفزيوني و على كفاءتهم في العمل ، و يجب أن يتمتع المخرج و الذي يشرف على العمل كافة بذوق سليم و حس جمالي و تذوق فني، و أن يكون قادرا على القيادة. (إياد أبو عرقوب ، 2012 ص 114، 113)

3 عوامل نجاح البرامج التلفزيونية

هناك اعتقادات شائعة، حول نجاح البرنامج وأسبابها عند كثير من العاملين المتخصصين في الإعلام المرئي والمسموع، ليست بخاطئة ولكنها تلامس أجزاء من الحقيقة العلمية فمنهم من يعتقد أن نجاح البرنامج يعتمد على الموضوع، ومنهم من يعتقد أن أي موضوع له علاقة بهموم الناس سيكون ناجحا بمجرد استذكار سريع لكثير من البرامج الرياضية وكثير من البرامج التي تهتم بهموم الناس.

وكثير من البرامج التي تقدم المعلومات التي يحتاجها المستقبل وكثير من البرامج قد فشلت، والسبب هو أن البرنامج الناجح يعتمد على عدة عوامل هي:

3-1 أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل : إن أي موضوع لا يهتم به المستقبل أولا يمكن إثارة اهتمامه به سوف يجعل المستقبل عازفا عن متابعته وهذا يعني تولد (النفور) لديه، مما يحول دون تحقيق الأهداف لعدم وصول الرسالة إليه، ولاستقطاب المستقبل لابد من أن يختار مصمم البرنامج موضوعا يهتم به المستقبل أو أن يكون قادرا على إثارة اهتمامه به منذ اللحظات الأولى، وذلك بإشعاره بأن الموضوع مفيد أو لا، وممتع ثانيا أو إحداهما على الأقل.

3-2 أن تكون غايات البرنامج من الغايات التي ينشدها المستقبل : ليس من المنطقي أن يكون أي برنامج قادرا على إجلاس المشاهد لمدة ساعة أو نصف ساعة ليستمع ويشاهد أصواتا وصورا لا تحقق له أي غاية يريدتها هو

مهما كانت أهمية الموضوع بالنسبة له أو بالأحرى أن أهمية الموضوع بالنسبة له تكمن بين طيات الغايات التي يحققها هذا الموضوع له، وليس من الضروري أن تكون هذه الغايات هي معلومات تمنحه الفائدة أو ما يحققه الإمتاع العقلي أو الوجداني له بل ربما تكون غايات بالترويج" (فاروق ناجي محمود، مرجع سابق، ص 26)

3-3 اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع : لأي موضوع بسيط كان أم معقدا معلومات كثيرة وله زوايا كثيرة يمكننا يقتل النظر إليه من خلالها إذا... كيف سيتم اختيار المعلومات المناسبة للبرنامج التلفزيوني من بين هذه المعلومات الكثيرة.

وذلك أنه سيتم اختيار المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط فأى معلومة لا تؤدي إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التي حددت للبرنامج تكون أشبه بالزوائد الشخصية التي تشوه شكل البرنامج فليس من الضرورة أن تضخ المعلومات التي ستحصل عليها من المراجع كاملة مهما كانت علاقتها قوية بالموضوع ابق جسد برنامجك رشيق الشكل والحركة باختبارك المعلومات الأنسب وهي المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط.

3-4 اختيار الأسلوب المثل : والمقصود بالأسلوب المثل هو الشكل النهائي للبرنامج ولكي يكون الأسلوب أمثلا عليه أن يتسم بالسلمات التالية

- أن يكون دقيقا
- أن يكون واضحا
- أن يكون متنوعا
- أن يراعي القواعد الرئيسية في عرض المعلومات
- أن يختار التقنية المناسبة لأسلوب التقديم.
- أن يستغل كافة إمكانيات العرض. (افاروق ناجي محمود، مرجع سابق، ص 31)

4 الأنماط السيامجية في التلفزيون

تتنوع البرامج التي تنتجها محطات التلفزيون وتهدف في الأساس لجذب انتباه المشاهدين والبرنامج التلفزيوني عبارة عن فكرة يتم معالجتها تلفزيونياً كون التلفزيون وسيلة اتصالية يعتمد أساساً على الجانب المرئي. وتطور برامج التلفزيون باستمرار وتهدف على اختلاف مضمونها وأشكالها إلى الإعلام والتثقيف وتعتمد برامج الترفيه بشكل عام على التسلية والإضحاك والموسيقى والأغاني والتمثيلات العائلية الخفيفة الكوميديّة، والكلمة الخفيفة والإيقاع السريع (Facture programs).

4-5 برامج الإبراز : وهو برنامج ذا شكل درامي ومحتوى وثائقي ويقصد بها البرامج التي تتناول شخصية أو حدث أو مفهوم أو قضية أو ظاهرة أو فكرة ، بتعمق من مختلف الجوانب والزوايا وعرض الموضوع وتغطيته بصورة متكاملة، وتعتمد برامج الإبراز والحوار والمقابلات والمناقشات والتوثيق والتحليل والتعليق. ويقع هذا النوع من البرامج ما بين الأخبار والتعليقات وهو أعمق من التحقيقات التلفزيونية. (اقبلان عبده فبلان حرب، مرجع سابق، ص36)

5 التصنيف العام لبرامج التلفزيون

تم الاتفاق على تصنيف موحد لبرامج التلفزيون على اختلاف أنواعها ومضامينها، وعلى الرغم من أن البعض قد يدمج واحداً من هذه التصنيفات في الأخرى كما قد يستخرج تصنيفاً جديداً أو أكثر، إلا أن صار متعارفاً عليه من مضمون ما يقدمه التلفزيون هو كالتالي:

5-1 البرامج الإخبارية : وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام أو الأخبار التي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من قبل أو التي تحظى باهتماماتهم أو اهتمامات قطاع كبير منهم ، لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور ، علماً بكل جديد بطريقة فورية ودقيقة وتتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها أخباراً بوقائع جديدة أو تحليلات حولها، ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي :

أ- موجز الأخبار

ب النشرات الإخبارية.

ت التحليلات الإخبارية

ث التعليق الإخباري .

ج التقرير الإخباري

ح البرامج الإخبارية الخاصة.

خ البرامج التسجيلية الإخبارية و المجلات و الجرائد الإخبارية..

5-2-برامج الحديث والحوار: وهي نوع من البرامج تركز على المادة الكلامية من أحاديث وحوارات

ومناقشات وتنوع موضوعات وتباين بشدة بين موضوعات سياسية أو اقتصادية أو ثقافية إنسانية ومن أشكال

هذه البرامج ما يلي:

أ - الحديث المباشر

ب الحوار أو المقابلة أو الحديث الحواري وهو يشمل حوار الرأي حوار المعلومات و حوار الشخصيات .

ت المناقشات والندوات .

ث برامج التلفزيون .

ج البرامج التي تتخذ شكل المائدة المستديرة .

ح البرامج التي تتخذ شكل المحاكمة(طارق سيد أحمد الخلفي، ، 2008، ص 100)

خ البرامج الجماهيرية.

5-3البرامج الدرامية: (الأفلام والمسلسلات هذا النوع من أكثر البرامج عرضا على شاشة التلفزيون ،هذه الأفلام

والمسلسلات التي تتوجه في الغالب توجهها دراميا، فالمسلسلات هي مجموعة من حلقات تمثيلية متتابعة تكون

مدة عرضها على حسب عدد الحلقات، والتي تنتهي كل منها بسؤال مجهول لتمهد لما بعدها في تسلسل

منطقي، أي أن كل حلقة تنتهي بموقف درامي مثير ومشوق ، أما الأفلام فهو قصة قد تكون تاريخية أو اجتماعية

أو بوليسية أو عاطفية تدور حول فكرة واضحة ، ويستخدم فيها الأسلوب الدرامي وقد يكون قصيرا يستغرق

ساعة أو طويلا يستغرق ثلاث ساعات على حسب موضوع الفيلم.

5-4برامج الترفيه والتسلية والمنوعات : وهي نوعية من البرنامج تهدف إلى الترفيه من المتلقين و تسليتهم

وتتضمن العديد من الأشكال منها :

أ- برامج المسابقات.

ب- البرامج الرياضية (كالمصارعة، كرة القدم...الخ).

ت- برامج الموسيقى والغناء والرقص.

ث- برنامج الفنون مثل: الباليه، الشعر، الأدب

ج- برنامج الاستعراضات مثل: السيرك والألعاب المختلفة...الخ.

5-5 برامج الأطفال : يأخذ هذا النوع من البرامج اهتماما خاصا نظرا للأهمية التي يأخذها الطفل في المجتمع، وتأتي هذه البرامج من أجل تشكيل ذهنية الطفل وتسلية، بما يقدم له من برامج موجهة خصيصا له، وعلى رأسها الرسوم المتحركة وبرامج الألعاب والمسابقات، والعرائس والأشرطة الوثائقية المبسطة وغيرها، ومما يمكن تأكيده أن معظم تلفزيونات العالم تهتم بتخصيص وقت معتبر لهذه الشريحة الاجتماعية المهمة.

5-6 لبرامج التعليمية: وهي تلك الدروس المذاعة تلفزيونيا، والتي تتصل اتصالا مباشرا بخطة الدراسة في المدرسة، والتي توجه إلى فئة معينة من التلاميذ حسب مستواهم الدراسي، وهي عبارة عن برنامج تربوي مساعد على التعليم في المدرسة ويهدف إلى إثراء عملية التعليم.

