

جامعة غرداية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر

دراسة مسحية على عينة من الإعلاميات الجزائريات

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة: أ/نسيبة فريجات

مساعد المشرف: أ/لطفي دكاني

إعداد الطالبتين :

- بن دبية كريمة

- بن مسعود أحلام

الصفة	الجامعة	الإسم
رئيسا	غرداية	شرايطي فوزي
مشرفا ومقررا	غرداية	فريجات نسيبة
مشرفا مساعدا	غرداية	دكاني لطفي
مناقشا	غرداية	يحي الأطرش

الموسم الدراسي: 2018/2017

جامعة غرداية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر دراسة مسحية على عينة من الإعلاميات الجزائريات

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة: أ/نسيبة فريجات

مساعد المشرف: أ/لطفي دكاني

إعداد الطالبين :

- بن ديدة كريمة

- بن مسعود أحلام

الصفة	الجامعة	الإسم
رئيسا	غرداية	شرايطي فوزي
مشرفا ومقررا	غرداية	فريجات نسيبة
مشرفا مساعدا	غرداية	دكاني لطفي
مناقشا	غرداية	يحي الأطرش

الموسم الدراسي: 2017/2018

شكر و عرفان

قال الله تعالى: "لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ"

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من اصطنع إليك معروفًا فجازره، فإن عجزته عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم شكرتم فإن الشاكر يجب عليه الشاكرين."

رواه الطبراني

الحمد لله على توفيقه ورعايته تم إكمال هذا البحث.

أما بعد نتقدم بخالص الشكر والاعتراف والامتنان إلى الأستاذة الفاضلة نسبية فريجات لتوليها مهمة الإشراف علينا، وعلى توجيهاتها وآرائها القيمة والرائعة لإتمام هذا العمل كما نتمنى لها التوفيق والنجاح في حياتها الشخصية والمهنية .

كما نشكر الأستاذ لطفي دكاني المشرف المساعد على توجيهاته ونصائحه القيمة

ونتمنى له التوفيق والسداد في حياته .

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والاحترام إلى الأستاذة والصحفية زاهية سعاد مراسلة

صحفية بجريدة المحور من ورقلة على مجهوداتها الجبارة .

ونشكر كل من ساعدنا من قريب وبعيد ولو ابتسامة .

كما نشكر جميع موظفين المكتبة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة غرداية على دعمهم ومساندتهم [زهية بوطبة، لقرع عبد الحكيم، حسيني عبد العزيز] والشكر الخاص للعزيزة والأخت [لعناق رشيدة] على دعمها المستمر لإتمام هذه المذكرة .

الإهداء

إلى قرة عيني وسر قلبي ونجاحي، إلى أمي الغالية " شبنين خديجة " - حفظك الله -

إلى أبي العزيز والغالي " بن خديجة محمد " - حفظك الله

إلى أخواتي العزيزات: " أمال، أسماء، روهيدة، عبد اللطيف، أحمد عبد الغني "

شكري الأكبر إلى سدي و صديقي العزيز والمقرب " الصديق بن عبد الرحمن "

على توجيهاته القيمة لإتمام هذه المذكرة

إلى الغالية والعزيزة على قلبي التي لو لم تكن هي لما وصلت إلى أنا ما عليه اليوم

إلى التي منحتني الثقة بالنفس والقوة لمواصلة دراستي إلى الأستاذة والدكتورة

لبنى سويقات

إلى روح جدي طاهرة شبنين عامر و إلى جدي العزيزة جبريط فاطنة وإلى جميع

أخوالي وخالاتي وبناتهم وأولادهم

وإلى جاري و عمي العزيز القروي عبد الهادي وزوجته الغالية والأخت التي لم تلدها

الأم و جميع أولاده.

إلى صديقات العزيزات عنوان الوفاء والصداقة (أمال بلعمرى، سارة بكابر، بسمة

قرين، هاجر بكابر، زهرة سكوتي أو عيسى) وإلى صديقات المقربات (سهام، فاطنة،

وفاء، فافا، سعيدة، جمانة، بريكة، سلمى)

الشكر الأكبر لحبيبة قلبي و شريكتي في إتمام هذه المذكرة أحلام بن مسعود

وكل عائلتها الكريمة

لكم كل التقدير والاحترام

كريمة بن خديجة

الإهداء

باسم الله الرحمن الرحيم

أهدي ثمرة جهدي إلى من أعزنتني بعزها و أهتمتني بحبها إلى الروضة التي ترعرعت علي أنامل
أصابعها، إليك "أمي" حانك الله ورحمك.

إلى من يختصر الشوق في العمر كله، الذي أمدني بأصول التربية وسهر من أجل سعادتي كثيرا،
إلى الرجل الطيب أكبر القلوب ترحابا، إليك "أبي" قدوة الصبر والنضال في الحياة، يا من لا أبتغي لك
بديلا رحمك الله.

إلى أبيي الثاني وأخي الأكبر "ميلود" و زوجته و أولاده و أخص بالذكر جوهرة البيت "هيما"

إلى من أعز و أفتخر بوجودهم إخوتي و أخواتي: إسماعيل، ليلي، محمد، فاطمة الزهراء و زينب
و أولادهما إلى بنات أختي الأعلى على قلبي بهري و إيمان.

إلى خالاتي بأولادهن و بناتهن و أخص الذكر الدكتور و الإعلامي مهدي عبد الحفيظ.

إلى من يفيض القلب بحبهم من إخوان و أصدقاء، إلى رفقاء الدرب من الابتدائية إلى الجامعة:

معط الله هاجر، سلاق سماو، بن حود حليلة

أمينة بوتخالة، طارق بن مسعود، عماد مسعي محمد

مروة، مريم، فاطمة، فافة، وفاء، سلمى، بركة، حسبية، عبير

إلى من شاركتني في هذا العمل المتواضع وحبيبة قلبي بن حبيبة كريمة و إلى كل عائلتها.

إلى كل عائلة بن مسعود.

إلى من هم في ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي .

أحلام بن مسعود

الملخص :

تتمحور دراستنا هذه حول الواقع المهني للمرأة الاعلامية في الجزائر، وتهدف لمعرفة وإبراز مكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية و تسليط الضوء على أهم التحديات التي تواجهها أثناء أدائها المهني، وكذا تأثير وضعها الاجتماعي على ذلك، ولمعالجة إشكالية هذه الدراسة الوصفية تم الاعتماد على منهج المسح مستخدمين كل من أداة الملاحظة والمقابلة والاستبيان. وقد طبقت الدراسة على عينة تمثلت في 60 امرأة إعلامية، موزعين عبر مختلف المؤسسات الإعلامية .

توصلت دراستنا الى عدة نتائج اهمها : أن الإعلاميات لهن مستوى تعليمي جامعي وتخصص إعلام واتصال، وهذا ما يدل على أنهن ملمات بالعمل الإعلامي ويمتلكن الخبرة الاعلامية. كما نجد أن الإعلامية لا تزال بعيدة عن مسؤولية اتخاذ القرارات في المؤسسات الإعلامية وهذا ما يعكس هيمنة العنصر الذكوري على مراكز القرار في المؤسسات، إضافة إلى أن المؤسسات الاعلامية تأخذ الاقتراحات الإعلامية بجدية خاصة في ما يتعلق بالمضامين والمحتويات الإعلامية. كما أن المرأة الإعلامية في الجزائر لا تزال تعاني من تحديات وصعوبات في هذا القطاع، ما جعلها تؤثر على أدائها المهني، ونجد أن المرأة أكثر عرضة للمضايقات وخاصة التحرش اللفظي، ومن بين أهم النتائج أيضا أن المحيط الاجتماعي يساهم في تشجيع ودعم طموح المرأة الإعلامية وخاصة المحيط العائلي ، كما أن العادات والتقاليد لا تقف عائقا أمام أدائهن المهني.

Le résumé:

Notre étude se concentre sur la réalité professionnelle des femmes d'information en Algérie, vise à identifier et mettre en évidence son statut au sein des institutions médiatiques

Et pour souligner les défis les plus importants auxquels ils sont confrontés dans l'exécution de leur travail, et leur impact sur leur statut.

Afin de résoudre le problème de cette étude descriptive, la méthode d'enquête sociale a été adoptée, en utilisant à la fois l'outil de note, d'interview et le questionnaire .

Cette étude a été appliquée à un échantillon de 60 femmes d'information, distribuées par diverses organisations médiatiques.

Notre étude a atteint plusieurs résultats, le plus important :

Les professionnels des médias ont un niveau d'éducation universitaire, spécialisé dans l'information et la communication cela indique qu'elles sont familières avec leur travail, et elles ont aussi expérience.

Nous constatons également que les médias sont encore loin d'être responsables de prendre ses décisions.

Cela reflète la démination de l'élément masculin dans les centres de décision des établissements.

En outre, les organisations médiatiques prennent au sérieux les suggestions des médias en relation avec le contenu de l'information.

Les femmes d'information en Algérie continuent de faire face à des défis et des difficultés dans ce secteur faisant affecter leur performance professionnelle.

Nous constatons également que les femmes sont plus susceptibles au harcèlement, en particulier le harcèlement verbal.

Parmi les résultats les plus importants, citons le fait que l'environnement social contribue à encourager et à soutenir l'ambition des femmes d'information en particulier (le milieu familial).

Les coutumes et les traditions ne font pas obstacle à leur performance professionnelle.

مقدمة

لا يعد ولوج المرأة مجال العمل وليد لحظة وإنما وجد منذ القدم، إذ كان يقتصر عملها على أشغال المنزل والبيت وتربية الأولاد، ولكن بعد التطورات الحديثة التي حصلت في مختلف الميادين و مجالات الحياة، أصبحت المرأة أكثر انفتاحا وأكثر طلبا على سوق العمل، حيث استطاعت المرأة أن تخلق لها دورا جديدا بعيد عن دورها التقليدي الذي كان محصورا في أعمال المنزل وتربية الأطفال .

وبفضل هذه التطورات التي أسست لمجتمع صناعي يمتاز بالحدثة أصبحت المرأة تمارس نشاطات وأعمال خارج نطاق البيت مقابل راتب معين يسمح لها بسد احتياجاتها الشخصية والعائلية، بعدما كانت نظرة المجتمعات القديمة وحتى الحديثة والتي توصف بالمجتمعات الذكورية تلغي دور المرأة في المجتمع، ورغم هذه النظرة الضيقة للمرأة إلا انها اقتحمت العديد من مجالات العمل على غرار التعليم والطب والمحاماة و حتى النقابات السياسية و الإعلام .

وفي الدول العربية والجزائر كان دخول المرأة لمجال العمل حديثا نوعا ما، نظرا لعدة اعتبارات من أهمها العادات والتقاليد التي كانت ولا تزال تتحكم في المجتمع، كما اعتبرت العائق الأكبر في عدم السماح للمرأة دخولها مجال العمل، ونظرا للصورة النمطية التي كونت عن المرأة كونها انسان ضعيف تابع للرجل، رغم ذلك تمكنت المرأة الجزائرية من اقتحام عدة ميادين ومن بينها الإعلام، فقد رسمت المرأة الجزائرية لنفسها مكانة في مجال الإعلام وكان لها حضورها القوي والفعال في المشهد الإعلامي الجزائري، خاصة بعد التعددية الإعلامية ومع إصدار قانون الإعلام العضوي سنة 2012 م وفتح المجال للخواص في إنشاء مشاريع إعلامية جديدة، جعلت ممارستها الإعلامية والمهنية تتمتع بنوع من الحرية والانفتاح في تقديم المضامين، رغم كل هذا التطور الذي شهده مجال الإعلام الجزائري، لا تزال المرأة الإعلامية الجزائرية اليوم، تواجه العديد من التحديات والصعوبات، نظرا لطبيعة العمل الصعب وما ينتج عنه من صعوبات، سواء داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها، وحتى في إطار المجتمع الذي تنشط فيه .

لهذا سنحاول في بحثنا هذا أن نقف على الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر وذلك بدراسة على عينة من الإعلاميات الجزائريات في كل جهات الوطن (الشمال، الجنوب، الشرق، الغرب) للتعرف على

طبيعة العمل الإعلامي للمرأة وكيف تتعامل معه في ظل مختلف الصعوبات والتحديات المهنية والاجتماعية، ولهذا الغرض قسمنا موضوع دراستنا إلى :

مقدمة و ضمت إشكالية الدراسة وتساؤلات فرعية وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهمية الدراسة وكذا نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة ومفاهيم والمصطلحات والدراسات السابقة .

وثلاث فصول فصلين نظريين : الفصل الأول حول المرأة والعمل في العالم ويضم ثلاث مباحث الأول حول التطور التاريخي لعمل المرأة وتضمن ثلاث مطالب أما البحث الثاني فكان حول دوافع عمل المرأة والبحث الثالث حول معوقات عمل المرأة والآثار الناجمة عنه، في حين تطرقنا في الفصل الثاني إلى المرأة والإعلام في الجزائر والذي يضم ثلاث مباحث، البحث الأول حول قطاع الإعلام في الجزائر والبحث الثاني جاء عن مراحل عمل المرأة الإعلامية في الجزائر و تطرقنا في البحث الثالث إلى الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر .

وفصل تطبيقي : تم تخصيصه للجانب الميداني للدراسة وضم ثلاث مباحث الأول الذي تناولنا فيه بناء وتحليل الجداول الإحصائية مع السؤال الفرعي الأول حول مكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية، أما الفصل الثاني بناء الجداول الإحصائية مع السؤال الفرعي الثاني الذي يبرز أهم التحديات والصعوبات التي تواجهها المرأة الإعلامية والفصل الثالث خصصناه لبناء جداول إحصائية مع السؤال الفرعي الثالث حول تأثير الوضع الاجتماعي على أدائها المهني بالإضافة إلى استنتاجات متعلقة بكل محور من محاور الاستبيان وتحليل الجداول المركبة وأهم الاستنتاجات، وفي الأخير تقديم نتائج الدراسة والاستنتاج العام ثم خاتمة لموضوع الدراسة ومن ثم الملاحق ومراجع الدراسة .

إشكالية الدراسة :

لقد حظيت المرأة في العالم اليوم بمكانة مهمة ودور بارز، لاعتبارها عنصر فاعل في المجتمع ولما لها من دور في شتى مجالات الحياة، خاصة بعد التغييرات والتحويلات التي طرأت على المجتمعات، حيث كان في القديم يقتصر عمل المرأة على أشغال الأسرة والمنزل، ولكن بعد نضال طويل خاضته المرأة للمطالب بحقوقها وحرياتها، أصبحت المرأة تمارس مهن ونشاطات متعددة كانت حكرا على الرجل في وقت سابق على غرار التعليم والطب والمحاماة والإعلام.

والمرأة في العالم العربي بشكل عام والجزائر بشكل خاص لم تكن بعيدة عن هذا المعترك، لكونها تشكل قوة فكرية وجسدية تشهد لها الحقب التاريخية (من الاستعمار وبعد الاستقلال)، إلا أن قضية عمل المرأة في الجزائر أخذت أبعاد أخرى نظرا لعدة اعتبارات تميزها عن غيرها من نساء العالم (الدين، العادات، التقاليد...)، ورغم ذلك تمكنت من اقتحام عدة ميادين وأبرزها الإعلام، مما جعل مساراتها المهنية حبيسة العديد من التحفظات الاجتماعية والمهنية والتحديات التي قد تقف عائق أمام عطاءها المهني، رغم الحضور القوي والفعال والأداء المتميز من خلال تناولها لقضايا مهمة وأساسية وقدرتها على التحكم في عملها الإعلامي في مختلف المؤسسات الإعلامية (الخاصة والعامة) ورغم ذلك تواجه المرأة الإعلامية اليوم العديد من التحديات والمعيقات في عملها نظرا لخصوصية المهنة وما تحويه من ضغوطات إدارية ومهنية سواء كان داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها من ناحية والخصوصية الاجتماعية للمرأة الجزائرية من ناحية أخرى، الأمر الذي يطرح العديد من التساؤلات حول قدرتها على تقديم أفضل ما لديها في ظل كل ذلك، وكيف ينعكس على حياتها المهنية والاجتماعية خاصة في ظل التطورات التي شهدتها الساحة الإعلامية الجزائرية .

وأمام هذا الطرح تمحورت مشكلة بحثنا في التعرف على الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر متخذين مجموعة من الإعلاميات الجزائريات العاملات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية كعينة لهذه الدراسة .

وعليه نطرح التساؤل المحوري التالي :

ما هو الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر؟

تساؤلات الدراسة :

وتمحورت تساؤلات الدراسة على هذا النحو :

- ما مكانة المرأة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية في الجزائر؟
- ما هي أبرز التحديات والصعوبات التي تواجهها المرأة الإعلامية داخل المؤسسة وخارجها؟
- هل يؤثر الوضع الاجتماعي على الأداء المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر؟

أسباب اختيار الدراسة :

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى ما يلي:

1- موضوعية :

1- إثراء المجال العلمي نظرا لقلّة مثل هذه المواضيع التي تتناول وضعيّة المرأة الإعلامية في المجتمع الجزائري.

2- التعرف على حيثيات العمل الإعلامي للمرأة الجزائرية وما يدور في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

3- قلة الدراسات التي تناولت المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال وليس كمحتوى .

4- معرفة أهم التحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية في الجزائر .

2- ذاتية :

1- ميولنا الإعلامي ورغبتنا الشخصية في خوض غمار التحدي في مجال الإعلام مستقبلا .

2- رغبتنا في تناول موضوع يهتم بواقع المرأة العاملة عموما والعاملة في ميدان الاعلام خصوصا .

أهداف الدراسة :

تهدف دراستنا هذه إلى ما يلي :

- إبراز مكانة المرأة الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية في الجزائر .

- التعرف على دور المرأة في والأداء المهني لها في مجال الإعلام الجزائري.

- كذلك تهدف دراستنا إلى اكتشاف الصعوبات والتحديات التي تواجه المرأة الإعلامية داخل

المؤسسات الإعلامية وخاصة في الجزائر .

- التعرف على تأثير الوضع الاجتماعي وكذلك نظرة المجتمع للمرأة العاملة في مجال الإعلام، وكشف أهم النقاط التي يركز عليها المجتمع اتجاه المرأة الإعلامية في المجتمع الجزائري .

أهمية الدراسة :

تتبع أهمية أي بحث من أهمية موضوع الظاهرة المدروسة ومن قيمتها العلمية والنتائج المنتظر منها، والتي من خلالها يمكننا إثبات حقيقة ظاهرة ما أو جعلها منطلقاً لبحوث أخرى قادمة.

ودراستنا هذه تكمن أهميتها في معرفة الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر، إذ يعتبر من المواضيع الحساسة في المجتمع لكونه يسلط الضوء على المرأة باعتبارها تمثل نصف المجتمع من جهة وعملها الإعلامي باعتباره يحمل في طياته العديد من التحديات والصعوبات من جهة أخرى.

نوع الدراسة والمنهج :

تعتبر دراستنا من الدراسات الوصفية التي تبحث وتتعرف على الوضع الحالي للظاهرة، والهدف منها جمع البيانات والمعلومات الكافية والدقيقة من أجل الحصول على نتائج صحيحة، إذ تستهدف دراسة الظاهرة التي نحن بصدد التعرف عليها وهي الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر.

عند القيام بأي بحث أو دراسة علمية، لا بد من إتباع منهج محدد في سبيل الوصول إلى نتائج مضبوطة ودقيقة ويعرف المنهج على أنه :

لغة: "المنهج والمنهج، اللتان تعنيان الطريق الواضح"¹ .

اصطلاحاً: "مجموعة القواعد التي يتم وضعها بغرض الوصول إلى الحقيقة"² .

أما عن المنهج المستخدم في دراستنا فقد اعتمدنا على منهج المسح الاجتماعي، إذ يعد من المناهج المناسبة لدراسة هذا النوع من الأبحاث، ويتناسب هذا المنهج مع موضوع دراستنا الذي يندرج تحت عنوان الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر، حيث نقوم بمسح لعينة من الإعلاميات الجزائريات في وسائل الإعلام الجزائرية .

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ط3، ص282 .

² - محمد صلاح الدين مصطفى، خطوات البحث العلمي ومناهجه، جامعة الدول العربية، مصر، ص25 .

ويعرف المنهج المسحي : "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها".¹

كذلك يعرف على أنه : "توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات، أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها".²

أدوات جمع البيانات :

تعد أدوات البحث العلمي : " تلك الوسائل المختلفة، التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر".³

ونظرا لطبيعة موضوعنا وانطلاقا من المنهج ونوع دراستنا اعتمدنا على الأدوات التالية :

❖ الملاحظة :

الملاحظة "هي إحدى الأدوات الكيفية في جمع البيانات، وتقوم على ملاحظة أنماط السلوك البشري والأفراد والأحداث وتدوينها بشكل مقنن للحصول على معلومات عن ظاهرة معينة، وتهتم الملاحظة مثلها مثل باقي الأدوات الكيفية بالوصف والتفسير أكثر من القياس والأرقام، وتهدف الملاحظة إلى تطوير فروض ونظريات".⁴

وتعرف الملاحظ العلمية على أنها: "أداة ووسيلة أولية لجمع المعلومات في مختلف مجالات البحث العلمي ومن بينها الإعلام".¹

وقد كان توظيفنا للملاحظة قائم على ما لاحظناه من معلومات حول المبحوثين وما تعلق بهم من سلوكيات وأفعال داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها (داخل المجتمع) وتعاملاتها المهنية مع مختلف أفراد المجتمع.

¹ - أحمد بن مرسللي، المرجع نفسه، ص286 .

² - منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2014، ط1، ص325 .

³ - أحمد بن مرسللي، المرجع نفسه، ص202.

⁴ - شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، 2015،

ط1، ص205

❖ المقابلة :

تعرف بأنها عبارة عن حوار أو محادثة أو مناقشة موجهة، وتكون عادة ما بين الباحث من جهة وبين شخص أو أشخاص آخرون من جهة أخرى، والغرض منها الحصول على بيانات والتوصل إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف معينة يحتاج الباحث التوصل إليها.²

تعرف على أنها : " اللقاء المباشر، الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك، في شكل مناقشة حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معينة، أو آراء ومواقف محددة ."³

ولقد اعتمدنا في دراستنا على المقابلة وذلك بإجراء مقابلة مع عدد من الإعلاميات داخل المؤسسات الإعلامية :

- المقابلة 1:ش ن، مقابلة مع إعلامية في القناة الوطنية . تحديات وصعوبات عمل المرأة في مجال الإعلام
 - المقابلة 2:زهيدة حمادي، صحفية ومقدمة برامج وأخبار لقناة الجزائرية 1، المرأة والإعلام
- ❖ الاستبيان :

أما في البحث العلمي الاستبيان " هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحظرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة."⁴

بالإضافة إلى أداتي الملاحظة والمقابلة فقد ارتأينا استخدام استمارة الاستبيان بوضع مجموعة من الأسئلة وتوزيعها على مجموعة الإعلاميات الجزائريات في وسائل الإعلام الجزائرية .

و يشتمل استبيان دراستنا على 28 سؤال مستنبط من بنود أسئلة فرعية مقسمة على 3 محاور :

المحور الأول : يتضمن البيانات الشخصية للمبحوثات .

¹ - شريف درويش اللبان ، وآخر ، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي ، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر ، 2012، ط2، ص90.

² - عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2015م-1436هـ، ط1، ص117.

³ - أحمد بن مرسللي، المرجع نفسه، ص214.

⁴ - المرجع نفسه، ص220.

المحور الثاني: يتضمن بيانات متعلقة بمكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية .

المحور الثالث: يتضمن بيانات متعلقة بالتحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية .

المحور الرابع: يتضمن بيانات متعلقة بتأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني للمرأة الإعلامية .

وقد تم توزيع الاستبيان على عينة الدراسة بلغ عددها (60) إعلامية أما بالنسبة للاستبيانات المسترجعة فهي (60) استبيان .

صدق المحكمين: وهو اختبار قدرة الاستبيان على قياس ما هو مطلوب قياسه بحيث يتضمن عدم تسرب أو التحيز أو الخطأ، في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة¹ فيها، ولقد اعتمدنا على الأسئلة المغلقة والمفتوحة والأسئلة المغلقة التي تتضمن عدة اقتراحات، وقد تم عرض هذه الاستمارة على عدد من الأساتذة بشعبة علوم الإعلام والاتصال، بحيث وضعت مجموعة من الملاحظات الاقتراحات من طرف المحكمين من اجل أخذها بعين الاعتبار، وذلك من خلال إعادة بعض الأسئلة أو تصحيح الغموض فيها، وفي الأخير بعد التشاور مع الأستاذة المشرفة تم إعداد الاستمارة النهائية التي وزعت على المبحوثات .

مجتمع الدراسة :

يعتبر مجتمع الدراسة هو كل الأفراد والوحدات الممثلة للمجتمع الأصلي، وفي دراستنا هذه تتمثل في مجموعة الاعلاميات الجزائريات العاملات في مختلف وسائل الإعلام الجزائرية المكتوبة و السمعية و السمعية البصرية، وكذا وكالة الأنباء الجزائرية وحتى الإلكترونية.

