

رهانات الإعلام السياسي في الجزائر في ظل الانفتاح الإعلامي.

المحور الاول :الجوانب المهنية في الاعلام الجزائري .

د /زياد اسماعيل

د /بومشعل يوسف

مقدمة:

يعد الإعلام السياسي أحد أهم الميكانيزمات الحديثة التي تعتمد عليها مختلف المجتمعات والأنظمة السياسية لبناء الثقة السياسية وتعزيزها بين الحاكم والمحكوم (أي بين السلطة السياسية وعامة الشعب)ولخلق الوئام والتفاهم وتحقيق الاستقرار الاجتماعي والسياسي داخل المجتمع، والجزائر كغيرها من دول العالم عرفت نمط الإعلام السياسي منذ بزوغ فجر الاستقلال وبداية إرساء دعائم الجمهورية الجزائرية، فقد حاولت السلطة السياسية آنذاك الاعتماد عليه للتأكيد على مبدأ الشرعية الثورية ودعوة المواطنين للالتفاف حول السلطة السياسية ودعمها وتأييدها لبناء دولة قوية وفاعلة سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، وبالنظر إلى المسار السياسي الذي شهدته الدولة الجزائرية منذ الاستقلال، والذي شهد مرحلتين هامتين، فالمرحلة الأولى عرفت بمرحلة الأحادية السياسية ذات التوجه الاشتراكي، والتي شهدت سيطرة واستحواذ السلطة السياسية على وسائل الإعلام المتوفرة آنذاك (وسائل إعلام عمومية)، واستخدامها لخدمة أجندة سياسية تركز على الدعاية للنظام السياسي والتلهيل لانجازاته والتحكم في الرأي العام الوطني وتوجيهه وفق متطلبات تلك الأجندة.

أما المرحلة الثانية فقد شهدت بوادر التعددية السياسية والحزبية ذات التوجه الديمقراطي، التي انبثقت ملامحها بعد صدور دستور 1989 ، الذي مهّد لظهور العديد من التيارات والأحزاب السياسية سواء المعارضة للسلطة السياسية أو المساندة لها، وعليه فإن هذا المكسب السياسي انعكس بالإيجاب على مجالات أخرى لعل أهمها القطاع الإعلامي، الذي شهد هو الآخر انفتاحا وتحررا نسبيا من قبضة السلطة السياسية، وذلك على إثر صدور قانون الإعلام لسنة 1990 ، الذي أقر التعددية الإعلامية خاصة على مستوى قطاع الصحافة المكتوبة حيث عرف هذا القطاع ميلاد العديد من العناوين الصحفية ذات التوجهات والأجندات الإعلامية المختلفة، في حين بقي قطاع السمع البصري رهين لدى السلطة السياسية، وعلى إثر ذلك فإن عملية الإعلام

السياسي لم ترق إلى مستوى تطلعات وآمال الجماهير، حيث اقتصرت مهامها على نقل الأخبار الوطنية والدولية، والدعاية السياسية، علاوة على شرح وتفسير القضايا والأحداث السياسية وتحليلها وفق إطار إعلامي وسياسي محدد من قبل السلطة السياسية أو الخط السياسي للمؤسسة الإعلامية، مع إهمال واجتئاب عملية النقد السياسي لممارسات وقرارات وسياسات السلطة السياسية، ويمكن تبرير ذلك بالضغوطات والمضايقات والابتزازات التي كانت تتعرض لها وسائل الإعلام المستقلة آنذاك.

وعلى العموم يمكن القول أن قطاع السمعي البصري في الجزائر لم يعرف التحرر إلا سنة 2012 بإقرار قانون جديد للإعلام عموماً، وصدر قانون السمعي البصري سنة 2014 خصوصاً، وعلى إثر ذلك فقد عرفت الساحة الإعلامية الوطنية بروز العديد من القنوات التلفزيونية ذات التوجهات المختلفة منها العامة ومنها المتخصصة، والتي حملت معها تطلعات الجماهير في رؤية معالجة إعلامية مختلفة، وممارسة إعلامية تستند على الموضوعية والمصداقية والشفافية، وبعيدا عن أي ديمagogية.

وعلى هذه الأساس سنحاول في هذه الورقة البحثية التطرق إلى رهانات عملية الإعلام السياسي في الجزائر في ظل الانفتاح الإعلامي، بالإضافة إلى محاولة إبراز أهداف الإعلام السياسي في الجزائر، علاوة على اقتراح خطة وإستراتيجية لتطوير الإعلام السياسي في الجزائر.

أولاً: ماهية الإعلام السياسي:

يشير الإعلام السياسي إلى تلك الجهود الواعية لنشر أفكار ومعتقدات من أجل ترسيخ وجهة نظر الدولة في نفوس الشعب، ويعد ذلك إحدى الوسائل لتوطيد الحكم في حالة توجيه هذه الجهود الإعلامية إلى الخارج فتصبح دعاية سياسية من الدولة لخلق الصورة الذهنية الايجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم وانجازات هذه الدولة⁽¹⁾، كما يعرف الإعلام السياسي على أنه " : مجموع التقنيات والمسالك التي يعتمد عليها الفاعلين السياسيين من اجل إغراء وإدارة ومراوغة الرأي العام، ويمارس الإعلام السياسي من قبل الشخصيات والأحزاب السياسية من أجل ضم المواطنين ودفعهم لتقبل البرامج والأفكار السياسية، ويعتمد الإعلام السياسي خصوصا على المزاجية ما بين تقنيات الملاحظة الاجتماعية الخاصة بعلم الاجتماع وتقنيات ترويج المنتجات

الخاصة بالإشهار^(١)، " يتضح من خلال هذا التعريف أن عملية الإعلام السياسي تعتمد على عدة أساليب وتقنيات لإقناع الرأي العام والسيطرة عليه والتحكم فيه وفق الوجهة التي تخدم مصالح القائمين على تسيير الشؤون السياسية على غرار الأحزاب السياسية وقادة الرأي، فمن خلال عملية الإعلام السياسي يتمكن كل هؤلاء من التعريف بسياساتهم وأفكارهم وشرحها ومن ثم دفع المواطنين إلى تقبلها واعتناق مختلف أفكارهم وبرامجهم السياسية .

وهناك من يرى بأن الإعلام السياسي هو " :مجموع العمليات الصادرة عن السلطات العمومية وإداراتها والموجهة للتأثير على الرأي العام ومختلف القطاعات وذلك من أجل التعريف بسياساتها ومواقفها واختياراتها والعمل على تفسيرها ومن ثم دفع الرأي العام إلى تقييمها وتقبلها " ^(٢)، ما يتبين من خلال هذا التعريف هو أن الإعلام السياسي يتمثل في مختلف التصرفات أو العمليات التي تقوم بها السلطة السياسية بمختلف أقسامها وإداراتها السياسية وذلك بغرض التأثير والسيطرة على الرأي العام وذلك من خلال التعريف بمختلف السياسات والمواقف والخيارات التي تنتهجها السلطات السياسية في مجال معاملاتها وعلاقاتها، بالإضافة إلى دفع المواطنين والرأي العام إلى تقبل وتبني تلك المواقف والتوجهات السياسية المتبناة من قبل السلطات السياسية.

وهناك من اعتبر أن الإعلام السياسي " :هو المحرك الرئيسي لعملية الانخراط والمشاركة ويفترض الإعلام السياسي صياغة الأهداف الخاصة بالقوى السياسية وفق ما يتمشى وتوقعات الناخبين ^(٣) يؤكد هذا التعريف على أن عملية الإعلام السياسي جد هامة في مجال الانخراط والمشاركة في الحياة السياسية والانتخابية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الإعلام السياسي يستلزم تماشي الأهداف المسطرة من قبل القوى السياسية بما يتناسب ومختلف تطلعات وتوقعات الناخبين، لكن ما يؤخذ على هذا التعريف هو أنه ربط عملية الإعلام السياسي بالمسار الانتخابي فقط، دونما أن يتوسع في ذكر مختلف النشاطات والعمليات السياسية التي تعتمد على الإعلام السياسي كوسيلة للتفاعل مع مختلف الأطراف كالأحزاب السياسية، الرأي العام، النقابات العمالية... الخ .

أما " بروك فريدمان " فيعرف الإعلام السياسي " :بأنه مجموع التقنيات والأساليب المتاحة للفاعل السياسي والموجهة للرأي العام قصد إغرائه والتحكم فيه ^(٤) " من خلال التعريف الذي قدمه "فريدمان " للإعلام السياسي نجد أنه أشار إلى الدور الهام الذي يلعبه الإعلام السياسي في توجيه

الرأي العام والتحكم فيه، فمن خلال عملية الإعلام تستطيع مختلف الأنظمة السياسية مراقبة الرأي العام ومعرفة اتجاهاته نحوها، كما يمكن للأنظمة السياسية التحكم في طبيعة وحجم المعلومات الموجهة للرأي العام وهذا ما من شأنه خلق نوع من التفاهم والانسجام ما بين النظم السياسية وجماهيرها، وذلك من خلال ما يتيح الإعلام السياسي من تقنيات وأساليب فعالة تكون بحوزة الحكام والفاعلين السياسيين.

