جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة – الجزائر
ISSN: 1112-4377, EISSN: 2588-2384
المجلد: 30 العدد: 01 السنة: 2025
مجلة المعيار
EL MIEYAR

الخطاب الخرافي في البرامج الدينية والاجتماعية الجزائرية:
دراسة تحليلية نقدية لعينة من البرامج التلفزيونية في ضوء أخلاقيات الإعلام

Superstitious Discourse in Algerian Religious and Social TV Programs: A Critical Analytical Study in Light of Media Ethics

حسين بوصالح[1]
h.boussalah@univ-bouira.dz
https://orcid.org/0009-0009-1043-4340

تاريخ الاستلام: 2025/09/21 **تاريخ النشر: 2025/12/15**
Received: 21/09/2025 ***published: 15/12/2025***

ملخص:

تتناول هذه الدراسة تحليل الخطاب الإعلامي الخرافي في برامج دينية واجتماعية جزائرية ذات نسب مشاهدة عالية، من خلال عينة عمدية وتحليل نوعي للغة والصورة والضيوف. أظهرت النتائج شيوع رموز خرافية وشهادات غير موثقة تعزز التفكير الغيبي، خصوصًا لدى فئات هشة كالمراهقين والنساء. وتُبرز الدراسة غياب التأطير الأخلاقي والعلمي، ما يستدعي تدخلًا تنظيميًا وتوعويًا من قبل الجهات المعنية. كما تم ربط التحليل بالسياق الجزائري ودور سلطة الضبط السمعي البصري في التصدي لهذه الظواهر.

الكلمات المفتاحية :الخرافة، الإعلام الديني، البرامج الاجتماعية، الدجل، تحليل الخطاب، أخلاقيات الإعلام، سلطة الضبط.

Abstract :

This study analyzes superstitious discourse in high-viewership Algerian religious and social TV programs using purposive sampling and media discourse analysis. Results show widespread symbolic narratives that promote pseudoscience and unverified testimonials, especially targeting vulnerable groups. The study reveals a lack of ethical and scientific framing, calling for regulatory and educational responses. The analysis is framed within Algeria's media landscape and highlights the role of the audiovisual regulatory authority in addressing these practices.

***Keywords**: myth, religious media, social programs, fraud, discourse analysis, media ethics, regulatory authority.*

[1] – جامعة أكلي محند أولحاج البويرة الجزائر

I. مقدّمة :

شهد الإعلام الجزائري في السنوات الأخيرة تحولًا في طبيعة البرامج الدينية والاجتماعية، إذ لم تعد مقتصرة على التثقيف والإرشاد، بل أصبحت تمزج بين الترفيه والتحليل النفسي الشعبي والسرد القصصي لجذب الجمهور في ظل المنافسة التلفزيونية. غير أن هذا التحول أفرز ظاهرة مقلقة تمثلت في تصاعد الخطاب الخرافي والدجلي الذي يستند إلى رموز ومفردات غيبية مستمدة من الموروث الشعبي أكثر من المرجعية الدينية أو العلمية.

فقد باتت بعض القنوات تستضيف رقاة ومشعوذين يتناولون قضايا اجتماعية مثل الطلاق والاكتئاب وتأخر الزواج بتفسيرات خرافية كالسحر والعين والمسّ، مما أثار جدلًا واسعًا ودفع سلطة الضبط السمعي البصري إلى إصدار بيانات تحذيرية تدعو إلى وقف الترويج للخرافة تحت غطاء الدين أو الاستشارة الاجتماعية

وانطلاقًا من هذا الواقع، صيغت إشكالية البحث في التساؤل الرئيس :كيف يتجلى الخطاب الخرافي في البرامج الدينية والاجتماعية الجزائرية، وما مدى التزامها بأخلاقيات الممارسة الإعلامية وتأثيرها على الجمهور؟

2 .الفرضيات:

ـ تتضمن العديد من البرامج الدينية والاجتماعية الجزائرية خطابًا خرافيًا يتعارض مع المرجعيات العلمية والأخلاقية للمهنة.

ـ يلقى هذا الخطاب قابلية واسعة لدى بعض الفئات الاجتماعية الهشّة التي تتأثر بالطرح العاطفي والغيبي.

ـ لا تلتزم المؤسسات الإعلامية بالمعايير الأخلاقية الكافية للحد من انتشار هذا النوع من الخطاب رغم وجود تحذيرات رسمية.

3.أهداف الدراسة:

- تحليل المضامين الخطابية للبرامج الدينية والاجتماعية في الجزائر من زاوية حضور الخرافة والدجل.
- إبراز العوامل التي تساهم في إنتاج وترويج هذا النوع من الخطاب.
- دراسة مدى تأثير هذه البرامج على الجمهور المتلقي.
- الوقوف على مدى احترام أخلاقيات الإعلام في معالجة المواضيع الغيبية والدينية.
- استعراض دور سلطة ضبط السمعي البصري في مواجهة هذه الانزلاقات الإعلامية.

4 .أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من عدة اعتبارات نظرية وتطبيقية، يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

ـ تسعى الدراسة إلى الإسهام في سدّ فراغ بحثي قائم في حقل الإعلام الديني والاجتماعي، من خلال معالجة ظاهرة الخطاب الخرافي باعتبارها إشكالية لم تحظَ بالقدر الكافي من التحليل العلمي

ـ تُسلّط الضوء على مدى التزام القنوات الجزائرية الخاصة بأخلاقيات المهنة الإعلامية، لا سيما في البرامج التي تتناول موضوعات دينية واجتماعية تمسّ شريحة واسعة من المواطنين، وبالتالي فهي تساهم في ترسيخ الوعي المهني لدى صناع المحتوى الإعلامي

ـ ترصد الدراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية المحتملة لهذا النوع من الخطاب على فئات هشة في المجتمع، مثل النساء،

المرضى، والمراهقين، مما يبرز الحاجة إلى رفع مستوى الوعي العام بمخاطر ترويج الدجل والخرافة تحت غطاء الإعلام الديني.

ـ توفّر نتائج البحث أرضية علمية يمكن أن تُستثمر من قبل الهيئات الرقابية والتنظيمية، مثل سلطة ضبط السمعي البصري، في مراجعة السياسات التحريرية للقنوات وتعزيز الضوابط الأخلاقية لمحتوى البرامج.