5-7 الإعلانات التلفزيونية : يعرف الإعلان بأنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر وإذاعة الرسائل الإعلامية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل دفعه للتقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها، ولهذا فان الباحثين في حقل التسويق لا يجدون وسيلة إعلامية أكثر من التلفزيون لتقديم سلعة أو فكرة معينة للجمهور وإقناعهم بها وعليه فهم يتسابقون لشراء المساحات الإعلانية الفعالة في مختلف المحطات التلفزيونية. (اطارق سيد أحمد الخليلي ، مرجع سابق، ص 103)

6 البرامج التلفزيونية السياسية

هي من أكثر أنواع البرامج تأثيرا في وعي الجماهير ، وإدراكهم للأمور السياسية والإخبار المهمة والإحداث في

مجتمعهم أو في منطقتهم الجغرافية أو الدول المجاورة لهم، كما أنها تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في عالم العالم الفضائي، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنه.

7 المعايير الواجب توفرها في مضامين البرامج السياسية

الوضوح واللماسة لحاجات الجمهور

- درجة تلبية المضمون للاحتياجات وتجانسه مع الأفكار والمعتقدات الثقافية والحضارية والدينية للأفراد.
 - كذلك نوع الاستعمالات العاطفية والعقلية التي يحركها لديهم.
 - ويلعب عنصر التعليم والتنشئة السياسية والتربوية والأسرية دورا مهما في درجة المقدمة إلى البرامج السياسية.
- (صائب وليد حسن نصرالله، 2014، ص 25)

8 أهداف البرامج السياسية:

- التأثير في الاتجاهات .
- الرقابة على الحكومة .
- التنقيف السياسي .
- التسويق السياسي .
- تدعيم الولاء والتأييد بين المرسل والمستقبل، وترسيخ الشعور بالولاء لبلورة ثقافة قومية .
- مواجهة الدعاية الخارجية، والعمل على توافق الآراء والسلوك داخل المجتمع. (علي عبد الفتاح، 2014، ص193)

وظائف البرامج السياسية:

تقوم البرامج السياسية بوظائف عديدة من أهمها:

9-1 وظيفة التنشئة السياسية:

يقصد بالتنشئة السياسية كيفية نقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل إلى آخر، وهي تهتم بشخصية الفرد وتطويرها وفق نموذج معياري مسبق لتعميق التوجهات والقيم السياسية الشائعة والمستقرة في المجتمع كما تسعى إلى تنمية مدركات الفرد وتعزيز قدراته السياسية بحيث يستطيع التعبير عن ذاته من خلال سلوكيات ينتجها في الحياة السياسية، خاصة إذا كان النظام السياسي غير رشيد، ومنه إمكانية خلق مجتمع مدني ويأتي ذلك من خلال قيام الإعلام السياسي بإكساب المواطن تفاصيل الحياة السياسية والقضايا الخاصة بالحملات الانتخابية والمرشحين وكل ما يخص النسق السياسي .

9-2 وظيفة التثقيف السياسي:

لا ينتج الوعي في حالة مصاغة ومتبلورة نهائيا بل يتبلور وفق ديناميكية خاصة تتجلى فيها عوامل داخلية وخارجية، وينبى الوعي السياسي على تراكم التصورات والآراء والمفاهيم المكتسبة من قبل، وتساهم البرامج السياسية في تثبيت البعض منها وتطور البعض الآخر، وتصنيف أفكار وأراء جديدة من أجل دعم الوعي الاجتماعي بما فيه السياسي ليؤثر بفعالية في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعارف والمفاهيم التي تتعلق بالأمر السياسي التي يحتاجها لبناء شخصيته السياسية وحركة السياسة في المجتمع .

9-3 وظيفة التعبئة السياسية:

يؤدي الإعلام السياسي دورا كبيرا في التعبئة السياسية، فهو يقوم بتهيئة الأفراد نفسيا ومعنويا وذهنيا لاستقبال أحداث سياسية متوقعة مثلا يسبق بعض نتائج الانتخابات غير المتوقعة التي لا يستحسنها المواطن، فهو يقوم بالتمهيد لتقبل شيء معين في إطار سياسات واستراتيجيات مرسومة من قبل، وعادة متكون هذه الوظيفة تسبق المواعيد الانتخابية بأنواعها .

9-4 وظيفة التطوير السياسي للأفراد:

تلعب البرامج السياسية دورا هاما في التطوير السياسي ونشر الثقافة السياسية عن طريق تقديم المواد والمضامين الإعلامية التي تحتوي إما مواد إخبارية، تعليمية، ترفيهية لها علاقة بالحياة أو البيئة السياسية ، فوسائل الإعلام السياسي تمتلك قوة كبيرة للتأثير في الرأي العام وتوجيهه من خلال تحديد نمط سلوكه في المجتمع هذا من

جهة، أما من جهة ثانية فإنها في غاية الفعالية من خلال مشاركتها في المعارك السياسية والانتخابية. (نبيل احمد الأمير، العدد 2681 المصادف، 2014.01.07)

9-5 وظيفة الإعلام:

تعتبر وظيفة الإعلام من الوظائف المهمة التي تقوم بها البرامج السياسية والتي تعد أحد العناصر المؤثرة في المشاركة السياسية والثقافة السياسية .

9-6 وظيفة المساندة السياسية:

يقوم الإعلام السياسي بتوظيف وسائل الإعلام لتحقيق الاستقرار السياسي والشرعية السياسية .

9-7 وظيفة التنمية السياسية:

إذ يقوم الإعلام السياسي بتخصيص مساحات جيدة من قبل وسائله المختلفة للثقيف السياسي والتنشئة السياسية وذلك بهدف حث الجمهور على المشاركة السياسية .

9-8 التوعية الوطنية:

من خلال استخدام كافة وسائل الإعلام المختلفة لخلق الوعي الوطني للجمهور وحثهم على الانتماء الوطني والولاء القومي .

10. معوقات البرامج السياسية:

يوجد العديد من المعوقات التي تشكل عقبة إمام قيام البرامج السياسية بدورها على أتم وجه منها:

- الأناية وقصر النظر للسلاسة وصناع القرار يعتبر من أكبر المعوقات إمام التطور الموضوعي للإعلام السياسي، إذ يسعى بعض السلاسة استغلال الإعلام السياسي لبناء امجادهم الشخصية
- الاهتمام في عملية توظيف للإحداث والموضوعات اهتماما كمية وإهمال الجوانب النوعية .
- وجود بعض المحاذير في تناول بعض الموضوعات السياسية بسبب قرارات سياسية تعتبر قيودا على تطور الإعلام و البرامج السياسية .
- التحدي الإلكتروني جعل من الإعلام غير مؤسسية بسبب ظهور مؤسسة الفرد الإعلامية، وهم يستخدمون

ميزة التكنولوجي أهم ميزة للانترنت أنه قوة تعبوية كبيرة لكنه أدخل على تحولا عميقا قد يخلخل الأسس التقليدية التي قام عليها عصر ما قبل الانترنت .

● وجود التكنولوجيا والموارد المالية جعل من الإعلام المستخدم بيد أشخاص معينين خطرا كبيرا على الاختيار السياسي الحر للمواطن وبما أن الإعلام هو احد العناصر الأساسية المكونة للديمقراطية إذن ويتحول هذا العنصر إلى أداة ضد الاختيار الحر يشكل بحد ذاته إشكالية كبيرة

● عدم توفر الكفاءات الإعلامية ذات الخبرة الكافية في العمل في مجال الإعلام المختص في السياسة وان اغلبها تعاني الضعف في الأداء والتقديم وطرح الموضوعات السياسية وهذا يشكل عقبة أمام نجاح البرامج السياسية وتحقيق أهدافها.

● قصور التمويل المالي لوسائل الإعلام أو انعدامه في بعض الأحيان يشكل عائقا أمام تطوير وسائل الإعلام لتواكب الأساليب التكنولوجية الحديثة، خاصة وأن إعداد وتقديم البرامج السياسية يتطلب الكثير من الجهود البشرية والتكلفة المالية مما يجعل وسائل الإعلام تعاني الضعف في طرح القضايا السياسية والاجتماعية. (اعلي

عبد الفتاح، مرجع سابق ، ص 195)

الفصل الثالث

القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

1- لمحة تاريخية عن قطاع السمعى البصرى بالجزائر:

تعود نشأة القطاع السمعى البصرى فى الجزائر إلى الفترة الاستعمارية وبالضبط حينما أدخل الفرنسيون الإذاعة لأول مرة عام 1924، التى كانت موجهة حينها إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين فى البلد، أما عن التلفزيون فيعتبر تاريخ 24 / 12 / 1956 هو تاريخ نشأة أول محطة تلفزيون بالجزائر حيث قامت السلطات الفرنسية بإنشائها بالعاصمة لدعم محطة الراديو فى تعبئة الشعب الجزائرى ضد القيم الوطنية والدينية، وعموما لم تكن هذه المحطة التلفزيونية إلا مجرد محطة إرسال فرنسية وامتداد للتلفزة الفرنسية فى باريس. (مجلة الشاشة الصغيرة 2001، ص 11).

وردا على السياسة الاستعمارية الجديدة الهادفة إلى إبعاد الجزائريين عن واقع الثورة فى وطنهم عبر ما تبثه من محتويات عبر مختلف مراكز إرسالها " جاء ميلاد إذاعة صوت الجزائر" فى تونس 1956 والتى كانت تبث برامج محدودة الزمن أى حوالى 15 دقيقة، وكان الهدف من هذه الإذاعة الوقوف فى وجه الاستعمار وإقناع الرأى العام الدولى بعدالة القضية الجزائرية. (رمضان بالعمري: ، 2011 / 2012، ص 13).

وظلت الهيمنة الاستعمارية على الإذاعة والتلفزيون لاسيما بعد مفاوضات "إيفيان" التى عملت السلطات الاستعمارية من خلالها للإبقاء على سيطرتها على بعض المؤسسات الإستراتيجية فى البلاد.