ثانيا :الممارسة الإعلامية وعملية الإعلام السياسي في الجزائر قبل التعددية السياسية:

عرف المشهد السياسي الجزائري خلال الفترة الممتدة من 1962-1989 ، سيطرة حزب جبهة التحرير الوطني على مقاليد ذلك في ظل ظروف اجتماعية واقتصادية صعبة بالنظر للفترة الانتقالية التي عرفت الجزائر بعد الاستقلال، ولما خلفه المستعمر الفرنسي، فهذه الظروف فرضت على السلطة السياسية ضرورة التواصل مع عامة أفراد الشعب بصفة دائمة ومستمرة من أجل دفعه للالتفاف حولها للخروج من هذه الوضعية الصعبة، وأملا في تحقيق أهدافه وتحسين ظروف معيشته هذا من جهة، ومساندة ودعم الحزب الحاكم في قراراته ومشاريعه من جهة أخرى، وهذا الأمر لا يتحقق إلا من خلال عملية الإعلام السياسي بين السلطة السياسية والشعب.

إنّ المتأمل لهذه المرحلة 1962- 1989 يلحظ أن عملية الإعلام السياسي ارتكزت على جانبين مهمين :الأول :من خلال الخطاب السياسي للقادة والزعماء السياسيين من خلال اللقاءات والتجمعات السياسية والشعبية، والثاني :من خلال وسائل الإعلام المتوفرة آنذاك (التلفزة الوطنية والإذاعة الوطنية والصحف المكتوبة (وهو ما سنركز عليه فيما يلي:

عُرف المشهد الإعلامي في الجزائر في الفترة الممتدة من 1962-1989 بارتباطه الشديد بالمشهد السياسي، الذي تميز بانتهاج النظام السياسي الجزائري للنهج الاشتراكي، من خلال سيطرة الحزب الحاكم والمتمثل في حزب جبهة التحرير الوطني على مقاليد الحكم في الجزائر، ويتميز النظام الاشتراكي عموما بتحكم الدولة أو الحزب الحاكم في إدارة وتسيير شؤون البلاد على جميع الأصعدة والمستويات، بالإضافة إلى التخطيط المركزي الذي يتولى من خلاله الحزب

الحاكم تسطير الأهداف العامة التي تصبو الدولة إلى تحقيقها، كالرقي بالمجتمع وتطويره، توفير مناصب العمل للمواطنين والقضاء على الفقر والبطالة وتحقيق الاكتفاء الذاتي... الخ، وعليه فقد سيطر الحزب الحاكم في الجزائر - جبهة التحرير الوطني - على جميع الوسائل الإعلامية خلال ذات الفترة من خلال جملة اللوائح والنصوص القانونية المنظمة للعمل الإعلامي بصفة عامة.

وعلى هذا الأساس فقد اتسمت الممارسة الإعلامية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 1989 - 1962 بتبني النظرية الاشتراكية وترتكز هذه النظرية على أنّ وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الاشتراكي (الشيوعي - كما يقول كارل ماركس - هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم وهي بقاء وتوسيع النظام الاشتراكي، وأنّ هذه الوسائل يجب أن توجد لنشر السياسة الاشتراكية، وفي ظل هذه النظرية فإنّ وسائل الإعلام الجماهيرية تعتبر أدوات للحكومة وجزأ لا يتجزأ من الدولة، والدولة يجب أن تملك وتقوم بتشغيل هذه الوسائل، والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه، وتستند النظرية الشيوعية إلى فرضية أن وسائل الإعلام يجب أن تعمل دائما من أجل الأفضل، والأفضل عادة هو ما تقوله القيادة ويكون متماسكا بطبيعة الحال مع خط النظرية الماركسية، وعلى ذلك فإنّ كل ما تفعله وسائل الإعلام كي تدعم وتساهم في إنجاح الشيوعية يعتبر أخلاقيا، في حين أنّ كل ما تفعله لعرقلة الانجاز الشيوعي يعتبر غير أخلاقي⁽¹⁾، ويمكن تلخيص مبادئ هذه النظرية فيما يلي:⁽²⁾

- أن تكون وسائل الإعلام واقعية، بمعنى تصوير واقع الحياة الاجتماعية دونما تدخل لتسوية هذه الصورة بالتمويل والتهوين.

- أن تكون وسائل الإعلام ملتزمة، أي مرتبطة بقضايا ومشكلات المجتمع والنظام السياسي القائم وبالإيديولوجية السائدة فيه وأن تلعب دورا هاما في التوعية بهذا النظام الاجتماعي وتلك الإيديولوجية.

- أن تكون وسائل الإعلام جماعية، بمعنى أن لا تركز على النشاطات الخاصة، وأن تهتم بالعمل الجماعي.

- أن ترفض أي شكل من أشكال الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتضع بدلا منها الملكية الاجتماعية ممثلة في الأحزاب، الاتحادات والنقابات.

لم تشهد الساحة الإعلامية الجزائرية في ظل الأحادية السياسية وجود حجم أو عدد كبير من المؤسسات أو الوسائل الإعلامية سواء كانت سمعية بصرية أو مكتوبة، ويمكن إرجاع ذلك إلى ما يلي:

- الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية للجزائر غداة الاستقلال التي فرضت على السلطة الحاكمة إعطاء الأولوية لتوفير الأمن وضمان الاستقرار للبلاد، وإعداد خطة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على حساب أشياء أخرى.
- الإرادة السياسية لحزب جبهة التحرير الوطني في عدم السماح بالانفتاح الإعلامي - خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة - وذلك في ظل انتهاج النمط الاشتراكي، الذي يمنع الملكية الفردية والخاصة.
- نقص الإمكانيات المادية والمالية والإطارات البشرية المؤهلة للعمل الإعلامي، والتي بإمكانها تقديم خدمة إعلامية فعالة ومتميزة للمواطن الجزائري، خاصة في ظل المرحلة الانتقالية التي تشهدها البلاد.

وعلى العموم فإنّ التجربة الإعلامية الجزائرية في ظل الأحادية السياسية فقد تمثلت فيما يلي:

أولا :بالنسبة للقطاع السمعي البصري:

بتاريخ 28 أكتوبر 1962 ، استرجعت الجزائر سيادتها على الراديو والتلفزيون، حيث احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة والتلفزيون، وأمام هذا الإجراء قدّم العمال الفرنسيون استقالتهم وتوقفت البرامج التي كانت تنقل من فرنسا إلى الجزائر، لكن بعض الإطارات والعمال الجزائريين الذين كانوا يعملون هناك رفعوا التحدي، فباشروا هؤلاء بالقسط القليل من التجربة التي اكتسبوها من عملهم إلى جانب الفرنسيين من أداء مهمتهم وتواصل البث دون تسجيل أي انقطاع، فرغم الظروف الصعبة وقلة الكفاءات، وضعف القدرات المالية، فقد كان التحدي كبيرا أمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية، وإلى ضرورة تطويرها و تكيفها في الجزائر المستقلة⁽¹⁾ ، وللاشارة فإنّ ظرفين هامين كان لهما الأثر في توجيه السياسة الجزائرية في ميدان الإعلام السمعي البصري وهما:⁽²⁾

-صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم الغربي من جهة، فأصبح الاهتمام بهذه التقنيات من الضروريات الظرفية التي لا بد من الاعتناء بها، وكان ذلك ما فعلته السلطات الجزائرية من جهة أخرى.

-الواقع الجزائري الموروث والمتميز بوجود نسبة كبيرة من الأمية، تقارب 90% وهذا يعني أن هذه النسبة الكبيرة من السكان لا تحسن القراءة ولا تستطيع مطالعة الصحف ولا يمكن حينئذ للسلطات الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية.

لقد تمّ وضع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية تحت سلطة وزارة الإعلام، فأول مرسوم إعلامي إذاعي أصدر في أول أوت 1963 ، وابتداء من سنة 1966 بدأت السلطات الجزائرية تبدل جهودا كبيرة لتقوية الإذاعة والتلفزيون، وتمركزت هذه الجهود حول ثلاثة ميادين أساسية، الميدان الأول هو الزيادة الكبيرة في الميزانية التي تمنحها لها الدولة، ثم ركزت السلطات العمومية على توسيع شبكات الإرسال وتقويتها وذلك للسماح لكل المواطنين الجزائريين باستقبال البرامج الوطنية، وأخيرا سخرت الدولة مجهودات معتبرة لتوفير أجهزة استقبال لكل البيوت الجزائرية.⁽¹⁾

وفي إطار الصلاحيات الخاصة بتنظيم الإذاعة والتلفزيون الجزائري سنة 1967 ، تمّ الإعلان عن الأمر 234-67 والذي ينص في المادة 33 على ما يلي " :إنّ مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري ذات طابع صناعي وتجاري، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية وهي تابعة لوزارة الإعلام، وتوكل لها مهام احتكار البث وتسويق البرامج الإذاعية والتلفزية عبر كامل التراب الوطني و مقرها العاصمة." ⁽¹⁾

ثانيا :بالنسبة لقطاع الصحافة المكتوبة:

يشير العديد من الباحثين إلى أنّ مجال الصحافة المكتوبة في الجزائر، في الفترة الممتدة من 1962-1989 ، مرّ بثلاث مراحل هامة:

• المرحلة الأولى من: 1965-1962

تمتد هذه الفترة لأقل من ثلاث سنوات، وهي امتداد للفترة السابقة، باعتبار أن الوضع القانوني والإعلامي في الجزائر لم يتغير بعد الاستقلال، ويبقى العمل جاريا حسب التشريع الفرنسي في جميع الميادين التي ليس فيها تعارض مع السيادة الوطنية حسب قانون 31 ديسمبر 1961، ويبقى النشاط في ميدان الإعلام يسير وفق جميع التدابير التي اتخذت قبل 1962 لتطبيق قانون حرية الصحافة الصادر سنة 1881 والذي ينص على الملكية الخاصة للصحافة، وبالفعل قد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب، وبدأت تمارس نشاطها بكل حرية، بحيث أصبحت توجد ثلاثة أنواع من الصحف :⁽¹⁾ صحف تابعة للحكومة وصحف تابعة للحزب وصحف تابعة للملكية الخاصة، وتتميزت هذه المرحلة:⁽²⁾

-انتشار الأمية (حوالي 86% والفقر نتيجة مخلفات " الإستعمارين "الفرنسيين الثقافي والاقتصادي مما أثر سلبا على مقروئية الصحافة المكتوبة.

