

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٨ = ١,٤٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الثالث والعشرون - أبريل / يونيو ٢٠١٩ م

أولاً: بحوث بلغات أجنبية

ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر

- أ.د. رضوان بوجمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
د. نور الهدى بوزقاف (جامعة الجزائر ٣)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية : دراسة حالة

- أ.م.د. أحمد خميس خليل (الجامعة الأمريكية في الإمارات) ... ص ١٣
أ.م.د. ثريا السنوسي (جامعة الشارقة)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة

- صفية محمد صالح (جامعة الشارقة) ... ص ١٧

ثانياً: بحوث باللغة العربية

الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من

يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨ م

- أ.م.د. مصطفى صابر عطية (جامعة الزقازيق) ... ص ٢١
د. غادة مصطفى البطريق (جامعة الطائف)

دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية : دراسة نظرية

- د. عمر إبراهيم بوسعدة (جامعة الملك خالد) ... ص ١٤١

دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة

- د. داليا مصطفى السواح (جامعة حلوان) ... ص ١٦١

دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها : دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين

- د. نصر الدين عبد القادر عثمان (جامعة عجمان) ... ص ٢١١

الدراسات الاعلامية العربية في مجال الأزمات : دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة السويس) ... ص ٢٤١

إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية : دراسة استطلاعية

- خديجة حماد حمدي الكبيكي (جامعة أم القرى) ... ص ٣٠٥

ثالثاً: ندوات ومؤتمرات

أعمال ندوة: "العلاقات العامة والشائعات"

- (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ... ص ٣٤٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٩ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايغ (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة مبرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل



جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprrr@eprra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprrr.eprra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١,٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
- يتم تقديم خصم من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها اثنان وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١,٣٤، ومعدل ١,٤٨ في عام ٢٠١٨م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان).

وفي العدد الثالث والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مشتركًا باللغة الفرنسية مقدمًا من جامعة الجزائر ٣ من: أ. د. رضوان بو جمعة، د. نور الهدى بوزقاو، من الجزائر، اللذان قدما بحثًا عن: "ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر".

وقدّم كل من: أ. م. د. أحمد خميس خليل، من العراق، الجامعة الأمريكية بالإمارات، أ. م. د. ثريا السنوسي، من تونس، جامعة الشارقة، دراسة حالة عن: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية" باللغة الإنجليزية.

ومن جامعة الشارقة قدمت صفية صالح محمد، من الإمارات، دراسة باللغة الإنجليزية أيضًا ضمن متطلبات حصولها على درجة الماجستير بعنوان: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة".

وقدّم كل من: أ. م. د. مصطفى صابر عطية، من مصر، جامعة الزقازيق، د. غادة مصطفى البطريق، من مصر، جامعة الطائف، دراسة بعنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م".

أما د. عمر إبراهيم بوسعدة، من الجزائر، جامعة الملك خالد، فقد قدم دراسة نظرية بعنوان: "دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية".

بينما قدمت د. داليا مصطفى السواح، من مصر، جامعة حلوان، بحثاً بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة".

ومن جامعة عجمان قدم د. نصر الدين عبد القادر عثمان، من السودان، بحثاً بعنوان: "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين".

وقدم د. السيد عبد الرحمن علي، من مصر، جامعة السويس، دراسة تحليلية من المستوى الثاني لبحثه الموسوم بـ: "الدراسات الإعلامية العربية في مجال الأزمات".

ومن السعودية قدمت خديجة حماد حمدي الكبكي، جامعة أم القرى، دراسة استطلاعية في بحثها عن: "إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية". وأخيراً تضمن العدد ملخص أعمال ندوة "العلاقات العامة والشائعات"، التي تم تنظيمها من قبل مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والجمعية المصرية للعلاقات العامة بالتعاون مع الاتحاد الإقليمي للجمعيات والمؤسسات الأهلية بالقاهرة.

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخر ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

ضبط وسائل الإعلام العمومية

النسق والتشريعات في الجزائر

إعداد

أ.د. رضوان بوجمعة^(*)

د. نور الهدى بوزقاو^(**)

^(*) بروفيسور في كلية علوم الاتصال والإعلام - جامعة الجزائر ٣.

^(**) أستاذ مساعد الإعلام في كلية علوم الاتصال والإعلام - جامعة الجزائر ٣.

ضبط وسائل الإعلام العمومية - النسق والتشريعات في الجزائر

أ.د. رضوان بوجمعة
Redouaneisic@gmail.com
 جامعة الجزائر ٣
 د. نور الهدى بوزقاو
phil_nore@yahoo.fr
 جامعة الجزائر ٣

ملخص:

