

جامعة الدكتور مولاي الطاهر _سعيدة_



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

السياسة الإعلامية في الجزائر بين القيود القانونية ومتطلبات الواقع

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر(الليسانس) في شعبة العلوم السياسية تخصص سياسات عامة وتنمية

إشراف الأستاذ :

- د. زيدان جمال

إعداد الطالب (الطالبان):

- هبيري عباس

- صابري لخضر

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً —

الدكتور زيدان جمال..... مشرفاً ومقرراً —

عضواً مناقشاً..... —

عضواً مناقشاً —

الموسم الجامعي : 1436هـ / 1437 هـ

2015م/2016م

جامعة الدكتور مولاي الطاهر _سعيدة_



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

السياسة الإعلامية في الجزائر بين القيود القانونية ومتطلبات الواقع

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر(الليسانس) في شعبة العلوم السياسية تخصص سياسات عامة وتنمية

إشراف الأستاذ :

- د. زيدان جمال

إعداد الطالب (الطالبان):

- هبيري عباس

- صابري لخضر

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً —

الدكتور زيدان جمال..... مشرفاً ومقرراً —

عضواً مناقشاً..... —

عضواً مناقشاً —

الموسم الجامعي : 1436هـ / 1437 هـ

2015م/2016م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*أَمَّنْ هُوَ قَانَتْ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ
وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ
لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولَئِكَ الْأَلْبَابُ *

صدق الله العظيم

(سورة الزمر الآية 09)

قول مأثور عن الإمام الشافعي:

اصبر على مر الجفا من معلم ... فإن رسوب العلم في نفراته
ومن لم يذق مر التعلم ساعة ... تجرع ذل الجهل طول حياته
ومن فاته التعليم وقت شبابه فكبر عليه أربعا لو فاته
وذات الفتى والله بالعلم والتقوى ... إذا لم يكونا لا اعتبار لذاته

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى أمي الحبيبة...

حبا وامتنانا و عرفانا بالجميل...

إلى أبي الغالي...

حبا وتقدير او عرفانا بالجميل...

إلى إخوتي وأخواتي...

حبا وتقديرا و عرفانا بالجميل...

إلى زملائي و زميلاتي ...

شكرا وتقديرا واحتراما

صابري لخضر

الإهداء

علمتني الحياة أنه ليس معي إلا الله وحده ،إذا عثرت أقامني الله وإذا
مرضت شفاني الله.

وإذا افتقرت أغناني الله ،وإذا أذنبت غفر لي الله.
إلى الشمعة التي تحترق لتضيء ،وتعطي دون أن تسأل
الأخذ.....أمي.

إلى من تعب من أجلي فتابرت لأجله ،وضع ثقته بي فكيف لي أن
أخيبتها.... أبي.
إلى كل أفراد العائلة.
إلى كل الأصدقاء.

هبري عباس

شكر وتقدير

ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي، ربنا لا تزغ قلوبنا بعد إذ هديتنا وهب لنا من لدنك رحمة، وهب لنا من أمرنا رشدا، وأكرمني ربي بحمدك حمدا كثي ا ر طيبا مباركا حتى ترضى فما بي من نعمة فمك أنت وحدك، وبعد...

نتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان بالجميل إلى الدكتور الفاضل جمال زيدان، والذي كان لنصحه وتوجيهه الفضل في خروج هذا العمل إلى الوجود، أسأل الله عز وجل أن يجازيه عنا خير الجزاء.

كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير والاحترام، ووافر الامتنان إلى الأساتذة الفضلاء. ولا يفوتنا أن نتقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان إلى " أمهاتنا الحبيبات "على دعائهن المستمر لنا و"أبائنا الأعزاء " حفظهم الله لنا، وإلى كل أفراد أسرانا وعائلتنا فردا فردا.. ونحب أن نختم شكرنا بحمد الله الذي بنعمته تتم الصالحات، فله الحمد سبحانه وتعالى على توفيقه في إتمام هذه الرسالة، والصلاة والسلام على آخر الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد النبي المصطفى وعلى جميع الأنبياء والمرسلين، وآخر دعوانا أن الحمد لله ربي العالمين.

المقدمة

كان الإعلام وما يزال يشكل عنصرا مهما في حياة المجتمعات البشرية وزادت أهميته ودرجة تأثيره سلبا وإيجابا المنظور الذي يستخدم فيه وهذا بازدياد التقدم العلمي والتكنولوجي الذي حول العالم إلى قرية صغيرة، كل هذا نابع أساسا عن درجة التصنيع والتقدم والتحديث، وهذه الظروف مجتمعة أدت إلى تطور وسائل الإعلام والاتصال، وفي هذا الصدد يشير هانور هارديت "إلى أن وظيفة الاتصال والإعلام الأساسية تكمن في ربط المجتمع والعمل بدرجة كبيرة على تماسكه والمساعدة على تبادل الأفكار بين كافة الفئات الشعبية، كما أكد كذلك على أن الإعلام يعد الأداة الوحيدة التي بإمكانها إحداث التغيير المناسب، فضلا على ذلك كله فإن الإعلام يعد أداة تواصل بين المجتمع المحلي والعالم الخارجي، ويشكل دورا هاما في إحداث التغيير في السلوك والقيم، وكلما كان الإعلام مقنعا وتميزت موضوعاته بالنزاهة والموضوعية والصدق كان تأثيره كبيرا على الأفراد والأسرة بصفتهما الخلية الأساسية في المجتمع وتوجيههم توجيها صحيحا للتخلي عن السلبيات.

وفي ضوء ما تعرفه وسائل الإعلام والاتصال من ثورة حقيقية، إنعكس ذلك على مسيرة الإعلام في الجزائر التي لا تعيش بمعزل عما يحدث في العالم، حيث عرف هذا القطاع (الإعلام والاتصال) تغييرات وتحولات كانت إنعكاسا لما يعرفه المجتمع الجزائري بصفة عامة من تحولات شملت كل المجالات سياسية واقتصادية واجتماعية .

ونظرا للأهمية التي يكتسبها الإعلام في وقتنا الحاضر، فقد أصبح يتأثر بالمجتمع، كونه لا يعيش بمعزل عن النشاطات التي يعرفها المجتمع ويقوم العديد من الأجهزة والمؤسسات الإعلامية في أي دولة بالنشاط الإعلامي؛ لذلك فإن الأمر يقتضي ضرورة وجود سياسة إعلامية تضمن التنسيق بين أوجه نشاط هذه الأجهزة والمؤسسات ويعد رسم السياسة الإعلامية من اشكال رسم السياسة العامة التي تمثل موجه لأنشطة النظم السياسية الحديثة على اختلافها.

وفي دول الجنوب على غرار الجزائر يثير تواصل الصراع بين القطاع العام والقطاع الخاص حول مجال الإعلام وحول وضع سياسة إعلامية ترضي الطرفين أن إعلان الدولة الجزائرية اندماجها مع التوجه العالمي نحو التحول الديمقراطي بما يحمله من مفاهيم التحرر و المنافسة لم يكن بوسع القائمون على القطاع العام على تعاقبهم الإنسلاخ عن فكرة إحتكار الإعلام والسيطرة على السياسة العامة الإعلامية .

وفي اختيارنا لهذه الدراسة جاءت بعد الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة تتعلق بالجانب المفاهيمي للسياسة الاعلامية ,واخرى تتعلق بالتشريع القانوني لسياسة الاعلامية في الجزائر من بين هذه الدراسات دراسة نصر الدين مزابي,مذكرة مقدمة لنيل شاهدة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال

بعنوان:التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في المغرب العربي والتي تتطرق فيها الى دراسة مقارنة لتشريع الإعلامي بين المغرب والجزائر ووضح في دراسته التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في الجزائر من 1962-2011.

و دراسة اخرى في السياسات الإعلامية لجمال محمد أبو شنب والذي قدم فيه مفاهيم حول الإعلام والسياسة الإعلامية ,بالإضافة إلى الإتجاهات النظرية لفهم وتفسير تباين السياسات الإعلامية ,الى جانب تأثير التوجه الإيديولوجي لنظم الساسية الحاكمة على سياساتها الإعلامية،غير إن هذه الدراسات وما شابهها بقدر كثرتها حركت لنا دافعية علمية في إثارة أشكال علمي في ما يخص السياسات الإعلامية بالجزائر وفق منظور ديالكتيكي جدلي مفاده ما مدى إمكانية التوفيق بين الضمانات القانونية للممارسة الإعلامية وتحديات الواقع بالجزائر .

وتكمن أهمية العلمية والعملية لهذه الدراسة في معرفة واقع السياسة الإعلامية الجزائرية خاصة في ظل القيود القانونية الذي يفرضها التشريع الإعلامي وما يتطلبه واقع الإعلام من حرية .

هناك جملة من الدوافع التي كانت أساسا في اختيار هذا الموضوع وتنقسم بين دوافع ذاتية وأخرى موضوعية .

يعتبر المصدر الرئيسي في اختيارنا لهذا الموضوع هو فهم السياسة الإعلامية والتشريع الإعلامي في الجزائر وكون هذا الموضوع لم يتناول في الجزائر ولدينا ميول إلى الجانب الإعلامي،وكذلك أملنا في تزويد مكتبة كلية الحقوق والعلوم السياسة بسعيدة بمرجع علمي في السياسات الإعلامية.

أما الدوافع الموضوعية فتتمثل في الدور الكبير الذي يلعبه التشريع الإعلامي في صنع الساسة الإعلامية في الجزائر والبحث عن سبل تفعيلها ومن المسؤول عن صناعتها .إلى جانب معرفة التحديات التي تواجه السياسة الإعلامية في الجزائر .

أما فيما يخص الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة فهي قلة ومحدودية الكتب والمجلات تلك المتعلقة بمفاهيم السياسة الإعلامية وعدم تجاوب بعض مكتبات الجامعة في مساعدتنا للوصول الى المراجع , ولدراسة موضوع السياسة الإعلامية بالجزائر تم الإنطلاق من إشكالية علمية مفادها :

ماهو واقع الساسة الاعلامية في الجزائر ؟

وهي اشكالية محورية توجب على الباحث طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية هي كالاتي:

1 .ما المقصود بالسياسة الاعلامية ؟وماهي مكوناتها ؟وهل ثمة ابعاد لها؟

2. هل هنالك علاقة تفاعل وتأثير بين السياسة الإعلامية والسلطة؟ ماهي المحددات الوصفية للسياسة الإعلامية في الجزائر؟ وكيف نشأت؟ وهل توجد عوامل تؤثر في النشاط الإعلامي؟
3. هل يمكن الحديث عن حرية إعلامية حقيقية في الجزائر؟ وماهي الضمانات القانونية لذلك؟

تعلقت دراستنا في إطارها المكاني ببحث ودراسة وتحليل واقع الجزائر فيما يخص السياسة الإعلامية في ظل القيود القانونية ومتطلبات الواقع ،

من خلال اعتماد فرضيات البحث التالية :

الفرضية الأولى: يكتسي الحق في الإعلام أهمية بالغة بحكم الدور الذي يلعبه في تعزيز الإتصال ونقل المعلومات بين السلطة والمجتمع .

الفرضية الثانية: عرفت السياسة الإعلامية في الجزائر تطورات تاريخية حددتها طبيعة العلاقة التي تربط بين وسائل الإعلام ومؤسسات السلطة الحاكمة . :

الفرضية الثالثة: تتأثر السياسة الإعلامية في الجزائر بعدة عوامل ماهو إجتماعي ، إقتصادي ، سياسي ، دولي .

الفرضية الرابعة: تخضع صنع السياسة الإعلامية في الجزائر إلى عدة آليات قانونية وتنظيمية وبمشاركة عدة أطراف .

الفرضية الخامسة: تواجه السياسة الإعلامية في الجزائر رغم الضمانات القانونية عدة تحديات وصعوبات تقيد من فعاليتها .

كما تطلبت الدراسة مجموعة من المناهج:

1. المنهج التاريخي: تم الإعتماد على هذا المنهج من خلال معرفة المراحل التاريخية لتطور ونشأة التشريع

الإعلامي ومختلف الأحداث التي مر بها الإعلام الجزائري وتوضيح خصوصيات كل فترة مر بها الإعلام .

2. المنهج التحليلي: وذلك بتحليل السياسة الإعلامية ومعرفة واقع حرية الإعلام في الجزائر من خلال تحليل

التشريع الإعلامي وما تتطلبه حرية الإعلام.

بالإضافة الى الاستعانة بإقترابات منهجية كالإقتراب المؤسسي الذي المؤسسة كوحدة للتحليل تم الإعتماد

عليه لأنه يهتم بالفواعل الغير رسمية باعتبارها مؤسسات والعلاقة بينها وبين الهيئات الرسمية باعتبار أن هناك

فواعل غير رسمية تشارك في صنع السياسة الإعلامية.

تتضمن الدراسة ثلاثة فصول يتعلق **الفصل الأول** بالجانب النظري للإعلام والسياسة الإعلامية مقسم الى
مبحثين الأول تحت عنوان ماهية الإعلام والثاني معنون بماهية السياسة الإعلامية .

أما **الفصل الثاني** تم تخصيصه لسياسة الإعلامية في الجزائر يحتوي على مبحثين الأول عنوانه تقييم السياسة
الإعلامية في الجزائر دراسة في العوامل, الفواعل, الأثار أما المبحث الثاني معنون بنشأة وتطور السياسة
الإعلامية بالجزائر مقارنة قانونية.

وفي **الفصل الثالث** تطرفنا الى تحديات و متطلبات السياسة الإعلامية في الجزائر هو الآخر مقسم الى مبحثين
الأول نعالج فيه تحديات السياسة الإعلامية والثاني نعالج فيه سبل تفعيل السياسة الإعلامية مع التطرق اخيرا
إلى خاتمة .

وفي الأخير ندعوا الله السداد والتوفيق. رب اشرح لي صدري ويسر لي أمري وأحل عقدة من لساني يفقه
قولي.

الفصل الأول:

التأثير النظري والمفاهيمي للسياسة
الإعلامية.

تعددت الدراسات واختلفت حول مفهوم كل من إعلام والسياسة الإعلامية حيث أن هناك العديد من

الأدبيات التي تعرضت للمفهوم ،حيث لا يوجد مفهوم موحد وشامل.

وسيتم في هذا الفصل معالجة الإطار المفاهيمي لسياسة الإعلامية من خلال مبحثين،الأول معنون بماهية

الإعلام ،وهو مقسم الى أربعة مطالب هي كالآتي :

المطلب الأول: مفهوم الإعلام،تطوره التاريخي وخصائصه.

المطلب الثاني :أهمية الإعلام،أهدافه ووظائفه.

المطلب الثالث: نظريات الإعلام.

المطلب الرابع: وسائل الإعلام.

أما المبحث الثاني فهوم تحت عنوان ماهية السياسة الإعلامية وهو الآخر مقسم إلى ثلاثة مطالب مرتبة

كمايلي:

المطلب الأول:مفهوم ومكونات السياسة الإعلامية.

المطلب الثاني خصائص وخطوات السياسة الإعلامية.

المطلب الثالث:أسس وشروط السياسة الإعلامية.

المبحث الأول : ماهية الإعلام.

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى محاولة تغطية كل مايتعلق بالإعلام ،و تحديد مفهومه و تطوره و تاريخه وخصائصه ، أهدافه أهميته و أخيرا وظائفه .

1-المطلب الأول :مفهوم الإعلام،تطوره التاريخي،وخصائصه:

لقد تعددت مفاهيم الإعلام و كثرت أدبيات المتعلق بالإعلام لضبط مفهومه.

1-1- مفهوم الإعلام:

للإعلام معنى لغوي وآخر إصطلاحي

أولاً- الإعلام لغة :

هو التبليغ أو الإبلاغ أي الإتصال ، يقال : بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب ، و البلاغ ما بلغك أي واصلك، و في الحديث عن عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهما ،أن النبي صلى الله عليه وسلم قال : “ بلغو عني ولو آية “ أي أوصلوها غيركم أعلموا الآخرين ، و أيضا فليبلغ الشاهد الغائب و يقال : أمر الله بلغ أي بالغ من قوله تعالى-إن الله بلغ أمره- أي نافذ يبلغ أين يريد به . (1)

و يأتي الإعلام لغة ليدل على الدعوة ، و هو المعنى القيم الذي أطلقه عليه في القرون الوسطى

PROPAGANDA أي النشاط الهادف على نشر الدعوة و التبشير بها ، وكسب المؤمنين بها. (2)

و بمعناه اللغوي الشاسع هو نقل الأخبار و نشر الحقائق و المعلومات الدقيقة بهدف الإقناع. (3)

الإعلام إذن مشتق من أعلم و هو مزيد الثلاثي علم و قد جاء في “ لسان العرب “ لإبن منظور : العلم نقيض الجهل ورجل عالم وعليم، علمت الشيء ،أعلمه علما :نقل المعرفة. (4)

1-عبد الرزاق محمد الدليمي ،المدخل الى وسائل الإعلام والإتصال.الأردن:دار الثقافة للنشر والتوزيع،2011،ص27.

2-علي عويس خير الدين،الإعلام الرياضي .(ب-م):مركز الكتاب لنشر و التوزيع،(ب-س)،ص ص 19-20.

3-مكي ثروت،الإعلام والسياسة و وسائل الإتصال والمشاركة السياسية.(ب-م):عالم الكتب لنشر والتوزيع ،2005 ،ص 20.

4-جان جبران كرم،مدخل الى لغة الإعلام.(ب-م):دار الجبل،1992،ص11.

ثانيا - الإعلام إصطلاحا:

إن كلمة الإعلام information تعني أساسا الأخبار وتقديم المعلومات معلومات و يتضح في هذه العملية وجود رسالة إعلامية تنتقل في إتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل .

و يفسر الدكتور "عمر الطنوي " الإعلام بأنه تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة الخبر الإعلامي بمعلومات ذات أهمية أي معلومات جديرة بالنشر و النقل ثم تتوالى مراحلها . (1)

بجمع المعلومات من مصادرها و نقلها ثم التعامل معها، و تحريرها ثم نشرها و تحليلها و إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة إخبارية تلفزيونية أو الطرف المعني بها و المهتم بوثائق . (2) و الإعلام حسب الدكتور " عبداللطيف حمزة " تزويد الناس بالأخبار اللحظية و المعلومات السليمة والحقائق الثابتة. (3)

و قد جاء في التعريف الذي قدمه العلامة الألماني " أوتجرون " معبرا تعبير موجزا و شاملا لمعنى الإعلام

على أنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و روحها و ميولها و إتجاهاتها في نفس الوقت . (4)

و يشير أستاذ الإعلام الفرنسي " بال " إلى التعريف آخر للإعلام أكثر وضوح و أكثر إرتباطا بالواقع السياسي اليومي فيقول : نحن نتحدث عن إعلام السياسة الخارجية و في الثاني عن السياسة الفرنسية للإعلام و في كلتا الحالتين هناك حاجة فعلية يحث عليها المواطن ألا وهي المعلومة . (5)

و من هنا فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار و المعلومات الصحيحة و السليمة و الحقائق الثابتة . (6)

1- الدليمي ،مرجع سابق،ص18.

2-فاروق خالد،الإعلام الدولي والعولمة الجديدة.الأردن:دار أسامة لنشر والتوزيع،2009،ص29.

3-زهير احدادن،مدخل لعلوم الإعلام والاتصال.الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية،2014،ص29.

4-محي الدين عبد الحليم،فنون الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.مصر:مكتبة الأنجوا المصرية،2006،ص30.

5- الدليمي،مرجع سابق،صص43-44.

6-رضوان بلخيري،مدخل للإتصال والعلاقات العامة.الجزائر:دار الجسور لنشر والتوزيع،2013،ص20.

أما الباحث فرانسوا برنار فقد عرف الإعلام :

L'information , ce sont des données , des savoirs....et des messages , destiné à un récepteur capable de l'interpréter et de la distinguer comme signifiante d'entre tous les signaux , Ils circulent travers l'espace et s'adressent à quelqu'un. (1)

و القصد بهذا التعريف هو أن الإعلام قد يتجلى في عدة صور و مضامين فقد يعكس معطيات تعريفية لأشياء و مجالات معينة ، أو معلومات إدراكية أو حتى رسائل و خطابات موجهة إلى طرف مستقبل قادر على فك رموزها و ترجمتها في إطار المجال التي تتفاعل و تحرك فيه الإعلام .
و هناك تعريف يقول بأن الإعلام هو تلك الجهود الموجهة لتوصل الأخبار و المعلومات الدقيقة ، التي تركز على صدق و الصراحة عن السلع و الخدمات أو الأفكار أو المنشآت أو غير ها في وسائل النشر المختلفة ، نظير المقابلة ، بقصد مخاطبة عقول الجماهير و مساعدتها على تكوين رأيها و النهوض بها ثقافيا و إجتماعيا و إقتصاديا ، فالإعلام يخاطب عقول الجماهير معتمدا على الصدق و الأساليب الأخلاقية. (2)
و يفهم من خلال هذه التعاريف أن الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على حقائق و الأرقام والإحصائيات و يستهدف تنظيم التفاعلي بين الناس من خلال وسائله العديدة .

1-françois bernar ,qu'est-ce que l'information.p1.www.huyghe.fr. تاريخ الدخول. 2016/03/16.

2-عبد المنعم العيلادي،الإعلام.مصر:مؤسسة شباب الجامعة،2007،ص12.

1-2- التطور التاريخي للإعلام :

لقد شهد مفهوم الإعلام تطورا تاريخيا عبر ثلاثة مراحل كل مرحلة لها المميزات ما يجعلها مختلفة عن المرحلة السابقة .

أولاً- المرحلة البدائية :

كان الإعلام عبارة عن الأخبار التي ينقلها شخص إلى شخص فكان الكلام الوسيلة المواتية لذلك ، و كان أكبر ينقل و ينتشر في الغالب من خلال تنقلات الصيد و حركات العدو أو غيرها و إضافة على الكلام استعملت و سائل أخرى قامت مقام الكلام و هي علامات يقع الإتفاق عليها مسبقا كإشعال النار على القمم الهضاب و صوت الدف كذلك الإشعار بالخطر أو الفرح (1).

و هذه الوسائل لم تفتح للإنسان آفاق واسعة للإتصال لأنها تعلقت بحاجة البصر و السمع، و هكذا أصبح الإعلام شعبيا أي بين الأشخاص أو ما يعرف بالإتصال الرمزي، لأنه إرتبط بالرموز و الإشارات التي كانت في المراحل الأولى للجنس البشري ما قبل التاريخ المكتوب.

ففي هذه المرحلة اصبح الإعلام مقترنا بالسمع و النظر أو اللقاءات بين الأشخاص حتى تنقل الأخبار من شخص لآخر. (2)

ثانياً- مرحلة الإكتشافات :

لقد إتسمت هذه المرحلة بإكتشاف الكتابة ثم الورق ثم الطباعة التي ظهرت خلال القرن الخامس عشر و تحديدا في العقود التي تعاقبت من 1450 م إلى منتصف القرن السادس عشر ،حيث كانت تلك الفترة مرحلة خصبة لتطور تقنيات الإتصال و لتصبح الطباعة أعظم وسيلة إتصال عرفها الانسان حيث أحدثت تطورات هائلة في الحياة الثقافية و الإجتماعية لتتحول الوثيقة المكتوبة على أداة إتصال لا مثيل لها (3).

1-إحدادن ،مرجع سابق،ص19.

2-علي شيبه شدون،مذكرة في الإعلام.(ب- م):دار المعرفة الجامعية،2005،ص15.

3-يوسف مرزوق،مدخل إلى علم الإتصال.مصر:دار المعرفة الجامعية،1988،ص20.

و أصبح الإتصال بهذه الكيفية إتصالا جماعيا و إنقسمت هذه المرحلة إلى قسمين القسم الأول هو إكتشاف الكتابة و الورق و القسم الثاني هو إكتشاف الطباعة .

بحيث إن ما يميز القسم الأول ترقية وسيلة اللسان و الكلام و خصوصا إستعمال الخطاب و الشعر و الرواية على جانب ظهور الكتابة و تسجيل الأحداث و حفظها و نقلها. (1)

أما القسم الثاني فأهم ما يميزه ظهور الطباعة و المطبعة و إستعمال الصحافة وسيلة حديثة فسهلت الطباعة نقل الخبر و نشره و أصبح الخبر أكثر إنتشارا و أصبح ليصل على جمهور كبير. (2)

ثالثا: المرحلة الثالثة العصر الحديث:

و هي تمثل العصر الحديث بالتقريب الذي إتسم بصفة عامة بإنتشار التصنيع و إدخال تقنيات جديدة و متطورة و إستفادت الصحافة من هذا التطور، بحيث أصبحت تطبع و توزع بسهولة و في وقت قصير و في نطاق واسع.

وبعد التمتع بحرية التعبير في أوروبا وتحولت بهذا إلى وسيلة فعالة لتأثير على الجماهير وتنوع الإعلام وتشعب وصار يغطي جميع نشاطات الحياة سواء سياسية، اقتصادية، اجتماعية وغيرها (3)

و في هذه المرحلة ظهرت وسائل أخرى استعملت في الإعلام و الإتصال، و هي الراديو أولا ثم بعدها بقليل التلفزيون و قدكان لاكتشافها إعطاء بعد كبير لعملية الاتصال و الإعلام بحيث أصبحت تغطي العالم كله و في لمحة بصر أصبح الخبر أو المعلومة تصل إلى جميع الانحاء. و قربت وسائل الإتصال القرارات كما قال "ماك لوهان" بمثابة قرية صغيرة رجعت السلطة فيه الكلام المنطوق و نقصت قيمة الكلام المكتوب، و بقدر الإحتياج على تسجيل الأحداث و نشرها، اكتشفت الكاسيت و الفيديو و التلفزة السلكية..... إلخ و أصبحت هذه المرحلة تصطبغ بصبغة صناعية و إقتصادية . (4)

1-إحدادن، مرجع سابق،ص20.

2- ثروت، مرجع سابق،صص20-21.

3-إحدادن، مرجع سابق،صص 22-23.

4- شدون، مرجع سابق،ص27.

1-3- خصائص الإعلام :

الإعلام يتصف بأربع خصائص مهمة ندرجها كالتالي :

أولاً- فهو يأخذ إتجاها واحدا من فوق إلى تحت و خلافا عن الإتصال الشخصي قل أن يوجد في العملية الإعلامية فالإعلام يفرق بين مصدر الخبر والمستقبل له، فالذين يقومون بإصدار الخبر ممن يصدر منهم الحدث او ممن ينقلون الحدث من الصحافيين وغيرهم ، وهؤلاء كلهم تكون لهم مبادرة بالإدلاء بالخبر وتلك هي مهمتهم، اما الذين يستقبلون الخبر فانهم لا يقومون بشيء سوى بتلقي الخبر، بالقراءة او الاستماع او بالرؤية، بدون ان يكون لهم دور اخر ساعة استقبال الخبر. (1)

ثانياً- الإعلام يصف الواقع فلا يمكن أن يكون إعلام بدون وقائع و حوادث سواء كانت مادية ملموسة أو معنوية و فكرية فالخبر الذي يصفه الواقع و ينقله الإعلام ليس وليد الخيال، فالخبر المبني على خيال كذب و وهم غير أن نقل الخبر يثير الخيال فإن كان من طرف المرسل فإن ذلك قد يشوه الخبر و يزيفه و إن كان من المستقبل فإنه يدفعه لإكتشاف الحقيقة و قد يكون الإعلام وصف خالصا للواقع من خلال نقل الحدث كما هو دون تصرف فيه أي إبتعاد على الزيادة و النقصان في أطوار الحدث. (2)

ثالثاً- كلفة الخبر ضئيلة جدا فسعر الخبر رخيص و هو في متناول الجميع ثمن الجريدة اليومية لا يكلف ميزانية الشخص أعباء كبيرة و أجهزة الراديو و التلفزيون مع دوام استعمالها لا يمثل شراءها عقبة كبيرة عند جمهور فروح هذه الوسائل و تعددها و تنوعها جعل الخبر ينتشر بسرعة و يطلع عليه الجميع . و هذا الرواج جعل من هذه الوسائل سوقا رابحة بالنسبة لأرباب الصنائع الإعلامية ، و هذه الكلفة الرخيصة التي تميز بها الخبر الصحفي من الخبر العلمي فهذا الأخير يتطلب مجهودات كبيرة و نفقات واسعة و أجهزة متقنة و نظاما معقدا لأحداثه و اكتشافه ثم نشره لكن الخبر الاعلامي ينشر بدون جهاز و لا نظام و يسمعه عدد كبير من الناس دون أن يدفعوا لذلك أي ثمن. (3)

1- إحدادن ،مرجع سابق،ص ص15-16.

