

## بناء الأجنحة في الاعلام التليفزيوني الجزائري دراسة وصفية لحالة الفضائيات الخاصة

Building the agenda in Algerian television media  
a descriptive study of the situation of private satellite channelsكريمة كاف<sup>1</sup>

جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة -

Karima.kf12@gmail.com

تاريخ الوصول 2019/04/07 القبول 2020/11/23 النشر على الخط 2021/01/30

Received 07/04/2019 Accepted 23/11/2020 Published online 30/01/2021

## ملخص :

تركز هذه الدراسة على إحدى أهم نظريات الاعلام والاتصال و هي نظرية وضع الأجنحة أو ترتيب الأولويات ، و هي من بين النظريات التي ركزت في بداياتها على قوة تأثير وسائل الاعلام في الجمهور من خلال بناء اهتماماته ، و فرض قضايا معينة في ترتيب سلم أولوياته لكن بعد تطور وسائل الإعلام ، و تعدد المنابع الإعلامية ظهر مفهوم جديد وهو بناء الأجنحة مما وجه الحديث عن وجود عدة عوامل يمكن لها أن تؤثر على ترتيب الوسيلة الاعلامية لأولويات القضايا أو الموضوعات و سنحاول الوقوف على بعض هذه العوامل و مدى تأثيرها في بناء جدول موضوعات الفضائيات الجزائرية الخاصة .

**الكلمات المفتاحية :** الجزائر ، السمعى البصرى ، الفضائيات الخاصة ، بناء الأجنحة ، قانون الاعلام .

**Abstract :**

This study focuses on one of the most important theories of media and communication, the theory of setting the agenda or prioritizing. It is one of the theories that focused in its beginnings on the strength of media influence in the public by building its interests and imposing certain issues in the order of priorities, The development of the media and the multiplicity of sources of media The emergence of a new concept is the construction of the agenda, which led to talk about the existence of several factors that can affect the order of the media means of priority issues or topics and we will try to identify some of these factors and the impact on the construction of the table topics of Algerian private satellite .

**Key words:** Algérie, audio-visuel, private satellite, building agenda, media law.

## مقدمة:

عرفت الجزائر مؤخرا صدور قانون جديد ينظم المشهد الإعلامي وهو الثالث منذ الاستقلال ، فبعد قانون 1982 والذي كرس للحزب الواحد في مجال امتلاك وسائل الإعلام جاء قانون 1990 وهو وليد دستور 1989 واعتبرت الكثير من الرؤى أن هذا القانون هو قفزة نوعية وخيالية للارتقاء بالعمل الإعلامي وتنظيمه حيث فتح المجال أمام الخواص لإنشاء الجمعيات وإصدار النشريات في ضل جملة من الشروط والقيود لكن أبقى هذا القانون باب السمعى البصري مغلقا في وجه الاستثمار الخاص وبالتالي كان القانون لصالح وسيلة دون وسائل أخرى ومنذ تولي عبد العزيز بوتفليقة رئاسة الجمهورية أبدى اهتماما كبيرا بقطاع الإعلام عموما والسمعى البصري على وجه الخصوص كما أكد على أن حرية التعبير أصبحت ضرورة لا مناص منها وأنها مسألة وقت فقط ، تأتي هذه التصريحات في وقت عرف العالم ظهور تكنولوجيات جديدة وتطورات تقنية سريعة في مجال العمل الإعلامي لاسيما منها الانترنت وبروز عصر السموات المفتوحة وما قدم للجمهور من خدمات اتصالية وإعلامية .

فكان تنويج وعود الرئيس في 2012 بإصدار قانون إعلام جديد فتح المجال لحرية امتلاك القنوات السمعية و السمعية البصرية ، وعلى غرار القانون السابق له الذي أقر بالسلطة التي تنظم الجهاز وتسهر على الارتقاء بالعمل الإعلامي أو ما أسماه بالمجلس الأعلى للإعلام والذي لم يعش طويلا جاء قانون 2012 بهيئة جديدة ومستقلة هي الأخرى وهي سلطة ضبط السمعى البصري التي منح لها الدور الكامل في السهر على حرية النشاط السمعى البصري وموضوعيته والحياد والشفافية في طرح القضايا وترقية اللغات الوطنية واحترام مبادئ وقيم المجتمع الجزائري ، كما جاء على لسان الوزير الأول عبد المالك سلال<sup>(1)</sup> كيصدر بعد ذلك قانون فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعى البصري.

## 1- البث الفضائي في الجزائر :

**1-1- تعريف الفضائيات التلفزيونية :** بعد هذا الانفراج في المشهد الإعلامي الجزائري الملاحظ للواقع سيجد مجموعة كبيرة من المحطات التلفزيونية والتي وصلت إلى حوالي 60 قناة 5 فقط معتمدة من طرف الدولة والبقية تدعي أنها جزائرية لكن يبدو أن المستثمرين الخواص رفعوا من قيمة وسيلة إعلامية دون أخرى فمالوا كل الميل نحو الاستثمار في القنوات التلفزيونية دون الإذاعية.

يعرف عمر ناصر الفضائيات التلفزيونية بأنها : "قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان ، وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي بمسافات بعيدة ، تحول دون إتقاط البث بلا وسيط " .<sup>(2)</sup> طبقا لهذا التعريف يمكن القول أن الفضائيات التلفزيونية هي نتيجة عمل الأقمار الصناعية التي تستقبل البث من محطة أرضية وترسله إلى أجهزة الاستقبال وليس بالضرورة إلى أماكن بعيدة.

<sup>1</sup>www.radioalgerie.dz/news/ar/aticle/2016062/81223.htm 1

<sup>2</sup> . محمد جاد أحمد، الاعلام الفضائي وآثاره التربوية، العلم والأبحاث للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008، ص 19.

يعرفها الفوزان بأنها: "عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها".<sup>(1)</sup> ارتبط هذا التعريف بعمل الأقمار الصناعية عند بث العرض التلفزيوني.

وعرفها القحطاني سالم بأنها: "تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد، وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها من خلال طبق خاص".<sup>(2)</sup>

حصر هذا التعريف الفضائية التلفزيونية في الترددات التي تستقبلها من الفضاء الخارجي عن طريق جهاز استقبال معين. ويقصد بالفضائيات التلفزيونية على مستوى هذه الورقة البحثية هي جميع القنوات التي تستقبل من الفضاء الخارجي بواسطة جهاز استقبال وتبث عبر التلفزيون الذي يعتبر وسيلة اتصال جماهيرية يقدم برامج مختلفة عامة ومتخصصة وفي كافة المجالات. أما الفضائيات التلفزيونية الجزائرية فهي كل القنوات الفضائية ذات التجربة الجديدة، موجّهة للجمهور الجزائري وتختص بمضامين اجتماعية، اقتصادية، سياسية وثقافية فهي قنوات جزائرية عمليا، لكنها قنوات أجنبية قانونيا، ورغم أنها تنتج برامجها داخل الجزائر إلا أنّ بث مضامينها الإعلامية يكون إنطلاقا من الخارج كالأردن - عمان - قطر... إلخ.