5 . منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ذي المقاربة النوعية، نظرًا لطبيعة الظاهرة المدروسة التي تتطلب فحصًا دقيقًا لتمثلات الخطاب الخرافي في البرامج التلفزيونية، من خلال تحليل المضامين والسياقات والمواقف التعبيرية.

يُعرّف هذا المنهج بأنه "أسلوب بحث يُعنى بفهم الظواهر الاتصالية في سياقاتها الطبيعية، مع التركيز على المعاني والتفسيرات الرمزية " (**Denzin & Lincoln, 2005**).وقد تم توظيفه هنا في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، بالنظر إلى أن الدراسة تتعامل مع محتوى لغوي–رمزي يُبث عبر وسائط سمعية–بصرية، ويعكس توجهات ثقافية واجتماعية.

Fairclough (1995) يرى أن تحليل الخطاب لا يكتفي بوصف النصوص، بل يتعدى ذلك إلى كشف التوجهات الإيديولوجية الكامنة خلفها، وهو ما يناسب طبيعة هذه الدراسة التي تبحث في أنماط التمثيل الخرافي تحت غطاء إعلامي.

6. أدوات جمع المعلومات:

تم اعتماد أداة تحليل الخطاب، عبر شبكة تحليل نوعي صمّمت لرصد تمثلات الخرافة في البرامج التلفزيونية وفق المؤشرات التالية:

- اللغة والمصطلحات المستعملة (مفاهيم غيبية – سحر – مس – طاقة – إلخ)
- نوع الضيف (راقي، شيخ، مريض، متصل، ضحية)
- الرموز البصرية (لباس ديني، مؤثرات، موسيقى)
- نوع الرسائل الموجهة (وعد بالحل، تخويف، تهويل، لوم)

كما تم توظيف نموذج تحليل المضمون النوعي وفق مبدأ الوحدات الدلالية المرتبطة بالخطاب الخرافي.

7 ـ عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عينة قصدية (عمدية)، وهي إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية التي يُلجأ إليها عندما يملك الباحث معرفة مسبقة بخواص مجتمع الدراسة، ويسعى إلى اختيار الوحدات التي تمثّل ظاهرة معينة بوضوح. وقد تم تحديد العينة بناءً على الهدف التحليلي لا الإحصائي، إذ تُعدّ العينة العمدية أنسب لمقاربة تحليل الخطاب في سياقات إعلامية محددة. و تُعرف العينة القصدية بأنها: " العينة التي يختارها الباحث بناءً على حكمه الشخصي في تحديد العناصر الأكثر تمثيلًا للظاهرة المدروسة (عبيدات، 2004)

مكونات العينة:

تتكون العينة من خمس4 حلقات تلفزيونية تم اختيارها من برامج بثتها قنوات جزائرية خاصة (النهار، الحياة، الشروق ، الوطنية)، حيث تمثل هذه البرامج نماذج للطرح الخرافي في السياق الإعلامي الراهن، ومن أبرزها:

- "عشت وشفت" (يوسف نكاع – قناة الشروق }
- "حياة جديدة" (هشام بوقفة – قناة الحياة)
- **weekend**"" (ياسين كنطاش – قناة النهار)
- راك "في التحقيق تقديم مستر **AB** ،{ قناة الوطنية }

8. الحدود الزمانية والمكانية:

- الحدود الزمانية :الفترة الممتدة من يناير 2025 إلى أبريل 2025، وهي فترة عرفت تصاعدًا في الإنتاج الإعلامي لهذا النوع من البرامج، إلى جانب صدور تحذيرات من سلطة الضبط.
- الحدود المكانية :تقتصر الدراسة على القنوات الجزائرية الخاصة التي تبث داخل التراب الوطني وتستهدف الجمهور الجزائري بشكل مباشر عبر الأقمار الصناعية أو الإنترنت.

9. الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

العنوان :***الخطاب الديني في القنوات الجزائرية الخاصة: بين الوظيفة التوعوية والانزياح نحو الإثارة*** / الباحث :د. سامية بوشريط /الجهة الناشرة :مجلة الباحث الإعلامي – جامعة الجزائر 3 السنة 2020 :

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مضمون عدد من البرامج الدينية التي تبثها القنوات الخاصة الجزائرية، مركّزة على مدى التزامها بالوظيفة التوعوية. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون الكيفي لعينة من حلقات برنامج "الدين والحياة."

النتائج:

- رصدت الدراسة انزياحًا واضحًا في بعض الحلقات نحو الإثارة والعاطفة.
- غياب تأطير ديني سليم لدى بعض المتدخلين.
- تضخيم بعض الظواهر الغيبية كالسحر والحسد على حساب التفسير الديني العلمي.

حدود الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في فهم طبيعة الانزياح الذي يطبع بعض البرامج الدينية في الجزائر، وتدعم التوجه الحالي نحو ربط ذلك بالخطاب الخرافي. لكنها لم تدرس الجانب التأثيري على الجمهور أو الإطار الأخلاقي، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة الحالية.

الدراسة الثانية:

العنوان :*تمثلات الخرافة في الإعلام العربي: دراسة تحليلية في ضوء نظرية الغرس الثقافي*/ الباحث :د. عادل عبد السلام / الجهة الناشرة : مجلة البحوث الإعلامية – جامعة القاهرة السنة2021 :

الملخص:

تناولت هذه الدراسة تمثلات الخرافة في بعض القنوات الفضائية العربية، مع توظيف نظرية الغرس الثقافي لتفسير التأثير التراكمي لهذا الخطاب على الجمهور. ركّز الباحث على قنوات لبنانية ومصرية تبث برامج ذات طابع غيبي/روحاني.

النتائج:

- البرامج التي تعتمد الخرافة تنتج صورًا نمطية عن الواقع تزيد من ترسيخ العقلية الغيبية.
- تأثر فئات عمرية متوسطة ومنخفضة التعليم بهذا الخطاب بشكل أكبر.
- تداخل الرموز الدينية والشعبية يؤدي إلى خلق تمثيلات مشوّشة في ذهن المتلقي.

حدود الاستفادة:

تمثل هذه الدراسة مرجعًا نظريًا مهمًا في توظيف نظرية الغرس الثقافي داخل السياق العربي، وهي تفيد هذه الدراسة في الجانب التأثيري وتحليل الرسائل الرمزية، لكن عيّنتها لم تشمل السياق الجزائري ولم تتناول دور الهيئات التنظيمية أو البعد الأخلاقي.