2- محمد سفر محمود،الإعلام موقف.السعودية:مطبعة التهامة،1982،ص21.

3- أبو عرجة تيسبر ، دراسة في الصحافة والإعلام.(ب- م):دار مجلاوي،(ب- س)،ص26.

رابعاً- كما أنه من خصائص الظاهرة الإعلامية أنها تتأثر شكلاً و مضموناً بسياق الإجماعي الإقتصادي وواقع التحولات التكنولوجية التي تشهدها البيئة، حيث غالباً ماتحتوي العملية الاعلامية مضامين سياسية و ايدولوجية و حتى قيمة تتداول بين المرسل و المستقبل.⁽¹⁾

1- أنصار غبراهيم عبد الرزاق ، صفد حسام السموك، الإعلام الجديد تطور الداء الوسيلة و الوظيفة. بغداد: مكتب بغداد دار الجامعة للطباعة و النشر و الترجمة، 2011، ص 19 .

2-المطلب الثاني : أهمية الإعلام،أهدافه ووظائفه:

بمجرد سماح مصطلح الإعلام يبادر في الذهن أنه لا يخلوا من أهداف يسعى إلى تحقيقها لأهميتها و ما تعود به من آثار على المجتمعات حتى يؤدي الاعلام و وظائفه .

2-1-أهمية الإعلام :

إن العصر الذي نعيشه الآن بلا ريب هو عصر الانتقال الحر للأفكار مثلما هو عصر الإنتقال الحر للبضائع لاسيما إذا تصرفت الدول بحكمة و اطلقت إستخدام لأفضل الأفكار و الرؤى و الإخترعات و الإبداعات، و في ذلك قال احد المفكرين أنه لا يوجد جيش في العالم يستطيع ان يقف أمام فكرة معينة مهما بلغت عدته و عتاده. (1)

إن اعلام اصبح قوة هائلة و أن الصحافة منذ عصر قبل ثورة المعلومات لقبت بالسلطة الرابعة أما الآن فإن الاعلام بتعدد وسائله من الصحافة و الإذاعة و التلفزيون و معلومات تتبادلها أجهزة الكمبيوتر و الفاكس و الهواتف الخلوية تحول إلى سلطة رقابة عامة من جهة و على اداة لتشكيل و صناعة الراي العام و القوة السياسية و القادة على حد سواء من جهة ثانية. (2)

إن و سائل الاعلام تستطيع ان تسهم بقدر ملموس في توسيع الآفاق و تبني تعاطف و شد الجمهور نحو القضايا الجوهرية و الأساسية إن أحسن استخدامها في أجواء الغزو الثقافي الذي لا ينسجم أحيانا مع السياق التاريخي و الثقافي و الاجتماعي. (3)

فقد اصبح تأثير وسائل الاعلام عموما و التلفزيون خصوصا على العقول لا يقل عن تأثير المدرسة و الجامعة هذا إن لم يكن أكبر ، حيث يتناول التلفزيون معظم المواضيع التي تهم المشاهد منها الدينية و السياسية و الأدبية و الفلسفية و الإجتماعية و التسلية. (4)

فالإعلام يؤمن التفاعل الحضاري و قناة لنقل العلم ، المعلومات ، الحقائق الموضحة و الأخبار الصادقة مع ذكر مصدرها. (5)

1-محمود زهيبه محمد،الإعلام المعاصر.(ب-م):دار أجنادين،2007،ص9.

2-جودت ناصرمحمد،الدعاية والإعلان و العلاقات العامة.الأردن:دار مجلاوي لنشر والتوزيع،2008،ص15.

3-محمد حسن إسماعيل مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير.(ب-م):الدار العالمية لنشر و التوزيع،2003،ص13.

4- العيلادي، مرجع سابق،ص25.

5-محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الإتصال في الخدمة الإجتماعية. مصر:دار المعرفة الجامعية،1997،ص109.

2-2- أهداف الإعلام :

إذا كان الهدف من الإعلام تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقت مع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و ميولهم و إتجاهها بهم .
فإن هذا يعني أن الغاية الوحيدة من الإعلام هو توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف و إقناعهم بأن يسلكوا سلوكاً معيناً. (1)

فالهدف من الإعلام أن تكون هناك فكرة معينة مطلوب توصيلها إلى المرسل إليه إما فرد أو جماعة أو شعب فإذا نتج عن هذه الفكرة إتبع المرسل إليه سلوك الذي تريده الفكرة فإن رجل الإعلام يكون قد نجح في تحقيق غرضه و إذا لم يتبع المرسل إليه الفكرة المستهدفة يكون رجل الإعلام قد فشل في تحقيق غرضه. (2)

1- عبد الحلیم، مرجع سابق، ص30.

2- عبد القادرحاتم، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب. مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1996، ص100.

2-3-وظائف الإعلام:

للإعلام العديد من الوظائف من بينها:

أولاً-وظائف الإعلام الكلاسيكية :

اعتبر كل من عالمي الاعلام و الاتصال " لازر سفيلد" و "مورثون" أن وظائف الاعلام تنحصر في

مايلي:

أ-الوظيفة التشاورية :

حيث تقوم وسائل الإعلام بخدمة القضايا العامة و الأشخاص و التنظيمات و الحركات الاجتماعية من خلال الوضع التشاوري الذي تحققه وسائل الاعلام. (1)

ب- وظيفة التقوية الاجتماعية:

و التي تحقق من خلال مقدره وسائل الإعلام على فضح و كشف الإنحرافات عن الأعراف الإجتماعية و ذلك بتعرية هذه الانحرافات للرأي العام. (2)

ج- الوظيفة الإخبارية :

و هي ووظيفة معينة تدل عمليا على إختلال وظيفي لدور وسائل الإعلام و ذلك عن طريق زيادة مستوى المعلومات لأعداد كبيرة من الناس، إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس الى معرفة سلبية و ذلك يؤدي الى الحيلولة دون ان تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة. (3)

كما أن كل من " دولفر" و " روكيش" أكدوا بأن للإعلام وظائف أساسية هي :

- إعداد وبناء واقع إجتماعي مع تكوين الإتجاهات لدور الجمهور .

- ترتيب الأولويات لدى الجمهور " وظيفة الأجندة " مع توسيع نسق المعتقدات. (4)

1-عوض إبراهيم عوض، نظريات الإتصال العالمية.(ب- م):(ب- ن)،(ب- س)،صص 123-124.

2- فهمي،مرجع سابق،ص95.

3-بسام عبد الرحمان المشاقبة،نظريات الإعلام.الأردن:دار أسامة لنشر والتوزيع،(ب- س)،ص44.

4-المرجع نفسه،ص45.

ثانياً-وظائف الإعلام الحديث المعاصر :

من الوظائف الإعلام الحديث مايلي :

أ- إشباع رغبة الجمهور في التعلم :

فهي من الوظائف المهمة التي تقع على عاتق الإعلام من خلال وسائله المختلفة ، يؤكد ذلك "ليبمان" أن وسائل الإعلام هي مصدر رئيسي للمعرفة، يزود الناس بالمعلومات عن عالم الشؤون العامة .

ب-دفع و دعم التنمية الوظيفية و الإقتصادية و الإجتماعية :

فقد توصل " إيفرت روجرز " في دراسته و أبحاثه التي أجراها في عام 1962- 1973- 1976 إلى أن: وسائل الإعلام هي أفضل وسيلة يمكن أن تستخدم لإحداث التغيير في المجتمع ،كما أنها يمكن أن تقوم بمهمة كبيرة عند إحداث التنمية و ذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في كافة المجالات .⁽¹⁾

ج-التنمية السياسية :

و ذلك من خلال أفراد مساحات جديدة تخصصها الرسالة الإعلامية لتثقيف السياسي و التنشئة السياسية و الإعلام السياسي ذي طابع شمولي على المستوى النظري و التطبيقي و الإقليمي و العالمي كذلك تبصر الجمهور بأهمية المشاركة السياسية على أن يكون الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام على هذا الصعيد على أساس و في إطار العلاقة الوثيقة بين البيان الإعلامي و بيان المجتمع و تطوره من خلال تعميق الشعور بالمسؤولية لدى الأفراد و الجماعات .⁽²⁾

1-خالد مظلوم رقيقي،الإعلام والتعددية السياسية.(ب- م):دار الكتاب الحديث،2009،ص ص 129-130.

2-عزيزة عبده،الإعلام السياسي والرأي العام في ترتيب الأولويات.مصر:دار الفجر لنشر والتوزيع،2004،ص63.

المطلب الثالث: نظريات الإعلام :

تعددت نظريات الإعلام و الاتصال واختلفت بين المفكرين والعلماء وبالتالي سنحاول التركيز على أبرز هذه النظريات والتي كان لها الأثر البالغ في التأثير على العملية الاتصالية ومن أبرزها :

1-نظرية حارس البوابة الإعلامية :

يرجع الفضل في تطوير هذه النظرية إلى عالم النفس النمساوي الأصل وأمريكي الجنسية" كيرن ليون"، الذي يرى طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية في مجال القائم بالاتصال إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط لبوابات يتم فيها إتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج ،وكما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل إلى نفس الشكل أو بعد إدخال التعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. (1)

بمعنى آخر ،هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات،يتمتع أولئك الحراس بالحق فإن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم ،كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر. (2)

2-نظرية الإستعمالات و الإشاعات :

جاءت هذه النظرية لتؤكد دور الجمهور في إختيار الوسائل الإعلامية التي يستعملها عن طواعية من غير إكراه.

وتأخذ نظرية الاستعمالات و الإشاعات في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدئ بدلا من الرسالة ،وتشرح سلوكه الإتصالي فيها يتصل الفرد المباشرة مع الوسائل الإعلام، لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل، بدلا من التصرف سلبيا حيالها. (3)

1-ليلي حسين السيد و عماد مكايي ،الإتصال و نظريات المعاصرة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2001،ص ص 176-180.

2- محي الدين مختار، دراسات في الإعلام و الإتصال . الجزائر: دار المعرفة للطباعة و النشر ، 1993، ص 193.

3- مالك شعباني ، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية لجامعتي قسنطينة و بسكرة.(أطروحة دكتوراه ،قسم علوم الإجتماع و الديموغرافيا،كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة المنتوري قسنطينة ،2005-2006)،ص 63.

و هي تعتمد على ستة فروض لتحقيق ثلاث أهداف:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

- يعبر إستخدام وسائل الاتصال عن الحجاب التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته .

- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الرسائل التي تشبع تلك الاحتياجات .

- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة، من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.(1)

- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور وإستخدامه لوسيلة يجب أن يحددها الجمهور نفسه. (2)
أما الأهداف التي تحققت فهي :

- السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإتصال بإعتبار أن الجمهور نشط.

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معنية والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض.

- التأكيد من نتائج استخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري. (3)

3-نظرية السلطة :

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، ويعتمد على نظريات أفلاطون و ميكافيلي، ترى

أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتبين أن أفلاطون يعطي من خلال نظرية إلى المجتمع، الحكام قدسية عليا ويدا مطلقة في التحكم في

أمور الشعب. (4)

1- عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية .(ب-م):(ب-ن)، 1433 هـ ، ص 09 .

2- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير. القاهرة : عالم الكتب ، 2000 ، ص ص 222 - 223 .

3- صلوي ، مرجع سابق ، ص 10 .

4- فلحي الموسوي ، نظريات الإتصال و الإعلام الجماهيري .(رسالة الماجيستر ،قسم الإعلام و الإتصال ، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك) ، ص 57 .

واستمرت نظرية السلطة على النهج الذي رسمه أفلاطون حتى عصر الطباعة ولكن بأشكال مختلفة ,على يد الفلاسفة نذكر منهم ميكافيلي، الذي دعى إلى إخضاع كل شيء لأمن الدولة ,كما رأى أن الرقابة الصارمة على الحوار والمناقشة وعلى نشر المعلومات في المجتمع لها ما يسوغها , مادامت تخدم مصالح الدولة، وقد أسهم كتاب كثيرون منهم (توماس هونر,ونيتشه)في تطوير مفهوم نظرية السلطة وصولاً إلى تطبيقها في الكثير من الدول السلطوية ,مثلاً : ألمانيا النازية وإسبانيا في عهد فرانكو.(1)

4- نظرية الرصاصة السحرية ونموذج الحقنة تحت الجلد :

وتفترض هذه النظرية أن الناس من يستقبلون الرسائل الإتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.

وإن ردة الفعل حيال رسائل الإتصال يتم شكل فردي ولا يضع في الإعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين.(2)

وتقوم هذه النظرية على اعتماد ملخص أن جمهور الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على انفراد بوسائل الإعلام التي يتعرضون لها ،وأن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام تجربة "فردية" أكثر من تجربة "جمعية" ويمكن إستنتاج إفتراضين من هذه النظرية:

- يتلقى الأفراد المعلومات من رسائل الإعلام مباشرة دون وجود وسطاء .

- إن رد فعل الفرد , رد فردي لا يعتمد على تأثره بالآخرين .(3)

وكان هذا القبول لفهم أثر وسائل الإعلام يسمى بنظرية الرصاصة السحرية أو نموذج "الحقنة تحت الجلد" وهي النظرية تعتمد تماماً على النظريات العامة في مجال علم الإجتماع وعلم النفس وفقاً لتطورها حتى ذلك الوقت، وفضلاً على ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب العالمية الأولى.(4)

1- محمد غياث مكتبي ،الإعلام الإسلامي واقع وطموح . سوريا: دار المكتبي ،2010، ص ص 95-96.

2- صلوي، مرجع سابق، ص 09 .

3-عاطف عدلي العبد ،الإتصال و الرأي العام الأسس النظرية و الإهتمامات العربية . القاهرة: دار الفكر العربي ،1993، ص 216 .

4-حسن عماد مكاي وليلى حسن السيد، الإتصال و نظرياته المعاصرة. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية 1998 ،ص 223.

5- نظرية مارشال ماكلوهان :

يتصل عن قرب يدور وسائل الإعلام وطبيعتها ,نظرية حيث ظهرت في الغرب عن وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات , وترى هذه النظرية أن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث:

- أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

- أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

إذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم , فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة إستخدامها والهدف من ذلك الإستخدام إذا نظرنا إليها لجزء من العملية التكنولوجية التي يحتمل أن تغير وجه المجتمع كله ,شأنها في ذلك شأن التطورات النفسية الأخرى ,فنحن حينئذ تهتم تأثيرها بصرف النظر عن مضمونها.

يقول " مارشال " أن مضمون وسائل الإعلام "لايمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها، فالكنيسة التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات ، والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران على ماتقوله تلك الوسائل. (1)

1- silverstone rouge, **Compte rendu de l'ouvrage letters of marshall in medias .culuture et société** 10 mars 1988, p 390.

المطلب الرابع : وسائل الإعلام

تعددت وسائل الإعلام واختلفت تاريخيا وصولا إلى وسائل الإعلام المعولمة وتفرعت هذه الوسائل , ومنه سنركز على تقسيمين أساسيين لوسائل الإعلام :

1- الوسائل التقليدية :

هناك العديد من هذه الوسائل إلا أننا سنركز على أهم هذه الوسائل و الأكثر إنتشارا و إستعمالا:

1-1- الصحافة المكتوبة :

الصحافة إحدى أهم المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم,و العالم

أجمع كما تساعد الناس في تكوين الآراء، حول الشؤون من خلال الصحف و المجلات. (1)

تتميز الصحف في نشرها مساحات واسعة من المعلومات التي تعالج الأحداث و الأخبار اليومية و التعليق عليها.

- يمكن قراءة الصحف بالسرعة التي تتناسب مع القارئ كما يمكن قراءتها أكثر من مرة.

- أسعار الصحف رخيصة مقارنة بغيرها من الوسائل. (2)

و تنقسم الصحف إلى :

- التقسيم الدوري: (اليومية، نصف الأسبوعية، الأسبوعية، نصف الشهرية، الشهرية) .

- التقسيم الموضوعي: (الصحف العامة، الصحف المتخصصة) .

- التقسيم الإصداري: (الصحف المركزية، الصحف الإقليمية، الصحف الدولية). (3)

1- حسان بن عمر بصفر، المدخل إلى وسائل الإعلام. جدة: مركز النشر العلمي، 1435، ص 197.

2- محمد منير حجاب، وسائل الإتصال نشأتها وتطورها. القاهرة : دار الفجر، 2008، ص 57 .

3- رحيمة الطيب عيساني ، مدخل إلى الإعلام و الإتصال .القاهرة:جدار الكتاب العالمي، 2008، ص ص 100 - 102.

1-2- التلفزيون:

طريقة إرسال و إستقبال الصوت و الصورة ,من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية و الأقمار الصناعية ،ويتكون التلفزيون من القنوات الفضائية.(1)

وهي قنوات تثبت عبر شبكة من الأقمار الصناعية ،التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموما بالزاوية و الاتجاه النقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية ، التي يتم بثها على قمر من القنوات وتثبت هذه القنوات مجموعة من البرامج و على رأسها :

-نشرة الأخبار: الوعاء الذي يصب فيه الصحفي إنتاجه، ومنبع الذي ينهل منه المشاهد معلوماته عما يدور في وطنه أو في العالم.(2).

ويتميز التلفزيون بمجموعة من الخصائص و هي :

-هو وسيلة سهلة و متوفرة توصل الصوت و الصورة ،لذا تؤثر على الناس.

-للتلفزيون آثار إيجابية في نضج شخصية، و تنوع ميل الأفراد ورغباتهم من خلال ما تعرضه برامجه من معلومات و خبرات و تجارب الآخرين.

-وسيلة لعرض الإعلانات .

- يختصر الزمان بين حصول الحدث و عرضه للناس و قدرته على الإنتشار السريع، إلا أنه له عيوب ويظهر ذلك أن التلفزيون يعرض برامجه في وقت محدود مما لا يسمح و لا يتيح للمشاهد فرصة المشاهدة والإستقطاب مرة أخرى ،ويدفع إلى العزوف عن المطالعة.(2)

1-3-الإذاعة :

تعرف بأنها أكثر وسائل الإعلام شيوعا و شعبية، التي تعتمد على الصوت في نقل الرسالة عن طريق

الريبورتاج الإذاعي و الإعلان و الأغنية و غيرها.

كما أنها كثيرا ما تستخدم إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى ،لربط المجتمعات بعضها البعض ،وإذا كانت

الوسيلة التعبير في الراديو كما يشار لها،فإنها تستطيع عن طريق النص الجيد والإخراج الحقيقي و الإحساس

الواعي وحسن إستغلال الإمكانيات الإذاعية ،أن تصل إلى إستثارة خيال المستمع فتجعله يعيش في أحداث

البرنامج الإذاعي.(3)

1-محمد صاحب سلطان،وسائل الإعلام والإتصال دراسة في النشأة والتطور. عمان :دارالمسيرة للنشر و التوزيع 2011، ص31.

2- سليم عبد النبي ،الإعلام التلفزيوني .الأردن : دار أسامة لنشر والتوزيع،2010، ص ص24-57.

3- طارق الشاري ،الإعلام الإذاعي . الأردن : دار أسامة لنشر و التوزيع،2010،ص05.

ومن مميزات الإذاعة:

- تستطيع الوصول إلى الجماهير مخترقة كل الحواجز و العقبات الجغرافية و السياسية.
- تمتاز بدفء الصوت البشري ,وتأثير على المجتمع.
- يمكن لذلك تسجيل الكلمة المذاعة وإعادة إذاعتها أكثر من مرة .
- يستطيع الإنسان الاستماع إلى الإذاعة في أي وقت و في أي مكان. (1)

2- الوسائل الإلكترونية :

ارتبطت وسائل الإعلام الإلكترونية بمفهوم الإعلام الجديد عقب ظهور العولمة و هي:

2-1-الانترنت:

كلمة انترنت (internet) هي إختصار الكلمة الإنجليزية net work internetioal ومعناها شبكة المعلومات العالمية، الشبكة التي فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها في العديد من الدول عن طريق الهاتف و الأقمار الصناعية.

ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى بأجهزة الخادم التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة. (2)

وكما تعرف بأنها تكنولوجيا إتصالية ذات قدرات عالية تحمل في طياتها كل العناصر التفوق على كل وسائل اللإتصال مجتمعية. (3)

أولاً-خدمات الانترنت :

ولها طابعين:

1 -**الصحافة الإلكترونية** : تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو والمتسلسلة هي منشور الإلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر (4) .

-
- 1-نسرين قاسم ،دور وسائل الإعلام و الإتصال في تفعيل الساسة العامة نموذج قطر.(مذكرة ماستر، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة بسكرة ،2012-2013)،ص 22.
 - 2-آجفو علي ،" الصحافة الإلكترونية العربية الواقع و الآفاق" ، مجلة المفكر . 01 مارس 2006، ص 105.
 - 3- عبد الرزاق محمد الدليمي ،الإعلام و العولمة ، الأردن : مكتبة الرائد العلمية ، 2004 ، ص 4.
 - 4- عبد الواحد رضا أمين ، الصحافة الإلكترونية . القاهرة: 2007 ، ص ص 92-93.

ب-البث التلفزيوني: يستخدم تكنولوجيا التدفق المتزامن من الإشارات الصوتية و الرؤية وذلك بالإعتماد على برامج تبعا لخدمة الملفات المستخدمة في عملية البث.(4)

ثانيا- إذاعة الانترنت :

هي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كمبيوترية يتم إستخدامها لبث عبر الشبكة،إعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات لتشغيل الموارد الصوتية أو الفيديو.(1)

ا-البريد الإلكتروني (électronic mail):

وهو إرسال الرسائل من الحاسوب إلى آخر عبر الشبكة و إلى المستخدم في أي مكان. (2)

ب-شبكات التواصل الإجتماعي :

وهي مواقع تتشكل من خلال الانترنت تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع إفتراضي يجمع بين أفرادها إهتمام مشترك أو شبه إنتماء، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية ،ومن أشهر مواقعه ،الفيسبوك ،يوتوب،تويتر.(3)

ج-الهاتف النقال :

يعرف بأنه تقنية تقوم بالنقاط الصور و تصوير مقاطع الفيديو ,بالإضافة إلى إرسال الرسائل ,ولقد عرفت طورا عظيما منذ ظهوره إلى غاية الآن من خلال أجياله الثلاث:
- الجيل الأول 1G: أولى الأنظمة الخلوية التي تعتمد الإشارة .
- الجيل الثاني 2G:تعتمد على الإشارات الرقمية ,ثم ظهور نوع متطور من هذا الجيل يعرف ب 2.5G.
- الجيل الثالث 3G:يمثل آخر صيحة بث تصل سرعة الإتصال حوالي 50 ميغابايت في الثانية.(4)

1-هادي طوالبه،تكنولوجيا الوسائل المرئية. الأردن: دار وائل، 2010، ص ص 244- 245 .

2- مؤيد عبد الجبار الحديثي،العولمة الإعلامية. الأردن: دار الأهلية ، 2002 ، ص 85 .

3- عبد الجبار أحمد عبد الله و آخرون،"دور شبكات التواصل الإجتماعي في ثورات الربيع العربي"، مجلة العلوم السياسية العدد 44 ،ص ص 209- 213 .

4- صادق مصطفى عباس ، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل. الأردن : دارالشروق،ص ص 293- 294.

المبحث الثاني : ماهية السياسة الإعلامية:

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى محاولة تغطية كل مايتعلق بالسياسة الإعلامية و تحديد مفاهيمها بداية بالتعريف ، مكوناتها ، خصائصها و ابعادها و أخيرا مرتكزات و أسسها .

المطلب الأول : مفهوم و مكونات السياسة الإعلامية :

لقد تعددت مفاهيم التي تشرح السياسة و من خلال تعريفات تتضح مكونات السياسة الإعلامية، و جاء العديد من الأدبيات حول هذا المصطلح .

1- مفهوم السياسة الإعلامية :

تعرف السياسات الإعلامية و الإتصالية بأنها مجموعة المبادئ و المعايير و القواعد التي تحكم و توجه سلوك الأنظمة الإعلامية و التي عادة تشتق و تستنبط من شروط الإيديولوجيا السياسية و القيم التي ترتكز عليها في بلد ما.(1)

و هي مجموعة المبادئ و المعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم و إدارة ورقابة و تقييم و مواءمة نظم و أشكال الاتصال المختلفة، و على الأخص منها وسائل الإتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الإجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي و الإجتماعي الذي تأخذ به الدولة.(2) و يذهب الدكتور إبراهيم إمام إلى أن السياسة الإعلامية هي خطة العمل اللازمة للتأثير في الجماهير و حملها على السلوك بطريقة معينة.(3)

1- إبراهيم إمام، الإعلام و الإتصال بالجماهير. القاهرة : دار أسامة لنشر و التوزيع،1982، ص316.

2- "الإطار الفلسفي و السياسي و القانوني لنشاط الإعلامي" ، مجلة الدراسات الإعلامية .العدد44 يوليو/ سبتمبر 1986 م، ص ص 73- 77 .

3- حميد الديلمي، التخطيط الإعلامي المفاهيم و الإطار العام. عمان:دار الشروق، 1998، ص 73 .

ويرى الدكتور إبراهيم إمام إلى أن السياسة الإعلامية و الإتصالية تعني الأسس و القيم و المعايير التي تسعى إلى تحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية وفق مراحل زمنية، و يسير على هديها النشاط الإعلامي و الإتصالي في سياق سياسي و ثقافي و إقتصادي و إجتماعي محدد بهدف تحقيق أفضل العوائد التنموية الممكنة للدولة إجتماعيا و ثقافيا و إقتصاديا و سياسيا. (1)

كما يدل مفهوم السياسة الإعلامية على مجموعة الطرق و المناهج و الإستراتيجيات المتبعة في مجموعة من الميادين، و هذه المناهج تخضع لدراسات عملية دقيقة و يشرف عليها خبراء حتى تكون ناجحة و تؤدي إلى نتائج إيجابية. (2)

أما لجنة العربية لدراسات مشكلات الإتصال و الإعلام فقد ذهبت في تعريفها، إلى أن السياسة الإتصالية والإعلامية هي مجموعة المبادئ و المعايير التي تحكم نشاط الدولة اتجاه عمليات تنظيم الإعلام. (3)

ولكل بلد سياسته الإعلامية و لكنها في بعض الأحيان كامنة غير ظاهرة،ضمنية تفهم من ممارستها، و قد تكون أحيانا واضحة في التشريعات و الدساتير و المواثيق و السلوك المهني والقواعد و الإجراءات. (4)

1- صالح أبو أصعب، إستراتيجيات الإتصال و سياسته و تأثيراته. عمان: دار مجلاوي لنشر و التوزيع، 2005 ص 15.

2- صالح بن بوزة، "سياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية و الممارسة (1979-1990)"، المجلة الجزائرية للإتصال، العدد 13-1996، ص 11.

3/ -خضير البياتي ياسين، الإتصال الدولي و العربي مجتمع المعلومات و مجتمع الورق. عمان: دار الشروق لنشر و التوزيع، 2006، ص 319.

4- عبد المجيد ليلي، سياسات الإتصال في العالم الثالث. القاهرة: دارالطباعة العربي، 1986، ص 3.

نستنتج مما سبق من كل التعريفات سابقة الذكر بأن السياسة الإعلامية تعني الطرق و الإستراتيجيات المسطرة و المتبعة في الميدان الإعلامي بإختلاف مؤسساته من الصحف إلى الإذاعة و التلفزيون ، إلا أن لكل دولة سياستها الإعلامية الخاصة و ذلك حسب إيديولوجيتها السياسية و نظام الحكم السائد فيها، و حسب الأهداف التي تطمح إلى تحقيقها.