استقلت الجزائر فى 05 جويلية 1962، وفى 28 أكتوبر كان لا بد أن تهتم السلطة بهذه الوسيلة الإعلامية والاعتماد على نفسها وعلى أبنائها داعية كل الإطارات الوطنية التى سبق لها العمل فى مجال الاتصال فى صفوف جيش التحرير إلى تسلم الإذاعة والتلفزيون. (نور الدين تواتي: 2009، ص 103)

حيث صدر قرار من الجهات العليا فى الدولة لاسترجاع السيادة على هذا القطاع وتم احتلال مبنى الإذاعة والتلفزيون فى نفس اليوم وتم نزع العلم الفرنسى ورفع راية العلم الجزائرى وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم، وكلهم اقتناع بأن البث سيتوقف فى اليوم الموالى. (نفس المرجع، ص 103).

لكن رهان الفرنسيين لم يتحقق أمام مجموعة مكونة من 21 تقنيا 19 منهم مكونون فى الجيش الوطنى، أخذت على عاتقها مهمة استمرارية الإرسال وهو ما حدث فعلا ورغم الظروف الصعبة وقلة الكفاءات وضعف

القدرات المالية فقد كان التحدي كبير أمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية وإلى ضرورة تطويرها وتكييفها في الجزائر المستقلة. (د نور الدين تواتي: مرجع سبق ذكره ص103 - 104).

ومن هذا السياق فقد مر قطاع الإعلام السمعي البصري في الجزائر بعدة مراحل وحقب زمنية عن طريق إصدار عدة مراسيم تماشى مع الظرف السياسي لكل مرحلة والتي يمكن تصنيفها إلى (خمسة) مراحل أساسية:

- المرحلة الأولى: (1962 - 1965):

جاءت هذه المرحلة مباشرة عقب استقلال الجزائر عام 1962. وأكثر ما ميزها هو اتخاذ السلطات الجزائرية قرارا سياديا شجاعا تمثل في استرجاع السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون هذا المجال الذي يعد أهم قطاعات التنمية والتي أدركت الدولة الجزائرية الدور الذي قد يلعبه الإعلام السمعي البصري حيث سعى صناع القرار مبكرا لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن الجزائري. وقد تميزت هذه المرحلة بأنها لم تدم طويلا حيث اضطر صانعو القرار في الدولة القانوني ومع هذا نلمس إصدار قوانين تشريعية خاصة بالقطاع السمعي البصري كمرسوم 01 أوت 1963 الخاص بتنظيم وكالة الأنباء، ومرسوم 8 جوان 1962 المتضمن إنشاء مركز وطني للسينما الجزائرية. (رمضان بالعمري: المرجع السابق، ص 17)

- المرحلة الثانية (1965 - 1976):

أهم ما ميز هذه الحقبة التي امتدت 11 سنة هو إلغاء العمل بالنصوص الفرنسية في مجال الإعلام سنة 1967. حيث برر رئيس مجلس الثورة آنذاك "هواري بومدين" قرار الإلغاء أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية فالسياسة الإعلامية التي أتبعته خلال هذه المرحلة تميزت بنظرة موحدة للمؤسسات الإعلامية التي أصبحت كلها مؤسسات عمومية ذات طابع. صناعي وتجاري وألحقت المهام الإدارية بمصالح الوزارة.

(الإعلام والثقافة في الجزائر 1962 - 1982، 1981. ص 15)

ومن وجهة أخرى أن ما يؤخذ على هذه المرحلة هو انعدام قانون خاص ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بشكل عام في الجزائر، وبشكل خاص قطاع السمعي البصري، فكانت المؤسسات الإعلامية الحكومية، عبارة عن لسان حال الحزب الواحد (F.L.N). ومنبرا من المنابر التي يتخذها للترويج لأفكاره ومشاريعه في ظل أحادية

حزبية في البلد. (Zahir lhadaden: humburg, 1989, p11)

- المرحلة الثالثة: 1976-1988: تميزت هذه المرحلة ببروز معالم السياسة الإعلامية لقطاع السمعي البصري في الجزائر وذلك مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، حيث شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله السمعية والبصرية خصوصا، حيث وجد الميثاق مفهوم الفتية إلى إبقاء العمل بالنصوص القانونية الفرنسية إلى وقت لاحق وهذا تجنباً للوقوع في الفراغ الإعلام الجزائري كبلد اشتراكية تنتمي إلى العالم الثالث والذي يقوم أساسا على الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام كما أكد على أن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة والمتمثلة في حزب جبهة التحرير. وأداة من أدواتها واختزلت بذلك السلطات الجزائرية دور الإعلام في هذه المرحلة، في خدمة أهداف التنمية على النحو التالي:

- التربية والتكوين والتوجيه.

- التوعية والتجنيد.

- التعبئة الشعبية.

- الرقابة الشعبية. التصدي للغزو الثقافي. (المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية: ، 1982، ص 34). ومن أحد المحطات المهمة في هذه المرحلة أيضا هو صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982، إلا أن ما يؤخذ على هذا القانون، أنه صدر في ظل الحزب الواحد، وضمن الخط العام للميثاق الوطني والدستور لسنة 1976 هذا القانون الذي صدر بعد 20 سنة مضت على استرجاع السيادة الوطنية على الراديو والتلفزيون و الساعي لتنظيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، إلا أنه لم يكن في مستوى التطلعات، نظرا للواقع السياسي الذي كان يعيشه البلد في ظل سياسة الحزب الواحد.

- المرحلة الرابعة: 1988-2012

تعتبر هذه المرحلة منعرجا مهما في تاريخ المؤسسات السمعية البصرية في الجزائر، وخاصة مؤسسة التلفزيون الذي وجد نفسه خلال فترة أواخر الثمانينيات في أزمة حادة وتدني في نسب المشاهدة وذلك راجع إلى ظهور التشريع الذي يسمح باستيراد الهوائيات المقعرة (البارابول) والذي ورغم تكلفته الباهظة إلا أن الجمهور

الجزائري لم يتردد في اقتنائه نظرا لعدم استجابة التلفزيون الجزائري إلى متطلعات المشاهدين من جهة، ومن جهة ثانية أحداث 08 أكتوبر 1988 التي زعزعت كيان الدولة ومؤسستها وغيرت الجو السياسي والإعلامي للبلاد. (نور الدين تواتي: ، مرجع سبق ذكره ص 135).

مما أثر على المؤسسات الإعلامية وعرضها للتخريب والعنف، وسمح للفضائيات الأجنبية بتغطية الأحداث الواقعة بطريقة جعلت المواطن الجزائري يثق في مصداقيتها ويعزف عن التلفزيون الجزائري.

لتبدأ مرحلة جديدة مع دستور 1989 الذي صادق عليه الشعب بتاريخ 23 فيفري 1989. هذا الدستور الذي فتح عهدا جديدا للجزائر، عهد الديمقراطية والتعددية مما نتج عنه المصادقة على قانون الإعلام في أبريل عام 1990 والذي جاء ليكرس التعددية الإعلامية في مجال الصحافة المكتوبة، إلا أن قطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة وهذا ما جعل القانون على رغم كونه مكسبا كبيرا للإعلام الجزائري إلا أنه أبقى أهم قطاع إعلامي محتكرا من قبل الدولة.

ورغم الاحتكار المفروض على هذا المجال إلا أننا نسجل بعض المبادرات المحتشمة في ميدان الممارسة الإعلامية السمعية البصرية والتي تمثلت في ظهور حصص سياسية وثقافية واجتماعية جديدة والتي لاقت شهرة كبيرة لدى الجمهور الجزائري منها حصة لقاء الصحافة، "الحدث"، "الحوار". والتي ساعدت في تجسيد أسس حرية التعبير وكسرت الحواجز التي كرسها الممارسات الإعلامية في فترات سابقة، لكن الأمر لم يدم طويلا حيث جاءت الأحداث الدامية التي عرفتها الجزائر خلال فترة التسعينيات وذلك أمام حالة الاستياء السياسي وبداية التدهور الأمني، والرقابة المفروضة على الأخبار الأمنية، مما أدى إلى تراجع حرية التعبير وحق المواطن في الإعلام. (قاسي علاء الدين، بوعاتي إدريس: 2016/2017، ص 67).

¹ ولعل أهم ما تم إنجازه في فترة التسعينيات الحرجة في مجال الإعلام السمعي البصري شروع التلفزيون الجزائري في إنشاء قناة فضائية جديدة كانت تهدف إلى التواصل مع الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج، وهي قناة كنال ألجري " canal Algerie " في أكتوبر 1994، والتي عرفت فيما بعد تطورات ملحوظة في الجانب التقني واصبح بثها يتم عبر التماثلي في 28 أوت 2001 ثم عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد

"القناة التلفزيونية الثالثة" عبر القمر الصناعي "عرب سات" والتي شرعت في البث بتاريخ 05 جويلية 2001.

بعد ذلك شهدنا قدوم القناة الرابعة باللغة الأمازيغية إلى جانب القناة الخامسة وهي قناة القرآن الكريم.

وما يميز هذه المرحلة هو غياب نية حقيقية لفتح قطاع السمعى البصري في الجزائر إلا أن هذا لم يمنع من

ظهور العديد من المحاولات المحتشمة لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة، حيث قام عبد المؤمن خليفة بتأسيس

قناة تلفزيونية سنة 2002 وكان مقر بثها في باريس، لتأتي محاولة الناصر كتان بإنشاء قناة **T.V Beur**

وذلك بمساعدة من المؤسسات الجزائرية والأجنبية في 2004 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية، والتي ما فتئت

أن أغلقت نظرا لعدم استقرارها في سوق السمعى البصري في الجزائر الذي كان محتكرا من قبل التلفزيون

الجزائري والقنوات الفرنسية والفضائيات العربية. (بلحاجي وهيبة: ، 2017 متاح على موقع ASJP).