¹ - فضيلة بن سليمان، إتجاهات طلبة قاصدي مرباح -ورقلة نحو الدراما التلفزيونية المصرية بقناة " MBC دراما"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2017، 2016، ص21

عينة الدراسة :

عينة الدراسة: "تعرف العينة بأنها مجموعة المفردات المختارة من المجتمع لإجراء الدراسة عليها"¹ كذلك تعرف العينة على أنها: "جزء من مجتمع يختار بطريقة علمية لتوفير بيانات عن المجتمع المختار منه"²

وتعرف العينة الحصصية على أنها: "عينة تستخدم في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة، التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها في شكل قوائم لاستحالة هذا الحصر وضخامة تكاليف إنجازها من حيث الوقت والإمكانات المادية".

نظرا لعدم تمكننا من الحصول على العدد الكلي لمجتمع البحث وتحديدته بالشكل المطلوب علميا، اعتمدنا في دراستنا هذه على الأسلوب غير العشوائي العمدي (القصدي) من خلال العينة الحصصية نظرا لعدة عوامل أهمها: أن مجتمع البحث غير متجانس وغير محدد، وقد حددناها ب 60 مفردة من الإعلاميات في مختلف قطر الجزائر (جنوب، شمال، شرق، غرب) متخذين 15 إعلامية من كل جهة من جهات الوطن، وفي أغلب المؤسسات الإعلامية الخاصة والحكومية.

- مصطلحات الدراسة:

1- الواقع

لغة: الحاصل، والكائن، والقائم، والمتحقق أو الحقيقة والثابت ومنه وقع وقوع وحصول و وجود وتحقق، و وقع، و وقائع"³.

¹ - شريف دوريش اللبان، المرجع نفسه، ص 66.

² - محمد صلاح الدين، مصطفى، وآخرون، المرجع نفسه، ص 81.

³ - شائم الهمزاني، علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا، دراسة ميدانية، (دكتوراه كلية العلوم الاجتماعية)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1998، ص 19.

اصطلاحا : "يعرف على أنه الإشارة إلى ما هو موجود كحقيقة حاصلة أو قائمة من مكونات وجوانب الحياة الاجتماعية " ¹.

2- المهنة

لغة : "المهني أي المنسوب إلى المهن ومنه جاء معنى المهنة في اللغة العربية من الفعل مهن يمهن مهنا وتقول العرب مهنت الإبل أي حلبتها و مهنت الثوب أي جذبته " ².

اصطلاحا : "هي وظيفة مبنية على أساس من العلم والخبرة اختيرت اختيارا مناسباً حسب مجال العمل الخاص بها وهي تتطلب مهارات وتخصصات معينة ويحكمها قوانين وآداب لتنظيم العمل به" ³.
وتعرف المهنة حسب المعجم الفلسفي : "هي العمل الأساسي المعتاد الذي يتقاضاه المرء ويحتاج في ممارسته إلى خبرة ومهارة " ⁴.

إجرائيا :

الواقع المهني من خلال دراستنا هو الحاصل وكل ما هو موجود في المهنة الإعلامية بالنسبة للمرأة الإعلامية في مختلف المؤسسات الإعلامية الجزائرية .

3- المرأة :

لغة : "لفظ المرأة في اللغة العربية من فعل مرا، ومصدرها المروءة وتعني الرجولية أو الإنسانية ومن هنا كان المرء هو الإنسان والمرأة هي مؤنث الإنسان " ⁵.

¹ - مبروك خياط ، البرامج التلفزيونية ونقد الواقع الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية لبرنامج خواطر 11، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة غرداية، الجزائر، 2016/2017، ص26 .

² - منير قويجيل ، سياسة التكوين المهني وسوق العمل في الجزائر ، مذكرة لنيل ماجستير في علم الاجتماع ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر، 2013/2014، ص9 .

³ - نورالدين زمام حميدة جرو ، المهنة في التراث السوسولوجي وعوامل تغير مكانتها، مخبر المسألة التربوية ، جامعة بسكرة ، الجزائر، ص9 .

⁴ - فتح جبلي ، الترقية الوظيفية والاستقرار المهني دراسة حالة المؤسسة الوطنية للتبغ والكبريت وحدة الخروب -قسنطينة- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2005/2006 م ، ص15 .

⁵ - عزيزة قاسي و نعيمة مرزوق ، المعوقات الوظيفية للمرأة الصحفية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع تنظيم وعمل ، جامعة أوكللي محمد أولحاج، الجزائر، 2014/2015، ص11.

اصطلاحا:

*تعرفها كاميليا عبد الفتاح على أنها: "المرأة التي تعمل خارج المنزل وتحصل على أجر مقابل عملها وهي تقوم بدورين أساسيين في الحياة : دور ربة المنزل و دور الموظفة "

* ويعرفها ابراهيم جوهر على أنها : "المرأة التي تجمع بين العمل خارج البيت ومسؤوليات الأسرة، أي أنها امرأة متعددة الأدوار، يتعدى نشاطها المنزل".¹

4-الإعلام :

لغة : كلمة إعلام مشتقة من الفعل عَلَّمَ أي حَبَّرَ. وتقول العرب إستعلمه الخبر. أعلمه إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته. فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر، وهو الذي يطلقه العلماء عن عملية الإعلام.²

اصطلاحا : يعرفه الدكتور عبد اللطيف حمزة : "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة".³

التعريف الإجرائي للمرأة الإعلامية :

المقصود بالمرأة الإعلامية في دراستنا، هي المرأة الإعلامية العاملة في كل المؤسسات الإعلامية الجزائريات في كل مناطق الوطن، والتي تسعى لجمع وتحرير وإذاعة المواد الإعلامية ونشرها للجمهور سواء كانت مراسلة أو مديرة أو رئيسة تحرير أو صحفية عادية.

¹ - حسان تريكي و العربي حجام، الأبعاد الاجتماعية والثقافية لمشاركة المرأة الجزائرية في العملية التنموية، جامعة الطارف، جامعة سطيف 2، الجزائر، ص، ص، 2، 3.

² - نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، الجزائر، NTASIDI/COM للدراسات والنشر والتوزيع، ص8.

³ - زهير احدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص14.

المقاربة النظرية :

1- نظرية القائم بالاتصال وحارس البوابة :

تحتاج أي دراسة من الدراسات الإعلامية وحتى الاجتماعية إلى نظريات تركز عليها، ومن خلال موضوع دراستنا المنصب حول الواقع المهني للمرأة الإعلامية توجهت أنظارنا إلى نظرية القائم بالاتصال وحارس البوابة .

يرجع الفضل في تطوير نظرية القائم بالاتصال وحارس البوابة إلى عالم النفس النمساوي الأمريكي " كيرت ليون " في عام 1977 م .

ترى هذه النظرية أن المادة الإعلامية تمر بعدة نقاط في رحلتها تسمى بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل ويخرج .¹

اعتبر علماء الاتصال والإعلام معا أن نظرية "ليون " من أفضل النظريات الاتصالية والإعلامية التي تناولت القائم بالاتصال والإعلام، والدراسات المتعلقة بحارس البوابة وبالمناسبة لا يوجد حارس بوابة واحد بل تعدد الحراس تقع ضمن مجال الدراسات التجريبية والمنتظمة لسلوك أولئك الحراس الذين يسيطرون على المنتج الاتصالي والإعلامي في نقاط مختلفة ويراقبون تدفق النشرات الإخبارية والقصص والتقارير التي أصبحت لا تعد بالعشرات بل بالآلاف .²

انطلاقاً من الافتراض الأساسي لهذه النظرية الذي يدور حول أن حراس البوابة يسيطرون على المنتج الاتصالي والإعلامي، فهذا يقرب لنا فهم الموضوع من خلال إتباع منطلقات هذه النظرية .

إن الهدف من توظيف هذه النظرية كخلفية لدراستنا هو معرفة الواقع المهني للمرأة الإعلامية في المؤسسات وتفسير ما يحدث للإعلامية داخل وخارج المؤسسة وحتى مع أفراد المجتمع والتعرف على أبرز التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام أدائها المهني والإعلامي .

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، 1433 هـ، ص 7

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص 189.

العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية :

يمكن تقسيم العوامل إلى أربعة عوامل أساسية نذكر منها :

1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده : يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، إحساس القائم بالاتصال بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع الذي يعمل فيه .

2- معايير الذاتية : تشمل عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية .

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل النوع، العمر، والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم بالإضافة إلى الانتماءات الفكرية والعقائدية . وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته والتي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة .

3- المعايير المهنية للقائم بالاتصال : والمتمثلة في السياسات الإعلامية للمؤسسات، مصادر الأخبار والمعلومات، علاقات العمل والضغط المهنية .

4- معايير الجمهور : لاحظ الباحثان إثيل دي سولا بول وشولمان أن الجمهور يؤثر علي القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال علي الجمهور . فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها إلي حد ما ، توقعاته عن ردود فعل الجمهور وبالتالي يلعب الجمهور دورًا إيجابياً في عملية الاتصال.¹

انطلاقاً من الافتراض الأساسي لهذه النظرية الذي يدور حول أن حراس البوابة يسيطرون على المنتج الاتصالي والإعلامي، فهذا يقرب لنا فهم الموضوع من خلال إتباع منطلقات هذه النظرية .

¹ -حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2007، ص،ص 302،303.

إن الهدف من توظيف هذه النظرية كخلفية لدراستنا هو معرفة الواقع المهني للمرأة الإعلامية في المؤسسات وتفسير ما يحدث للإعلامية داخل وخارج المؤسسة وحتى مع أفراد المجتمع والتعرف على أبرز التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام أدائها المهني والإعلامي .

الدراسات السابقة :

1- الدراسات العربية :

1- صفاء مُجَّد المبيض: دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه المقارن من كلية الشريعة والقانون في الجامعة الإسلامية _غزة، 2009 م.

تهدف الدراسة إلى إبراز دور المرأة في الإعلام المعاصر في الفقه الإسلامي وما لهذا الموضوع من أهمية بالغة في المجتمع الإسلامي، ولكثرة المخالفات التي تقع في ممارسة العمل الإعلامي للمرأة .

- توعية وتنبيه المرأة المسلمة بالأحكام المتعلقة في عملها في مجال الإعلام .

- الموضوع عبارة عن دراسة فقهية مقارنة تناولت عدة أحكام في أبواب مختلفة من الفقه الإسلامي في موضوع عمل المرأة في الإعلام .

- اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي .

أهم النتائج :

لممارسة المرأة عملها في المجال الإعلامي ضوابط شرعية، أخلاقية، اجتماعية متمثلة فيما يلي :

- ضوابط شرعية وأخلاقية واجتماعية¹ .

وقد أفادتنا هذه الدراسة في معرفة الجوانب الشرعية لعمل المرأة في المجال الإعلامي وذلك من خلال إبراز أهم ضوابط الشرعية لعمل المرأة الإعلامي .

¹ - صفاء مُجَّد مبيض، دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه المقارن من كلية الشريعة والقانون، جامعة الإسلامية، غزة، 2009 م .

2- الدراسات الجزائرية :

1- عبد العزيز بوصفط، المرأة الصحفية في الجزائر الحضور والأداء دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف اليومية خلال الفترة 01/11 إلى 2005/02/25، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2005 .

تهدف الدراسة إلى :

- تحديد مواقع المرأة في المؤسسات الصحفية اليومية الجزائرية، كذلك تهدف إلى إظهار أداء المرأة الصحفية، الكشف عن المواضيع والقضايا النسائية في المواد الصحفية النسائية .
تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على تصوير وتحليل وتقييم أفراد العينة من أجل الحصول على نتائج دقيقة، وتمحورت مشكلة هذه الدراسة في معرفة ما هو واقع حضور وأداء المرأة الصحفية في الصحافة اليومية الجزائرية .
اعتمد في هذه الدراسة المنهج المسحي بأنواعه الميداني والتحليلي ومسح الرأي العام، كما اختيرت العينة كالتالي تم اختيار 28 صحيفة مقسمة بين 13 بالعربية و 15 بالفرنسية .

أهم النتائج :

- الهيمنة الذكورية على مراكز القرار في الصحف اليومية .
- فيما يخص المسؤولية في القرار داخل المؤسسات هي حكرا على الرجل مقابل وجود المرأة في مستويات أدنى .
- تختلف نسبة الترقى الصحفيات بين جريدة "الفجر" و "آفاق" إذ يتم في جريدة "آفاق" إسناد أي منصب لأي امرأة داخل الجريدة على عكس جريدة الفجر .
- قلة اعتماد المراسلين إلى الموارد المالية .

- حسب هذه النتائج اتضح أن المرأة الصحفية تعمل بأكثر من طاقتها، فكونها مغيبة في مواقع المسؤولية هو ما يكون لها حافز ودافع من أجل أداء أفضل للوصول إليها.¹

لقد استفدنا من هذه الدراسة في جوانب مختلفة من بينها: أنها تشترك مع دراستنا في نوع الدراسة وصفية بالإضافة إلى المنهج المسحي، كما اعتمدنا عليها في تحليل نتائج الاستبيان، كذلك تم الاعتماد عليها في الجانب النظري في دراستنا .

2- حبيبة باحمد، العوائق المهنية للصحفيات دراسة استطلاعية لعينة من الصحفيات في الجرائد الجزائرية (النهار، الوطن، الخبر، المساء، الشعب، المجاهد، لانوفال غيبوبليك)، 2013.

- تهدف الدراسة الى التعرف على طبيعة العوائق المهنية التي تواجه الصحفيات ومعرفة المستوى العلمي والثقافي للصحفيات ومعرفة مدى رضا الصحفيات عن العائد المادي والترقية في مناصب العمل .

- المنهج المعتمد هو المنهج المسحي لكون هذا المنهج الملائم لنوعية الدراسة المتمثلة في العوائق الاجتماعية والمهنية للصحفيات في الجريدة .

أهم نتائج الدراسة :

- محاولة معرفة وضع الصحفيات من خلالها إلى استنتاجات مهمة أهمها: أن الصحفيات تتمتعن بمستويات علمية وثقافية متفاوتة .

- هناك نسبة كبيرة من الصحفيات تلقين تدريب مهني قبل وبعد العمل لأهمية التأهيل .

- التفرقة الجنسية فيما يخص الأجر والترقية في مناصب العمل.²

أفادتنا هذه الدراسة في اختيار أسئلة الاستبيان بالإضافة إلى اشتراكها مع دراستنا في المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي .

¹ عبد العزيز بوصفط، المرأة الصحفية في الجزائر الحضور والأداء دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف اليومية خلال الفترة 01/11 إلى 2005/02/25، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005 .

² - حبيبة باحمد، العوائق المهنية للصحفيات دراسة استطلاعية لعينة من الصحفيات في الجرائد الجزائرية(النهار، الوطن، الخبر، المساء، الشعب، المجاهد، لانوفال غيبوبليك) ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2013 م .

3- قاسي عزيزة، مرزوق، نعيمة، المعوقات الوظيفية للمرأة الصحفية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من الصحفيات المشتغلات في الصحافة المكتوبة في الجزائر العاصمة ماي 2015، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تنظيم وعمل، 2015/2014 .

- تهدف الدراسة إلى الكشف عن العراقيل المهنية والاجتماعية التي تواجه المرأة الصحفية ومعرفة الجو الذي تعمل فيه الصحفية وعلاقتها بزملائها الرجال وإظهار المكانة التي تحتلها المرأة الصحفية داخل العمل وخارجه .

- المنهج المعتمد هو المنهج الوصفي كونه يقوم على وصف الظاهرة التي نريد دراستها كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا واعتمدت الباحثتين على العينة القصدية لتلائمها مع موضوع الدراسة بحيث قصدنا الصحفيات المشتغلات في الصحافة المكتوبة .

أهم نتائج الدراسة :

- أكدن المبحوثات على وجود معارضة أسرهم للعمل في المجال الصحفي .
- المرأة الصحفية لا تستطيع التوفيق بين العمل الصحفي و العمل في البيت ما جعل حياتها الأسرية تندهور .

- تبين أيضا أن المرأة الصحفية لا تؤيد نظرة المجتمع حول عمل المرأة الصحفي .¹
أفادتنا هذه الدراسة في التحليل الكمي والكيفي لاستمارتنا .

¹ - عزيزة قاسي و نعيمة مرزوق، المعوقات الوظيفية للمرأة الصحفية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من الصحفيات المشتغلات في الصحافة المكتوبة في الجزائر العاصمة ماي 2015 ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع ،جامعة البويرة، 2016/2015.

الفصل النظري

الفصل الأول : المرأة والعمل في العالم

تمهيد :

يختص هذا الفصل لعنصر مهم في دراستنا بحيث يعنون بعمل المرأة في العالم، إذ أننا نتطرق لعمل المرأة من خلال ثلاث مباحث بدءاً من تعريف المرأة العاملة والتطور السوسيوثقافي لعمل المرأة إلى دوافع اقتحامها لسوق العمل وكذا معوقات والآثار الناجمة عن عمل المرأة بمحاولة الإلمام بأهم التفاصيل المهمة في دراستنا هذه .

المبحث الأول: التطور التاريخي لعمل المرأة

المطلب الأول : - تعريف المرأة العاملة:

هي المرأة التي تمارس نشاطا مكافئ وتتقاضى مقابله مبلغا ماليا، بخلاف العمل المنزلي الغير المأجور .
وتعرف كذلك على أنها : "المرأة التي تعمل خارج نطاق الأسرة سواء في مؤسسات القطاع الحكومي أو الخاص التي تتيح لها العمل في مقابل اجر مادي " .

وحسب احسان مُجّد الحسن أن "المرأة العاملة لا نعني بها المرأة التي تشتغل بالأعمال اليدوية الماهرة وغير الماهرة، التي تعمل بالمزارع بل نعني بها المرأة التي تعمل خارج البيت مهما يكن عملها يدويا أو مهنيا أو إداريا أو علميا، إن المرأة العاملة تشتغل دورين اجتماعيين متكاملين هما دور ربة البيت ودور العاملة أو الموظفة أو الخبيرة أو المعلمة خارج البيت " .

وعرفت كاميليا ابراهيم عبد الفتاح : " المرأة العاملة بأنها المرأة التي تعمل خارج المنزل وتحصل على اجر مقابل عملها وهي التي تقوم بدورين أساسيين في الحياة دور ربة البيت ودور الموظفة " ¹ .

والتعريف المتداول للمرأة العاملة " هو أن المرأة العاملة هي التي تخرج خارج البيت للعمل في منصب شغل، والعمل للمرأة شيء مهم في حياتنا فالعمل يقضي على روتين الحياة، ويجعل للمرأة شخصية منفردة، يزيد من ثققتها بنفسها، ويعرفها طرق التعامل مع الآخرين فتشعر أنها مقيدة وتحقق ذاتها من خلال عملها وأيضا لا ننسى الجانب المادي المستقل فهي تشعر أنها سيدة نفسها " ² .

ويتضح من التعاريف السابقة للمرأة العاملة أنها من تقوم بجهود إرادي تؤجر عليه خارج بيتها، في مؤسسة أو في قطاع حكومي أجرا ماديا، فالمرأة العاملة المتزوجة تقوم بدورين اجتماعيين، دورها كربة بيت وعاملة بالبيت ودورها كموظفة بمنصب عمل معين لكن تختص التعاريف الخاصة بعمل المرأة فقط العمل خارج المنزل وكأن العمل المنزلي من تنظيف وطبخ ورعاية للأطفال والزوج ليس له معنى أو تأثير على المرأة .

¹ - احسان مُجّد حسن . علم اجتماع المرأة، دراسة تحليلية عن دور المرأة في المجتمع المعاصر، دار وائل للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2008، ص 75 .

² - كاميليا ابراهيم عبد الفتاح . سيكولوجية المرأة العاملة، دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ص 55 .

بل العكس فالعمل المنزلي يأخذ قسط كبيراً من مجهود المرأة واهتماماتها وتقصيرها في أداء واجباتها البيئية يشعرها بتأنيب الضمير وتتألم لذلك، فالمرأة العاملة في صراع دائم وتفكير مستمر في طرق وأساليب التوفيق بين عملها المنزلي لإرضاء أسرتها، زوجها وأطفالها و أخذ صورة إيجابية في المجتمع الذي تنتمي إليه وكذا عملها خارج البيت وانضباطها فيه وتأدية على أتم وجه لكي تحافظ على مكانتها في العمل وتفعل دورها في الإطار الذي تعمل فيه ووسط كل هذا الصخب من المسؤوليات لا تجد المرأة نفسها نصيباً كافياً للاهتمام بنفسها وخصوصياتها وكامرأة لذلك نجدها تعاني من ضغوطات شديدة تنهكها وتجعلها دائمة التعب والشكوى.¹

المطلب الثاني : التطور السوسيو تاريخي لعمل المرأة الغربية(الو.م.أ و أوروبا نموذجاً)

1- عمل المرأة في الولايات المتحدة الأمريكية:

لقد قطعت المرأة الأمريكية شوطاً كبيراً في مجالات حياتها خاصة فيما يتعلق بعملها خارج المنزل بالرغم من تلك لم تحظى إلى يومنا هذا بالمكانة العليا التي يمثلها الرجل، لكن أصبحت اليوم حتى ومن الآن يتولين ثلثي الوظائف الحكومية لكن وطبقاً لدراسة أجريت من طرف وزارة العمل الأمريكية أن المرأة العاملة الأمريكية إلى يومنا هذا تتقاضى أجراً أقل من أجر الرجل رغم نفس الوظيفة التي يشغلها كما توكل إليها أعمال تتطلب مهارات أقل وتكمن أول من يتعرض للطرد من المصانع في حالة تسريح العمال قبل الفئات الأخرى.

إن نسبة العاملات في الولايات المتحدة الأمريكية أضحت في تزايد وذلك منذ الحرب العالمية الثانية كأهم عامل وما خلفته من ظواهر اجتماعية.

وذلك تزامناً مع النمو الاجتماعي والصناعي للبلاد ومع ظهور المصانع كأول مرة في القرن التاسع عشر في " تيو انجلترا الأمريكية مما أدى إلى وجوب استغلال اليد العاملة النسوية بعدما كانت تهتم هذه الأخيرة بالأعمال والتدابير المنزلية، إذ وأنه في سنة 1958م بلغ عدد النساء العاملات حوالي 23 مليون، وقد

¹ - أسماء إبراهيم، الضغوط المهنية وعلاقتها بالتوافق الزوجي لدى المرأة العاملة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة محمد

خيضر بسكرة، الجزائر، 2014/2015، ص 191 .

استمر هذا التزايد إلى يومنا هذا، بحيث تقول الأرقام الإحصائية أن أكثر من 102 مليون امرأة عاملة سنة 1994م بعدما كانت لاشيء وهو ما يعبر عن محاولة تقييد الفكرة القائلة بأن الرجل شخص يكسب العيش وأن المرأة تدير شؤون البيت والتي يعتبرها أنصار الحركة النسائية الجديدة فكرة سخيفة وبالية¹.

2- عمل المرأة في أوروبا:

تعتبر الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية التي شهدتها أوروبا خاصة إذا ما تحدثنا عن الصورة الصناعية أثر بالغ في خروج المرأة والعمل كما لا يمكن أن تلغى ما سببته الحرب العالمية الأولى من الظواهر والتغيرات في الحياة الاجتماعية أدى إلى وجوب وجود اليد العاملة النسوية لسد الفراغ الذي خلفه الرجال الذين بدورهم اهتموا بشؤون الحرب وهذا ينطبق في الغالب على جل الدول الأوروبية خاصة الدول التي كانت طرف أساسي فيها إلى أن بلغت نسبة العاملات في أوروبا 35 % سنة 1975م أي تشكل هذه النسبة ثلث القوى العاملة².

1.1 - فرنسا:

فقد حققت الثورة الصناعية قفزة نوعية وقد توزع عمل النساء إلى ثلاث : العمل في البيت، العمل في الورشات، العمل في المعامل، وكانت أجورهن متدنية تكاد لا تبلغ ثاني في اجر العامل الرجل، وهناك عوامل تجعل أصحاب الأعمال يعارضون عن تشغيل النساء كالعادات والتقاليد التي تعارض تشغيل المرأة ونظرا لما قد يؤدي إلى كثرة تغييبها في العمل (الحمل والولادة ورعاية الأطفال) وما قد يتكبده صاحب العمل من مصروفات بسبب تشغيل النساء كالتزامه بإنشاء دار الحضانة وتخصيص أماكن للراحة وقد امتحنت النساء في فرنسا نصف الوظائف المتوفرة في صناعة النسيج³.

¹ - أسامة بارود، عمل المرأة وأثره على العلاقات الأسرية، مذكرة لاستكمال شهادة الماستر، جامعة غرداية، الجزائر، 2016/2017، ص 26.

² - المرجع نفسه، ص 27.

³ - حكيمه حاج علي، تأثير التحرش الجنسي على الاستقرار المهني للمرأة العاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2013/2014، ص 142.