و عليه "تختلف السياسات الإعلامية من بيئة إلى أخرى و تأتي نتيجة لإعتبارات سياسة تأخذ بها كل دولة عند الشروع في إختبار النظام الإذاعي الأمثل لها. (1)

كما تختلف السياسة الإعلامية بإختلاف الطبيعة الملكية للمؤسسة الإعلامية إن كانت عمومية أو خاصة كما تختلف بإختلاف الجمهور المستهدف في كل وسيلة إعلامية، فالسياسة الإعلامية المتبعة في الإعلام المحلي الذي توجه رسالته إلى الجمهور المحلي داخل حدود الدولة يختلف عن السياسة الإعلامية الخارجية التي يتوجه بمضامينها نحو جماهير خارج الحدود الجغرافية المرسله، لتخاطب الرأي العام العالمي كالصحف الدولية و الإذاعات الموجهة و القنوات الفضائية التي تأخذ في إعتباراتها أولويات و أسس تختلف تماما عن السياسة اعلامية للإعلام الوطني لكنها لا تخرج عن النطاق الإيديولوجي التي ترسمه الدولة في مضامينها التشريعية الرسمية (2) .

1- البياتي ،مرجع سابق،ص320.

2- جمال محمد أبوشب ، السياسات الإعلامية المفاهيم ، الإتجاهات النظرية ، التطبيقات .(ب-م):دار الجامعة و المعرفة لنشر و التوزيع ،2014، ص59.

2- مكونات السياسة الإعلامية :

إن الحديث عن مكونات السياسة الإعلامية ، حديث عن مكونات العلمية الإتصالية أو الإعلامية ، فالإتصال كعملية يمثل سلسلة من العمليات و الأحداث المستمرة المتحركة دائما إتجاه هدف . ذلك أن الاتصال ليس كيانا جامدا ثابتا و لكنه عملية ديناميكية يتم إستخدامها لنقل المعاني و القيم الإجتماعية و الخبرات المشتركة⁽¹⁾.

لذا فلا يتم الإتصال إلا بوجود هذه العناصر التي تعمل بصورة متداخلة و متكاملة و فيما يلي سنحاول إستعراض هذه العناصر أو المكونات السياسية الإعلامية : من خلال المخطط هارول لازويد كما هو مبين في الملحق 01 .

2-1- المرسل SANDER او القائم بالاتصال COMMUNICATOR :

و المرسل هو أول أطراف العملية الإتصالية فهو صاحب الفكرة يقوم بوضع أفكاره في رموز معينة و لا بد من أن تكون الفكرة واضحة في ذهنه لتوصيلها و أن يراعي طبيعة الوسيلة التي يختارها أو يستخدمها و أهم من هذا كله أن يراعي ظروف و خبرات المتلقي فالمرسل هو المسؤول عن إعداد و توجيه المعلومات و المفاهيم و بالتالي يوجه السياسة الإعلامية⁽²⁾.

2-2- الرسالة MESSAGE:

و هي المحتوى المعرفي الذي يريد المرسل نقله إلى المتلقي ، أو مضمون السياسة الإعلامية المراد نقله إلى أرض الواقع أي الى المتلقي و هي جوهر العملية الإعلامية و يجب أن تصاغ بطريقة يفهمها المتلقي و يستطيع فك رموزها و مدوناتها بسهولة، فهي تضم الأفكار المفاهيم الإنفعالات و الأحاسيس و الإتجاهات القيم والمبادئ التي يرغب المرسل في إشراك الآخرين فيها.

1- سامية محمد جابر ، الإتصال و الإعلام و تكنولوجيا المعلومات . القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2003 ، ص 12.

2- نعيمة واكد، مبادئ في علم الاتصال.(ب- م): طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2011، ص14.

و هذه رسالة لها من المقومات حتى تكون رسالة جيدة و ناجحة منها :

- الدقة العلمية للمحتوى المعرفي.
- أن تكون الرسالة مناسبة لمستوى الفئات المستعملة أو المستهدفة .
- أن تشمل عنصر الإثارة و التشويق أثناء عرض الرسالة .
- بعد الرسالة عن التعقيد و الشعب ليسهل تعلمها⁽¹⁾.

2-3- الوسيطة MEDIUM :

و هي القناة أو القنوات التي تمر من خلالها الرسالة بين المرسل و المتلقي و هي كثيرة و متنوعة بدءا من الصوت العادي للمرسل للذبذبات الصوتية ، المطبوعات و الكتب ، الخرائط و الرسوم و اللوحات ، الصور ، الملصقات ، الأفلام الثابتة و الأفلام المتحركة و التسجيلات الصوتية و إنتهاء بالحاسوب و لا يمكن لأي عملية إعلامية في غيابها لكونها عنصر و مكون أساسي⁽²⁾ .

2-4- المتلقي RECEIVER :

- يعد المستقبل أو المتلقي عنصرا هاما ضمن العملية الإتصالية، و هو الذي يتلقى الرسالة و يقوم بفك رموزها و يحللها و يتفاعل معها و يتأثر بمضمونها ، و قد يكون المتلقي فردا أو أكثر و هذا ضمن الإتصال الجمعي أو الإتصال الجماهيري و هناك أربع احتمالات تتوقعها من المستقبل الرسالة و هي كما يلي :
- فهم الرسالة فهما كاملا .
 - فهم الرسالة غير كاملا كأن يفهم المرسل لمرز غير مألوف لدى المتلقي .
 - فهم الرسالة فهما خاطئا بسبب تغيير المستقبل⁽³⁾ .

1- بلعيد صالح، دروس في اللسانيات التطبيقية .الجزائر:دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، 2000 ،ص20.

2-واكد ، مرجع سابق،ص14.

3-صالح أبو أصعب ، إستراتيجيات الإتصال و سياسته و تأثيراته .عمان : دار الشروق، 1998، ص 32.

2-5- رجع الصدى FEED BACK:

و هو الإجابة أو الرسالة المضادة التي يرسلها المتلقي رداً على الرسالة المرسل أو الإستجابة التي تبدو على شكل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها له، و يظهر الرجوع في أنساق حركية أو لفظية كأن يقول المتلقي هذا صحيح....أو يهز رأسه كعلامة على الموافقة، و غيرها من الرموز التي تفيد حدوث رد فعل للرسالة كالانفعالات المتمثلة في الغضب ، الخوف ، الألم ، الحزن ، الصمت نتيجة تعرضه لرسالة إعلامية .

و عليه نقول أن رجع الصدى هو الاستجابة التي تصدر عن المتلقي الرسالة و يكون الرجوع كسلوك مستمر⁽¹⁾ .

1-واكد ، مرجع سابق،ص15.

المطلب الثاني : خصائص و خطوات السياسة الإعلامية :

لسياسة الاعلامية مجموعة من الخصائص التي تميزها عن باقي السياسات العامة الاخرى، وتقوم هي الاخرى على خطوات اساسية .

1- خصائص السياسة الإعلامية :

من بين اهم خصائص السياسة الإعلامية مايلي:

1-1- السياسة الإعلامية هي فصل للمؤسسة الحكومية :

السياسة الإعلامية تمثل الخيارات الحكومية و نشاطاتها الرسمية، فالحكومة تقوم بتبني سياسة إعلامية معينة إزاء مشكلة أو قضية مجتمعية⁽¹⁾.

و تصدر بشأنها قانونا أو مرسوما أو تعليمات نظامية تحدد مسارات و الأنشطة و الأهداف التي ستكون من مهام المؤسسات الحكومية المعنية بتلك المشكلة أو القضية ،و بالتالي فالسياسات الإعلامية تشمل برامج و الأعمال المنسقة التي تصدر عن القادة الحكوميين و ليست قرارات منفصلة و متقطعة، فإنها تشمل مثلا المراسيم الصادرة بتشريع القوانين و القرارات⁽²⁾.

1-2- السياسة الإعلامية ذات سلطة شرعية :

تشكل السياسة الإعلامية بعدا مهما من أبعاد الإلتزامات القانونية و الشرعية حيث بمجرد إصدار و إقرار السياسة الإعلامية يتم وضع و إصدار قانون أو مرسوم أو نظام يمنع و يجيز تصرف و سلوك معين، و ترتبط هذه خاصية بعملية تنفيذ السياسة الإعلامية و تطبيق مقرراتها كنشاط عملي و ممارسة فعلية و مثال ذلك إصدار قوانين يمنع فيها التشهير بالأسماء⁽³⁾.

1- محمد خليفة الفهداوي، السياسة العامة منظور في البيئة . عمان: دار المسيرة، 2001، ص 42.

2- حسن أبشر الطيب، الدولة العصرية دولة المؤسسات. القاهرة : دار الثقافة، 2000، ص49.

3- الفهداوي، مرجع سابق، ص46.

1-3- السياسة الإعلامية نشاط هادف و مقصود :

إن السياسة تشمل الأعمال الموجهة نحو أهداف مقصودة و لا تشمل تصرفات العشوائية و العفوية التي تصدر عن بعض المسؤولين، فالسياسة الإعلامية في ضوء الأنظمة السياسية لا تتضمن أشياء تحدث أنيا . و لأجل التوصل إلى تطبيق فعلي للسياسات الإعلامية من خلال كونها نشاط هادف مقصود فمثلا قد توجه السياسات الإعلامية آراء الجمهور لقضية معينة لهدف معي⁽¹⁾

1-4- السياسة إعلامية في خدمة المجتمع :

ان الحكومات الحديثة تمارس انواعا متعددة من السياسات الاعلامية في سبل حماية المصلحة العامة ،مثل الرسالة الاعلامية حملة ذات منفعة عامة هي رسالة اعلامية مفادها حماية المجتمع من عدة اخطار على سبيل المثال حوادث المرور،الافات الاجتماعية،وهي تمس مختلف فئات المجتمع،ويمكن تقسيمها الى مجموعتين:

- السياسات الاعلامية ذات طبيعة مادية .
- السياسات الاعلامية ذات طبيعة رمزية⁽²⁾.

1-5-السياسة الإعلامية توازن بين فئات و الجماعات المصلحية :

تتأثر السياسة الإعلامية بعدة قوى فاعلة و المتمثلة في مجموعات مصالح و الضغط،التي تقيم و تشكل تحالفات للحفاظ على مصلحتها، و هذا التحالف يحدث بين مجموعات المصالح و اللجان التشريعية للسياسات الإعلامية و الوكالات المنفذة لها ،و تعتبر هذه التحالفات نتيجة لسياسات أقطاب مصالح التي تعمل على تطوير حجمها و تفعيل سياستها⁽³⁾.

1- جيمس أندرسون، صنع السياسات العامة. (ترجمة: عامر الكبيسي)، عمان : دار المسيح، 1999، ص 16.

2- جوزيف كاير لويس وسلر، الإدارة العامة تغيير إجتماعي و الإدارة المكتفية. (ترجمة: محمد خطيب)، عمان :دار البشير للطباعة و النشر، 1996، ص38.

3-المرجع نفسه،ص39.

1-6- السياسة الإعلامية قد تكون غير معلنة أو غير مؤطرة بقانون أو نظام :

بإمكان صانعي و راسمي السياسة الإعلامية وضع سياسة إعلامية معينة من خلال عدم فعل أي شئ و كأنهم يقيمون و يؤدون شيئاً، و هذا ما رآه “ داي” حينما عرف السياسة الإعلامية إختيار الحكومات لما تفعله و مالا تفعله ضمن مجال معين ،فالسياسة الإعلامية قد تأمر بتصرف معين كما قد تنهي عن القيام بتصرفات أخرى غير مقبولة و مرغوبة ،و في هذه الأحوال تأثر من خلال هذه المواقف على السكان أو على المعنيين في هذه الأمور و ذلك بالرغم من كون طبيعة السياسة الإعلامية سلبية أم إيجابية و لها تأثيرها على المعنيين بها (1) .

1-7- السياسة الإعلامية تعكس جدوى السياسة :

تعكس هذه الخاصية تقييماً قليباً لآثار المتوقعة لسياسة الإعلامية المتخذة قبل المباشرة لتنفيذها، حيث تشكل جدوى مؤشراً مهماً من مؤشرات نجاح السياسة الإعلام، و هذا ما ذهب إليه “ مايتوكن” الذي أشار إلى فائدة المجال الذي تغطيه السياسة الإعلامية من حيث تنفيذها و نتائجها بالتركيز على معطيات المؤشر التقويمي لجدوى السياسة الإعلامية الذي يقوم بالإجابة على السؤال التالي :إلى أي مدى تفسر أو سوف تفسر هذه السياسة الإعلامية عن تحقيق الاهداف و النتائج المرجوة منها ؟ (2) .

1- عبد الحافظ العوالمه ، إدارة مؤسسات العامة الأسس النظرية و تطبيقاتها في الإدارة.عمان :مؤسسة زهران ،1993، ص94.
2- مهدي زغرات، دور العوامل الغير رسمية في تقويم السياسة العامة. (مذكرة الماستر،قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة محمد خضير بسكرة ،سنة 2014)، ص25.

2- خطوات السياسة الإعلامية :

لا بد لسياسة الإعلامية الناجحة أن تقوم على مجموعة من الخطوات ،التي تتخذ لمواجهة الظروف و المشكلات خلال الفترة الزمنية المستقبلية ،و تقوم السياسة الإعلامية على سلسلة من الخطوات المنطقية بالشكل التالي :

2-1- الخطوة الأولى :

و تشمل هذه الخطوة مجموعة من المحددات كالاتي :

- تحديد المشكلة الإعلامية و جمع المعلومات اللازمة عنها و تحليلها .
- حصر و تقييم الإمكانيات المادية و البشرية و اساليب الممارسة الحالية للعملة الإعلامية
- تحديد إحتياجات و الأولويات و حراستها و معرفة علاقتها بتطور مؤسسات الإتصالات، لذلك أكدت دراسات أن الجمهور المستهدف يستجيب للمصادر ذات الثقة و الموضوعية و النشطة و الخبيرة بشؤونه لأنه يعتبرها محترمة و قريبة منه (1) .

2-2- الخطوة الثانية :

في هذه الخطوة يقوم بتحديد المخطون إعلاميون كل المصادر المتوفرة و يشكل المصادر المستغلة و حصر مصادر المادية بما في ذلك البنى التحتية من المستلزمات الرئيسية للإعلام و سياساته، و يتم ذلك من خلال دراسة كل الموارد و الجهود التي يمكن إستخدامها و كيفية الإستخدام الأمثل لها، كما ينبغي التعرف على ماهية الطاقات الإعلامية المتوفرة بشكل تفصيلي دقيق (بشر، اجهزة ، قنوات)، و مايساندها من قوى أخرى (إدارة مالية) التي تؤثر بفعالية في السياسة الإعلامية و نجاحها (2).

1- عماد محمد حسين الهلالي، التخطيط الإعلامي. بغداد: دار الشؤون الثقافية،(ب-س)،ص 69.

2- المرجع نفسه،ص80.

2-3- الخطوة الثالثة :

يراعى في السياسة الإعلامية دراسة إحتياجات المجتمع ككل، أو إحتياجات و مصالح الجمهور المستهدف شرط ان ينعكس ذلك على الأهداف السياسية الإعلامية و الإتصالية و برامجه و يعرف الهدف بأنه “ صورة ذهنية عن الحالة المستقبلية المراد بلوغها “⁽¹⁾ .

2-4- الخطوة الرابعة :

و في إطار هذه الخطوة يقوم القائمون على السياسة الإعلامية بتحديد مصادر التي سيخصصونها لتنفيذ الخطط و مدى تكلفة الوسيلة، إلى جانب دراسة أساليب تنسيق بين الوسائل مع الإستخدام الأقل تكلفة التي تصل للجمهور المستهدف بشكل فعال⁽²⁾ .

1- الهلالي، المرجع نفسه، ص83.

2- سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني الغربي. بغداد: مركز التوثيق الإعلامي، 1984، ص28.

المطلب الثالث : أسس وشروط السياسة الإعلامية :

إن السياسة الإعلامية تقوم على مجموعة من الأسس التي تركز عليها العملية الإعلامية ولها أيضا مجموعة من شروط لتنفيذها .

1-أسس السياسة العامة :

نستطيع أن نستخلص القواعد و الأسس العامة للسياسة الإعلامية فيما يلي :

1-1- توضيح الخطة المطلوبة و مكانها و الفترة الزمنية لتنفيذها :

هناك نوعان من الخطط :

أولا - خطة دائمة متطورة : هي التي توضع و يستمر إستعمالها لمدة طويلة و تشمل السياسات والإجراءات متوصلة التجديد بمعنى الإنتهاء من خطة يعقبا بدئ خطة جديدة .

ثانيا - خطة مؤقتة : وتتميز بالفرض الواحد بإنجاز مهمة محددة ترتبط بفترة زمنية معينة .

2-2- تحديد شكل الخطة للسياسة الإعلامية :

هذا الشكل يرتبط بالخطة الموضوعية و الأهداف المنشورة من ورائها و عادة ما تتخذ الخطة الإعلامية أحد

الأشكال التالية :

أولا- التناقض : أن تبدأ الحملة بدرجة عالية من التركيز و الكثافة و الإنتشار و ذلك بعد الإهتمام العامل ثم

تأخذ في التناقض التدريجي على أن تصل إلى حد معين تثبت عنده إلى نهاية الفترة الزمنية المحددة لها

ثانيا - التزايد : أن تبدأ الحملة بتركيز محدد و كثافة ضعيفة ثم تأخذ في التزايد التدريجي من حيث الحجم

و عدد المرات التكرار و نوعية الوسائل الإعلامية ادمة حتى تصل على أعلى مستوى من الكثافة و التركيز

تثبت عندها.(1)

1- حسين سمير محمد، الإعلام و الإتصال بال جماهير و الرأي العام . القاهرة : دار المعرفة، 1993، ص ص 312 - 313.

ثالثاً- الثبات أن تبدأ الحملة الإعلامية بمستوى ثابت و تستمر عليه طوال فترة تنفيذها سواء من حيث كثافتها و إنتشارها .

رابعاً- التغيير و التذبذب : أن تبدأ الحملة الإعلامية قوية ثم تتناقص ثم تعود للإرتفاع ثم تتناقص أي انها تتذبذب في درجة التركيز⁽¹⁾ .

الى جانب ا سس اخرى وهي كالتالي:

- حشد الطاقات الإعلامية البشرية و المادية في المؤسسات الإعلامية .

- التعدي للأزمات و التحديات الداخلية و الخارجية.

- تحديد الأهداف المراد تحقيقها :

للإعلام هدف عام يرمي إلى تحفيز المواطن للإنتباه لهذا الهدف ، و لكن ذلك لا يمنع من التركيز على

اهداف أصغر تدخل في نطاقه ، و تتجه إلى كل قطاع بما يناسبه ، و بإيجاز يمكن القول بأهمية تحديد الهدف بوضوح و عدم صياغتها في عبارات عامة دون تركيز .

- تحديد وسائل الإعلام و اشكاله :

و هناك في هذا النطاق جانبان اساسيان تتدرج تحتها كافة وسائل الإعلام و اشكاله .

الجانب الاول : هو الإتصال المباشر الذي يتم دون وسيط كلقاءات الشخصية و المحاضرات و الندوات .

الجانب الثاني : وهو الإتصال الجماهيري من خلال وسائل الإعلام كالصحافة و الإذاعة و التلفزيون

و غيرها⁽²⁾ .

- تحديد إمكانات و الموارد اللازمة لخطة السياسة الإعلامية :

و هو ما يعتبر الخطوة الأخيرة في وضع و تخطيط البرامج الإعلامية و يمكن إيجاز الإمكانات المطلوبة

لتنفيذ خطة السياسة الاعلامية في مجال ما كالتالي :

المجال الأول : إيجاد العنصر البشري المؤهل و القادر على تنفيذ الخطة بعناصرها المختلفة⁽³⁾.

1- سمير محمد، المرجع نفسه، ص314.

2- حميد محسن الدليمي، التخطيط الإعلامي والسياسة الإعلامية. القاهرة: دار الفكر العربي، 2008، ص130.

3- الهلالي، المرجع نفسه، صص7-8.

المجال الثاني : العنصر المادي يدخل ضمن الإمكانيات المطلوبة لتنفيذ خطة إعلامية : البرامج التلفزيونية و الإذاعة و مساحة النشر للمتاحة بالصحف ثم ذلك بالتنسيق و التعاون مع القائمين على أجهزة الإعلام بالدولة ، كما يتم أيضا من خلال دور النشر و الإعلان المشاركة في الخطة ، مع ترجمة ذلك إلى مبالغ مالية ينبغي و وضعها تحت تصرف المسؤولين عن السياسة الإعلامية .

- تقويم النتائج :

تقويم نتائج خطط السياسة الإعلامية لا ينال عادة الاهتمام الواجب و يشكل ثغرة خطيرة ، كما أن التقويم في مجالات عدة لا يعطي نتائج نهائية و غاية ما يمكن الوصول إليه و هو إشارات يمكن للاطمئنان إليها .⁽¹⁾

1-عاطف عدلي العبد،إدارة المؤسسات الإعلامية.القاهرة:دار الفكر العربي،2008،ص130.

2- شروط السياسة الإعلامية :

بالإجمال فإن وضع السياسة الإعلامية و تنفيذها يقتضي توفر مجموعة من الشروط.

2-1- تحديد أهداف السياسة الإعلامية :

السياسة الإعلامية تحتاج إلى وضوح و ثبات أهداف السياسة ، و تحديد الجهة صاحبة القرار ، بمعنى أدق تحديد الأهداف بشكل واضح منسجمة مع متطلبات البيئة العربية و حاجيات الانسان العربي بالنسبة للسياسة الإعلامية داخل الوطن العربي ، و متطلبات البيئة العالمية و المتغيرات الأولية في السياسة و الإتجاهات الراي العام بالنسبة للسياسة الإعلامية خارج الوطن العربي.⁽¹⁾

2-2- تحديد مجموع الإحتياجات التي تستجيب لتلك الأهداف :

لا بد من التأكيد بأن السياسة الإعلامية تحتاج إلى خطة متكاملة ذلك لأن “ غياب الخطة الإعلامية يعني غياب الخط السياسي المحدد و الواضح و هذا يعني بدء رهان العمل الإعلامي يسبح عملية بطيئة لا تستجيب لمتطلبات الواقع و بالتالي يفقد هذا العمل من تأثيره و قدرته على التواصل الحضاري⁽²⁾ .

2-3- تحديد مكانة القائم بالاتصال (رجل الإعلام) :

خاصة من الجوانب التالية:

-التكوين و التأهيل الأكاديمي ، أخلاقيات ممارسة المهنة ، التنظيمات المهنية و النقابية ، الحقوق و الواجبات
-المعايير المهنية ، العوامل التي تحكم فيها ، إتجاهات ، الرقابة على مضمون الرسالة الإعلامية و أنواعها ،
حق الجمهور في الإعلام⁽³⁾.

1-بن بوزة ،مرجع سابق،ص ص11-12.

2- البياتي ،مرجع سابق،ص321.

3- العبد،مرجع سابق،ص39.

الى جانب الشروط التالية :

- التقييم الموضوعي و الدقيق لقدرات الدولة و إمكاناتها لمعرفة ما إذا كانت تلك القدرات الذاتية مؤهلة للإستجابة و تحقيق الأهداف و الطموحات المنشودة .
- تحديد إطار العلاقة بين السياسة الإعلامية و السياسة الإجتماعية .
- إمتلاك رؤية واضحة بخصوص القيم و المعايير التي تحكم المسار العام للسياسة الإعلامية .
- رسم معالم النظام الإعلامي و توضيح طبيعته، نظام مركزي ، نظام غير مركزي ، ليسمح بإيجاد هيكل و تنظيمات فرعية جهوية و محلية.(1)

1-فتيحة لمام،السياسة التلفزيونية الخارجية للجزائر من 1994 الى 2010.(رسالة ماجستير،قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسة والإعلام ،جامعة الجزائر، 2012)،ص62.

خلاصة الفصل الاول:

إن الإعلام هو تلك العملية الإخبارية التي تستوجب وجود رسالة إعلامية منقولة من طرف إلى آخر وهما المرسل والمستقبل.

بحيث نجد الإعلام مر بعدة مراحل جسدت تطوره التاريخي عبر الزمن من مرحلة البداية كان فيها الإعلام في شكل أخبار ينقلها من شخص إلى آخر، ثم ظهرت مرحلة الإكتشاف التي ظهرت فيها الكتابة ثم الطباعة وذلك مع حلول القرن الخامس عشر، لكن مع مرور الوقت ظهرت الصحافة ثم وسائل أخرى لإتصال والإعلام كالراديو و التلفزيون.

نجد للإعلام عدة خصائص وأهداف فهو يصف الواقع والهدف منه أن تكون هناك رسالة مطلوب توصيلها إلى المرسل إليه كما إشتهل على أهداف وخصائص نجد له نظريات يقوم عليها كنظرية حارس البوابة الإعلامية ونظرية الرصاصة السحرية، وهي تكثر وتتعدد بتعدد وسائله التقليدية والحديثة.

في مقابل الإعلام نجد السياسة الإعلامية وهي بيت القصيد المتنتلة في مجموعة القواعد والمبادئ والمعايير التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية،تتضمن على عدة خصائص تميزها كونها ذات سلطة شرعية ونجدها هادفة في خدمة المجتمع وتتوفى على أسس وشروط لقيامها .

الفصل الثاني:

السياسة الإعلامية في الجزائر.

إن بعد ضبط مفهوم و مكونات و أسس السياسة الإعلامية تطرقنا في هذا الفصل إلى السياسة الإعلامية في الجزائر و عالجناها ضمن بحثين ، المبحث الأول جاء فيه تقييم السياسة الإعلامية في الجزائر دراسة في الفواعل و الآثار ، يتضمن هذا المبحث ثلاث مطالب معنونة على الترتيب التالي :

المطلب الأول : العوامل المؤثرة في السياسة الإعلامية .

المطلب الثاني : الأطراف المشاركة في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر .

المطلب الثالث : أثار السياسة الإعلامية في الجزائر .

أما فما يخص المبحث الثاني جاء فيه نشأة و تطور السياسة الإعلامية في الجزائر دراسة قانونية و يحتوي هذا الأخير على ثلاث مطالب هي :

المطلب الأول :مرحلة الممارسة الإعلامية المقيدة 1962-1988.

المطلب الثاني : مرحلة الممارسة الإعلامية المتعددة و الحرة : 1989-2011 .

المطلب الثالث: تنظيم الممارسة الإعلامية في ظل قانون إعلام جديد 12/05 .

المبحث الأول: تقييم السياسة الإعلامية في الجزائر (العوامل، الفواعل، الآثار) :

نظرا لأن السياسة العامة عملية حيوية ، فإنها تدفع العديد من الأفراد للمشاركة فيها و هي تحمل عدة سياسات منها السياسة الإعلامية التي أصبحت تلعب دورا هاما في قياس مدى تطور و نجاح الدول و كمالها فواعل ترسمها، لها مؤثرات تؤثر في صناعتها و خاصة الدول العربية و منها الجزائر .

المطلب الأول : العوامل المؤثرة في السياسة الإعلامية بالجزائر:

إن السياسة الإعلامية في الجزائر تخضع لعدة مؤثرات داخلية و خارجية تتجسد في مجموعة من العوامل إقتصادية ، إجتماعية و تنظيمية و ثقافية و حتى عوامل دولية و عالمية و أخرى تنظيمية. (1)

1-الثقافة السياسية :

في البداية لا بد من فهم حالات التمايز و المفارقات التي تتجلى عن الثقافة السياسية لأجل ترسيخ دورها في عملية صنع السياسة العامة الإعلامية ، حيث يكون المواطن على درجة عالية من الوعي بالأمور السياسية و يقوم بدور فعال فيها ، و من ثم يؤثر في النظام السياسي و في صنع السياسة الإعلامية و ذلك من خلال درجة وعي المواطن الجزائري بالنظام السياسي الذي يحكمه و تكون له ثقافة إعلامية ، لكي يستطيع التجاوب مع تلك القوانين الصادرة التي تنظم الإعلام في البلاد ، و بذلك يحدث الرضا من طرف الشعب عن العملية السياسية و عن السياسة الإعلامية العامة ، مما يؤدي مع مرور الوقت إلى زيادة شرعيته : السلطات السياسية نظام الحكم و المجتمع السياسي و بذلك تصبح لتلك التعديلات الطارئة في مجال الإعلام قبول من طرف المواطنين.(2)

1- محمد قاسم القريوتي ، رسم و تنفيذ و تحليل السياسة العامة .الكويت: (ب-ن)،2006، ص 111.