-غياب نصوص تشريعية جزائية تنظم هذا القطاع وتمديد العمل رسميا (قانون 31/12/1962)والسعي عمليا لاعتماد نظام اشتراكي للإعلام من خلال العمل تدريجيا على بسط نفوذ الحزب الواحد على النشاط الإعلامي :بمنع الصحافة الإصلاحية والعمل على احتواء الصحافة الشيوعية والخاصة وتأميم الصحافة الفرنسية الصادرة في الجزائر .

-الصراع الخفي (والمعلن أحيانا)بين الحزب و"الإدارة" "الحكومة - (مع تواجد مناضلي التيار الشيوعي كطرف معتبر في هذا الصراع - على معظم أجهزة وسائل الإعلام المكتوبة) الشعب والمجاهد، الثورة والعمل).

-هيمنة لغة المحتل في الوسائل الإعلامية في الجزائر .

• المرحلة الثانية:1965-1979 :

بدأت هذه المرحلة بتغيير كبير في الميدان السياسي والإعلامي ومما لا شك فيه أن الجهود الحكومية المبذولة في المرحلة الأولى كانت ترمي إلى القضاء على الملكية الخاصة في الميدان الإعلامي وقد تمّ ذلك مع بداية المرحلة الثانية، وتواصلت الجهود من طرف الحكومة الجديدة لتتمين الوضع الجديد وإقامة نظام اشتراكي للإعلام ويتمثل هذا النظام في إلغاء

الصحافة الخاصة، وكذلك توجيه الصحافة الحكومية والحزبية حتى تصبح أداة من الأدوات التي تستعملها الدولة لتعزيز سياستها، فهي تقف دائما بجانب الحكومة، تضخم أعمالها الإيجابية وتخفي أعمالها السلبية وتستترها، وهاتين النقطتين) إلغاء الملكية الخاصة وتوجيه الصحافة المكتوبة (تعتبران من القواعد الأساسية التي بني عليها النظام الاشتراكي للإعلام في الجزائر، أما فيما يخص التوجيه فإنه أصبح سهلا بعد أن أصبحت جميع الصحف اليومية تتبع الحكومة ، ففي 16 نوفمبر 1967 صدرت قوانين تجعل من اليوميات مؤسسات ذات طابع تجاري وصناعي، وتجعل من مدير هذه المؤسسات صاحب الحق المطلق في التسيير الإداري والمالي بعد أن جعلته تحت وصاية وزارة الإعلام في التوجيه الإعلامي والسياسي.⁽¹⁾

كما تميزت هذه المرحلة بإتمام سيطرة السلطة) حكومة وحزبا (بقيادة" مجلس الثورة "على مجالي الصحافة والنشر) ترهيبا وترغيبا، منعا، توقيفا وتأميما (وبتطور وتوسع، وبظهور أول لائحة خاصة بالإعلام أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية وقننت بتعيينها للحكومة.⁽²⁾

إن إقامة نظام اشتراكي للصحافة في الجزائر لم يتم دون الاصطدام ببعض المشاكل الموضوعية منها مشكلة التوزيع ومشكلة الأمية والتغريب، فقد قامت الحكومة باتخاذ قرار بتاريخ 19أوت 1966 بإنشاء الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، وإعطائها صلاحية الاحتكار في ميدان توزيع الصحف، فبهذا الاحتكار استطاعت السلطات أن تفرض هيمنتها على توزيع الصحف دون طبعها، بمعنى توزيع الصحف عن طريق هذه الشركة ممنوع، وأن هذه الشركة لا توزع إلا الصحف التي حصلت على تأشيرة أو إجازة من طرف الحكومة، مما أثر على وضعية الصحافة المكتوبة فلم تعرف ازدهارا يذكر، وإن كان السحب في ازدياد، إلا أنها قد جمدت وأصبحت رسالتها الإعلامية ضعيفة وقليلة المصادقية رغم التطورات الكبيرة التي حدثت في المجتمع من الناحية الاقتصادية والثقافية.⁽³⁾

• المرحلة الثالثة 1979-1989 :

تبتدئ هذه المرحلة بحدث سياسي هام وهو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني في أواخر جانفي 1979 ، بعد 15 سنة من انعقاد المؤتمر الثالث، وأهميته تكمن في كونه يوافق لأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام، مما يؤكد على أن المشكل الإعلامي أصبح من اهتمامات

ومن اختصاصات السلطة السياسية، بعد أن أصبحت الحكومة والحزب يهيمنان بصفة كلية على الميدان الإعلامي أصدرت السلطة السياسية في هذه المرحلة ثلاثة نصوص يمكن اعتبارها كقاعدة أساسية للنشاط الإعلامي في الجزائر ففي جانفي 1979 وافق المؤتمر الرابع على لائحة خاصة بالإعلام، وفي سنة 1982 ظهر قانون الإعلام ثم في جوان من نفس السنة وافقت اللجنة المركزية لجبهة التحرير الوطني في دورة خاصة على تقرير شامل يحدد السياسة الإعلامية، ويمكن تلخيص هذا الوضع الجديد في التوجهات الكبرى التالية:⁽¹⁾

-يعتبر الإعلام قطاعا استراتيجيا له مساس بالسيادة الوطنية.

-إلغاء الملكية الخاصة للوسائل الإعلامية.

-توحيد التوجيه السياسي في الميدان الإعلامي موكل لحزب التحرير.

-إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية عوضا عن الطابع الصناعي والتجاري.

-تحديد حقوق وواجبات الصحفيين بصفة أدق من ذي قبل، مع التأكيد على أنّ للصحافي الحق في الاتصال بمصادر المعلومات والاطلاع عليها تحت رعاية السلطات وحمايتهم أثناء القيام بمهامهم الصحافية.

-للمواطن الحق في الإعلام، فوسائل الإعلام تقوم بإشعاره بكل ما يجري في البلاد سواء كان سلبيا أو إيجابيا.

لقد مثّلت هذه المرحلة بعض الانفتاح الإعلامي والتحول المحتشم في المسار السياسي للبلاد، الذي أراد إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية بالإضافة إلى الطابع السياسي والسماح المحدود بعرض بعض المشاكل الاجتماعية للمواطنين ...كما تمّ حينها تدعيم هذا القطاع بتجهيزات عصرية وإمكانيات مادية، مما ساعد على تنشيطه ونشوء نوع من التنافس بين اليوميات الصباحية والأسبوعيات واليوميات المسائية التي بدأت تفرض نفسها إلى حين بداية المرحلة الموالية.⁽¹⁾

وعموما يمكن القول أنّ الإعلام السياسي في الجزائر خلال مرحلة الأحادية السياسية قد اتخذ المنحى الإخباري والتوجيهي، ذلك أنّ السلطة السياسية قد اتخذت من وسائل الإعلام

المتاحة آنذاك -التي كانت تحت سيطرتها وتحكمها -ومن اللقاءات والتجمعات السياسية المباشرة مع الجماهير (الخطابات السياسية (أدوات وأساليب لتوصيل أخبارها والإشادة بإنجازاتها أمام الرأي العام الوطني خاصة، وبالإضافة إلى التحكم فيه والسيطرة عليه، وبالتالي أمكن القول أنّ السلطة السياسية في الجزائر ومن خلال الحزب الحاكم (جبهة التحرير الوطني (خلال هذه المرحلة (1962-1989) اعتمدت على عملية الإعلام السياسي بغرض تحقيق مجموعة من الأهداف هي:

*دعوة أفراد الشعب إلى الالتفاف حول الحزب الحاكم -حزب جبهة التحرير الوطني -باعتباره الممثل الوحيد للشعب الجزائري وللشرعية الثورية، وذلك من خلال كسب المساندة الشعبية له، لتحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع الجزائري .

*التأكيد على أهمية النهج الاشتراكي الذي انتهجته السلطة السياسية الجزائرية كسبيل فعال لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ودعوة جميع الأطراف الفاعلة إلى تبنيه والالتزام بمبادئه.

*الإشادة بالسلطة السياسية والتهليل لما تحقّقه من إنجازات سواء على الصعيد المحلي، الإقليمي أو الدولي.