## 1-2- مراحل تطور الإعلام التليفزيوني في الجزائر:

\* المرحلة الأولى 1962-1980 : في هذه المرحلة وبعد بسط السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون في 28 أكتوبر 1962 استمرت الإذاعة الجزائرية مشكلة مع التلفزيون المؤسسة الأم التي تمثل قطاع السمعي البصري في عهد الاستقلال إلى أن صدر قانون 157/62 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 ليمدد العمل بالتشريع الذي كان معمولا به إبان فترة الاحتلال<sup>(3)</sup>، وبموجب مرسوم 01 أوت 1963 وضعت الإذاعة والتلفزيون تحت وصاية وزارة الإعلام، ليسند لها فيما بعد وبموجب مرسوم 09 نوفمبر 1967 أداء مهام الخدمة العمومية وقد سهرت على إعداد وبث برامج باللغتين الوطنيتين ( العربية والقبائلية ). وكذا باللغات الأجنبية ( الفرنسية، الإنجليزية، الإسبانية)<sup>(4)</sup> ، أما فيما يخص التغطية فمن عام 1962 إلى 1966 كانت تتراوح ما بين 30 بالمائة إلى 40 بالمائة من مساحة التراب الوطني<sup>(5)</sup> ، وقد تم خلال هذه الفترة وبالضبط في 1967 إلغاء سريان النصوص القانونية الفرنسية في مجال الإعلام، وقد عبر رئيس مجلس الثورة هواري بومدين عن أسباب إلغاء القوانين الفرنسية لاحقا في 27 ديسمبر 1973 بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع، ومما جاء في خطابة بخصوص هذا الموضوع ما يلي: ( أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية، وأن يتم تشييد الاشتراكية على أساس قوانين معدة أساسا لحماية الاقتصاد الرأس مالي )<sup>(6)</sup>، خلال فترة السبعينات أنشئت عدة محطات الربط والتوزيع بحيث أصبح شمال البلاد يستطيع مشاهدة

<sup>1</sup> سعيد ابرادنتشة، الاستمالات الاقناعية في الاعلان المتلفز، ماجستير، تخصص علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص59

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص60

<sup>3</sup> خليفة بن قارة، الاذاعة الجزائرية كما رايتها و اراها، منشورات السانحي، الجزائر، 2013، ص54

<sup>4</sup> محمد شلوش، الاذاعة الجزائرية، النشأة و التطور، منشورات الاذاعة الجزائرية، 2014، ص9

<sup>5</sup> خليفة بن قارة، مرجع سبق ذكره، ص59

<sup>6</sup> محمد شطاح، السمعي البصري في التشريع الاعلامي الجزائري، قراءة في القوانين و المشاريع، دراسة منشورة، ص3

التلفزيون سنة 1970 وأنشئت محطات بسوق أهراس ومغنية 1972 ، وفي سنة 1975 محطات بالمدينة ومشرية وبحلول سنة 1976 أصبح 95 % من التراب الجزائري يشاهد التلفزيون ثم 97% سنة 1978 ، وزيادة على هذا فقد أنشئت داران جامعتان للراديو والتلفزيون بقسنطينة وهران بحيث يمكن تبادل البرامج بين العاصمة وهاتين البلديتين ، كما أنشئت محطة أخرى للاتصال بالخارج بواسطة الأقمار الصناعية لتسهيل عملية الاتصال بين الشمال والجنوب<sup>(1)</sup> .

ويمكننا القول أن السلطات القائمة يومئذ لم تهتم بالتشريع الإعلامي إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون 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<sup>(2)</sup> .

**\*المرحلة الثانية 1980-1990** لم تشهد هذه المرحلة سن قوانين واضحة تنظم العمل الإعلامي وخاصة السمعي البصري عدا قانون 1982 ، والذي يعتبر أول قانون للإعلام في الجزائر رغم أنه لم يأت بالجديد عدا تكريسه لسيطرة الحزب الواحد على مختلف الوسائل الإعلامية باعتبار الجزائر بلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث يقوم على أساس الملكية الجماعية لوسائل الإعلام وأن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني.

في سنة 1986 شهدت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إعادة هيكلة تمخضت عنها أربع مؤسسات مستقلة ؛ وهي المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة ، المؤسسة الوطنية للتلفزيون ، المؤسسة الوطنية للبريد الإذاعي والتلفزيوني ، والمؤسسة الوطنية لإنتاج السمعي البصري .

كما عرفت الجزائر في هذه الفترة هجرة لجملة من الأقلام والصحفيين ذوي الكفاءة بسبب الكبح الذي مارسته الدولة الجزائرية لحرية التعبير والصحافة واستمر الوضع الإعلامي على حاله إلى غاية 1989 .

**\*المرحلة الثالثة 1990 - 2012** : قبل الحديث عن هذه الفترة تجدر الإشارة إلى أن الجزائر عرفت عدة تحولات سياسية اقتصادية إعلامية ؛ كانت بدايتها بإصدار دستور 1989 الذي نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي ل يتم بعد ذلك صدور قانون الإعلام 1990 الذي أكد على ما جاء به الدستور من خلال إقراره على حرية إنشاء وإصدار الصحف المستقلة أما القطاع السمعي البصري فقد كان حكرا على الدولة وتحت وصايتها حيث تؤكد المادة 14 على أن "إصدار النشرات حر غير انه يشترط لتسجيله ورقابة صحته تقديم تصريح مسبق في ظرف لا يقل عن ثلاثين يوما من صدور العدد الأول ... " <sup>(3)</sup> .