2- عامر مصباح ، معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية. الجزائر: المكتبة الجزائرية ، 2005، ص 79.

2- : الظروف الإقتصادية :

لقد أصبحت لظروف الإقتصادية دور كبير في التأثير على السياسة العامة الإعلامية ، و ذلك نتيجة التناقض و التعارض بين مختلف الأفراد و الجماعات و الشرائح ، سواءا كانوا رسميين أو غير رسميين فمثلا في الجزائر يكون التعارض بين أصحاب المشاريع الكبيرة و بين أصحاب المشاريع الصغيرة ، و بين المنتجين و المستهلكين ، فالجهات التي ليست راضية عما تنفقه من عوائد في تعاملها مع الجهات الأخرى ، تسعى إلى مناشدة الحكومة للتدخل لمساعدتها مما يساهم في إفراز ما هو أفضل في جانب السياسة العامة و بذلك التأثير في السياسة الإعلامية ، فمما كان الإقتصاد متطورا كانت السياسة الإعلامية ناجحة و هادفة و فعالة هذا ما لا تجده في الجزائر نظرا لضعف الظرف الإقتصادي و هيمنة السلطات على حرية الإعلام .⁽¹⁾

3- الظروف الإجتماعية :

تشمل العادات و التقاليد و النظم الإجتماعية و القيم السائدة في المجتمع التي تنعكس على كيفية صنع السياسة العامة للدول ، و بذلك تؤثر على رسم السياسة الإعلامية ، فالجزائر اليوم تشهد العديد من التحولات كمحاولة الإهتمام بالمرأة و إعطائها حقوقها ، و إيجاد حلول سريعة لمشاكل الشباب و هذا ما يهدد إستقرار النظام السياسي.⁽²⁾

إذن فالسياسة العامة الإعلامية لا بد لها أن تراعي الظروف الإجتماعية و أن يكون تخطيطها وفقا للقيم و المعتقدات .

1- القريوتي ، مرجع سابق ، ص 112.

2 - موفق حديد محمد، الإدارة العامة ، هيكلية الأجهزة و صنع السياسات و تنفيذ البرامج الحكومية . عمان: دار الشروق، 2007 ص47.

4- الظروف الدولية العالمية :

إن دخول العالم للقرن الحادي والعشرون ، قد حتم و مازال يحتم على الدول مزيدا من الإستعدادات إزاء مشكلات متضاعفة و متقادمة و جديدة، فالجزائر أصبحت تتعرض لضغوطات من طرف مؤسسات إعلامية عالمية لها تأثير كبير في رسم و صناعة سياسية الإعلامية و ذلك من خلال القانون العالمي للإعلام ، إذ توجب على الدول النامية و منها الجزائر التفكير في التخلي عن مايسمى بإحتكار الإعلام في يد السلطة و دعم حرية الإعلام و لكن بشكل يبقي رقابة الدولة على تلك الحريات المطروحة ، فالظروف الدولية أصبح لها دور فعال في صنع السياسات العامة لأي دولة و خاصة الدول المتخلفة في إطار الإعلام و العولمة ، لكن قد تظهر سلبيات في ذلك و هو الجانب السلبي في الجوسسة بتلك الوسائل الإعلامية المتطورة. (1)

5- العامل التنظيمي (التشريع):

يؤثر العامل التنظيمي المتمثل في تلك القوانين و اللوائح التشريعية مثل الدستور و قوانين الإعلام التي تساهم في توجيه السياسة الإعلامية في الجزائر بحيث تضع لها ضوابط تقيدها و تحد مجال نشاطها و خير مثال لذلك يتجلى لنا في قانون الإعلام 2012 الذي جاء بعدة مواد تضبط نشاط أي حركة إعلامية في الجزائر حدد لها هذا القانون نشاطها الإعلامي في 27 المادة نذكر منها المادة 10 “ يجب على كل نشرية دورية للإعلام جهوية أو محلية أن تخصص نسبة 50% على الأقل من مساحتها التحريرية إلى مضامين تتعلق بالمنطقة الجغرافية التي تغطيها. (2)

1- سلوى الشعراوي جمعة ، تحليل السياسات العامة في الوطن العربي . القاهرة : (ب-ن)، 2001، ص 83 .

2-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، البرلمان الجزائري ، القانون العضوي رقم 12/05 ، المؤرخ في 18 صفر 1433

الموافق لـ12 يناير 2012 . (الجريدة الرسمية ، العدد02 ، الصادر في 15 يناير 2012) ، ص 02 .

المطلب الثاني : الأطراف المشاركة في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر :

إذ ذكرنا أن الأطراف المشاركة في رسم هذه السياسة لا بد التطرق إلى الفواعل التي تساهم في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر و هي فواعل رسمية و غير رسمية .

1- الفواعل الرسمية :

هي عبارة عن أطراف مشاركة و فاعلة في رسم السياسة الإعلامية وهي كالتالي :

1-1 السلطة التشريعية :

تقوم السلطة التشريعية بدور أساسي في أي نظام سياسي و خاصة الجزائر و يظهر ذلك من خلال القوانين و صنع السياسات، و ضمن صنع السياسات تشارك بشكل كبير في رسم السياسة الإعلامية و ذلك من خلال الهيئات المشرفة على مجال الإعلام في الجزائر فهي التي تضبط الممارسة الإعلامية عن طريق وضع قوانين الإعلام و توجيهه ، فالسياسة الإعلامية في الجزائر تحت يد السلطة الحاكمة فهي التي تحدد وتشرع ما يجب أن يكون الإعلام على مستوى البلاد ذلك بالاعتماد على السلطة التشريعية و هنا يظهر الدور العام لهذه السلطة في رسم السياسة للإعلامية. (1)

1-2 السلطة التنفيذية :

لا يمكن إخفاء دور السلطة التنفيذية في صنع السياسة العامة في الجزائر التي تندرج تحتها السياسة الإعلامية فقد أصبحت هته السلطة هي المهيمنة و يتجلى دورها (2) في الجزائر من خلال تقديم مشاريع القوانين للبرلمان ، وقد يتدخل في أعمال السلطة التنفيذية و مثال ذلك خطاب رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة الممتدة من سنة 1999 -2001 الذي يعكس مساهمة الرئيس في تحديد الممارسة الإعلامية في الجزائر .

1- عامر الكبيسي ، صنع السياسات العامة.عمان : دار المسيرة ، 1995 ، ص 15 .

2- أحمد رشيد ، شكل التنظيم الحكومي في إطار السياسة العامة ، في تحليل السياسات العامة ، قضايا نظرية و منهجية المحرر. (ب-م): (ب-ن)، 2007 ص 113.

1-3- السلطة القضائية:

مكانة السلطة القضائية في الدولة تمثل المعيار الأساسي لمدى إحترام تلك الدولة لسيادة القانون ، و تتجسد هذه المكانة المتميزة بتأكيد مبدأ الإستقلالية السلطة القضائية عن السلطتين التشريعية و التنفيذية ، فهي لها دورها في صنع و رسم السياسة العامة و بذلك السياسة الإعلامية في الدول المتطورة لكن إذا ذكرنا الجزائر فهي ضمن البلدان النامية إذن السلطة القضائية في الجزائر دورها ليس منعما بل تساعد في توضيح تضارب المواقف الإعلامية أو النزاعات الناجمة عن ما بين وسائل الإعلام و السلطة ، قد يظهر دورها في ممارسة الحكم على الصحفيين و الإعلاميين الخارجيين عن سكة الموالاتة للقضاء الحاكم فالإعلام الجزائري تحت رحمة السلطة و بيدها فمن يخرج عن تلك القوانين الإعلامية المسطرة قد يتعرض لعقوبات و لغرامات و هنا يظهر دور السلطة القضائية فهي لها دورها رقابي فقط لا تتدخل في رسم السياسة الإعلامية .⁽¹⁾

1-أبشر الطيب ، مرجع سابق، ص 127.

2- الفواعل الغير الرسمية :

هي جهات مستقلة إلى حد كبير عن الحكومات تتسم بصور رئيسية بأن لها أهداف سياسية أو قانونية، لها دور فعال في رسم السياسة الإعلامية و تتجلى في تلك المنظمات الفاعلة التي تخلق الأجواء المناسبة لتحريك المجتمع نحو التأثير في رسم السياسة الإعلامية ، و من هته الفواعل يمكن ذكر المجتمع المدني و القطاع الخاص في الجزائر. (1)

2-1 المجتمع المدني :

يعد المجتمع المدني من أبرز الفواعل في النظام السياسي ، و يلعب دورا مهما في توجيه صنع السياسة الإعلامية في الجزائر ، و هو يحتوي على الأحزاب السياسية و جماعات المصالح و الرأي العام .

أولا _ الأحزاب السياسية :

تلعب الأحزاب السياسية دورا فعالا في رسم السياسة الإعلامية في الجزائر من خلال إيصال و التعبير عن مطالب الشعب الجزائري و ذلك يجعل الضغط الذي تمارسه على صناع السياسة الإعلامية الرسميون هذا من جهة ، و من جهة أخرى لها موقف رفض أو قبول هته القوانين المتعلقة بالإعلام في الجزائر من خلال تعبئة المجتمع .

كما أنها تعمل بكل اساليب المناورة لتحول دون إجازة بعض التشريعات من البرلمان خاصة إن كانت هذه التشريعات تتناقض مع مصالح المجتمع فقد تتدخل في تعطيل المصادقة على قانون إعلامي جديد يتنافى و مصالح الصحفي و الإعلامي وقد تأثر و تشارك في العمل الإعلامي من خلال القنوات التلفزيونية و الإذاعات و الجرائد و ذلك لتلبية مطالب الشعب و إيصال صوته و توسيع نفوذها و بذلك تأثر في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر و مثال ذلك : القناة الإعلامية لحزب جبهة التحرير الوطني PFLN- WEBTV. (2)

1-نور الدين دخان ، تحليل السياسات العامة نموذج الجزائر. (أطروحة دكتوراه في التنظيم السياسي و الإداري ، قسم العلوم

السياسية ،كلية العلوم السياسية والإعلام،جامعة الجزائر 2007)، ص 63.

2-أحمد شكري الصبيحي ، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي ، بيروت : مركز الدراسات الوحدة العربية ، ص ص 32-

2-2 جماعات المصالح :

إن هذه الجماعات تسعى إلى التأثير على السياسة العامة ككل و السياسة الإعلامية كجزء و تلعب دورا هاما و لها شأن في الدول النامية و خاصة الجزائر ، فنجد في الكثير من الأحيان أن صانعو السياسة الإعلامية في الجزائر يظهرون إلى المساومة مع هذه الجماعات و ذلك من خلال إصدار لوائح قانونية تسمح بالإعلام الحر و إعطاء الفرصة للقنوات التلفزيونية المستقلة و تعتمد أساليب خاصة لإقناع الأطراف الرسمية المشاركة في السياسة الإعلامية بأن هذه المطالب الإعلامية تستحق الإهتمام و الإستجابة. (1)

2-3 الرأي العام :

تظهر أهمية الرأي العام في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر كونه يدفع الصناع الرسميون للسياسة الإعلامية إلى الإهتمام مثلا بقضية حرية الإعلام فيشارك الرأي العام بإعطاء صورة للسلطة الحاكمة بضرورة حرية الإعلام أو المطالبة بإنشاء قنوات و إذاعات و دعم حرية الصحافة و عدم تدخل الدولة في حصرها و ذلك للوصول إلى حرية إعلامية تساعد على نشر الخبر بسرعة و تحري الحقائق ، فدور الرأي العام الجزائري في رسم السياسة الإعلامية يعتمد على مدى نضج الفكر و التفتح في المجتمع مما يكسب الرأي العام قوة في تغيير و ترشيد السياسة الإعلامية و دفعها نحو التطور و الحري. (2)

1- ثامر كامل محمد الخزرجي ، النظم السياسية الحديثة و السياسات العامة . عمان : دار مجد لاوي ، 2004 ، ص 114 .
2- أحمد بدر ، الرأي العام طبيعته و تكوينه و قياسه و دوره في السياسة العامة . القاهرة : دار قباء للنشر و التوزيع ، 1998 ص 64 .

2-4 القطاع الخاص :

القطاع الخاص هو مجموع المؤسسات التي ينشئها الأفراد أو جماعات بمبادرة فردية و تكون هذه المؤسسات حرة و مستقلة ماليا و مهنيا عن القطاع العام أو الحكومة ، و يظهر دورها في رسم السياسة الإعلامية من خلال تلك النقابات الوطنية و رجال الأعمال من خلال دعم قطاع الإعلام و فتح المجال أمام حرية الصحافة و التلفزة بإنشاء قنوات تلفزيونية جديدة ، و توفير قنوات إتصال تؤثر على صانع القرار لتحقيق مصالحها أو لتبني سياسة إعلامية معينة تخدمها، كما هو مبين في الملحق رقم 02 .

1- سلوى الشعراوي جمعة ، إدارة شؤون الدولة و المجتمع. القاهرة : مركز الدراسات و الإستشارات و الإدارة العامة ، 2001 ، ص 126 .

المطلب الثالث : آثار السياسة الإعلامية بالجزائر

لسياسة الإعلامية الجزائرية العديد من الآثار في العديد من المجالات منها اثار سلبية و أخرى إيجابية نذكر مايلي :

1- تغيير الموقف أو الإتجاه : و هو من ابرز و أوضح الآثار لسياسة الإعلامية حيث يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية ما ، أو لقيمة ما ، أو لسلوك ما ، و شعور الإنسان إتجاه هذا الشيء إما سلبا أو إيجابا رفض أو قبول ، حبا أو كراهية ، و ذلك بناءا على المعلومات التي تتوافر للمتلقي ووسائل الإعلام عادة هي التي تزودنا بالمعلومات أو بالجزء الأعظم منها و بالتالي فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهمنا و مواقفنا و حكمنا على الأشياء. (1)

وهكذا يصبح الإتصال الجماهيري مصدرا مهما من مصادر المعرفة الإنسانية و خاصة في القضايا و الأحداث المهمة و يمارس تأثيراته على المتلقي و قد يكون سبب في تغيير الموقف أو الإتجاه. (2)

و أبرز مثال هو القضية الفلسطينية فاموقف العام إتجاه هذه القضية يختلف حسب طريقة الطرح التي تنتهجها و سائل الإعلام أو بالأحرى السياسة الإعلامية للدولة إتجاه هذه القضية فمثلا الجزائر تؤيد القضية فلسطينية و ذلك يبرز من خلال برامج الإعلامية التي تطرح هذا الطرح و تتبنى موقف إستقلال فلسطين من خلال الإشارة إليه في البرامج الإعلامية . (3)

1- الشميمري فهد عبد الرحمان ، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام .(ب.م) : (ب.ن) ، 2010 ، ص 56.

2- مراد كامل خورشيد ، مدخل إلى الرأي العام . (ب.م) : دار المسيرة للطباعة و النشر ، 2013 ، ص 131.

3- أحمد نحاس ، كيف تؤثر وسائل الإعلام . 21 مارس 2016، WWW.MEDIALITERACYARABE.COM.

1-1 / الآثار النفسية :

من المعروف أنه يمكن للمحتوى الإعلامي أن يولد خوف أو التسلية و الغضب م الإشمئزاز و غيرهما من المشاعر و لكن تغيير المشاعر أهم مافي الآثار النفسية .
فبحث الفراد على التأثيرات السايكولوجية هو سبب شائع لدى المتلقين في تمضية الوقت مع وسائل الإعلام و تنشأ الإنفعالات من :

أولا _ محتوى المشاهد الحركية الإجرام العنف ، الضجيج و الموسيقى الصاخبة .

ثانيا _ أو تصميم التحريك الألوان المستخدمة ، السرعة التي تنتقل فيها الصورة من لقطة لأخرى و تعتمد الفيديو كليات الأغاني بغالبيتها على هذه الطريقة من العرض، فهي غالبا تسعى لتأثير السلوك النفسي لمتلقي (1)
وهناك آثار نفسية تمس خاصة جانب الأطفال بحيث يصبح الطفل منطلقا على نفسه و يتابع برامجه التلفزيونية و لا يمارس أي نشاط آخر مما قد يتسبب له في أمراض نفسية (2)

و بتكرار الرسائل الإتصالية منها الرسائل التي تحث على تخلي عن التدخين أو بعض العادات المترسخة فيكون للإعلام أثر على نفسية المتلقي حتى يقلع عن هذه العادات و كذا تكون قد اثرت في نفسيته (3)

1-2 الآثار الثقافية :

في الجانب الثقافي تتسبب السياسة الإعلامية بأثار عديدة على المتلقي .

و تحدث هذه الأثار حسب نظرية الغرس الثقافي للإعلام في العلاقة بين CULTIVATION THEORIE كثافة التعرض لبرامج الإعلامية و إكتساب المعاني و الأفكار و المعتقدات و الصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي

1- عزام أبو حمام ، الإعلام و المجتمع .(ب.م) : دار أسامة لنشر و التوزيع ، 2015 ، ص ص33-34.

2- صالح أبو أصعب ، " التلفزيون و الطفل في مرحلة ما قبل الدراسة"، مجلة الدراسات الإعلامية .العدد 97، القاهرة 2000، ص 66.

3- نحاس، مرجع سابق، ص3.

إن مشاهدة البرامج الإعلامية تقود إلى تبني إعتقادا حول طبيعة العالم الإجتماعي يؤكد الصور النمطية المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار و الأعمال التلفزيونية . فالصورة الرمزية التي تقدمها البرامج الإعلامية في محتواها الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة و التأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا حيث يقوم أولا على التعلم ثم بناء و جهات نظر حول الحقائق الإجتماعية . (1)

و أصبحت البرامج الإعلامية قوة مهيمنة و مصدر تحسيبي لبناء تصورات على الواقع الإجتماعي أي أنها أصبحت المركز الرئيسي للثقافة الجماهيرية (2)

فمثلا اصبح التلفزيون كأحد أفراد الأسرة الذي يقدم لهم معظم القصص في أغلب الأوقات بالنسبة للأطفال حيث أنه يتغذى و يتشبع بالثقافات التي تقدمها البرامج التلفزيونية (3)

1-3 تغيير القيم عبر التنشئة الإجتماعية :

في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد و تثقيفهم و تعليمهم السلوك المقبول إجتماعيا و تزويدهم بالمعارف و القيم التي تشكل هويتهم الثقافية و الحضارية مثل البيت و المدرسة .

و مع التوسع الهائل لوسائل الإعلام و الإتصال تضاءل دور المؤسسات التنشئة الأساسية و أصبحت

البرامج الإعلامية صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الإجتماعية فكثيرا مما نسمعه أو نقرؤه أو نشاهده في وسائل الإعلام لا يخلو من هدف و يعبر عن ذلك علميا بأنه (4)

مشحون بالقيم VALUE LOADED⁽¹⁾ فالرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج

و ثانيها فإنها قادرة على إزالة قيمة من القيم و تثبيت أخرى مكانها أو ترسيخ شئى قائم و التصدي لآخر قادم (5)

1-حسن عماد المكاوي و ليلي حسن رشيد ، الإتصال و نظرياته المعاصرة . القاهرة : دار المصرية اللبنانية ، 2001 ص ص 243 - 244 .

2-محمد عوض ، الأب الثالث و الأطفال الإتجاهات النظرية لتأثير التلفزيون على الأطفال . الكويت: دار الكتاب الحديث ، 2000 ، ص ص 21-22.

3-أيمن يوسف عليان، " دور وسائط التربية في تدعيم أو تثبيط برامج الأطفال في التلفزة العربية "، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 77 ، الشارقة 2002 ، ص 186.

4-الشميري ،مرجع سابق،ص59.

5-علياء شكري ، علم الإجتماع العائلي. عمان : دار المسيرة ،2008، ص 285.

و باعتبار التنشئة الأسرية جزء لا يتجزء من التنشئة الإجتماعية فسياسات الإعلامية أثار تمس جانب التنشئة الأسرية فمثلا البرامج التلفزيونية تبعد الأطفال على ممارسة هواية المطالعة و اللعب و الجلوس و الحوار مع أفراد أسرته . حيث تقل ساعات التي يقضيها الطفل في الأسرة خاصة عندما يكون هناك تبادل الخبرات و الأفكار و الأراء و تزيد ساعات المشاهدة للبرامج و بالتالي تصبح تنشئته الأسرية خالية من مبادئ الأسرة و المجتمع و مشبعة بمبادئ و قيم تلك البرامج (1)

1-4 الأثار الإدراكية:

إن قدرة تأثير الرسائل الإعلامية على الإدراك يختلف من شخص لآخر حسب مستوى الإهتمام يقول الباحث السياسي “ دوريس جارير “ أن الأشخاص الذين يحبون مناقسة الآخرين بأمر تتعلق بمحتوى وسائل الإعلام كالأخبار العامة أو الرياضة أو الوثائقي العلميإلخ هم أشخاص يتعلمون و يحفظون من وسائل الإعلام أكثر و أسرع من الأشخاص الذين يتابعون وسائل الإعلام لأجل التسلية و تفضية الوقت (2)

ويبدأ الأثر الإدراكي بعد وقت قصير من إبتداء الطرح الإعلامي فمثلا إعلام المرضى عن كيفية إستخدام الأدوية العلاجية فالتقنيات الإخبارية أصحاب “ البريوغاندا “ (3) تستخدم هذه الطريقة وهي فعالة جدا فنحن اليوم أمام مفردات نسميها و نردها يوميا لم تكن مستخدمة من قبل فمثلا كلمة “ حرية “ حكومة إنتقالية “ “ إسقاط النظام “ ربيع العربي “ و أصبح الناس يبحثون في معانيها و يكتبون عنها (4)

1-صالح نياح هندي ، أثر وسائل الإعلام على الطفل. الأردن:دار الفكر ، 2008، ص ص 58.

2-نحاس،مرجع سابق، ص4.

3- البريوغاندا : أو الدعاية هو مصطلح يرتبط بعدم الموضوعية و هي محاولة معتمدة من الفرد أو الجماعة بإستخدام وسائل الإتصال لتكوين إتجاهات أو السيطرة عليها و ذلك لتحقيق هدف معين .

4-نحاس ،مرجع سابق، ص6.

5-1 إمداد الفرد بالمعلومات:

إن تعرض الفرد لوسائل الإعلام يزيد معلومات الفرد بصيغة عامة و الطفل بصفة خاصة و هذا بالمقارنة مع المعلومات التي يحصل عليها الفرد في المدرسة أي أنه لا يبقى سلبيا أمام وسائل الإعلام بل يأخذ منها و يتاثر بها إذا كان ما يتعلمه مأخوذ منها ، و لعل من أهم العوامل المساعدة على التأثر هي البرامج المصورة بحيث أنها تجذب إنتباه الفرد و تستحوذ عليه كما انها تقرب الأماكن البعيدة كما تجذب ميل الناس عامة و الأطفال خاصة بإعتبار تصديق المرئيات أكثر من اللفظيات (1)

فلبرامج السياسة الإعلامية ذو بالغ الأهمية في تزويد الأفراد بالمعلومات عن طريق وسائلها الغرض منها وصول المعلومات بشتى الطرق (2)

6-1 خلق آراء عن الموضوعات الجديدة :

عن وسائل الإعلام تستطيع خلق آراء عن الموضوعات الجديدة فالفرد ليس مهياً لن يرفض وجهة نظر التي يسمعا حول موضوع جديد عليه و هذا بالرغم من حق الفرد و قدرته على إختيار المادة التي يحتاجها لكن ذلك لا ينفي حتما اثار وسائل الإعلام (3)

إن العديد من الفراد قد تتولد لديهم آراء و إتجاهات عن مواضيع جديدة عليهم ، فنجدهم مثلا لا يبدون آراء ووجهات نظرهم حول مواضيع و قضايا لم يسبق لهم معرفتها و من خلال هذا نلاحظ الأثر الذي تتركه البرامج الإعلامية المتبنتات في سياسات إعلامية على الأفراد و الأسر و المجتمعات بأكملها (4)

1- عدلي العبد ، مرجع سابق، ص 225.

2- اليمين شعبان ، الإعلام و التوعية السرية في المجتمع الجزائري.(رسالة ماجستير، قسم الإعلام و الإتصال ، كلية العلوم السياسة والإعلام،الجزائر 2006)، ص 26.

3- إبراهيم إمام ، " تلوث بيئة الطفل تلفزيونيا في الفن الإذاعي " ، مجلة المفكر العدد 81، أكتوبر 1978 ، ص 422.

4- نحاس،مرجع سابق.ص.7.

1-7 الشعور بالإنتماء إلى الدولة :

تساهم برامج السياسة الإعلامية في تعريف المواطنين بعضهم ببعض و تمكنهم من التعاون في جماعات و منظمات يشتركون فيها بغض النظر عن عائلاتهم و أسرهم و روابطهم السرية و بتوفير معلومات واحدة لجميع أفراد الشعب و إهتمامات معينة يركزون عليها و من هنا ينتشر الإحساس و الشعور بالشخصية الوطنية فالدولة التي يتكلم مواطنوها لغة واحدة بإمكانها إستعمال وسائل الإعلام بمختلف أنواعها بشكل أكثر فعالية في غرس الشعور بالإنتماء و القومية (الإنتماء القومي).⁽¹⁾

1-جيهان أحمد رشتي ، نظم الإتصال و الإعلام في الدول النامية .(ب.م) : دار الفكر العربي ، (ب.س)، ص ص 176-177.

المبحث الثاني : نشأة و تطور السياسة الإعلامية بالجزائر (مقارنة قانونية):

عرف مسار الإعلام في الجزائر غداة الإستقلال مراحل متعددة في وضع أسس له و تحويلها بم يخدم أهداف السياسات التي رسمتها الحكومات المختلفة و كان المخاض صعبا لبناء الدولة الجزائرية (1)

المطلب الأول : الممارسة الإعلامية المقيدة (1962-1988):

عرفت الممارسة الإعلامية في الجزائر اثناء هذه الفترة ثلاث مراحل :

1-مرحلة من 1962-1965(مرحلة التأميم و فرض الهيمنة) :

عرفت الجزائر المستقلة في سنواتها الأولى نوعا من حرية التعبير و الرأي و الصحافة و لعل ما يبرر ذلك هو وجود عدة صحف خاصة و أخرى حرة ، و كان بعضها تابعا للجزائريين و البعض الآخر للمعمرين ، و إستمرت هذه الحال إلى غاية سنة 1965 كتاريخ إلغاء آخر جريدة و هي AlgerieRepublican ذات التوجه الشيوعي ، و قد تم توقيفها عن النشاط و الصدور من خلال دمجها مع جريدة Le peuple التي تأسست في أوت سنة 1962 ، لتصدر بدلها جريدة El moujahid كعنوان جديد تابع لحزب جبهة التحرير الوطني الحاكم (2)

أما ما أنشأه الجزائريون ، فقد كان لجبهة التحرير الوطني نظرة خاصة للصحافة ، إذ انها أوقفت كل الصحف العربية الإسلامية مع إندلاع حرب التحرير ، و أعتمدت مبدأ التوجيه الإعلامي قصد تعبئة مختلف شرائح المجتمع ، و عند الإستقلال كانت لها وسائلها الخاصة من صحف ووكالة الأنباء ، قبل أن تسيطر على الإذاعة و التلفزيون في 28 اكتوبر 1962 فباختيار السلطات و نضام الحزب الواحد أسلوبا للحكم منذ سنة 1963 دخلت الصحافة مرحلة الركود و فقدت الكثير من تنوعها .

1-وذهب البعض من المهتمين بقضايا الصحافة و الإعلام إلى القول أن الجزائر إكتسبت غداة الإستقلال تجربة ثرية و متنزعة في ميدان الإعلام الجماهيري .

2- صالح بن بوزة ، (وسائل الإعلام في الجزائر بعد الإستقلال دراسة تحليلية لبعض الجوانب السياسية الإعلامية 1962-1988).-(رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام و الإتصال ،كلية العلوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر، 1993)، ص ص 11-10.