وعموما فإن ما يمكن استنتاجه في هذه المرحلة الزمنية هو أن الإعلام الجزائري عاش مرحلة مخاض حقيقية

بداية بفتح هذا القطاع شكليا وعددها بمقتضى دستور 1989 والتي اقتضت على الصحافة المكتوبة وصولا

إلى الجهود الحثيثة التي سعت إلى تحرير قطاع السمعى البصري والتي تجسدت في عرض مشروعين تمهيديين

لتنظيم الممارسة الإعلامية أولهما كان في 1998 والثاني في سنة 2002 والذين ركزا على الإعلام المرئي

بشكل خاص، هذه المبادرة التي لم تلاقى الترحيب من قبل السلطة التي تشبثت بفكرة رفض تحرير القطاع

السمعى البصري وعدم فتحه في وجه الخواص.

- المرحلة الخامسة: 2012 - 2019:

حقق المشهد الإعلامى خلال هذه المرحلة قفزة نوعية، وبشكل خاص في قطاع السمعى البصري، حيث ساهم

في هذه القفزة، الظروف الخارجية المحيطة بالبلد أكثر مما ساهمت الظروف الداخلية وخاصة ما أُصطلح عليه

بحركة "الربيع العربى" التي عاشتها الدول العربية وبرز الدور الهام للإعلام في تأجيج هذا الحراك الشعبى

وتمكنه من إسقاط إمبراطوريات عمرت لأكثر من (40) سنة، حيث سارعت الحكومة الجزائرية آنذاك إلى

احتواء الوضع بجملته من الإصلاحات السياسية والتي من بينها إصدار القانون العضوي للإعلام سنة 2012 هذا

القانون الذي أبدت فيه الحكومة نية محتشمة في فتح القطاع السمعى البصري أمام الملكية الخاصة بعد أكثر

من 27 سنة من الانفتاح الإعلامى وإلا أن الانفتاح الفعلى

للسمعي البصري لم يصرح به علنا إلا من خلال الخطاب الذي ألقاه رئيس الدولة آنذاك عبد العزيز بوتفليقة في نوفمبر 2011 الذي عبر فيه عن قرار فتح القطاع أمام الملكية الخاصة. كان مشروع القانون العضوي (05-12) الخطوة الحاسمة نحو الإعلام البصري الحر والبداية الأولى التي سمحت للجمهور الجزائري بعد طول انتظار بمشاهدة قنوات خاصة جزائرية عام 2011، وكانت أول قناة خاصة هي قناة الشروق التي ظهرت عام 2011، والتي تبث من عمان وقناة النهار التي بدأت بالبث بتاريخ 06 مارس 2012. ولم يقف المشروع عند هذا القانون العضوي للإعلام فحسب بل تعززت الساحة الإعلامية الجزائرية خلال سنة 2014 بقانون يعني بالنشاط السمعي البصري (50-14) بتاريخ 23 مارس 2014 الذي جاء لتثمين ومواصلة تجسيد المبادئ التي نص عليها القانون العضوي للإعلام 05-12 وهي الحق في الإعلام وحرية الصحافة، واستكمالاً لقانون السمعي البصري تم إصدار عدة نصوص قانونية بين سنتي 2015 - 2016 وهي: المرسوم التنفيذي رقم 137-15 الصادر بتاريخ 03 جوان 2015 المحدد لمبلغ التعويضات الممنوحة لرئيس وأعضاء سلطة الضبط السمعي البصري. المرسوم التنفيذي رقم 220-16 الصادر بتاريخ 17 أوت 2016 المحدد لشروط وكيفيات تنفيذ الإعلان عن الترشيح لمنح رخصة إنشاء خدمة سمعي بصري موضوعاتي المرسوم التنفيذي رقم 221-16 الصادر بتاريخ 17 أوت 2016 المتضمن دفتر الشروط العامة المحددة لقواعد خدمة البث التلفزيوني أو الإذاعي.

قرار وزاري مشترك بين وزارتي الاتصال والتجارة الصادر بتاريخ 19 أكتوبر 2016 المحدد القائمة صفقات المنتجات والخدمات التي يتطلب استيرادها السرعة في اتخاذ القرار. وما يمكن أن نستنتجه من هذه المرحلة هو أن سنة 2014 حملت معها جديدا طالما انتظره الجزائريين، حيث ولأول مرة يصدر قانون خاص ينعنى وينظم نشاط السمعي البصري، وما تبعه من إصلاحات وقوانين أنهت بذلك حقبة الاحتكار التي دامت أكثر من نصف قرن من الزمن.

وانطلاقاً مما سبق عرضه، فإن قانون السمعي البصري لعام 2014 يعتبر أهم مظهر من مظاهر التحول الديمقراطي في الجزائر، من خلال اجتهاد المشرع في فتح المجال السمعي البصري والذي يتطلب المزيد من التنظيم فيما يتعلق بنشاط القنوات الخاصة ونظام سيرها، لكنه للأسف يعتبر خطوة غير كافية مادام القانون معطوب بمعوقات

تحول دون تنفيذ بنوده بدقة، ولا يزال المشهد الإعلامي في تطور متزايد خاصة مع ما تشهده البلاد اليوم من تغيرات سياسية جذرية بداية من سنة 2019 والتي أضفت بضمها على النشاط السمعي البصري حيث يرى إعلاميون في الجزائر أن الحراك الشعبي الذي انطلق في 22 فيفري 2019، المطالب بالتغيرات السياسية في البلاد هو بادرة مرحلة جديدة من تاريخ الإعلام مرحلة قد تساهم في منح الصحافة في البلاد جرأة وهوامش حرية أوسع لم تكن متاحة قبل ذلك التاريخ. (مقال الإعلام 03-05-2019).

2- نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

دخلت الجزائر عام 2011 بحزمة من الإصلاحات السياسة المعلنة لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي فسخرت للقطاع الإعلام والاتصال الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي والتكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الإعلام في الجزائر، الأمر الذي تطلب وضع إطار قانوني والمتمثل في القانون العضوي (05-12) والذي يعد بمثابة شهادة ميلاد القنوات الإذاعية والتلفزيونية الجزائرية الخاصة. (رفيق بشيري: 1 جانفي 2013)،

حيث عرف المشهد السمعي البصري في الجزائر ثورة في القنوات الفضائية من خلال ظهور عدد من القنوات التلفزيونية تنوعت بين عامة ومتخصصة (إخبارية، فنية، اجتماعية، سياسة... إلخ) تبث برامج تتعلق بالجزائر بالدرجة الأولى، وكما ذكرنا سابقا فإن هذه القنوات مسجلة لدى وزارة الاتصال كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، فمعظمها يبث من الأردن، تونس، الإمارات، فرنسا، لندن وذلك نظر لعدم تحرير السلطة لمجال البث التلفزيوني واحتكارها له.

فقد جاءت هذه القنوات استجابة للتعطش الذي كان من قبل الجزائريين لرؤية قنوات جزائرية خاصة، بمضمون جزائري، يعكس ثقافتهم وينقل انشغالاتهم ويعبر عن واقعهم المعيشي، وينافس التلفزيون الجزائري الذي ظل يحتكر المشهد المرئي منذ أكثر من نصف قرن من الزمن، وقد تم السماح بإنشاء هذه القنوات التلفزيونية الخاصة منذ بداية 2011 في ظل

غياب نص قانوني ينص عن ذلك، وضلت تلك القنوات ناشطة إلى غاية إصدار قانون الإعلام لسنة 2012 الذي

صرح بذلك من خلال مادته 61، ليتم في عام 2014 إصدار أول قانون يحرر وينظم نشاط هذه القنوات ويحدد مهام سلطة الضبط السمعي البصري وبالتالي وجب أن نذكر ونحن بصدد تقصى تاريخ نشأة القنوات الخاصة في الجزائر أن نشاطها لم يقنن رسميا إلا بعد مرور 03 سنوات ولم تنصب سلطة السمعي البصري إلا عام 2015 بتعيين "ميلود شرفي" رئيسا لها ليتم استكمال بقية الأعضاء في 20 جوان 2016، كما لم يتم استكمال بقية النصوص التنظيمية المتعلقة بنشاطها إلا بتاريخ 17 أوت 2016 في ظل اعتماد ل 04 قنوات خاصة باعتبارها مكاتب تخضع للقانون الأجنبي. (بلحاجي وهيبة: تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر بعد 2014،)

ومن أبرز هذه القنوات التي تنشط في الساحة الإعلامية الجزائرية نذكر.

1- قناة الشروق T.7: هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق، انطلق البث التجريبي لها في عيد الثورة في الفاتح من نوفمبر 2011، وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي، حيث اتخذت مكتب لها في مقر الجريدة، وبدأت البث من عمان وبيروت ثم توسع إلى دبي والدوحة على النايلسات، بداية البث كانت على الساعة الصفر في يوم الأول من شهر نوفمبر 2011، احتفالا بالذكرى 57 لاندلاع الثورة المتزامن مع الذكرى 11 لتأسيس جريدة الشروق اليومي، أما الانطلاق الرسمي فقد كان بعد مرور 03 أشهر أي مع بداية سنة 2012- وتبث مضامين متنوعة.

2- قناة النهار T.7: قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار، انطلق البث التجريبي لها يوم 06 مارس 2012 حيث اتخذت القناة مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على القمر الصناعي النايلسات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وتبث مضامين تختلف بين نشرات إخبارية ورياضية واقتصادية، وقراءات الصحف اليومية وبرامج أخرى.

3- قناة نوميديا نيوز: هي قناة جزائرية إخبارية دولية انطلق بثها في شهر أكتوبر 2012 تتناول مختلف القضايا الراهنة في العالم وتتمتع بقدر من الاحترافية، لها مراسلين ومكاتب بمختلف دول العالم (فلسطين، أمريكا، مصر، سوريا، المغرب، الصحراء الغربية، تونس، ليبيا، الأردن، اليمن، بلجيكا، تركيا، فرنسا، بريطانيا، أسبانيا، الصين، كندا، الإمارات، لبنان، العراق، الجزائر، سويسرا). (Film and Audiovisuel Algérie, 2014, P42.)