في حين جاءت المادة 56 توحى بأن الحرية لا تمس القطاع السمعي البصري حيث نصت هذه المادة على ما يلي: " يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام للشروط تعدده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام " <sup>(4)</sup>

<sup>1</sup> فؤاد شعبان ، عبيدة صبطي ، تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجيااته الحديثة ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2012 ، ص 145-146

<sup>2</sup> محمد شطاح ، السمعي البصري في التشريع الاعلامي الجزائري ، مرجع سبق ذكره ، ص 4

<sup>3</sup> قانون الاعلام ، الامانة العامة للحكومة ، رئاسة الجمهورية ، 1990 ، ص 4

<sup>4</sup> المرجع السابق ، ص 12

- وقد جاء المرسوم التنفيذي رقم 91|101 ليؤكد الطابع الحكومي والعمومي للمؤسسة باعتبارها مؤسسة للخدمة العمومية تتضمن كل النشاطات كالإعداد والإثراء والإنتاج و التوزيع للبرامج على كامل التراب الوطني لأجل غايات محددة وهي الإعلام والتثقيف والترفيه، و على المؤسسة ضمان تعددية واستقلالية المعلومة وتشجيع الاتصال الاجتماعي المعد من قبل الحكومة والهيئات التابعة لها<sup>(1)</sup>.
  - وفي نفس الإطار يجب أن تقوم بالمهام والوظائف الآتية:
  - تغطية كل نشاطات الحكومة
  - تغطية الحملات الانتخابية
  - نقل مناقشات البرلمان
  - تغطية نشاطات الأحزاب السياسية والجمعيات والنقابات
  - بث وتغطية البرامج ذات الطابع الثقافي والديني
  - بث البرامج ذات الطابع المتخصص كالأحوال الجوية
  - بث الأشرطة الوثائقية والتحقيقات والمجلات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة<sup>(2)</sup>.
  - ويحدد دفتر الشروط الحصص سنويا على الشكل التالي:
  - 40 % للبرامج الوطنية
  - 30 % من البرامج في مجال الخيال يجب أن تكون وطنية
  - 60 % من هذه البرامج يجب أن تكون ناطقة باللغة العربية أو مدبلجة
  - 10 % من الإنتاج السينمائي يجب أن يكون وطنيا
  - 50 % من الإنتاج السينمائي الذي يعرض يجب أن يكون ناطقا بالعربية، أو مدبلجا إلى هذه اللغة<sup>(3)</sup>.
- ومن أهم الإنجازات التي حققتها المؤسسة العمومية للتلفزيون مع بداية التسعينات إنشاء قنوات تعبر الحدود وتكون أداة التواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج ولهذا كان ميلاد قناة Algérie Canal في أكتوبر 1994، وقد بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على السابعة مساء، وما هي إلا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عربسات وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998 تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 2002/07/05<sup>(4)</sup>، وقد تم إنشاء هذين الفضائيتين لدوافع عديدة نذكر منها:

<sup>1</sup> محمد شطاح، اشكالية الهوية و الحوار مع الآخر في الفضائيات العربية، مجلة البحوث و الدراسات الانسانية، سكيكدة، ع2007، ص2، ص425-426

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص426

<sup>2</sup> سلامي سعيداني، ليلي فقيري، التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الاعلام السمعي البصري -التلفزيون الجزائري نموذجاً-، ملتقى العمل الاعلامي بين

الخدمة العمومية و الضغط المهني و متطلبات الاستثمار الاقتصادي، جامعة غيليزان، ص26-27 أكتوبر 2016

<sup>4</sup> سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع و التحديات، مجلة الحقيقة، ع39، جامعة ادرار، 2017، ص349

-دوافع ذات بعد سياسي :تحسين صورة البلاد بعدما عايشته من جراء ظاهرة الارهاب التي عرف العالم فيما بعد بأنها ظاهرة عابرة للقارات ولا جغرافية لها ومنه فإن تحسين صورة الجزائر في العالم كان أحد الأولويات السياسية بغية تعريف العالم بأن ما يجري في الجزائر ليس بحرب أهلية بل هو إرهاب<sup>(1)</sup>

-دوافع ذات بعد اعلامي :الرد على الهجمات الاعلامية الشرسة التي كانت تنشرها بعض القنوات الأجنبية ضد الجزائر ،وما زاد في حدة الوضع هو استقبال البرامج الأجنبية في الجزائر ،ومعناه أن المشاهد الجزائري داخل الوطن كان على غرار الجزائري الذي في المهجر يتعرض لما تبثه هذه القنوات الأجنبية من أحداث و مغالطات مبالغ فيها حول الوضع السياسي و الأمني في الجزائر .

-دوافع ذات بعد ثقافي:تتمين روابط الهوية بين الجالية المغتربة و الوطن الأم ،و التعريف بالعادات و التقاليد الجزائرية و تسويقها للخارج.

-دوافع ذات بعد تنموي :ترقية السياحة الجزائرية من خلال ما تقدمه من مضامين اعلامية ريبورتاجات ،وثأقيات ،...تعرف بالثروات السياحية التي تزخر بها الجزائر من عمق صحرائها و روعة سواحلها و عراقاة أصالتها و إرثها التاريخي و الحضاري.<sup>(2)</sup>

ثم إنشاء القناة الأمازيغية وقناة القرآن الكريم هذه الأخيرة تأسست عام 2009 مواكبة بذلك انتشار التخصص في الفضائيات ،وفي نفس الوقت محاولة المؤسسة العمومية تلبية مختلف الأذواق.

\*المرحلة الرابعة 2012-الى الآن:بداية هذه المرحلة كان بإصدار قانون الإعلام 2012 وفتح الباب لإنشاء قنوات سمعية بصرية خاصة حيث ظهرت على الساحة الإعلامية الجزائرية حوالي 60 قناة تلفزيونية تنشط في مجال العمل السمعي البصري حتى أن قانون السمعي البصري 2014 الذي تحدث عن إنشاء سلطة ضبط السمعي البصري وكيفية عملها وتنظيمها هذه الأخيرة أقرت أنه من بين 60 قناة تلفزيونية هناك فقط 5 قنوات معتمدة وتعمل وفقا للقانون الساري المفعول لكن هناك ملاحظتين حول المستثمرين الجزائريين في هذا القطاع وهما :

- ظهور فضائيات تحمل نفس أسماء عناوين جرائد وهذه سابقة من نوعها لم تحدث في أي بلد آخر
- عدم الاهتمام بإنشاء محطات إذاعية مسموعة حيث توجد فقط بعض الإذاعات الالكترونية لكنها غير واضحة المعالم وغير مؤطرة من طرف إعلاميين كما أن الكثير من الجمهور الجزائري لم يسمع بها بتاتا .

## 2-نظرية ترتيب الاولويات :

**2-1- مفهوم ترتيب الأولويات:**عبارة عن عملية اتصال جماهيرية و تفاعلية تتأثر خلال حدوثها ما بين الوسيلة الاعلامية و الجمهور بالمؤثرات الاجتماعية الثقافية السياقية التي يتم في إطارها هذا الاتصال ،و هذه العملية ليست أحادية الاتجاه من الوسيلة الاعلامية لجمهورها ،بمعنى أن هناك ارتباط بين حجم تغطية وسائل الاعلام لهذه القضايا و معدلات هذه التغطية ،و بين الأهمية التي يوليها جمهور وسائل الاعلام لتلك القضايا ،حيث تتضمن عملية التعرض للوسائل زيادة وعي الجمهور و إدراكه

<sup>1</sup>فتيحة مام ،السياسة التلفزيونية الخارجية للجزائر من 1994-2010 ،دراسة تحليلية للفضائيتين قناة الجزائر و الجزائرية الثالثة ،ماجستير ،جامعة الجزائر 2012،3،ص97

<sup>2</sup> نورالدين تواتي ،الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ،دار الخلدونية ،الجزائر ،2009،صص 144-145

للقضايا التي يتم تناولها في تلك الوسائل، و من ثم زيادة المعلومات حولها الأمر الذي ينعكس على تحديد سلوك الجمهور في النهاية<sup>(1)</sup>.