*الدفاع عن المصالح الوطنية والأفكار والقرارات والمشاريع التي تقوم بها الدولة (السلطة السياسية (خدمة لمصالح العام.

ثالثا :الممارسة الإعلامية وعملية الإعلام السياسي في الجزائر في ظل الانفتاح الإعلامي:

إنّ الممارسة الإعلامية في الجزائر بعد إقرار التعددية السياسية، لم تختلف كثيرا عن المشهد الإعلامي السائد قبل التعددية السياسية، ذلك أنّ الممارسة الإعلامية عموما ارتبطت

بالسياق العام للدولة من حيث الظروف الأمنية السياسية، الاقتصادية والقانونية، حيث أنّ التعددية السياسية التي أقرها النظام السياسي الجزائري، أفرزت مجموعة من الأحزاب والكتل السياسية الشعبية وغير المهيكلة ، والتي تقتدر إلى برامج وخطط وأهداف واضحة، الأمر الذي أدى فيما بعد إلى زوال واختفاء بعضها عن المشهد السياسي.

وبمقابل ذلك نفس الأمر حصل تقريبا مع تجربة التعددية الإعلامية التي أقرتها السلطة السياسية على مستوى قطاع الصحافة المكتوبة، حيث شهد ظهور العديد من الصحف اليومية والأسبوعية المتنوعة التي راحت تتسابق من أجل كسب واستقطاب شرائح واسعة من القراء، لكن سرعان ما تلاشت واختفت العديد من العناوين الصحفية (أي الجرائد (نتيجة مشاكل قانونية ومالية خاصة) مشكل الإشهار والتمويل)، في حين ظل قطاع السمعى البصري يعيش في كنف السلطة السياسية. التي لم تضع قوانين تسمح بتحريره وعموما يمكن تحديد ملامح الممارسة الإعلامية في الجزائر بعد إقرار التعددية السياسية وفق ما يلي :

• المرحلة الأولى :من:1992 - 1990

بدأت هذه المرحلة منذ 1990 بصدر الدستور الجديد، الذي نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، وتميزت المرحلة بصدر العشرات من الصحف خاصة بعد صدور قانون الإعلام لعام 1990 الذي أكد على حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة إلا أنّ القطاع السمعى البصري ومنه التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة⁽¹⁾، وبعد مصادقة المجلس الشعبي الوطني في الرابع (04) أفريل 1990 على قانون الإعلام، أصبح الفضاء الإعلامى الجزائري يحتوي على ما يلي :⁽¹⁾

-**صحافة القطاع العام** :وهي المؤسسات الإعلامية التي كانت تعرفها الجزائر، وبقيت تابعة لوزارة الإعلام والثقافة والجهات الحكومية الرسمية الأخرى.

-**الصحافة الخاصة** :عرفت الصحافة المستقلة في هذه الفترة رواجاً لا مثيل له، إذ سمي البعض هذه المرحلة بالفترة الذهبية للصحافة الجزائرية، حيث وصل عدد اليوميات المستقلة إلى 30 جريدة ، بالإضافة إلى عناوين أخرى باللغة الفرنسية ويتراوح عدد نسخها المسحوبة بين 10 آلاف و 40 ألف نسخة، لكن ما يلاحظ على الصحافة الجزائرية المستقلة أنّها جاءت في ظروف

خاصة، مثلها في ذلك مثل الأحزاب السياسية، حيث أنّها لم ترق إلى المسؤولية المنتظرة منها في مجتمع يمر بأصعب مراحل تاريخه السياسي، حيث أنّ معظم الجرائد الخاصة تتشابه في الشكل والمحتوى عناوين عديدة وخطاب إعلامي واحد.

-**الصحافة الحزبية**: تعد الصحافة الحزبية الحلقة الأضعف في الفضاء الإعلامي الجزائري الجديد فضاء ما بعد الحزب الواحد، فالعناوين القليلة التي ظهرت جاءت على شاكلة الأحزاب التي تعتبر ضعيفة وما فتئت تنهار وتندثر تدريجيا مع مرور الزمن، وهذا يعكس ضعف العمل السياسي الفعال، فمعظم الأحزاب تقتصر إلى الثقافة الحزبية وإلى قاعدة جماهيرية معتبرة.

كما أشار قانون 1990 إلى إنشاء هيئة إعلامية جديدة هي "المجلس الأعلى للإعلام" أوكلت له مهام تختلف عن المهام الموكلة للمجلس 1994 ، ومن مهام المجلس في قطاع السمعي البصري خاصة (1):

-ضمان استقلالية أجهزة القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزي وحياده واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.

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

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

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

• المرحلة الثانية: من: 1992-1999

بالنظر للاضطرابات السياسية والأمنية التي عرفت الجزائر بحلول سنة 1992 ، فقد تم إلغاء المجلس الأعلى للإعلام بمقتضى المرسوم رقم 13-93 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993 ليزيد من تعقد الوضع والإلغاء الذي اعتبره البعض بمثابة إلغاء لقانون الإعلام في حد ذاته، وذلك بالنظر على المهام والمسؤوليات الموكلة له، وهكذا يكون قد أرّخ لفترة التراجع والتقهقر خاصة مع صدور القرار الوزاري المشترك بين وزارة الداخلية والاتصال المؤرخ في 07 جوان 1994 والمتعلق بالإعلام الأمني والرقابة المسبقة في المطابع الأربع التي تمتلكها الدولة، والذي

رسم الخطوط الحمراء للممارسة الإعلامية، ومن جملة ما نص عليه القرار التزام الصحف ووسائل الإعلام بعدم نشر أي أنباء ومعلومات عن العنف السياسي وعن النشاط الأمني والعمليات العسكرية وإذاعتها، إلا من خلال البيانات الرسمية التي تديعها وزارة الداخلية باعتبارها المصدر الوحيد المأذون له، إضافة إلى ضرورة التزام الصحفي والناشرين والصحف بالتوصيات التالية ⁽¹⁾: خدمة لمصالح البلاد العليا التقليل من حجم التأثير النفسي للعمليات الإرهابية المسلحة حفاظا على الروح المعنوية للشعب الجزائري، ووضع مثل هذه الأنباء في الصفحات الداخلية وعدم إظهارها في الصفحات الأولى ووصف الجماعات الإسلامية المسلحة بأنها جماعات بربرية خائنة للوطن ومعادية للمجتمع، تمارس جرائم ضد الدين الإسلامي تستحق عليها أقصى العقوبات.»

هكذا إذا تقلص ازدهار الصحافة المستقلة وانكمش دورها في المجتمع، إذ نلاحظ اهتمامها القليل بالاقتصاد والثقافة والمشكلات الاجتماعية التي أصبحت تتخطى فيها فئات عريضة من المجتمع الجزائري، بسبب تفاقم ظاهرة الإرهاب وانعدام الأمن في المجتمع، وكذا بسبب الظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها الجزائر ⁽²⁾.

وعملا بالقرار السابق للإعلام الأمني، فقد أصبحت عملية رقابة ومصادرة الصحف شبه تلقائية، وهذا بمجرد التعرض بالنقد لسياسة الدولة أو مناقشة مواضيع لا تتماشى وما أصبح يطلق عليه بالإعلام الأمني، وتعززت عملية الرقابة هذه بدءا من 11 فيفري 1996 بوضع لجان قراءة على مستوى المطابع تتولى مراقبة مضمون الصحف قبل نشرها، يضاف إلى ذلك احتكار الدولة لوسائل الطباعة والإشهار وهو الاحتكار الذي يسمح لها بممارسة الرقابة على مضمون الصحف وتوقيف إصدارها لأسباب اقتصادية كل هذه الإجراءات إضافة إلى حالة الطوارئ أدت إلى اختفاء وتعليق الكثير من الصحف ⁽³⁾.

• المرحلة الثالثة :منذ:1999

على الرغم من الانفراج الأمني النسبي الذي عرفته البلاد بفعل قانون الرحمة، إلا أن ذلك لم ينعكس بالإيجاب على المشهد الإعلامي، إذ تميزت هذه الفترة بتجميد مشروع قانون الإعلام

الجديد 1998 وتأكيد مواصلة العمل بقانون 1990 ، واتضح موقف السلطة الجديدة في الإبقاء على احتكار الدولة لقطاع السمعي البصري ^(١).

وبعد ذلك طرح مشروع قانون إعلام جديد سنة 2002 ، وقد برر المشرع ذلك بتطور الوضع الدولي الذي يفرض تعديلات تتماشى والسياسة التي تتبعها البلاد من أجل الانضمام إلى مسار العولمة، لاسيما المجتمع الدولي، وإلى الخلل الذي أصاب نص القانون 90-07 بسبب التعديلات التي أدخلت عليه بواسطة المرسوم التشريعي 93-13 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993 والمتمثل في إلغاء المجلس الأعلى للإعلام، تركز فلسفة المشروع الجديد للإعلام على مبدأ حرية الإعلام في إطار احترام الأسس الدستورية وقوانين الجمهورية، واحترام كرامة وشرف وكذا تقدير الأشخاص، وعلى ضرورة فتح قطاع السمعي البصري، غير أنّ هذا القانون عرف هو الآخر نفس مصير مشروع 1998 ، جمد بسبب الأولويات الاجتماعية والاقتصادية حسب تصريح لأحد أعضاء الحكومة ^(٢).