و بصدر دستور 1963 الذي أكد و ركز على ما يتعلق بالحريات العامة و الفردية في المادة 11 منه
إنضمام الجزائر إلى الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ، إقتناعا منها بضرورة التعاون الدولي و هذا ما يميز
إعتراف الجزائر بما أقرته المادة 19 من ذلك الإعلان و بالتالي حرية الصحافة و الوسائل الأخرى للإعلام ،
وحرية الرأي و التعبير⁽¹⁾ أما تطبيق هذه المواد القانونية ظل مجرد حبر على ورق وكذلك ضمان حق العمل ،
الدفاع عن الحرية و إحترام كرامة الشخص ، هذه إذن أهم المواد التي جاءت في دستور 1963 و التي تعلق
بالممارسة الإعلامية، أما تطبيق هذه المواد القانونية فظل مجرد حبر على ورق و ذلك من خلال هيمنة السلطة
على الصحافة المكتوبة بصفة عامة لتزول في هذه الفترة الملكية الخاصة للصحافة المكتوبة و عليه يمكن القول
أن هته الفترة تميزت بغياب النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالصحافة و تقييد الممارسة الإعلامية و
مثال ما حصل لجريدة *Algerie Republican* التي وضعت تحت الرقابة الحكومية و دمجها مع جريدة
السابقة الذكر و إصدار جريدة المجاهد الناطقة بالفرنسية⁽²⁾

2- المرحلة من 1965 إلى 1979 (مرحلة التوجيه و الرقابة) :

مع تولي هواري بومدين لزام الرئاسة ، بعد الإقلا ب 19 جوان 1965 ، لم تتحرر الساحة الإعلامية من
القيود التوجيهية و الرقابية فقد إستمر إبعاد النخبة المثقفة من المراكز لحساسة في دواليب السلطة ليزجوا بهم إما
في السجون و ليختاروا الإتجاه الديبلوماسي
و في هذه المرحلة ، و كسابقتها لم تول أهمية لتجنيد الراي العام بل توجيهه و مراقبته عن طريق الهيمنة
على وسائل الإعلام و الرقاب على الحريات و الدليل على ذلك الإهتمام الواضح و الصريح بالتلفزيون على
حساب الصحافة المكتوبة الوطنية أو الجهوية أو المحلية بالرغم من الإمكانيات البسيطة التي يتطلبها الإستثمار
فيها مقارنة بالتلفزيون و قد تم إنشاء كل من إتحاد الصحفيين سنة 1969، و إتحاد الكتاب الجزائريين سنة
1974 لتحتضن كَمَا من المعارضين للسلطة دون أن يكون لهم وزنا على مستوى التغيير أو التأثير في
الأوضاع.⁽³⁾

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، البرلمان الجزائري ، دستور 1963 الصادر في سبتمبر 1963،(الجريدة الرسمية ،
العدد 64، سبتمبر 1963) ،ص 88.

3- أحمد حمدان و آخرون ، الموسوعة الصحفية العربية. تونس : دار الثقافة ، 1995 ، ص 92 .

4- زهير إحدان ، عالم الإتصال . الجزائر : ديون المطبوعات الجامعية ، 1992 ، ص 110 .

فمنذ الإستقلال لم تسجل نصوص قانونية تساعد على توضيح فلسفة الإعلام في الجزائر سوى قانون 1967 و هو عبارة عن مجموعة إلتزامات و ضحتها السلطة آنذاك للمؤسسات الإعلامية ، و أعطت مدراء المؤسسات من خلالها كل الصلاحيات .

على هذا الأساس، فإن هذا القانون وضع توجيهها متسلسلا على شكل هرم و قد وجد الصحفي نفسه مقيدا من جراء هذا التنظيم الصارم. (1)

في سنة 1968 ، أمتت شركة LACHETTE التي تولت توزيع الصحافة و أسست الشركة الوطنية للنشر و التوزيع التي و بطريقة غير مباشرة وضحت قبضتها و رقابتها على كل مايكتب و هكذا جمدت الصحافة المكتوبة. (2)

و بالتالي في هذه المرحلة الممتدة من 1965-1979 لم تكلف السلطة السياسية نفسها عناء إرساء سياسة الإعلامية تضمن إعلاما متبادلا بين السلطة و المحكومين و هو ما أدى في النهاية على جعل الفرد المتلقي مجرد هدف للاتصال و ليس شريكا نشطا .

فقد إتبعت السلطة القائمة النظام الاشتراكي نموذجاً للحياة و بالتالي فقد الحزب الواحد كامل الصلاحيات لتسيير المؤسسات الإعلامية سواء مباشرة أو عن طريق وزارة الإعلام و التي تعين مدراء المؤسسات الإعلامية حسب توجيهات الحزب .

ويلاحظ أن هذا الوضع جعل الإعلام و حيد النظرة و موجهها من الأعلى إلى الأسفل فالسلطة القائمة إحتكرت وسائل الإعلام و إستعملتها لتمرير إيديولوجيتها الإشتراكية قصد تعبئة القاعدة و تجنيدها لتحقيق التنمية الشاملة الأمر الذي جعل الإعلام مهلهلاً . (3)

1- إسماعيل مرارقة، الإتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية و الإعلامية . (رسالة لماجستير ، قسم الإعلام

والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، الجزائر 1997،) ، ص 214 .

2- إحدادن ، المرجع السابق ، ص 150.

3- مرارقة ، المرجع السابق ، ص 197.

3- مرحلة من 1979-1988 (مرحلة تقنين الإعلام):

تعتبر هذه المرحلة حاسمة في تاريخ الممارسة الإعلامية في الجزائر نظرا لما تميزت به من أحداث أثرت بشكل مباشر عن المسار القانوني للإعلام، من جهة و على الحياة السياسية في الجزائر من جهة أخرى . وتجلى ذلك في اللائحة الإعلامية الصادرة عن مؤتمر حزب جبهة التحرير الوطني لسنة 1979 و قانون الإعلام لسنة 1982 .

3-1- لائحة المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني 1979 المتعلقة بالممارسة الإعلامية:

و قد جاءت هذه اللائحة لتؤكد على الحق في الإعلام و ضرورة ضمانه ، كما جاء في الميثاق الوطني إلى أن هذه اللائحة ربطت هذا الحق بمبادئ أساسية لا تحقق إذا لم يتحقق هذا الحق الجديد، و هذه المبادئ تتمثل في إشتراكية و الديمقراطية و التقدم الإجتماعي و الثقافي (1) هدف هته اللائحة هو إيجاد طريق جديد يرمي إلى تكثيف العقليات و توجيه النظام السائد كما أنها تعتبر نقطة تحول في الإعلام الجزائري منذ الإستقلال ، فقد تضمنت المحددات الأساسية للممارسة الإعلامية ، فقد قضت بحق الصحفي في الوصول إلى مصادر المعلومات و ضمان حقوقه المادية و الإجتماعية . ونصت هته اللائحة على أربع محددات للعملية الإعلامية و هي "المخرج الصحفي ، و الرسالة الإعلامية و الجمهور ، و الوسيلة" (2)

1- بن بوزة، وسائل الإعلام في الجزائر بعد الإستقلال دراسة تحليلية لبعض الجوانب السياسية الإعلامية 1962-1988. مرجع سابق ، ص ص 10- 11.

2- فاروق ابو زيد ، مدخل إلى علم الصحافة . القاهرة : (ب.ن) ، 1998 ، ص 318.

3-2 - ظهور أول قانون للإعلام في الجزائر 1982 :

من الناحية القانونية فقد عرفت هذه الفترة نشاطا كبيرا في مجال التوضيح الوضع القانوني للإعلام
فبالإضافة إلى اللائحة الصادرة عن المؤتمر الرابع للحزب تدعم قطاع الإعلام بقانون الإعلام المصادق عليه
في 06 فيفري 1982. (1)

فقد كان هذا القانون الأول من نوعه في الجزائر، الذي دفع نحو تطوير هذا القطاع رغم أن هذا القانون لم
يكن في مستوى تطلعات الطبقة الإعلامية، تاركا إياها تتخبط في جملة المشاكل بالتغيرات حتى في القانوني
نفسه .

إن غياب سياسة واضحة و شاملة في مجال الإعلام ، أفرز نظاما إعلاميا يتسم بالغموض تارة و بالفوضى
و التناقض تارة أخرى ، الأمر الذي خلق الشك و التراجع بين الإعلام و الجمهور ، إضافة إلى الإضطرابات
التي عرفتھا الجزائر منها سياسة التقشف التي إنتهجتھا الحكومة نتيجة انخفاض اسعار البترول و إرتفاع نسبة
البطالة و سياسة التهميش آنذاك . (2)

ظهر قانون الإعلام 1982 و الذي نص على العديد من التوجيهات نذكر منها :

أولا _ يعتبر الإعلام قطاعا إستراتيجيا له مماس بالسيادة الوطنية .

ثانيا _ إلغاء الملكية الخاصة للوسائل الإعلامية .

ثالثا _ توحيد التوجيه السياسي في الميدان الإعلامي موكلا لحزب جبهة التحرير الوطني .

رابعا _ إعطاء الصيغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية عوضا عن الطابع الصناعي و التجاري

ما يمكن أن نلاحظه من خلال بعض المواد التي تضمنها قانون الإعلام 1982 ، هو أن الصحفي
الجزائري كانت تمنح له حقوق و تسبقها مواد تحد منه ، مما يؤكد التناقض الذي وقع فيه هذا القانون في أكثر
من المادة .

بالإضافة إلى أنه وضع الخطوط الحمراء للصحفي و المؤسسة الإعلامية لا يمكن تجاوزها إلا أنه حدد
جملة من الأحكام الجزائية "الباب الخامس" التي تنص على العقوبات المترتبة عن أي تجاوز.

1- إسماعيل معارف قالية ، الإعلام حقائق و أبعاد .(ب.م) : ديوان المطبوعات الجامعية ، 1999 ، ص 52.

2- نصر الدين العياضي ، مسألة الإعلام . الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة ، 1991 ، ص ص 202-203.

3-3- أحداث أكتوبر 1988 ووقوعها على الساحة الإعلامية في الجزائر :

لقد كانت جملة المشاكل و الإعتراضات التي سبق ذكرها ، من أهم الأسباب التي جعلت و أدت على نشوب أحداث 05 أكتوبر 1988 مترجمة في مظاهرات مناهضة للنظام ، و عمليات تغريب طالت مؤسسات الدولة و بالتالي فإن فكرة إقامة نظام إعلامي جديد في هذه الفترة غير مجدية ، كون أن فكرة إقامة نظام إعلامي جديد في هذه الفترة غير مجدية ،كون أن هذه الأخيرة جاءت من طرف الدولة و الدولة لا تملك ثقة الجمهور (1)

أحداث أكتوبر 1988 ، جعلت بالإمكان طفو بعض المشاكل الإجتماعية على السطح و زادت هذه الأخيرة من حدتها حتى أخذت طابع العنف و في هذا الإطار إختلفت التحاليل و التفسير و تعددت و جهات النظر و لكن ما إتفق عليه الجميع هو أن الأحداث أي كانت أسبابها حققت مكسبا هاما وهو الديمقراطية ، و لتجسيدها كان لزاما إحلال التعددية الحزبية على الساحة السياسية حسب ما إقتضاه دستور 1989 (2)

1- نصر الدين مزاري ، التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في المغرب العربي، (مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2011 -2012)، ص 47.

2- El Kanz Ali , (**des gents historique et un etat moderne et democratique**) , Elwatan , N°1230 du 16-17octobre 1992, p02.

المطلب الثاني : الممارسة الإعلامية المتعددة أو الحرة 1989-2011 (التعددية الإعلامية):

وتعتبر هذه المرحلة حاسمة في تاريخ الجزائر و في تاريخ الممارسة الإعلامية فيها، نظرا لتسارع الأحداث و تداخلها في فترات و جيزة لمتغيرات سياسية و إقتصادية و إجتماعية و غيرها ، حيث تنقسم هذه الفترة إلى مراحل زمنية متميزة .

1-المرحلة الأولى :1989-1991 تمثل بداية التعددية الإعلامية في الجزائر :

ظهرت التعددية الإعلامية في الجزائر نتيجة حتمية لإقرار التعددية الحزبية وفقا لما جاء في دستور فيفري 1989 ،فقد بدأ في هذه المرحلة نشاط ما يسمى الصحافة الحزبية و المستقلة مدعومة بذلك الصحافة العمومية لذلك يعتبر دستور 1989 بمثابة نقطة البداية نحو التعددية الإعلامية و فتح المجال للحريات الديمقراطية كحرية الرأي و حرية تأسيس الأحزاب السياسية و مختلف الجمعيات و المنظمات ، فظهرت قنوات جديدة لتعبير عن الأفكار. (1)

حيث سمح دستور فيفري 1989 بتأسيس الجمعيات السياسية ، و بحرية الصحافة و تنوعها ، كما وفرت لأكبر عدد ممكن منها للمهنيين فرصة إختيار الصحافة الخاصة ، و أعطيت لهم التسهيلات و الضمانات ليتمكنوا من تنفيذ مشاريعهم كما تميزت هذه المرحلة بظهور الصحافة الحزبية التي كان إنتماءها إلى حزب أمرا ظاهرا و متتكرا. (2)

وكانت الخطوة الجريئة من الحكومة إصدار المنشور رقم 04 في 19-03-1990 كنقطة بداية في ظل التعددية الإعلامية و أهم ما حمله هو فتح مجال للصحفيين للإختيار بين البقاء في المؤسسات الإعلامية - القطاع العمومي و إنشاء مؤسسات صحفية مستقلة (1) و على إثر هذا المنشور تم إصدار أول قانون غعلامي في الجزائر في 03 أفريل 1990 حيث نص لأول مرة منذ الإستقلال على حرية الإعلام و التعددية الإعلامية و السماح للقطاع الخاص بالتواجد في هذا المجال من ثمة أصبح بالإمكان التميز من حيث الشكل و الملكية و المضمون بين القطاع الإعلام العمومي و الإعلام الحزبي و الإعلام المستقل .

1-بوسالم ، " الإعلام و التعددية السياسية " ، مجلة الجيش . العدد 427 ، ، فيفري 1999 ، ص 18.

2-فضيل دليو ، بحوث جامعية في الصحافة و الإعلام . (ب.م): دار طيبة للنشر و التجهيزات العلمية ، 2000 ، ص 50.

تميز قانون الإعلام لسنة 1990 بإعادة بعث المجلس الأعلى للأمن الذي كان قد ولد ليبقى دون أية فعالية منذ سنة 1984 ، و المادة 59 جعلت منه بديلا لوزارة الإعلام حيث منحت له صلاحيات من الناحية النظرية منها السهر على إحترام تطبيق أحكام القانون و حرية ممارسة المهنة في كنف التعددية.⁽¹⁾ لكم ما يعاب في هذا القانون أنه اخص الصحافة المكتوبة دون الوسائل الإعلامية الأخرى ، حيث لقي القطاع السمعي البصري محتكرا و هذا القانون يتطلب إجراءات و تعديلات حثيثة ، و لا بد من فتح مجال السمعي البصري الذي يعد جانبا مهما من الممارسة الإعلامية ، رغم أن هذا القانون يعنبر مكسبا هاما للصحافة الجزائرية.⁽²⁾

2- المرحلة الثانية 1992-1995 فرض الحصار على الممارسة الإعلامية :

تعتبر مرحلة عصبية مرت بها الممارسة الإعلامية في الجزائر و خاصة الصحافة المكتوبة ، فقد زادت سوءا ولم تستطع الصمود سوى بعض الأسبوعيات (رسالة الأطلس و المجاهد و الجرائد اليومية و السفير ، الجمهورية) كما شهدت هذه الفترة هجرة العديد من الصحفيين و سجلت تراجع في سحب الصحف ، أي حوالي 600 ألف نسخة ، و إختفاء عشرات الصحف الحزبية الخاصة ، و إستمرار إرتفاع صحف القطاع الخاص على حساب صحف القطاع العمومي ، أما أهم الصحف المقروؤة في هذه الفترة ، الجزائر اليوم ، الشروق العربي ، الخبر ، النصر الجهوية.⁽³⁾

-
- 1- الطاهر بن خلف الله ، المجلة الجزائرية للإتصال. عن معهد علوم الإعلام و الإتصال ، العدد05 ، 1991 ، ص 64.
 - 2- علي قسايسة ،"التشريعات الإعلامية في ظل مبادئ الأفكار الحرة" ، المجلة الجزائرية للإتصال . العدد14 ، جويلية 1996 ، ص 61.
 - 3- ذهبية سيدهم ، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة ،دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، (رسالة ماجستير،قسم علم الإجتماع، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإجتماعية ، جامعة منتوري ، قسنطينة 2004-2005)، ص 52.

وعليه فأحداث الخطيرة التي عرفت الجزائر منذ 1992 من حالة طوارئ و الأزمة السياسية دفعت السلطة لإتخاذ تدابير تقييد حرية الإعلام في كل ما يتعلق بالأمن ، حيث أن القرار الوزاري المشترك (الداخلية - الإتصال) الصادرة في جوان 1994 يحكم على وسائل الإعلام مهما كان نوعها عدم نشر سوى الإتصالات الرسمية المنشورة بصفة خاصة عبر وكالة الأنباء الجزائرية ، و هذا فيما يخص المعلومات المتعلقة بالعمليات تخريبية الإرهابية ، و أي نشر لمعلومات أخرى يعرض الجهات المعنية لعقوبات إدارية ، طبقا للنصوص المعدة لحالة الطوارئ في الجزائر .

و هو ماحدث فعلا خلال هذه الفترة سواء كان بصفة قانونية أو غير قانونية و مهما كانت المبررات حقيقية أو وهمية. (1)

3- المرحلة الثالثة 1996-2000 (تقهقر و إنحصار الممارسة الإعلامية):

و ربما أول ما يمكن أن تسجله هذه المرحلة الجديدة من مسار الممارسة الإعلامية في الجزائر هو :

3-1- إرتفاع الالفت فيما يخص سعر الطباعة :

ذلك أن الأزمة في الجزائر كانت سياسية بالدرجة الأولى ، مما إنعكس و بشكل مباشر على شتى مجالات بما فيها الإعلام ، فإن الحل لن يكون إلا سياسيا من خلال إضفاء الشرعية الدستورية على الحياة المؤسساتية و هذا يتجلى من خلال إجراء إنتخابات الرئاسية 16 نوفمبر 1995 التي اسفرت عن فوز المترشح ليمين زروال كرئيس للجمهورية الجزائرية . لينتهج بعد ذلك رئيس الحكومة الجديد آنذاك - مقداد سيفي - نفس المنحنى الذي سار فيه رئيس الحكومة الأسبق - بلعيد عبد السلام - من خلال إصدار نصوص و قوانين تحضى بتحكم تدفق الإشهار - حيث تم إعطاء الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار ANEP في إحتكار ميدان الإشهار و الإعلان.(2)

1- Ahmed Daraji , **le droit de la presse et la liberté d'information et d'opignon dans les pays, 1995,p78.**

2- إمرازقة ، مرجع سابق ، ص 283 .

كما تدهورت العلاقة التعاقدية مابين الناشرين و الطابعين نظرا لإرتفاع سعر الطبع ووجود مستحقات لم تدفع من قبل للصحف التي زالت عن الساحة الإعلامية .

وحتى و إن عرفت حرية الصحافة إنكماشاً حقيقياً في عهد أويحي إلا أن إنتعاشاً قويا مس الميدان و سجلت 3% تطور لرقم الأعمال حيث سجلت السوق الإشهارية سنة 1996 مليون دينار جزائري وزعت الموارد 407 رقم اعمال قدر في نفس السنة بـ L'ANEP بـ 2.84% للشركات العمومية مقابل 21.8% للهيئات العمومية 72.98% نسبة للقطاع الخاص و من هذا المنطلق يتضح بأن الإنتعاش جاء في ظل إحتكار الوكالة التي تعاملت بصفة اساسية مع الهيئات العمومية لكن التعليم رقم 17 تضمنت عدة ضمانات منها :
أولاً - رفع إحتكار الدولة للمطابع إذ لم يعد نشر الجرائد يخضع للرقابة .

ثانياً - رفع إحتكار الوكالة الوطنية للإشهار و التوزيع الموارد الإشهارية بين الصحف العمومية و الخاصة بشكل غير عادل .

ثالثاً - وضع مشاريع لتصحيح الوضع الإعلامي من خلال قانون الإعلام و قانون الإشهار و مدونة أخلاقيات المهنة .

كما نصت التعليم على ضرورة التكفل بالشؤون العمومية خدمة للمواطن و إنشاء فضاء للتفكير و التقييم و المراقبة القانونية لما يتصل بعلاقة المواطن بالإدارات و المؤسسات العمومية (1)

3-2- بدايات مشاريع قوانين الإعلام:

كانت بداية مشاريع قوانين الإعلام بقانوني 1998 و 2000 .

أولا - مشروع قانون الإعلام سنة 1998 :

ضمن هذا المشروع عدة مسائل تهم القطاع الإعلامي تمثلت في عدة نقاط :

أ- دراسة المشاكل التي يتخبط فيها قطاع الإعلام في الجزائر .

ب- التأكيد على حرية الرأي و التعبير .

ج- تقدير مفهوم الخدمة العمومية .

د- الإلحاح على ضرورة فتح وسائل الإعلام الثقيلة على التعددية .

هـ- دعوة رجال الإعلام لنشر الثقافة الوطنية و تحقيق خدمات إعلامية تروي عطش المواطن للأخبار

ورغم أن هذا المشروع قد اثار إهتمام العديد من الأطراف غلا انه و للسف لم يرى النور ، لأن السلطات لم

تعره أي إهتمام ، و لم تعرضه على مجلس الوزراء و لكن شهدت سنة 1998 العديد من النقاشات بين وزارة

الإعلام و الصحفيين و تم الإتفاق من خلالها على إعادة النظر في قانون الإعلام عام 1990 ، بإقتراح قانون

جديد يكون أكثر تفتحا يطالب بحرية اكبر من ممارسة المهنة و يرفض رقابة السلطة على الإعلام. (1)

ثانيا - مشروع قانون الإعلام 2000:

تضمن هذا المشروع نقاطا جديدة لم ترد في المشروع السابق منها :

أ- تشجيع المبادرات الفردية في مجال الإعلام .

ب- الحد من تدخل السلطة السياسية في الإعلام .

ج- الاعتراف بحق المؤلف الصحفي الجزائري و منحه بذلك نسبة من العائدات التي تتحصل عليها المؤسسة

الإعلامية (الحقوق المادية) . (2)

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام 1998 ، الصادر في مارس 1998 .

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام 2000 ، الصادر في 2000 .

- د- ضمان حق الصحفي المحترف بعد الوفاة من خلال تأمين مدى الحياة خاصة بالنسبة للصحفيين المبعوثين في مهام رسمية إلى مناطق الحروب و الكوارث الطبيعية .
- ه- أشار هذا المشروع إلى تعريف الصحفي المحترف و كذلك عدة نقاط مهمة تخص الممارسة الإعلامية لكن و امام حصره الجميع لم ترى هته المشاريع النور و لم تكن سوى مسودة للخروج بقانون جديد يتماشى مع التطورات التي عاشتها الجزائر في مختلف المجالات .⁽¹⁾

1- مشروع تمهيدي لقانون الإعلام 2000 ، مرجع سابق .

4- المرحلة الرابعة من سنة (2001-2011):

تميزت هذه المرحلة بعدة إجراءات تنظيمية و قانونية أثرت بشكل مباشر على الممارسة الإعلامية في الجزائر .

4-1 - مشاريع قوانين الإعلام 2001 -2002- 2003 :

عرفت الجزائر في هذه المرحلة عدة مشاريع لقوانين الإعلام جاءت على شكل إجراءات قانونية تتمثل في:

أولا - مشروع قانون الإعلام سنة 2001 :

كان هذا المشروع في عهد وزير الثقافة و الإتصال - محي الدين عميمور و تضمن .

أ- وضع المجلس الأعلى للإتصال الذي يملك صلاحيات الموافقة أو منع الصدور النشريات الدورية وإعتماد المؤسسات السمعية البصرية .

ب-الحديث عن المجلس الأعلى للأخلاقيات المهنة الصحفية.

ج-وضع شروط صعبة فيما يخص صدور النشريات بالرغم من الإضافات الجديدة في ممارسة المهنة ، إلا انه تبقى بعض مواد هذا المشروع غامضة و قابلة للتأويل .

ثانيا - مشروع قانون الإعلام لسنة 2002 :

تم إنشاء هذا ايضا من طرف وزارة الثقافة و الإتصال ، والتي كانت على راس هذا الجهاز "خليدة تومي" و التي أرادت من خلال هذا المشروع ترسيخ نظام إعلامي وطني جديد يتماشى مع النظام الإعلامي الدولي الجديد ، و هذه الفكرة جاءت نتيجة للحالة الراهنة للظروف و التطورات المتوقعة في المستقبل إذا حاولت الجزائر تطبيق هذا النظام من خلال الإجتهد في إنشاء مشروع تمهيدي للقانون الذي يتعلق بالإعلام ، في 9 اكتوبر 2002 ، و حسب الكثير من المختصين و الباحثين في المجال ، فإن الجمهور الجزائري لا يضع الثقة في الصحافة .(2)

1-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام 2001، الصادرة في 2001.

2-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام 2002الصادرة في 2002.

التي لا تقوم بمراجعة أخطائها وقبول النقد الآخر فدائما توجه رسالة ذات إتجاه واحد، فالنظام الإعلامي الوطني الجديد يجب أن يتحرر من الضغوطات البيروقراطية و كذلك من القطاع السياسي حتى السياسيين .

ورغم الجهود الإيجابية و المثالية و الموضوعية في نفس الوقت ، إلا أن هذا القانون لم يرى النور ، و بقي مجرد حبر على ورق و خاصة بعد فصل وزارة الثقافة عن وزارة الإتصال ، إلى درجة انه أصبح للإعلام وزارة خاصة يتقدمها بوجمعة هيشور و الذي صرح بمنتهى التلفزيون في طبعته الخامسة عشر نحو تعديل قانون الإعلام و فتح قنوات إخبارية متخصصة .(1)

ثالثا- مشروع قانون الإعلام سنة 2003 :

جاء هذا المشروع المتعلق بقانون الإعلام 2003 بالكثير من النصوص التي ترفع من حرية الممارسة الإعلامية في الجزائر و كذا حماية حقوق الصحفي لاسيما المعنوية منها ، و لكن للأسف هو كذلك لم يرى النور ، الأمر الذي يجبر الطبقة الإعلامية إلى مضي قدما نحو محاولات أخرى من أجل صياغة قوانين و نصوص تنظيمية تأخذ بيدها زمام المبادرة على تطوير الحرية في الممارسة الإعلامية .(2)

1-مشروع قانون الإعلام 2001 ، مرجع سابق.

2-العلاوي خالد ، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري ، دراسة وصفية لنماذج من المقالات و الرسوم المحرمة . (مذكرة ماجستير ،قسم الإعلام و الإتصال ، كلية العلوم السياسة والإعلام،2007،) ص 55 .

المطلب الثالث : تنظيم الممارسة الإعلامية في ظل قانون الإعلام الجديد 15/12 :

يعتبر القانون العضوي رقم (15/12) الصادر بتاريخ 12 جانفي 2012 أو قانون عضوي للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة ، و بذلك يكون قد جاء هذا القانون بعد مرور 50 سنة على إستعادة الإستقلال الوطني و في وقت أصبح الإعلام الوطني يتخبط في مشاكل عديدة و يكاد صوت الجزائر ألا يسمع و لا يشاهد في الساحة الإعلامية العالمية و في ظل الفراغ القانوني لبعض نواحي تشير هذا للقطاع الحساس و قد نظم القانون العضوي المتعلق بالإعلام حرية الإعلام و عدل الممارسة الإعلامية في 133 مادة مقتبسة في إطار 12 باب تناولت مختلف الجوانب المتعلقة بتنظيم حرية الإعلام .⁽¹⁾

الباب الأول : أحكام عامة يتكون من خمسة مواد .

الباب الثاني : نشاط الإعلام عن طريق الصحافة المكتوبة .

الفصل الأول : إصدار النشريات الدورية و تتكون من 27 مادة .

الفصل الثاني : توزيع و البيع في الطريق العام و تتكون من 7 مواد.

الباب الثالث : سلطة ضبط الصحافة المكتوبة و تتكون من 18 مادة :

النشاط السمعي البصري و ينقسم إلى فصلين :

- ممارسة النشاط السمعي البصري و يتكون من ستة مواد.

- سلطة ضبط النشاط السمعي البصري و يتكون من 3 مواد .