**2-2-تعريف نظرية ترتيب الأولويات:** تعرف على أنها العملية التي تقوم بها الهيئات و المؤسسات التي تقدم الأخبار و المعلومات باختيار و التأكيد على قضايا و أحداث و مصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، و معالجة هذه القضايا و تناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات و أولويات المسؤولين الحكوميين و متخذي القرار و الصفوة<sup>(2)</sup>.

فمن خلال ما سبق تبين لنا بوضوح إن وضع الأجندة يعني عبارة عن عملية ترتيب القضايا من طرف المؤسسة الإعلامية و إعطاء أهمية لقضية دون أخرى و ذلك من خلال التغطية المستمرة وتقديمها بقوالب معينة، و يتأثر هذا الترتيب بالسياسة الإعلامية للمؤسسة حيث تحاول من خلال هذا التقديم جذب اهتمام الجمهور نحو قضية معينة أو حدث دون آخر .

ويعد ليمان **W.Lippmen** في كتابه الشهير "public opinion" و من خلال عنوان فصوله "العالم الخارجي و الصور في اذهاننا" أول من تحدث عن تأثير وسائل الاعلام على ترتيب أولويات الرأي العام.

و يعتبر شو و ماكوبس أول من قام بدراسة فرضية وضع الأجندة و التي مفادها أن هناك ارتباط إيجابي بين جدول وضع القضايا لوسائل الإعلام و جدول وضع القضايا لدى الجمهور أي أولويات الجمهور حيث افترض شو و ماكوبس أنه عندما تركز وسائل الإعلام على حدث معين فإنها تدفع الجمهور للنظر إلى هذا الحدث باعتباره هاماً<sup>(3)</sup>.

و معنى ذلك أنه حين تخصص وسائل الإعلام معظم الوقت أو المساحة لتغطية قضية معينة فإن الجمهور سينظر إلى تلك القضية على أنها الأهم، وتذكر ديفلر أن هناك عدة باحثين درسوا عددا من المتغيرات المتداخلة لفهم الاختلافات بين وسائل الإعلام منها على سبيل الحصر دور الاختلافات الفردية و تأثير الطبقات الاجتماعية في عملية إعداد جدول قضايا النقاش<sup>(4)</sup>

و قد مرت أبحاث وضع الاجندة عبر تطورها على مدى أكثر من أربعين عام بمراحل متعددة: <sup>(5)</sup>

المرحلة الأولى: تأثير التغطية الاخبارية على إدراك الجمهور لأهمية القضايا و تمثل جذور النظرية  
المرحلة الثانية: اختبرت الشروط الملائمة التي تعزز أو تحد من وضع الأجندة و الأدوار المقارنة لوسائل الاعلام المختلفة و المصطلحات التقنية مثل "الحاجة للتوجه" كتنفس نفسي لوضع الأجندة .

المرحلة الثالثة: اهتمت بالكشف عن صور المرشحين و اهتماماتهم السياسية.

<sup>1</sup> أحمد زكرياء احمد، نظريات الاعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام و جمهورها، المكتبة العصرية، 2009، ص 9-10

<sup>2</sup> نسرين محمد عبه حسونة، نظريات الاتصال، شبكة الاولوكة، 2015، ص 54

يوسف تمار، وضع الاجندة -دراسة في ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الاعلامية في المجتمع الجزائري، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004-2005<sup>3</sup>، ص 12

<sup>4</sup> ميلفن ديفلر، ساندرابول وروكتيش، نظريات الاتصال، ص 367

هبة شاهين، معايير بناء اجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الراي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية و الخاصة-دراسة في القائم بالاتصال-، دراسة

<sup>5</sup> منشورة، ص 6

المرحلة الرابعة : بحلول الثمانينات انتقلت البحوث إلى مرحلة بناء الأجندة بالتركيز على مصادر أجندة الوسيلة الاتصالية و بذلك انتقلت بحوث الأجندة من متغير مستقل إلى متغير تابع ، و استبدل السؤال من يضع أجندة الجمهور و تحت أي ظروف؟ بالسؤال من يضع أجندة الوسيلة؟

فتميزت المرحلة الرابعة بالبحث في الكيفية التي توضع بها أجندة وسائل الاعلام مما يتطلب التعامل مع المؤثرات الثقافية و الاجتماعية و الادارية و المهنية المسؤولة عن وضع أجندة الوسيلة أو ما يطلق عليه الباحثون بناء الأجندة ليشير إلى العمليات المؤثرة في تحديد أولويات وسائل الإعلام

و يعد مختار التوهامي أول من تناول دور الصحافة في ترتيب أولويات الرأي العام في الوطن العربي حين قال أن الصحافة بحق هي واضحة جدول المناقشات اليومية للجماهير و هي بفضل اختياراتها لما ينشر و لا ينشر تعد سلاحا فعالا في تكوين الرأي العام و توجيهه.

## 2-3-فرضية نظرية وضع الاجندة :

إن الفرض الرئيسي في معظم الدراسات الخاصة بوضع الأجندة هو "الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام و ترتيب أجندة الجمهور بالاهتمام بالقضايا الإعلامية " أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا و الموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه وسائل الإعلام لهذه القضايا و الموضوعات<sup>(1)</sup>

## 2-4- أنواع بحوث الأجندة :

حدد شاو ومارتن أربعة أنواع لقياس ترتيب الأولويات وهي<sup>(2)</sup>:

- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور وأولويات واهتمامات وسائل الإعلام اعتمادا على المعلومات التجميعية  
- نموذج يركز على مجموعة من القضايا ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي

- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور انطلاقا من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر  
- نموذج يدرس قضية واحدة وينطلق من الفرد كوحدة التحليل.