مقارنة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية:

تُظهر المقارنة أن النتائج التي توصّلت إليها هذه الدراسة تتقاطع مع ما انتهت إليه دراسة د. سامية بوشريط (2020) حول انزياح الخطاب الديني نحو الإثارة، لكنها تضيف بعدًا أخلاقيًا لم يتم تناوله سابقًا، يتمثل في مساءلة التغطية الإعلامية من منظور أخلاقي–تنظيمي. كما تتفق الدراسة جزئيًا مع نتائج د. عادل عبد السلام (2021) بخصوص الأثر التراكمي للخطاب الخرافي، غير أنها تقدّم مقاربة محلية جزائرية تُبرز دور سلطة الضبط السمعي البصري في المواجهة، وهو ما لم يُدرس في الأدبيات السابقة. ومن ثمّ، تُسهم هذه الدراسة في سدّ فجوة علمية عبر الجمع بين التحليل الخطابي والنقاش الأخلاقي والتنظيمي.

الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة

1 : الإعلام الديني والاجتماعي في الجزائر

تمثّل البرامج الدينية والاجتماعية في الإعلام الجزائري إحدى الأدوات المركزية في التأثير على الرأي العام، نظراً لطبيعتها التوجيهية وتماسّها المباشر مع القيم الثقافية والدينية للمجتمع. وقد شهد هذا النوع من البرامج تطوراً ملحوظاً بعد فتح المجال السمعي البصري في الجزائر أمام القطاع الخاص، حيث أصبحت العديد من القنوات تدمج الطابع الترفيهي بالمضامين الدينية والاجتماعية لجذب نسب مشاهدة أعلى.

2 . تعريف البرامج الدينية والاجتماعية:

تُعرف البرامج الدينية بأنها: " مجموع الحصص والمضامين التي تقدم على الشاشة التلفزيونية بهدف نقل المعرفة الدينية وتفسير النصوص الشرعية، مع تقديم مواقف وممارسات دينية من منظور فقهي أو وعظي" (الركايبي، 2018، ص. 43).

أما البرامج الاجتماعية فهي: " برامج تهدف إلى معالجة قضايا الحياة اليومية للأسرة والفرد من منظور تربوي أو نفسي أو ديني أو سلوكي، وتُقدَّم غالبًا في قالب حواري أو شهاداتي.(**Boukerzaza, 2015**) "

3 . تطوّر البرامج الدينية والاجتماعية في السياق الجزائري

عرف المشهد الإعلامي الجزائري نقطة تحوّل بارزة ابتداءً من سنة **2012**، تاريخ بداية تفعيل التعددية السمعية البصرية، بعد عقود من احتكار الدولة للقطاع الإعلامي، وهو ما سمح بظهور عشرات القنوات الخاصة، بعضها مرخّص رسميًا وأخرى تعمل ضمن ما يسمى "بالفضاء الحر". وقد أثّر هذا التحوّل بشكل مباشر على بنية المضامين، لا سيما البرامج الدينية والاجتماعية، التي شهدت انتشارًا واسعًا بسبب طبيعتها الشعبية وقوة تأثيرها في الجمهور.

هذه التعددية، وإن مثّلت مكسبًا في مجال حرية التعبير، إلا أنها رافقها فراغ تشريعي نسبي في البداية، ما فسح المجال لانتشار أنماط من البرامج غير المؤطرة مهنياً، منها تلك التي تتناول القضايا الروحية والاجتماعية من منطلقات غيبية، وفي أحيان كثيرة بخطاب شعبي غير مؤسس علميًا أو شرعيًا.

فأصبحت بعض البرامج تقدم "الراقي" أو "المعالج الروحي" بدل المختص أو العالم، مما أدى إلى تشويش على الوظائف الحقيقية للإعلام الديني والاجتماعي، وتحول بعض البرامج إلى ساحات للترويج لأفكار تتقاطع مع الخرافة والدجل، مما استدعى لاحقًا تدخلات من سلطة الضبط للتنبيه إلى خطورة هذا المسار.

ويشير بن ناصر (2021) إلى أن التعددية السمعية البصرية الجزائرية كانت "تحولًا نوعيًا غير مسبوق، لكنه لم يُواكب بضوابط مهنية صارمة، ما أدى إلى انفلات بعض المضامين، خاصة في المجال الديني الحساس" (ص. 76).

4 . وظائف البرامج الدينية والاجتماعية:

تؤدي البرامج الدينية والاجتماعية، نظريًا، مجموعة من الوظائف الجوهرية داخل النسيج الإعلامي، خصوصًا في المجتمعات ذات المرجعية الثقافية—الدينية مثل الجزائر. وتتمثل أبرز وظائفها فيما يلي:

أ/ الوظيفة التثقيفية/التعليمية

تهدف إلى نقل المعرفة الدينية الصحيحة وتفسير النصوص المقدسة بلغة مبسّطة يفهمها الجمهور العريض، مع تبسيط الفتاوى والمسائل العقائدية والسلوكية بما يراعي حاجات المتلقي.

، إن الإعلام الديني يلعب دورًا "في تعميم الوعي العقدي والشرعي وضبط المرجعية الدينية للمجتمع في ظل فوضى التأويلات" (غندور، وظائف الإعلام الديني في الوطن العربي. ، 2017).

ب/ الوظيفة التوجيهية/القيمية

عمل هذه البرامج على غرس منظومة القيم والأخلاق، سواء الدينية أو المجتمعية، كالتسامح، الصبر، التضامن، برّ الوالدين، الإحسان... وذلك من خلال استحضار النماذج والقصص والمواعظ.

ج/ الوظيفة النفسية/الدعوية

توفر للمشاهد بعدًا روحيًا واطمئنانًا نفسيًا، خاصة في أوقات الأزمات الاجتماعية والاقتصادية، حيث تساهم في إعادة التوازن الشخصي للفرد من خلال التذكير بالبعد الإيماني والمصير الأخروي.

د/ الوظيفة الحوارية/التفاعلية

تستضيف البرامج الاجتماعية والدينية خبراء، شيوخ، أطباء، ومواطنين لعرض التجارب والأسئلة والتعليقات، مما يمنحها بعدًا تواصليًا فعالًا بين القناة والجمهور، ويجعلها منبرًا للرأي العام الديني والاجتماعي.