1-حسين عبد الحميد ، الديمقراطية و الحرية و حقوق الإنسان دراسة علم الإجتماع السياسي . الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، 2006 ، ص 61 .

2-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، البرلمان الجزائري ، القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام ،(الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 02، الصادر بـ15 يناير 2012. ص 01 .

الباب الخامس : وسائل الإعلام إلكترونية و تتضمن 6 مواد .

الباب السادس : مهنة الصحفي آداب و أخلاقيات المهنة و تحتوي على فصلين :

- الفصل الأول : مهنة الصحفي تتكون من 19 مادة .

- الفصل الثاني : آداب و أخلاقيات المهنة و تحتوي على 8 مواد .

الباب السابع : حق الرد و حق التصحيح و تتضمن 15 مادة .

الباب الثامن : تحت عنوان المسؤولية تحتوي على 115 مادة .

الباب التاسع : المخالفات المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي و تتكون من 11 مادة.

الباب العاشر : دعم الصحافة و ترقيتها تتضمن المواد 127-128-129 .

الباب الحادي عشر : أحكام إنتقائية و ختامية : س131-132-133. (1)

إن هذا القانون العضوي الخاص بالإعلام يهدف إلى تحديد المبادئ و القواعد التي تحكم ممارسة الحق

في الإعلام و حرية الصحافة .

فيما يخص الحق في الإعلام و حرية الصحافة يقودنا الحديث عن حرية التعبير التي نعتبرها حق من

الحقوق الأساسية للإنسان بحيث لكل مواطن الحق في التعبير عن آراءه و أفكاره لتحقيق نوع من الديمقراطية

في الجزائر و هذا ما أشاد به هذا القانون . (2)

أما عن حرية الصحافة و الإعلام فقد جاءت المادة 2 تحت بممارسة نشاط الإعلام بالحرية في إطار

أحكام هذا القانون العضوي و للتشريع. (3)

1- القانون العضوي رقم 12/05 للإعلام ، مرجع سابق ص ص 02 - 03.

2- عماد حسين عماد مكاوي ، أخلاقيات العمل الإعلامي . القاهرة : دار المصرية اللبنانية ، 2003 ، ص 33 .

3- مجد الهاشمي ، الإعلام الدولي و الصحافة عبر الأقمار الصناعية . الأردن : دار المناهج للنشر و التوزيع ، 2000

ص ص 15-16.

- و التنظيم المعمول بهما في ظل إحترام
- الدستور و قوانين الجمهورية
- الدين الإسلامي و باقي الأديان
- الهوية الوطنية و القيم الثقافية للمجتمع
- السيادة الوطنية و الخدمة العمومية
- مهام و إلتزامات الخدمة العمومية
- حق المواطن في إعلام كامل و موضوعي
- سرية التحقيق القضائي
- كرامة الإنسان و حريات الفردية و الجماعية (1)

أما عن واقع حرية التعبير في الصحافة الإلكترونية نلاحظ أن القانون العضوي الجديد أدخل لأول مرة في الجزائر مسألة الإعلام الإلكتروني الذي كان موجودا فعليا لكنه غائبا قانونا أصبح النشاط الإعلامي الجزائري مقننا بصفة رسمية على شبكة الأنترنت و هذا نرحب به (2)

و في ما يخص نشاط السمي البصري توضح كل الموضوح في المادة 59 أن للنشاط السمي البصري مهمة ذات خدمة عمومية و نعتبر هذا المبدأ بالإتجاه الصحيح لكي تصبح المصلحة العامة فوق الجميع و عليه فإن هذا القانون الإعلامي الجديد جاء ليوكب التطورات الهائلة في مجال الإعلام و لكي يظبط الممارسة الإعلامية من صحافة و نشاط سمي بصري و حتى ما يعرف بالصحافة و الإعلام الإلكتروني .

1- الهاشمي ، مرجع سابق ، ص 16.

2- جمال غطاس، الصحافة الإلكترونية. 04 جانفي 2016 ، www.geocities.com.

خلاصة الفصل الثاني :

رغم أن الممارسة الإعلامية في الجزائر قد قطعت أشواط متقدمة في رسم الأطر القانونية و التشريعية الخاصة بها في زمن التعددية الإعلامية التي دخلتها الجزائر منذ أكثر من عقدين ، غير أن المختص و الممارس للإعلام على حد سواء ، بل حتى الباحث في مجال الإعلام بالمقارنة مع العديد من الديمقراطيات الحديثة و غير الحديثة لا يمكن أن يخفي مدى إستشرافه لغد و حال غير حال اليوم ، فالحديث عن التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية مهما كان شكلها لا يمكن أن يكون ، ما لم يسبقه الحديث عن حرية الإعلام نتجت عنها مفاهيم جديدة و معاني اشمل و أوسع تضع في حساباتها التكنولوجيات الحديثة التي أصبح المفرد منها ضربا من الخيال .

صحيح أن الجزائر أن قد حاولت و بقدر الإمكان و مراعاة الظروف و متغيرات ما إن ترسم لنفسها مسارا إعلاميا خاصا بجزائريتها ، و فرضه مبدأ لسياستها و عالمها الإعلامي ، إلا انا الصحافة الجزائرية بمختلف أشكالها بقيت وإن صح التعبير أنها ظلت تصارع من أجل البقاء دون الإرتقاء ، فمن خلال تتبع كرونولوجيا التشريع الإعلامي في الجزائر تتجلى الهوة الكبيرة بينها و بين التجربة الأجنبية التي سايرت التطور التكنولوجي الحاصل في وسائل و طرائق الإعلام إلى جانب ما ما اصبح يتداول هنا و هناك تحت مظلة الإعلام افلكتروني الذي غزى لكل مايمت الممارسة الإعلامية بصلة ، فالمشروع الجزائري إلى الآن لم يكلف نفسه عناء إستحداث و لو نص قانوني في واحد يشير ان تنظيم هذا النوع من الإعلام .

الفصل الثالث:

تحديات ومتطلبات السياسة الإعلامية.

نجد للسياسة الإعلامية العديد من التحديات التي قد تحول دون فعاليتها أو عدم نجاحها من قيود سياسية، قانونية، مالية وفكرية ولتفعيل السياسة الإعلامية يجب إتباع متطلبات السياسة الإعلامية من تعزيز الضمانات القانونية لإعلام المستقل وتحسين وترقية الإعلام المستقل، وكذلك دعم وسائل الإعلام الخاصة. وعالجنا في هذا الفصل التحديات والمتطلبات السياسية الإعلامية في مبحثين الأول تحت عنوان تحديات

السياسة الإعلامية متفرع إلى ثلاثة مطالب هي:

المطلب الأول: القيود القانونية (اخلاقيات المهنة).

المطلب الثاني: القيود السياسية (هيمنة السلطة).

المطلب الثالث: القيود المالية والفكرية.

أما المبحث الثاني معنون بسبل تفعيل السياسة الإعلامية وهو مقسم إلى ثلاثة مطالب كمايلي:

المطلب الأول: تعزيز الضمانات القانونية للإعلام المستقل.

المطلب الثاني: تحسين وترقية أداء الصحفي (صحفي المحترف).

المطلب الثالث: دعم وسائل الإعلام الخاصة.

المبحث الأول : تحديات السياسة الإعلامية :

باعتبار السياسة الإعلامية جزء لا يتجزأ من السياسة العامة فهذه السياسة الإعلامية لها مجموعة من التحديات خاصة تلك المتعلقة بأخلاقيات مهنة الصحفي (القيود القانونية) و تلك المتعلقة بهيمنة السلطة كقيد سياسي و كذلك قيود مهينة و مادية.

المطلب الأول:القيود القانونية (أخلاقيات المهنة):

بالحديث عن أخلاقيات المهنة يجب التركيز على القواعد الأخلاقية و قواعد السلوك و الإلتزامات القانونية

1-القواعد الأخلاقية:

لقد وضع قانون الإعلام الجزائري قواعد أخلاقية لإرشاد و توجيه الصحفيين و يمكن للقواعد الأخلاقية أن تغطي كل شيء من إنتحال الأعمال الغير إلى الخصوصية و من التصحيح إلى السرية و بعضها موجز و مكتوب بصيغة مبهمة و بعضها الآخر طويل و واضح لإبهام فيه و معظم هذه القواعد الأخلاقية يشتمل على ثلاثة عناصر أساسية و هي كالاتي:

- القيم الأساسية بما في ذلك إحترام الحياة و التضامن الإنساني

- مخطورات أساسية بما في ذلك أن لا تكذب و تسب أذى غير ضروري أو تنتحل لنفسك أعمال شخص آخر

- مبادئ صحفية بما في ذلك الدقة و النزاهة و الاستقلالية.⁽¹⁾

وتكون هذه القواعد احيانا طوعية لا يتعرض منتهكوها لعواقب واضحة،إلا أنه من المتوقع ان يحاسب أقران

الصحفيين الذين لا يتصرفون بطريقة غير أخلاقية وأصحاب المؤسسات الذين يعملون فيها، المخطئين في

سلوكهم ، وتتنظر في بعض الدول قي الشكاوى المقدمة ضد الصحفيين وقد يصل الأمر الى تصحيح الأخطاء

كماكما تلعب مجالات الشكاوى والمراجعة والمعانة التأديبية لصحفيين دورا تقييميا يكشف سلوك الصحفيين الذين

لا يتقيدون بالمعايير الاخلاقية.⁽²⁾

1- عبدالقادر نحال ، أخلاقيات الصحافة المكتوبة من خلال التشريعات الجزائرية . (رسالة ماستير،قسم الإعلام والإتصال ،

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ، جامعة الجبلاي اليابس سيدي بلعباس ، 2014)،ص 35.

2-مرجع نفسه،ص37.

ولدى بعض المؤسسات الصحفية موظف يعرف عادة بإسم الناظر في الشكاوى يراقب الأخطاء والزلات الأخلاقية ويقوم بدور الممثل للجمهور داخل مكتب التحرير .
كما ان القواعد الأخلاقية هناك من لخصها في أربع قواعد:
-إلتزام الصحفي بمستوى أخلاقي عالي بحيث يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يسيئ لمهنته كان يكون دافعه للكتابة مصلحة شخصية على حساب الصالح العام ،أو من أجل منفعة مادية.
-الإمتناع عن العمل مع أجهزة المخابرات لتزويدها بالمعلومات والقيام بأعمال تجسس لحسابها تحت ستار واجباته المهنية ،أو قبول مكافئات من أجل مصدر غير جهة العمل.
-إحترام كرامة البشر وسمعتهم.
-عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد وجعلها بمنأى عن العلنية⁽¹⁾.

2-قواعد السلوك:

لدى الكثير من المؤسسات الإعلامية قواعد للسلوك أو المعايير بها تقيد الصحفيين العاملين بها بالإضافة إلى تقيدهم بالقواعد الأخلاقية القومية و الإقليمية .
و قد تنصت هذه القواعد على إجراءات أو نشاطات محددة يشجع عليها أو تخطر على الصحفيين ، و أخرى تتطلب موافقة أحد المدراء .⁽²⁾

تفرض مؤسسات إعلامية كثيرة قيودا على ما يمكن للصحفيين القيام به أثناء العمل أو خارج نطاقه، و السبب الرئيسي لهذه القيود هو الحفاظ على مصداقية المؤسسات الإعلامية. و قد بلغ الصحفيون و المصورون بصراحة أنه لا يمكنهم التلاعب أو ترتيب الأخبار و يعالج الكثير من الأنظمة قواعد السلوك في مكاتب التحرير قضايا الإستقلال الصحفي و قد يخطر على الصحفيين بهدف تجنب حتى ما قد يبدو تضارب في المصالح رغم أنه ليس كذلك في الواقع حيث لا يسمح لصحفيين باتخاذ موقف علني حيال قضية سياسية أودع مترشح لمنصب علنا، و قد تمنع المؤسسات الإعلامية من إقامة علاقة عمل مع أي مصدر يزودهم بالأخبار أو ممارسة أي صحفي عمل خارجي لقاء أجر مالم يوافق على ذلك أحد المدراء⁽³⁾.

1-محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون. القاهرة: المكتبة العصرية لنشر والتوزيع، 2009، ص270.

2-نحال، مرجع سابق، ص38.

3-جون آرتليج، أخلاقيات الصحافة مناقشة علمية للقواعد الأخلاقية لصحافة. (ترجمة: كمال عبد الرؤوف)، (ب- م): دار الدولة

لنشر والتوزيع، (ب- س)، ص ص 52 - 53.

إن الأخلاقيات الحميدة والبيئية في هذا المجال يصعب تحديدها فالصحفيون ليس متوقف منهم أن يعيشوا حياة مطهرة تماما، أو أن ينقطعوا على المشاركة في أي شيء عدا مهنتهم فهم ينتمون إلي أحزاب سياسية وهم أيضا ينضمون إلي مختلف جماعات المجتمع وأبنائهم يذهبون إلي المدارس ، وبعض هذه المدارس من النوع العام وبعضها خاص. إلا أن هذه المشاركات داخل نشاط الجماعة يشكل تهديدا لأمانة الصحفي ولكن المخاطر ليست كبيرة هنا.(1)

وهناك أشياء غير مقبولة للصحفي كان يعمل الصحفي في منصب سياسي بينما يظل يعمل في جريدته مثلا ، إن الصحفيين الذين يفعلون ذلك يعتبرون قد تنازلوا عن أمانتهم بطريقة ميئوس من علاجها.(2) إن هؤلاء الصحفيون من شاغلي المناصب العامة قد لا يكونوا مسؤولين مباشرة عن التغطية الإخبارية للمكاتب التي يعملون بها ولكن مجرد مشاركتهم في الحياة السياسية سوف يؤثر حتما علي التغطية الإخبارية لهذه الشؤون السياسية بواسطة زملائهم المكلفين بذلك يبدؤ تعارض المعالج واضحا .(3)

3-الإلتزامات القانونية:

و هذه الإلتزامات سواء أخذت شكل الوقاية أو ردع ترد في قوانين المطبوعات و غيرها من التشريعات التي تنظم عمل وسائل الاتصال و تأخذ هذه الضوابط أشكالاً مثل:

- قوانين الرقابة و تأخذ هذه الرقابة صوراً متعددة رقابة سابقة على النشر و رقابة بعد النشر و قبل التوزيع و
- هذان شكلان يهدفان إلى الوقاية أو المنع و رقابة بعد التوزيع تهدف إلى الردع أو التجريم.
- منع نشر المداولات القضائية أو بعضها و حماية حرية القاضي و عدم التأثير على سيره.
- بعض القيود لحماية الأخلاق العامة و الأسرة و العلاقات الإجتماعية و هو ما يسمى (بحرمة الآداب و حسن الخلق).

-قيود على النشر في القضايا الخاصة بالأحداث -صغار السن- و كذا فرض نوع من الرقابة على برامج الأطفال و مطبوعاتهم.(4)

1-محي الدين التيتاوي،مدونة السلوك من أجل تغطية أخلاقية الأخبار،20أفريل2016،

[www. ethcailyournalisauntrative. Org](http://www.ethcailyournalisauntrative.Org)

2-سعاد الطنطاوي،الإلتزام بالحقائق والإمتناع عن الإخبار المضللة ،18 أفريل2016، www.ahran.org ،ص1.

3- نحال،مرجع سابق،ص40.

4-علم الدين،مرجع سابق،ص272.

- منع نشر المطبوعات أو المواد الإعلامية التي تدعو إلى التمييز العنصري أو العقائدي و يدخل في هذه القيود التي قد تفرض في بعض البلاد على مطبوعات ، أو مواد إعلامية التي تشكل عدوانا على الأديان .
 - بعض القيود على الإعلانات الخاصة بالطب و المنتجات الصيدلانية و الخمور و المخدرات و السجائر و المراهنات و المضاربات المالية. (1).
 - قيود على التحريض على ارتكاب الجرائم أو العنف .
 - تجريم القذف أو السب.
 - فرض قيود على النشر في الأمور الماسة بأمن الدولة أو إذاعة أسرارها.
 - تجريم الأخبار الكاذبة.
 - قد تعرض بعض القيود والعقوبات على نشر ما يسيء إلى الحكومات الصديقة .
 - في ظروف الطوارئ قد تفرض بعض الرقابة السياسة على الصحافة فيما يتصل بسلامة أو أعراض الأمن القومي .
- إلى جانب هذه الإلتزامات السابقة هناك بعض القضايا القانونية الخاصة بالإعلام والاتصال مثل القوانين التي تنظم حقوق النشر والتأليف، حق الأداء العلني التشريعات العمالية الضرائب إلتزام الاتصال بمبادئ القانون الدولي. (2).

1- طنطاوي ،مرجع سابق،ص2.

2- عبد اللطيف حمزة،أزمة الضمير الصحفي.القاهرة : دار الفكر العربي لنشر والتوزيع،1960،ص ص147-150.

المطلب الثاني: القيود السياسية (هيمنة السلطة):

تعد القيود السياسية من أشهر القيود التي تعاني منها وسائل الإعلام والتي حازت على إهتمام كبير في المنظمات الدولية وجاءت في أهم بنود موثيق حرية الإعلام .

إن النقد السياسي الذي يمارسه الصحفيين في مقالاتهم التي يعلقون فيها على أعمال ومواقف المسؤولين السياسيين في شأن العام ، لا يتقبله المسؤولين السياسيين ويعتبرونه سلوكا عدائيا ، بحيث إن مفهوم النقد السياسي عندهم ، يجب أن يبقى في الحد المسموح به من قبلهم ، وفي حالة تجاوز لهذا الحد فعندئذ تلاحق الصحيفة أمام القضاء ويتعرض المسؤولون عن النشر فيها للعقوبة ، بناء على دعاوى الحق العام الشخصي المقدمة من المسؤولين السياسيين. (1)

وهذا يعني أن حرية النقد السياسي يجب أن تبقى ضمن الحدود المسموح بها في النظام السياسي في الدولة وهذه الحدود تتمتع وتضيق وفق لتطبيق الديمقراطية في هذا النظام.

إن الحديث على القيود السياسية المتعلقة بالإعلام في الجزائر يجبرنا إلى توضيح العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية عبر مختلف المراحل التي مرت بها الصحافة في علاقاتها بالنظام السياسي .

لقد تم تعديل الدستور الجزائري في 23 فبراير 1989 الذي جاء بعناصر جديدة أهمها ما احتوته إعادة "40" المعنية لحرية إنشاء جمعيات ذات طابع سياسي ، فشكلت حوالي 60 حزبا في فترة قصيرة وهناك من أسس صحف تنطق باسمها كجريدة المنقذ الناطقة باسم الجبهة الوطنية الإنقاذ. (2)

غير أن جملة الإجراءات التي قابلت لهذا الزخم التعددي والمتمثل في القوانين واللوائح التي قامت بتأطير العمل الإعلامي كانت في حقيقتها تريد الحد من نشاط الصحافة بما يشكل عاملا يعوق المسار الطبيعي لاي صحافة حرة ويتنافى أساسا مع كل سياسة إعلامية ذات طابع تعددي، وإستحالت بموجبه القوانين والتشريعات الى آلة قمعية كما هي أغلب الدول النامية في غياب الضمانات الكفيلة بتحقيق حرية الصحافة.(3)

1- محمد الخطيب سعدي ، العوائق أمام حرية الصحافة في العالم العربي، دراسة تحليلية للعوائق القانونية و الإجتماعية و الدولية .(ب-م): منشورات الحلبي الحقوقية، 2008، ص 87.

2- الحاج عيسى سعيدات ، العلاقة بين السلطة السياسية و الإعلاميين في الجزائر .(رسالة ماجستير ، قسم الإعلام و الإتصال، كلية الآداب و اللغات ، جامعة الجزائر، 2000- 2001)، ص 67.

3- يوسف تمار، التكامل الاعلامي العربي بين الامكانيات والتصور 1986-1995.(رسالة ماجستير، قسم الإعلام و الإتصال، كلية الاعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 1996)، ص100.

إن من بين العناصر الأساسية لحرية الاعلام عدم خضوعها لرقابة السابقة لنشروع ذلك يجوز في حلة إعلان الحصار أو الطوارئ أو في زمن الحرب أن يفرض على وسائل الإعلام رقابة محددة في الأمور التي تتصل بالأمر العام على أن يتم ذلك وفق القانون.(1)

ونظرا للظروف التي عرفتها الجزائر تم إقرار حالة الحصار بناء على المرسوم الرئاسي 61-196 المؤرخ في 4 يوليو 1991 وعليه تم التفويض الى السلطات العسكرية الصلاحية المسندة الى السلطة المدنية،وفقا لمادة السابعة من المرسوم فإنه يجوز لسلطات العسكرية منع اصدار المنشورات أو الإجتماعات أو النداءات العمومية التي تمس بالأمن الوطني العام.

حيث أصبح الصحفي بمقتضى المراسيم التنفيذية المتعلقة بحالة الحصار آنذاك معرضا للإحتجاز في مراكز الأمن لأدنى شبهة وأدنى إنتقاد لنظام بحجة لإثارة الفوضى،كما تتعرض الوسيلة الإعلامية للحجز ومنع الصدور.(2)

لقد إستسلم كثير من الصحفيين و مديروا الصحف و تقبلوا هذه القيود المنافية للأخلاق الإعلامية المتحارف عليها ، ومن وقف ضدها تعرض لعقوبات و مثال ذلك السيدة سليمة الغزالي التي عوقبت بإغلاق الأسبوعية التي كانت تديرها بدعوة إخلالها بتعهداتها التجارية تجاه المطابع الحكومة .(3)

إن الصراع الشديد بين السلطة السياسية والصحافة إتخذت طابع قضائيا بإمتثال العديد من الصحفيين أمام المحاكم وإختفاء الكثير من العناوين ال'لامية و من خلال تدخل عناصر الأمن و إقتحامهم لمقرات الصحف وإعتقالهم لصحفيين و توفيق الصحف و القنوات الإعلامية و مثال ذلك مؤخرا قناة الوطن .(4)

-
- 1-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الرئيس، مرسوم رئاسي رقم 61-196 مؤرخ في 04 يونيو 1991،المتعلق بإعلان حالة الحصار،(الجريدة الرسمية، العدد،الصادرة في 29 بتاريخ 12 يونيو 1991)، ص 1088.
 - 2-عبد الغني سعيود، تأثير صحافة في الجزائر على الممارسة المهنية2001-2012. (اطروحة دكتوراه ، قسم العلوم الاجتماعية، كلية الآداب و العلوم و الإجتماعية ، جامعة جمعة باجي مختار عنابة،2011-2012) ص ص 72-74.
 - 3- مرجع نفسه، ص 79.
 - 4- جميلة قادم، الصحافة المستقلة بين السلطة و الإرهاب 1990-2001. (رسالة ماجستير،قسم الاعلام والإتصال، كلية العلوم السياسة والإعلام ،جامعة الجزائر،2003) ،ص 40.

ومن بين القيود السياسية نذكر منها :

تعليق الصحف و قرارات الحجز :ولكن هذه النقطة تطرح إشكالا في التفريق بين إن الحجز أو التوفيق قد تم بإستعمال لسلطات الضبط القضائي و ليس سلطات الضبط الإداري حيث يمكن للضبط الإداري أن يتستر بلباس الضبط القضائي خاصة و أن رئيس البلدية مثلا من رجال الضبط الإداري و القضائي في نفس الوقت.(1)

مثل صحيفة الجزائر التي تم تعليقها في 22 يناير 1992 بسبب نشر بيان إشهاري لجبهة الوطنية للإتحاد وقد عرفت أسبوعية الواحة المحلية بجنوب الجزائر سنة 2006 قرار يمنعها من الصدور بسبب 25 دعوى ضدها بتهمة القذف.(2)

المتابعة القضائية و محاكمة الصحفيين :و هذا شكل آخر من القيود التي مارستها الدولة على وسائل الإعلام حيث أصبحوا يخضعون لرقابة قضائية و هي أن يمنع كل صحفي وضع تحت الرقابة من أن يقوم ببعض النشاطات المهنية (المنع من الكتابة) و يعود ذلك لكتابة بعض الجرائد مقاللت تعرضت لعدم نزاهة بعض انقضاة مثل elwatan .(3)

كل ما أصدرت قرار بمنع مدير اليومية "الوطن" آنذاك عمر بلهوشات من الكتابة في سنة 1993 كما وضع شهر و نصف تحت الرقابة القضائية.

ومنع الصحفيين خلال الفترة من 1991 إلى 1996 من الكتابة في المواضيع المتعلقة بالأخبار الأمنية (4) إلى جانب قيود أخرى في مجال الصحفي مثل:

سلطة الحكومة في تحديد ما لا يجوز نشره ووضع الرقباء على وسائل الإعلام و تتقدم الغير المبرر لوسائل الإعلام و الإحتكار الكلي من طرف الدولة هو الطريقة الوحيدة لمنع الإنتقادات من أن تسمع و حتى لو كانت وسائل الإعلام مستقلة وحررة نظريا من الضغوطات يمكن للحكومة أن تمارس رقابة على مصادرها المادية مثل الكهرباء الورق ووسائل الطباعة و غيرها من المعدات لكبح وسائل الإعلام.(5)

1-سعيود، مرجع سابق،ص54.

2-قادم، مرجع سابق،45.

3-سعيود، مرجع نفسه، ص 91.

4-مرجع نفسه،ص94.

5-احلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر.(رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المنتوري قسنطينة،2006-2007)،ص55.

إستخدام العنف ضد الصحفيين عن طريق الإعتداءات الجسدية على ممثل وسائل الإعلام و الصحفيين فأحيانا كان الصحفيون يضربون يقتلون أو يختفون تماما و قد أشارت منظمة "مراسلون بلا حدود " إلى أن الصحفيين العاملين في البلدان الغير الديمقراطية يجدون أنفسهم غالبا تحت تهديد متكرر من طرف عملاء الحكومة و قد تتراوح المخاطر التي يتعرضون إليها لتصل إلى تهديد بالقتل أو الطرد من العمل .الخطف التعذيب و الإغتيال .

وقد أعلنت لمنظمة مراسلون بلا حدود " أن أكثر من 130 صحفي مسجون و 42 صحفيا قتلوا في 2003 خلال ممارستهم لمهامهم مقابل 326 السنة 2002 و اعتقال 766 صحفي بينما تعرض 1460 أخرين لاعتداءات وتهديدات وفزت رقابة على 501 من وسائل الإعلام. (1)

1-باي،مرجع سابق،ص56.

المطلب الثالث :القيود المهنية و المادية :

وتتمثل هذه القيود فيما يلي :

1-صعوبة الوصول إلى المعلومات :

لم تعد الصحافة الحديثة مجرد رأي في المقال كما كان الحال في بدايات القرن الحالي ولكنها أصبحت تعتمد بدرجة غالبية على المعلومات والحقائق.

وهناك جملة من العوامل التي تعيق حرية الصحافة في الوصول إلى المعلومات يحددها كما يلي:

-الضبط الذي تمارسه الحكومات على الوكالات الإخبارية من خلال تحديدها الوكالات الأجنبية الرخص لها بالتعامل .

-تأثير الحكومات في الصحفيين أثناء جمعهم للمعلومات التي تتعلق بالأخبار و يأتي ذلك عادة باعتقالهم أو بتهديدهم بإلغاء التصريح الخاص الممنوح للصحيفة .

-التحكم في مصادر معلومات الصحيفة حيث تستطيع الحكومة أن تضيق الخناق على كل المعلومات التي تكون هي مصدرها. (1)

2- رقابة رئيس التحرير :

حيث يجب على الصحفي دائما مراعاة رأي رئيس التحرير أو من هو أعلى مرتبة منه . وعدم مخالفة

معتقداته السياسة أو الثقافة أو الإجتماعية فأى مخالفة له قد يلغي كتابة المقال و تحريره في الصحيفة. (2)

3-الرقابة الذاتية :

ويقصد بها الرقابة التي يفرضها الصحفيون أنفسهم بالسكوت عما يغضب السلطة أو من بيده السلطة و التمويل

و قد يفرضها رؤساء التحرير أنفسهم على من يتبعهم من المحررين، أو تصل إلى المحررين دون فرض من

الرئيس، فيمارسونها على أنفسهم. (3)

1- فتيحة أوهابية ، " الصحافة المكتوبة في الجزائر"،مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية.العدد16،الصادرة سبتمبر2014،ص 248-250.

2-باي، مرجع سابق،ص54.

3-حسام الدين محمد، مسؤولية الإجتماعية لصحافة.(ب-م):دار المصرية اللبنانية،2003،ص 172.