## 2-5-العوامل المؤثرة على بناء أجندة الفضائيات الجزائرية الخاصة :

ظهرت مجالات بحثية حديثة لدراسة ترتيب الأولويات أطلق عليها بناء الأجندة Agenda Building و هي عملية تجميعية يؤثر فيها كل من وسائل الاعلام و الحكومة و المواطنين بعضهم في بعض حيث يهتم مدخل بناء الأجندة بدرجة كبيرة بمعرفة كيف تصبح الموضوعات قضايا و ذلك عكس دراسات وضع الأجندة التي تهتم بالعلاقة بين وسائل الاعلام و الجمهور و قد سمح هذا الاتجاه الجديد في استخدام النظرية في بحوث الاتصال الجماهيري في مجالات غير المجال الاخباري الذي انحصرت فيه لمدة طويلة ، و انتقلت دراسات ترتيب الأولويات مع ظهور هذا الاتجاه الحديث من متغير مستقل إلى متغير تابع و استبدل السؤال من يضع أجندة الجمهور؟ بالسؤال من يضع أجندة الاعلام؟

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، 2000، ص275

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي ، نظريات الاعلام ، الدار العربية، 2009، صص192-193

فالدراسات الحديثة أصبحت تركز على مفهوم جديد و هو بناء الأجندة و سنقف في هذا الطرح عند بعض العوامل التي ذهب الكثير من الباحثين إلى أنها تؤثر بشكل واضح في بناء الأجندة الاعلامية محاولين في الوقت نفسه إسقاطها على الفضائيات الجزائرية الخاصة :

**\* العوامل الخارجية:** و يقصد بذلك مختلف المؤثرات الخارجة عن نطاق المؤسسة أين يستلزم على المؤسسة مراعاتها أثناء بناء أجندها و أهم هذه العوامل:

**-السلطة السياسية:** إن السلطة السياسية و بممارسة السلطة و الحكم و القانون فإنها تفرض على المؤسسات الاعلامية في تمرير رسالتها و نشر خطابها بما يتماشى و أفكارها و نشر بدل القيم المتعارف عليها فتصبح الوسيلة الاعلامية مجرد أداة تنساق و سياسة السلطة بما ينشر وما لا ينشر ، وذلك عن طريق :التشريع ،التمويل الرقابة<sup>(1)</sup>

● التشريع :يشير الدكتور **فاروق أبو زيد** في كتابه "النظم الصحفية في الوطن العربي" أن النظام السلطوي يسيطر على الأنظمة العربية و أن جميع الدول العربية تفرض الرقابة على الصحف بطريقة أو بأخرى و رغم التطورات التي شهدتها الفضاء الاعلامي العربي خلال العقدين الآخرين بفضل الطفرة التكنولوجية في عالم الاتصال و انتشار الفضائيات العربية و سيادة العولمة في المجال الثقافي و الاعلامي و الاتصالي إلا أن النظام الاعلامي العربي و إن تغير في الشكل بعض العمليات الجراحية التجميعية بقي في المضمون على حاله في قبضة الحاكم<sup>(2)</sup> ، و ما يقال على الدول العربية يقاس به على الجزائر.

و يلاحظ **محمد قيراط** أن الدول العربية أخذت قوانينها و تشريعاتها الاعلامية من التشريعات المستمدة من المبادئ الاستبدادية و التي طبقت غالبيتها في القرن 19 و بداية القرن 20 في الدول الاستعمارية مثل فرنسا بريطانيا ايطاليا<sup>(3)</sup> ، و الملاحظ لقانون السمعى البصري 2014 يرى فيه تقييد واضح للقطاع الخاص المستثمر في السمعى البصري حيث أشارت المادة الخامسة من قانون السمعى البصري أن خدمات الاتصال السمعى المرخص لها تتشكل من القنوات الموضوعاتية فقط ، و حسب المادة السابعة من ذات القانون والمتعلقة بتحديد المفاهيم فإن قناة موضوعاتية يقصد بها برامج تليفزيونية أو سمعية تتمحور حول موضوع أو عدة مواضيع و لا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال<sup>(4)</sup>.

و حسب بعض الاعلاميين فهذا إجحاف في حق الحرية في انتاج البرامج و توزيعها لتلبية أذواق أكبر قدر ممكن من الجمهور كما أن البث التليفزيوني الموضوعاتي سيكبل الجميع و لن يترك مساحة للتعبير الحر و الجاد المتنوع ، و هي في ذات السياق مقيدة للإبداع و لا تستخدم جميع الأنواع الصحفية و في كامل القطاعات ، و على اعتبار جمهور هذا النوع من البث هو جمهور متخصص وبالتالي يؤثر بطريقة مباشرة على مداخل القناة بسبب نقص الاعلانات حيث يسعى المعلن في أغلب الأحيان إلى مخاطبة كل الشرائح و ليس فئة محددة مما سيدفعه إلى التوجه إلى الاعلام العام و الذي هو في هذه الحالة اعلام عمومي ،لذا قد

<sup>1</sup> جيهان أحمد رشتي ،الدعاية و استخدام الراديو في الحرب النفسية ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،1985،ص 78

<sup>2</sup> محمد قيراط ،حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر ،مجلة جامعة دمشق ،المجلد 19، ع 2003، ص 115-116

<sup>3</sup> المرجع السابق ص 115

<sup>4</sup> الامانة العامة للحكومة ،قانون السمعى البصري ،الجريدة الرسمية،ع16،المطبعة الرسمية ،الجزائر،2014

يعود حقيقة سن هذه المادة الى إبقاء التلفزيون العمومي اعلاما عاما وحيدا في الساحة الاعلامية الجزائرية و في قطاع السمعي البصري.

وقد بادرت مؤخرًا وزارة الاتصال في 17 سبتمبر 2018 بفتح باب الترشح لإنشاء قنوات تلفزيونية موضوعاتية في بيان لها جاء فيه "يمكن للمؤسسات وهيئات و أجهزة القطاع العمومي و الشركات الخاصة الخاضعة للقانون الجزائري الترشح لفتح قنوات تلفزيونية موضوعاتية، و يتعلق الأمر بسبع قنوات يمكن أن تنشط في مجال الثقافة، الشباب، الطبخ، الاكتشافات، المسلسلات، الترفيه بالإضافة إلى الرياضة"<sup>(1)</sup>، مع العلم أن من مجموع القنوات الموجهة للجمهور الجزائري فقط 5 فضائيات لديها مكاتب معتمدة في الجزائر، أما الغريب في هذا البيان أن عدد القنوات الخاصة هو سبعة فقط و كأن الفائزين بهذا العقد هم محددون مسبقًا.

إذن يمكن للدولة توجيه المضامين الاعلامية في الفضائيات الخاصة بما يخدم توجهاتها و بالتالي التأثير على أجندتها و طريقة طرحها للقضايا مستغلة في ذلك المواد و النصوص القانونية.