• قانون الإعلام: 2012

جاء هذا القانون بعد مخاض طويل وعسير حيث تطلب إعداد وثيقة المشروع عقد وزارة الاتصال لأكثر من 70 اجتماعا وجلسة عمل وإجراء مشاورات مع المعنيين من القطاع من صحفيين وناشرين وقضاة ومحامين وجامعيين وناشطين حقوقيين وهو المشروع الذي تحفظ عليه مجلس الحكومة في اجتماعه ليوم 20 أوت 2011 لما تضمنه من أحكام لا تتماشى وتعهدات رئيس الجمهورية، خاصة ما تعلق برفع التجريم عن الصحافة، وطلب من وزير الاتصال تقديم قراءة ثانية للمشروع تتماشى وتوجيهات الحكومة، وهو ما تتم بالفعل إذ أعيد النظر في بعض البنود وعرض على البرلمان خلال الدورة الخريفية 2011 وبعد المناقشة تمّ التصويت عليه بالأغلبية، ومن خلال مجمل مواد القانون يمكن حصر الجديد في النقاط التالية: ^(٣)

-ضبط قواعد ممارسة المهنة.

-تأسيس سلطة ضبط الصحافة المكتوبة.

-إدراج مصطلح السمعي البصري.

-تحرير قطاع السمعى البصرى ويستشف ذلك من خلال مضمون المادة 61التي حددت الهيئات المخول لها ممارسة نشاط السمعى البصرى والمتمثلة في :هيئات عمومية، ومؤسسات أو أجهزة القطاع العمومى المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائرى.

-تأسيس سلطة ضبط السمعى البصرى، من خلال المادتين 64 ، 65حيث اكتفى القانون بالتأكيد على تأسيس هذه السلطة دون أى تفاصيل حول مهامها أو تشكيلتها وأحال ذلك على القانون المتعلق بالسمعى البصرى.

-إدراج الإعلام الإلكترونى.

-إقرار حقوق الصحفى مثل الحق فى التأمين، حق الملكية الأدبية وحق الصحفى فى عقد عمل مكتوب يحدد حقوقه وواجباته.

-التأكيد على أخلاقيات المهنة، وإلغاء عقوبة السجن والاكنتفاء بالغرامة المالية.

***قانون السمعى البصرى :2014**ويمكن إبراز الملامح الكبرى لهذا القانون من خلال مضمون مواده113، فيما يلى:⁽¹⁾

-تحرير القطاع :بحيث لأول مرة يفتح قطاع السمعى البصرى أمام الخواص

-تقييد القطاع الخاص :ففى الوقت الذى نصت فيه المادة الرابعة على أنّ خدمات الاتصال السمعى البصرى التابعة للقطاع العمومى تنظم فى شكل قنوات عامة وقنوات موضوعاتية، إشارة المادة الخامسة إلى أنّ خدمات الاتصال السمعى البصرى المرخص لها تتشكل من القنوات الموضوعاتية فقط، وحسب المادة السابعة من القانون والمتعلقة بتحديد المفاهيم، فإنّ قناة موضوعاتية يقصد بها برامج تلفزيونية أو سمعية تتمحور حول موضوع أو عدة مواضيع ولا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم ساعى يحدد فى رخصة الاستغلال، وترك النصوص التنظيمية تحدد كىفيات تطبيق ذلك.

-تأسيس سلطة ضبط السمعى البصرى :وحسب المادة 54 فإنّ مهام هذه السلطة تتمثل فى السهر على حرية ممارسة النشاط السمعى البصرى ضمن الشروط المحددة فى هذا القانون، والسهر على عدم تحيز الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السمعى البصرى

التابعة للقطاع العام، وكذا السهر على احترام التعبير التعددي لتيارات الرأي والفكر بكل الوسائل الملائمة في برامج خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني لاسيما خلال حصص الإعلام السياسي العام... الخ.

- هيمنة السلطة على القطاع: يتجلى ذلك بوضوح أولا من خلال تشكيلة سلطة ضبط السمعي البصري والتي أبعد عنها المهنيون تماما، عكس سلطة ضبط الصحافة المكتوبة التي يشكل فيها الصحفيون نصف عدد الأعضاء، وثانيا من خلال احتكارها لمؤسسة البث الإذاعي والتلفزي، إضافة إلى الاحتفاظ بصلاحيات منح الرخص للقنوات أو رفضها.

رابعا :تأثير النظام السياسي على الممارسة الإعلامية:

يشير النظام السياسي إلى نشاطات وعمل المؤسسات التي تمثل مكوناته، وتمثل نشاطات تلك المؤسسات آليات عمل النظام السياسي ومن خلالها تتحدد أسس صنع السياسة وكيفية التوصل إلى القرار بصيغته النهائية ومن خلال التوافق بين المؤسسات، وكلما كان هناك توازن وتفاعل بين مؤسسات النظام السياسي كلما كان القرار السياسي أكثر قدرة على النجاح وأكثر قابلية للتطبيق وأكثر تقبل من عموم المجتمع، وآلية عمل النظام السياسي من خلال المؤسسات المختلفة هي التي تشكّل السياسة العامة للدولة، فالسيادة العامة تمثل أداء وفاعلية النظام السياسي ونشاطات مؤسسات، فهي تمثل مخرج من مخرجات النظام السياسي، لذلك يعرف النظام السياسي بأنه مجموعة المؤسسات التي تتوزع بينهما آلية التقرير السياسي.⁽¹⁾

ويعد المناخ السياسي السائد في المجتمع وخصائصه من العوامل الهامة والمؤثرة في الإعلام السياسي الذي يمثل رؤية السلطة السياسية لدور المواطن، ومدى توافر التنظيمات الحزبية والشعبية والمجالس النيابية المختلفة ورؤية السلطة للنظام الإعلامي، لذا فإن علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي ومتخذي القرارات السياسية في الأنظمة الليبرالية لا تتم إلا من خلال الانعكاسات المتبادلة بينهما، فوسائل الإعلام لا تؤثر مباشرة في اتخاذ القرار السياسي، بإمداده بمعلومات مباشرة، يمكن لصانعي السياسات ومتخذي القرارات أن يتخذوها أساسا للبناء عليه وإنما تؤثر من خلال بث ونقل التصورات التي من شأنها التأثير في الرأي العام، وهو ما ينتقل صдаه من خلال وسائل الإعلام نفسها إلى صانعي السياسات ببث صور ومدرجات يمكن

لوسائل الإعلام أن تنقلها أو تبلور الآراء حولها، وبالتالي تقود هذه المدركات الأفراد في المجتمع للمطالبة بتحقيق هذه التصورات.^(١)

وقد ظهر شكل جديد من العلاقة بين الإعلام والسلطة حيث بدأ يتحول دور الإعلام من مجرد أداة في خدمة السلطة، إلى أداة لنقد ومراقبة السلطة ومحاسبتها وقد أضاف هذا التطور قانونا ثالثا يضاف إلى القانونين الآخرين اللذين يحكمان العلاقة بين الإعلام والسلطة وهو عندما تتعدد قوى السلطة في المجتمع ما، وحين تستمد هذه القوى وجودها من الإرادة الحرة للمواطنين، لا يعود الإعلام أداة في يد سلطة واحدة، وإنما يصير أداة لسلطات متعددة في المجتمع بحيث لا يقتصر دور الإعلام على الدفاع عن السلطة الحاكمة، وإنما يمتد دوره ليكون أداة للسلطات الأخرى في نقد ومراقبة السلطة الحاكمة ومراقبتها.^(٢)

وتتميز أنظمة الإعلام السياسي في المجتمعات الديمقراطية المتقدمة بوجود قنوات عديدة من أهمها: الصحف، ومحطات الإذاعة والتلفزيون، حيث يمكن من خلالها نقل الرسائل السياسية التي تهم الجمهور وتوزيعها بسرعة على نطاق واسع، فقد أدى اتساع رقعة وسائل الإعلام، لاسيما التلفزيون إلى زيادة فرص الحصول على المعلومات السياسية وتوسيع مدارك الجمهور وتعليمه في أغلب الديمقراطيات الغربية وأدى ذلك إلى أن يتوقع الجمهور من الحكومة أكثر مما كان يتوقع فيما مضى، بل أصبح أكثر إلحاحا في المطالبة بتأثير أكبر في العملية السياسية والسياسات المعاصرة أقل تقديسا للنخب السياسية، وأكثر مقدرة على تحدي المؤسسة السياسية من خلال جماعات العمل الوطني وأساليب الفعل المباشر الأخرى.^(٣)

إنّ ما يمكن التأكيد عليه هو أن السلطة والإعلام نشأ مع بعضهما البعض بالنظر لحاجة كل طرف للآخر، لكن مرحلة الافتراق بدأت منذ أن جنحت السلطة إلى الهيمنة والسيطرة على المجتمع والإعلام هو جزء من المجتمع والسبب هو تبرير شرعية السلطة ولذلك بدأت العلاقة ما بينهما بداية غير متكافئة فالسلطة تريد إثبات ذاتها سواء أكانت مشروعة أو غير مشروعة والإعلام وظيفته منح الشرعية على تصرفات السلطة فقط وتبرير سلوكها أي على الإعلام أن ينحني أمام قوة السلطة ويسجد أمامها معلنا الولاء والطاعة لكي ينعم بقداستها ويتحول حضرتها إلى مصدر لتثبيت شرعية السلطة.^(٤)