2.1 روسيا:

لم تستطع المرأة الروسية تقلد مناصب عمل مثلها مثل الرجل إلا بعد قيام الثورة البلشفية 1917م التي أقامت مساواة تامة بين الجنسين، بمعنى أصبح لها الحق في اختيار مكان الإقامة، حق الملكية، وكذا تطبيق الحدود القانونية عليها مثل الرجل، كما منحت لها امتيازات تشجع كل النساء على مزاوله العمل المأجور، بتقاضي الأجر خلال فترات الحمل والرضاعة وهذا ما ساعد على الزيادة في اليد العاملة النسوية، حيث قدرت نسبة العاملات بعد الحرب العالمية الثانية 55% من القوى العاملة في البلاد¹.

3- إنجلترا:

في أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن التاسع عشرين أدى الانقلاب الصناعي إلى تغيرات جوهرية بالنسبة لعمل المرأة على وجه الخصوص، إذ أدى اختراع الآلة إلى التقليل من أهمية القوى البدنية، الأمر الذي مهد لدخول المرأة إلى ميدان العمل الصناعي بأعداد هائلة، كما هيأت الحرب العالمية الثانية فرصة لعمل المرأة بحيث حلت هذه الأخيرة دور الرجال الذين كانوا في صفوف الجيوش².

المطلب الثالث: تطور عمل المرأة في المغرب العربي :

أما التطور السوسيو تاريخي لعمل المرأة المغربية والذي سنجمله في كل من تونس والمغرب كنموذج تمثيلي لمنطقة المغرب العربي لاشترك جل دوله في قاعدة اجتماعية شبيهة ببعضها البعض. لقد اقتحمت المرأة التونسية قطاع الشغل وتطور تواجدها به بسرعة من حيث الكم والكيف حيث انتقل تنسب العمالة النسوية من 6% سنة 1966م إلى غاية 30% في وقتنا الحاضر بحيث تتواجد في مجالات وظيفية واقتصادية عدة ولكن نسق التطور الاجتماعي، أحيانا ما يكون بطيئا مقارنة بالتغيير الإطار التشريعي، كما أن للتراكبات التاريخية أثر على هذا التطور، فالنهوض بالمرأة سياسة متواصلة في المجتمع التونسي قد حقق تقدما هائل بعد الاستقلال سنة 1956م.

¹ - سامية العارفي. الأم العاملة بين الأدوار الأسرية والأدوار المهنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، معهد العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العقيد أكلي محمد مجد أولحاج البويرة، الجزائر، 2011، 2012، ص35.

² - حسين عبد الحميد رشوان، علم اجتماع المرأة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1998، ص201.

أما حال المرأة المغربية لا يختلف كثيرا عما هو عليه في تونس، إذ بلغت نسبة العاملات %1.8 سنة 1971م، و تشغل النساء أساسا في الفلاحة، حيث بلغت نسبتهن %37.8 ولأن الظروف الاجتماعية والثقافية في المجتمعات العربية تحدد مدى مساهمة المرأة في النشاط الاقتصادي، فإن المرأة المغربية كانت خاضعة لتلك القيم و الأفكار ولذلك نجد نسبة النساء العاملات غالبا تختلف باختلاف حالتها الشخصية وظروفها الاجتماعية إذ بلغت نسبة العاملات المطلقات %46 وهي أعلى نسبة نظرا لحاجتها الاقتصادية، لأنها العامل المسؤول على أبنائها بعد الانفصال، ثم الأرمال بنسبة %23 أما ما يخص العاملات المتزوجات فتتخفف إلى %8 وهذا راجع إلى النظرة الدونية للقيم الاجتماعية لعمل المرأة¹.

تطور عمل المرأة في الجزائر :

أولا : المرأة والعمل أثناء الاحتلال الفرنسي :

كان المجتمع الجزائري إبان الفترة الاستعمارية يعتمد في معيشتة على الزراعة التي كان يشارك فيها معظم أفراد الأسرة، وكانت المرأة تؤدي دورها في عملية الإنتاج بالإضافة إلى دورها التقليدي وهو العناية بالأسرة.

لقد عمل الاستعمار الفرنسي على فرض السياسة الاستيطانية و التمييز وساءت وضعية الجزائريين إلى جانب الزراعة كانت هناك حرف عديدة تمارس خاصة في المناطق الحضرية وظهر صناعات في شكل ورشات ساعدت بشكل كبير في تشغيل أيادي عاملة جزائرية وكان للمرأة نصيب في ذلك، ظلت المرأة مجرد عاملة إلى جانب الرجل لدى المعمرين ولما جاءت الثورة التحريرية الجزائرية في أول نوفمبر 1954م ولبي جميع نداء جبهة التحرير الوطني للكفاح التحريري والقضاء على كل أشكال الاستعباد من خلال طرد الاستعمار الفرنسي من بلادنا، ولقد لعبت المرأة الجزائرية المجاهدة دورا كبيرا، حيث أعطت مثالا رائعا

¹ -أسامة بارود، المرجع نفسه، ص،ص،32،33.

في النضال وبمرور الزمن أدركت أن حريتها وتحريرها مرهونة بتحرير وحرية المجتمع كله فهي جزء لا يتجزأ من شعبها.¹

ثانيا : المرأة والعمل بعد الاستقلال:

ترك المستعمر الجزائر بعد خروجه تتخبط في الفقر والامية وممارسة الوظائف، فعمدت الدولة للاهتمام بالتعليم كأساس لبناء جزائر الغد، فكان قانون إجبارية التعليم لكلا الجنسين، الدور في التغيرات الحاصلة اليوم على مستوى العمل، ففي 1965م-1966م وصل عدد المتدربين إلى 1370537 منهم 51311 .

انتهجت الجزائر بعد الاستقلال النهج الاشتراكي، فجعلت البيئة الاقتصادية للبلاد مبنية على أساس المؤسسات العمومية، وفتحت أبواب مؤسساتها لجميع الأفراد مما يضطر لخروج المرأة للعمل ومع تغير الأوضاع الاقتصادية في سنوات السبعينات.

والتي نتج عنها التسريح المكثف للعمل أصبحت الأسر الجزائرية تواجه ضغوط اقتصادية، اضطر بسببها مسؤول العائلة بقبول خروج زوجته، وأخته، أو ابنته للعمل لمساعدته في مصروف المنزل، خصوصا أنها متعلمة وذلك يؤهلها للبحث عن عمل، وقد ساهمت الدولة كبير في توعية وتوجيه الفكر الشعبي، لتقبل الأفراد لعمل المرأة لما يدره من فائدة للأسرة والمجتمع والاقتصاد الوطني، وفي هذه الحقبة من الزمن تركزت النساء عند دخولهن لسوق العمل في القطاع الثالث (الصحة والتعليم)، وإن وجدت في المصانع فهي متواجدة في الوحدات الإنتاجية.²

¹ - حيزية مهابة، التغيب لدى المرأة العاملة وتأثيره على الأداء الوظيفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة غرداية، الجزائر، 2014-2015، ص46.

² - آسيا غزال، دور المرأة في عملية التنمية الاجتماعية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2002، 2003، ص38.

المبحث الثاني : دوافع عمل المرأة .

المطلب الأول : الدوافع الشخصية(ذاتية) والاجتماعية:

ترى الكثير من النساء أن الخروج إلى العمل يمكننا من تحقيق ذاتها وبالتالي يسهم في تغيير الوضع التقليدي الذي يضعها فيه المجتمع، كما أن الارتباطات الاجتماعية في مكان العمل، إضافة للدعم الاجتماعي جعل معظم النساء يفضلن الاشتراك في المجتمع فهذا الدافع يتضمن رغبة المرأة في خروجها من البيت باتجاه ميدان العمل قصد التغيير من واقعها كونها ربة بيت وأم لأطفال، فهي أكثر الطرفين مسؤولة في تقديم الرعاية والتوجيه لهم، والذي يزيد من تعميق هذا الدافع هو شخصية المرأة بحد ذاتها بحيث أنها تقرر عملها وتعتبره مساهمة ايجابية نحو أسرتها والمجتمع ككل فهي حسب شهادات بعض النساء، يعتبرن العمل الخارجي المأجور وسيلة لتنظيم حياتهن وذلك من خلال احترامهن لمسؤولياتهن في مناصب عملهن.¹

2. دوافع اجتماعية:

يشار إلى أن العمل يوفر لدى الفرد الاعتراف والتقدير والتشريف وسط الجماعة وهو يظهر بالخصوص حين يكون الفرد معترفا به اجتماعيا من قبل الآخرين، فوضع المرأة يتحدد من خلال المرتبة الاجتماعية والتقدير الاجتماعي الذي ينجم من تكوين علاقاتها التفاعلية و اندماجها الاجتماعي داخل مجال عملها، فالوضع يبني على أساس علاقاتها التفاعلية في ضمن المجال التفاعلي الذي تتفاعل فيه. فهي تسعى إلى تحديد موضعها في المجالات الاجتماعية بواسطة أدوارها المهنية ومسؤولياتها التي تميزها عن الآخرين، بحيث أن المرأة أثبتت أهمية ذلك من خلال ممارستها لمختلف المهن في كافة المجالات المختلفة، بغرض إشباع بعض احتياجاتها، مثل الحاجات الاجتماعية كالصداقة واحتياجات الانتماء، إن

¹ - سمير بن موسى، صراع الأدوار وعلاقته بالضغط لدى المرأة العاملة، مجلة العلوم الانسانية، العدد الرابع، جامعة تيارت، الجزائر، ديسمبر 2015، ص158.

المنفعة والفائدة الاجتماعية التي تحصل عليها من الاشتغال لأهم بكثير من الفائدة التي تحصل عليها، من خلالها تستطيع أن تثبت قدرتها على بناء المجتمع وهو ما يربطها بالآخرين.¹

فممارستها للعمل هو نوع من الشعور بالفخر والاعتزاز بالشخصية الإنسانية في حد ذاتها وقدرتها الذاتية التي تحدد موقعها من خلال ما تتخذه من أوضاع المهنية الخاصة، فالمرأة كائن اجتماعي تسعى لارتباطها بالآخرين بهدف الحصول على الواجهة الاجتماعية مما أوضحت **سلوى عبد الحميد الخطيب** أن طبيعة المجتمع المحافظ جعلت معظم العلاقات الاجتماعية بين أفراد الجنس الواحد تتم من خلال المؤسسة، ولكن التغيير العمراني والحضاري عمق الشعور بالعزلة والوحدة وهذا ما يؤدي الأفراد للمشاركة والانتماء إلى الجماعات معينة وتوسع دائرة معارفهم خارج نطاق الأسرة، فيمكن القول بأن غاية المرأة من عملها يضفي قيمة على هويتها وعلى ما تقوم به فهو يعطيها المكانة الاجتماعية ورد اعتبارها اجتماعياً.²

المطلب الثاني: الدافع الاقتصادي والسياسي والتعليمي

تعد الدوافع الاقتصادية لعمل المرأة في معظم الحالات الدوافع الأكثر شيوعاً في معظم المجتمعات النامية، وهذه الدوافع متعددة ومختلفة بحسب الظروف الاقتصادية للمرأة كفرد أو للأسرة، ويشكل الدافع الاقتصادي سبباً ومحركاً قوياً يحرك المرأة ويدفعها نحو العمل لأسباب متعددة، تتعلق بالحاجة للدخل لعدم وجود معيل، أو بسبب الفقر في الأسرة أو تعطل الأب أو الزوج عن العمل، أو انخفاض مستوى الدخل مقارنة بارتفاع تكاليف المعيشة وتبدل أنماط الاستهلاك.³

ففي عام 1956 م أجري استفتاء في الولايات المتحدة الأمريكية يسمى "بيدجون" 3800 سيدة يعملن عضوات في الاتحادات، فتبين من خلال ذلك 3/4 من المجموعة يعملن أساساً من أجل إعانة الأسرة وفي

¹ - آسيا حفصي، الممارسة المهنية للمرأة وعلاقتها بإنتاج مكانتها الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2014/2015، ص 88.

² - المرجع نفسه، ص 89.

³ - جهاد ذياب الناقل، الآثار الأسرية الناجمة عن خروج المرأة السورية للعمل، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، سورية، 2011، ص 69.

عام 1953 م جاء تقرير "جوستيك" وتبين من نتائج المسح الذي أجري 500 امرأة حديثة التخرج أن 3/2 من مجموعة المتزوجات اللاتي كم يعملن من أجل مساندة دخول أزواجهن، كما تبين في دراسة "ياروا" أن 20 % من الأمهات يعملن من أجل توفير أهداف صحية وثقافية لأفراد الأسرة.¹ وفي دراسة "عمر عسوس" حول المرأة والعمل في الجزائر اتضح أن المرأة الجزائرية في معظم الأحيان تخرج لميدان العمل لسد احتياجاتها الشخصية أو لمساعدة زوجها أو أسرته وخاصة كلما انخفضت الطبقة الاجتماعية والاقتصادية التي تنتمي إليها المرأة.²

4 . دافع التعليم:

نجد أن الأسرة أولت اهتماما كبيرا، وجهدا معتبرا بالنسبة لتعليم المرأة و تكوينها، حيث أصبح تعليمها حتمية لا مفر منها لإخراجها من بؤرة الأمية ولهذا كان للتعليم على نطاق واسع أثر مباشر في قلب المعايير التي كانت سائدة من قبل.³

حيث أصبح تعليمها إلزامي وضرورة لا بد منه للقضاء على الأمية . كما تجدر الإشارة إلى القول بأن فرص عمل المرأة ترتبط بمستواها التعليمي، وتندفع للبحث عن عمل مهني مناسب لشهادتها الدراسية حتى لو كانت و لازالت في إطار التمدرس، إذ أنه بحصولها على الدرجات العلمية، تستطيع تأكيد ذاتها بواسطة العمل الخارجي وهكذا تجدر الإشارة إلى القول أن عمل المرأة يرتبط بتعليمها، فستتبع القيام بعمل مهني مناسب مع شهادتها العلمية المحصل عليها.⁴

. الدافع السياسي:

إن الدوافع السياسية كانت دافعا مهما في توجيه المرأة لاختيار العمل ومن الطبيعي أنه لا يمكن نكران الدوافع السياسية التي تدفع المرأة للعمل، فشعور المرأة بأنها تسهم في بناء مجتمعها من خلال العمل دافع

¹ - كاميليا عبد الفتاح ، المرجع نفسه، ص87 .

² - تماظر زهري حسون، تأثير عمل المرأة على تماسك الأسرة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، السعودية، 1993، ص55.

³ - قروي عبد الرؤوف ، وعبان عبد الحليم، عمل المرأة وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر . الوادي . الجزائر ، 2016/2017، ص27.

⁴ - أسيا حفصي، المرجع نفسه، ص82.

سياسي مهم فضلا عن تأثير الأحزاب المتمثلة بتنظيماته المختلفة وتعليماته التي تعد عاملا مهما في دفع المرأة للعمل،الذي أكد أن مهمات توفير التعليم على نطاق واسع للمرأة وتوفير فرص العمل لها ومساومتها بالرجل من النواحي القانونية من الأمور التي تقع على عاتق الدولة فضلا عن توجيه الاعلام من المنظمات النسوية حول أهمية دور المرأة في العمل.

إن طبيعة الظروف السياسية التي تمر بها البلاد والأنظمة الحاكمة يؤثر تأثيرا مباشرا على نظام العمل وعلى عمليات الاختيار والتعيين في الأنظمة الإقطاعية المملوءة بالأعمال الشاغرة عن طريق الوراثة، كما أن الظروف السياسية مازالت تؤمن بتعدد الأحزاب و تشغل أغلب الوظائف عن طريق الانتخاب العلمي،وفي الدول التي تؤمن بقيادة الحزب الواحد تشغل أغلب شواغر العمل عن طريق السلطة المركزية وهذه الوظائف تشغل في أغلب الأحيان ولا تعتمد على الكفاءة المطلوبة،فالولاء للحزب والسلطة واستلام المناصب الإدارية من الموالين والموالاة لفكرة الحزب هم الأساس في عملية الاختيار والتعيين.¹

¹ - مسعادي فاطمة الزهراء ، المرأة العاملة والتحرش الجنسي ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية،جامعة العربي لتبسي . تبسة ، 2016،2017،ص45.

المبحث الثالث : معوقات عمل المرأة والآثار الناجمة عنه

المطلب الأول : معوقات عمل المرأة

معوقات عمل المرأة:

إن المشكلات التي تواجهها المرأة تحول دون تحقيق قيامها بصورة ايجابية ولعل من أهم هذه المشكلات مايلي:

1-مشكلات داخل العمل : عدم تناسب في المجالات الوظيفية المتاحة مع تخصصاتهن وصعوبة الالتزام بالادوام الكامل،وتدخل الرجل في وضع معظم قرارات النساء العاملات.¹

-التقاليد الاقتصادية التي كانت سائدة في الماضي.²

2-مشكلة مواظبة المرأة على العمل : إن وجود المرأة في مكان عملها خلال الساعات المتخصصة للعمل ضروري لممارسة دورها في العملية الإنتاجية و الخدماتية،حيث أن غياب المرأة عن العمل بصورة متقطعة أو دائمة يؤثر في الإنتاج كما ونوعا.

3-مشكلات متصلة بالعاملة ذاتها : وتعود هذه المعوقات لطبيعية المرأة النفسية والبيولوجية:

- انخفاض قدرة المرأة البدنية وسرعة التعب والتحمل.

- عبئ مسؤولية عمل المنزل وتربية الأولاد.

4-مشكلات متعلقة بالأسرة:

- الخلافات الزوجية بسبب عدم إقناع الزوج بأهمية عمل المرأة.

- الضيوف والأعباء الزوجية.

- عدم رغبتها في إنجاب الأولاد بكثرة يسبب لها مشاكل مع الزوج وبناءا على كل ذلك نقول أن المرأة مهما عملت جاهدة للتوفيق بين مسؤولياتها،إلا أن الكثير من الصعوبات تواجهها وتقف أمام تحقيق طموحها،والوصول إلى تحقيق ذاتها.³

¹ -احسان مُجّد، حسن. علم الاجتماع الصناعي ، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص216 .

² -أنتوني غدنز، علم الاجتماع، منظمة العربية للترجمة، لبنان، ط1، 2005، ص453.

³ -احسان مُجّد حسن. المرجع نفسه، ص79 .

المطلب الثاني: الآثار الناجمة عن عمل المرأة

1- الآثار الايجابية:

أ-المساهمة في تنمية الوطن:

حسب ما تطرقنا إليه سلفا، إن نسبة خروج النساء للعمل في تزايد مستمر، وخاصة بعد فترة الاستقلال، وذلك بهدف المشاركة الفعالة في تنمية الموارد الاقتصادية للجزائر، كما أن مشاركتهن للرجل في ميادين الأعمال العامة والخاصة وذلك ليس بناء على تقليد المرأة الأوروبية والتشبه بها، بقدر ما فرضه التطور و التحديث الذي عرفهما المجتمع الجزائري والذي أدى بدوره إلى زيادة ارتفاع الطلب على الأيدي العاملة المتخصصة، ومن ثم بدأت المساهمة الفعلية من خلال مشاركة النساء في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ... الخ، أين ارتفعت نسبة تواجدها خاصة في قطاع التعليم و الإدارة و الخدمات والقضاء، والصحة... الخ، وذلك لحاجات التنمية الوطنية إلى مهارات هذه الأخيرة وجهودها المتواصلة جنبا إلى جنب مع زميلها الرجل.¹

ب-المساهمة في زيادة الدخل:

إن مشاركة المرأة الجزائرية بشكل واسع في جميع أنواع مجالات وقطاعات العمل أدى إلى زيادة حركة التنمية وتوجيهها نحو الأفضل. وذلك ما بينته التقارير المنجزة بقسم التخطيط بالجزائر، والتي دلت على ارتفاع الدخل لاسيما في السنوات الأخيرة، خاصة في المدن ومن تم الأرياف على السواء، وارتفاع مقدار النفقات المعيشية الشهرية في الوسطين الحظري والريفي. كما أن المرأة الجزائرية تساهم في دخل الأسرة وذلك من خلال ظهور النساء كقوة اقتصادية وسياسية بنسبة 70% من المحامين بالجزائر من النساء، و 60% من القضاة وهناك نسبة لاستهان بها في المجال الطبي، وذلك أنهن يساهمن بصفة معتبرة في دخل الأسر، ويمكنك مشاهدة المرأة الجزائرية في كل مكان كما تقول "دحو جبريل" ناشرة مجلة متخصصة في

¹ - نعيمة دودو، تأثير عمل المرأة على معدلات الخصوبة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم

الاجتماعية والإنسانية، جامعة فرحات عباس - سطيف-، الجزائر، 2010-2011، ص 51.

النقد الاجتماعي والتحليل" أنه إذا ما استمرت هذه الاتجاهات فسنشهد ظاهرة جديدة تصبح فيها الإدارة العامة خاضعة لسلطة النساء.

ج- المشاركة في أعباء الزوج:

إن عمل المرأة أصبح دعماً اقتصادياً قوياً للأسرة الجزائرية في ظل غلاء المعيشة، وهو الدافع الرئيسي لخروجها للعمل، بالنظر لزيادة متطلبات الحياة اليومية وتطورها في ظل النظام الرأسمالي، وبالتالي أصبح عمل المرأة ضرورة ملحة إلى جانب عمل زوجها في توفير النفقات اليومية للأسرة، مع أنه في الأصل الزوج هو الذي يتحمل نفقات المنزل كاملة، إلا أن الزوجة يمكنها أن تتحمل النفقات الإضافية من باب التطوع منها، وذلك من شأنه أن يزيد من المودة والرأفة بين الزوجين في كل الظروف و الأحوال كما يقول المثل المتداول "أن يعيشا على الحلو والمر"¹.

2- الآثار السلبية:

أ- على نفسها : لقد كان أهم نتائج عمل المرأة اليومي والطويل أن انعكس عليها إجهاداً وشقاء ورغبة في ترك العمل والعودة إلى المنزل، هذا ما ذكرته الدراسات الحديثة، فقال "بيير داکو" عالم النفس الفرنسي الكبير المعاصر وهو يصف واقع المرأة في مجتمعات الحداثة: في الغرب الآن " لم يسبق للمرأة أن كانت مسحوقة، ومنهارة ومستفزة وخامدة مثلما هي عليه الآن"².

ب- على الأولاد:

إن الطفل لا يحتاج فقط إلى من يوفر له أمور وحاجيات الأكل والنظافة والنوم فقط، فهو الدور الذي يمكن تؤوله أي خادمة أو حاضنة ولكن فقط يحتاج ضمن الأمور السابقة الذكر، الحنان وعاطفة الأمومة التي لا يمكن للخادمة مهما أوتيت من ثقة وأمانة وحنان أن تعطيها له، لأن هذا الطفل أجبرها فقط، والأم في العائلة تدير شؤون داخل وخارج البيت المزدوج، ولكن أصبحت هذه الأم، بين زوج أولاد تلي

¹- نعيمة دودو، المرجع نفسه، ص 51.

²- نهي القاطرجي، المرأة في منظومة الأمم المتحدة رؤية إسلامية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 1426 هـ -2006 م، ص، 417.

زوجا من المتطلبات : متطلبات ناتجة من سياق الحياة التقليدية ومتطلبات أخرى تمخضت من البيئة العصرية الحديثة.¹

2.3- على الزوج:

إضافة إلى نتائج خروج المرأة للعمل هناك مشكلة ثالثة وهي المشكلات التي تنشأ في علاقتها بالزوج، والتي ترجع إلى استقلالها الاقتصادي من جانب، وتواجدها لفترات منتظمة خارج البيت من جانب آخر.

والعمل يعتبر من الأسباب الرئيسية في انشغال المرأة عن أداء كل واجباتها تجاه زوجها وإعطائه حقه كاملا. إن إهمال شؤون البيت وإهمال المرأة نفسها يبعث في نفس الرجل الملل في الحياة اليومية الروتينية مع زوجة عاملة لا تهتم بنفسها في البيت بقدر ما تهتم بزيئتها للخروج للعمل. وحين يرى الزوج زوجته العاملة المرهقة المتعبة من عملها تزيدها أعباء ومسؤوليات البيت إرهاقا يدخل هو أيضا في دوامة، ففي خضم هذه الأجواء لا يجد لنفسه مقاما ويخرج أن يبوح باحتياجاته النفسية وهذا يؤدي بدوره إلى خطر الطلاق الذي ينهي كيان مؤسسة الأسرة.²

خلاصة :

نستنتج من هذا الفصل أن المرأة مارست العمل منذ القدم وعبر مر العصور، فبالرغم من تعرضها إلى القهر إلا أنها استطاعت بفضل إصرارها وطموحاتها اقتحام ميادين عديدة في مجال العمل. كان لخروجها عدة دوافع منها الشخصية لإثبات ذاتها لنفسها وللمجتمع لكن في مقابل ذلك واجهت العديد من الحواجز والمعوقات ولا تزال تكافح لمواجهتها، وكما كان لهذا العمل إيجابيات في المقابل له آثار سلبية على المرأة في حد ذاتها وأولادها وزوجها ومحيطها الأسري والمجتمع .