5 ـ تعريف الدجل والخرافة من منظور سوسيولوجي واتصالي

يُشير مفهوم الخرافة إلى كلّ معتقد أو ممارسة تفسر ظواهر الحياة والكون استنادًا إلى قوى غير مرئية أو غير مثبتة علميًا، وتتنافى غالبًا مع المنطق أو الدين المؤسس، مثل الإيمان بالحسد، والسحر، والجنّ، وتدخل الأرواح. أما الدجل فهو عملية توظيف هذه المعتقدات لخداع الآخرين تحت غطاء ديني أو روحي، لتحقيق أغراض مالية أو دعائية.، ويُعرفها بورديو (Bourdieu) ضمن "العنف الرمزي" بأنها:

"ممارسات تفرض معنى معينًا على الواقع مستندة إلى شرعية زائفة، تُمارس من موقع قوة معرفية مدّعاة.(Bourdieu, 1991) "

1.5 : الفرق بين الإرشاد الديني والادعاء الخرافي

التمييز بين الخطاب الديني الرصين والخطاب الخرافي ضروري لفهم انزياح البرامج عن رسالتها الأصلية. ويمكن تلخيص الفروق الأساسية كما يلي:

الخطاب الخرافي	الإرشاد الديني
يقوم على تأويلات شخصية ومصادر غير موثوقة	يستند إلى نصوص شرعية واضحة وتفسير علمي
يُقدَّم من أشخاص يفتقرون إلى التكوين الأكاديمي	يُقدَّم من طرف علماء شرعيين أو مختصين
يهدف للإثارة العاطفية وجذب المشاهدة	يهدف للتربية والإصلاح والتنوير
يعتمد الغموض والرهبة والوعود المطلقة	يعتمد المنطق والحكمة والتدرج

2.5 : أشكال حضور الخرافة في البرامج التلفزيونية

في التجربة الجزائرية، يظهر الخطاب الخرافي في البرامج الدينية والاجتماعية من خلال عناصر متعددة، يمكن حصرها فيما يلي:

أ / عبر الخطاب اللفظي

—استخدام مصطلحات مثل: "عين قوية"، "سحر مرشوش"، "ربط روحي"، "تابعة"... دون شرح علمي.

—وعود بالشفاء الفوري، أو "فتح النصيب" بمجرد تلاوة معينة.

ب/ عبر الضيوف

–استضافة أشخاص يُقدَّمون كـ "رُقاة" أو "معالجين شرعيين" دون خلفية شرعية واضحة.

–تقديم تجاربهم الشخصية كحقائق لا تقبل النقاش.

ج/ عبر الإخراج والصورة

–مؤثرات صوتية مرعبة أو تصويرية (مثل صرخات، دموع، ظلام...) لتأطير المشهد

–استخدام مقاطع "قبل/بعد" للإيحاء بالعلاج الفوري.

هـ/ عبر استراتيجيات الإقناع

–اللعب على العاطفة (البكاء، المعاناة...)

–استدعاء الدين بشكل انتقائي دون سند مؤسسي.

–تبسيط مفرط للمشكلات الاجتماعية على أنها "سحر أو عين" فقط.

كما يشير "الخطاب الخرافي في وسائل الإعلام المعاصرة لم يعد مجرّد انعكاس لموروث شعبي، بل أصبح منتَجًا إعلاميًا يُعاد تشكيله بطريقة تخدم السوق والمنافسة" (رضوان، 2020)

6 ـ تأثير الخطاب التلفزيوني على المتلقي

يشكّل الخطاب الإعلامي أحد أبرز المؤثرات في تشكيل الوعي الاجتماعي، لا سيما حين يتعلق الأمر بمضامين دينية واجتماعية تستند إلى رمزية قوية وتأثير نفسي عميق، وتزداد خطورة هذا التأثير حين تنزاح المضامين من مجال الإرشاد والتنوير إلى الخطاب الخرافي، الذي يحمّل المشكلات الفردية والاجتماعية تفسيرات غيبية قد تُعيق الحلول الواقعية والعلمية.

أولًا: نظريات التأثير الإعلامي

لفهم هذا التأثير، يمكن الاستعانة بعدد من النظريات التي تفسر العلاقة بين الرسالة الإعلامية وسلوك المتلقي، منها:

1. نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

تفترض أن التعرض المتكرر لنوع معين من الخطاب يؤدي إلى ترسيخ تصورات نمطية في أذهان الجمهور، مما يجعلهم يعتقدون بأن الواقع يشبه ما يشاهدونه على الشاشة.

وبحسب **Gerbner & Gross (1976)** ، فإن "وسائل الإعلام لا تغيّر المواقف بشكل مباشر، بل تزرع تدريجيًا إدراكًا مشوّهًا للواقع."

مثال: إذا شاهد المتلقي عدة برامج تربط العقم أو الطلاق بالسحر، فسيُكوّن اعتقادًا بأن هذه الظواهر لا تُفسَّر إلا غيبيًا.

2. نظرية التأثير التراكمي (Cumulative Effects Theory)

تشير إلى أن تأثير وسائل الإعلام لا يتم دفعة واحدة، بل يحدث بتراكم الرسائل وتكرارها على مدى طويل، ما يجعل الجمهور يتبنّى الأفكار المطروحة ضمنيًا.

.3نظرية التقبل النشط(Active Audience Theory)

تفترض هذه النظرية أن الجمهور ليس متلقيًا سلبيًا، بل يختار ويفسّر المحتوى وفق خلفيته الثقافية والاجتماعية، مما يفسر لماذا تنجذب بعض الفئات إلى الخطاب الخرافي أكثر من غيرها.