أما في النظم الليبرالية فإنَّ اتجاه العلاقة فيها محدد، إذ يسيطر النظام السياسي على النظام الإعلامي ويخضعه لتوجهاته وأهدافه، وليس لوسائل الإعلام أو الإعلاميين في هذه النظم دور خارج نطاق تنفيذهم لهذه التوجهات والأهداف، مع ملاحظة أنَّ متخذي القرارات وصانعي السياسات في هذه النظم قد يستخدمون وسائل الإعلام في إضفاء طابع خلاب على الموقف واستحداث معنى زائف له وذلك للحصول على التأكيد الجماهيري فالأنظمة غير الديمقراطية في دول العالم الثالث باستثناءات قليلة تكون وسائل الإعلام فيها خاضعة للسلطة ومنفذة لتوجهاتها وملبية لأوامرها، وساعية باستمرار لخدمة أهدافها ولهذا فإنَّ مثل هذه العلاقة أحادية الجانب لا يمكن فيها لوسائل الإعلام أن تقوم بأي دور أو تسهم في أي حدث، وهو ما ينعكس سلبا على اتجاهات الجمهور نحوها وتصوره لأدوارها، حيث تسوق هذه النظم تبريرات شتى للإقناع بأهمية السيطرة على النظام الإعلامي وتوجيهه في الاتجاهات التي تتماشى مع الأهداف الوطنية وغيرها من الأهداف التي تشير في ظاهرها إلى الحفاظ على قيم الحرية والممارسة الديمقراطية للوطن والمواطن، وهي في باطنها صور من القيود والضوابط المختلفة التي تؤكد مفهوم الهيمنة على وسائل الإعلام لصالح القوى السياسية^(١).

يتبين مما سبق أنَّ اختلاف أنظمة الحكم وتوجهاتها نحو وسائل الإعلام واتساع قاعدة المشاركة في اتخاذ القرارات أو انحصارها ومستوى الديمقراطية فيها، بالإضافة إلى اختلاف القوانين المحددة لدور وسائل الإعلام والحاكمة لطريقة عملها، كل هذه العوامل تؤثر في عملية الإعلام السياسي، كما أنَّ مفهوم الديمقراطية في النظم الإعلامية المختلفة ذو طابع جدلي نتيجة للتفسيرات المختلفة لتطبيقاته التي تتمثل في التعددية والتنوع واختلاف السباقات الاجتماعية والسياسية التي يعمل في إطارها، وحتى في النظم التي تنص دساتيرها على الحرية، أصبح هناك هيمنة لأصحاب المصالح والنفوذ والقوى بفعل تأثير العوامل الاقتصادية التي تتحكم في موارد المؤسسات الإعلامية في المجتمع، كما أنَّ المؤسسات التي تستغني عن الأهداف الاقتصادية يسيرها القائمون عليها لخدمة المصالح السياسية التي يحققونها أو يسعون في تحقيقها، أكثر من خدمتها للجماهير وتلبية حاجاتهم، ومع وجود نظام الملكية العامة فإنَّه كثيرا ما تخضع المؤسسات العامة للسلطة و+ضغوطها سواء كانت في شكل مباشر أو غير مباشر^(٢).

وعلى غرار النظم السياسية في العالم الثالث، فإنّ النظام السياسي في الجزائر لا يختلف عنها كثيرا خاصة فيما يتعلق بتوجهاته نحو وسائل الإعلام، حيث أنّ المتمعن والناظر للساحة الإعلامية الجزائرية يلحظ بوضوح السيطرة التامة للسلطة السياسية في الجزائر واحتكارها للمجال الإعلامي خاصة الإعلام الثقيل (السمعي البصري) وتسخيره لخدمتها وخدمة أهدافها، وهذا ما جعل من الإعلام مجرد وسيلة للدعاية السياسية لأقطاب الحكم والسلطة والإشادة بالانجازات التي يحققها النظام السياسي سواء على المستوى الداخلي (المحلي) (أو الدولي، وكذا تسخير الإعلام للسيطرة على الرأي العام الوطني والتحكم فيه والتأثير على اتجاهاته المختلفة، ومن مظاهر التحكم في وسائل الإعلام أيضا نجد احتكار السلطة السياسية للإشهار، الذي يعد المصدر الأساس لتمويل المؤسسة الإعلامية خاصة القطاع المكتوب(الصحف والمجلات)، فالسلطة السياسية في الجزائر هي التي تتحكم في توزيع حصص الإشهار على مختلف الصحف اليومية والوطنية، بالإضافة إلى التأخر الكبير الذي تسجله السلطة السياسية في تحرير القطاع الإعلامي خاصة على مستوى السمعي البصري من خلال إشراك الخواص في العمل الإعلامي إذن فكل الممارسات السابقة والسياسة المنتهجة من قبل النظام السياسي الجزائري تؤثر في عملية الإعلام السياسي الذي تتولاه وسائل الإعلام الوطنية.

خامسا :أهداف الإعلام السياسي في الجزائر:

يعتبر الإعلام السياسي أحد الآليات الفاعلة في النظم السياسية الحديثة في تحقيق مجموعة الأهداف التي تصبو إليها مختلف الأطراف والتيارات السياسية، فالإعلام السياسي نشاط دائم ومستمر إذ تمارسه النخب والشخصيات السياسية ووسائل الإعلام بصفة عادية ودائمة من أجل التواصل مع الجماهير وإبلاغها بمختلف الأخبار والمستجدات السياسية، والعمل على دفعها لتقبل البرامج والأفكار السياسية التي تدعو لها، وعلى غرار النظم السياسية العالمية فإن الفاعلين السياسيين في الجزائر أدركوا أهمية وقيمة عملية الإعلام السياسي لذا اعتمدوا عليها لتحقيق مجموعة من الأهداف التي تتماشى وفق مبادئهم واهتماماتهم، والجدير بالذكر أنّ أهم الفاعلين السياسيين في الجزائر يمكن أن ندرجهم في ثلاث فئات أساسية وهي :السلطة الحاكمة -الأحزاب والكتل السياسية ووسائل الإعلام، وعليه يمكن أن نحدد هدف كل فاعل سياسي نتيجة اعتماده على عملية الإعلام السياسي.

• بالنسبة للسلطة السياسية الحاكمة:

تسعى السلطة السياسية في الجزائر من خلال الإعلام السياسي الذي تقوم به إلى تحقيق الأهداف التالية :

-التعبئة السياسية للمواطنين ولاسيما في الظروف التي تستدعي مساندة التوجهات السياسية الرسمية في إدارة الأزمات المحلية والدولية ، أي أن صناع القرار السياسي في الجزائر يعتمدون على الإعلام السياسي لدفع المواطنين إلى الالتفاف حولها وحول ما تبديه من قرارات وما تقوم به من مشاريع، خاصة في ظل النزاعات والتوترات التي تشهدها العديد من المناطق في العالم خاصة الدول الجوار كليبيا وتونس، وبالتالي دفع المواطن الجزائري إلى الحيطة والحذر، وإلى الالتفاف ومساعدة السلطات السياسية من أجل التصدي لأي تهديد خارجي من شأنه تهديد زعزعة أمن واستقرار البلاد.

-إضفاء الشرعية على النظام السياسي الحاكم وإقناع الشعب بأحقّيته وجدارته بالسلطة رغم وجود المعارضة ، أي أنّ السلطة السياسية الحاكمة تعمل على كسب التأييد الشعبي الواسع لها، وكذا إبراز ثقة المواطنين فيها وهو ما يضيف عليها نوع من الشرعية السياسية، بالإضافة إلى إشاداتها من حين لآخر بانجازات وخصال رجالها وبما قدموه وسيقدمونه للبلاد إن وضع الشعب ثقته فيهم.

-تحفيز المواطنين الجزائريين ودعوتهم للمشاركة في مختلف المحافل الانتخابية سواء كانت بلدية تشريعية أو رئاسية، وذلك بهدف إنجاحها والمساهمة في تحقيق استقرار البلاد، وكذا دعوتهم لعدم مقاطعة الانتخابات.

-تحسين صورة النظام السياسي على المستوى الداخلي والخارجي وذلك من خلال التذكير (والتهليل) بالإشادة (بالانجازات السياسية المحققة سواء على المستوى الداخلي والخارجي، ومن ذلك إشادة السلطة السياسية الحاكمة بالإصلاحات التي أقرها رئيس الجمهورية " في دستور "2016، وكذا التذكير بإشادة الأمم المتحدة وبعض الدول العربية الكبرى بتجربة الجزائر في مكافحة الإرهاب.

كما تهدف السلطة السياسية كذلك إلى:⁽¹⁾

-التحكم في الرأي العام الوطني وتشكيل اتجاهاته إزاء القضايا المختلفة الحاصلة على المستوى المحلي والدولي وذلك بما يساند النظام السياسي ويحافظ على شرعيته.