4- المعايير المهنية :

وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية و داخلية ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الإجتماعي القائم و مدى إرتباط المؤسسة بمصالح معية أما العوامل الداخلية،فتمثل النظم الإدارية و ضغوط الإنتاج و تلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون المقدم إلى الجمهور وتنتهي بالصحفي إلا أن يكون و يصبح جزء من كيان المؤسسة فيصبح لا يعبر عن أفكاره بل يقوم بالتعبيرات عن آراء صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نجه. (1)

5-الكفاءة المهنية لصحفي :

ويتضمن هذا العوامل التي تعبر عن الكفاءة المهنية بما يتطلبه العمل الصحفي من خلال مستوى التحرير لدى الصحفي كاتب المقال أو الموضوع الصحفي و كيفية التعامل مع الموضوع الذي يود إيصاله للقارئ أهمها

5-1-الدقة :

و الدقة تعني أن كل عبارة في الجرائر تكون صحيحة ومن أسباب عدم الدقة :

-ضغوط التوقيت صدور الجريدة التي تدفع الصحفيين لعدم الإهتمام.

-عدم وجود إلهام كاف لدى المندوبين بخلفية القصة الخبرية

-عدم المبالاة الصحفيين بتحقيق في مصادر لكتابة القصة الخبرية

أحد المعلومات من المصادر مضللة تريد النشر لفرض نفسها

الرقابة التي تدفع الصحفي لإستخدام تعبيرات مطاطية غير محددة(2)

5-2-الإكتمال و الإلهام :

ويمكن أن نطلق على هذا العائق الإلهام بخلفيات الأحداث و المقصود بها التفاصيل المختلفة التي ترتبط بالحيز فصلي المحرر أن يكون ملما بمثل هذه التفاصيل وإن كان يوردها في الحيز الذي يود نقله لكي يقدم له أوضح صورة ممكنة للحيز. (3)

1-مختارية منصور،الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة بين الهوية والإحترافية.(رسالة ماستير،قسم الإعلام والإتصال،كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية،جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس،2009-2010)،ص72.

2-محمد شحات،العلاقة بين التمويل الاشهاري والتمويل الصحفي . (رسالة ماستير،قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسة والإعلام،جامعة الجزائر 2010،3-2011)،ص48.

3-منصور،مرجع سابق،ص75.

المبحث الثاني : سبل تفعيل السياسة الإعلامية .

نظرا للتطور الراهن في وسائل الإعلام العالمية و الدولية نجد أن كل دولة تعمل قانون للإعلام أو خرق قوانين توضح هذا المسار و تضبطه و لكن لإنجاحه في أرض الواقع يتطلب عدة طرق و سبل لتفعيل تلك السياسات الإعلامية فعلى وجه الخصوص الجزائر التي مرت على عدة قوانين إعلامية تسعى إلى تجسيد السياسة الإعلامية لها .

المطلب الأول : تعزيز الضمانات القانونية للإعلام المستقل .

لتحقيق إعلام حر و مستقل يجب اتباع أو الخضوع لعدة ضمانات قانونية تكفل هذا الحق المتمثل في الحرية الإعلام أو الإعلام المستقل و أهمها :

- عدم الخضوع وسائل الإعلام لرقابة سابقة من طرف السلطة أو جهة أخرى .
- حق الأفراد في إصدار الصحف دون الاعتراض السلطة و ترخيص الحكومي .
- حرية الحصول على مصادر المعلومات.
- حرية التعبير عن الآراء و النقد.
- عدم تدخل المباشر للسلطة في وسائل الإعلام و إنما تتدخل الجهات القضائية و تنظم عمل وسائل الإعلام هيئات أو مجالس مستقلة شهر على حسن سير قطاع الإعلام و مدى تطبيق قوانين الإعلام و تشريعاته من طرف وسائل الإعلام.

وهذه الضمانات لا يمكن أن نتحقق إلا في ظل ضمانات أخرى توفر لها المناخ الملائم منها :

- تأكيد مبدأ الفصل بين السلطات التنفيذية و التشريعية و القضائية حتى لا تتعسف السلطة التنفيذية في تعاملها مع الصحافة و الإعلام فتقيدها , ولا تصدر السلطة التشريعية ما يتنافى مع روح الدستور في تأكيد هذه الحرية و الإستقلالية الإعلامية و يكون من حق القضاء القول بعدم دستورية القوانين المخالفة. (1)

1- عبد العالي يوسف، "الضمانات القانونية للإعلام في الجزائر"، صحيفة الشعب، الصادرة يوم 29-01-2016، ص2.

-الرقابة القضائية واستقلالية القضاء في أحكامه وضرورة نزاهتها يوفر للصحافة حريتها و تكون مسؤولية يعاقبها القضاء وحده دون تدخل السلطة التنفيذية أوجهات أخرى , و ذلك إذا تجاوزت الصحافة حدودها و ارتكبت أخطاء وألحقت ضررا بجهات معينة.

-ضرورة وجود نظام نيابي .ديمقراطي تنعش في ظله الصحافة و تقوم بدورها الرقابي و المساهمة في تطوير المجتمع

- التعددية في وسائل الإعلام والموزع في الإتجاهات فيما يقدم من أخصائين في وسائل الإعلام. (1)
إذا أردنا أن تستخلص مدى توفر هذه الضمانات في مشروع التعديل الدستوري الحالي ,نلاحظ أنه أكد على عدد منها و هي مهمة مكسب هام لحرية الصحافة و إرساء مفهوم الإعلام المستقل ومنها :
-ضمان عدم خضوع الصحافة لرقابة سابقة .
-حرية التعبير و الرأي .

-عدم التدخل المباشر للسلطة في وسائل الإعلام, وإنما تدخل الجهات القضائية.
ومن أهم ما أكد عليه الدستور عدم تجريم الصحفيين و عدم حبسهم في التعامل مع جنح الصحافة ,و التأكد على حق الحصول على المعلومات للمواطن .

وردت هذه الحقوق و الضمانات في الفصل الرابع :المتعلق بالحقوق و الحريات الواردة في الباب الاول المبادئ العامة التي تحكم المجتمع الجزائري (2)
لا مساس بحرمة حرية المعتقد و حرمة حرية الرأي :

-المادة 36 : أكدت على أنه لا مساس بحرمة حرية المعتقد و حرمة حرية الرأي ,وهذا كان موجودا في الدساتير السابقة 1989 فعدم المساس الحرمة حرية الرأي يشجع على حرية و إستقلالية الإعلام و كذلك حرية الصحافة لأنها هي التي تترجمه إلى العالم الخارجي فيحاور مجرد التفكير لدى الفرد كشعور داخلي لينشر لي الجمهور . (3)

1-يوسفي، مرجع سابق،ص2.

2-رفيق بوزانة،حرية الاعلام في الوطن العربي دراسة في النصوص والتشريعات.(رسالة ماجستير، قسم العلوم الإجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإجتماعية،جامعة عنابة،2002)،ص23.

3-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الرئيس، 16-01 الصادر في 28 ديسمبر 2015 المتعلق بالتعديل الدستوري، (الجريدة الرسمية،العدد 14 الصادر في 27 جمادى الاولى 1437 الموافق ل7مارس2016)،ص8.

وفيما أكدت المادة 36 على حرية الرأي امعتقد نلاحظ أن التعديل الدستوري إضافة مادة أخرى في غاية الأهمية و هي المادة 41 مكرر 2 :

التي تنص على "أن حرية الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية و على الشبكات الإعلامية مضمونة ولا تقيد بأي شيء من أشكال الرقابة القبلية"⁽¹⁾

إذا تأملنا هذه المادة فهي تعتبر مكسب مهما لحرية الصحافة وإستقلالية الإعلام على إعتبار أنها جاءت بضمانات هامة لم تأتي بها الدساتير السابقة.

- عدم خضوع الصحافة ووسائل الإعلام بكل أنواعها لأي شكا من أشكال الرقابة القبلية، وهنا تحقق ضمان عدم وجود رقابة سابقة على ما ينشر في وسائل الإعلام ،لأن رقابة المضامين قبل النشر هي التعدي صارخ على حرية التعبير و الصحافة ،ولا يعطى للإعلام إستقلالية و يجعله مقيد.

لكن يتوجب فرض الصحفيين لرقابة على أنفسهم فيما يتعلق باحترام أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال تحري الصدق و الموضوعية وعدم إلحاق ضرر بالأفراد و المجتمع .

- حرية التعبير عن الرأي والأفكار بكل حرية، يعد ضمانا مهما لحرية للصحافة حيث نص الفقرة الثالثة من المادة 41 مكرر 2 على ذلك و هي ضمانات مجسدة في نظرية الحرية التي تقوم على الثقة في الجماهير.⁽²⁾

- عدم تجريم الصحفي و إلغاء عقوبة الحبس،أكدت على هذا الضمان الفقرة الرابعة من المادة 41 مكرر حيث نصت " لا يمكن أن تخضع جنحة الحافة لعقوبة سالبة الحرية ، أي عقوبة حبس الصحفي أو سجنه "

فلا يمكن أن يعامل الصحفي كمجرم على غرار ماجسدت عديد من الدول الديمقراطية في قوانينها ، و هو تأكيد على ماورد في بنود القانون العضوي المتعلق بالإعلام الصادر في 15 جانفي 2012 الذي يخلو من

عقوبة حبس الصحفيين ، و هذا تبعا لإصلاحات سنة 2011 و التوجه الذي تم في جويلية 2011 إلغاء المادتين 144 مكرر و 146 من قانون العقوبات لسنة 2001 و تم الإكتفاء بالغرامات المالية على

الصحفيين.⁽³⁾

1-مشروع تمهيدي لمراجعة دستور 2016 ، مرجع سابق،ص 09.

2-عمرالمرزوقي، حرية الرأي والتعبير في الجزائر في ظل التحول الديمقراطي1989-2004.(رسالة ماجستير،قسم العلوم السياسية ،كلية العلوم السياسة والإعلام ،جامعة الجزائر،أكتوبر2005)،ص30.

3- قانون العضوي 12/15،مرجع سابق،ص09.

وكذلك إعطاء الصحفي المعلومات و الوثائق و هو ماورد في قانون الإعلام 2012 المادة 83 " جب على المسؤولين إعطاء المعلومات و الوثائق و الإحصائيات للصحفي المحترف " ومن هته الضمانات القانونية تكفل إعطاء صبغة من الإستقلالية لوسائل الإعلام و حرية الصحافة في الجزائر و دفع حرية بدون قيود. (3).

1- عبد الله بن محمد الرفاعي ، " قيود ومعوقات حرية الاعلام في الوطن العربي"،مجلة البحوث الاعلامية.العدد22،اكتوبر 2004،ص ص 59-128.

المطلب الثاني: تحسين وترقية الاداء الصحفي المحترق:

لتحسين وترقية الاداء الصحفي يجب اخذ العوامل الاتية بعين الاعتبار ونذكر منها :

1-الكتابة الصحفية للخبر:

تختلف الصياغة الخبرية لصحافة السمعية والبصرية مع نظرتها في الصحافة المكتوبة فالصحافة التلفزيونية ليس لها عناوين والصحفي يدهل مباشرة في الموضوع ،وان وجدت العناوين فتاتي في بداية النشرة وتسمى عناوين النشرة لكن في الصحافة المكتوبة يبدأ بجملة فعلية (ضررة البدا بفعل) فالصحافة ليست علما ميكانيكيا ولكنها لها مبادئها العامة، والهدف في النهاية هو من يؤثر اكثر وفي /كبير عدد من الناس مع ترك اكبر اثر في المشاهدين ولكل اسلوبه في الوصول الى الهدف⁽¹⁾.

2-الارتجالية :

يحتاج الصحفي الى الارتجالية في طرح بغض الحالات والمواقف فمن مميزات الصحافة قصر الزمن ،فعمر الخبر محدود لذلك عندما يكون الخبر عاجلا ولا يكون هناك وقت لتحضير لإلقائه فلن يجد من ينقذه سوى الإرتجالية ونقل الخبر مباشرة لذلك يستحسن تدريب الصحفيين لمثل هذه المواقف فب اوقات فراغهم وفيهم من يتميز بالارتجالية بالفطرة، وبعضهم بالخبرة، وهذه الإرتجالية تنقذ الصحفي من المواقف الصعبة والتي تتطلب سرعة في التصرف.⁽²⁾

3-الدقة:

هي مرادف للسلامة والصحة ولا تحتاج فقط الى التزام الصواب والتثبت من صحة الآراء والمواقف والمعلومات ولكنها تحتاج ايضا الى الإدراك للسياق، والى إمتلاك الخلفية التي تحول دون ارتكاب الأخطاء ففي عالم يزدحم بوسائل الحصول على معلومات ليس ثمة وسيلة أخرى لتمييز افضل من معيار الدقة، وتزدهر الأدبيات بمقولات شهيرة تخص الصحفيين على توخي الحذر من عدم صحة المعلومات ،وتفادي عدم الدقة بكل السبل فهناك من يقول بالإنجليزية if in doubt ...check it out عند الشك عليك بالبحث لتأكد.⁽³⁾

1-طنطاوي ، مرجع سابق.ص 05.

2- عبد الوهاب حسن غسان، الصحافة التلفزيونية.الأردن:دار أسامة لنشر والتوزيع،2013،ص ص 255-256.

3-مرجع نفسه، ص ص 275-276.

وتحقق الدقة في العمل الإعلامي عبر اليات تحري الدقة التي تتمثل فيما يلي :

-التركيز على الحقائق فالعمل الإعلامي يعتمد على الحقائق .

-نسب الآراء والمواقف والمعلومات الى مصادر واضحة مذكورة بطريقة صحيحة ومعرفة تعريفا متكاملًا

-ذكر اسماء العلم والمعلومات والأرقام والحقائق على نحو صحيح.

-تحري الصحافي حالة الغموض عبر تكرار البحث والسؤال والتقصي.

-مراجعة المعلومات التي يتم الحصول عليها سواء من الزملاء ومن المنافسين ومن مصادر مختلف. (1)

4-تكلفة الأخطاء :

ليست المصادقية و ثقة الجمهور كل ما يخسره الصحافي نتيجة عدم الدقة، فثمة خسائر أخرى مكلفة أيضا

فعندما يتسبب الخطأ في الإساءة إلى شخص أو إلى أشخاص أو مؤسسات أو حتى دول فمن غير المستبعد أن

يلجأ المتضررون إلى القضاء لطلب التعويض و عادة لا تتسامح المحاكم مع مرتكبي الأخطاء فلن تقتنع هيئة

المحكمة بأن السبب في الخطأ هو النقص الخبرة لصحافيين أو إزدحام الخبرية في يوم البث ، أو أي أعدار

تكون منطقية خارج نطاق الإجراءات القضائية فعل الصحافي أن يتحمل مسؤولية الخطأ أو عدم التركيز في

عمله و هذه المسؤولية التي يتحملها هي قمة الإحتراف لدى الصحافي . (2)

5-النسب إلى المصادر :

أي أن ينسب الصحافي في الخبر إلى مصدره و ليس من المعيب كون أن المصدر منافس طالما كان هو

المصدر الوحيد لا يمكن تجاهله فمن الأخطاء الفادحة تجاهل الخبر لمجرد أن مصدره الوحيد وسيلة إعلام

منافسة و في هذا إستخفاف بعقلية الجمهور القادر على متابعة المصادر كلها ، و تتضمن هذه العملية عدم

الوقوع في خطأ نشر الآراء و ترويج شائعات على أنها حقائق و مع أن تنسب إلى المصدر غالبا ما يدفع

المسؤولية الصحفية أو القانونية عن تجاهل الصحافي أو المؤسسة. (3)

1-رابع الصادق،الإعلام والتكنولوجيات الحديثة.الإمارات العربية المتحدة:دارالكتاب الجامعي،2005،ص95.

2- عبد العالي رزاقى ، المهنة صحفى محترف ، قوانين الإعلام ، أخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية.الجزائر: دار هرمة للنشر و التوزيع ، 2013 ، ص 63.

3- غسان ، مرجع سابق ،ص 280 .

6-تطوير شخصية الصحفي:

و لتكوين شخصية قوية لصحفي يجب مراعاة النقاط التالية:

- الصدق مع الآخرين.
- المواجهة الصادقة.
- عدم السماع آراء الآخرين والحكم على آخرين.
- رجاحة العقل و الصبر دون الانفعال.
- عدم الحكم على القضية دون سماع كافة الآراء المتعلقة بالقضية و كل هذه النقاط لا تدخل في قوة الشخصية. (1)

أما من ناحية التأثير على الآخرين فيتحكم فيه العوامل التالية:

- الإتصال الشخصي(المواجهة).
 - الإستعداد للمواجهة.
 - التعليم والتثقيف.
 - التهذيب والإطراء العاقل.
 - اللياقة وحسن التصرف.
 - الثقة بالنفس و المعلومة.
- تفكير في شرف المهنة الذي يتطلب الدقة والصدق و التجديد والمثابرة و تطوير قدراته و توسيع مداركه وكذلك إحترام المهنة و متطلباتها من خلال:
- الحضور المبكر للعمل.
 - التعامل الحضاري مع الزملاء و تقدير زملاء الآخرين.
 - المبادرة وعرض الخدمة والمساعدة على الزملاء.
 - إحترام الزملاء و عدم إحراجهم في أوقات العمل.
 - _ مساعدة الزملاء المبتدئين سرا و عدم الكشف ذلك للزملاء الآخرين
 - _ الإبتسام و بث روح المرح مع احترام أماكن العمل. (2)

1-غسان ،مرجع سابق،ص206.

2- رزاقى،مرجع سابق،ص525.

المطلب الثالث : دعم وسائل الإعلام الخاصة :

تعد الظاهرة الإعلامية من أكثر الظواهر التي تستدعي الوقوف لدراستها و تحليلها و ذلك لإرتباط الإعلام و إعتباره أحد ثوابت الدولة ، لإرتكازه على البعد السياسي ، فالنظام بحاجة في توضيح قراراته السياسية للجماهير لإثبات شرعيته إذن تعد الآلة الإعلامية من أبرز الوسائط لربط الصلة بين النظام الحاكم و القاعدة الشعبية .⁽¹⁾

و إذا أردنا التوقف على قضية الإعلام في المجتمع الجزائري لرأينا أنها كانت تركز على النظام الأحادي ، فبنية النظام الأحادي تركت بصمتها في تحديد آلية الخطاب الإعلامي الإتصالي و العمل على تقنينه و التي تمكنت في الإمتلاك الشرعي لتلك الوسائل التي عملت على المحافظة على رمزية النظام و قمع الرأي العام الذي يخسر بوجود الهوة بين الرأي العام و أجندة الإعلام . ولعل أحداث الربيع العربي و ما سنته من قوانين ومبادئ تحويلية في سياسة الدولة الجزائرية و للوصول إلى الديمقراطية الشعبية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة التداولية و لكشف الحجاب عن الحياة السياسية.⁽²⁾

فالجزائر قطعت شوطا كبيرا في مجال الإعلام الخاصة من خلال تلك القنوات الخاصة و الجرائد و الإذاعات و قد فتحت الدولة الجزائرية من خلال قانون الإعلام 2012 و المادة: توضح حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي حيث قررت الدولة رفع الإحتكار القطاع السمعي البصري ، و المادة 127 تمنح الدولة إعانة لترقية حرية التعبير لا سيما من خلال الصحافة الجوارية و الصحافة المتخصصة.⁽³⁾

1-حميدة سميسم ، نظرية الرأي العام . القاهرة : الدار الثقافية للنشر (ب -س) ، ص 210.

2- محمد بوضياف ، منظمات المجتمع المدني في الجزائر ، دراسة تحليلية. سطيف : دار المجد ، للنشر و التوزيع، (ب-س)،ص06 .

3-عنصر العياشي،سوسيولوجيا الديمقراطية بالجزائر.القاهرة:دار الامن لطباعة والنشر،(ب-س)،ص57.

و نذكر من هته القنوات الإعلامية الخاصة قناة شروق تي في هي من أهم القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية حيث إنطلق البث التجريبي لها الأول في عيد الثورة المصادف لأول نوفمبر عام 2011 ، لكن كانت البداية الفعلية لها العام الجديد 2012 و هي قناة تبث مجموعة من البرامج و جملة من الأشرطة الوثائقية و التثقيفية و أيضا قناة الجزائرية قناة خاصة إنطلق بثها الرسمي 05 جويلية 2012.⁽¹⁾

1-ماهر الكيلاني وآخرون، موسوعة السياسة. بيروت:مؤسسة الهريبة لدراسات والنشر،(ب- س)،ص3.

خلاصة الفصل الثالث:

إن التحديات التي تواجه السياسة الإعلامية تتمثل في القيود القانونية التي تشمل كل القواعد الأخلاقية لمهنة الصحافة والإلتزامات القانونية التي اخذت شكل الرقابة، الجانب قواعد السلوك حيث يخضع الصحفي لقواعد المؤسسة العامل بها وتحديات أخرى تمثلت في القيود السياسة هيمنة السلطة على مجال الإعلام ولعل خضوع الصحفي لمنطق مدير التحرير يصبح عائقاً مهنياً بمراعاة عامل الكفاءة المهنية لصحفي .

ولتفعيل السياسة الإعلامية يجب تعزيز الضمانات القانونية لإعلام المستقل من خلال عدم خضوع وسائل الإعلام لرقابة سابقة وإعطاء الحق للأفراد في إصدار الصحف دون اعتراض السلطة ومنح حرية الوصول الى المعلومات وحرية النقد والتعبير عن الأفكار، من بين سبل تفعيل السياسة الإعلامية دعم وسائل الإعلام الخاصة من خلال إعطاء الترخيص لفتح مؤسسات إعلامية خاصة بكل حرية وترقية عمل الصحفي من خلال مبادئ الصحفي المحترف ونجد من بينها الإرتجالية والدقة في طرح المواضيع والدقة في جلب المعلومات الى جانب نسب المعلومات الى المصادر الصحيحة.

الخاتمة

واخيرا نستنتج ان السياسة الاعلامية باختلاف تعاريفها وتعدد خصائصها هي عملية معقدة وصعبة تحتاج الى الكثير من المعالجة والتدقيق وذلك بفضل التطور الفكري الحاصل في مفهومها.

ان السياسة الاعلامية في الجزائر لها من العوامل التي تؤثر في صناعتها منها ما هو ثقافي واقتصادي واجتماعي وسياسي هذا في إطار البيئة الداخلية و ما هو خارجي تمثل في الظروف و العوامل العالمية الى جانب وجود اطراف تشارك في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر تنقسم الى طرفين, رسمية من سلطة تشريعية و ذلك من خلال تشريعاتها للقوانين و صنع السياسة الاعلامية و السلطة التنفيذية التي تلك المشاريع المتعلقة بالإعلام , أما الطرف الاخير هو السلطة القضائية يتسنى دورها في مساعدتها في توضيح تضارب المواقف الإعلامية و مراقبة مدى تطبيق تلك القوانين الإعلامية الما على الجانب الغير الرسمي نحدالمجتمع المدني بما يحتويه من احزاب و جماعات المصالح و الراي العام الذي يلعب دورا مهما في صناعة السياسة الإعلامية من خلال الضغوطات التي تمارسها على الحكومة مع عدم اهمال القطاع الخاص فهو ايضا له وزن و يؤثر تحسين السياسة الإعلامية في الجزائر.

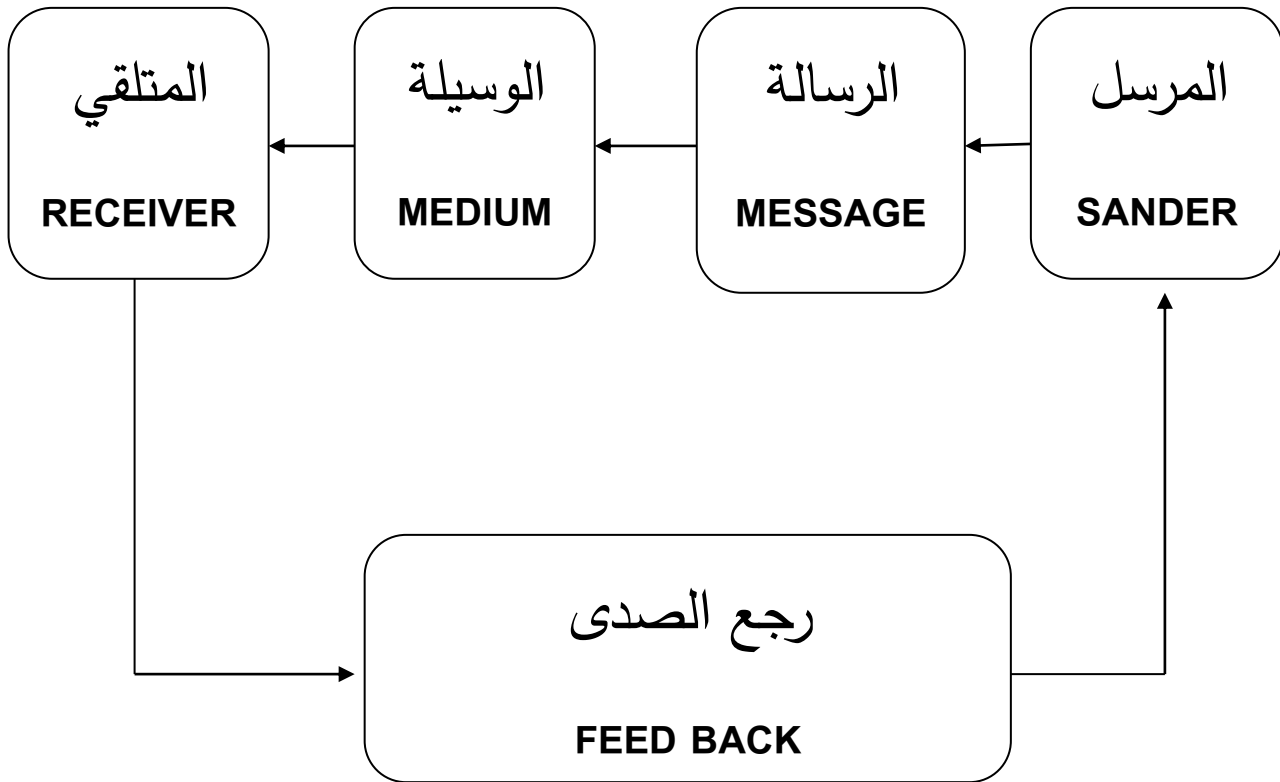
إن الإعلام في الجزائر و اثناء صياغة القوانين التي تظبطها و اثناء صنع السياسة التي ينتهجها يتعرض لعدة مؤثرات و منها ما هو سلبي و ما هو ايجابي مثل تغيير القيم عبر التنشأة الاجتماعية و كذلك إمداد الفرد بالمعلومات عن طريق خلق اراء عن موضوعات جديدة' لقد مر التشريع الاعلامي المتعلق بالممارسة الإعلامية بالجزائر بمرحلتين تاريخيتين الاولى كانت منذ استقلال البلاد من 1962 الى 1889 التي كان الاعلام فيها يعيش ما يعرف بهيمنة السلطة على الإعلام و مراقبته و توجيهه و جعل كل امر بيد الحكومة لكن مع بداية 1989 بدا الإعلام يرى نوعا من النور من خلال بروز فكرة التعددية الإعلامية وذلك على اثر اقرار الحكومة الجزائرية لتعددية الحزبية.

فظهر اول قانون فعلي متعلق بالإعلام و ذلك في 1990 جاء بنصوص قانونية فتحت المجال نوعا لحرية الاعلام لكن في الحقيقة بقية حبرا على الورق فبقية رغبة المشرع الجزائري و الصحفي في انشاء قانون جديد للإعلام يأسس لحرية الإعلام و حرية الممارسة دون قيود تعوق ذلك فإستطاع المشرع من تقديم قانون إعلامي جديده هو القانون العضوي 05/12 الذي قام بعدة تعديلات في مواده جاءت لتكفل حق حرية الإعلام في الجزائر و لتضمن لصحفي حقوقه و تأكد واجباته ,حقق هذا الأخير قفزة نوعية في تحقيق ممارسة إعلامية حرة و مستقلة.