تحاول هذه الدراسة البحث في إشكالية وسائل الإعلام العمومية في الجزائر، وبشكل أساسي ما تعلق بالمجال الإذاعي والتلفزيوني، وأدوات ضبط عملها. كما تسعى لتحليل طبيعة النسق الإعلامي وفلسفته في مختلف التشريعات التي ترجمت هذا النسق وعلاقته بثقافة الضبط الإعلامي. ويبين هذا العمل مختلف التطورات التنظيمية والهيكلية والتشريعية التي عرفها المجال الإذاعي والتلفزيوني، فبعد استقلال الجزائر سنة ١٩٦٢م، عرف هذا الفضاء احتكاراً من قبل مؤسسة واحدة، هي مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري، لغاية سنة ١٩٨٦م، حيث عرفت هذه السنة إعادة هيكلة المؤسسة وتم تقسيمها إلى مؤسستين، مؤسسة الإذاعة ومؤسسة التلفزيون، تحت وصاية واحدة هي وزارة الإعلام. في حين أنه من الجانب التشريعي لم يعرف القطاع الإعلامي قانوناً للإعلام إلا سنة ١٩٨٢م، بالرغم من أن الأحادية الإعلامية استمرت لغاية نهاية الثمانينيات من القرن الماضي. بعد صدور قانون إعلام جديد في ١٩٩٠م والذي اعترف بالتعددية الإعلامية، صدر مرسوم تنفيذي يحدد مفهوم الخدمة العمومية للإذاعة والتلفزيون، وهو المرسوم الذي نقل الإعلام العمومي من خدمة السلطة والحكومة إلى خدمة الدولة والجمهور وضمان الخدمة العمومية، كما تم تأسيس أول هيئة لضبط عمل الإعلام سميت بالمجلس الأعلى للإعلام. غير أن هذه التجربة توقفت بسبب الأزمة السياسية التي انفجرت في جانفي ١٩٩٢م والتي تم بموجبها توقيف المسار الديمقراطي وفرض حالة الطوارئ وتجميد العمل بالدستور والقوانين بما فيها التشريعات المرتبطة بتسيير الإعلام العمومي. ضبط عمل الإعلام العمومي اتخذ بعد ذلك عدة أشكال وبأدوات وتشريعات متعددة، حاولت هذه الدراسة التوقف عندها في تحليل للقوانين والمراسيم والهيكل والآليات والهيئات التي تمت بلورتها في إطار النسق الإعلامي في الجزائر.

الكلمات الدالة: الضبط-النسق-الخدمة العمومية-التشريعات-التلفزيون العمومي.

- (11) <http://arav.dz/fr/presentation/missions-de-l%E2%80%99arav>, consulté le 25/05/2018 à 22h30
- (12) Abdelmadjid RAMDANE, **Opacité du champ audiovisuel en Algérie: liberté avec limitations.** Cahiers politique et droit. N° 14 janvier 2016.
- (13) Mostefa KHELIFI, **Reconstruire le service public de la télévision.** Image Edition: Alger. 2005. P73.
- (14) عاشور فني، إدارة وسائل الإعلام في الجزائر المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار الجزائر، ٢٠١٣، ص ٧٥.
- (15) Belkacem MOSTEFAOUI, **Service public de l'audiovisuel dans les pays arabes.** Op Cit.

Bibliographie :

Ouvrages:

- 1- Belkacem MOSTEFAOUI, **Médias et liberté d'expression en Algérie.** El Dar EL Othmania : Algérie. 2013.
- 2- Belkacem MOSTEFAOUI et Khelil ABDELMOUMENE, **La mission de service public audiovisuel en Algérie.** Paris : Institut Panos Paris. 2012.
- 3- Belkacem MOSTEFAOUI, **Service public de l'audiovisuel dans les pays arabes.**
- 4- Mostefa KHELIFI, **Reconstruire le service public de la télévision.** Image Edition : Alger. 2005.
- 5- Tahar BEDDIAR, **l'ouverture de l'audiovisuel en Algérie ?** Edition Houma: Alger. 2011.
- ٦- رضوان بوجمعة، **النظام الإعلامي في الجزائر من ١٩٦٢ إلى ٢٠١٦.** صدر في "الإعلام و التحول الديمقراطي في المنطقة العربية. منتدى البدائل العربي للدراسات. مصر: روافد للنشر و التوزيع، ٢٠١٧.
- ٧- عاشور فني، إدارة وسائل الإعلام في الجزائر المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار الجزائر ٢٠١٣.

Etudes et publications :

- 8- Abdelmadjid RAMDANE, **Opacité du champ audiovisuel en Algérie : liberté avec limitations.** Cahiers politique et droit. N° 14 janvier 2016
- 9- Belkacem MOSTEFAOUI (dans), **Rapport sur les télévisions publiques dans le monde arabe.** Institut PANOS paris et Observatoire méditerranéen de la communication. Paris. 2012.
- 10- Cherif DRIS, **La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo-autoritaire ?**, *L'Année du Maghreb*, VIII | 2012.
- 11- Marie-Anne FRISON-ROCHE, **Pourquoi Des Autorités De Régulation?** Revue Economica. 2000.
- 12- Samir MERDACI, **les principes fondamentaux de la régulation de l'information en Algérie : Approche comparative des textes législatifs de 1982 et de 1990.** Revue science humaine. No35, juin 2011.

Sites web:

<http://arav.dz/fr/presentation/missions-de-l%E2%80%99arav>, consulté le 25/05/2018 à 22h30

La radio et surtout la télévisions de part la force des messages audiovisuels qu'il véhicule, a de tout temps constitué « le bras de fer » des gouvernants afin de promouvoir leurs discours propagandistes.

Quant aux instances de régulations, le caractère monopoliste excluant ainsi toute forme de pluralité ou de concurrence qui a longtemps caractérisé le paysage médiatique algérien, n'a pas nécessité la création ou le recours à une autorité de régulation, la tutelle était à elle seule, suffisante pour gérer le secteur des médias, celui de l'audiovisuel particulièrement. Il fallait attendre 1982 pour que les premières tentatives « éphémères » de mettre en place ces instances, instaurées aux grès des transitions politiques que connaît le pays, ne garantissent pas un relais ni une nouvelle ère pour l'épanouissement du secteur de l'audiovisuel public. Leur instauration, existence et ensuite leur dissolution (sauf pour l'ARAV existante jusqu'à nos jours) se font de façon arbitraire sans aucune stratégie ni vision à un terme défini. Ces instances bien que nécessaires, particulièrement dans la conjoncture actuelle qui se caractérise par l'ouverture du champ de l'audiovisuel et l'émergence de nouvelles chaînes de télévisions, constituent un phénomène de persuasion démocratique factice, leur gestion, leurs réelles missions se révèlent utopiques dans la conjoncture politique du pays.