4- قناة المغاربية: هي قناة حوارية وإخبارية خاصة تبث في الخارج ، تعمل على تسليط الضوء على مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، تهتم بالمواطنين في جميع الدول المغاربية، تأسست في نوفمبر 2011، وبدأت بالبث بتاريخ 16 /12 /2011 .

القناة الجزائرية: قناة جزائرية خاصة تبث على القمر الصناعي "أتلانتيك" بيرد 7"، انطلق بثها التجريبي شهر فيفري 2012، أما البث الرسمي فيوم 05 جويلية 2012، تقدم شبكة برامج متنوعة وثرية.

6- قناة دزاير T.V : انطلق أول بث لها في 15 ماي عام 2013 تبث برامج متنوعة وتستعمل اللغات الثلاث (العربية الفرنسية الأمازيغية).

7- قناة العصر T.V: هي إحدى قنوات مجموعة رشاد T.V وبدأت بثها في 11 جوان 2011، تهتم بشؤون المواطن الجزائري بكل فئاته الاجتماعية، وتهتم بالجوانب الحقوقية وخاصة حقوق المرأة .

8- قناة سميرة T.V : هي إحدى القنوات الخاصة التي تهتم بالطبخ كان أول بثها في شهر جويلية 2013، مفتوحة

7/7 أيام. و 24/24 ساعة وتعتبر أول قناة جزائرية مخصصة للطبخ.

9- قناة جرجرة: هي إحدى القنوات الخاصة بفئة الأطفال وتهدف إلى بث قيم وتقاليد المجتمع للطفل الجزائري، بدأت البث بتاريخ 01 جوان 2013، تزامنا مع اليوم العالمي للطفولة، ناطقة باللغة العربية.

10- قناة Beur T.V: هي قناة جزائرية خاصة تبث في الخارج كان أول بثها سنة 2003، وتقدم مضامين متنوعة، وتركز على الأحداث السياسية، وكما ذكرنا سابقا فإن هذه القناة تم غلقها في سنة 2011 نظرا لبعض المشاكل المالية ثم أعيد فتحها سنة 2014.

11- قناة البلاد: هي قناة جزائرية عامة تابعة للقطاع الخاص. شرعت في البث رسميا في 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية والبرامج الرياضية والثقافية والاجتماعية والترفيهية كما أنها تقدم نشرات إخبارية على رأس كل ساعة مديرها العام الحالي هو السيد يوسف جمعة ومقرها، 52 شارع ديدوش مراد العاصمة

- بالإضافة إلى العديد من القنوات الأخرى (الشروق نيوز، بنة tv التابعة لمجمع الشروق، الهدف ، index ، الأجرء ، أمل tv ..) و غيرها من القنوات الخاصة التي تنشط في الساحة الإعلامية ، إذ بلغ عدد هذه القنوات الخاصة بالجزائر حتى مطلع سنة 2018 بحوالي 60 قناة خاصة (د بلحاجي وهيبة: 2014، سبق ذكره)

3- دوافع وأسباب ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة: إن المتتبع للمشهد الإعلامي في الجزائر يدرك جيدا أن التطورات التي تحدث في هذا القطاع مرتبطة كل الارتباط بتطور الأحداث السياسية والاجتماعية والأمنية في البلد. حيث عرفت الجزائر تغييرات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية تمثلت في توجه البلاد نحو التعددية السياسية من خلال دستور 1989، والانفتاح الإعلامي الذي مس فقط الصحافة المكتوبة من خلال المادة 14 في قانون الإعلام العام 1990، وبقي كل التلفزيون والإذاعة تحت إدارة الدولة، لتعرف الدولة بعدها تدهور الوضع الأمني والاقتصادي أمام انحصار المشاهدة التلفزيونية في الجزائر آنذاك على القناة التلفزيونية الوطنية الوحيدة وعلى القنوات الفرنسية، بفضل الهوائيات المقعرة لتنافسها فيما بعد القنوات العربية والتي كانت أولها القناة التلفزيونية الخاصة المغاربية M2، التي أطلقت بتاريخ 4 مارس 1989، لتليها مجموعة من القنوات التلفزيونية العربية مثل MBC، والتي تبعتها ظهور العديد من الفضائيات العربية خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001.

لتأتي أحداث حركات التغيير التي شهدتها المنطقة العربية والتي يطلق عليها الاسم الإعلامي الربيع العربي " حيث لعبت هذه القنوات العربية دورا مهما في نقل الأحداث والمجريات فيما ضلت الجزائر غائبة في البث التلفزيوني الفضائي في منطقة المغرب العربي منذ التعددية الإعلامية ووجدت نفسها مستهلكة للقنوات الأجنبية خاصة أمام التنافس الإعلامي "القطري - السعودي" على الوطن العربي، وبقيت الصحف الخاصة في الجزائر

إلى غاية سنة 2011 من أهم قنوات تدفق المعلومات بكل حرية لمختلف التوجهات السياسية والحزبية، ليعرف المشهد الإعلامي في أواخر سنة 2011 لأول مرة في تاريخ الجزائر قنوات تلفزيونية خاصة ليثري قنوات تدفق المعلومات في المجتمع الجزائري وظهور ثاني منافس للصحف الخاصة مما سمح بدوره بتوسع دائرة النقاش السياسي.

ومما سبق عرضه، يتضح جليا أن ظهور هذه القنوات الخاصة جاء استجابة للتطورات الداخلية والخارجية على

الصعيد الاجتماعي والسياسي والأمني وعموما فإنه يمكن حصر بعض الأسباب المؤدية إلى ظهور القنوات الجزائرية الخاصة في ما يلي:

- تجسيد قانون السمعي البصري بعد انتظار الموافقة عليه ليضمن حرية التعبير وليفتح المجال لأول مرة السمعي البصري للقطاع الخاص في الجزائر.

- كسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الإعلامي بأكمله.

- تجسيد مبدأ الحرية الصحفية للبحث وجمع المعلومات لتجسيد ديمقراطية العمل.

- مواكبة التطورات الحاصلة في المجال الإعلامي لتتسع دائرة التعبير وعدم تقييدها في الإعلام.

- حماية القطاع الإعلامي من الغزو الإعلامي الأجنبي الذي لا يخدم لا الشعب ولا الدولة.

- زيادة رأسمال المستثمر بشكل عام وزيادة عدد الممولين في المجال الإعلامي بشكل خاص.

- ظهور سمات التخصص كأحد سمات المجتمع الإعلامي المعاصر.

- إظهار الكفاءات والقدرات الإعلامية للصحفيين متمكنين في المجال الإعلامي بالإضافة إلى فتح مناصب شغل تهم المواطن.

- نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين مما اضطر القائمين على الإنتاج الإعلامي الفضائي محاولة التعبير عن هذه الاهتمامات وتلبية الشباكات والاستجابة للمتطلبات الجمهور. (عبد الطيف شريف،

عبد الغني حاج مبارك : 2016 - 2017 ص. 17).

4- إيجابيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

تظهر إيجابيات هذه القنوات من خلال استقلاليتها وعدم قدرة الدولة على مراقبة النشاط الفضائي الخاص بها مما جعل هذه القنوات مؤشرا فعالا ومستقلا نسبيا تجاه الكثير من القضايا والمواقف، كما أنها قادرة على تشكيل رأي عام مستقل وداعم لما تطرحه من أفكار ومواقف.

وعموما يمكن أن نلخص بعض الإيجابيات التي عبر عنها النقاد لهذه القنوات الخاصة كالآتي:

- 1- ساهمت القنوات الجزائرية الخاصة في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن خاصة في مناطق الجزائر العميقة ونقل معاناة أهاليها وإسماع صوت المهمشين وإلقاء الضوء على انشغالات الفئات الدنيا والشرائح الاجتماعية الهشة.
- 2- يعتبر ظهور هذه القنوات في الساحة الإعلامية الجزائرية من أهم مظاهر التحول الديمقراطي الذي يعزز اجتهاد المشرع الجزائري في فتح وضبط المجال السمعي البصري.
- 3- منافسة القنوات الأجنبية، حيث ومن خلال تزايد عدد هذه القنوات الجزائرية الخاصة وجد المشاهد الجزائري نفسه ملتفا حولها نظرا لاهتمام هذه القنوات بالمعلومة الجوارية التي تمس بشكل مباشر المواطن وهو ما أدى بدوره إلى إحداث قطيعة مع القنوات الأجنبية خاصة، العربية منها. إذ أصبحت قناة الشروق والنهار والبلاد مؤخرا من أكبر القنوات مشاهدة خاصة في شهر رمضان.
- 4- إن تزايد عدد القنوات الخاصة في الجزائر هو إقرار الحق المواطن في الإعلام. والذي تسعى إليه الدولة من خلال تشجيع التعددية.
- 5- جاءت هذه القنوات لتعزيز وتقوية المنظومة الإعلامية في الجزائر في ضل المتغيرات الخارجية، حيث يعتبر الإعلام أداة من أدوات التأثير والتأثير في سياق تغيير موازين القوى في العالم حيث أن تحرير المجال السمعي البصري و السماح بإنشاء القنوات الخاصة استجاب لضرورة توفر البلاد على إعلام قوي كأهم ركيزة وكطرف في التأثير على مجريات الأحداث الإقليمية والدولية.
- وبالتالي تعزيز التواصل والثقة بين الدولة والمواطن، من أجل الدفاع عن الوطن والرد عن الحملات التضليلية التي تستهدف البلاد.
- 6- تشجيع الاستثمار في مجال الإعلام وخاصة الإعلام المرئي والمسموع الذي ضل سنوات محتكرا من طرف الدولة.
- 7- استقطاب الإعلاميين المميزين والحد من هجرتهم، فالاستثمار في مجال القنوات الخاصة وتوفير الرأسمال الكافي يستقطب الأسماء الكبيرة في مجال الإعلام.