● التمويل: يعد الدعم الحكومي و عائدات حقوق استعمال و استقبال الاذاعة و التلفزيون "الرسوم" و كذا الاعلانات التجارية أهم مصادر التمويل بالنسبة للمؤسسات الاعلامية التلفزيونية و الاذاعية لكن تختلف حصيلة هذه المصادر من حيث نوع المؤسسة الاعلامية عمومية أو خاصة ففي الجزائر تعتبر مساهمة الدولة و الاتاوة المحصلة من الرسوم شبه الضريبية هما الموردان الأساسيان لمؤسسة التلفزيون العمومي لتبقى موارد الاشهار مصدر تمويل ثانوي في حين تعتمد الفضائيات التلفزيونية الخاصة بدرجة كبيرة على الاعلانات التجارية مما سبب ازعاجا للمؤسسة العمومية للتلفزيون حيث صرح وزير الاتصال أن مداخيل الاشهار قد تراجعت لهذه المؤسسة منذ ظهور الفضائيات الخاصة و منافستها القوية للمؤسسة العمومية .

رغم هذا يبقى الاشهار كمصدر واحد ووحيد للتمويل إشكالية بالنسبة للمؤسسة هذا ما يجعلها تبحث عن التمويل من أجل البقاء فحسب مدير و مؤسس وكالة "ميديا اند سيرفي" فإن مداخيل الإعلان لا تمثل إلا 40% من ميزانية القنوات العمومية في حين يأتي الباقي من إعانات الدولة، وحسب رأيه فإن سوق الاعلان في الجزائر عرفت تطورا ملحوظا و ذلك بسبب ظهور قنوات تلفزيونية خاصة جديدة و تخفيض أسعار الاعلان فيها إضافة إلى مجهود وكالات الإعلان إلى تضاعف عدد المعلنين في الجزائر لكن و على الرغم من هذا التطور إلا أنه يبقى ضعيفا مقارنة بالشقيقتين تونس و المغرب<sup>(2)</sup>.

كما أن الدولة تحضر لقانون الاشهار منذ 1999 لكن في كل مرة يؤجل مناقشة هذا القانون، ويشاع حاليا أن الدولة تخطط لمنع الاشهار العمومي عن المؤسسات الاعلامية الخاصة مما قد يؤثر سلبا على هذه الاخيرة، حيث سبق وأن واجهت صحف خاصة على غرار صحيفة الوطن و الخبر متاعب مستمرة بسبب شح الاعلانات خاصة بعد أن حرمتا من الاعلانات الحكومية منذ 1996 لخطها المعارض، كما مارست السلطة ضغوطات مستمرة على الصحف الخاصة واستغلت في ذلك الديون التي تراكمت على هذه المؤسسات لصالح المطبعة العمومية.

<sup>1</sup> www.radioalgerie.dz

<sup>2</sup> جازية سليمان، الفضائيات الخاصة بالجزائر - اعتماد على الدولة و تقليد للصحافة المكتوبة، موقع العربي الجديد، 25/10/2017

و تدفع القنوات التلفزيونية الخاصة التي تبث برامجها من الخارج للأقمار الصناعية أموالا باهضة لكن بعد إطلاق القمر الصناعي الجزائري الكوم سات 1 والذي قال عنه الرئيس عبد العزيز بوتفليقة "سيمكن مختلف المؤسسات الوطنية عمومية و خاصة من الاستفادة من خدمات كانت حكرا على المؤسسات الأجنبية و كان الحصول عليها يتطلب دفع مبالغ مالية باهظة بالعملة الصعبة بذلك سيتاح لبلادنا تحقيق استقلالها في هذا المجال الحساس ..."<sup>(1)</sup>، و قد انطلق رسميا الخميس المصادف للفتح نوفمبر 2018 بث القنوات التلفزيونية و الاذاعية العمومية و كذا شريط وكالة الأنباء الجزائرية عبر القمر الصناعي الجزائري للاتصالات الكوم سات 1<sup>(2)</sup>

قد يكون هذا القمر ايجابي من ناحية تقليص نفقات الفضائيات الخاصة لكنه قد يصبح سلبيا إذا ما استغلته السلطة للضغط على هذه الفضائيات و التحكم في برامجها و نوعيتها مما قد يؤثر على خطتها الافتتاحي لينعكس مباشرة على بناء أجندها الاعلامية فالدولة يمكن أن تستغل هذا القمر كما استغلت المطابع العمومية سابقا.

و يرى الاعلامي سامي سي يوسف رئيس التحرير المركزي في قناة الشروق تي في أن هناك تعسفات كثيرة في نظرة المثقفين الجزائريين إلى التجربة التي انطلقت فجأة و من غير أسس قانونية، وفي ظل منظومة إشهارية تقوم على الاحتكار الحكومي مما جعل القدرة المالية لكثير من القنوات أقرب إلى العجز منها إلى الاستطاعة مع ذلك استطاع قطاع واسع من هذه القنوات أن يستقطب جمهورا كبيرا يساهم في صناعة رأي عام جديد و يمارس الضغط على المؤسسات الحكومية و يبرز كثيرا من المواهب و الطاقات الشبابية في المجالات المختلفة.<sup>(3)</sup>

● الرقابة: تعرف الرقابة على أنها محاولة التحكم في محتوى بعض الأخبار المحددة التي لها علاقة بمصالح الشعب أو مصالح شخصية و تتعدد طرق تطبيق الرقابة فقد يكون بالحذف أو إعادة الكتابة أو منع نشر العمل أو سحبه أو سجن صاحب العمل.

و تعتبر الرقابة أحد الأساليب التي تتبعها الدولة للضغط على المؤسسات الاعلامية الخاصة مما قد يؤثر على بناء أجنده هذه المؤسسات و تأخذ هذه الرقابة صورا متعددة :

-رقابة على النشر أو الاذاعة

-رقابة بعد النشر و قبل التوزيع

--و هذان الشكلان يهدفان إلى الرقابة أو المنع

-رقابة بعد التوزيع و هذا الشكل يهدف إلى الردع أو الجريمة<sup>(4)</sup>.

و يظهر نتائج الرقابة في عدة أشكال آخرها غلق القناة أو توقيف إنتاج برامج و نذكر في هذا الصدد برنامج "ناس السطح" وبرنامج "كي حنا كي الناس" لقناة KBC "الخبر" حيث حقق برنامج "ناس السطح" نجاحا كبيرا واحتل المراتب الأولى في نسب المشاهدة من ضمن البرامج التي عرضت في رمضان لكن سرعان ما تم توقيف البرنامج من السلطة بعد مدهمة قوات الدرك

<sup>1</sup> www.radioalgerie.dz

<sup>2</sup> المرجع السابق

<sup>3</sup> عبد عبد الرزاق بوكبة، الفضائيات الجزائرية كيف يراها المثقفون ، <https://www.ultrasaut.com>

<sup>4</sup> ليلي عبد المجيد، التشريعات الاعلامية، 2005، ص15

الوطني لمركز التصوير الخاص به؛ مبررة ذلك بأن أصحاب البرنامج يملكون رخصة لإنتاج برنامج اجتماعي لكنه في الأصل برنامج سياسي، و بالتالي ضرورة الحصول على رخصة لإنتاج برنامج سياسي و يقع حاليا في السجن مسؤولان في قناة "كي بي سي" رفقة مسؤولة في وزارة الثقافة بسبب تسجيل البرنامجين السابقين في حين أرجع البعض سبب توقيف البرنامجين للقضية التي رفعتها وزارة الاتصال ضد المجمع عقب بيعه لرجل الأعمال "سعيد ربراب" و هو المعروف بمعارضته للحكومة .