¹ - عائشة بوبكر، العلاقة بين صراع الأدوار والضغط النفسي لدى الزوجة العاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007، ص23.

² - ناهد رمزي، المرأة والإعلام في عالم متغير، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1422 هـ- 2001 م، ص، 77 .

الفصل الثاني : المرأة والإعلام في الجزائر

تمهيد :

يعتبر دخول المرأة الجزائرية مجال الإعلام أحد أهم الأحداث الحاصلة اليوم، إذ كان قبل سنوات دور المرأة في المجال الإعلامي مغيبا نوعا ما مقارنة بما هو حاصل اليوم في المشهد الإعلامي الجزائري .

وعرف حضور المرأة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية في الجزائر ارتفاعا نسبيا بحيث تزايد عبر الحقبات التاريخية منذ أخذ الجزائر الاستقلال وتأميم التلفزيون والإذاعة وذلك باسترجاع السيادة الوطنية و مروراً بمرحلة التعددية الحزبية السياسية والإعلامية التي شهدت حرية نسبية في وسائل خاصة الإعلام المكتوب وصولاً إلى مرحلة الانفتاح الإعلامي وفتح القنوات السمعي البصري الخاصة بعد القانون العضوي لسنة 2012 م الذي تم من خلاله فتح المجال أمام الجميع وخاصة أصحاب رؤوس الأموال لفتح الإعلام الخاص وكانت للمرأة الإعلامية حصة منه، بحيث نجد أن الإعلامية الجزائرية برزت بشكل كبير في سنوات الأخيرة حيث أصبحت لها مكانة بارزة في المشهد الإعلامي الجزائري وحتى العربي .

ونتناول هذا الفصل المعنون بالمرأة والإعلام في الجزائر وذلك من خلال التعرض إلى ثلاث مباحث: الأول يتناول قطاع الإعلام في الجزائر أما بالنسبة للمبحث الثاني يتناول مراحل عمل المرأة الإعلامية في الجزائر والمبحث الثالث كان تحت عنوان الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر .

المبحث الأول : قطاع الإعلام في الجزائر
المطلب الأول : تعريف الإعلام وخصائصه
تعريف الإعلام : لغة واصطلاحا

1- لغة :

كلمة الإعلام مشتقة من العلم، تقول العرب إستعلمه الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر وهو نفس المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الإعلام.¹

لقد تعددت التعاريف لمصطلح الإعلام ونذكر منها التالي :

يعرفه سمير حسين: "بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات السليمة عند القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية".² وكذلك يعرف على أنه "هو نقل المعلومات والمعارف، والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، عبر أدوات ووسائل الإعلام والنشر، بقصد التأثير".³

ويعرف أيضا: "الإعلام يعني الحصول على معلومات حول قضية معينة ونشرها بهدف تشكيل درجة من الوعي بالتطورات المهمة لدى صانعي القرارات والإداريين وقطاعات الجمهور كافة، وكلمة الإعلام منبثقة من (أعلمه بالشيء) وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية والصحيحة الواضحة، وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوفرتين بقدر ما يكون الإعلام سليما وقويا".⁴

¹ -زهير احدادن ، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط5، 2014، ص 14 .

² -رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال (المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية)، جدارا للكتاب العالمي، الجزائر، ص24 .

³ -فهد بن عبد الرحمان الشميري، التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام)، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، السعودية، ط1، 2010، ص 52 .

⁴.44- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي (النظريات والوظائف والتأثيرات)، دار النشر للجامعات، مصر، ط2007، 1، ص 23.

و مما سبق يمكن القول بأن الإعلام عبارة عن مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها جهة معينة من أجل تزويد وإخبار الجمهور والناس بمعلومات صادقة باستخدام وسائل اتصالية وإعلامية معينة.

خصائص الإعلام :

وللإعلام ثلاث خصائص حسب زهير إحدادن وهي كالتالي :

- انه يأخذ اتجاهها واحدا من فوق إلى تحت خلافا للاتصال الشخصي قل أن يوجد في عملية الإعلام تبادل ، فالإعلام يفرق بين مصدر الخبر والمستقبل له .
- الإعلام يصف الواقع ، فلا يمكن أن يكون إعلام دون وقائع وحوادث سواء كانت مادية أو ملموسة أو معنوية أو فكرية فالخبر الذي يصفه الواقع وينقله الإعلام ليس وليد الخيال .
- كلفة الخبر ضئيلة جدا فسعر الخبر في متناول الجميع¹.

ومن خصائص للإعلام كذلك نذكرها كالتالي :

- الإعلام يصف الواقع .
- الإعلام سريع ومنظم و مكثف وهو أيضا شامل ومشترك، بالإضافة إلى أنه تعليمي وفعال ومحرك ، وعنصر تقريب وتوجيه .
- الإعلام نشاط اتصالي يجمع بين جوانبه مصدر المعلومات،الرسائل الإعلامية وكذا الوسائل الإعلامية والجمهور المتلقي ورجع الصدى .
- يتسم بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تعريف للأحداث الواقعية .
- يتسم بالموضوعية لكافة الأحداث والحقائق التي تميز الساحة الإعلامية .
- يسعى الإعلام لمحاربة الإشاعات، التحيز، والخرافات².

¹ - زهير إحدادن، المرجع نفسه، ص15

² - نعيمة واكد، المرجع نفسه، ص24.

المطلب الثاني : الأهمية الوظيفية للإعلام وأهدافه

الأهمية الوظيفية للإعلام :

تبرز أهمية الإعلام وتتضح مكانته في حياة الناس لاسيما في ظاهرة الاتصال بين الأفراد والشعوب وهي ظاهرة قديمة قدم الإنسان والأمم للتعارف والتفاهم.¹ ولأهميته ومكانته السامية جعل من أهم وظائف الأنبياء والمرسلين الإنباء- وهو الإعلام بكلام الله- قال الله تعالى (يا ادم أنبئهم بأسمائهم)². وتتعدد وظائفه للرأي العام، نذكر من بينها ما يلي :

1- الوظيفة التشاورية: حيث تقوم وسائل الإعلام بخدمة القضايا العامة للأشخاص والتنظيمات والحركات الاجتماعية من خلال الوضع التشاوي الذي تحققه وسائل الإعلام .

2- الوظيفة التقوية الاجتماعية: والتي تتحقق من خلال مقدرة وسائل الإعلام على فضح وكشف الانحرافات عن الأعراف الاجتماعية وذلك بتعرية هذه الانحرافات للرأي العام .

3- الوظيفة الإخبارية : وهي وظيفة معينة تدل عمليا على اختلال وظيفي لدور وسائل الإعلام، وذلك عن طريق زيادة مستوى المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية، وذلك يؤدي للحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة³.

ومن بين أبرز وظائف الإعلام نذكر ما يلي :

-النقد والنقد الذاتي .

-التربية والتكوين والتوجيه .

-التوعية والتجنيد .

-الرقابة .

-التصدي للغزو الثقافي الإعلامي⁴ .

*ومن وظائف الإعلام كذلك نذكر حسب الباحث هارولد لاسويل Harold Lasswell :

¹-عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، اليمن، 1994م، ط2، ص13.

²-المرجع نفسه، ص14.

³-صليحة قرني، المرجع نفسه، ص37 .

⁴-برياج راضية وآخر، المرجع نفسه، ص14.

1 - المراقبة : يتعمد المجتمع أساليب وإجراءات سريعة قصد معرفة المستجدات على الصعيدين الداخلي و الخارجي، وتتحول المراقبة أداة فعالة وضرورية لاتخاذ القرارات والمواقف بشأن مجمل الأنشطة الاجتماعية .

2-الترباط : يهدف الترباط تحقيق الصلة بين استجابة المجتمع ككل قصد تحقيق الرأي العام أو التوصل إلى حد من الإجماع حول القضايا الأساسية التي تمثل اهتماما مركزيا لأفراد المجتمع .

3-نقل التراث الاجتماعي : تعمل وسائل الإعلام على نقل كل ما يخص الموروث الثقافي والاجتماعي من جيل لجيل آخر وتوسعي للحفاظ عليها ومن ثمة تلقينها للأجيال الصاعدة وحمايتها من الاندثار¹.

أهداف الإعلام :

وتتمثل أهداف الإعلام فيما يلي:

-التأثير في الآخرين، والمساهمة في صنع القرار، من خلال ما يتم طرحه في الوسائل الإعلامية، حيث إننا "نتصل لنؤثر، ونؤثر بهدف".

-إمداد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق، لتشكيل أفكار معينة حول الواقع ومشاكله .

-دعم الحاجات النفسية، وتعزيز دور القيم والمعتقدات، وتطويرها حسب تطورات المجتمع .

-التسلية والترفيه والترويح عن النفس².

¹ -نعيمة واكد. المرجع نفسه، ص ص 21 22.

² -آلاء أحمد هشام، عامر مصباح، الإعلام مقوماته...ضوابطه...أساليبه في ضوء القرآن الكريم، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2009 م، ص 19.

المطلب الثالث :تطور قطاع الإعلام في الجزائر

أولا : الصحافة المكتوبة في مرحلة الاستقلال (1962 2013)

مراحل تطور الصحافة الجزائرية المكتوبة :

مرت الصحافة المكتوبة في الجزائر بعدة مراحل نذكر منها :

المرحلة الأولى: (جويلية 1962 إلى جوان 1965): مرحلة الرئيس "احمد بن بلة" : و تميزت بما يلي:

-انتشار الأمية و الفقر نتيجة ما خلفه الاستعمار اثر ذلك سلبا على مقروئية الصحافة المكتوبة .

-غياب نصوص تشريعية تنظم القطاع و العمل بالتشريعات الفرنسية السابقة.

-الصراع الخفي و المعلن أحيانا بين الحزب و الحكومة .

-هيمنة لغة المحتل على وسائل الإعلام في الجزائر¹ .

-عدم السعي بجدية في صدور صحف باللغة العربية² .

يعانى قطاع الصحافة المكتوبة في هذه الفترة بنقص الإعلاميين المتقنين للغة العربية و لم تكن الجرائد

تصدر باللغة العربية بالإضافة إلى الوسائل السمعية البصرية و خاصة التلفزيون و الذي لم يبدأ بالبث إلا

نشرة الأخبار الأساسية بالعربية حتى سنة 1970م و البرامج الرياضية و الثقافية حتى 1972م³ .

المرحلة الثانية (1965 إلى 1978) :

تميزت بإتمام سيطرة السلطة (حكومة و حزبا) بقيادة "مجلس الثورة " على مجالي الصحافة و النشر، ترهيبا

و ترغيبا، منعا و توقيفا و تأسيسا كما تميزت بتوقيف اليومية المسائية العاصمة 1965/08/31.

تحويل الوصاية على يومية المجاهد الناطقة بالعربية للحكومة (وزارة الثقافة و الإعلام) .

وضعت جميع الصحف تحت وصاية وزارة الإعلام مع تركيز الاهتمام على الوسائل السمعية البصرية على

حساب الإعلام المكتوب، كما عرفت نهاية هذه المرحلة التدريجي لكل من يومية النصر بالشرق الجزائري

و الجمهورية بالغرب⁴ .

¹ - فضيل دليو، تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة (1830،2013)، ط1، دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 140.

² - المرجع نفسه، ص 141.

³ - المرجع نفسه ، ص 142،143.

⁴ - المرجع نفسه، ص 152.

المرحلة الثالثة (1979 إلى 1989) :

عرفت الانفتاح الإعلامي وبتوضيح الوضع القانوني للإعلام (صدور قانون الإعلام رقم 82 الصادر يوم 6 فيفري 1982 م) وبظهور إصدارات جديدة ومتنوعة (عمومية وخاصة) وكذلك التحول المحتشم في المسار السياسي للبلاد الذي أراد إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية والسماح المحدود لطرح القضايا الاجتماعية و تدعيم القطاع بالتجهيزات .

هيمنة لغة المستعمر الفرنسي على الجرائد وشهدت الصحف العربية تهميش كبير من طرف القائمين على مجال الإعلام آنذاك¹.

المرحلة الرابعة (1989 إلى 1991) :

بعد أحداث أكتوبر عرفت الجزائر منعطفا حاسما في تاريخها السياسي و في جميع الميادين و منها الإعلام المكتوب، وكان من أثر هذه الأحداث دستور 23 فبراير 1989 م، الذي سمح بتأسيس الجمعيات ذات الطابع السياسي(المادة 40) وضمن حرية الصحافة (المادة35)، تلاه منشور حكومي (19 مارس 1990) ثم قانون الإعلام في 03 أبريل 1990 م، المحددان لمبادئ وقواعد ممارسة حق الإعلام ومهنة الصحافة والذان فسحا المجال لإنشاء صحف متخصصة وحزبية وتطوير إمكانات الإعلام العمومي وتدعيمه .

المرحلة الخامسة : (1992 – 2013):

إقرار حالة الطوارئ في 09/02/1992 مع تمديدها في 06/02/1993 والأزميتين السياسية المستعصية والأمنية الدامية، واللتين عانى كثيرا من آثارهما الشعب الجزائري وحتى القطاع المكتوب. في هذه المرحلة أكبر المتضررين هم صحفيو الجرائد والمجلات العربية وخاصة غير العلمانية من المعارضين للحل الأمني للأزمة تضررت صحفهم تبعا لذلك، إذ لم يصمد منها سوى بعض الأسبوعيات والجرائد الجهوية، بالإضافة إلى أهم يومية هذه المرحلة "الخبر" في 29/02/2005 مشروع المصالحة الوطنية وكذا إنتهاج الخريطة السياسية والإعلامية الجديدة نحو الاستقرار والتوازن وكذا كسر هيمنة الأحادية القطبية العاصمية في مجال الأخبار والطباعة والتوزيع والإشهار، وحسب استطلاع الرأي (نشر في مارس 2010) أجرته مؤسسة Immar Magreb في عام 2009².

¹ - فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 154.

² - المرجع نفسه ، ص، ص 183، 184.

ثانيا: الإذاعة و التلفزيون في الجزائر قبل 1962 :

ظهرت الإذاعة في الجزائر تزامنا مع ظهورها في فرنسا يعني أواخر القرن العشرين و كانت تابعة للحكومة الفرنسية تحت الإشراف الفني لوزارة البريد و بقيت الإذاعة الفرنسية في الجزائر تابعة لها حتى سنة 1945م .

الإذاعة الجزائرية صدى إلا بعد 1943 عندما بدأت تبث باللغة العربية من قبل كانت تتجه للفرنسيين من خلال مضامينها الناطقة بالفرنسية .

أنشأت الحكومة الفرنسية سنة 1943 باللغة العربية لها دستورا مستقلا لانجاز البرامج باللغة العربية و أنشأت قناة تبث باللغة القبائلية سنة 1948 اهدف منها نشر معلومات خاصة بالنشاط السياسي للحكومة الفرنسية في الجزائر.¹

كانت سنة 1948 السنة الحقيقية لانطلاق شامل للإذاعة الجزائرية إذ أصبحت منتشرة عبر مختلف المدن الجزائرية، أما التلفزة الجزائرية بدأت تبث في 24 ديسمبر 1956 و كانت تشاهد فقط في مدينة الجزائر و ضواحيها القريبة و كانت تبث 31 ساعة في الأسبوع باللغتين العربية و الفرنسية و لنفس و لم تتطور التلفزة في الجزائر إلا بعد الاستقلال.²

و بعد استقلال الجزائر و تطور التقنيات الجديدة من الضرورات التي لا بد من الاعتناء بها و مواكبتها و نتيجة للامية و الواقع الجزائري الموروث اعتمدت السلطات الجزائرية في تلك الفترة الوسائل السمعية البصرية بدلا من الصحافة المكتوبة، و مع بداية سنة 1966 م بذلت السلطات الجزائرية جهودا كبيرة لتقوية الإذاعة و التلفزيون و ركزت هذه الجهود على ثلاثة ميادين وهي: زيادة كبيرة في المنحة المقدمة من طرف الحكومة للإذاعة و التلفزيون؛ توسيع شبكات الإرسال و تقويتها؛ توفير أجهزة الاستقبال.³

و من جهة أخرى فان تعريب التلفزيون بدا من سنة 1972 فعربت البرامج الرياضية و الثقافية و في سنة 1976 كان التلفزيون يشتغل في ستة ساعات و نصف في اليوم منها 69 % باللغة الوطنية و 31 % باللغة الفرنسية.⁴

¹ - زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 141.

² - فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 14 ص 142.

³ - المرجع نفسه، ص 143.

⁴ المرجع نفسه، ص 145.

المبحث الثاني : مراحل عمل المرأة الإعلامية في الجزائر

المطلب الأول: 1-مرحلة البناء المؤسسي وظهور الصحافة النسائية من 1962م إلى 1988م :

حصلت المرأة على شكل متميز في مكانتها الاجتماعية والاقتصادية في الدول النامية بعد حصول هذه الدول على الاستقلال، إذ حظيت المرأة على حقوقها في عدة مجالات وخاصة في مراكز السياسية مهمة وحصولها على حق الانتخاب، حق الترشيح، حق العمل بأجور متساوية تماما مع الرجل . كما أن التحضر الذي عرفته البلدان العربية، وما نجم عنه من نزوح المدن طلبا للعمل، وتكسير العلاقات الاجتماعية القديمة مما دفع المرأة والرجل على حد سواء إلى الكسب والعمل خاصة بعد انتشار التعليم في المدن والأرياف .

تميزت فترة الاستقلال في الجزائر إلى فراغ كبير في مختلف الميادين، كذلك انتشر التعليم في سنوات قليلة بعد الاستقلال وذلك بفضل سياسة البلاد التي من مبادئها ديمقراطية التعليم¹. في بداية العشرية الأولى من الاستقلال شهدت وضعية المرأة تراجعا للوراء، وقفزوا على كل المكتسبات التي حققتها خلال حرب التحرير، وشغلت تقريبا نقطة مركزية في كل الحوارات التي كانت تتناول قضايا المرأة على مستوى التنظيمات .

تقول الإعلامية الجزائرية القديرة "نفيسة لحرش" : أعتبر العمل الأدبي أحد العناصر التي لعبت وتلعب دورا مهما في بناء قاعدة العمل الصحفي الثقافي، كون الصحافة علما قائما بذاته، كما أن الكثير من الصحفيين الكبار لم يتخرجوا من معهد الإعلام، كما أن تجربتي الخاصة، أن متخرجة من معهد التاريخ، تعكس مدى أهمية التنوع العلمي والثقافي في الكتابة الصحفية... والمعروف أن هناك أسماء عالمية قد عرفت في هذا المجال، وفي الجزائر هناك أمثلة كثيرة أذكر منها: آسيا جبار، زهور ونيسي، ليلي عسلاوي، ومن الشباب نورة لحرش، وعائشة بنت المعمورة، وياسمينة صالح وكثيرات، وبهذا تعتبر الانطلاقة الأولى لدخول المرأة الجزائرية مجال الاعلام من المساهمات الأدبية التي كانت تنشر بالصحافة المكتوبة، وبمجلة الجزائرية بعد نيل الجزائر استقلالها².

¹-فضة عباسي بصلي. المرأة الجزائرية وتطور الإعلام من موضوع كتابة إلى مساهمة في بناء الرسالة الإعلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، ص 220 .

²-فضة عباسي بصلي. المرجع نفسه ، ص 221 .

كانت نسب دخول المرأة إلى الصحافة الوطنية يشكل نسبا قليلة بالمقارنة مع غيرها من الميادين الثقافية، إذ تعد نسبة تواجد المرأة في مجال الصحافة في تلك الفترة تشكل نسبا ضئيلة أي 60 صحفية من ضمن 500 صحافي .

شهدت العشرية الثانية للاستقلال تحمس بعض الجرائد والمجلات لاستحداث صفحات خاصة بالمرأة وبذلت جهدا لاستقطاب عناصر نسوية تتبنى الموضوع حتى تضمن له الاستمرارية، وقد ساهمت بالفعل أقلام نسائية معدودة، غير متفرغة كليا لمجال الصحافة في تحرير هذه الصفحات، وتميزت مواضعها بالتركيز على أهمية دور المرأة في المجتمع وكل ما يخص المرأة.¹

وفي سنة 1970م ظهرت مجلة "الجزائرية" مجلة شهرية تعتمد على العنصر النسوي، كما تعد من أقدم مجلات المرأة والأسرة الجزائرية، أصبحت المجلة محضا للتكوين الإعلامي، و أتاحت الفرصة للناشئات من خريجات معهد الصحافة والكليات الأخرى من المتعلقات بمهنة البحث عن المتاعب وعملت على تشجيعهن على التعبير عن هموم المرأة الجزائرية وقضاياها .

في إطار عدم تهيئة الأجواء اللازمة لإبراز نشاط المرأة في مجال الإعلام حتى تظهر قدراتها الحقيقية في هذا المجال تقول حذام زهور عدي حول واقع المرأة العربية: "ان الأنظمة العربية الدولية شددت قبضتها على المجتمع فلجأت _بالتالي_ إلى تهميش نويات المجتمع المدني، ومنها النسوية، لصالح أجهزة وتنظيمات هي امتداد لها وملحقة بها، شالة بذلك في هذا المجال إمكانيات المرأة ونضالاتها . وتضيف في مجال آخر يمكن أن نلاحظ أن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة ولا تزال، كما المناهج التعليم والكتب المدرسية، تعكس اضطرابات وتناقضا في تنفيذ قرارات الهيئات النسوية العربية وهيئات الأمم المتحدة وهذا لا يدل على المواقع الذكورية التي لم تغادرها الإرادات السياسية بعد، على اختلاف درجاتها، وإنما أيضا على ما أصاب الوعي العام للمجتمع العربي، بذلك تكون المرأة العربية قد دخلت القرن العشرين بزخم تحرري كبير، وحراك فعال حققت معهما كثيرا من التقدم، لكنها شهدت تراجعاً وجموداً كبيرين في العقدين الأخيرين".²

¹ -فضة عباسي بصلي. المرجع نفسه، ص ص 224، 226

² - المرجع نفسه، ص ص 227، 229.

المطلب الثاني : *مرحلة الانفتاح والتعددية السياسية و الإعلامية من 1988م إلى 2007م :

اقتحام المرأة مجال الإعلام عرف ثلاث مراحل أساسية نذكر منها :

1-مرحلة الأولى من 1989 م إلى 1992 م:

بدأت مع التعددية سنة 1989 م وتزامنت بداياتها مع تفوق أعداد من الطالبات في الجامعة الجزائرية بالنسبة لنفسها، وترجع أسباب دخول مجال الإعلام من طرف الخريجات إلى عدة عوامل نذكر منها :

-الحالة المادية والاقتصادية للعائلات الجزائرية، ما جعل الآباء والأزواج يسمحون للبنات والزوجة بمزاولة نشاطها في مختلف الميادين على غرار مجال الإعلام وذلك بتقاضي أجر معين للمساعدة العائلية، والمحاولات الأولى لدخول المرأة مجال الإعلام والصحافة قوبلت بالرفض من طرف المجتمع لكن سرعان ما تحررت المرأة من الضغوطات الاجتماعية بذلت قصارى جهدها لانتزاع مكانة تراها لنفسها في عالم الصحافة الذي طالما وصف بأنه رجاليا .

-التطور الذي شهدته الصحافة الجزائرية المكتوبة سواء الصادرة باللغة العربية أو الفرنسية، إذ أدى الازدياد أعداد اليوميات إلى فتح مجال التوظيف للنساء الصحفيات .

-كذلك من العوامل الأساسية، الدور الذي أضحت تقوم به الاتحادات والهياكل النسائية على المستوى الدولي في اتجاه التأثير في وسائل الإعلام المحلية من أجل حثها على تحسين مشاركة المرأة ف مختلف الوسائل الإعلامية .¹

2-المرحلة الثانية من 1992 م إلى 1997 م :

بعد جانفي 1992 م وتغير الأوضاع في الجزائر، عرفت أحداث دامية، مما أثر على وضع المرأة الصحفية وعلاقتها بالمهنة خاصة في الفترة 1992 م-1997 م، لقد اضطرت الظروف والضغوطات الجديدة ببعض الصحفيات لأن تتركن أعمالهن التي تستوجب التنقل والظهور، والبعض غادر قاعات التحرير، لأن الوضع الأمني لم يعد يطمئن الرجال فكيف النساء؟ .

وبالرغم من كل المشاكل التي مرت بها المرأة الصحفية الجزائرية في تلك الفترة إلا أنها وصلت مهنتها، لكن دفعت ثمنها، الاضطهاد من طرف الدولة وكذا الاغتتيال من طرف الجماعات المسلحة ومن بين

¹-عبد العزيز بوصفط. المرأة الصحفية في الجزائر الحضور والأداء (دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف اليومية خلال

الفترة: 01/11 إلى 2005/02/25) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005/2006، ص ص 90، 91، 92.

الصحفيات الذين أعتيلو في تلك الفترة : ياسمينة دريسي (مساء الجزائر le soir) يوم 1994/07/11 م و رشيدة حمادي (التلفزيون الجزائري) 1995/03/31 م أخريات: خديجة دحماني، مليكة صابور(الشروق العربي) ونعيمة حمودي .