- تنوع المضامين وظهور القنوات المتخصصة والتي ساهمت في الوصول كل شرائح المجتمع الجزائري، كالقنوات المتخصصة في الرياضة والإخبارية وقناة الطبخ، وقناة المرأة والطفل... إلخ (سعيد مداح، محمد قارش، العدد 39 سنة 2017، ص25).

- توفر هذه القنوات سوق عمل حرة وتوظف العديد من خريجي الجامعات والتقنيين بعدما كان التوظيف في التلفزيون الجزائري شبه مستحيل أصبح اليوم وبفضل انتشار هذه القنوات متاحا للعديد من طالبي العمل في هذا المجال.

5- سلبات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

رغم مجموع الإيجابيات التي نتجت عن انتشار هذه القنوات الخاصة في الساحة الإعلامية الجزائرية، ورغم أن ظهورها كان استجابة لتعطش الجزائريين لرؤية قنوات جزائرية خاصة بمضامين جزائرية موجهة لجمهور جزائري، تعبر عن رأيهم وتعكس واقعهم المعيشي بكل موضوعية، إلا أن العديد يرى أن هذه القنوات لم تأتي بجديد، وإنما لم تنجح سوى في استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا ومضمون ولقد خلصت الدراسة التي أجراها كل من الدكتور سعيد مراح ومحمد قارش المنشورة بمجلة الحقيقة للدراسات بتاريخ 16/02/2017 تحت عنوان " الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات " إلى مجموعة من النقائص التي أدت بالفضائيات الجزائرية الخاصة إلى هذا الوضع الغير محمود فيما يلي: (سعيد مداح، محمد قارش: ، ص 358).

1- غياب مؤسسات إعلامية متخصصة ذات تجارب سابقة فإن أولى المحاولات في السعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد كافي للانتقال من المطبوع إلى المرئي، مما شاب على تجاربها الكثير من القصور.

2- الفراغ القانوني في مجال القطاع السعي البصري في الجزائر مما أدى إلى الفوضى وعدم التنظيم وانعدام الهيكلة رغم صدور قانون الاعلام الجديد (12-05) وقانون السعي البصري (14-04) إلا أنهما يحملان جملة من الفجوات القانونية والعديد من العراقيل التي تعمل على تضيق الحرية على العمل الإعلامي.

3- ظهور هذه القنوات لم يحقق ففزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم جديدة فيما يخص حرية التعبير،

واحترافية الممارسة مما يجعل هذه القنوات تبدو أكثر كلاسيكية في الطرح أي أنها لم تمارس نوعا من القطيعة مع ممارسات المؤسسات العامة، كما لم تؤسس لقيم مهنية جديدة تبرهن استقلاليتها.

4- ضعف مصادر التمويل لهذه القنوات جعل منها تعتمد فقط على تسجيل البرامج وإعادتها، وأيضا الاعتماد على الصحفيين الذين تنقصهم الخبرة في المجال الإعلامي مما جعل هذه القنوات تجد صعوبة كبيرة في فرض وجودها في الساحة الإعلامية وجذب المشاهد الجزائري نحو شبكة برامجهم. (فتح الله فاكية:، 2016/2017، ص.37).

وأبدى الدكتور "أديب خضور" من وجهة نظره بعض السلبيات في القنوات الجزائرية الخاصة و التي يحصرها في:

5- افتقارها إلى امتلاك شخصية مميزة تستجيب للخصوصية المحلية واهتمامات الجمهور فقد ولدت هذه القنوات حاملة في ذهنها صورة النموذج الأصل (القنوات الأجنبية).

6- المبالغة في التركيز على اللوائح و القوانين و البيروقراطية و عدم المرونة و هو ما يؤدي إلى تخلف القنوات و عدم جماهيريتها .

7- مبالغتها في التركيز على الترفيه و ابتعادها عن القضايا التي تعم المواطن بحجة أن وظائفها للترفيه و التسلية.

الفصل الرابع

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- منهج الدراسة

يعتبر المنهج ضروري لأي بحث فهو الطريق الذي يتبعه الباحث من أجل الوصول إلى نتائج بطريقة علمية ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي للتعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه الأحداث السياسية في اثرء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية لأنه المنهج الأكثر استعمالاً من طرف الباحثين في مثل هذه الدراسات كونه يوصف الظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل الباحث في مجرياتها ويستطيع الباحث أن يوصفها ويحللها. والمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو المنهج المسحي الذي يعرف بأنه: استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى.

إن المنهج المسحي يساعدنا في دراستنا من خلال إسهامه في تقديم المعلومات حول ظاهرة الأحداث السياسية في اثرء المادة الإعلامية في القنوات الإخبارية الجزائرية ودراسة الظروف المحيطة به، وكذا تقديم تفسير للدور الذي ستقوم به القنوات الإخبارية الجزائرية تجاه هذا الوعي ومن ثم الوصول إلى استنتاجات.

2- مجالات الدراسة

تعتبر مجالات الدراسة خطوة مهمة وأساسية في البناء المنهجي لأي دراسة، ذلك أنها تساعد على تحقيق المعارف النظرية في الميدان، وتمثل مجالات دراستنا في ثلاثة حدود أساسية هي:

3- مجالات الدراسة :

- ✓ المجال البشري : اقتصرت هذه الدراسة على طلبة جامعة محمد بوضياف
- ✓ المجال المكاني : شملت الدراسة من حيث المكان جامعة محمد بوضياف المسيلة .
- ✓ المجال الزمني: أجريت الدراسة الميدانية خلال شهر ماي 2022

4- عينة الدراسة

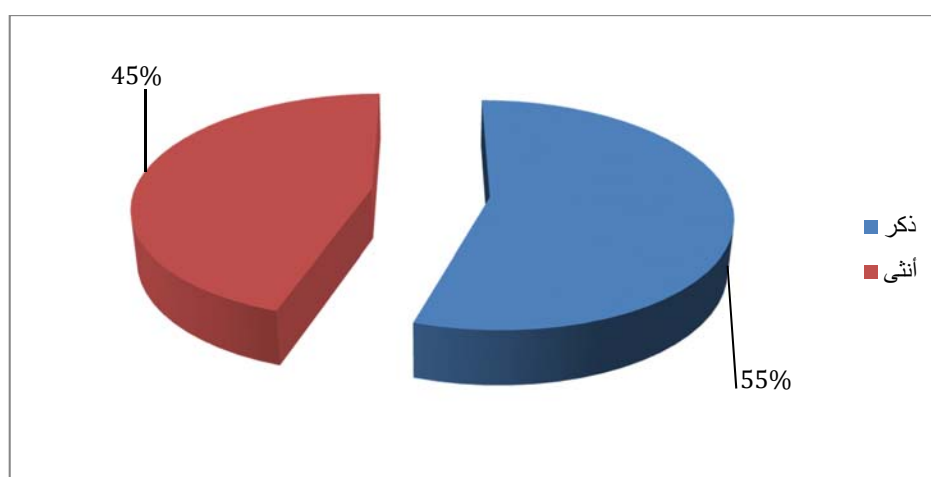
تم الاعتماد على العينة القصدية أو العمدية حيث يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثنا بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة كما أن الباحث يختار أفراد هذه العينة قصد اعتقاد منه بأنها تمثل مجتمع دراسته، إذ يكون حجم المفردات المختارة متناسبا مع العدد الكلي الذي يكون له نفس الصفات في المجتمع الكلي. وعليه فقد قدر حجم عينة دراستها ب(80) طالبا من طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة

والجداول الآتية توضح خصائص العينة

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
55%	44	ذكر
45%	36	أنثى
100%	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 80 فردا، نلاحظ أن 44 فردا يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 55%، أما حجم الاناث فقد بلغ 36 أنثى بنسبة قدرت بـ 45%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)

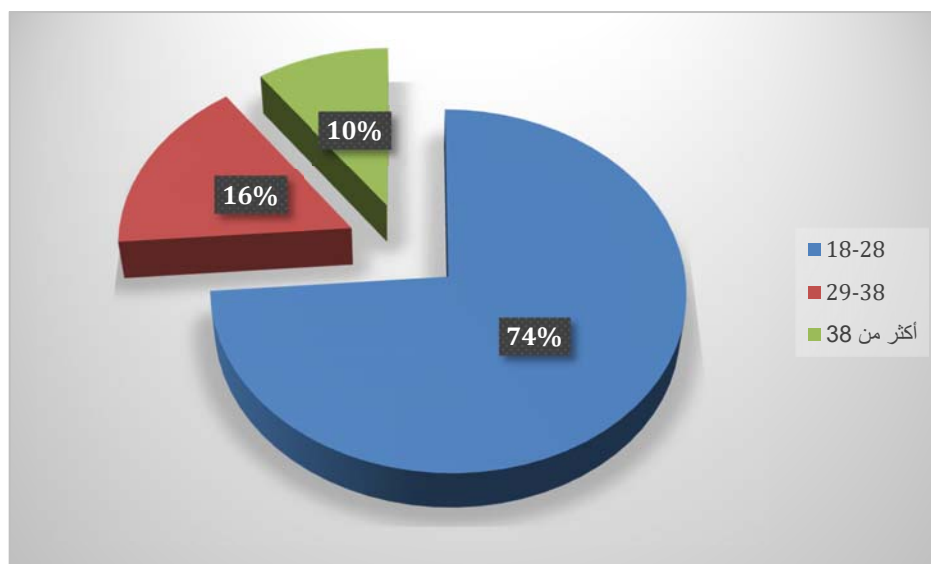


الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
74%	59	18-28
16%	13	29-38
10%	8	أكثر من 38
100%	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن الذين سنهم 18-28 سنة بلغ عددهم 59 أفراد بنسبة 74%، أما الذين يتراوح سنهم بين 29-38 فقد كان عددهم 13 بنسبة قدرت بـ 16%، وفيما يتعلق بالذين هم أكبر من 38 سنة فقد بلغ عددهم 8 فرداً بنسبة 10%، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (02)