وبالتالي الدولة لا تسمح لأي كان بإنشاء فضائية رغم وجود أكثر من خمسين فضائية جزائرية تعمل دون ترخيص، لكن غلقها لقناة الوطن و زج بمديرها في السجن بتهمة فتح قناة دون ترخيص لدليل واضح على أن أعين السلطة مفتوحة على ما تبثه هذه القنوات حتى ولو كانت أجنبية الجنسية فهي موجهة للجمهور الجزائري أو بمعنى أصح الرأي العام الجزائري. كما غلقت السلطات الجزائرية قناة الأطلس في أبريل 2014 بسبب النقل المفرط لنشاط حركة "بركات" المناهضة لترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لولاية رابعة.

و يرى متابعون أن النظام يمارس سياسة الرقابة و التضيق على وسائل الاعلام الخاصة سعيا منه إلى الإبقاء على التليفزيون الحكومي كبوق دعاية لصالح سيادته، كما يوجد بعض الفضائيات الخاصة و لكنها بشعار "مع السلطة".

### - قيم المجتمع و عاداته :

تشكل قيم المجتمع و عاداته و تقاليده أحد أهم العوامل المؤثرة على بناء أجندة وسائل الاعلام و نحن هنا بصدد الحديث عن مجتمع محافظ يبحث دائما عن البرامج العائلية المحترمة، و الحديث عن هذا يقودنا للوقوف على البرامج ذات الطابع الاجتماعي التي تبث عبر فضائياتنا الخاصة، والتي هي مجرد نسخة عن برامج غربية و أخرى عربية حققت نجاحا و جماهيرية لدى الجزائريين ما استدعى ببعض القنوات الاقتداء بها، و اتباع أسلوبها في طرح المشاكل العائلية الخاصة و محاولة فك النزاعات على غرار برنامج "افتح قلبك" و "احكي حكايتك" لقناة "الشروق" فالبرنامج الأول نسخة عن برنامج "عندي ما نقلك" التونسي الذي يلقي شعبية و جماهيرية واسعة لدى الجزائريين لكن الذي لم تراعيه فضائياتنا أن طبيعة المجتمع الجزائري غير المجتمع التونسي حيث يبقى طرح مثل هذه القضايا لدى الجزائريين محل أخذ و رد إذ يرى البعض أن مثل هذه البلاطوهات أصبحت تنشر غسيل العائلات و تكشف أسرارها بشكل مثير، مما قد يؤثر على عائلية هذه البرامج و في ذات السياق دعا السيد ميلود شرفي رئيس سلطة ضبط السمعي البصري إلى عدم استغلال المشاكل الشخصية و العلاقات بين الأفراد في المجتمع و العائلة في البرامج الاجتماعية حفاظا على عادات و تقاليد و قيم الأسرة و المجتمع الجزائري ...

من خلال ما سبق يبدو أن قيم المجتمع و خصائص الجمهور بشكل خاص يجب أن تأخذها الفضائيات الخاصة أثناء تغطيتها لمختلف القضايا و خاصة الاجتماعية التي عادة ما تمس مباشرة ثقافة المجتمع و قيمه و عاداته و تقاليده.

### \* عوامل داخلية :

- **السياسة الاعلامية للمؤسسة** : تعرف السياسة الاعلامية على أنها مجموعة المبادئ و المعايير و القواعد التي تحكم توجه سلوك الأنظمة الاعلامية، والتي عادة تشتق من شروط الايديولوجيا السياسية و القيم التي تركز إليها في بلدها. <sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> حميد حسن حامد الدليمي، التخطيط الاعلامي المفاهيم و الاطار العام، دار الشروق، عمان، 1998، ص73

و تمثل السياسة الاعلامية عنصرا من العناصر المحددة للقيم الاخبارية و العوامل المؤثرة فيها ، حيث تتجلى السياسة الاعلامية لأي مؤسسة اعلامية في قيمتها الاخبارية. (1)

و بالتالي فإن السياسة الاعلامية للمؤسسة أو ما يسمى بالخط الافتتاحي له تأثير واضح على عملية انتقاء المواضيع و طريقة عرضها و توصيلها للجماهير ، و هذا يعني أن للسياسة الاعلامية دور في بناء أجندة وسائل الاعلام.

**- ملكية المؤسسة الاعلامية :** إن مالكي وسائل الاعلام سواء كان المالك حكومة أو قطاعا خاصا له تأثيره على ما يقرؤه الناس أو يسمعه أو يشاهدهه بالإضافة إلى سيطرتهم على مضمون الوسائل الاعلامية فإذا كانت ملكية عمومية فأكد ستوجهها الدولة لخدمة مصالحها ، و تحسين صورة السلطة الحاكمة ، و هو حال التلفزيون العمومي الجزائري ، أما الفضائيات الخاصة فالوضع يختلف ؛ فنظرا لأن وسائل الاعلام الخاصة يحكمها اعتبارات كثيرة أهمها رأس المال و الربح و المصالح الخاصة و خضوعها لاعتبارات السوق إلا أنها أيضا تخضع في كثير من الأحيان إلى السلطة بناء على المصلحة و يتحول خطابها أيضا مع تغيير السلطة و تتبدل مواقفها و تتحكم في العاملين فيها بالفصل أو منع نشر أو بث محتوى معين. (2)

فمالك المؤسسة الاعلامية سيحاول دائما تحقيق الربح المادي من خلال جذب أكبر قدر ممكن من الجمهور وبالتالي يصبح محل اهتمام المعلنين ، كما يسعى في نفس الوقت إلى كسب رضا السلطة حتى يضمن مصادر المعلومة بهدف الربح ، خاصة إذا تحدثنا عن الحكومات العربية فمالك المؤسسة هو مستثمر أكثر منه إعلامي.

**- انتماءات الصحفيين و اتجاهاتهم:** يمثل الكادر البشري عصب المؤسسة باختلاف مجالاتها ، و لكن أهميته أكثر في المؤسسات الاعلامية إذ نجد مثلا المؤسسة الاقتصادية سيكون العامل مساعد للآلة و الإدارة مطبق للقانون أما الاعلامي أو الصحفي فهو يقوم بإنتاج فكري ، وبالتالي ستتجلى اتجاهاته في هذا المحتوى سواء بقصد أو بدون قصد.