Notes:

- (1) Marie-Anne FRISON-ROCHE, **Pourquoi Des Autorités De Régulation?** Revue Economica. 2000. p273.
- (2) Tahar BEDDIAR, **l'ouverture de l'audiovisuel en Algérie ?** Edition Houma: Alger. 2011. Pp73
- (3) رضوان بوجمعة، **النظام الإعلامي في الجزائر من ١٩٦٢ إلى ٢٠١٦**. صدر في "الإعلام و التحول الديمقراطي في المنطقة العربية. منتدى البدائل العربي للدراسات. مصر: روافد للنشر و التوزيع. ٢٠١٧. ص ١٥٤.
- (4) Belkacem MOSTEFAOUI, **Médias et liberté d'expression en Algérie.** Op Cit. p 107.
- (5) Belkacem MOSTEFAOUI et Khelil ABDELMOUMENE, **La mission de service public audiovisuel en Algérie.** Paris : Institut Panos Paris. 2012
- (6) Belkacem MOSTEFAOUI (dans), **Rapport sur les télévisions publiques dans le monde arabe.** Institut PANOS paris et Observatoire méditerranéen de la communication. Paris. 2012. P71
- (7) Belkacem MOSTEFAOUI, Médias et liberté d'expression en Algérie. Op cit. p 109.
- (8) Le 12 Novembre 2008, Le projet de révision de la Constitution algérienne a été adopté par le Parlement à une écrasante majorité, ouvrant la voie à un possible troisième mandat du président Abdelaziz Bouteflika.
- (9) Cherif DRIS, **La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo-autoritaire ?**, *L'Année du Maghreb*, VIII | 2012.
- (10) Samir MERDACI, **les principes fondamentaux de la régulation de l'information en Algérie: Approche comparative des textes législatifs de 1982 et de 1990.** Revue science humaine. No35, juin 2011. P23.

Cependant, les études de contenus des différents programmes diffusés sur les différentes chaînes de l'EPTV, révèle un éloignement même de ces recommandations. Les contenus, les proportions et les pourcentages de diffusion des genres télévisuels énoncent un renversement dans la pyramide des priorités du triptyque du service public recommandé par la BBC dès 1923 à savoir éduquer, divertir et informer.

L'EPTV, propose plutôt un triptyque qui annonce des couleurs comme « distraire, informer et cultiver » : les proportions et les pourcentages des genres diffusés annuellement sur les différentes chaînes affiliées à l'EPTV révèlent un éloignement des principes du service public : Les différents genres qui touchent au divertissement et à l'information se rapprochent dans la proportion de diffusion et tiennent la première place dans le taux de diffusion avec un taux moyen de diffusion de diffusion de 25% et 21% respectivement , suivie par les autres genres télévisuels qui touchent à la culture à raison d'une moyenne de 10.81%, l'éducation puis la religion qui représente un taux de 6.23%.

4-c) Responsabilité envers le public:

L'EPTV ne dispose d'aucun service spécialisé destiné à recevoir et à traiter les réclamations, les remarques, les propositions ou les plaintes de l'audience, par conséquent l'EPTV n'a pas d'interaction directe avec le public. Plus encore, l'organigramme de l'entreprise ne compte pas une direction ou service dit de « veille » comme c'est le cas pour les grandes télévisions publiques à l'image de France Télévisions ou encore la BBC qui disposent d'un service interne de réceptions de plaintes en plus de celui de l'autorité de régulation.

Ceci n'exclut pas qu'il peut arriver que des réclamations soient soumises à la direction des programmes qui se charge de façon « personnelle » à transmettre aux différents concernés : les émissions, les animateurs et présentateurs... Néanmoins, il n'y a pas de dispositif d'écoute de l'audience spécialisé pour répondre aux questionnements des téléspectateurs ou les orienter vers les services concernés(15)

L'absence des autorités de régulation qui devraient par la même, s'occuper de recevoir les plaintes et réclamations, les traiter et les envoyer aux services concernés a accentué de façon flagrante le clivage entre la télévision et son public.

Conclusion:

Pour conclure, il est plus qu'important de souligner le fait que malgré les textes régulateurs régis et promulgués depuis l'indépendance de l'Algérie , « la main mise » du pouvoir sur les médias audiovisuels publics n'a pas été concrètement abrogée même si certaines lois le préconisent.

dirigé par un directeur général, administré par un conseil d'administration dont les attributions, la composition et le fonctionnement sont fixés par le présent décret ». En l'absence d'autorité de régulation, ou en sa présence « obsolète » le choix et la désignation du directeur général du média audiovisuel public reste dans les différentes phases des transitions du ressort du chef suprême de l'état. Voici une stratégie de gouvernance propagandiste et autoritaire dépourvue de toute volonté politique d'ouvrir le secteur à un véritable service public garantissant alors « le droit de l'information dans la transparence ».

Contrairement aux pays de l'Europe occidentale, France, Angleterre ou encore l'Allemagne où l'existence des instances de régulation indépendantes, ont la totale responsabilité de désigner le directeur général de la télévision publique. On se rappellerai avec l'arrivée du président Nicolas Sarkozy à la tête de la France en 2009, où l'une des décisions « scandaleuses » était d'ôter la mission au CSA de désigner le PDG de France Télévisions et devient du ressort du chef de l'état, une décision qui a fait couler beaucoup d'encre la définissant ainsi comme acte « dictateur et manipulateur » qui vient à l'encontre des principes des pays libérateurs.