-تحويل اهتمامات الرأي العام الوطني بشأن قضية محددة تفرض نفسها على الساحة السياسية الوطنية من خلال إثارة قضايا أخرى أكثر أهمية، أو إثارة شائعات تحتوي على بعض الأخبار الصحيحة بهدف تجاوز قضايا معينة لتحقيق الاستقرار في المجتمع.

• بالنسبة للكتل والأحزاب السياسية:

تسعى الكتل والأحزاب السياسية من خلال عملية الإعلام السياسي إلى تحقيق الأهداف التالية، لكن قبل ذلك هو أنّ ما يمكن ملاحظته على نشاط الأحزاب السياسية في الجزائر هو أنّه نشاط مناسباتي وليس دائم إذ يقتصر ظهور الأحزاب السياسية إلا في المواعيد والمناسبات الرسمية فقط كالانتخابات أو الاستفتاءات، أو عقد جمعياتها العمومية، فمن المتعارف عليه في الأنظمة السياسية الليبرالية أنّ نشاط الأحزاب السياسية هو نشاط دائم تعمل من خلاله على عقد مجموعة من الندوات واللقاءات السياسية لمباحثة ودراسة الأوضاع السياسية المختلفة، وبالرغم من كون نشاط الأحزاب السياسية في الجزائر مناسباتي إلا أنّه يسعى من خلال عملية الإعلام السياسي إلى تحقيق ما يلي:

-شرح برامجها الانتخابية سعياً منها لاستقطاب عديد كبير من الناخبين وقت الانتخابات، وكذا زيادة عدد المنخرطين في نشاطها الحزبي، الأمر الذي قد يمكّنها من الوصول إلى سدة الحكم.

-إبداء مواقفها بشأن المشاريع الحاكمة سواء بالتأييد أو المعارضة، وكذا إبداء وجهات نظرها وتقديم بعض الملاحظات بشأن تلك القرارات والمشاريع ومثال ذلك المواقف التي أصدرتها أحزاب المعارضة بخصوص الإصلاحات التي أقرها رئيس الجمهورية في "دستور" 2016

-الدفاع عن سمعة وصورة الحزب السياسي نتيجة التعرض لهجمات من الأحزاب المنافسة، أو نتيجة تعرض الحزب للشائعات التي من شأنها زعزعة استقرار الحزب وتلطّيح سمعته أمام الرأي العام، وبالتالي فهذه الأحزاب تعمل من خلال الإعلام السياسي على تقديم المعلومات الصحيحة للجماهير حتى يتم تنقيح تلك الشائعات، وبالتالي المحافظة على استقرار الحزب وضمان استمرار والتفاف المناضلين والمنخرطين من حوله.

• بالنسبة لوسائل الإعلام (الإعلاميين):

ونقصد بوسائل الإعلام هنا وسائل الإعلام المستقلة خاصة، وذلك لكون وسائل الإعلام العمومية تتبع أجندة سياسية متوافقة تماما مع أجندة السلطة السياسية، وعموما فإن أهداف الإعلام المستقل في الجزائر من خلال ممارسته لعملية الإعلام السياسي تتمثل في:

-تقييم الواقع السياسي كما هو، إذ يشكل الواقع السياسي حقل للنشاط الذي يستطيع أن يجذب أو ينفر ويشغل الناس أو يجعلهم يتجنبونه، وعدم استقراره في جذب الناس، ربما يرجع إلى التصورات التي يكونها الناس عن الارتباطات بين مصادر الاتصال والمؤسسات السياسية وهذا الخيط للتسييس يجري كخيوط خلال كل قنوات ومستويات الإعلام السياسي، فوسائل الإعلام ربما تحمس الأشخاص لأداء واجبهم السياسي أو قد تنتشر روح اللامبالاة ، فوسائل الإعلام ربما تخصص نسبة تزيد أو تقل من مساحتها أو وقتها لإثارة المسائل السياسية، المحتوى الذي تقدمه ربما يركز على شرح وتفسير الموضوعات ببساطة أو بوصفها أشياء متصارعة في لعبة القوة.⁽¹⁾

-مراقبة نشاطات وقرارات السلطة السياسية، وكذا النشاطات الحزبية وذلك بغرض تقييمها، مساندتها أو نقدها، وذلك لكون وسائل الإعلام الوسيط ما بين السلطة السياسية وعامة الشعب، وكذا إبداء مواقفها إزاء تلك القرارات والمشاريع إما تأييداً أو رفضاً.

-توعية المواطنين سياسيا وذلك من خلال سعي وسائل الإعلام لتقديم تحاليل وشروحات معمقة حول بعض الأحداث والقضايا السياسية، وكذا النصوص والتشريعات القانونية، وذلك بالاعتماد على العديد من الخبراء والمختصين في المجالين السياسي والقانوني، وذلك سعياً من وسائل الإعلام الوطنية لتنوير الرأي العام وتوسيع وتنمية معارفه ومعلوماته السياسية وكذا توضيح حقوق المواطن وواجباته السياسية.

-نقل اهتمامات وانشغالات المواطنين في شتى ربوع الوطن إلى الطبقة السياسية الحاكمة حتى يتسنى لهم الإطلاع عليها ومحاولة معالجتها، وذلك في ظل عدم وجود وغياب قنوات اتصالية فاعلة ومباشرة ما بين أركان النظام السياسي والمواطنين.

سادسا : إستراتيجية تطوير الإعلام السياسي في الجزائر :

يشكل الإعلام السياسي أحد الميكانيزمات الهامة والفاعلة التي يمكن للسلطة السياسية من خلالها الحفاظ على استقرار البلاد، والتحكم في الرأي العام، وكسب ثقة المواطنين، وذلك من خلال حرصها الدائم على التواصل مع الجماهير وتزويد بالمعلومات والأخبار السياسية المتنوعة التي تهمه سواء كانت متعلقة بالأحداث السياسية المحلية أو الدولية كما أنّ حضور المعلومات الصحيحة ووصولها في الوقت الملائم للجماهير من شأنها دحض كل الأكاذيب، الإشاعات والمغالطات السياسية التي من الممكن أن تهدد أمن واستقرار الوطن وزعزعة ثقة المواطنين بسلطتهم السياسية، وبالتالي ومن هذا المنطلق فقد بات لزاما على السلطة السياسية في الجزائر أن تجد أو تحدث آليات أكثر فاعلية تمكّنها من تحقيق أهدافها من خلال اعتمادها على عملية الإعلام السياسي في تواصلها بالمواطنين، وفي هذا الإطار نقترح مجموعة من الآليات أو الاستراتيجيات التي من شأنها تطوير عملية الإعلام السياسي في الجزائر:

-خلق أجواء ديمقراطية مبنية على الحرية، فالديمقراطية والحرية موضوعان مهمان كثيرا ما أسالا أعلام المختصين فكيف يمكن أن نتحدث عن دولة عادلة وقوية إذا كانت تقمع شعبها أو تهمله، فالحرية أساسية للعيش وكل شيء مرتبط بها، والإعلام السياسي أيضا، فلا يمكن الحديث عن اتصال فعال في ظل غياب حرية، فلكل فرد حق التمتع بكامل حقوقه المدنية والسياسية ميدانيا وليس نظريا فقط، وذلك يمكن أن يترجم عبر حرية تأسيس الأحزاب، الجمعيات، النقابات، وسائل الإعلام وعدم التدخل في شؤونها ⁽¹⁾.

-تحرير القطاع الإعلامي خاصة السمعي البصري من قبضة السلطة الحاكمة (القطاع العمومي) وفتح المجال للخواص للمشاركة في العملية الإعلامية والسياسية الأمر الذي يمكن من تعدد وتنوع مصادر الأخبار والمعلومات المقدمة للرأي العام الوطني، وكذا ضمان وصول انشغالات واهتمامات المواطنين للسلطة السياسية من خلال القطاع الإعلامي الخاص، وكذا التعرف على اتجاهات المواطنين ومواقفهم وآرائهم إزاء أركان النظام السياسي وما يصدر عنه من قرارات وسلوكيات، لكن ما تجدر الإشارة إليه في هذا المجال هو ضرورة تأطير عملية إشراك الخواص في ما يتعلق بالمجال السمعي البصري بجملة من القوانين والتشريعات التي من شأنها تنظيم العمل الإعلامي وليس عرقلة أو تقييد حرية العمل الإعلامي.

-تكوين نخبة سياسية مؤثرة :المقصود في الحقيقة ليس تكوين هذه النخبة بقدر ما هو فسح المجال أمامها والابتعاد عن الرداءة الموجودة في كثير من الدول المتخلفة التي تصور الحكام على أنهم الأقدر على تسيير أمور البلاد وتصفهم بالبطولية والمعرفة والخبرة والحكمة لدرجة جعلت في هذه الدول تيارا واحدا لا يمكن السباحة ضده لوقت طويل ، فاقترار النخب السياسية في هذه البلدان على الأهل والأتباع، وغياب المعارضة المسموعة لا يخدم في النهاية هذه البلدان لغياب التنافس والإبداع والتطوير وحتى من حيث مصداقيتها أمام شعبها، وهو ما يجعلها هشة قابلة للتهديد والزوال، لأن المتربصين بها يعلمون حقيقة الحكم غير المدعوم شعبيا لذا فهم يملكون القدرة على استمالة شعوبها.⁽¹⁾

-فيما يتعلق بالكتل والأحزاب السياسية فلا بد لها من تولي أهمية كبيرة للجانب الإعلامي، وأن تكثف من نشاطاتها وعملها، وأن لا يقتصر نشاطها الإعلامي على الاتصال المباشر والمواجهي مع منخرطيه في بعض المناطق المحدودة من الوطن وفي مناسبات معينة، بل يجب عليها أن تتفتح على منخرطيه ومناضليها إعلاميا، وذلك من خلال إصدار مجلة خاصة بالحزب تُعنى بالتعريف بالحزب وبرامجه وإنجازاته وطموحاته... الخ، فتح قنوات وروابط اتصالية مع الجماهير عبر شبكة الانترنت، الأمر الذي يجعلها قريبة منهم، حيث تزودهم ببعض المعلومات والأخبار والمستجدات التي تحدث على المستوى المحلي والدولي، وكذا تمكين المواطنين من التعبير عن مواقفهم حيال ما يحدث من أحداث وقضايا، وكذا طرح مشاكلهم وانشغالاتهم حتى يتم معالجتها والنضال من أجل تلبية لها.