1.6 : الجمهور الجزائري كحالة نفسية وثقافية

يتفاعل الجمهور الجزائري –كباقي المجتمعات ذات الخلفية الروحية القوية – مع الخطاب الديني والاجتماعي بناءً على **مزيج من الإيمان الشعبي، والموروث الثقافي، والاحتياجات النفسية** .وتُظهر الدراسات الميدانية أن فئات واسعة من المشاهدين، لا سيما **النساء، المرضى، والمراهقين**، يكونون أكثر عرضة لتأثير الخطابات التي توظف الغيب، لما توفره من **تفسير بسيط ومُريح لمشكلاتهم**. كما يلاحظ أن "البرامج التي تُدخل السحر والعين والحسد ضمن تفسيراتها تجد إقبالاً لافتًا في الأوساط الشعبية، لأنها تنسجم مع ما يُتداول شفويًا في الثقافة المحلية" (بوحفص، 2020)

هذا التفاعل لا يُعزى فقط إلى فقر التكوين العلمي أو الديني، بل إلى:

- **الاحتياج النفسي** لحلول عاجلة.
- **الثقة المفرطة في الإعلام التلفزيوني**.
- **غياب خطاب ديني عقلاني ومؤسس** على التحليل المتوازن داخل وسائل الإعلام.

2.6 : قابلية التصديق والانجذاب نحو الطابع الغيبي

تشير الأبحاث إلى أن الخطاب الغيبي يكتسب جاذبية خاصة حين يُقدَّم بلغة مؤثرة وعاطفية، ويوظف عناصر درامية (بكاء، مؤثرات صوتية، شهادات حية...). وهذا ما يجعل الجمهور:

- يُصدّق بسهولة ما يُقال حتى دون تحقق.
- يربط بين مشاكله الشخصية والعلل الغيبية.
- يُقلّل من أهمية الحلول الواقعية (طب، قانون، علم نفس...).

هذا السياق يجعل من الضروري مساءلة الخطاب المقدم في هذه البرامج، ليس فقط من الناحية المهنية، بل من زاوية الأثر النفسي والاجتماعي بعيد المدى.

7. أثر الخطاب الخرافي في البرامج الدينية والاجتماعية على المجتمع الجزائري

يمتدّ تأثير الخطاب الخرافي الذي يُقدَّم عبر البرامج الدينية والاجتماعية في الجزائر إلى مستويات متعدّدة تمسّ البنية النفسية والثقافية والسلوكية للمجتمع، وهو ما يجعل هذه الظاهرة ليست مجرد انحراف مهني، بل قضية اتصالية–اجتماعية–قيمية لها تداعيات بعيدة المدى.

1.7 : تكريس التفكير الخرافي بدل العقلاني

حين تُقدَّم قضايا مثل الطلاق، العقم، البطالة، أو حتى الأمراض النفسية ضمن سياق غيبي (عين، سحر، جنّ...)، فإن الخطاب الإعلامي يُعيد إنتاج رؤية للواقع قائمة على التفسير الخرافي، ما يؤدي إلى إضعاف التفكير النقدي، وإهمال الحلول الواقعية (القانونية، الطبية، النفسية، الاجتماعية...).

يقول المفكر نصر حامد أبو زيد: "الخطاب الخرافي يُعيد تشكيل الوعي الجمعي وفق بنية مغلقة تفسّر كل شيء بعوامل لا يمكن نقضها، وبالتالي تقضي على روح السؤال والعقلانية" (أبو زيد، 1998، ص. 87).

2.7 : نشر ثقافة الخوف والإذعان

بما أن هذه البرامج تستند غالبًا إلى لغة تحذيرية ومؤثرات درامية، فإنها تغرس شعورًا بالخوف من المجهول، وتُرهب الجمهور من قوى خفية يُقال إنها تحيط بهم دون قدرة على المواجهة. وهذا يولّد حالة نفسية من الإذعان والخضوع للأفكار الغيبية، بدل التمكين أو التوجيه.

3.7 : تشويه صورة الدين

من أخطر نتائج هذه البرامج أنها تربط الدين بالشعوذة والدجل، حينما يُقدَّم الراقي أو المعالج الخرافي على أنه "شيخ"، مما يُفرغ الدين من مضمونه التنويري، ويجعل الشباب خصوصًا ينفرون من الدين المؤسس لصالح التصورات الشعبية المشوّهة.

4.7 : تعزيز هشاشة الفئات الضعيفة

النساء، كبار السن، الفئات ذات المستوى التعليمي المحدود، وحتى بعض المرضى النفسيين، هم الأكثر تضررًا من هذا الخطاب. إذ تُستغلّ هشاشتهم العاطفية والروحية لترويج حلول وهمية لمشكلاتهم، مما قد يؤدي إلى:

- رفض العلاج الطبي.
- اللجوء لرقاة تجاريين أو مشعوذين.
- إضاعة الوقت والمال على أوهام غير مُجدية.

8 : دور سلطة الضبط السمعي البصري في مكافحة خطاب الدجل والخرافة في الإعلام الجزائري

تُعد سلطة الضبط السمعي البصري (ARAV) هيئة مستقلة أُنشئت بموجب القانون 12-05 وأُطِّر عملها في القانون 14-04 لسنة 2014، بهدف تنظيم وضبط قطاع السمعي البصري وضمان احترام قيم المجتمع والتعددية الإعلامية. تتمثل أبرز مهامها في مراقبة مضمون البث وضمان احترام القيم الدينية والثقافية، وإصدار التحذيرات والعقوبات، وتقديم المشورة للحكومة بشأن السياسات الإعلامية.

خلال السنوات الأخيرة، لاحظت الهيئة تزايد البرامج التلفزيونية التي تروّج للخرافة والسحر والرقية، ما دفعها إلى إصدار بيان رسمي في أفريل 2024 حذّرت فيه من هذا الانحراف ودعت القنوات إلى الالتزام بالمسؤولية المهنية والتفريق بين الإرشاد الديني والخطاب الشعبوي المضلِّل.

تعتمد الهيئة على الرقابة البعدية (بعد البث) عبر بلاغات المشاهدين أو تقارير ميدانية، وتتخذ إجراءات تتراوح بين التحذير، التوقيف المؤقت، أو سحب الاعتماد في الحالات الخطيرة. غير أنّ فعاليتها تبقى محدودة بسبب ضعف صلاحيات التنفيذ، وبث بعض القنوات من الخارج، ما يصعّب تطبيق العقوبات.

وخلصت تقارير الهيئة لسنة 2023 إلى أنّ نحو 40٪ من التجاوزات تقع في برامج تبثّ في أوقات الذروة وتستهدف جمهورًا واسعًا. ولذلك توصي الهيئة بضرورة تحديث الإطار القانوني لتجريم بثّ الخرافة، تعزيز الضبط الذاتي داخل القنوات، وإطلاق حملات توعوية بالشراكة مع الجامعات والمجتمع المدني لترسيخ الوعي النقدي لدى الجمهور.