4-b) La programmation:

Aucune instance de régulation ni aucun texte de loi d'ailleurs depuis la première organisation du secteur en 1963 jusqu'à nos jours, précise de façon détaillée les programmes, leur nature, leur proportion ou encore leur volume de diffusion sur la grille de la télévision algérienne, comme c'est le cas à titre d'exemple dans le cahier des charges de France télévision qui dans ses article de 1 à 8 paru dans le 1^{er} chapitre, où la stratégie de programmation des différents programmes est précisée au détail près.

Toutes les lois sont restées dans les généralités et dans l'adoption et l'application du triptyque « informer, éduquer, divertir » à travers des recommandations générales citées dans l'article 5 de son cahier des charges, comme suit:

- L'information par la diffusion de toutes les enquêtes, émissions et programmes ayant rapport avec la vie nationale, régionale, locale ou internationale ainsi que tous les sujets d'actualité.
- La participation dans l'éducation des citoyens et les sensibiliser afin de réaliser les objectifs de la révolution nationale et la protection des intérêts de la république et de la révolution.
- La promotion du niveau intellectuel du citoyen.
- La promotion des activités et actions de l'état ainsi que la production nationale.
- La participation dans le divertissement et l'animation culturelle, artistique et sportive.

algérienne a disposé pour la première fois depuis son existence d'un cahier des charges, qui n'a d'ailleurs depuis, jamais subi de réformes !

Le cahier des charges est donc un document de référence pour l'EPTV sur le plan juridique et législatif dont les textes régissent la gestion interne de l'entreprise.

Néanmoins, une majorité des articles portés sur le cahier, notamment ceux en rapport avec la gestion interne, commerciale et éditoriale sont hérités des textes de lois des années antérieurs.

4-a) L'organisation interne:

Durant la période de 1962 à 1965, le directeur général est désigné par décret établi par le conseil des ministres sous proposition du ministre de l'information. Le directeur général adjoint, le directeur des relations publiques, le directeur technique, le directeur artistique et le directeur de l'information sont aussi désignés par décret ministériel.

Vient en suite le décret N° 65-61 du 11 mars 1965 qui soumet la RTA directement à la direction de l'information de la présidence de la république. D'où l'importance stratégique que joue l'entreprise dans l'évolution du secteur de l'information(14) .

En 1967, l'ordonnance 67-234 du 09/10/1967 préserve le model de désignation du comité exécutif en y rajoutant un conseil d'administration constitué d'un représentant du conseil des ministres ainsi que des représentants du ministère de l'intérieur, des finances, de la planification, de l'éducation nationale, de la jeunesse et des sport, de la poste et télécommunication, du directeur des relation publiques, du directeur de l'APS et un représentant des travailleurs de l'entreprise.

Le conseil d'administration est chargé des missions suivantes :

- Evaluer les besoins budgétaires de l'entreprise
- S'occuper de l'organisation interne de l'entreprise
- Etablir le plan d'action de l'entreprise en termes de programmation des activités et des investissements.

Le décret 86-147 dans son article 2, stipule que le directeur général de l'ENTV est sous l'égide du ministère de l'information. Le Directeur Général et son adjoint ainsi que leurs missions sont désignés par décret ministériel sous proposition du ministre de l'information. Un conseil consultatif est aussi désigné par ce même décret. Un décret qui conforte un monopole sur la gestion de l'ENTV, les décideurs, le conseil d'administration, tous désignés par la tutelle, aucun vote ni élection n'est encore à l'ordre du jour.

L'ENTV, connaît encore une fois une nouvelle réorganisation selon le décret exécutif n° 91-100 du 20 avril 1991 érigeant l'entreprise nationale de télévision en établissement public à caractère industriel et commercial de télévision. L'article 2 de ce même décret place l'établissement sous la tutelle de l'autorité désignée par le Chef du Gouvernement. Quand à son article 9, il stipule que « L'établissement est

Autorité de régulation audiovisuelle:

L'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel exerce en toute indépendance sa mission essentielle de veiller au libre exercice de l'activité audiovisuelle dans les conditions définies par la loi relative à l'audiovisuel, la législation et la réglementation en vigueur. L'autorité a le pouvoir de réguler toute activité audiovisuelle en Algérie, indifféremment du mode de diffusion des services audiovisuels.

Ses missions révèlent une autonomie égale à celle du CSA en France ou celle de OfCom en Angleterre notamment dans la libération de l'activité journaliste et assurer à ce que cette liberté soit pratiquée, et surtout instaurer les béaba du journalisme et l'impartialité de l'information avec toutes ses composantes :

- Veiller à l'impartialité des services de communication audiovisuelle relevant du secteur public.
- Veiller au respect de l'expression plurielle des courants de pensée et d'opinion dans les programmes des services de diffusion sonore et télévisuelle, notamment lors des émissions d'information politique et générale.
- Veiller à garantir l'objectivité et la transparence, veiller à la protection de l'enfant et de l'adolescent, ainsi qu'au respect de la dignité humaine.
- Veiller à ce que tous les genres de programmes audiovisuels présentés reflètent la diversité culturelle nationale et promouvoir les deux langues nationales.
- Veiller à ce que les événements nationaux d'importance majeure ne soient pas retransmis en exclusivité de manière à priver une partie importante du public de la possibilité de les suivre en direct ou en différé sur un service de télévision à accès libre(11).

Cependant, lorsqu'on revient à l'article 57, on retient que l'ARAV est composé de neuf membres nommés par décret présidentiel, dont cinq désignés par le président de la République, deux membres non parlementaires, proposés par le président du Conseil de la nation, et deux membres non parlementaires, proposés par le président de l'Assemblée populaire nationale.