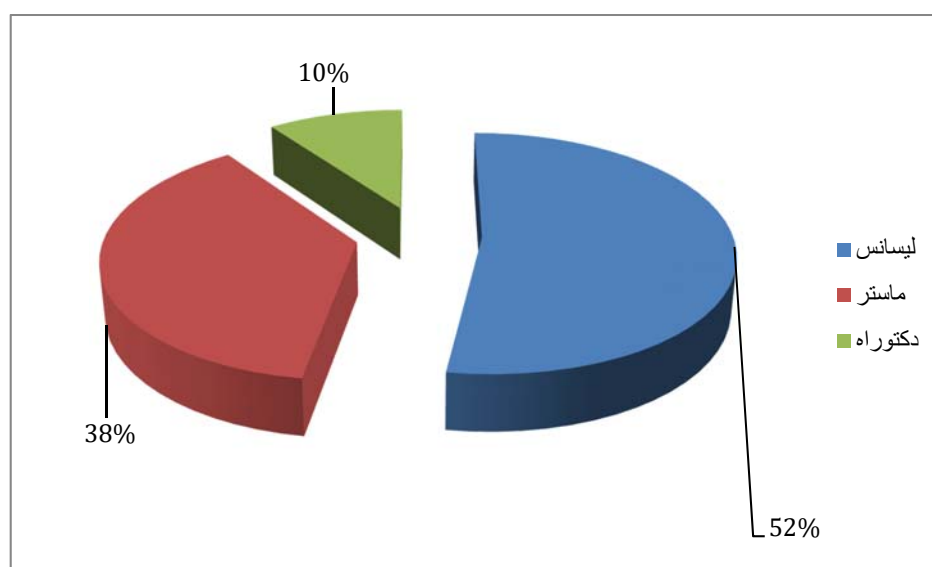


الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
52%	42	ليسانس
38%	30	ماستر
10%	8	دكتوراه
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 42 فرداً يمثلون ذوي مستوى ليسانس بنسبة بلغت 52%، أما ذوي مستوى ماستر فقد بلغ 30 بنسبة قدرت بـ 38%، أما ذوي مستوى دكتوراه فقد بلغ 8 بنسبة قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)



الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

5- أدوات جمع البيانات

إن الهدف الأساسي للبحث العلمي هو الإجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة، كما أن نجاح هذا البحث مرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات. وقد استخدمنا في دراستنا أدواتين أساسيتين لجمع البيانات هما الملاحظة والاستبيان:

✓ **الملاحظة بالمشاركة:** على اعتبارنا من عناصر المجتمع الأصلي للدراسة مما جعلنا على اتصال مباشر مع التلاميذ حيث سمحت لنا هذه الوضعية من ملاحظة السلوكيات وردود الفعل الميدانية المتعلقة بمتغيري الدراسة .

✓ **الاستبيان :**

لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لبعض طلبة جامعة المسيلة ، فقد صمم الاستبيان وهو عبارة عن نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه الى افراد من اجل الحصول على المعلومات حول موضوع الدراسة

ثانيا: الدراسة الميدانية

1- تحليل بيانات الدراسة الميدانية

المحور الاول: إقبال الطلبة على متابعة الفضائيات الجزائرية العمومية

السؤال رقم (1):

نص السؤال رقم (01) على: " هل ترى بان متابعتك لقناتك المفضلة قد ساهم في كشف الغموض القائم حول بعض القضايا السياسية لديك "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

بدائل الإجابة على السؤال رقم 01	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	50	%62	26,7	23,3	2	35.42	0,000	دال عند مستوى 0.01
احيانا	23	%29	26,7	-3,7				
نادرا	7	%9	26,7	-19,7				
الإجمالي	80	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (50) أفراد بنسبة مئوية بلغت %62، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " احيانا " والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ %29، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ %9، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 35.42 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

السؤال رقم (02):

نص السؤال رقم (02) على: " ما معدل مشاهدتك لقناتك المفضلة أثناء الأزمات السياسية " ، وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

بدائل الإجابة على السؤال رقم 02	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أقل من سنة	21	%26	26,7	-5,7	2	3.325	0,190	غير دال
من 1 ساعة إلى 2 ساعة	25	%31	26,7	-1,7				
أكثر من 2 ساعات	34	%43	26,7	7,3				
الإجمالي	80	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل " أقل من سنة " وقد بلغ عددهم (21) أفراد بنسبة مئوية بلغت 26%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " من 1 إلى 2 ساعة " والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 31%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من 3 ساعات " والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 43% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 3.32 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي

فليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

السؤال رقم (03):

نص السؤال رقم (03) على: " ما معدل مشاهدتك لقناتك المفضلة في اليوم " ، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل

إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
دال عند مستوى 0.01	0,000	97.97	2	-25,7	26,7	%1	1	أقل من ساعة
				-15,7	26,7	%14	11	من 1 ساعة إلى 3 ساعات
				41,3	26,7	%85	68	3 ساعات فما فوق
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم () نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل " أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (68) أفراد بنسبة مئوية بلغت 85%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " من 1 ساعة إلى 3 ساعات " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " 3 ساعات فما فوق " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 97.97 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي

فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

ان أغلب افراد العينة يقضون أكثر من 3 ساعات خلال تصفحهم للموقع وذلك بنسبة 68% وهو ما يفسر الاستخدام الكثيف والولوج الكبير المستغرق خلال عملية التصفح على الفيسبوك وهذا ما هو شائع في مجتمعنا.
السؤال رقم (05):

نص السؤال رقم (05) على: " هل ترى بان متابعتك لقناتك المفضلة قد ساهم في كشف الغموض القائم حول بعض القضايا السياسية لديك "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
دال عند مستوى 0.01	0,000	97.97	2	41,3	26,7	%85	68	نادرا
				-15,7	26,7	%14	11	احيانا
				-25,7	26,7	%1	1	نادرا
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (68) أفراد بنسبة مئوية بلغت 85%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " احياناً " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادراً " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم

اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 97.97 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%

السؤال رقم (06):

نص السؤال رقم (06) على: " هل تعتمد على قناتك المفضلة في الاطلاع على الأحداث السياسية المحلية «، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتكرر والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال عند مستوى ($\alpha=0.01$)	0000,	18.05	1	19,0	40,0	%74	59	نعم
				-19,0	40,0	%26	21	لا
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (59) فرداً بنسبة مئوية بلغت 74%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 26%، في وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 18.05 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة

ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% .

المحور الثاني: اعتماد الطلبة على البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

السؤال رقم (07):

نص السؤال رقم (07) على: " دائماً هل تتابع البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية العمومية"، وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 7
غير دال	0740,	3.20	1	-8,0	40,0	%40	32	نعم
				8,0	40,0	%60	48	لا
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (7) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، وفي وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 3.20 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

السؤال رقم (08):

نص السؤال رقم (08) على: " ما طبيعة البرامج السياسية التي تتابعها " ، وبعد المعالجة الإحصائية

تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
دال عند مستوى (α=0.01)	0,000	11.34	3	00	20	%25	20	البرامج السياسية الحوارية
				1-	20	%23,75	19	البرامج السياسية الإخبارية
				21	20	%51,25	41	البرامج السياسية الساخرة أو الهزلية
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة المجيبين على السؤال

السابق بنعم والبالغ عددهم إجمالاً (19) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في

الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل " البرامج السياسية الحوارية " وقد بلغ عددهم

(20) أفراد بنسبة مئوية بلغت %25، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل " البرامج السياسية الإخبارية " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ %23,75، أما المجموعة

الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " البرامج السياسية الساخرة أو الهزلية " والبالغ

عدددهم (41) بنسبة مئوية قدرت بـ 51,25%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 11.34 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

السؤال رقم (09):

نص السؤال رقم (09) على: " ماهي طبيعة القضايا السياسية التي تثير اهتمامك في هذه البرامج "

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 9
دال عند				17,0	40,0	%71	59	محلية
مستوى ($\alpha=0.01$)	0000,	14.45	1	-17,0	40,0	%29	23	دولية
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (9) بالبديل "دولية" وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 29%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محلية" والبالغ عددهم (57) بنسبة مئوية قدرت بـ 71%، في وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 14.45 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى

الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%
نص السؤال رقم (10) على: " ماهي الغاية من مشاهدتك للبرامج السياسية "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
غير دال	0,655	0.200	1	-2,0	40,0	%47	38	استقاء المعلومات السياسية
				2,0	40,0	%53	42	متابعة أداء أجهزة الحكومة
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل " استقاء المعلومات السياسية " وقد بلغ عددهم (38) فرداً بنسبة مئوية بلغت 47%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متابعة أداء أجهزة الحكومة " والبالغ عددهم (42) بنسبة مئوية قدرت بـ 53%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 0.20 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%

المحور الثالث العلاقة بين اعتماد الطلبة على البرامج السياسية و اثرها المادة السياسية لديهم ؟
السؤال رقم (11):

نص السؤال رقم (11) على: " هل يمكن اعتبار البرامج السياسية الفضائيات الجزائرية الخاصة مصدر هام لاستقاء المعلومات السياسية "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

بدائل الإجابة على السؤال رقم 11	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	49	%61	26,7	22,3	2	39.77	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	3	%4	26,7	-23,7				
محايد	28	%35	26,7	1,3				
الإجمالي	80	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (49) أفراد بنسبة مئوية بلغت %61، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ %4، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ %35، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 39.77 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً

بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

السؤال رقم (12):