الجانب التطبيقي: الدراسة الميدانية لخطاب الدجل والخرافة في البرامج التلفزيونية الجزائرية

1: البطاقة التقنية للبرامج عيّنة الدراسة

تمّ اختيار عيّنة عمدية من أربع حلقات بثّتها قنوات تلفزيونية جزائرية ذات نسب مشاهدة مرتفعة، مع التركيز على البرامج التي تُصنَّف ضمن فئة "الديني–الاجتماعي"، والتي احتوت على مؤشرات واضحة لخطاب خرافي أو دجلي، استنادًا إلى تحليل محتواها وخطابها البصري واللغوي.

رقم	اسم البرنامج	القناة	عنوان الحلقة	المدة	نوع الضيوف	المحتوى العام للخطاب
1	عشت وشفت	قناة الشروق	الراقي الدجال والنساء – العدد 20	58 دقيقة	راقٍ شعبي – نساء من الجمهور	عرض قصص حول المسّ والسحر وربطها بأسباب الزواج والفشل الأسري
2	weekend	قناة النهار	كيف تعرف أنك مصاب بالسحر؟	52 دقيقة	واعظ وراقي	توصيف أعراض السحر والعين وتقديم وصفات علاجية – غياب أي إطار علمي أو شرعي
3	في التحقيق	قناة الوطنية	الشيخ أبو تقي الله: يكشف المستور	54 دقيقة	شيخ معمم – راقٍ آخر	سرد شهادات عن "إنقاذ حالات" عبر الرقية، مزج بين الدين والأساطير
4	حياة جديدة	قناة الحياة	تجارب واقعية مع السحر – شهادات حيّة	1 ساعة و3 دقائق	ضحايا – شيخ رقاة	سرد تجارب مرعبة عن "تفكيك سحر"، مشاهد درامية، خطاب عاطفي قوي

تم اختيار البرامج بناءً على معيار انتشار الظاهرة الخرافية في الخطاب، وليس على توجه القناة أو الطابع السياسي.

- تم تحليل مضامين خطابية في كل حلقة، بالإضافة إلى العناصر غير اللفظية)الصورة، المؤثرات، الإخراج، الموسيقى.(
- التحليل تم عبر منهج تحليل الخطاب الإعلامي، مستندًا إلى أدوات مثل: البنية اللغوية، الرموز، الأنماط الحجاجية، التمثلات الثقافية. ينطلق تحليل الخطاب النقدي من فرضية أن اللغة ليست محايدة، بل هي وسيلة لإنتاج السلطة وإعادة إنتاجها. وكما يرى (*van Dijk , 1995*) فإن الخطاب يُستخدم لإقناع، توجيه، أو تطبيع تصورات اجتماعية معينة، وغالبًا ما يكون ذلك لصالح مجموعات تمتلك سلطة رمزية أو معرفية.

وفي السياق الديني والاجتماعي، يكون للخطاب الإعلامي تأثير مضاعف، لأنه يستبطن دلالات مقدسة/مؤسسة في وعي المتلقي، ما يجعله أكثر قابلية للتأثر. وكما يذهب *Fairclough (2001)* فإن "تحليل الخطاب في الإعلام يكشف عن بنى الهيمنة المعرفية والثقافية التي لا تظهر في السطح النصي، بل تسكن في تمفصلات اللغة، والصورة، والسياق."

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل مضمون أربع حلقات من برامج دينية واجتماعية بث على قنوات جزائرية وطنية وخاصة خلال الفترة 2024–2025. وقد تم اختيارها وفق معيارين:

- الأول: الانتشار والتفاعل الجماهيري
- الثاني: معالجة مواضيع تتقاطع مع تمثلات الخرافة والسحر والرقية

2. تحليل عام للخطاب التلفزيوني حول الخرافة والسحر

1.2! بنية الخطاب: الغيب بين الترهيب والتطبيع

تُظهر الحلقات المحللة بنية خطابية ذات طبيعة غيبية ترهيبية، حيث يتم تقديم مواضيع مثل "السحر" أو "المسّ" أو "العين" باعتبارها تفسيرات جاهزة لمشكلات نفسية واجتماعية واقتصادية. ويتم ذلك غالبًا عبر لغة مشحونة بمفردات مثل: "قوى شريرة"، "طاقة سلبية"، "سحر مأكول"، وهي مصطلحات لا تخضع لمراجعة علمية أو شرعية دقيقة.

الاستشهاد: يرى Ruth Wodak (2009) أن الخطاب حين يُصاغ بلغة غيبية وغير قابلة للدحض، فإنه يعمل على "تثبيت سلطة رمزية يصعب تفكيكها لأنها لا تقبل النقاش العقلاني"

2.2 المرجعيات المستعملة: من القرآن إلى الموروث الشعبي

المتحدثون في هذه البرامج يدمجون بين النصوص الدينية الصحيحة والمرويات الشفهية، دون تمييز منهجي. في حالات كثيرة، تُقدَّم تجارب شخصية كحجج مرجعية ("أُصيب فلان بالجن، وشُفي بالرقية")، وهو ما يُحوّل التجربة الخاصة إلى قاعدة عامة، ويُكرّس نموذجًا معرفيًا قائمًا على التعميم والاستنتاج الغيبي.

حيث يؤكد هذا أن "السلطة الرمزية تُمارس حين يُقدَّم الخطاب وكأنه حقيقة لا تقبل النقاش، لكونها صادرة من متحدث يمتلك رأس مال ديني أو اجتماعي."

3.2 : التمثيل الإعلامي للضحية: من الإنسان إلى الحالة

في أغلب الحلقات، يُقدَّم الشخص المصاب كـ"ضحية" لقوى خارقة تفوق قدرته. يظهر المتلقي وكأنه لا يمتلك أدوات الحل إلا عبر وسيط ديني (راقي، شيخ...)، ما يخلق تبعية نفسية ومعرفية للخطاب التلفزيوني. حيث أن التمثيل في الإعلام "ليس مجرد مرآة، بل هو عملية بناء للهوية"، ما يعني أن الشخص يُعاد تشكيل صورته حسب ما يُراد من الخطاب ترسيخه.