Cette composante a ouvert un grand débat au sein la presse nationale autour de la manière de désigner ses membres, et non les élire ou au moins une partie (12) . Une désignation des membres exclusivement de la part des pouvoirs publics remettrait en cause « l'autonomie » de l'instance.

4) La gestion interne de l'EPTV:

Les réformes liées au code de l'information en 1991, donne lieu à « une innovation dans la littérature traitant de l'audiovisuel en Algérie(13) », ainsi à la faveur de la promulgation des décrets exécutifs No91-100 et 91-101 la télévision

réflexes éloignés de la nouvelle donne politico-médiatique qui préconise une liberté d'expression.

Cette rupture se démarque aussi par une autre mission affiliée au CSI, encore une fois pour la première fois dans l'histoire politique de l'Algérie indépendante, c'est l'instauration des conditions relatives à la production des programmes audiovisuels traitant de la campagne électorale législative de juin à décembre 1991, en matière de nombre d'émission et l'ordre de leur diffusion, de durée, des dates et des heures de leur diffusion.

Force est de constater que même si cette loi est gelée par le décret d'état d'urgence du 9 février 1992 et l'instance de régulation d'ailleurs, suite à la situation sécuritaire qu'a connu l'Algérie en cette période, elle marque une rupture par rapport au code de l'information de 1982 et aux dispositifs réglementaires antérieurs qui favorisent le monopole du parti unique sur la vie publique et politique.

Cette phase marque le début de l'abolition des lois et des méthodes héritées du parti unique.

Cependant, « la main mise » de l'état sur les médias public audiovisuel n'a pas été levée et s'est encore raffermi avec la venue d'Abdelaziz BOUTEFLIKA(8) au pouvoir en 2009 où il déclare dans son discours que « les médias publics appartiennent à l'Etat ». Une déclaration qui consolide encore une fois et de façon plus claire que c'est l'autorité suprême qui contrôle tout le système national de la télévision pour la prochaine décennie, voir plus.

3-c) à partir de 2011 : L'opacité de l'ouverture du champ audiovisuel

En 2011, alors que le monde arabe est en pleines révolutions et en phases de transitions « démocratiques », le président Abdelaziz Bouteflika voulant canaliser et calmer les tensions sociales naissantes en Algérie influencés par ces différents mouvements arabes, décrète une ouverture audiovisuelle pour la première fois en 2012. Jusque là, l'Algérie était le seul pays avec la Libye au Maghreb qui n'avait pas entrepris le processus de libéralisation du secteur de l'audio-visuel(9) .

Cette loi a été suivi par diverses réformes en 2014 et 2016, cependant, elles affinent une continuité dans l'exposé des principes fondamentaux qui servent de base à la régulation de l'activité de l'information(10) particulièrement dans le domaine des médias publics : aucune loi ni textes n'ont été revus, l'exercice monopoliste et « la main mise » sur les médias publics a été maintenue, hormis que toutes les activités audiovisuelles sont soumises au service public selon Art. 59. « *L'activité audiovisuelle est une mission de service public* ». Le service public des médias reste alors au service de l'état, un service gouvernemental, exerçant ses fonctions propagandistes habituelles.

démocratie qui a eu des répercussions positives sur les médias(6). Cette ouverture était caractérisée par la loi 90-07 du 03 Avril 1990, qui dans ses articles 2 et 3 ouvre le droit à la liberté d'expression. Quand l'article 04 de cette même loi, déclare les secteurs des médias (presse écrite, radio et télévision) ouverts aux investissements privés. Rappelons-le, cette réforme s'est faite en l'absence du ministère de l'information.

Pour le secteur de l'audiovisuel, cette loi recèle un ensemble de textes législatifs qui néantissent la politique monopoliste et hégémoniste du secteur de l'audiovisuel, celui de la télévision particulièrement.

L'article 12 du décret du 20 avril 1991, réorganise ce secteur en entreprise publique à caractère industriel et économique (EPIC), sa nomination devient donc l'entreprise publique de la télévision (EPTV). Dans ce texte, la frange de l'autonomie de l'EPTV est définie par l'article 3 du même texte : « doté de la personnalité morale de droit public et de l'autonomie de gestion administrative et financière ».

Cependant, aucune ouverture du secteur aux privés (combien même cette même loi l'autorise) ne se fait entendre suite à la situation sécuritaire de l'Algérie durant les années 1990.

- Le conseil supérieur de l'information.... Rupture avec le monopole ?

Dans le sillage de la transitologie qu'entreprend l'Algérie en cette période marquée par l'ouverture médiatique exige en effet une organisation de régulation. C'est alors qu'est né « Le Conseil supérieur de l'information » instauré par la loi n° 90-07 du 3 avril 1990 relative à l'information en tant que mécanisme régulateur. Le CSI avait pour missions envers le secteur de la télévision, telle définies dans l'article 59 du code de l'information 1990

- de garantir l'indépendance et l'impartialité des organes du secteur public de la radiodiffusion sonore et de la télévision ainsi que l'autonomie respective des professions du secteur;»
- et de lui assurer une marge d'autonomie en termes de programmation et de production.