لقد قامت النساء الصحفيات (كان يقارب عددن ثلاثين) بمبادرة سنة 1996 م لإنشاء الجمعية الوطنية لنساء المهنة الصحفية، لكنها فشلت هذه الجمعية وحتى الحركات الجمعوية النسائية . مضت فترة الإرهاب ولكن لم تؤسس حتى جمعية للنساء الصحفيات، رغم أن أول نقابة للصحفيين الجزائريين كانت رئيستها "مليكة زوبا" سنة 1989 م، أن الأحداث الدامية التي شهدتها الجزائر لم تجعل المرأة الصحفية تتمتع بحرية الفكر وإبداء الرأي من غير قيود ولى متابعات¹ .

3-مرحلة الثالثة 1997 م إلى يومنا هذا :

بدأت تحديدا مع أواخر التسعينات ونهاية مرحلة الإرهاب في الجزائر سنة 1997 م وهناك عدة عوامل أثرت في تزايد الملتحقات بالعمل الإعلامي خلال السنوات الأخيرة هما كالتالي :

-لا يمكن للفرد أن يساهم في تنمية المجتمع إلا إذا ما افتقر إلى التأهيل الكافي للاضطلاع بدوره الإنتاجي، والعمل الصحفي يتطلب من الفرد تأهيلا أكاديميا مناسباً، حيث شهدت فترة التسعينات نسب كبيرة من الصحفيات مؤهلات ما جعلها أكثر حظا في فرص التوظيف مقارنة بالذكور، في تلك الفترة كان العنصر الأنثوي في مجال الإعلام حاضر وبقوة للعمل الإعلامي² .

-أصبح وجود المرأة الصحفية في قاعات التحرير والساحة الإعلامية بارز، لأنها تمتلك ميزتها الأنثوية التي منحت لها القدرة على الاتصال وكذا السرعة والقدرة في الحصول على المعلومات والأخبار على عكس الرجال الذين لا يمتلكون أسلحة، إذا أصبحت وجودها داخل قاعات التحرير أمر مهم ومكمل للرجل . - الإرهاب أضعف كثيرا الصحافة والمرأة وجدت نفسها أمام فرصة ذهبية بخروج الرجال للخارج أو تغيير المهنة، إذ فسحت لها آفاق وفرص لتوظيف خاصة في الصحف دون الشروط المطلوبة في التوظيف سابقا كما تعد تجربة "تأسيس المرأة الجزائرية لجريدة "الفجر" أول تجربة على مستوى العالم العربي بعد يومية "الوطن" الكويتية لامرأة ورثتها عن أبيها سنة 2000 م، وهي ثاني امرأة تمارس منصب مديرة مسؤولة النشر اليومية بالجزائر، والأولى على مستوى الصحافة المستقلة اليومية .

¹-عبد العزيز بوصفط، المرجع نفسه،ص ص 93، 94، 95 .

²- المرجع نفسه ،ص96 .

لقد مضى على عمل المرأة بالصحافة قرابة نصف قرن في الجزائر، وهو عمر فتي إذا ما قرن ببعض الدول العربية على غرار لبنان، مصر، سوريا، السودان مارست فيه مختلف الأنواع الصحفية فنجحت في بعضها وأخفقت في البعض الآخر، أصبح لوجود المرأة في مجال الإعلام حضورا مميزا وفاعلا خلال السنوات الأخيرة، فهي ركيزة أساسية من ركائز قسم التحرير في كل وسائل الإعلام،¹

¹ - عبد العزيز بوصفط، المرجع نفسه، ص ص، 97، 99، 100.

المبحث الثالث : الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر

المطلب الأول : الإعلاميات في المشهد الإعلامي العربي

1-مشهد مذكرا عددا :

تظهر الأرقام المتاحة أن عدد الإعلاميات العربيات أقل من عدد الإعلاميين، ولا تذكر إحصاءات في أي بلد عربي أن عددهن يفوق عدد زملائهن أو يقترب منه، وحسب أحدث الإحصائيات في تونس بلغت نسبة الصحافيات 37.61% عام 2004 من ضمن حاملي بطاقات الاحتراف الصحفي، وتبلغ تلك النسبة نحو 30% في لبنان، عادة تكون نسبة الصحافيات أقل من معدل الحضور النساء في قطاعات العمل الأخرى¹.

ويبرز "المشكل أكثر بموروثاته وأعرافه وتقاليده لمسألة تفعيل دور المرأة بصورة أكبر عند الحديث عن مجال الإعلامي"، وكذا معدل الأعمار والتنقل الصحفيات من مؤسسة إلى أخرى وتغيير المهنة، فهذا يدل على أمر يعرقل الإعلاميات في ممارسة مهنتهن².

2-مشهد مذكرا قرارا :

لا يزال المشهد الإعلامي العربي مذكرا القرار، إذ أن إسناد مهمة رئاسة التحرير للرجل بقي مسيطرا في مختلف الدول العربية على غرار الأردن واليمن ولبنان، وهو ما يثبت قاعدة أن القرار مذكرا أولا في المؤسسات الإعلامية العربية .

وحسب الإحصاءات أن مصر هي رائدة خاصة في القطاع المسموع والمرئي إذ وصل عدد النساء اللواتي تولين منصب رئاسة وقيادة القنوات التلفزيونية ب 67.5% أي أن حسب "عفاف طبالة" أن ست وعشرة امرأة تولين منصب رئيس قناة تلفزيونية في حين ثمانية رجال تولوا ذلك المنصب، وأن ثماني نساء تولين منصب رئيس شبكة الإذاعة مقابل رجل واحد .

¹ -كوثر تنمية المرأة العربي، المرأة العربية والإعلام دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين 1995-2005، تقرير تنمية المرأة العربية

، 2006، ص71 .

² - المرجع نفسه، ص 72.

وحسب اتحاد إذاعات الدول العربية، أجريت دراسة عام 1998 م حيث بلغ عدد الإعلاميات والإعلاميين في الدول العربية ومن بينها الجزائر فيما يخص الإخراج التلفزيوني فبلغ عددهن 3 إناث مقارنة بـ 43 ذكور .

أما نسبة الإعلاميين والإعلاميات الجزائريين في التلفزيونات العربية فقد بلغ عددهن 468 إعلامية أي ما يقارب 18.0% أما عدد الإعلاميين الرجال فبلغ عددهم 2120 إعلامي أي نسبة 82.0%، فتعد الجزائر بعد مصر في المرتبة الثانية بتواجد الإعلاميين في التلفزيونات العربية¹.

المطلب الثاني : نسب تواجد المرأة العاملة داخل المؤسسة الإعلامية وعلاقتها بمناصب المسؤولية وصنع القرار:

لقد عرف حضور المرأة العربية في مجال الإعلام انخفاض سواء في مناصب القرار والمسؤولية أو حتى تواجدها كمحررة ومقدمة داخل المؤسسة الإعلامية، فعرف حضور المرأة في مجال الإعلام في الأردن انخفاض بنسبة 19% وخاصة في نقابة الصحفيين .

أما في الجزائر فتمثل النساء أكثر من نصف المشتغلين في قطاع الإعلام في الجزائر، مع تفاوت بين مختلف فروعها، حيث تزيد نسبتهم في الصحافة المكتوبة، عمومية وخاصة 55%، وفي الصحافة المسموعة والمرئية عن 67%، وبالأرقام تشير معطيات الوزارة الوصية بخصوص تعداد الصحافيات سنة 2015م إلى وجود 425 صحفية يعملن بمؤسسات الإعلام المكتوب، في القطاعين العام والخاص، يضاف إليهن الإطارات المتمثلة في مسيرتين و 25 إطار سام و 23 إطار بأقسام التحرير و 55 إطار، كما تتولى 7 إعلاميات منصب مدير عام في الصحافة الخاصة وأخرى تشرف على تسير مجلة اقتصادية و 6 إطارات مسيرة لدوريات .

وعلى مستوى التلفزيون توجد سيدتان برتبة إطار مسير و 23 إطار في أقسام التحرير و 203 صحفيات، بينما تنشط بالإذاعة الوطنية 918 إعلامية في مجال الإنتاج الإذاعي والأخبار منهن 76 برتبة إطار، و 408 صحفيات منهن 252 في المحطة المركزية والبقية في المحطات المحلية، وفي المناصب

¹ - كوثر لتنمية المرأة العربية، المرجع نفسه، ص ص 73، 74

النوعية هناك مسيرة واحدة، و8 في منصب مدير المحطة إذاعية مديرتا قناة وطنية و4 مديرات فرعية و9 مديرات تحرير و11 رئيسة تحرير و8 رئيسة قسم و9 رئيسة مصلحة¹.

تشكل النساء 66٪ من القوى العاملة لمختلف الهياكل التي تصنعها في بعض الهياكل التشغيلية التي تهيمن عليها لجزء من الطبقات (52٪) والتقارير (70٪) والبرامج المتخصصة (59٪) وإنتاج البرامج (50٪). من ناحية أخرى، في الهياكل الاستراتيجية الأخرى، لم يتحقق التكافؤ بعد، كما هو الحال في مديريات المعلومات، والمديرية الرياضية والتنسيق .

1- التلفزيون الجزائري :

55٪ عروض المقدمة للنساء اللواتي يقدمن عروضهن حصريا تقريبا من حيث البرامج الإخبارية، ومع ذلك رغم التكافؤ النساء ونسبة العروض المقدمة إلا أن هناك هيمنة ذكورية في الأقسام الرياضية، باستثناء "عطلة نهاية الأسبوع الرياضية" حيث تشارك المرأة والرجل العرض.

في القناة التلفزيونية A3، الصحفيات تمثل معدل 67٪ من جميع الصحفيين حسب نوع البرامج تميزت في البرامج المتخصصة، حيث يمثلون 91٪ من القوى العاملة، الرجال يسيطرون في الإخبار بنسبة (62٪)، و(67٪) في البرامج المتخصصة.²

أما عن تواجد المرأة الإعلامية في المحطات الإقليمية : بشار 67٪ من الصحفيين و40٪ في وهران و 30٪ في ورقلة وبشار 67٪ من الصحفيين وسجلت محطة قسنطينة انخفاض في تواجد الصحفيات بالنسبة 23٪ .

4-تلفزيونات الخاصة :

تمثل نسبة النساء في كل من قناتي، دزاير تيفي، ودزاير نيوز، ووقت الجزائر (38٪ في تلفزيون دزاير تيفي و46٪ في دزاير نيوز) في المقابل لا تزال بنود القرار للذكور .

¹-أحمد بن نعم ،صورة المرأة في وسائل الإعلام ، <https://www.eldjournhouria.dz/article.php?Art=759> ، 15.14 2018/04/06 .

² -Le grouverement Algérien et l'ONU femmes .**Etude femmes et Médias en Algérie situation socio-professionnelle et visibilité**, Ministère de la communication,Algérie, 2017,p5.

5-مديرية العامة للإذاعة الوطنية :

إذ تتوزع المحطات الإذاعية عبر 48 ولاية في كامل التراب الوطني بالإضافة إلى الإذاعة الثقافية وإذاعة القراءان الكريم وإذاعة جيل إف أم وإذاعة البهجة .

والنساء الصحفيات في الراديو ممثلون جيدون ويحملون أيضا بعض مناصب المسؤولية :25% في المديریات المركزية، 70%رئيس قسم .

6-الصحافة المكتوبة :وفقا للبيانات المتاحة، فإن نسبة النساء (الصحفيات) في إجمالي القوى العاملة من الصحفيين الذكور والإناث تعتبر الأوراق المالية النسائية (الورقية) ملحوظة للغاية، حيث تصل إلى 40 ٪، في المتوسط و 38 ٪ في المتوسط، في الصحافة الإلكترونية.

فيما يتعلق بمراكز المسؤولية (مدير النشر، رئيس التحرير، رئيس القسم)، يعبر الاتجاه العام عن وجود كبير للنساء، يمثلن في المتوسط 33٪ من جميع المديرين في المهنة (التدريب) في العناوين الملاحظة (الورق والوسائط المطبوعة الإلكترونية مجتمعة). في حالة الصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص، فإن هذه النسبة أقل (17٪).¹

لم تكن الدول العربية ومن بينها الجزائر لا تزال تشهد هيمنة الذكورية على الساحة الإعلامية وخاصة في مناصب المسؤولية وحتى مراكز مناصب القرار ففي فرنسا ووفقاً لإحصائيات سنة 2013، "النساء يمثلن 25.7٪ من يشغلن مناصب المسؤولية مقارنة بنسبة 74.3٪ من الرجال، فإن هذا التمثيل المنخفض للنساء في مناصب المسؤولية يمكن أن يفسر، من بين أمور أخرى، بساعات العمل غير النظامية في المهنة التي يكون من الصعب التوفيق مع القطاع الخاص. ولهذا السبب، يغادر عدد كبير من النساء هذه المهنة في سن الخامسة والثلاثين"².

¹ -Le gouvernement Algérien et l'ONU femme,p,p 7 ,8,..Référence ci-dessus

² -Eloise,MALCOURANT .Les femmes journalistes sportives :Comment vivent –elle leurs interactions avec les sportives masculins ?(décembre2014) ,France ,2014,p5 .

المطلب الثالث : التحديات التي تواجه المرأة الإعلامية

1-المعوقات الاجتماعية :

إن المجتمعات العربية مازالت مجتمعات ذكورية تمنع على المرأة ممارسة أعمال بعينها وتراها الطرف الضعيف الذي يحتاج حماية ورعاية من الرجل الزوج أو الأب الذي يحدد مساحة مشاركة المرأة في الحياة العامة، المجتمعات الذكورية تنظر لمسألة أمن المرأة باعتباره مسؤولية الرجل رغم أن الواقع يؤكد أن أمن المجتمع كله مسؤولية الطرفين .

2-المعوقات السياسية :

إن تدني مشاركة المرأة في بعض الوظائف ومنها العمل الإعلامي مثلا يعود إلى أن المؤسسات الإعلامية تعمل وفق السياسات الإعلامية للدول فهي لا تقدم على توظيف غير النساء المتمدينات من سكان المدن على وجه الخصوص معتبر ذلك إلى أن الصورة التي تريد هذه المؤسسات أن تعكسها عن المرأة هي صورة المرأة التي ترتدي الثياب الأنيقة المتحضرة للمفاهيم الغربية المتعارضة في أحيان كثيرة مع التقاليد والمبادئ الإسلامية .

3-المعوقات الاقتصادية :

المرأة هي الأفقر في العالم حيث تمثل 75% من فقراء العالم البالغ عددهم 1.3 مليار،ندرة الفرص المتاحة أمامها وبذاتها أعمالا غير مأجورة تستنزف ما يزيد على 75% من وقتها . ويرى مختصون في الشأن الاقتصادي أن المعوقات التي تحول دون اندماج المرأة العربية في العمل الإعلامي بشكل كبير حيث رأوا أن وضع المرأة العربية عموما في العمل الإعلامي لم يحظ بالفعل بمشاركة حقيقية في صنع القرار السياسي،ربما يرجع ذلك الى عدة أسباب تتمثل في العوائق الاجتماعية والاقتصادية والسياسة¹.

¹--فاطمة لعلاي، تضحيات المرأة، مذكرة تطبيقية لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2014/2015، ص

ومن بين أبرز التحديات التي تواجه العمل الإعلامي بشكل عامة وخاصة لدى المرأة داخل المؤسسات التي أصبحت عائقا يهدد أدائها المهني نذكر منها نوعين من التحديات :

أولاً : تحديات اجتماعية ثقافية تعزى إلى الموروثات التاريخية التي تركز فكرة النقص الأنثوي ودونية المرأة واعتبارها مخلوقا يفتقر إلى العقلانية والتوازن، ولا تزال هذه الموروثات تؤثر بصور عديدة علنية وخفية على العقل الجمعي في المجتمعات العربية، مما ينعكس بصورة سلبية على السياسات الإعلامية تجاه المرأة العربية وقضاياها .

ويشير المشهد الراهن إلى وجود أربعة تيارات فكرية تتحكم في السياسات الإعلامية العربية تجاه المرأة وقضاياها وهي: التيار السلفي التقليدي الذي يستمد مشروعيته من الموروثات الثقافية والتفسير الذكوري للأديان الذي يرفع من شأن الرجل على حساب المرأة، التيار الاجتماعي التحرري الذي يرجع إلى دعوات الرواد أمثال رفاة الطهطاوي وقاسم أمين والطاهر حداد وخير الدين التونسي وعبد الرحمن الكواكبي الذين طالبوا بتحرير المرأة ضمن حركة الأحياء القومي، والتيار النسوي الوافد من الغرب الذي يحرص نضال المرأة في أطر معزولة عن حركة المجتمع ويدعو إلى تحطيم النظام الأبوي ثم التيار العولمي الذي يستفيد من المرأة كعنصر استهلاكي ومادة إعلانية جذابة، وكقوة عمل رخيصة غير مؤمنة .

ولقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام العربي وفي قلبه الصحافة النسائية من قضايا المرأة، ولا تزال الغلبة للتيار السلفي التقليدي الذي يستثمر مقولاته ويكرسه التيار العالمي، أما التيار الاجتماعي التحرري الذي يعبر عن نفسه في التيارات المعاصرة التي تنادي بضرورة تمكين المرأة من الحصول على حقوقها المجتمعية من خلال إدماجها في كافة الأنشطة السياسية والاقتصادية والثقافية، لا يزال هذا التيار يجاهد كي ينتزع لنفسه موقعا لائقا في الإعلام النسائي العربي مقروءا ومسموعا ومرئيا .

ثانيا : تحديات مهنية تتعلق بالعمل الصحفي والإعلامي عموما، والصحافة النسائية على وجه الخصوص، وتشمل علاقات العمل داخل المؤسسات الصحفية وتأثيرها على السياسات التحريرية تجاه قضايا المرأة وأدوارها وهموم الصحفيات العربيات .¹

¹ -عواطف عبد الرحمن، الصحفيات والإعلاميات العربيات ، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2008، ص 14.

يشير المشهد الإعلامي العربي الراهن إلى وجود العديد من القيود المهنية التي تؤثر بصورة سلبية على الأداء المهني للصحفيات والسياسات التحريرية تجاه قضايا المرأة¹.

وتتعلق بسيطرة الطابع السلطوي الأحادي الجانب على علاقة القيادات الإعلامية بالمحررين والمحررات، وغياب عنصر المشاركة والتشاور. ويضاف إلى ذلك علاقة الصحفيين والصحفيات بمصادر المعلومات التي تحكمها المصالح الشخصية وغياب الوعي بضرورة تدفق المعلومات، وتداولها أعمالا لحق المعرفة والاتصال وضمانا لأداء الصحافة لرسالتها في نشر الوعي الصحيح بالقضايا المجتمعية وفي مقدمتها قضايا المرأة².

ومن الدراسات العربية التي تناولت معوقات العمل الصحفي الخاص بالمرأة العربية نذكر: دراسة عن "مشاكل الصحفيات العربيات" وقد تعرضت هذه الدراسة للمعوقات التي تقف في طريق المرأة العربية في المجال الإعلامي ومنعها من أداء دورها بالكامل. وقد قسمت الدراسة هذه المعوقات إلى معوقات موضوعية متمثلة في الجهل وعدم الاستمرارية والإحباط . وأخرى ذاتية تمثلت في الخوف - الخجل - المجازفة - التأثير.

ومن النتائج التي توصلت لها الدراسة هي :

-عدم الإلمام الكافي من قبل الصحفيات بما توصل إليه العلم في مجال العلوم الإنسانية والتطورات التقنية المتصلة بذلك.

-معاناة المرأة العاملة في الوسط الصحفي من إحباطات متنوعة أهمها:

-ما تواجهه من قبل الصحفيين الذين يرفضون عمل المرأة في الصحافة إلى جانب بعض الشرائح "المحافظة" التي ما تزال ما تشكك في إمكانيات المرأة الصحفية ولا تثق بقدرتها على القيام بهذه المهنة

¹ -عواطف عبد الرحمان ، المرجع نفسه، ص14

² - المرجع نفسه، ص 15 .

لكونها غير مساوية للرجل، كما يتعامل مع المرأة الصحفية العربية وهي تؤدي مهمتها على أنها امرأة لا تختلف كثيرا عن المرأة اللعوب ويتعاملون معها انطلاقا من هذا التفكير.¹

إن نسبة من يستمر من النساء العربيات في العمل الصحفي قليلة لا تتجاوز 30% وذلك للأسباب التالية:

- 1- حالة عدم استقرار الأوضاع الوظيفية والمهنية في المؤسسات الإعلامية والصحفية وخاصة عندما تكون هذه المؤسسات تابعة إلى القطاع الخاص كما في بعض أقطار الوطن العربي مثل لبنان والمغرب .
- 2- السفر لمدة طويلة أو لمكان بعيد للقيام بمهمة إعلامية أو للتزود بالمعرفة وإجراء التدريب اللازم على التقنية الصحفية الحديثة .
- 3- التنقل والانتقال من مكان لآخر مؤقت أو بشكل دائم لمتابعة أحداث خطيرة أو هامة وتحتاج إلى ملاحقو يوميا .
- 4- السهر في مكان العمل ومن أجل تأدية مهمة صحفية حتى وقت متأخر من الليل.²

¹ -صابر حارص، وآخر، تراجع أداء الصحفيين والصحفيات العرب، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1، ص 101 .

² - المرجع نفسه، ص ص 101، 102.

خلاصة :

إن أهم ما نستنتجه من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل، هو الحضور الإعلامي للمرأة في جميع الوسائل الإعلامية سواء مكتوبة، سمعية وحتى سمعية بصرية، إذ لا تزال الإعلامية الجزائرية بعيدة نسبيا عن مراكز القرار والسلطة في المؤسسة بحيث يقتصر دورها على محررة أو مقدمة أخبار أو معدة برامج وهذا ما يعكس سياسات المؤسسات الإعلامية التي يطغى عليها العنصر الذكوري .

ونجد بالرغم من حضورها الإعلامي القوي ومكانتها في الإعلام الجزائري، بحيث لا تزال تعاني العديد من التحديات والصعوبات، سواء داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها وحتى مع أفراد المجتمع، ونظرتهم الدونية اتجاه عملها في مجال الإعلام والصحافة والتي تقف عائقا أمام أدائها المهني ومجهوداتها المبذولة.

الفصل المبدائي

تمهيد :

في الفصول السابقة تناولنا مختلف الجوانب المنهجية والنظرية، وفي هذا الفصل سنتطرق للفصل الميداني والإجراءات الخاصة بتحليل وقراءة الجداول كميًا وكيفيًا، من خلال اعتماد الباحث على برنامج تحليل البيانات SPSS وذلك بتحليل وتفسير النتائج عن الواقع المهني للمرأة الإعلامية الجزائرية دراسة على عينة من الإعلاميات الجزائريات في مختلف الوسائل الإعلام (جرائد، إذاعة، تلفزيون، جرائد إلكترونية وحتى وكالة الأنباء الجزائرية) في مختلف جهات الوطن شمال جنوب وشرق وغرب .

الفصل الميداني :

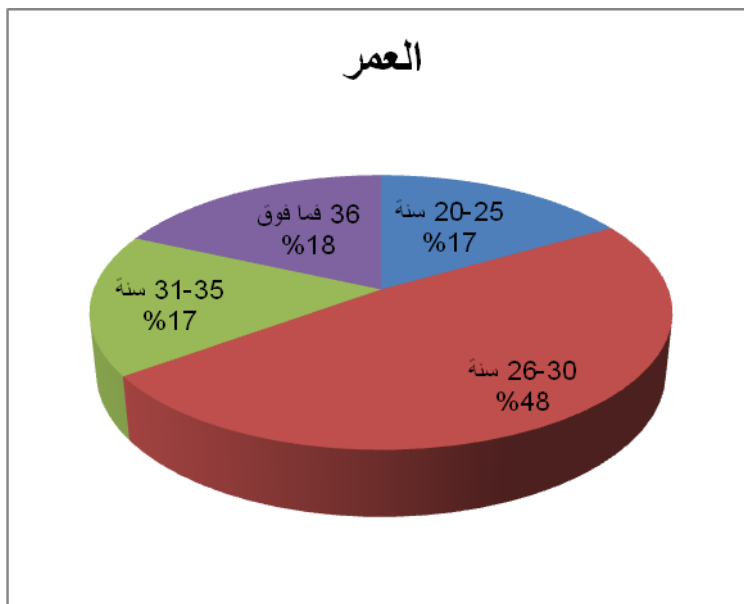
في هذا الفصل سنحاول التطرق إلى الجانب الميداني، الذي سنعرض فيه النتائج المتحصل عليها من خلال دراستنا هذه، وذلك بتحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها والوصول إلى نتائج عامة في آخر هذه الدراسة، وكان الهدف من هذا الجانب الميداني المتحصل عليه من خلال إجراء الاستبيان الذي توجهنا به إلى عينة من الإعلاميات الجزائريات في كل جهات الوطن (الشمال، الجنوب، الشرق، الغرب) في مختلف المؤسسات الإعلامية الخاصة والحكومية (جرائد، إذاعة، تلفزيون، جريدة إلكترونية، وكذا وكالة الأنباء) وهذا بتحديد الخصائص والسمات الديمغرافية و معرفة مكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية وأهم التحديات والصعوبات التي تواجهها أثناء عملها الإعلامي والميداني وأثرها على الأداء المهني، وللإجابة على مجموعة أسئلة هذا الاستبيان لهدف معرفة الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر في المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة.