-وضع قوانين جديدة للإعلام :فمن المعروف أن قانون الإعلام في الجزائر بات لا يتماشى مع التغيرات العالمية التي حصلت في هذا المجال، كما بات لزاما إعادة النظر في الكثير من مواده، فالظروف ليست نفسها، ولا المعطيات ذاتها، كما أن فكرة القضاء على المعارضة وعدم منحها نفس فرص الظهور عبر وسائل الإعلام الثقيلة بات أمراً غير مقبول.⁽¹⁾

-بالإضافة إلى سنّ القوانين التي تحمي الإعلاميين وتكفل لهم حقوقهم، وتوضح لهم حقوقهم وواجباتهم المهنية والابتعاد عن كل الإجراءات التي من شأنها تقييد الإعلاميين والحد من حرياتهم .

-ضرورة توفير المعطيات والمعلومات المختلفة حول الجماهير الشعبية والمتعلقة أساسا بخصائصهم السوسيوثقافية، الديمغرافية وتوقعاتهم وتوجهاتهم وانشغالاتهم، الأمر الذي يساعد على رسم الاستراتيجيات وتحديد الأهداف وصياغة الرسائل السياسية .

-تفعيل قنوات الحوار والنقاش والاتصال ما بين السلطات السياسية والجماهير الشعبية، الأمر الذي يمكن من السريان الجيد للمعلومات وسرعة وصولها وتبادلها، وإمكانية تجنبها لمختلف عمليات التزييف والتحريف والتضليل، ويتم ذلك من خلال عدم احتكار السلطة السياسية لهذه القنوات والاستحواذ عليها بل يجب فتحها وإتاحتها أمام مختلف المواطنين من أجل إبداء وجهات نظرهم والمشاركة الفاعلة في الحياة السياسية.

-المصادقية والموضوعية في طرح البرامج، الأفكار والمشاريع المعبرة عن واقع الشعب والمجسدة لاهتماماتهم وانشغالاتهم وتطلعاتهم، والابتعاد عن النرجسية والمثالية والمبالغة في صناعة الوهم والتلاعب بأحلام الشعوب، لأن ذلك من شأنه زعزعت العلاقة ما بين السلطة الحاكمة وعامة أفراد الشعب.

-توفير المناخ الديمقراطي والحر والذي تتم من خلاله عملية الإعلام السياسي(وهو ما يمكن أن نسميه البيئة أو السياق الاتصالي (سواء ما تعلق بوسائل الإعلام أو الجمهور ويتجلى ذلك من خلال مختلف المراسيم والتشريعات القانونية التي تنظم العمل الإعلامي أو الحراك الجماهيري والتي لا بد لها من أن تكون مرنة وغير متسلطة وغير مقيدة للحريات، يعني ذلك أن تسمح السلطة السياسية الحاكمة لوسائل الإعلام بممارسة نشاطهم بكل شفافية واستقلالية وموضوعية من خلال ممارسة الرقابة والنقد السياسي البناء والهادف لتقويم انحرافات السلطة السياسية، إن وجدت هذا من جهة، ومن جهة أخرى السماح لعامة الشعب بالتعبير عن رأيه من خلال حرية التجمع والتجمهر والتظاهر السلمي لأن هذه الممارسات الشعبية هي بمثابة رسائل سياسية وإجابات يبعث بها المواطنون للسلطات السياسية المختلفة، والتي تعكس آرائهم واتجاهاتهم إزاءها وإزاء مختلف مشاريعها، قوانينها وقراراتها.

خاتمة:

تبين لنا من خلال العرض السابق أن عملية الإعلام السياسي في الجزائر ارتبطت ارتباطا شديدا بطبيعة السلطة السياسية السائدة، حيث عرفت هذه الأخيرة تطورات عديدة حيث انتقلت من مرحلة الأحادية السياسية إلى مرحلة التعددية السياسية التي أقرها النظام السياسي، وذلك استجابة لعدد الظروف الداخلية والخارجية، وعلى هذا الأساس فإنّ عملية الإعلام السياسي الذي تتولاه وسائل الإعلام الوطنية خاصة تأثّر بهذه الظروف والتغيرات، فالمشهد الإعلامي الوطني في شقّه السمعي البصري عرف ثباتا " طويلا "، ذلك أنّه بقي تحت سيطرة وهيمنة السلطة السياسية سواء في مرحلة الأحادية أو مرحلة التعددية، حتى وإن أقرّ قانون الإعلام لسنة 2012 تحرير قطاع السمعي البصري وفتحه أمام الخواص، إلا أنّه ظل مقيدا بفعل جملة المواد القانونية التي تضمنها.

أما ما تعلق بقطاع الصحافة المكتوبة، فقد عرف هذا القطاع حركية كبيرة بعد إقرار السلطة السياسية للتعددية السياسية والإعلامية سنة 1990، إذ شهدت الساحة الإعلامية بروز العديد من العناوين الصحفية ذات التوجهات المختلفة، والتي تلاشى البعض منها واختفى لأسباب متنوعة يبقى أهمها العامل المالي " التمويل " ومنها - أي الصحف - التي مازالت سائرة في دربها. وعلى العموم يمكن القول أنّ الإعلام السياسي عملية هامة في المجتمع، إذ تصبو من خلالها وسائل الإعلام الوطنية إلى توعية المواطنين سياسيا ونقل اهتماماتهم وآرائهم وانشغالاتهم إلى الطبقة السياسية الحاكمة، بالإضافة إلى مراقبة الوضع السياسي وتقييمه.

وحتى تحقق وسائل الإعلام الوطنية أهدافها من خلال قيامها بعملية الإعلام السياسي، فلا بد أن يتوفر لها الديمقراطية الذي يمكّنها من أداء مهامها بكل موضوعية وفعالية، ودونما التدخل في صلاحياتها أو مضامينها أو السعي للتحكم فيها، أو التضيق عليها، وذلك لا يتحقق إلا من خلال وضع قوانين صارمة تحدد الأولويات والحقوق والواجبات والسير العام للعمل الإعلامي، بالإضافة إلى ضرورة جدية السلطة السياسية في الجزائر فتح وتحرير قطاع السمعي البصري أمام الخواص " فعليا " وذلك لإثراء الساحة الإعلامية الوطنية ولتحقيق مزيدا من التنوع في الرؤى والأفكار، التي من شأنها المساهمة في توعية الرأي العام وتنشئة الأفراد سياسيا والمساهمة في دعم السلطة السياسية والوقوف إلى جانبها لتحقيق التقدم والازدهار للمجتمع .

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

- سيروان أنور مجيد: النصية في لغة الإعلام السياسي، عالم الكتب الحديث للنشر، اريد، 2013.
- محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007.
- محمد قيراط: حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد (03-04)، 2003.
- بخوش صبيحة: تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 23، مارس 2016.
- محمد فايز توهيل: علم الاجتماع السياسي، مكتبة الفلاح، القاهرة، 1999.
- فاروق أبو زيد: الإعلام والسلطة، عالم الكتاب، القاهرة، 2007.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة: الإعلام البرلماني والسياسي، دار أسامة للنشر، عمان، 2011.
- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.
- عادل عبد الغفار: الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
- حنان يوسف: الإعلام والسياسة، ط2، أطلس للنشر، القاهرة، 2006.
- محمد سعد أبو عامود: الإعلام والسياسة في عالم جديد، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- فضيل دليو وآخرون: الإعلام السياسي في الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، 2010.
- ليلي عبد الحميد: التشريعات الإعلامية، د. د. ن. القاهرة، 2005، ص. 28.
- فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ط2، علم الكتاب، القاهرة، 1998، ص. 99.
- نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
- زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 1993.
- فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة 1830-2013، دار هومة، الجزائر، 2014.
- زهير إحدادن: تطور الصحافة الجزائرية، نقلا عن عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.

باللغة الأجنبية:

- 19- Alex Mucceheilli: les sciences de l'information et de la communication, 4ème édition, hachette, Paris, 2006.
- 20- Dominique Sellier: la communication gouvernementale, en Europe, l'harmattan, 2006.

- 21- Vincent Georis: **la communication politique**, centre de recherche en écologie politique,
décembre 2005,
- 22- Brook freedman : **The Political Impact of media**, new York, 2005.