En ce qui est de la constitution du CSI, l'article 72 du même texte de loi la définit : « le CSI est constitué de 12 membres, 03 choisis par le chef de l'état, 03 par le président de l'assemblée nationale et 06 élus par les journalistes des différents corps médiatiques », la condition du choix des journalistes est déterminée par 15 ans minimum de pratique journalistique. Cette organisation rompt en effet avec l'autorité directe de l'état, toutefois, elle reste proportionnelle vu que la moitié du conseil est mise en place par l'état, et l'autre moitié représente des journalistes ayant « exercé longtemps aux ordres de l'ancien régime(7) », subséquemment avec des

Par décret du 19 janvier 1985, une instance de régulation spécifique à l'audiovisuel est créée sous l'égide du HCI. Cette instance est chargée, principalement, de « l'orientation, la planification et la coordination en matière de programmes et de distribution cinématographique et télévisuelle» (art. 1). L'article 2 de ce même décret lui assigne «mission d'étudier et de se prononcer sur les programmes annuels de production et de coproduction de films et téléfilms de fictions, d'émettre des recommandations et orientations sur les contenus des films à réaliser en conformité avec nos valeurs nationales, les options du pays et les exigences de l'esthétique ; de déterminer les lignes générales pour l'acquisition et l'exportation de films et téléfilms et autres programmes télévisuels en veillant au respect des valeurs, principes et orientations du pays». Si dans les réalités cette nouvelle structure n'a exercé aucune activité, on observe à quel point ses concepteurs ont eu la préoccupation d'orienter strictement le fonctionnement de la télévision pour restaurer le monopole d'État au moment où de fortes turbulences extérieures s'annoncent(5).

- la constitution de l'ENTV:

En 1986, une nouvelle organisation du secteur de l'audiovisuel algérien est entreprise, il s'agit de l'écclatement de la RTA en 04 entreprises indépendantes l'une de l'autre, cependant toutes sous tutelle de l'état :

- Constitution de la l'entreprise nationale de la radio (ENRS) par décret 86-146 du 1^{er} Juillet 1986.
- Constitution de l'entreprise nationale de la télévision (ENTV) par décret 86-147 du 1^{er} Juillet 1986.
- Constitution de la télédiffusion algérienne (TDA) par décret 86-148 du 1^{er} Juillet 1986.
- Constitution de l'entreprise nationale de l'audiovisuel (ENPA) par décret 86-149 du 1^{er} Juillet 1986.

Cette nouvelle réorganisation a pour avantage de spécifier pour la première fois, les missions de l'audiovisuel et répartir les tâches d'une façon complémentaire sur les différentes entreprises tout en leur préservant le caractère monopoliste dans la diffusion des programmes à travers le territoire national. Cette réorganisation donne naissance à l'ENTV par décret 86-147 du 1^{er} Juillet.

3-b) De 1990 à 2011 : ouverture médiatique..... Fragilisée

1990 est une date qui marque un tournant décisif dans toute l'histoire de l'information en Algérie. En cette année, l'Algérie a vécu une brève phase de

législation française en la matière, soumet la radio télévision au « monopole de l'Etat », au ministère de l'information particulièrement, s'ajoute à cela l'orientation idéologique et politique du contexte informationnel(۳) qui était au service principalement de l'application des objectifs tracés par la révolution algérienne.

3) Réorganisation juridique et législative du secteur de l'audiovisuel algérien

3-a) De 1982 à 1990 :

Il fallait attendre 1982 soit 20 ans plus tard, pour que le premier « code de l'information » dans l'histoire de l'Algérie indépendante soit promulgué, le 06 février 1982. Cependant, cette décision « importante » n'est pas loin des premiers textes juridiques valorisant le monopole décrétés par l'Etat.

Cette loi est revisitée en 1984. Les textes promulgués ne représentaient qu'une continuité dans le processus législatif de du code précédent, avec une première dans l'histoire de la régulation des média : instauration de la première instance de régulation, le haut conseil de l'audiovisuel.

- Le haut conseil de l'audiovisuel..... Instance accessoire

Les autorités algériennes, se sont inspirées des politiques publiques étrangères occidentales notamment, pourtant ouvertes au pluralisme et à la concurrence. Tel « un effet de mode », elles mettent en place leur première autorité de régulation en 1984, il s'agit du « haut conseil de l'information ». Cet organe de régulation a été formalisé par le décret du 10 novembre 1984.

Il a pour mission renforcer et coordonner l'action des pouvoirs publics dans le domaine des médias (4). Cependant, autorité « obsolète », les médias audiovisuels continuent à être gérés par la tutelle sans avoir recours à ces autorités de régulation. Le gouvernement souvent représenté par le ministère de l'information mais aussi le chef de l'Etat lui-même.

L'article 2 du texte assigne notamment à la structure, dans le cadre du monopole, la charge de « garantir l'égalité du droit à l'information à tous les citoyens et dans toutes les régions du pays, et de protéger les différentes composantes du groupe social et notamment la jeunesse contre toute atteinte à l'identité et aux valeurs nationales ». Un article dont la noblesse est indiscutable pourtant non concrétisée sur terrain, l'ENTV dite « El Yatima : l'orpheline » du fait qu'elle soit la seule télévision qui caractérise le champ audiovisuel algérien, continu sa mission propagandiste par la fermeture de ces antenne à l'opposition et toute autre opinion diverses et divergentes.

La composition du HCI - présidé par le chef de l'Etat lui-même - fait part exclusive aux représentants de la puissance publique.

autorités de régulations ont aussi le d'imposer des sanctions en cas de manquement aux obligations. Ces instances aussi ont la possibilité de gérer et d'étudier le paysage médiatique audiovisuel propre au pays.