المبحث الأول : عرض وتحليل نتائج الدراسة باستخدام برنامج SPSS

المطلب الأول : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بالبيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

النسبة	التكرار	الفئات العمرية
17%	10	25-20 سنة
48%	29	30-26 سنة
17%	10	35-31 سنة
18%	11	36 فما فوق
100%	60	المجموع



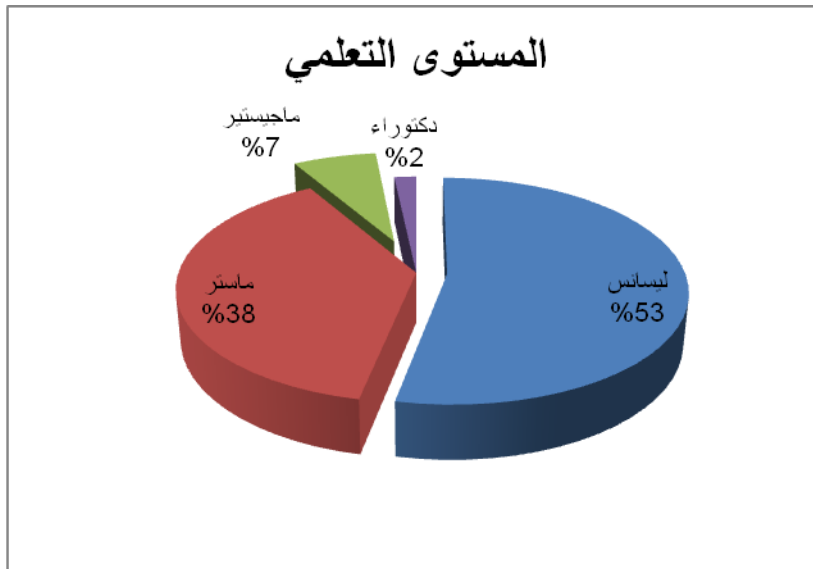
الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

من خلال هذا الجدول يتضح أن عدد مفردات البحث التي يتراوح سنهن ما بين 25-20 سنة بلغ (10) مفردات أي ما نسبته 17%، نجد أيضا (29) مفردة من الفئة العمرية 30-26 سنة أي ما نسبته 48 %، أما عدد مفردات البحث ما بين سن (31 - 35 سنة) بلغ عددها 10 مفردات، أي

ما يقارب 17 %، أما بالنسبة لمفردات البحث اللواتي تبلغ أعمارهم من 36 فما فوق ،توجد (11) مفردة أي ما نسبته 18 % بالنسبة للعدد الكلي لأفراد العينة على مستوى جهات الوطن . نجد من خلال تحليلنا لهذا الجدول أن أعمار الإعلاميات في أغلب المؤسسات الإعلامية تراوح ما بين (26-30 سنة) ،وهذا ما يفسر أن المؤسسات الإعلامية تسعى لتوظيف الطاقات الشبابة بهدف خلق إبداع وابتكارات ما ينعكس إيجابا على المحتوى الإعلامي المذاع من طرف المؤسسة .

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
53%	32	ليسانس
38%	23	ماستر
7%	4	ماجستير
2%	1	دكتوراه
100%	60	المجموع



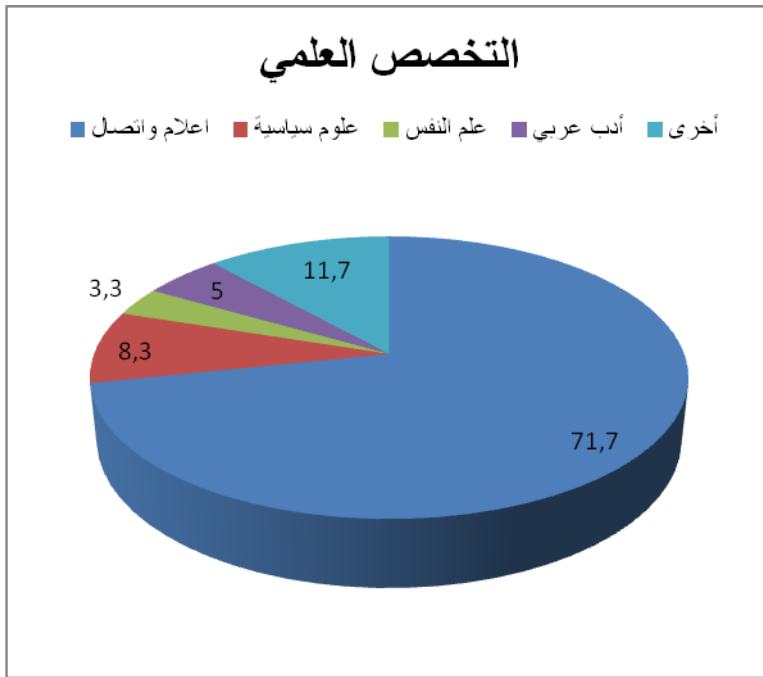
الشكل رقم (02) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

من النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول رقم (02) نجد أن النسبة مفردات البحث المتحصلين على شهادة ليسانس 32 مفردة، أي ما نسبته 53% وجاءت في المرتبة الثانية شهادة الماستر المتحصل عليها من طرف مفردات الدراسة ب (23) مفردة أي بنسبة 38%، وبالنسبة لمفردات الدراسة المتحصلات على شهادة الماجستير في مختلف قطر الوطن فقد كانت (4) مفردات أي بنسبة 7% من العدد الكلي وفي الأخير حصول مفردات الدراسة على شهادة الدكتوراه قدر بمفردة واحدة (1) أي ما يعادل نسبته 2%.

تبرهن لنا النتائج أن أغلب الإعلاميات متحصلات على شهادات جامعية وحازت شهادة ليسانس على النسبة الأكبر وهذا يرجع إلى حرص المؤسسات الإعلامية على توظيف الكفاءات الشبابية بهدف الارتقاء بمحتوى الإعلامي للمؤسسات الإعلامية وهذا ما ينعكس على جودة الأداء الإعلامي.

جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي

النسبة	التكرار	التخصص العلمي
72%	43	إعلام واتصال
8%	5	علوم سياسية
3%	2	علم النفس
5%	3	أدب عربي
12%	7	أخرى
100	60	مجموع

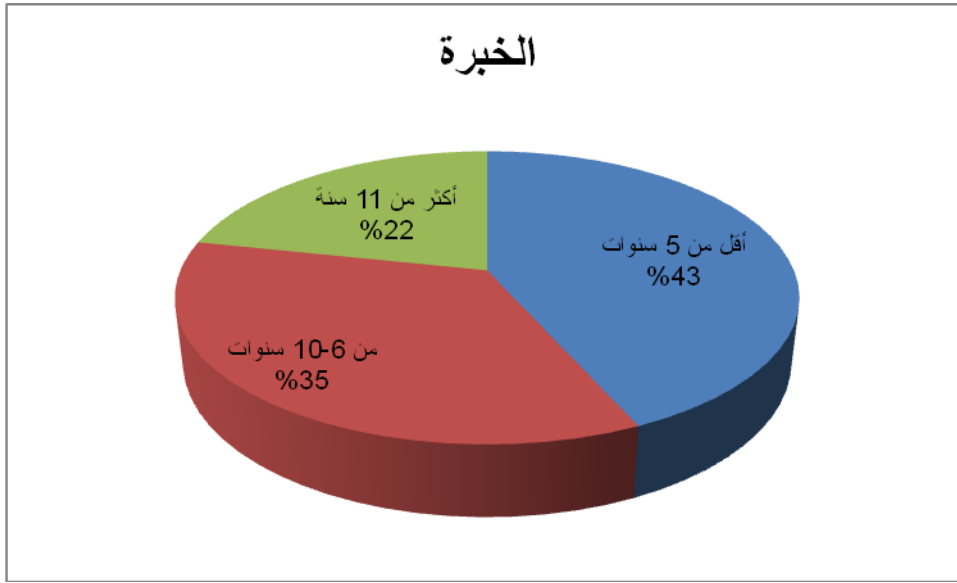


الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي

من خلال الجدول رقم (3) يتضح لنا أن نسبة 72% من مفردات البحث تخصصها العلمي إعلام واتصال، وفي المرتبة الثانية جاء تخصص العلوم الاقتصادية بنسبة 12% وتخصص العلوم سياسية بنسبة 8% في حين بلغ تخصص علم النفس نسبة 3% ويليه تخصص أدب عربي بنسبة 5% . وحسب نتائج الاستبيان أن النسبة الأكبر كانت من تخصص إعلام واتصال وهذا يدل بأن خريجات الإعلام والاتصال مكونات أكاديميا وإعلاميا وجاء توزيع المفردات البحثية عن التخصصات الأخرى وهذا راجع لحاجة المؤسسة في توظيف خريجات من تخصصات أخرى متعلقة بالعلوم الاقتصادية، متقاربة وهذا راجع لحاجة المؤسسة في توظيف خريجات من تخصصات أخرى متعلقة بوظائف إدارية وفنية وكل ما يخص المونتاج والتصحيح اللغوي... إلخ .

الجدول رقم(04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية المهنية

الأقدمية المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	26	43%
من 6-10 سنوات	21	35%
أكثر من 11 سنة	13	22%
المجموع	60	100%



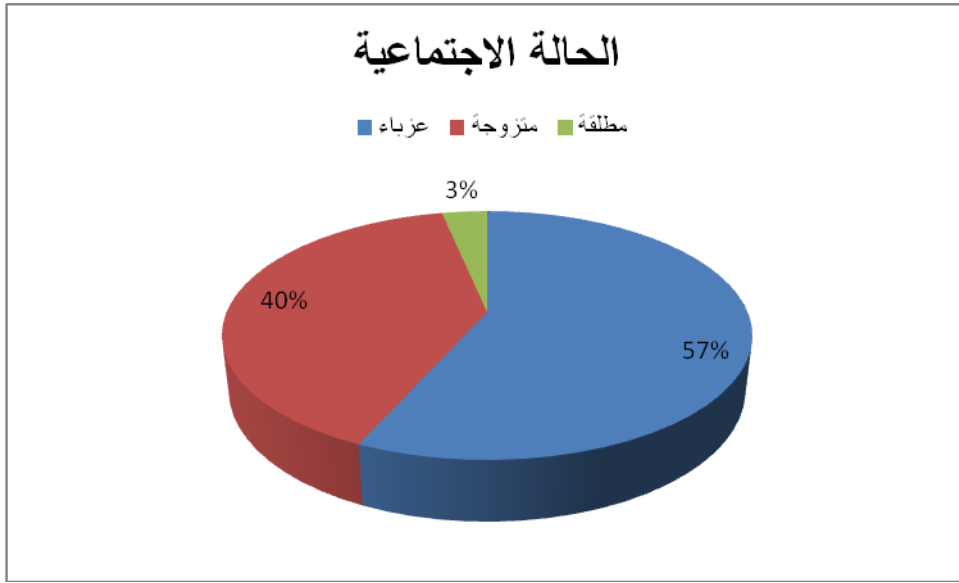
الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية المهنية

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (04) أن 26 مفردة من مفردات البحث هم أصحاب الخبرة التي تكون أقل من 5 سنوات، بنسبة قدرت ب 43%، و تتراوح الخبرة من (6-10) سنوات بنسبة 35% في حين قدرت نسبة 22% لأصحاب الخبرة الأكثر من 11 سنة .

من خلال نتائج الجدول يتبين أن الخبرة تساهم بصفة كبيرة في الارتقاء بالمضامين والبرامج الإعلامية ذات الجودة العالية، فكلما كانت هناك خبرة إعلامية كلما ساهمت المرأة الإعلامية بتجربتها في تحسين أداء المؤسسة.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	العدد	الحالة الاجتماعية
57%	34	عزباء
40%	24	متزوجة
3%	2	مطلقة
100%	60	المجموع



الشكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

من خلال ما هو مبين في الجدول رقم (05) نلاحظ أن نسبة العازبات مرتفعة في وسط أفراد عينة الدراسة في مختلف الوسائل الإعلامية عبر كافة جهات الوطن حيث قدرت نسبة العازبات بـ 57% وبلغ عددهن 34 إعلامية من التكرار الكلي (60 مفردة)، في المقابل بلغت نسبة المتزوجات بـ 40% وبلغ عددهن 24 إعلامية، في حين وجدنا مطلقتين في كل من سطيف و ورقلة و قدرت نسبتهن بـ 3%.

وهذا مايفسر أن الإعلاميات العازبات لديهن أكبر هامش من الحرية ما يجعلها أكثر عطاء لهذا المجال على عكس الإعلامية المتزوجة التي تمتاز بأقل هامش من الحرية، وذلك انطلاقا من طبيعة العمل الذي يتطلب السفر والخروج في أوقات غير محددة، إذ أن المتزوجة تواجه العديد من الصعوبات والتحديات التي تجعلها تنجح في عملها وتحقق في حياتها الشخصية والعائلية .

المطلب الثاني : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بمكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية
الجدول رقم (06) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة التي تعمل بها

النسبة	التكرار	طبيعة المؤسسة
22%	13	جريدة
30%	18	إذاعة
37%	22	تلفزيون
8%	05	جريدة إلكترونية
3%	02	أخرى
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة 37% من مفردات البحث يشتغلن في التلفزيون، تليها الإذاعة بنسبة 30%، في حين تأتي الصحافة المكتوبة بنسبة 22%، وتأتي الجريدة الإلكترونية بنسبة 8%، وتوزعت 3% على مؤسسات إعلامية أخرى تمثلت في وكالة الأنباء الجزائرية .
من خلال النتائج المتحصل عليها أن المفردات البحثية تشغلن أكبر نسبة في التلفزيون، وذلك راجع إلى تركيز المفردات البحثية في العمل داخل المؤسسات الإعلامية التي لها دور في الشهرة الإعلامية حيث يعتبر التلفزيون من وسائل الإعلام الثقيلة في المجتمع .

الجدول رقم (07) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الصفة القانونية للمؤسسة :

النسبة	التكرار	الصفة القانونية للمؤسسة
48%	29	حكومية
52%	31	خاصة
100%	60	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07)، أن نسبة تواجد الإعلاميات في المؤسسات الخاصة جاء بنسبة 52% أي 31 مفردة، في حين نسبة تواجدها في المؤسسات الحكومية وصل إلى 29 مفردة وذلك بنسبة 48% من النسبة الكلية لعدد أفراد العينة في كل الجهات .

توضح نتائج ومعطيات الجدول أن نسبة تواجد الإعلاميات في القطاع الخاص أكبر من القطاع العام ومنه نستنتج أن الانفتاح الإعلامي يعتبر تمهيد إلى انطلاق العديد من المشاريع الإعلامية الخاصة على غرار فتح جرائد وتلفزيونات، حيث ساهم في توفير فرص أكبر لدخول الإعلاميات مجال العمل .

الجدول رقم 08: يوضح توزيع أفراد العينة حسب وظيفتها داخل المؤسسة الإعلامية

النسبة	التكرار	وظيفتها داخل المؤسسة
1.40%	1	مديرة مؤسسة
9.85%	7	رئيسة تحرير
26.76%	19	محررة
19.71%	14	مقدمة أخبار
18.30%	13	معدة برامج
1.40%	1	مصححة لغوية
14.08%	10	مراسلة صحفية
8.45%	6	أخرى تذكر
100%	*71	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (08) أن نسبة 26.76% من المجموع الكلي وظيفتهن محررة، في حين جاءت في المرتبة الثانية كل من وظيفة مقدمة أخبار ومعدة برامج بنسب متقاربة قدرت بـ 19.71% و 18.30% من المجموع الكلي، كما جاءت وظيفة مراسلة صحفية بنسبة 14.08% في حين شغلت وظيفة رئيسة تحرير نسبة قدرت بـ 9.85%، في مقابل ذلك جاءت وظائف أخرى بنسبة 8.45% من بين هذه الوظائف الصحفية ومخرجة وصحفية بقسم ميلتيمديا، كما شغلت وظيفة مديرة مؤسسة إعلامية.

أما بالنسبة لوظيفة مديرة مؤسسة ومصححة لغوية تعادلت النسب بـ 1.40% من مجموع مفردات البحث .

تفسر نتائج الجدول رقم (08) أن وظيفة المحررين أخذت النسبة الأكبر وذلك راجع إلى حاجة المؤسسات الإعلامية للأخبار والأحداث، مما جعل وظيفة التحرير أكثر من وظائف الأخرى . بالإضافة إلى احتياج المؤسسة الإعلامية لمختصين في إعداد البرامج في حين يعد تولي المرأة الإعلامية في الجزائر سواء في الشمال أو الجنوب أو الشرق أو الغرب لمراكز القرار والمراكز الحساسة في المؤسسة تبقى حكرا على الرجل، أما بالنسبة للاقتراحات الأخرى أغلبهم إعلاميات بقسم الملتيميديا ورئيسة قسم ومخرجة، تتباين النسب على حسب حاجة المؤسسات لها، كذلك نلاحظ أن نتائج نسب عدد مدراء المؤسسات الإعلامية التي تشغلها امرأة كانت مديرة واحدة .

الجدول رقم (09) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاستفادة من التدريب قبل دخول مجال الإعلام:

النسبة	التكرار	الاستفادة من التدريب
50%	30	نعم
50%	30	لا
100%	60	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (09) أن 30 مفردة بحثية استفادت من التدريب في وسائل الإعلام بينما النصف الآخر لم يستفد من التدريب بحيث قدرت بنسبة 50% وهذا راجع إلى الفرص الخاصة بالتدريب ما جعل المفردات البحثية يستفدن قبل دخولهن مجال الإعلام لأن مراكز التدريب في الجزائر عددها محدود، وأن أغلب المفردات البحثية اللواتي استفدن من التدريب نظرا لتركز مؤسسات التدريب في المدن الكبرى على عكس مفردات الدراسة المتواجدة بكل من الجنوب، الشرق والغرب .

الجدول رقم (10) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب توفر العقد المهني

النسبة	التكرار	توفر العقد المهني
92%	55	نعم
8%	5	لا
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (10) أن نسبة 92% من التكرار الكلي لمفردات الدراسة توفر المؤسسة لمن عقد مهني، في المقابل نسبة 8% من أفراد العينة لا يتوفر لديهم المؤسسة عقد مهني، ونستنتج من ذلك إلى أن توجه الجزائر والمؤسسات الإعلامية نحو الاحترافية والحفاظ على حقوق الإعلامي والإعلامية وحمائتهم.

الجدول رقم (11) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب إشراك الإعلامية في اتخاذ القرارات

النسبة	التكرار	المشاركة في اتخاذ القرارات
45%	27	نعم
55%	33	لا
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11)، نجد أن 45% من مفردات البحث يتم إشراكهن في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة الإعلامية، في حين قدرت نسبة 55% من مفردات البحث لا يتم إشراكهن في عملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة الإعلامية وذلك راجع إلى لطبيعة المؤسسة الإعلامية التي تتميز بالذكورية بحيث نجد كل مراكز القرار في المؤسسات يسيطر عليها العنصر الذكوري.

الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القرارات

النسبة	التكرار	طبيعة القرارات
2.85%	1	قرارات متعلقة بفتح تجارب أداء للإعلاميين المبتدئين
20%	7	قرارات متعلقة بوضع الشبكة البرمجية
62.85%	22	قرارات متعلقة بوضع بالمحتوى والمضمون الإعلامي
11.42%	4	قرارات فتح فروع للمؤسسة التابعة لها
2.85%	1	أخرى تذكر
100%	*35	المجموع

من خلال الجدول رقم (12) والذي يمثل التكرارات الكلية لأهم القرارات، نجد أن التكرارات أقل من 60 مفردة، والنسبة أقل من 100%، وذلك راجع إلى أن مفردات البحث أجابت على أكثر من اختيار، نلاحظ أن النسبة الأكبر في الإجابة من طرف مفردات البحث كانت حول القرارات المتعلقة بالمحتوى والمضمون الإعلامي، حيث بلغت نسبته 62.85%، في حين نسبة 20% متعلقة بالقرارات تعديل الشبكة البرمجية من طرف المبحوثات، أما فيما يخص قرارات فتح فروع بلغت نسبة 11.42%. وتتساوى كل من قرارات متعلقة بفتح تجارب الأداء للإعلاميين المبتدئين وإجابات أخرى في حالة الإجابة "بنعم" تكررت مرة واحدة (1)، قدرت نسبته 2.85%، ومنه نستنتج أن مسؤولية اتخاذ القرارات في المؤسسات الإعلامية بالنسبة للمرأة تتعلق بمحتوى ومضمون البرامج، وحتى قرارات متعلقة بالشبكة البرمجية، ولا تعطىها الفرص في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية، وهذا راجع إلى طبيعة المؤسسة التي يطغى عليها الطابع الذكوري .

الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاقتراحات التي تأخذ من طرف الإعلامية

النسبة	التكرار	الاقتراحات
65%	39	نعم
35%	21	لا
100%	60	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) يتبين لنا أن مجموع أفراد عينة الدراسة الخاصة بالاقتراحات التي تأخذ من طرف الإعلامية بلغت 60 تكرارا بنسبة 100 %، في حين قدرت نسبة اتخاذ الاقتراحات المتعلقة بمفردات البحث بنسبة 65%، في المقابل صرحت مبحوثات الدراسة أنه لم يتم أخذ اقتراحاتهن بنسبة 35% .

ونستنتج منه أن المؤسسات تأخذ الاقتراحات من طرف المرأة الإعلامية، وذلك راجع لسياسة المؤسسة في إشراك المرأة في الاقتراحات الخاصة التي تهم قضايا المرأة، وحسب النتائج المتحصل عليها أن أغلب الاقتراحات التي تستشار الإعلامية فيها اقتراحات تخص المحتوى والمضمون الإعلامي .

الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاقتراحات :

النسبة	التكرار	طبيعة الاقتراحات
65%	39	نعم
35%	21	لا
100%	60	المجموع

يبين الجدول رقم (14) استجابات المبحوثات حول السؤال المتعلق بطبيعة الاقتراحات التي يتم إشراك الإعلامية فيها، إذ بلغت نسبة 65% من الذين أجابوا "بنعم" حول طبيعة اقتراحاتهم، في حين 35% أجابوا ب "لا" .

ومنه نستنتج أن طبيعة الاقتراحات التي يتم إشراك الإعلامية فيها تمحورت حول المضامين الإعلامية والمحتويات، من أجل إعداد حصص واقتراح لمشكلات تعالج في حصص خاصة، كذلك صرحت صحفية

من الوادي بأنها تقترح فتح فرع إذاعي بالمقاطعة الإدارية مقر سكنها (الجامعة) بهدف منح فرص أكبر للراغبين في دخول مجال الإعلام، بالإضافة إلى اقتراحات تخص تعديل الوقت المناسب للحصص والبرامج الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في مسابقة الصحفي المحترف أو مسابقات إعلامية دولية أو أجنبية :

المشاركة في المسابقات	التكرار	النسبة
نعم	17	28%
لا	43	72%
المجموع	60	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (15) أن نسبة المبحوثات اللواتي أكدن عدم مشاركتهن في مسابقات الصحفي المحترف وفي المسابقات الإعلامية الدولية، قدرت بنسبة 72%، في المقابل نسبة 28% من مفردات البحث أكدن مشاركتهن .

ومن نتائج هذا الجدول نستنتج أن القرار راجع للمؤسسة الإعلامية وتوجهاتها، بحيث لم تفتح المجال أمام موظفيها للمشاركة في مثل هذه المسابقات .

المطلب الثالث :عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بالتحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية

الجدول رقم (16) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب التحديات التي واجهتها أثناء عملها المهني

التحديات	التكرار	النسبة
مهنية	34	35.78%
تنظيمية	16	16.84%
نفسية	16	16.84%
اجتماعية	28	29.47%
أخرى تذكر	1	1.05%
المجموع	*95	100%

يوضح لنا الجدول رقم (16) التحديات التي واجهت مفردات البحث أثناء عملهن المهني، بحيث أن التكرارات فاقت 60 مفردة من المجموع الكلي، وذلك نظرا لاختيار أكثر من إجابة، بحيث قدرت نسبة

التحديات المهنية التي واجهت مفردات البحث ب 35.78%، في حين نسبة 29.47% من أفراد العينة واجهن تحديات اجتماعية، كما تباينت النسب في كل من التحديات النفسية والتنظيمية، بنسبة 16.84% من المبحوثات اللواتي صرحن أنهن واجهن تحديات تنظيمية ونفسية بالمقابل إعلامية واحدة واجهت تحديات من نوع آخر حيث تمثلت في عدم تفاعل الوسط الاجتماعي مع عمل المرأة كإعلامية بلغت نسبتها 1.05%.