## خاتمة:

يتأثر القطاع الاعلامي في أي دولة كباقي القطاعات بالتحويلات السياسية و الاقتصادية الداخلية ، وهو ما حدث في الجزائر لكن مع الاعلام المكتوب فقط إذ تأثر المجال السمعي البصري بالتحويلات الخارجية حيث بعد اندلاع الثورات الشعبية في بعض البلدان العربية الشقيقة وهو ما اصطلح عليه بالربيع العربي سارعت الدولة الجزائرية إلى إجراء بعض التعديلات منها رفع حالة الطوارئ و فتح السمعي البصري أمام الخواص بعد أن كان حكرا على الدولة ، لكن هذه التعديلات هي ظاهرة أكثر حيث تضغط الدولة على معظم الفضائيات الخاصة و المعارضة لها مستخدمة في ذلك عدة سبل أهمها غلق الاستديوهات و حرمانها من الإشهار ... و هذا ما قد يؤثر على حرية الاعلام بمفهومها الأصح حيث لجأت بعض هذه الفضائيات إلى دعم النظام و تأييده للحفاظ على تواجدتها في الساحة الاعلامية الجزائرية.

و في انتظار التحرير المالي و السياسي و القانوني التام لقطاع السمعي البصري في الجزائر و برمجته على المنافسة الحقيقية يبقى المشاهد الجزائري إما خاضعا للأمر الواقع و إما لاجئا الى القنوات الأجنبية ، و التي لا تتوفر معظمها على مكاتب معتمدة في الجزائر بالنظر إلى حساسية الحكومة من الإعلام الأجنبي.

<sup>1</sup> عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1989، ص96

<sup>2</sup> مركز هردو ، تأثير رأس المال على السياسة التحريرية للمؤسسات الاعلامية ، تقرير منشور ، القاهرة، 2017، ص16

## الاستنتاجات و التوصيات :

- إعادة النظر في قانون الاعلام وخاصة المادة السابعة منه.
- العمل على سن قانون جديد للإشهار يتماشى و التطورات الجديدة في مختلف القطاعات.
- تفعيل الدور الحقيقي لسلطة ضبط السمعي البصري بعيدا عن الضغوط السياسية على قراراتها.
- تبني المؤسسات الإعلامية لسياسة إعلامية واضحة و محددة ثابتة يرفع من درجة جماهيريتها و مصداقيتها لدى الجمهور الجزائري.

## قائمة المراجع

- 1) محمد جاد أحمد، الاعلام الفضائي وآثاره التربوية، العلم والأبحاث للنشر والتوزيع، الأسكندرية، 2008،
- 2) سعيد ابرادتشة، الاستمالات الاقناعية في الاعلان المتلفز، ماجيستير، تخصص علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009
- 3) خليفة بن قارة، الاذاعة الجزائرية كما رايتها و اراها، منشورات السائحي، الجزائر، 2013،
- 4) محمد شلوش، الاذاعة الجزائرية، النشأة و التطور، منشورات الاذاعة الجزائرية، 2014،
- 5) محمد شطاح، السمعي البصري في التشريع الاعلامي الجزائري، قراءة في القوانين و المشاريع، دراسة منشورة
- 6) فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجيااته الحديثة، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012،
- 7) قانون الاعلام، الامانة العامة للحكومة، رئاسة الجمهورية، 1990،
- 8) محمد شطاح، اشكالية الهوية و الحوار مع الاخر في الفضائيات العربية، مجلة البحوث و الدراسات الانسانية، سكيكدة، ع2، 2007،
- 9) سلامي سعيداني، ليلي فقيري، التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الاعلام السمعي البصري -التلفزيون الجزائري نموذجا -، ملتقى العمل الاعلامي بين الخدمة العمومية و الضغط المهني و متطلبات الاستثمار الاقتصادي، جامعة غيليزان، 26-27 اكتوبر 2016
- 10) سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع و التحديات، مجلة الحقيقة، ع39، جامعة ادرا، 2017.
- 11) فتيحة لمام، السياسة التلفزيونية الخارجية للجزائر من 1994-2010، دراسة تحليلية للفضائيتين قناة الجزائر و الجزائرية الثالثة، ماجيستير، جامعة الجزائر، 2012،
- 12) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
- 13) أحمد زكرياء احمد، نظريات الاعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام و جمهورها، المكتبة العصرية، 2009،
- 14) نسرين محمد عبه حسونة، نظريات الاتصال، شبكة الاولوكة، 2015،
- 15) يوسف تمار، وضع الاجندة -دراسة في صوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الاعلامية في المجتمع الجزائري، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004-2005

- 16) ميلفن ديغلر ،ساندرابول روكيتيش، نظريات الاتصال
- 17) هبة شاهين، معايير بناء اجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية و الخاصة-دراسة في القائم بالاتصال - ،دراسة منشورة
- 18) محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ،عالم الكتب ،2000.
- 19) حسن عماد مكاوي ،نظريات الاعلام ،الدار العربية،2009.
- 20) جيهان أحمد رشتي ،الدعاية و استخدام الراديو في الحرب النفسية ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،1985.
- 21) محمد قيراط ،حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر ،مجلة جامعة دمشق ،المجلد 19، ع 4
- 22) الامانة العامة للحكومة ،قانون السمععي البصري ،الجريدة الرسمية، ع16، المطبعة الرسمية ،الجزائر،2014.
- 23) جازية سليمان ،الفضائيات الخاصة بالجزائر -اعتماد على الدولة و تقليد للصحافة المكتوبة ،موقع العربي الجديد ،2017/10/25.
- 24) عبد عبد الرزاق بوكبة،الفضائيات الجزائرية كيف يراها المثقفون <https://www.ultrasaut.com>
- 25) ليلي عبد المجيد،التشريعات الاعلامية ،2005.
- 26) حميد حسن حامد الدليمي،التخطيط الاعلامي المفاهيم و الاطار العام ،دار الشروق ،عمان، 1998 .
- 27) عبد الفتاح عبد النبي،سوسيولوجيا الخبر الصحفي ،العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة،1989
- 28) مركز هردو ،تأثير رأس المال على السياسة التحريرية للمؤسسات الاعلامية ،تقرير منشور ،القاهرة،2017
- 29) Maxwell,M.Mcombs ,Donald Shaw ,the évolution of agenda setting research,twenty five years in the marketplace of ideas ,journal of communication, vol4,pp703,711
- 30) [www.radioalgerie.dz](http://www.radioalgerie.dz)