2) La conception de la régulation des médias:

Le régime politique adopté par l'état définit le système de régulation appliqué dans ce même état. On comprend par là, qu'il existe divers systèmes de régulation. Généralement, ces appareils s'appliquent sur tous les domaines de gestion de l'Etat, les médias notamment. On compte alors :

- « le système de régulation autoritaire » adopté par les régimes d'Etats autoritaires dit « dictateurs » : Ce système de régulation est appliqué dans les politiques monopolistes où les différents corps médiatiques appartiennent à l'état et/ou au service de l'état, c'est à dire que l'on peut compter des médias privés, cependant propagandistes en faveur de l'état. Quand à l'ouverture sur les médias, elle n'existe pas ou elle est contrôlée, la liberté d'expression dans ce contexte est bien entendu instrumentalisée. Ce système est très répandu dans les pays sous développés ou en voie de développement ; dans les pays arabes et en Afrique notamment.
- « Le système de régulation pluraliste-libéral », qui garantit une pluralité et une liberté d'expression dans l'exercice médiatique par la diversité des points de vue, la confrontation des opinions et l'existence d'une opposition. Le système se caractérise aussi par une concurrence ouverte. Ce système est largement répandu en Europe occidentale et en Amérique du nord.
- et enfin et « le système de régulation conditionné par le droit public » qui se base sur des critères qui viennent corriger les effets négatifs des deux systèmes précédents, à savoir garantir la liberté d'expression et veiller à ne pas qu'elle soit instrumentalisée.

2-a) la conception de la régulation des médias audiovisuels en Algérie :

Le système de régulation des médias en Algérie s'inscrit dans les systèmes de régulation autoritaire. En effet, le pouvoir politique est le maître suprême du contrôle permanent des médias. Dans les différents champs politiques de l'Algérie, les médias audiovisuels publics, malgré leur caractère « public », ils ont exercé autant que médias gouvernementaux. Cela renvoie à l'hypothèse que le journaliste est un fonctionnaire de l'État et/ou au service de l'état.

En effet, au lendemain de l'indépendance, la télévision algérienne connaît sa première organisation en 1963, par décret n° 63-684 du 01 Aout 1963 lui confiant le monopole de la diffusion radiophonique et télévisée sur tout le territoire de la République, donc pas d'ouverture au secteur privé. Le décret, s'inspirant de la

1) Origine et mission des organes de régulation :

L'origine des organes de régulation remonte au XVIII^e siècle, leur antécédent est très ancien, il s'agit de « l'Ombudsman », c'est une institution publique qui a existé en cette époque en Suède. Cette tendance s'est vite répandue dans les Etats scandinaves suivi de l'Europe occidentale puis les autres pays à travers le monde l'ont adopté.

1-a) l'origine des autorités de régulation :

Les organes de régulation dans ce contexte historique représentaient « un médiateur de la République » dont le rôle consistait principalement à résoudre toutes les difficultés ou amalgames entre gouverneurs et gouvernés.

Néanmoins, afin que toutes décisions ou solutions prises soient neutres et justes, il a fallu instaurer un statut « indépendant » caractérisant ces instances. Ce statut les protégera de toutes pressions extérieures particulièrement gouvernementale qu'elles soient exécutif, législatif ou celles liées aux partis politiques.

C'est ainsi qu'ont été créées les « Autorités Administratives Indépendantes ».

Lorsqu'on décortique le concept ou l'appellation de ces instances « autorité indépendante de régulation », il se dégage les principales missions et caractéristiques liées à ces instances :

- une institution « indépendante »: il s'agit du principe le plus crucial. L'indépendance vis-à-vis de l'exécutif, du législatif et du judiciaire.
- L'instance de régulation est « une autorité »: ce qui nous laisse relever l'action et l'éventualité d'un exercice de pouvoir de décision de sorte que les entreprises régulées se doivent d'appliquer les lois et les textes promulgués, et que l'instance de régulation a le pouvoir de contrôle et de remise en cause en cas de non application ou de dépassement des limites préconisées par les lois.
- Une autorité « administrative »: elle se trouve dans la mouvance de l'Etat. Elle n'appartient pas aux pouvoirs législatif ou exécutif. Elle est à côté de l'exécutif. Les décisions prises par l'autorité de régulation sont des actes administratifs et de ce fait sont susceptibles de faire l'objet d'un recours devant le Conseil d'Etat(1).

1-b Les missions des organes de régulation:

Dans la majorité des Etats, l'autorité de régulation n'exerce pas de pouvoir dans le domaine des télécommunications(2). Ses missions sont définies particulièrement sur le plan communicationnel, éditorial et commercial.

Leur mission se résume généralement sur le pouvoir d'attribution des autorisations pour l'investissement dans des entreprises médiatiques, le contrôle et la veille du respect de la législation et la réglementation par les entreprises audiovisuels. Les

Les télévisions publiques fonctionnent selon des textes juridiques et législatifs ainsi que des cahiers des charges qui définissent leur organisation, leur gestion et leurs missions. Ces textes règlementaires devraient leur permettre protection optimale des différentes pressions extérieures politiques et économiques particulièrement, et mieux gérer l'entreprise afin de ne pas subir des pressions intérieures.

Seulement, ces textes ne constituent pas toujours une protection pour ces télévisions, du fait qu'ils ne soient pas fixes et sont soumis à diverses réformes et modifications, cependant « au grès » des gouverneurs particulièrement dans les régimes politiques autoritaires.

C'est pourquoi dans des états de droits, des autorités de régulations sont érigées autant d'institution « autonome » afin de libérer les différentes entreprises médiatiques de l'emprise monopoliste de l'état d'une part et assurer une « stabilité » juridique et législative à ces appareils. Elles sont un « médiateur indépendant » entre le gouvernement, le média et le public

La présence des autorités de régulation joue un rôle important dans la consolidation des missions des télévisions publiques, elles constituent un lien fictif entre l'entreprise et son public en matière de plaintes, de recommandations ou de remarques, aussi dans la remise à l'ordre des ces télévisions en cas de dépassement.