ويعود ذلك إلى أن المرأة تواجه تحديات في إطار عملها المهني، من خلال توقيت البرمجة والعمل وحتى المشاكل التي تواجهها مع زملاء العمل بالإضافة إلى المضايقات والمشاكل الاجتماعية من طرف أفراد المجتمع وحتى النفسية تواجهها، وذلك من النظرة الدونية للمرأة التي تعمل في مجال الإعلام .
الجدول رقم (17): توضح توزيع أفراد العينة حسب المضايقات التي تعرضت لها .

النسبة	التكرار	المضايقات
67%	40	نعم
33%	20	لا
100%	60	المجموع

من خلال الجدول رقم (17) يتبين لنا أن 67 % من مفردات البحث يتعرضن للمضايقات، في المقابل 33% من مفردات البحث لم يتعرضن لأية مضايقات أثناء العمل الميداني والمهني.

الجدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع المضايقات

النسبة	التكرار	المضايقات
19.17%	14	الاستغلال
30.13%	22	التحرش اللفظي
13.69%	10	التحرش الجسدي والعنف
9.58%	7	التهديد من طرف جهات مجهولة
21.91%	16	التهميش والعنصرية
5.47%	4	أخرى تذكر
100%	*73	المجموع

يبين الجدول رقم (18) نوع المضايقات التي تتعرض لها مفردات البحث في مختلف المؤسسات الإعلامية، فنلاحظ من خلال هذا الجدول أن التكرارات أكثر من العدد الكلي، وذلك راجع إلى أن الاختيار كان لأكثر من إجابة، حيث يوجد 22 مفردة تعرضن للتحرش اللفظي بنسبة 30.13%، و16 إعلامية تعرضن للتهميش والعنصرية وهذا بنسبة 21.91%، في حين تعرضت 14 إعلامية للاستغلال أي بنسبة 19.17%، كما أن 10 إعلاميات تعرضن للتحرش الجسدي والعنف أي 13.69%، في حين واجهت 7 إعلاميات التهديد من طرف جهات مجهولة وذلك بنسبة 9.58%، ولم تقتصر فقط على هذه المضايقات فقد واجهت 4 إعلاميات مضايقات من نوع آخر (التهديد بالقتل) أي بنسبة 5.47%.

نستنج أن الإعلاميات أكثر عرضة للمضايقات وخاصة التحرش اللفظي لأن لديهن نسبة كبيرة في استجابات المبحوثات، وهذا راجع لكون التحرش اللفظي لا يترك أي دليل ملموس يدين الجاني أو المتحرش، حيث واجهت مفردات البحث التهميش والعنصرية وهذا ما وصلنا إليه من خلال مقابلتنا مع إعلامية بالتلفزيون الجزائري، والتي أكدت على أنها عانت كثيرا من التهميش والعنصرية على أساس البشرة والجهوية من طرف القائمين على القناة، ما أدى بها إلى ترك العمل، وحسب معلوماتها لا تزال لحد الساعة تعاني من التهميش والعنصرية¹. ولم تسلم الإعلاميات من الاعتداء والخطف وحتى القتل وهذا ما عانت منه الإعلاميات الجزائريات في فترة العشرية سوداء إذ كان هو السبب في تركها قاعات التحرير والهجرة إلى الخارج الجزائر، وحسب ما أكدته لنا الصحفية والمحرة بجريدة المحور من ورقة أنها تعرضت للتهديد بالقتل من طرف رئيس بلدية والسبب في ذلك أنها كشفت المستور عنه.

¹ - ن ش، صحفية ومقدمة برامج بالتلفزيون الجزائري، تحديات الإعلام، 26 مارس 2018، 19.41.

الجدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تعرضها للمضايقات أو المسائلات القانونية

النسبة	التكرار	المضايقات أو المسائلات القانونية
28%	17	نعم
72%	43	لا
100%	60	المجموع

يظهر الجدول رقم (19) أن نسبة الإعلاميات التي تعرضن للمضايقات أو المسائلات القانونية أثناء أدائهن الإعلامي قدرت بـ 28%، في حين 72% من المفردات نفت تعرضهن للمضايقات القانونية . ومنه نستنتج أن نسبة 72% من الإعلاميات لم تتعرض للمضايقات، نظرا لعدم ارتكابهن الأخطاء في حين النصف الآخر من الإعلاميات تعرضن للمضايقات، وهذا راجع للأخطاء المهنية التي تترتب عنها مسائلات قانونية (انتهاك حرمة الأشخاص، قذف .. إلخ)، وهذا ما لمستته من خلال اجابة احدى المنشطات بالإذاعة الوطنية، أكدت أنها تعرضت لمسائلات قانونية ما أدى بها إلى الامتثال أمام القضاء والسبب راجع إلى أنها تعرضت لمضايقات لفظية من طرف أحد زملائها بالإذاعة إلا أنها لم تتكفل المؤسسة بالدفاع عنها .

الجدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي تعمل فيه

النسبة	التكرار	الوقت الذي تعمل فيه
17%	10	صباحا
17%	10	مساء
67%	40	الصباح +المساء
100%	60	المجموع

يتبين لنا من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم (20) أن نسبة 67% من مفردات البحث يمثلن النسبة الغالبة في مزاوله العمل صباحا ومساء مع بعض، في حين تباينت النسب حيث قدرت بـ 17% من مفردات البحث يعملن صباحا ومساء.

ومن خلال تحليل المعطيات نجد أن أغلب الإعلاميات توقيت عملهن يكون في وقت الدوام المستمر (الصباح+المساء) وهذا راجع لطبيعة المؤسسة حيث تختلف ساعات تواجد الإعلاميات في المؤسسات من الجرائد إلى الإذاعة والتلفزيون وحتى الجرائد الإلكترونية قلما يكون الحضور الرسمي إلى المؤسسة

الجدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب اهتمام المؤسسة بتطوير مستوى الإعلامية

الاهتمام المؤسسة بتطوير المستوى	التكرار	النسبة
نعم	44	73%
لا	16	27%
المجموع	60	100%

يمثل الجدول رقم (21) نسب اهتمام المؤسسة بتطوير مستوى الإعلامية، حيث نجد 73% من المبحوثات اهتمت المؤسسة بتطوير مستواههن، في مقابل ذلك نجد أن 27% لم تتلقى أي عروض تطوير مستوى، وهذا راجع إلى توجه المؤسسة الإعلامية، حيث تطمح المؤسسات الإعلامية الجزائرية اليوم إلى تطوير برامجها ومضامينها الإعلامية، وذلك من خلال تطوير مستوى الإعلامية بهدف خلق تنافس مع مختلف المؤسسات الأخرى ومنها تضمن الريادة.

الجدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع الإجراءات

النسبة	التكرار	الإجراءات
37.09%	23	توفر المؤسسة دورات تكوينية
30.64%	19	توفر خبراء وإعلاميين من أجل تطوير المهارات
27.41%	17	شراكة مع مؤسسات إعلامية عالمية وأجنبية
4.83%	3	أخرى تذكر
100%	*62	المجموع

من خلال المعطيات التي أمامنا في الجدول رقم (22) نستنتج أن النسبة والتكرار فاق العدد المحدد ب60 مفردة وذلك نظرا لتعدد الإجابات من طرف أفراد العينة، كما نلاحظ 37.09% من مفردات البحث حظيت بتدريبات من طرف المؤسسة الإعلامية، في مقابل ذلك نسبة 30.64% من مفردات البحث

يؤكد أن المؤسسة الإعلامية توفر إعلاميين وخبراء من أجل تطوير المهارات، وذلك بهدف الرفع من مستوى المرأة الإعلامية، ونسبة 27.41% من المبحوثات يؤكد أن المؤسسة الإعلامية تضع شراكة مع مؤسسات إعلامية عالمية وأجنبية، وجاءت إجراءات أخرى بنسبة 4.83% من طرف مفردات البحث. ويتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (22) أن المؤسسات الإعلامية تلجأ إلى عقد دورات تدريبية للإعلاميات في الإلقاء وكل ما يتضمنه العمل الإعلامي بهدف رفع الكفاءات ومستوى الإعلاميات مما ينعكس ايجاباً على مستوى المؤسسة الإعلامية .

الجدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تساوي الحقوق مع زميلها الإعلامي

النسبة	التكرار	تساوي الحقوق
40%	24	نعم
60%	36	لا
100%	60	المجموع

يتضح لنا من الجدول رقم (23) أن نسبة 60% من مفردات البحث لا تتساوى مع زميلها الإعلامي في نفس الحقوق، في حين نسبة 40% من مفردات البحث تتساوى مع زميلها الإعلامي في الحقوق على غرار توقيت العمل والأجر، حيث توجد قوانين تسيير وتنظم القوانين بين الجنسين بحيث تحفظ لكلا الطرفين حقوقهم في المؤسسة لكن تجسيدها في أرض الواقع ومن طرف المجتمع يبقى نوعاً ما مقيد.

الجدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الحقوق

النسبة	التكرار	طبيعة الحقوق
38%	22	نعم
63%	38	لا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (24) أعلاه استجابة المبحوثات حول طبيعة الحقوق بين المرأة الإعلامية وزميلها الرجل الإعلامي، إذ بلغت نسبة 63% أجبن ب "لا"، في مقابل ذلك نسبة 38% أجبن ب "نعم"،

ومنه نستنتج أن أغلب الحقوق التي تضمنها المؤسسة لكل من الإعلامية وزميلها الإعلامي انحصرت في الحقوق المتعلقة بالراتب الشهري، وكذا أوقات العمل وذلك ما جسد في القوانين .

الجدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التعاون المهني المشترك بينها وبين زميلها الإعلامي :

التعاون المهني المشترك	التكرار	النسبة
نعم	55	92%
لا	5	8%
المجموع	60	100%

تظهر المعطيات التي أمامنا التعاون المهني المشترك بين الإعلامية وزميلها الإعلامي، حيث نجد أن نسبة 92% من مفردات البحث لديهم تعاون مهني مشترك مع زملائهن، في المقابل نسبة 8% نفو وجود تعاون مهني مع الزميل الإعلامي، من خلال هذه المعطيات نستنتج أن طبيعة عمل المؤسسة الإعلامية هو عمل جماعي، إذ يعتبر عمل المؤسسة عمل تكاملي يشارك فيه فريق عمل متكامل يتكون من العديد من التقنيين قد يكون برنامج صغير يشترك في إعداداته أغلب الإعلاميين .

الجدول رقم (26): توزيع أفراد العينة حسب الجهات التي تجد معها صعوبة معها أثناء تأدية عملها الميداني :

الجهات	التكرار	النسبة
السلطات المحلية	26	32.5%
الجهاز الأمني	21	26.25%
المجتمع المدني	29	36.25%
أخرى تذكر	4	5%
المجموع	*80	100%

من خلال الجدول رقم(26) نلاحظ أن أعلى نسبة لإجابة أفراد العينة كانت المجتمع المدني وذلك بنسبة 36.25%، أي 29 مفردة وجدت صعوبة مع المجتمع المدني، في حين 32.5% من المبحوثات واجهن صعوبة مع السلطات المحلية أثناء تأدية عملهن، ثم تلتها وجود صعوبات مع الجهاز الأمني وذلك بنسبة 26.25%، في حين 5% من مفردات البحث وجدن صعوبات أخرى، ومنه نستنتج أن الإعلاميات يواجهن صعوبات أثناء تأدية عملهن الإعلامي مع مؤسسات المجتمع المدني، وذلك أنه لا يزال ينظر للمرأة بنظرة دونية لعملها في هذا المجال، في حين صرحت بعض الإعلاميات أنهن لا يواجهن صعوبات مع هذه المؤسسات، وذلك أنهن يأخذن تصريحات من المؤسسة الإعلامية من أجل تسهيل المهمة .

جدول رقم(27) :يوضح توزيع أفراد العينة حسب تلقيها للمكافآت

النسبة	التكرار	تلقيها للمكافآت
83%	32	نعم
17%	28	لا
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 32 مفردة تلقت مكافآت أثناء تأدية عملها بنسبة 83%، في حين 28 مفردة بنسبة 17% لم تتلقى مكافآت . ومنه نستنتج أن تلقي الإعلاميات للمكافآت ونظام الحوافز يخلق الألفة بين المؤسسة والموظفين بها، حيث يعود ذلك على الأداء المهني للإعلاميات وبالتالي يعود بالاجابية على مكانة المؤسسة الإعلامية .

الجدول رقم (28): يوضح توزيع أفراد حسب نوع المكافآت

النسبة	التكرار	نوع المكافآت
20.40%	10	ترقية المنصب
00%	00	منحة دراسية
18.36%	9	مكافأة مادية
4.08%	2	بعثات ميدانية للخارج
51.02%	25	تكريمات في المناسبات الوطنية والعالمية
6.12%	3	أخرى تذكر
100%	*49	المجموع

يبين الجدول رقم (28) أن أعلى إجابة لأفراد العينة كانت تكريمات في المناسبات الوطنية والعالمية وذلك بنسبة 51.02% تلقت تكريمات في المناسبات الوطنية، تليها 20.40% تلقين ترقية المنصب، في المقابل المكافآت المادية بنسبة 18.36%، ثم تليها بعثات ميدانية للخارج جاءت بنسبة 4.08%، وومنه نستنتج أن المؤسسات تعمل جاهدة على التحفيز والرفع من الكفاءات من أجل النهوض بالمشهد الإعلامي الجزائري في ظل التنافس بين المؤسسات الإعلامية الجزائرية و يتبين لنا أن المرأة تلقت مكافآت نظرا لمجهوداتها المبذولة وتقديرا على عملها .

المطلب الرابع : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بتأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني

الجدول رقم (29): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة المحيط الاجتماعي في دخولها مجال

الإعلام

النسبة	التكرار	مساهمة المحيط الاجتماعي
63%	38	نعم
37%	22	لا
100%	60	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول الذي أمامنا أن أعلى إجابة لأفراد العينة كانت بنسبة 63% أي 38 إعلامية ساهم المحيط الاجتماعي في دخولها مجال الإعلام، في حين 22 إعلامية بنسبة قدرت 37% لم تتلقى الدعم.

ويعود ذلك إلى أن المحيط الأسري ساهم في دخول المرأة مجال الإعلام، ومنه نستنتج ان المحيط الأسري لعب دور كبير في دخول المرأة مجال العمل، وهذا نظرا لأنها لكي تعمل يجب عليها أخذ الأمر من العائلة فالمحيط الأسري هو الذي يعطي الفرصة لها لدخول عالم الإعلام، وساهم بصفة كبيرة في تحفيزها والوقوف إلى جانبها، وهذا ما أكدته الصحفية ومقدمة الأخبار بقناة الجزائرية 1 " أن كان لمحيطها الأسري دور في دخولها مجال الإعلام بالإضافة تحفيزها نابع من وسط العائلة لكون أخوها إعلامي وصحفي " .¹

وهذا ما أكدته الصحفية ومقدمة الاخبار بقناة الجزائرية "أنه كان لمحيطها الأسري دور في دخولها مجال الإعلام بالإضافة الى حفيظها نابع من وسط العائلة لكون أخوها إعلامي وصحفي "

الجدول رقم (30) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب من هو الداعم الأول

النسبة	التكرار	
72.27%	32	العائلة
20.45%	9	الأصدقاء
6.81%	3	المجتمع
100%	*44	المجموع

يبين الجدول رقم (30) أن 32 إعلامية تلقت الدعم من طرف عائلتها بنسبة 72.27%، وتلتها 9 إعلاميات وذلك بنسبة 20.45% تلقين الدعم من طرف الأصدقاء، وجاءت نسبة 6.81% منهن 3 إعلاميات فقط تلقين الدعم من طرف المجتمع .

يبين الجدول أن الداعم الأول هو العائلة وذلك يرجع إلى أن موافقة العائلة أمر مهم، بحيث أصبحت العائلات تمنح الفرص للمرأة لدخول مجال الإعلام وذلك تقديرا لطموحاتهن ورغبتهن في دخول مجال

¹ -زهيدة حمادي، بدايات الأولى في مجال الإعلام، صحفية ومقدمة أخبار بقناة الجزائرية 2، 1 أبريل 2018، 10.16

الإعلام، فالمحيط الأسري هو الذي يعطي الفرصة لها لدخول مجال الإعلام لطبيعة العمل الصعب نظراً لأن العمل الإعلامي يتطلب زيادة ساعات إضافية فوق الدوام الرسمي للعمل وحتى في إطار الخرجات الميدانية في ساعات متأخرة من الليل وحتى بدايات الفجر هذا ما جعل المحيط الاجتماعي ينظر للمرأة الإعلامية على أنها تتمتع بحرية وانفتاح أكبر .

الجدول رقم (31): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير التقاليد والأعراف على أدائها المهني

النسبة	التكرار	
42%	25	نعم
58%	35	لا
100%	60	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن التقاليد والأعراف من بين الآثار كبيرة التي تقف عائقاً أمام أداء المرأة الإعلامي، حيث بلغت نسبة 42% من المبحوثات التي أثرت عليهن التقاليد، في حين 58% من المبحوثات لم تؤثر عليهن التقاليد والأعراف من المجموع الكلي 100% .

ومن خلال معطيات الجدول يتضح لنا أن التقاليد والأعراف لم تؤثر على الأداء المهني للمرأة الإعلامية ويرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع الذي تنشط فيه، إذ تختلف التقاليد والأعراف من الشمال إلى الجنوب ومن الشرق إلى الغرب، حيث تختلف نظرة المجتمع للمرأة الإعلامية من جهة إلى أخرى .

الجدول رقم (32): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيها في الراتب الشهري مقارنة بالجهد المبذول

النسبة	العدد	
35%	21	راضية
12%	7	مستاءة
53%	32	غير راضية
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (32) رأي الإعلاميات في الراتب الشهري مقارنة بالجهد المبذول، نجد أعلى إجابة لأفراد العينة غير راضية بالراتب الشهري. وقدرت بنسبة 53%، في حين الإعلاميات الراضيات على الراتب الشهري جاءت بنسبة 35%، وتلتها 12% من الإعلاميات المستاءات من الراتب الشهري.

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول يؤكد الإعلاميات أن الراتب الشهري لا يتناسب مع الجهد المبذول نظرا لصعوبة العمل الإعلامي، الذي يتطلب جهدا فكريا وجسديا فيما يخص البحث عن الأخبار والمعلومات .

الجدول رقم (33): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأجر الذي تتقاضاه وتناسبه مع وضعها الاجتماعي

النسبة	العدد	
25%	15	نعم
75%	45	لا
100%	60	المجموع

يظهر الجدول التالي أن نسبة 75 % من المبحوثات صرحن بأن الأجر الذي تتقاضاه لا يتناسب مع وضعها الاجتماعي، في حين صرحن 25 % من المبحوثات بأن الأجر الذي تتقاضاه يتناسب مع الوضع الاجتماعي .

من خلال نتائج الجدول نستنتج أن معظم المبحوثات صرحن أن أجرهن لا يتناسب مع وضعهن الاجتماعي، وذلك نظرا لغلاء المعيشة وأن أجرهن لا يتناسب مع احتياجاتهن اليومية وأمورهم الشخصية.

الجدول رقم (34): يوضح توزيع أفراد البحث حسب كيف تتقاضين الأجر

النسبة	التكرار	
65%	39	بانتظام
35%	21	متقطع
00	00	لا تتقاضينه
100%	60	المجموع

يظهر الجدول رقم (34) أن نسبة 65 % من المبحوثات يصرحن أن الأجر الذي تتقاضينه بانتظام في حين 35 % من المبحوثات تتقاضين أجرهن متقطع ولم تصرحن أنها لم تتقاضى أجرهن .

ومنه نستنتج أن أغلب الإعلاميات تتقاضى رواتبهن بشكل منتظم وذلك نظرا للمجهودات المبذولة من طرف المؤسسة للمحافظة على موظفيها، بالإضافة إلى أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية لا تعطي المهنة

الإعلامية أهمية كبيرة، على عكس المؤسسات الإعلامية في أوروبا إذ تعتبر الصحافة السلطة الرابعة بحيث تمنح الأجور للموظفين بطريقة منتظمة، ورواتبهم تكون في المعقول وذلك لتفادي المخلفات مثل نشر أخبار ومعلومات كاذبة مقابل كسب أموال بطريقة غير شرعية، ومن خلال ذلك تحافظ على أخلاقيات المهنة .

الجدول رقم (35): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مواجهة الصعوبات من طرف أفراد المجتمع اتجاه عملها في حقل الإعلام

النسبة	التكرار	
38%	23	نعم
62%	37	لا
100%	60	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن 62 % من المبحوثات لم يواجهن صعوبات من طرف أفراد المجتمع اتجاه عملهن الإعلامي، في حين 38 % من الإعلاميات واجهن صعوبات من طرف أفراد المجتمع اتجاه عملهن الإعلامي .

وتفسر هذه النتائج أن أفراد المجتمع يرون أن عمل المرأة في مجال الإعلام لا يناسبها على عكس الوظائف الأخرى على غرار التعليم والطب الذين يحفظون للمرأة سمعتها داخل المجتمع، ولا تزال الصورة النمطية الدونية سائدة عن عمل المرأة في مجال الإعلام في الجزائر، بالمقابل ومن خلال إجراء مقابلة مع صحفية بالتلفزيون تؤكد أن المجتمع يقف إلى جانبها ويقدم لها مساعدة في تغطيات عملها نظرا لأن طبيعة البرامج التي تعدها كلها برامج تخص الجانب الاجتماعي وكذا برامج الثقافة والسياحة . بالمقابل ما أكدته الصحفية في التلفزيون الجزائري من خلال اجابتها على أن المجتمع يقف الى جانبها ويقدم لها المساعدة في تغطيات عملها نظرا لأن طبيعة البرامج التي تعدها كلها برامج تخص الجانب الاجتماعي وكذا برامج الثقافة والسياحة .

الجدول رقم (36): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع الصعوبات :

النسبة	التكرار	نوع الصعوبات
37%	22	نعم
63%	38	لا
100%	60	المجموع

يبين الجدول رقم (36) استجابات مفردات البحث حول نوع الصعوبات التي تواجهها المرأة الإعلامية مع أفراد المجتمع .

ومنه نستنتج أن الصعوبات تمثلت في احتكار المعلومات من طرف أفراد المجتمع، كذلك مواجهة المشكلات مع العنصر النسوي أثناء القيام بتسجيلات صوتية، ومشكلة العادات والتقاليد، بالإضافة إلى استهجان وجود المرأة في التغطيات الإعلامية الميدانية خاصة الاحتجاجات والانتفاضات، ومن بين الصعوبات التي واجهتها الإعلاميات تقييد الحريات والنظرة العنصرية تجاه المرأة المتحررة وكما صرحت إحدى الإعلاميات أنها في كثير من الأحيان تلقى عدم تقبلها في الملاعب لتغطية المباريات وكذلك الكثير من التنقلات بالإضافة إلى خروجها في ساعات متأخرة من ليل وفي مختلف الأوقات .

الجدول رقم (37): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير عملها الإعلامي على حياتها العائلية والشخصية

النسبة	التكرار	تأثير عملها الإعلامي على حياتها العائلية والشخصية
38%	23	نعم
62%	37	لا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (37) أن 62% من الإعلاميات المبحوثات في دراستنا يؤكدن عن عدم وجود تأثير للعمل الإعلامي للمرأة على حياتها الشخصية والعائلية، في مقابل هذا نجد 38% من النسبة الكلية للدراسة يؤكدن على وجود تأثير تمس الحياة العائلية والشخصية .

ومن خلال هذه النتائج نلاحظ أن العمل الإعلامي له تأثير كبير في الحياة الشخصية، ويرجع ذلك لصعوبة العمل الإعلامي ولما يتميز به من ضغط في ساعات العمل، مما يجعله يؤثر على حياتها الشخصية

والعائلية سواء ومن ناحية زوجها أو حتى من ناحية أولادها، وحسب رأي إحدى المجيبات أكدت أنها خسرت حياتها الزوجية وأصبحت مطلقة بسبب عملها في المجال الإعلامي وحتى أنها أهملت ابنتها .

الجدول رقم (38): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع التأثيرات

نوع التأثيرات	التكرار	النسبة
نعم	23	%38
لا	37	%62
المجموع	60	%100

يبين الجدول رقم (38) إجابات أفراد عينة الدراسة حول نوع التأثيرات. ومنه نستنتج أن الإعلاميات أثناء عملهن واجهن تأثير على حساب الحياة الشخصية والعائلية ومن بين هذه التأثيرات صرحت إحدى الإعلاميات أنها لا تجد الوقت الكافي لأبنائها، كذلك التقصير في العديد من المهام العائلية والمنزلية، وعدم حضور المناسبات العائلية والتواجد الدائم أثناء العطل الخاصة بالأطفال وكذا تأثيرات الراحة والاستقرار، في حين تؤكد إحدى الإعلاميات من ولاية سطيف على أن عملها الإعلامي أثر على حياتها العائلية والشخصية وذلك بإهمال ابنتها وزوجها ما أدى بها بالانفصال والطلاق .