نص السؤال رقم (12) على: " هل ترى البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة مساهمة للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية

"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقوع والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
غير دال	0,449	1.60	2	-2,7	26,7	%30	24	نعم
				5,3	26,7	%40	32	لا
				-2,7	26,7	%30	24	نوعا ما
				////	%100	80	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (24) أفراد بنسبة مئوية بلغت 30%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نوعاً ما " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 1.60 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق

دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%

السؤال رقم (13):

نص السؤال رقم (13) على: " هل ساعدك الفيسبوك في تكوين صداقات خارج وولابتك."، وبعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
دال عند مستوى (α=0.01)	0000,	28.80	1	-24,0	40,0	%20	16	نعم
				24,0	40,0	%80	64	لا
				/////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (64) بنسبة مئوية قدرت بـ 80%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 28.80 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%

السؤال رقم (14):

نص السؤال رقم (14) على: " هل سبق وان دفعتك مشاهدتك للبرامج السياسية إلى زيادة اهتمامك بقضايا على حساب أخرى "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
دال عند مستوى 0.01	0,000	29.57	2	,335	26,7	%77,5	62	نعم
				,714-	26,7	%15	12	لا
				,720-	26,7	%7,5	6	نوعا ما
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (62) أفراد بنسبة مئوية بلغت 77,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نوعا ما " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 7,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 29.57 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال

إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%

من ناحية تكوين الصدقات أفضل شيء في هاته سن والتي تعتبر سن مراهقة هي تكوين الصداقة التي تتكون بينهم الثقة خاصة في عالمهم الافتراضي

السؤال رقم (15):

نص السؤال رقم (15) على: " هل ساهمت البرامج السياسية في إزالة الغموض عن بعض المفاهيم

السياسية ، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
دال عند مستوى (α=0.01)	0000,	14.45	1	17,0	40,0	71%	59	نعم
				-17,0	40,0	29%	23	لا
				////		100%	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (59) فرداً بنسبة مئوية بلغت 71%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 29%، في وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 14.45 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%

السؤال رقم (17):

نص السؤال رقم (17) على: " هل تعتقد بان اعتمادك على البرامج السياسية، قد أثر بشكل ما على أرائك وتوجهاتك السياسية "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 17
دال عند مستوى 0.01	0,000	39.77	2	22,3	26,7	%61	49	نعم
				-23,7	26,7	%4	3	لا
				1,3	26,7	%35	28	نوعا ما
				////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (49) أفراد بنسبة مئوية بلغت 61%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نوعاً ما " والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ .

39.77 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%

السؤال رقم (18):

نص السؤال رقم (18) على: " هل تدفعك متابعتك للبرامج السياسية للانخراط في أحزاب معينة "،

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
دال عند مستوى ($\alpha=0.01$)	0000,	45	1	30,0	40,0	%87	70	نعم
				-30,0	40,0	%13	10	لا
				/////		%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (70) فرداً بنسبة مئوية بلغت 87%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 13%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 45 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا

($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

خاتمة

اولنا من خلال دراستنا هذه، التعرف على دور البرامج السياسية الفضائيات الجزائرية الخاصة، في إثراء المادة الإعلامية ، وكان اختيارنا لهذا الموضوع انطلاقا من كون القنوات الجزائرية الخاصة حديثة النشأة، وكذلك المجال السياسي الذي أصبح هام في حياتنا اليومية

حيث توصلت هذه الدراسة إلى الغالبية يتابعون هذه البرامج السياسية بصفة غير منتظمة، نظرا لارتباطاتهم الدراسية وانشغالهم غالبا بالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، إلى أنه ورغم المتابعة الغير منتظمة، فقد أكد أغلبية المبحوثين من خلال الدراسة الميدانية أن هذه البرامج السياسية دفعتهم إلى الاهتمام بقضايا على حساب قضايا سياسية أخرى، وساهمت في كشف غموضهم حول العديد من القضايا، وكذلك تكوين اتجاهات سياسية عديدة

وفي الأخير نستطيع القول بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة لها دور معتبر في كشف الغموض حول العديد من القضايا خاصة ذات الطابع السياسي، وكذلك إثراء رصيدهم المعرفي في المجال السياسي، إلى انه تبقى هذه البرامج التي تعرضها القنوات الجزائرية الخاصة، في نظرنا بعيدة نوعا ما عن مستوى وتطلعات البرامج الغربية والعربية ، لذا على هذه الفضائيات الخاصة التطوير و التثقيف في هذه البرامج السياسية، وهو الأمر الذي يخلق انتباه سياسي كبير مما يدفع سواء الطلبة أو المواطن البسيط أن يجول في عالم السياسة ويكون له دور ورأي سياسي.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب

1. إسماعيل بشري جميل، الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية، ط 1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2012.
2. إياد أبو عرقوب ، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، الأردن، دار البداية ناشرون وموزعون، 2012
3. حسن عماد مكاوي، لىلى حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة 2008، 7
4. زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991
5. سعد لبيب، العرب و أقمار البث التلفزيوني، دط، القاهرة ، العربي للنشر و التوزيع، 2001.
6. سهيل رزق دىاب: مناهج البحث العلمي، مكتبة سمير منصور للطباعة والنشر والتوزيع، غزة، فلسطين، 2015.
7. شكري عبد المجيد صابر، وموسى عبد الرحيم حلس، الوعي الاجتماعي العربي الفلسطيني تحلىل سوسولوجي في ضوء مفاهيم وقضايا علم اجتماع المعرفة، ط1، غزة فلسطين، دار المنارة، 2002
8. صبري بديع عبد المطلب الحسيني، الوعي السياسي في الريف المصري، ط، برلين ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي طارق سيد أحمد الخليلي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008،
9. طه احمد الزيدي و آخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع و فئاته، ط1، الأردن، دار النفائس.
10. عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها، وأخلاقياتها، الإسكندرية، دار الإيمان للطباعة، 2006
11. عبد الرحيم درويش ، مقدمة إلى علم الاتصال، الناشر عالم الكتب، القاهرة، الطبع 1، 2012
12. عبد الرزاق الدليمي ، وسائل الإعلام والطفل، الطبعة 1، دار المسيرة، 2012
13. عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام و الطفل، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
14. عبد الرؤوف يوسف، مناهج علوم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية طبعة 1 الجزائر 1994
15. عبد الفتاح أبو المعال، اثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال و تثقيفهم، د ط، عمان، دار الشروق للنشر

- و التوزيع، 2006 .
16. علي عبد الفتاح علي، الإعلام و التنشئة الاجتماعية، تط، عمان، دار الأيام للنشر و التوزيع، 2013 18
- علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي و السياسي، عمان الأردن، دار اليازوري العلمية، 2014
17. علي كنعان، تخطيط و تنظيم البرامج الإعلامية، الطبعة العربية، عمان الأردن، دار الأيام للنشر و التوزيع.
18. فارس عطوان، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، ط 1 ، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع.
19. فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته و مقومات نجاحه، ط 1 ، القاهرة، دار الفجر للطباعة والنشر 22. فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، ط 1، الأردن ، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2010 الإنسانية والاجتماعية، دار
20. كمال محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الثقافة للنشر والتوزيع، دط، عمان، 2011 .
21. عبد الرحيم درويش ، مقدمة إلى علم الاتصال، الناشر عالم الكتب، القاهرة، الطبع 1، 2012
22. عبد الرزاق الدليمي ، وسائل الإعلام و الطفل، الطبعة 1، دار المسيرة، 2012
23. عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام و الطفل، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
24. عبد الرؤوف يوسف ، مناهج علوم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية طبعة 1 الجزائر 1994
25. عبد الفتاح أبو المعال، اثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال و تثقيفهم، دط، عمان، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2006 .
26. علي عبد الفتاح علي، الإعلام و التنشئة الاجتماعية، تط، عمان، دار الأيام للنشر و التوزيع، 2013 18
- علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي و السياسي، عمان الأردن، دار اليازوري العلمية، 2014
27. علي كنعان، تخطيط و تنظيم البرامج الإعلامية، الطبعة العربية، عمان الأردن، دار الأيام للنشر و التوزيع.
28. فارس عطوان، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، ط 1 ، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع.
29. فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته و مقومات نجاحه، ط 1 ، القاهرة، دار الفجر للطباعة والنشر 22. فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، ط 1، الأردن ، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2010 الإنسانية والاجتماعية، دار كمال محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الثقافة للنشر والتوزيع، دط، عمان،

- 2011
30. محمد حيدر الشيخ، صناعة التلفزيون في القرن العشرين، د ط، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب
31. محمد عبد الجبار خندقجي، نواف عبد الجبار خندقجي، مناهج البحث العلمي منظور تربوي معاصر، عالم الكتاب الحديث، ط1، الأردن، 2012
32. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، دار عالم الكتب، 1997.
33. مسعود ضيف ليندة، الإعلام الإخباري في الفضائيات، ط 1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع،
- 2015
34. نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، ط 1، دار، الجزائر، هومة للنشر، 1998
35. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، القاهرة، 2006،الدار المصرية اللبنانية.
36. هناء السيد، الفضائيات و قادة الرأي، دط،، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع، 2005

الرسائل الجامعية

1. إمام شكري إبراهيم القطان، الإعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين، مذكرة ماجستير، الإسكندرية، دار الإسكندرية للكتاب، 2009 .
2. رمضان بلعمري، قطاع السمعى البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تكنولوجيايات واقتصاديات وسائل الإعلام، الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، 2011/2012
3. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة ماجستير في التخطيط و التنمية السياسية، نابلس، جامعة النجاح الوطنية، 2015
4. شىرىن حربي جميل الضراني، دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، مذكرة تكميلية لنيل الماجستير في دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، 2010
5. صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية

الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، جامعة بيرزيت أنموذجاً.