Néanmoins, le régime politique dominant définit les limites d'exercice et d'indépendance de ces instances : il est à noter que ces instances sont entièrement dépendantes de l'état dans les pays à régime autoritaire, pendant qu'elle jouisse d'une liberté d'exercice et concrétisation des missions qui lui sont octroyées indépendamment de l'autorité exécutifs, législatifs et des partis politiques des les régimes libéraux.

L'Algérie dans toute sa chronique politique ; de l'hégémonie de l'état-parti unique institué au lendemain de l'indépendance jusqu'aux « prémices » de l'ouverture démocratique, les médias audiovisuels de service public, particulièrement, ont de tout temps constitué l'apanage du gouvernement, c'est ainsi le recours à ces institutions indépendantes de régulation ne constituait pas une nécessité. Les textes de lois et les modalités de leur gestion et leur régulation ont de tout temps été en faveur d'une activité propagandiste au service de l'état. Cependant, certaines tentatives d'instauration des instances de régulation des médias audiovisuels ont été osées, néanmoins leur intervention juridique et régulatrice était limitée.

La régulation des médias de service public: Système et législations en Algérie

Prof.Dr.Redouane BOUDJEMA
redouaneisic@gmail.com
Université d'Alger3

Dr.Nour El Houda Bouzegaou
phil_nore@yahoo.fr
Université d'Alger3

Résumé

A travers cette étude, nous essayerons de poser la problématique des medias publics et leurs instruments de régulations en Algérie.

Le paysage audiovisuel en Algérie au lendemain de l'indépendance, a été marqué par le monopole d'une seule entreprise médiatique audiovisuelle, radio et télévision constituant ainsi une seule entreprise RTA jusqu'en 1986, l'entreprise à cette date connaît une réorganisation en l'éclatant pour donner quatre entreprises médiatiques dont la radio et la télévision comme deux entreprises indépendantes l'une de l'autre cependant, toutes les deux sous la même tutelle à savoir le ministère de l'information.

Cependant, sur le plan législatif, ce secteur n'a pas bénéficié d'un code de l'information à part entière au lendemain de l'indépendance comme pour d'autres domaines, il s'agissait de lois glanées souvent des codes de l'information français. Il fallait attendre 20 ans après l'indépendance (1982) pour que le premier code de l'information soit promulgué. A partir de cette date, plusieurs réformes ont été apportées à ce code, à noter que l'activité journalistique et les missions propagandistes en faveur de l'état ont de tout été maintenues

Après l'ouverture politique de 1989, une autre sur l'information en 1990 qui ouvre le champ médiatique sur l'investissement privé, avec cette ouverture la télévision publique jouit d'une marge de liberté se caractérisant par la dotation de la personnalité morale de droit public et de l'autonomie de gestion administrative et financière que la loi lui octroi, ajouté à cela une première dans l'histoire médiatique.

La parenthèse de l'ouverture a été bouclée avec l'arrêt du processus démocratique en 1992 et l'instauration de l'état d'urgence, les medias du secteur public se ferment et feront de plus en plus dans la propagande au service du pouvoir politique en place.

Dans cette études, nous reviendrons sur les différentes lois qui ont régie le paysage médiatique audiovisuel algérien comme nous ferons un balayage de toutes les initiatives relatives à l'instauration de ces instances au lendemain de l'indépendance jusqu'à nos jours.

Mots clefs : Régulation –Système- service public-législations- télévision publique.

Introduction:

***La régulation des médias de service public:
Système et législations en Algérie***

Prof.Dr. Redouane BOUDJEMA

Dr. Nor El Houda BOUZEGAOU

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

E- Site Manager

Mohamed Ali

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jpr. epra.org.eg

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Journal



of P R e s e a r c h

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Seventh year - Twenty Third Issue - April / June 2019

Arab Impact Factor 2018 = 1.48

French Researches:

- **Prof. Dr. Redouane BOUDJEMA** - Université d'Alger3
Dr. Nor El Houda BOUZEGAOU - Université d'Alger3
La régulation des médias de service public : Système et législations en Algérie 7

English Researches:

- **Associate Prof. Dr. Akhmed Khamis Kaleel** - American University in the Emirates
Associate Prof. Dr. Thouraya Snoussi - University of Sharjah
Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study 23
- **Safia Mohammad Saleh** - University of Sharjah
The Impact of Social Media on Newsroom Operations in the UAE 37

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Moustafa Saber Elnemr** - Zagazig University
Dr. Ghada Moustafa Elbatrik - Taif university
Modern Trends in Arab Youth Use Research for Traditional and New Media from January 2009 to December 2018 55
- **Associate Prof. Dr. Omar Ibrahim Boussada** - King Khalid University
The Role of Modern Techniques in News Production Television:
A Theoretical Study 56
- **Dr. Dalia Moustafa El Sawah** - Helwan University
The Role of Social Networking Sites in Supporting the Concept of Social Accountability of University Students: Field Study on a Sample of Egyptian University Students in Public and Private Universities 57
- **Dr. Nasruddin Abdulqader Osman** - Ajman University
The Role of the New Media in the Promotion of Rumors and Mechanisms to Prevent them: Field Study on Media Professors and Journalists 59
- **Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali** - Suez University
The Arab Communication Studies in Crises: An Analytical Study: (Meta-Analysis) 60
- **Khadijah Hammad Hamdi Alkabkabi** - Umm Al-Qura University
Strategies of Public Relations Agencies in Management of the Crises of Enterprises: "Survey Study" 61

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2019@APRA

www.jprr.epra.org.eg