4.2. : أثر الخطاب على المتلقي: بناء وعي غيبي وتطبيع التواكل

الخطاب في هذه البرامج لا يكتفي بشرح الظاهرة، بل يُنتج نماذج تفسيرية متكاملة تجعل من السحر أو الجن تفسيرات "منطقية" لأزمات الحياة. ويُسهم هذا النمط في إضعاف ثقافة الحل العقلاني والعلمي، ويُكرّس *الوعي التفسيري الخرافي*، الذي يرى في كل فشل أو معاناة انعكاسًا "لسحر أو عين أو طاقة.."

5.2 : السلطة الخطابية: الراقي كمُنقذ ميتافيزيقي

شخصية "الراقي" أو "الشيخ" في هذه البرامج لا تُقدَّم كمجرّد فاعل اجتماعي، بل يتم تمثيلها كـ"منقذ" يمتلك قدرات خارقة، تتجاوز الطبيب والمعالج النفسي. وهنا تكمن الخطورة، لأن الخطاب يتحوّل من نقل معرفة إلى صناعة تبعية.

3 . تحليل محاور الخطاب الخرافي في البرامج الدينية والاجتماعية الجزائرية

أولًا: البُعد اللغوي(Language Framing)

اللغة المستعملة في البرامج المدروسة لا تندرج ضمن الحقل التفسيري العقلاني، بل تُبنى على مفردات مشحونة بالعاطفة والغموض مثل: "العين القوية"، "الطاقة السلبية"، "المربوط"، "عُقد السحر"، وهي لغة تُشيئ الظواهر الاجتماعية وتحوّلها إلى قضايا غيبية خارقة. هذا النمط اللغوي يؤكد ما طرحه Fairclough (1995) حول قدرة الإعلام على "إعادة تشكيل الواقع عبر تراكيب خطابية تكرّس التسلط الرمزي."

ثانيًا: تمثيل الضيوف(Guest Representation)

تحليل مضمون الحلقات يُظهر استضافة رقاة شعبيين، مشعوذين بلباس شرعي، أو نساء يدّعين المرور بتجارب روحية خارقة .نادرًا ما يُستضاف مختص في علم النفس أو دكتور في الشريعة. يتم تقديم الضيف باعتباره "خبيرًا" دون أي تحقق من كفاءته العلمية.

يتقاطع هذا مع مفهوم "السلطة الرمزية للمتحدث" عند Bourdieu (1991) ، حيث تُمنح المصداقية لا بناءً على المعرفة، بل بناءً على الهيئة والخطاب المسرحي.

ثالثًا: التمثيل البصري والسمعي(Visual & Auditory Codes)

جاءت البرامج محملة بصريًا بمشاهد:

- إضاءة قاتمة توحي بالخطر أو الغموض.
- موسيقى درامية أو حزينة ترافق سرد الحالات.
- حركات جسدية للراقي (نفث، ضرب، ترديد كلمات غير مفهومة)، تُعرض بشكل قريب من طقوس السحر.

هذه الرموز تُساهم في "صناعة المعنى" لا فقط دعمه، كما شرح Hall (1997) في إطار نظرية التمثيل، حيث لا يُفهم الإعلام كمجرد ناقل، بل كمنظومة تنتج المعنى داخل الثقافة.

رابعًا: التفاعل مع الجمهور والرسائل الضمنية

في بعض الحلقات، يُفتح المجال للرسائل الهاتفية التي تتضمن أسئلة غريبة: "هل أنا مصابة بعين؟"، "هل يتأخر زواجي بسبب الجن؟"، ويُرد عليها بشكل قطعي دون تمحيص. ما يؤكد وجود تأثير مزدوج:

- **تغذية الخطاب الخرافي**
- **وإعادة تدوير نفس التمثلات في الذهن الجماهيري.**

هذا يعكس ما تقترحه نظرية الغرس الثقافي لـ Gerbner (2002) حول "تشكيل الرؤية الجماعية للعالم من خلال التكرار الإعلامي للمضامين الرمزية."

خامسًا: قابلية التأثر واستهداف الفئات الهشّة

إن تحليل الخطاب الخرافي في البرامج التلفزيونية لا يكتمل دون التوقف عند طبيعة الفئة المتلقية، لا سيما تلك المصنّفة ضمن الفئات الهشّة نفسيًا واجتماعيًا، مثل:

- النساء (خاصة ربات البيوت والأرامل)
- المرضى النفسيين أو أصحاب الأمراض المزمنة
- الشباب العاطلين عن العمل
- المراهقين والمراهقات الباحثين عن إجابات غيبية

سادسا : قابلية التصديق وتفسير الأزمات

ترتكز هذه الفئات على **ما يسمّيه علم النفس الاجتماعي "النزعة الإسنادية الغيبية"**، حيث تُفسر الفشل أو الألم عبر قوى خارجية، لا ذاتية أو بنيوية، مثل:

- تعطيل الزواج ← "سحر"
- الشعور بالضيق ← "مسّ"
- البطالة أو الطلاق ← "عين قوية"

وهو ما أبرزه الباحث *Bandura* (1977) في نظرية التعلم الاجتماعي، إذ يرى أن الأفراد يتبنون السلوك والمفاهيم من خلال **نمذجة إعلامية متكررة**، خاصة إذا كانت مصحوبة بعناصر مؤثرة (اللباس الديني، الموسيقى، الاعترافات، حضور الشيخ).

سابعا :التلقي العاطفي مقابل التلقي النقدي

يُظهر الجمهور – كما في الرسائل الهاتفية أو تعليقات اليوتيوب – تفاعلًا عاطفيًا قويًا، يعبّر عن الثقة العمياء في الضيف (الراقي، الواعظ، "الخبير")، دون مساءلة علمية. والسبب يعود إلى:

- ضعف الثقافة الدينية المؤصلة.
- هشاشة الثقة بالمؤسسات العلمية.
- طغيان ثقافة المشافهة والأسطورة..

4 . نتائج الدراسة

- تُظهر النتائج أن البرامج الدينية–الاجتماعية التي تستغل المعتقدات الخرافية تملك قدرة كبيرة على توجيه السلوك الاجتماعي والتفكير الجمعي، خاصة لدى الفئات الهشّة.
- هذا النوع من الخطاب يُسهم في إعادة إنتاج الوعي الشعبي على أسس لا عقلانية، ويُعمّق منطق التواكل والانسحاب من المواجهة الحقيقية للمشكلات.
- تُوظف عناصر متعددة (اللغة، الضيف، الصورة، الموسيقى) بشكل منسجم يخدم سردية الخرافة.
- يغيب الخطاب النقدي أو التعددي، ما يُحول البرنامج إلى مساحة مغلقة ترسّخ معتقدات دون مساءلة.