برغم من وجود تحديات لسياسة الإعلامية في الجزائر تتمثل في القيود القانونية و السياسية و المالية الفكرية ساهمت في تعطيل عجلة حرية الممارسة الإعلامية الا ان هناك سبل و حلول لتفعيل السياسة الاعلامية و ذلك من خلال تعزيز الضمانات القانونية لاعلام مستقل و ذلك يتجلى في وضع قوانين تكفل الاعلام الحر و ايضا تحسين و ترقية اداء الصحفي المحترف بإنتهاج الإحترافية في المعاهد الخاصة بالصحافة و دعم و سائل الإعلام الخاصة بفتح المجال للقنوات و الجرائد و وسائل الإعلام لخلق نوع من المنافسة و تحري الجودة الإعلامية و المضي نحو إعلام متطور و هادف.

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01: مخطط هارود لاسويل للعملية الإعلامية ومكوناتها



الملحق رقم 02: بعض القنوات الإعلامية والجرائد الخاصة في الجزائر

القناة الإعلامية التلفزيونية / الجريدة	تاريخ نشأتها
جريدة الخبر	هي يومية جزائرية مستقلة أصدر أول عدد لها في عام 1900 من قبل عدد من الصحفيين الذين يعتبرون من أعمدة قطاع الصحافة في الجزائر
جريدة الشروق	هي صحيفة يومية جزائرية خاصة ناطقة باللغة العربية تأسست في 1990 كانت تسمى جريدة الشروق العربي انذاك
جريدة النهار	تأسست هذه الجريدة المستقلة في 2007 هي جريدة ناطقة باللغة العربيو،مديرها العام الصحفي أنيس رحمانى تهتم بالأخبار والأحداث الوطنية
قناة البلاد tv	شرعت في البث ا رسميا في 19/مارس/2014تهتم بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية وبرامج رياضية وإجتماعية عديدة
قناة الشروق tv	هي قناة خاصة كانت بدايتها في 2011 وكانت تسمى قناة الشروق الإخبارية ببث تجريبي و في 19 مارس 2014 بدأ بثها الفعلي وهي تملك قنوات اخرى مثل شروق الإخبارية
قناة النهار tv	إنطلق أول بث 6 مارس 2012، إتخذت العاصمة الأردنية مقرا لها قنوات فرعية نهار لكي

قائمة المصادر

والمراجع

- الكتب باللغة العربية :

- 1-الدليمي عبد الرزاق محمد، المدخل إلى وسائل الإعلام و الإتصال .الأردن : دار الثقافة للنشر و التوزيع ، 2011 .
- 2-أحدادن زهير ، مدخل لعلوم الإعلام و الإتصال . (ب. م): ديوان المطبوعات الجامعية 2004 .
- 3-العيلاوي عبد المنعم ، الإعلام . مصر : مؤسسة شباب الجامعة ، 2007.
- 4-الشاري طارق ، الإعلام الإذاعي . الأردن:دار أسامة ، 2010 .
- 5-الحديثي مأيّد عبد الجبار ، العولمة الإعلامية. الأردن: دار الأهلية ، 2002 .
- 6-إمام إبراهيم ، الإعلام و الإتصال الجماهيري .القاهرة : دار اسامة لنشر و التوزيع ،1982.
- 7-الدليمي حميد ، التخطيط الإعلامي المفاهيم و افطار العام . عمان : دار الشروق ، 1998 .
- 8-أبو أصعب صالح ، إستراتيجيات الإتصال و سياسة و تأثيراته . عمان : دار مجلاوي لنشر و التوزيع ،2005.
- 9-البياتي خضير ياسين ، الإتصال الدولي و العربي و مجتمع الورق . عمان : دار الشروق لنشر و التوزيع، 2006 .
- 10-أبو شنب جمال محمد ، السياسات الإعلامية ، المفاهيم و الإتجاهات النظرية للتطبيقات .(ب. م): دار الجامعة و المعرفة للنشر و التوزيع 2014 .
- 11-المشاقبة عبدالرحمان بسام ،نظريات الإعلام. الأردن : دار اسامة للنشر و التوزيع ، (ب. س).
- 12-الفهداوي محمد خليفة ، السياسة العامة منظور البيئة . عمان : دار المسيرة ، 2001 .
- 13-أبشر الطيب حسين ، الدولة العصرية دولة المؤسسات . القاهرة : دار الثقافة ، 2000 .
- 14-أندرسون جيمس ، صنع السياسات العامة. (ترجمة :كبيسي عماد)، عمان : دار المسيح ، 1999 .
- 15-العوالمة عبد الحافظ ، إدارة مؤسسات العامة ، الأسس النظرية و تطبيقاتها في الإدارة. عمان : مؤسسة زهران ، 1993 .
- 16-الهاللي عماد محمد حسين ، التخطيط الإعلامي . بغداد : دار الشؤون الثقافية ،(ب. س) .
- 17-القيوتي محمد قاسم ، رسم و تنفيذ و تحليل السياسة العامة .الكويت : (ب. ن)،2006.
- 18-الشعراوي سلوى جمعة ، تحليل السياسات العامة في الوطن العربي . القاهرة ، مركز الإستشارات و الدراسات الإدارية العامة ،2001 .

- 19- الشعراوي سلوى جمعة ، إدارة شؤون الدولة و المجتمع . القاهرة : مركز الدراسات و الإستشارات و الإدارة العامة ، 2001.
- 20- الكبسي عامر ، صنع السياسات العامة . عمان : دار المسيرة ، 1999 .
- 21- الصبحي احمد شكر ، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي . بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، 2000 .
- 22- الحزرجي تامر كامل محمد ، النظم السياسية الحديثة و السياسات العامة . عمان : دار مجلاوي ، 2004.
- 23- الشميمري فهد عبد الرحمان ، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام . (ب.م): (ب.ن)، 2010.
- 24- أبو حمام حزام ، الإعلام و المجتمع . (ب.م): دار أسامة للنشر و التوزيع، 2015 .
- 25- أبو زيد فاروق ، مدخل على علم الصحافة . القاهرة : (ب.ن)، 1988.
- 26- العياضي نصر الدين ، مسألة الإعلام . الجزائر : المؤسسة الجزائرية للطباعة ، 1991 .
- 27- الهاشمي محمد ، الإعلام الدولي و الصحافة عبر الأقمار الصناعية . الأردن : دار المناهج للنشر و التوزيع، 2000 .
- 28- أحمد رشتي جهان ، نظم الإتصال و الإعلام في الدول النامية . (ب.م): دار الفكر العربي، (ب-س).
- 29- اسماعيل محمد حسن ، علم الإتصال و نظريات التأثير . (ب.م): دار العالمية للنشر و التوزيع ، 2003 .
- 30- أواكد نعيمة ، مبادئ في علم الإتصال . (ب.م): طاسيج كوم لنشر و التوزيع، 2011 .
- 31- العياشي العنصر ، سوسيولوجيا الديمقراطية بالجزائر . القاهرة : دار الأمن للطباعة و النشر ، (ب.س).
- 32- الصادق رابح ، الإعلام و التكنولوجيا الحديثة . الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي، 2005.
- 33- بلخيري رضوان و جايدي سارة ، مدخل للإتصال و العلاقات العامة . الجزائر : دار جسور للنشر و التوزيع، 2013 .
- 34- بصفر حمام بن عمر ، مدخل على وسائل الإعلام . جدة : مركز النشر العلمي ، 1435 هـ .
- 35- بدر أحمد ، الرأي العام صبغته و تكوينه سياسيا و دوره في السياسة العامة . القاهرة : دار قباء للنشر و التوزيع، 1998 .

- 36- بوضياف محمد ، منظمات المجتمع المدني في الجزائر . سطيف : دار المجد للنشر و التوزيع ، (ب.س).
- 37- تيسير أبو عرفة ،دراسات في الصحافة و الإعلام . (ب.م): دار مجدلاوي ، (ب.س).
- 38- ثروت مكي ، الإعلام و السياسة ووسائل الإتصال و المشاركة السياسية. (ب.م): عالم الكتب للنشر و التوزيع ،2005 .
- 39- جابر سامية محمد و أحمد عثمان نعمات ، الإتصال و الإعلام و تكنولوجيا المعلومات. القاهرة : دار المعرفة الجامعية 2003 .
- 40- جودة ناصر محمد ، الدعاية و الإعلام و العلاقات العامة. الأردن : دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، 2008،
- 41- خورشيد مراد كامل ، مدخل إلى الراي العام .(ب.م)، دار أسامة المسيرة للطباعة ،2013 .
- 42- حاتم عبدالقادر ، الإعلام و الدعاية نظريات و تجارب. (ب.م): دار الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1996 .
- 43- حجاب محمد منير ، وسائل الإتصال ، نشأتها و تطورها . القاهرة : دار الفجر ، 2008 .
- 44- حسين السيد ليلي و مكاوي عماد ، الإتصال و نظريات المعاصرة . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2001
- 45- حديد محمد مرة ، الإدارة العامة هيكله الأجهزة و صنع السياسات و تنفيذ البرامج الحكومية . عمان : دار الشروق ، 2007 .
- 46- حمزة عبد اللطيف ، أزمة الضمير الصحفي .القاهرة : دار الفكر العربي للنشر و التوزيع ، 1960 .
- 47- خالد فاروق ، الإعلام الدولي و العولمة الجديدة . الأردن : دار الثقافة للنشر و التوزيع ، 2009 .
- 48- دليو فضيل ، بحوث جامعية في الصحافة و الإعلام .(ب.م) : دار طيبة لنشر و التجهيزات العلمية ، 2000 .
- 49- زهيدة محمد محمود ، الإعلام المعاصر. (ب.م): دار أجنادين لنشر و التوزيع ، 2007 .
- 50- رضا أمين عبد الواحد ، الصحافة الإلكترونية . القاهرة : (ب-ن)، 2007 .
- 51- رفيقي خالد مظلوم ، الإعلام و التعددية السياسية. (ب.م): دار الكتاب الحديث ، 2009 .
- 52- سمير محمد حسين ، الإعلام و الإتصال الجماهيري و الرأي العام. القاهرة : دار المعرفة، (ب.س).
- 53- سميم حميدة ، نظرية الرأي العام . القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، (ب.س).

- 54- سيد فهمي محمد ، تكنولوجيا الإتصال في الخدمة الإجتماعية . مصر : دار المعرفة الجامعية ، 199 .
- 55- سعدي خطيب محمد ، العوائق أمام حرية الصحافة في العالم العربي .دراسة تحليلية للعوائق القانونية الإجتماعية و الدولية ، (ب.م): منشورات الحلبي الحقوقية ،2008.
- 56- شدوان علي شيبية ، مذكرة في تاريخ الإعلام .(ب.م): دار المعرفة الجامعية، 2006 .
- 57- شكري علياء ، علم الإجتماع العائلي . عمان : دار المسيرة ، 2008 .
- 58-صلوي حواجي ، نظريات التأثير الإعلامية .(ب-م): (ب-ن)،(ب-س).
- 59- صالح بلعيد ، دروس في اللسانيات النطقية . الجزائر : دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، 2000 .
- 60- طواليبة هادي ، تكنولوجيا الوسائل المرئية . الأردن : دار وائل ، 2010.
- 61- عويصة خير الدين علي ، الإعلام الرياضي . (ب.م): مركز الكتاب للنشر ، (ب.س).
- 62- عبد الحليم محي الدين ، فنون الإعلام و تكنولوجيا الإتصال . مصر : مكتبة أجدو المصرية ،2006.
- 63- عيساني يرحيمة الطيب ، مدخل إلى الإعلام و الإتصال . الأردن : بدار الكتاب العلمي ، 2008 .
- 64- عبد النبي سليم ، الإعلام التلفزيوني . الأردن : دار أسامة ، 2010 .
- 65- عباس صادق مصطفى ، الإعلام الجديد و الوسائل و المفاهيم ، الأردن : دار النشروق،(ب-س).
- 66- عبد الحميد محمد ، نظريات الإعلام و أبعادها التأثير. القاهرة : عالم الكتاب ، 2000 .
- 67- عدلي العبد العاطف و رضا عدلي ، إدارة المؤسسات الإعلامية . القاهرة : دار الفكر العربي ، 2008 .
- 68- عدلي العيد عاطف ، الإتصال و الرأي العام ، الأسس النظرية و الإسهامات العربية .القاهرة : دار الفكر العربي، 1993 .
- 69- عوض محمد ،الأب الثالث و الأطفال الإتجاهات النظرية لتأثير التلفزيون على الأطفال. الكويت : دار الكتاب الحديث ، 2000 .
- 70- عبد العالي زرافي ، مهنة الصحفي المحترف ، قوانين الإعلام و أخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية. الجزائر : دار هومة لنشر و التوزيع 2013 .
- 71- علم الدين محمود ، أساسيات الصحافة في القرن الواحد و العشرين. القاهرة ، المكتبة العصرية لنشر و التوزيع، 2009 .
- 72- غسان عبد الوهاب حسن ، الصحافة التلفزيونية . الأردن : دار أسامة لنشر و التوزيع ، 2013 .
- 73- كاير لوس و سطر جوزيوف ، الإدارة العامة التأثير الإجتماعي و الإدارة المكثفة.(ترجمة :خطيب محمد)، عمان : دار النشر الصحفية ،(ب-س).

- 74- ليلي عبد المجيد ، سياسات الإتصال في العالم الثالث . (ب. م): دار الطباعة العربي ، 1986.
- 75- لبيب سعد ، دراسات في العمل التلفزيوني العربي . بغداد : مركز التوثيق الإعلامي ، 1984 .
- 76- محمود محمد سفر ، الإعلام الموقف . السعودية : (ب. ن)، 1982 .
- 77- محاسب سلطان محمد ، وسائل الاعلام و الإتصال دراسة في النشأة و التطور . عمان :دار المسيرة للنشر و التوزيع ، 2011 .
- 78- معارف إسماعيل ، الإعلام حقائق و أبعاد . (ب. م): ديوان المطبوعات الجامعية ، 2007 .
- 79- مصالح عامر ، معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية . الجزائر: المكتة الجزائرية ، 2005.
- 80- مختار محي الدين ، دراسات في الإعلام و الإتصال . الجزائر ، دار المعرفة للطباعة و النشر ، 1999 .
- 81- مكتبي محمد غياث ، الإعلام الإسلامي واقع و طموح. سوريا : دار مكتبي ، 2010 .
- 82- محمد حسام الدين ، المسؤولية الإجتماعية للصحافة ، (ب. م): دار المصرية اللبنانية ، 2003 .
- 83- هاريليج جون ، أخلاقيات الصحافة مناقشة علمية للقواعد الأخلاقية للصحافة . (ترجمة :كمال رؤوف)، (ب-ن): دار الدولة للنشر و التوزيع .
- 84- هبة عزيزة ، الإعلام السياسي و الراي العام دراسة في ترتيب الأولويات. مصر : دار الحجر للنشر و التوزيع ، 2004 .
- 85- هندي صالح دياب ، أثر وسائل الاعلام على الأطفال. الأردن: دار الفكر، 2008 .
- 86- يوسف مرزوق ، مدخل إلى الإعلام و الإتصال. مصر : دار المعرفة الجامعية، 1998 .

2-المجلات والجرائد:

- 1- أجفو علي، "الصحافة الإلكترونية العربية الواقع و الآفاق"، مجلة المفكر .العدد 5 ، 01 مارس 2006 .
- 2- أبو اصبع صالح "التلفزيون و الطفل في مرحلة ما قبل الدراسة"، مجلة الدراسات الإعلامية. العدد 97، 2000.
- 3-فتيحة أوهابية ، " الصحافة المكتوبة في الجزائر"،مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية.العدد16،الصادرة سبتمبر 2014.
- 4- أحمد عبدالله عبدالجبار و آخرون ،"دراسات التواصل الإجتماعي في ثورات الربيع العربي"، مجلة العلوم السياسية .العدد 400 .

- 5- الرفاعي عبد الله بن محمد، "قيود ومعوقات حرية الاعلام في الوطن العربي"، مجلة البحوث الاعلامية.العدد 22، اكتوبر 2005.
- 6- بن بوزة صالح، "السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية و الممارسة 1979-1990-2006"، "المجلة الجزائرية للإتصال". العدد 13، 1996 .
- 7- بوسالم، "الإعلام والتعددية السياسية"، مجلة الجيش.العدد427، فيفري 1999 .
- 8- بن خلف الله الطاهر، "تشريعات الاعلام في الجزائر"، "المجلة الجزائرية للإتصال عن معهد علوم الإعلام والإتصال، العدد05، 1991.
- 9- عزي عبدالرحمان ، "الصحافة و علم المعاني"، مجلة الدراسات الإعلامية . العدد 66 . 1992 .
- 10- قسايسة علي، "التشريعات الإعلامية في ظل مبادئ الأفكار الحرة"، "المجلة الجزائرية للإتصال". العدد14، جويلية1996.
- 11- يوسف عبد العالي، "الضمانات القانونية للإعلام في الجزائر"، صحيفة الشعب.الصادرة يوم 29-01-2016.
- 12- El Kanz Ali ,(des gents historique et un etat moderne et democratique)
,Elwatan , N°1230 du 16-17octobre 1992,.

3-التقارير ونصوص القانون:

- 1-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، البرلمان الجزائري ، دستور1963الصادر في سبتمبر1963)
الجريدة الرسمية ، العدد64، سبتمبر (1963).
- 2-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام
1998، الصادر في مارس 1998 .
- 3-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام
2000، الصادر في 2000 .
- 4-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال، مشروع تمهيدي لقانون الإعلام2001 ،
الصادر في 2001.

5-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، وزارة الثقافة و الإتصال ، مشروع تمهيدي لقانون قانون الإعلام 2002، الصادرة في 2002.

6-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، البرلمان الجزائري ، القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام ،(الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 02، الصادر بـ15 يناير 2012.

7-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الرئيس، مرسوم رئاسي رقم 61-196 مؤرخ في 04 يونيو 1991،المتعلق بإعلان حالة الحصار،(الجريدة الرسمية، العدد،الصادرة في 29 بتاريخ 12 يونيو 1991).
8-الجمهورية الجزائرية لديمقراطية الشعبية ،الرئيس، 16-01 الصادر في 28 ديسمبر 2015 المتعلق بالتعديل الدستوري، (الجريدة الرسمية،العدد 14 الصادر في 27 جمادى الاولى 1437 الموافق ل7مارس2016).

4-الرسائل الجامعية:

- 1- العلاوي خالد ، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري . دراسة وضعية النجاح من المقالات و الرسوم المحرمة. (رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والإتصال كلية العلوم السياسة والإعلام،الجزائر،2007).
- 2-المرزوقي عمر، حرية الرأي والتعبير في الجزائر في ظل التحول الديمقراطي1989-2004.(رسالة ماجستير،قسم العلوم السياسية ،كلية العلوم السياسة والإعلام ،جامعة الجزائر،أكتوبر2005).
- 3- الموسوي فحلي ،نظريات الإتصال و الإعلام الجماهيري .(رسالة الماجستير ،قسم الإعلام و الإتصال ، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك) .
- 4- باي أحلام، معوقات حرية الصحافة في الجزائر.(رسالة ماجستير، قسم الإعلام والإتصال،كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة المنتوري قسنطينة،2006-2007).
- 5- بوزانة رفيق، حرية الإعلام في الوطن العربي دراسة في النصوص و التشريعات.(رسالة ماجستير، قسم الإعلام والإتصال ، كلية الآداب والعلوم الإجتماعية ،جامعة عنابة،2002).
- 6- بن بوزة صالح ، (وسائل الإعلام في الجزائر بعد الإستقلال دراسة تحليلية لبعض الجوانب السياسية الإعلامية 1962-1988. (رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام و الإتصال ،كلية العلوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر، 1993) .

- 7- دخان نور الدين ، تحليل السياسات العامة ، نموذج الجزائر في التنظيم الإداري. (أطروحة دكتوراه ، قسم العلوم السياسية ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2000).
- 8- قادم جميلة، الصحافة المستقلة بين السلطة و الإرهاب 1990-2001. (رسالة ماجستير، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003) .
- 9- قاسم نسرين، دور وسائل الإعلام و الإتصال في تفعيل الساسة العامة نموذج قطر. (مذكرة ماستر، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة بسكرة ، 2012-2013).
- 10- زغرات مهدي ، دور وسائل الإعلام و الإتصال في تفعيل السياسة العامة. (مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة بسكرة 2014).
- 11- سعيود عبد الغني، تأثير الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية. (قسم علوم الإعلام والاتصال كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة باجي مختار غنابة، 2001-2012).
- 12- سعيدات الحاج عيسى ، العلاقة بين السلطة والإعلاميين في الجزائر. (رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال كلية الآداب واللغات، 2000).
- 13- شحات محمد ، العلاقة بين التمويل الإشهاري والإداء الصحفي. (رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2010-2011).
- 14- شعباني مالك ، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية لجامعتي قسنطينة و بسكرة. (أطروحة دكتوراه ، قسم علوم الاجتماع و الديموغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة المنتوري قسنطينة، 2005-2006).
- 15- لمام فتيحة ، السياسة التلفزيونية الخارجية الجزائرية 1994 على 2010. (رسالة ماجستير ، قسم الإعلام و الإتصال ، كلية الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر، 2012) .
- 16- ليمين شعبان ، الإعلام و التوعية الأسرية في المجتمع الجزائري (. رسالة لنيل شهادة الماجستير منقوصة الكلية و الجامعة).
- 17- نحال عبد القادر ، أخلاقيات الصحافة المكتوبة من خلال تشريعات الجزائرية. (رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسم الإعلام و الإتصال ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة بلعباس 2014).
- 18- مرزوقي عمر، حرية الرأي والتعبير في الجزائر قي ظل التحول الديمقراطي 1989-2004. (رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، أكتوبر 2005).

19-مرازقة إسماعيل ، الإتصال الساسي في ظل التعددية السياسية و الإعلامية ، ترتيب العوامل المؤثرة في دور الجرائد اليومية المستقلة .(رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام والإتصال ، كلية العلوم السياسة والإعلام الجزائر، 1997).

20-منصور مختارية،الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة بين الهوية و الإحترافية.(مذكرة ماستر،قسم الإعلام والإتصال،كلية العلوم الإنسانية والإجتماعة،جامعة جيلالي اليابس بلعباس، 2009-2010).

21-مزاري نصر الدين ، التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في المغرب العربي .(رسالة ماجستير قسم علوم الإعلام و الإتصال ، كلية العلوم السياسية ،جامعة الجزائر،2011-2010 .)

22-يوسف تمار ،التكامل الاعلامي العربي بين الامكانيات والتصور 1986-1995.(رسالة ماجستير،قسم الإعلام والإتصال،كليةالإعلام و الإتصال،جامعة الجزائر،1996).

5-المواقع الإلكترونية:

1-أحمد نحاس،كيف تؤثر وسائل الإعلام 12مارس2016،www.medailiteracyarab.com.

2- جمال غطاس،الصحافة الإلكترونية. 04 جانفي2016 ، www.geocities.com.

3-سعاد الطنطاوي،الإلتزام بالحقائقوالإمتناع عن الإخبار المضللة ،18 أفريل2016، www.ahran.org ،

4--محي الدين التيتاوي،مدونة السلوك من اجل تغطية اخلاقية لاخبار،20أفريل2016، www.

. ethcaljournalisauntrative. Org

5- Ahmed Daraji , le droit de la presse et la liberté d'information et d'opignon dans les pays, 1995.

6-françois bernar ,qu'est-ce que l'information.p1.www.huyghe.fr2016/03/16

1- silverstone rouge, Compte rendu de l'ouvrage letters of marshall in medias .cululture et société 10 mars 1988.

7-K.M , Quand la presse devient commerce ,révolution africain , 1765 , du 24 au 30 , 1997.

الفهرس

المحتوى:.....	الصفحة
- المقدمة:.....	أ- د
- الفصل الأول: التأطير النظري والمفاهيمي لسياسة الإعلامية.....	5
- المبحث الأول: ماهية الإعلام.....	7
- المطلب الأول: مفهوم الاعلام،تطوره التاريخي وخصائصه.....	7
- المطلب الثاني: اهمية الاعلام،اهدافه ووظائفه.....	14
- المطلب الثالث: نظريات الاعلام.....	18
- المطلب الرابع: وسائل الاعلام.....	22
- المبحث الثاني: ماهية السياسة الإعلامية.....	26
- المطلب الأول: مفهوم ومكونات السياسة الاعلامية.....	26
- المطلب الثاني: خصائص وخطوات السياسة الاعلامية.....	32
- المطلب الثالث: أسس وشروط السياسة الاعلامية.....	37
- الفصل الثاني: السياسة الإعلامية في الجزائر.....	43
- المبحث الأول:تقييم السياسة الإعلامية في الجزائر.....	45
- المطلب الأول: العوامل المؤثرة في السياسة الإعلامية.....	45
-المطلب الثاني:الأطراف المشاركة في صنع السياسة الإعلامية في الجزائر.....	48
- المطلب الثالث: أثار السياسة الإعلامية في الجزائر.....	53
- المبحث الثاني:نشأة وتطور السياسة الإعلامية بالجزائر.....	59
-المطلب الأول: مرحلة الممارسة الإعلامية المقيدة 1962-1988.....	59
-المطلب الثاني: مرحلة الممارسة الإعلامية المتعددة 1989-2011.....	65
-المطلب الثالث:الممارسة الإعلامية في ظل قانون الإعلام جديد 12/05.....	73

- 77..... الفصل الثالث:تحديات ومتطلبات السياسة الإعلامية بالجزائر.....
- 79 - المبحث الأول:تحديات السياسة الإعلامية
- 79..... - **المطلب الأول:** القيود القانونية (اخلاقيات المهنة).....
- 83..... - **المطلب الثاني:** القيود السياسية (هيمنة السلطة).....
- 87..... - **المطلب الثالث:** القيود المالية والفكرية.....
- 89..... - **المبحث الثاني:**سبل تفعيل السياسة الإعلامية
- 89..... - **المطلب الأول:** تعزيز الضمانات القانونية للاعلام المستقل.....
- 93..... - **المطلب الثاني:**تحسين وترقية اداء الصحفي (صحفي المحترف).....
- 96..... - **المطلب الثالث:** دعم وسائل الاعلام الخاصة.....
- 99..... - **الخاتمة:**.....
- 102..... - **قائمة الملاحق:**.....
- 105..... - **قائمة المراجع والمصادر:**.....
- 115..... - **الفهرس:**.....

ملخص المذكرة بالعربية:

إن السياسة الإعلامية في الجزائر مرت بمرحلتين, الأولى كان الإعلام فيها مقيد و ذلك من 1962 الى 1988 حيث تميزت بفرض الهيمنة عليه وتوجيهه و الرقابته من طرف السلطة, أما المرحلة الثانية فهي من 1989 إلى 2011 تميزت بنوع من المرونة في الممارسة الإعلامية لكن بقية الصحافة و الإعلام تخضع لحصار السلطة إلى غاية ظهور قانون الإعلام الجديد 12.05 الذي أعطى نوعا من الحرية الإعلامية ذلك في ظل التحديات التي تواجه السياسة الإعلامية الجزائرية بمختلف قيودها القانونية و السياسية و المهنية و المادية, و لكن لتفعيل سياسة إعلامية في الجزائر يجب أن تعزز الضمانات القانونية للإعلام المستقل و دعم و سائل الإعلام الخاصة إلى جانب ترقية أداء الصحفي و ذلك بفرض مبادئ الصحفي المحترف.

ملخص المذكرة بالفرنسية:

La politique des l'information en Algérie a traversé deux périodes , la première a été caractérisée par une limitation 1962-1988, qui a été marquée en imposant l'hégémonie sur de l'information et la direction et la supervision du parti du pouvoir, alors que la deuxième période 1989-2011 Cette période est caractérisée par le type de flexibilité dans la pratique des l'information

Mais la presse et les médias sont soumis au siège du pouvoir est resté, jusqu'à l'avènement de la nouvelle loi d'information 12,5, ce qui a donné une sorte de liberté de la presse Dans le centre des défis auxquels est confrontée la politique médiatique de l'Algérie,. Diverses restrictions juridiques et politiques, professionnelles et physiques.

Pour activer la politique des l'information en Algérie doivent garantir des garanties juridiques pour les médias indépendants et soutenir les médias privés ainsi que la presse mise à niveau inculquer les principes du journaliste professionnel.