- الخطورة الكبرى تكمن في تطبيع الممارسات الخرافية وتحويلها إلى "محتوى إعلامي ترفيهي" قابل للاستهلاك اليومي.
- تكشف نتائج التحليل أن الإعلام التلفزيوني الجزائري، في تعاطيه مع مواضيع السحر والخرافة، يتراوح بين خطابين:
- الأول تسويقي/ترويجي للخرافة، يُعزز الجهل ويكرّس التفسير الغيبي.
- الثاني نقدي/تفكيكي، يحاول مساءلة هذا الخطاب وتفكيك بنيته.

لكن الغالب في العينة هو هيمنة الخطاب التفسيري الخرافي المغلّف بالدين، مما يستدعي:

- إدراج الإعلام الديني ضمن مساءلة أكاديمية ومجتمعية.
- تدريب الصحفيين على الضبط المعرفي لمثل هذه المواضيع.

ربط النتائج بالفرضيات:

تظهر نتائج الدراسة انسجامًا واضحًا مع الفرضية الأولى التي تفترض وجود خطاب خرافي في البرامج الدينية والاجتماعية الجزائرية، إذ أكّد التحليل حضور رموز وممارسات دجلية تتنافى مع المرجعيات العلمية والأخلاقية. كما دعمت النتائج الفرضية الثانية من خلال إظهار قابلية عالية لتأثر الفئات الهشّة بالخطاب الغيبي العاطفي، خاصة النساء والمراهقين. أما الفرضية الثالثة، المتعلقة بضعف الالتزام الأخلاقي للمؤسسات الإعلامية، فقد تبيّن صدقها جزئيًا، حيث رُصدت محاولات محدودة من بعض القنوات لتصحيح المسار لكنها تظل دون المستوى المطلوب.

بذلك، تؤكد النتائج مجمل الفرضيات المطروحة وتقدّم تفسيرًا نوعيًا لتجذّر هذا الخطاب في البيئة الاتصالية الجزائرية.

5 . التوصيات:

إعادة تأهيل الإعلام الديني والاجتماعي من خلال تكوين الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في قضايا الفكر النقدي، فلسفة الدين، وضوابط التعامل الإعلامي مع الظواهر الحساسة.

إشراك المتخصصين في علم النفس والاجتماع والدراسات الدينية في إنتاج البرامج التي تتناول مواضيع ذات طابع روحي/غيبي، لضمان سلامة المرجعيات.

تعزيز الرقابة المؤسساتية والمجتمعية، ليس عبر المنع فقط، بل من خلال تشجيع البدائل الإعلامية التي تعتمد لغة التفسير العقلاني، وتعطي الكلمة للخبراء في المجالات الطبية والعلمية.

تشجيع البحوث الأكاديمية التي تتناول الخطاب الإعلامي الغيبي والخرافي من منظور تداولي وسيميائي وسوسيولوجي، لبلورة فهم أعمق للآليات التي تحكمه.

إدراج التربية الإعلامية والنقدية في المناهج التعليمية، لتعزيز قدرة الجمهور، خصوصًا الشباب، على التمييز بين الخطاب الإعلامي المهني، والخطاب الدعائي المؤدلج دينيًا أو ثقافيًا.

7. خاتمة

تكشف الدراسة عن تحوّل مقلق في المشهد الإعلامي الجزائري يتمثل في تنامي الخطاب الخرافي والدجلي داخل البرامج الدينية والاجتماعية لبعض القنوات الخاصة، ما يعكس تغيّرًا في المحتوى والتوجه التحريري وطبيعة التفاعل مع الجمهور. وقد أظهر التحليل

النوعي أن هذه البرامج تعتمد أساليب إقناعية متعدّدة كاللغة الرمزية، والتمثيل الدرامي، والمؤثرات البصرية، واستضافة ضيوف غير مختصين، مما يُعزز التفكير الغيبي والاعتقاد بوجود قوى خارقة تحكم الواقع الاجتماعي.

يتغذى هذا الخطاب على ضعف الثقافة الدينية والعلمية لدى الجمهور، وعلى غياب الضبط المهني داخل بعض المؤسسات الإعلامية التي تفضّل الإثارة على المسؤولية. ورغم تحذيرات سلطة الضبط السمعي البصري، ما يزال غياب الرقابة الفعّالة واستمرار بثّ هذه البرامج يفرضان الحاجة إلى مراجعة سياسات الإعلام الديني والاجتماعي، عبر تعزيز التكوين الأكاديمي، وترسيخ الرقابة الذاتية، والتأطير المؤسساتي، لضمان إعلام أخلاقي ومسؤول يحمي المتلقي من التضليل والتلاعب الرمزي.

References :

Abou Zaid, N. H. (1998). *Critique of Religious Discourse*. Beirut: Dar Sina.
Boukerzaza, A. (2015). *Private Television in Algeria: Between Market, Politics and Religious Culture*. Presses Universitaires d'Alger.
Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press.
Bouhafs, N. (2019). Religious Discourse in Algerian Television between Framing and Deviation. *Journal of Media Studies*, University of Constantine.
Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). Sage Publications.
Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Edward Arnold.
Gandom, M. (2017). Functions of Religious Media in the Arab World. *Journal of Media and Communication*, University of Qatar.
Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*.
Kasmi, A. H. (2022). Transformations of Religious Discourse in Algerian Private Media. *Journal of Media Thought*, University of Constantine.
Moustafa, N. (2020). Superstitious Phenomena in Arab Media: A Critical Analysis. *Journal of Contemporary Thought*, Cairo University.
Naïm, R. (2020). Superstition and Symbolic Representations in Arab Media. *Fikr Journal*, University of Algiers 2.
Rekaibi, A. R. (2018). Religious and Moral Media in Algerian Television. *Journal of Human Sciences*, University of Biskra.
Oubidat, D., et al. (2004). *Scientific Research: Its Concepts, Tools, and Methods*. Dar Al Fikr, Amman.
Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Sage Publications.