المبحث الثاني: الاستنتاجات المتعلقة بمحاور الدراسة

المطلب الأول : استنتاجات المحور المتعلق بالبيانات الشخصية

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجداول الإحصائية نستنتج أن :

- أعمار المبحوثات تتراوح ما بين (26-30) سنة وهذا ما يفسر أن اغلب المؤسسات الإعلامية تحتوي على الفئات الشبابية .

- أغلب الإعلاميات لهن مستوى تعليمي جامعي وتخصص إعلام واتصال، وهذا ما يدل على أنهن ملمين بالعمل الإعلامي.

- ن نجد أن الإعلاميات يمتلكن الخبرة في العمل الإعلامي .

المطلب الثاني : استنتاجات المحور المتعلق بمكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها من برنامج spss والطرق المتبعة في التحليل أن :

- النسبة الأكبر من الإعلاميات يشتغلن في التلفزيون، هذا ما يدل على أن الإعلاميات يفضلن التلفزيون نظرا لأنه يمتاز بشهرة عالية في أوساط المجتمع .

- تقارب نسب تواجد الإعلاميات في المؤسسات الخاصة والحكومية .

- تتوفر المؤسسات الإعلامية على أكبر نسب من المحررات ومقدمات ومعدات البرامج، وذلك راجع إلى حاجة المؤسسة لمثل هذه الوظائف .

- تطابق النسب في الاستفادة من التدريب قبل دخول مجال الإعلام .

- المرأة الإعلامية لا تزال بعيدة عن مسؤولية اتخاذ القرارات في المؤسسات الإعلامية، إذ لا تزال حكرا على العنصر الذكوري .

- المؤسسات الإعلامية تأخذ الاقتراحات الإعلامية بجدية خاصة ما يتعلق بالمضامين والمحتويات الإعلامية، وكذا إعداد البرامج وتغيير توقيت البرامج .

- ضعف تمثيل المرأة الإعلامية في المشاركة في مسابقة الصحفي المحترف والمسابقات الإعلامية الدولية والأجنبية .

المطلب الثالث :استنتاجات المحور المتعلق بالتحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية

- لا تزال المرأة الإعلامية تواجه تحديات مهنية واجتماعية، ما يجعلها تؤثر على أدائها المهني والإعلامي .
- المرأة الإعلامية أكثر عرضة للمضايقات وخاصة التحرش اللفظي .
- أغلب أوقات عمل الإعلاميات كان وقت الدوام المستمر (الصباح+المساء) .
- أغلب المؤسسات الإعلامية تهتم بتطوير برامجها ومضامينها،وذلك من خلال تطوير مستوى الإعلاميات .
- المؤسسات الإعلامية تعتمد الطابع المشترك في العمل الجماعي والتكاملي بين الإعلاميين .
- تعاني الإعلاميات من صعوبات أثناء الحصول على المعلومات من طرف مؤسسات المجتمع المدني .
- المؤسسات الإعلامية تخلق حوافز من خلال تقديم المكافآت من أجل تشجيع الإعلاميات، ما يعود بالإيجاب على الأداء الوظيفي للمؤسسة .

المطلب الرابع : استنتاجات المحور المتعلق بتأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني

- مساهمة المحيط الاجتماعي في تشجيع ودعم طموح المرأة الإعلامية، ما جعلها في سنوات الأخيرة تكون في مراكز الريادة في المجال الإعلامي .
- أغلب العاملات في المجال الإعلام لم تقف والأعراف أمام أدائها المهني .
- كما نجد الإعلاميات غير راضيات عن أجورهن التي لا تتناسب مع الجهد المبذول .
- الإعلاميات يواجهن صعوبات مع أفراد المجتمع، على غرار النظرة العنصرية و الدونية للمرأة العاملة في المجال بالإضافة إلى استهجان وجود المرأة في هذا المجال .
- تعرض الإعلاميات لتأثيرات عملهن الإعلامي على حياتها العائلية والشخصية، وذلك نظرا للتوفيق بين العمل في البيت والعمل في مجال الصحافة، وحتى عدم وجود الوقت الكافي للأطفال والزوج،بالإضافة إلى عدم وجود الوقت الكافي للمناسبات العائلية .

المبحث الثالث: الجداول المزدوجة

المطلب الأول: مكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية

الجدول رقم (39): يوضح العلاقة بين التخصص العلمي وطبيعة المؤسسة التي تعمل بها

المجموع	أخرى تذكر		جريدة إلكترونية		تلفزيون		إذاعة		جريدة			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
71.7 %	43	50%	1	60%	3	68.2 %	15	77.8 %	14	76.9 %	10	إعلام واتصال
8.3%	5	0%	0	20%	1	13.6 %	3	5.6%	1	0%	0	علوم سياسية
3.3%	2	0%	0	0%	0	0%	0	11%	2	0%	0	علم النفس
5%	3	0%	0	0%	0	5.4%	1	0%	0	15.4 %	2	أدب عربي
11.7 %	7	50%	1	20%	1	13.6 %	3	5.6%	1	-7.7 %	1	أخرى تذكر
100%	60	100%	2	100%	5	100%	22	100%	18	100 %	13	المجموع

يبين الجدول رقم (39) إجابات المبحوثات عن السؤال المتعلق بطبيعة المؤسسة التي تعمل بها على حسب متغير التخصص العلمي، فكانت نسبة 71.7% في تخصص إعلام واتصال، بحيث توزعت التكرارات بين (10) مفردات في الجرائد و(14) في الإذاعة و(15) مفردة في التلفزيون و(3) في الجرائد الإلكترونية، و(1) مفردة واحد في وكالة الأنباء، أما تخصص العلوم الاقتصادية فبلغ عددهن في كل من الجرائد والإذاعة والجرائد الإلكترونية وكذا وكالة الأنباء (1) مفردة واحدة، أما في التلفزيون فتوجد (3) مبحوثات .

بالمقابل جاء تخصص العلوم السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 8.3%، تراوحت بين عدم وجود
مبحوثات في الجرائد ووكالة الأنباء، في حين توزعت بقية المفردات على (1) مفردة واحدة في كل من
الإذاعة والجرائد الإلكترونية و (3) مفردات في التلفزيون، أما بالنسبة لتخصص أدب عربي قدرت نسبته
5% بحيث توجد إعلاميتين في الجرائد وإعلامية في التلفزيون .

يتضح من خلال الجدول أن هناك علاقة ترابطية بين طبيعة المؤسسة الإعلامية والتخصص العلمي، إذ
أن أغلب العوامل في المؤسسات الإعلامية هن خريجات تخصص إعلام واتصال .
وبين الجدول أن كل المؤسسات الإعلامية المختلفة (جريدة، إذاعة، تلفزيون، مريدة إلكترونية وكالة أنباء)
توظف خريجي الإعلام والاتصال بدرجة أولى، نظرا لتكوينهم الأكاديمي الذي من شأنه أن يساهم في
تقديم أداء أفضل للمحتوى الإعلامي، مقارنة بالتخصصات الأخرى.

الجدول رقم 40: يوضح العلاقة بين التخصص العلمي والإشراك في القرارات داخل المؤسسة

المجموع		لا		نعم		الإشراك في القرارات
%	ت	%	ت	%	ت	
72%	43	70%	23	74%	20	إعلام واتصال
8%	5	12%	4	3%	1	علوم سياسية
3%	2	0%	0	8%	2	علم النفس
5%	3	6%	2	4%	1	أدب عربي
12%	7	12%	4	11%	3	أخرى تذكر
100%	60	100%	33	100%	27	المجموع

يبين الجدول رقم (40) فروق استجابات مفردات البحث حول السؤال المتعلق بالإشراك في اتخاذ
القرارات داخل المؤسسة من طرف الإعلامية، وذلك حسب التخصص العلمي، إذ النسبة الأكبر كانت
من تخصص إعلام واتصال قدرت ب72% أي (20) مبحوثة أكدت أنه يتم إشراكها في القرارات
و(23) مفردة لم يتم إشراكها في القرارات، أما بالنسبة لتخصص علوم اقتصادية فكانت النسبة 12%

توزعت بين (3) مفردات أجبن "نعم" و(4) أجبن ب "لا"، ونسبة 8% و 5% من مجموع اللذين تخصصهم علوم سياسية وأدب عربي، بحيث مفردة واحدة أكدت أنها يتم إشراكها في اتخاذ القرارات، بينما (4) مبحوثات نفت ذلك بالنسبة لتخصص علوم سياسية، ومفردة واحدة أجابت ب "نعم" و(3) مفردات نفت ذلك، أما بالنسبة لتخصص علم النفس، فقد بلغت النسبة 3% من المجموع الكلي، بحيث مفردتين أكدن أنه يتم إشراكهن في القرارات داخل المؤسسة .

يتبين من خلال نتائج الجدول أن النسبة الأكبر في اتخاذ القرارات للإعلاميات داخل المؤسسة كانت من نصيب خريجات تخصص إعلام واتصال وذلك راجع إلى درايتهم بكل ما يدور في المؤسسات وحتى في العمل الإعلامي.

الجدول رقم (41): يوضح العلاقة بين الأقدمية المهنية وتوفر العقد المهني للمرأة الإعلامية

المجموع		لا		نعم		العقد المهني الأقدمية المهنية
%	ت	%	ت	%	ت	
43%	26	80%	4	40%	22	أقل من 5 سنوات
35%	21	20%	1	36%	20	من 6-10 سنوات
2%	13	00%	0	24%	13	أكثر من 11 سنوات
100%	60	100%	5	100%	55	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الاتجاه العام هو دائما يشير إلى نسبة 43% مجموع إجابات العينة حيث (22) مفردة صرحن أنهن يمتلكن عقد مهني من طرف المؤسسة و(4) مفردات لا يمتلكن عقد مهني لذوي الخبرة أقل من 5 سنوات، أما نسبة 35% من إجابات العينة لذوي الخبرة من (6-10 سنوات) يؤكدن امتلاكهن للعقد المهني بحيث توزعت الإجابات بين (20) مفردة اجبن ب "نعم" ومفردة واحدة أجابت ب "لا"، بالمقابل تحصلت مبحوثات الدراسة اللواتي يمتلكن خبرة أكثر من 11 سنة، على نسبة 22% بحيث (13) إعلامية اجبن ب "نعم" من العدد الكلي لإجابات المبحوثات .

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن هناك علاقة عكسية بين الإعلاميات اللاتي يمتلكن عقد مهني بينهن وبين المؤسسة الإعلامية وبين الأقدمية المهنية، بحيث كلما كانت سنوات الخبرة المهنية طويلة كلما قل عدد الإعلاميات اللاتي يمتلكن عقد مهني، ويمكن تفسير ذلك بأن قطاع الإعلام في الجزائر أصبح مؤخراً يشهد نقلة نوعية في الاهتمام بالوضعية الإدارية والقانونية للإعلامي بشكل عام .

الجدول رقم (42) : العلاقة بين الأقدمية المهنية والمشاركة في مسابقة الصحفي المحترف ومسابقات

إعلامية دولية وأجنبية

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
%43	26	%40	17	%53	9	أقل من 5 سنوات
%35	21	%37	16	%29	5	من 6-10 سنوات
%22	13	%23	10	%18	3	أكثر من 11 سنة
%100	60	%100	43	%100	17	المجموع

يظهر الجدول رقم (42) استجابات مفردات العينة على السؤال رقم (12) المتعلق بمسابقة الصحفي المحترف ومسابقات الإعلام الدولية حسب متغير الأقدمية المهنية، بحيث تبين أن نسبة 43% من أفراد العينة أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات، تراوحت إجابتهن بين (17) مفردة يؤكدن عدم مشاركتهن و(9) يؤكدن مشاركتهن في المسابقات، فيما بلغت نسبة 35% لأصحاب الخبرة التي تتراوح ما بين (6-10 سنوات) بحيث (5) مفردات صرحن بمشاركتهن في المسابقات، و(16) مبحوثة صرحن بعدم مشاركتهن، وجاءت في الأخير نسبة أصحاب الخبرة أكثر من 11 سنة قدرت ب 22 % توزعت

إجابتهن بين (3) مبحوثات اجبن ب "نعم" و(10) منهن أجبن ب "لا" وذلك من المجموع الإجمالي لأفراد العينة .

نلاحظ من نتائج الجدول أن الإعلاميات يؤكدن عدم مشاركتهن في مسابقات الصحفي، وكذا مسابقات إعلامية دولية وأجنبية رغم الأقدمية المهنية التي يمتلكنها، ويعود ذلك إلى أن عدة عوامل من بينها أن طبيعة المؤسسة الإعلامية تحفز موظفيها على المشاركة في مثل هذه المسابقات، " بحيث تؤكد إعلامية بقناة الجزائرية 1 وحسب الاستبيان أن المؤسسة لم تفتح لهم مجال للمشاركة " .

الجدول رقم (43): يوضح العلاقة بين الصفة القانونية للمؤسسة والمشاركة في مسابقات الصحفي المحترف والمسابقات دولية وأجنبية

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
%48	29	%47	8	%53	9	حكومية
%52	31	%53	23	%47	8	خاصة
%100	60	%100	31	%100	17	المجموع

يوضح الجدول رقم (43) استجابات المبحوثات عن سؤال المشاركة في المسابقة وعلاقته بالصفة القانونية للمؤسسة، حيث بلغت نسبة 52% في المؤسسات الخاصة، وزعت بين (8) مفردات من مفردات البحث أجبن ب "نعم" في المقابل (23) أجبن ب "لا"، كما أن المؤسسات الحكومية حصلت على نسبة قدرت ب 48% من المجموع الكلي للمبحوثات بحيث (9) مبحوثات أكدن مشاركتهن في المسابقات و(20) مفردة نفت مشاركتهن في المسابقات .

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن نسبة مشاركة الإعلاميات في مثل هذه المسابقات كانت النسبة الأكبر للعاملات في المؤسسات الحكومية مقارنة بالمؤسسات الخاصة، وقد يرجع ذلك إلى أن تنظيم مثل مسابقات الصحفي المحترف تنظم من طرف الحكومة، لذا فنسبة المشاركة في مثل هذه المسابقات تكون حkra على للإعلاميين والإعلاميات العاملين في كل من التلفزيون الوطني والإذاعات الوطنية عبر 48 ولاية بالإضافة للجرائد التابعة للدولة على غرار الجمهورية والشعب.

المطلب الثاني: التحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية

الجدول رقم (44) : يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية و الوقت الذي تعمل فيه

المجموع		الصباح+المساء		المساء		صباحا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%57	34	%62.5	25	%50.0	5	%40.0	4	عزباء
%40	24	%37.5	15	%30.0	3	%60.0	6	متزوجة
%3	2	%0	0	%20.0	2	%00	0	مطلقة
%100	60	%100	40	%100	10	%100	10	المجموع

يظهر الجدول رقم (44) استجابات مفردات البحث عن السؤال المتعلق بالوقت الذي تعمل فيه على حسب متغير الحالة الاجتماعية، حيث بلغت نسبة 62.5% من فئة العازبات اللواتي يعملن فترة الدوام المستمرة (الصباح +المساء)، بالمقابل نسبة 50% يعملن فترة المساء و40% يعملن في الفترة الصباحية، أما بالنسبة لفئة المتزوجات اللواتي يعملن في الصباح قدرت ب60% و37.5% يعملن مساء في حين 30% في الفترة المسائية، انعدمت في فترة الدوام المستمر والفترة الصباحية بالنسبة للمطلقات، في حين بلغت نسبة 20% بالنسبة للدوام المسائي.

من خلال البيانات الواردة في الجدول نستنتج أنه توجد فروق في استجابات المبحوثات فيما يتعلق بوقت العمل (الصباح والمساء) على حسب الحالة الاجتماعية حيث بلغت النسبة الأكبر عند العازبات، وذلك راجع إلى العزباء تكون أقل إرتباطات خاصة فيما يخص الحياة العائلية أو الشخصية، على عكس المتزوجة التي تكون لها أعمال خاصة بعيد عن عملها الإعلامي، إذ تعتبر حياتها الزوجية من أولوياتها.

إذ حصلت استجابات المبحوثات على عملهن في الصباح والمساء أكبر نسبة وذلك نظرا لطبيعة المؤسسة الإعلامية، إذ يتميز العمل في كل من الجرائد و التلفزيون بالضغط والكثافة في ساعات العمل وحسب إجابات إحدى الصحفيات بجريدة المحور من ورقة إذ قالت أنها " في أغلب الأحيان تعود في وقت متأخر من الليل إلى البيت، بعد يوم شاق من العمل و البحث، لكن حبها للمهنة لم يجعل الوقت يقف

عائق أمام أدائها المهني "، على عكس طبيعة العمل في الإذاعة، إذ أن أغلب الإعلاميات أجبن على أنهن يعملن إما في فترة الصباح أو فترة المساء .

الجدول رقم (45) : يوضح العلاقة بين طبيعة المؤسسة الإعلامية والمضايقات التي تتعرض لها الإعلامية أثناء عملها

المجموع	لا		نعم			
	%	ت	%	ت		
%21.7	13	%15.0	3	%25.0	10	جريدة
%30	18	%40.0	8	%25.0	10	إذاعة
%36.7	22	%30.0	6	%40.0	16	تلفزيون
%8.3	5	%10.0	2	%7.5	3	جريدة إلكترونية
%3	2	%5.0	1	%2.5	1	أخرى تذكر
%100	60	%100	20	%100	40	المجموع

يوضح الجدول رقم (45) استجابات أفراد الدراسة عن السؤال المتعلق بالمضايقات وعلاقته بطبيعة المؤسسة التي تعمل بها، حيث بلغت %36.7 من مفردات البحث العاملات في التلفزيون، و تراوحت إجاباتهم بين (16) مفردة أجبن ب "نعم" و(6) مفردات أجبن ب "لا"، ثم تليها الإذاعة بنسبة %30 توزعت إجاباتهم بين (8) مفردات أجبن ب "لا" و(10) مفردات أجبن ب "نعم"، كما جاءت في المرتبة الثالثة الجرائد حيث بلغت نسبة المضايقات فيها ب % 21.7، منهم (10) مفردات اجبن ب "نعم" و(3) مفردات ب "لا"، أما بالنسبة للجرائد الإلكترونية ب %7.5، في المقابل تحصلت وكالة الأنباء الجزائرية على نسبة %3.3 من المجموع الكامل لأفراد عينة البحث .

تظهر لنا النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن أكبر نسبة من استجابات المبحوثات كانت لعاملات في التلفزيون، وتليها الإذاعة والجرائد ومنه نستنتج تعرض الإعلاميات للمضايقات خاصة التحرش اللفظي، وهذا يعود لعدة اعتبارات من بينها عدم الاحترام المتبادل، خاصة في تعاملها مع زميلها الإعلامي، إذ يجب احترامها أثناء التغطيات في إطار العمل .

الجدول رقم (46): يوضح العلاقة بين الصفة القانونية للمؤسسة والتعرض للمضايقات

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
%48.3	29	%50	10	%47.5	19	حكومية
%51.7	31	%50	10	%52.5	21	خاصة
%100	60	%100	20	%100	40	المجموع

يوضح الجدول رقم (46) إجابات أفراد العينة عن السؤال المتعلق بالمضايقات المهنية وعلاقته بالصفة القانونية للمؤسسة، حيث بلغت نسبة 51.7% من المضايقات التي تعرضت لها مفردات البحث في المؤسسات الإعلامية الخاصة حيث أجابت (21) مفردة بـ "نعم" و(10) مفردة بـ "لا"، بالمقابل 48.3% من مبحوثات تعرضن للمضايقات في المؤسسات الحكومية توزعت إجاباتهم بين (19) مفردة أجابت بـ "نعم" و(10) مفردات بـ "لا" من المجموع الكلي لأفراد العينة .

ومن خلال نتائج الجدول نستنتج أن العلاقة بين الصفة القانونية للمؤسسة والتعرض للمضايقات هي علاقة تكاملية، إذ نستنتج من خلال نتائج الجدول أن هناك تقارب في النسب في التعرض للمضايقات سواء في المؤسسات الحكومية والخاصة، ومنه أن المرأة العاملة في المجال الإعلامي لم تسلم من المضايقات سواء المهنية أو حتى الاجتماعية وذلك انطلاقاً من النظرة المكونة عن هذا المجال وحتى عمل المرأة في مجال الإعلام

المطلب الثالث: تأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني للمرأة الإعلامية

1-الجدول رقم (47): يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وتأثير التقاليد والأعراف على أداء

الإعلامي المهني

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
%56.7	34	%51	18	%64	16	عزباء
%40	24	%45.6	16	%32	8	متزوجة
%3.3	2	%2.9	1	%4	1	مطلقة
%100	60	%100	25	%100	25	المجموع

يظهر الجدول رقم (45) مجموع استجابات أفراد العينة على السؤال رقم (23) حول تأثير التقاليد والأعراف على الأداء المهني للإعلامية حسب متغير الحالة الاجتماعية، حيث بلغت نسبة إجاباتهم ب 56.7%، توزعت إجاباتهم بين (16) مفردة أجابت ب "نعم"، في حين أجابت (18) مفردة "لا" بالنسبة للمبحوثات العازبات .

في مقابل ذلك قدرت نسبة إجابات مفردات البحث المتزوجات ب 40%، بحيث توزعت إجاباتهم بين (8) مفردات أجبن ب "نعم"، في حين (16) مفردة أجابت ب "لا" .

أما بالنسبة لأفراد العينة المطلقات فبلغت إجاباتهم 33%، فيما تطابقت إجابات أفراد البحث وذلك ب(1) مفردة أجابت ب "نعم" ومفردة واحدة أجابت ب "لا" .

من خلال ما سبق نستنتج أن نسبة العازبات صرحن أن التقاليد والأعراف تؤثر على أدائهن المهني، وذلك راجع إلى طبيعة العمل الإعلامي المرفوض من قبل أفراد المجتمع واعتباره عمل يقلل من قيمة المرأة في المجتمع لدى الكثير من الأسر الجزائرية، في حين يعتبرن الإعلاميات المتزوجات أن التقاليد والأعراف لا تؤثر على أدائهن المهني وذلك راجع إلى عدة اعتبارات من بينها الدعم العائلي خاصة من الزوج، إذ يعتبر الداعم الأول للمرأة .

الجدول رقم (48): يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وتناسب أجراها مع وضعها الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
%56.7	34	%60	27	%46.7	7	عزباء
%40	24	%35.6	16	%53.3	8	متزوجة
%3.3	2	%4.4	2	%0	0	مطلقة
%100	60	%100	45	%100	15	المجموع

يوضح الجدول رقم (48) استجابات مفردات البحث عن السؤال رقم (25) حول تناسب الأجر الذي تتقاضه الإعلامية مع وضعها الاجتماعي حسب متغير الحالة الاجتماعية، بحيث (7) مفردات أجبن بـ"لا" نعم" في المقابل (27) أجبن بـ"لا" بنسبة قدرت %56.7 من فئة المبحوثات العازبات، في حين أجبن (8) مفردات بـ"نعم" و(16) بـ"لا" أي ما نسبته %40 من فئة المبحوثات المتزوجات، فيما تباينت فئة مفردات البحث المطلقات بمفردة واحدة أجابت بـ"نعم" في مقابل ذلك مفردة واحدة أجابت بـ"لا" أي ما نسبته %3.3 من المجموع الكلي لأفراد عينة الدراسة .

ومن خلال نتائج معطيات الجدول يتضح أن معظم الإعلاميات على حسب فئاتهم التي أجريت عليهن الدراسة يصرحن أن أجرنهن لا يتناسب مع الحالة الاجتماعية لهن، وذلك راجع إلى عوامل من بينها كثرة الحاجات والمسؤوليات التي تحتم عليهن دفع أكبر أجر مادي، بالإضافة إلى غلاء المعيشة ما يجعله يؤثر على الحاجات الأسرية، "كما يعتبر العمل الإعلامي عمل مكلف وذلك بالتنقلات المستمرة والخراجات الميدانية بحثاً عن مصادر الأخبار والمعلومات".¹

¹ عزيزة قاسي، نعيمة مرزوف، مرجع سابق، ص 156.

الجدول رقم(49) :يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وتأثير العمل الإعلامي على الحياة الشخصية والعائلية

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
%56.7	34	56.8	21	%56.5	13	عزباء
		%				
%40	24	40.5	15	%39.1	9	متزوجة
		%				
%3.3	2	%2.7	1	%4.3	1	مطلقة
%100	60	%100	37	%100	23	المجموع

من الجدول رقم (47) يتبين استجابات مفردات الدراسة عن السؤال رقم (27) حول تأثير العمل الإعلامي على الحياة الشخصية والعائلية للمرأة الإعلامية حسب متغير الحالة الاجتماعية، بنسبة بلغت %56.7 من المجموع الكلي لأفراد الدراسة، أما فيما يخص فئة المبحوثات المتزوجات بلغت النسبة الكلية 40 % تراوحت ما بين (9) مفردات أجبن ب "نعم" و(15) مفردة أجبن ب "لا"، وتطابقت إجابات المفردات بين "نعم" و"لا" بمفردة واحدة قدرت نسبتها 3. % من فئة المطلقات .

ومن خلال نتائج الجدول يتبين أن العمل الإعلامي لا يؤثر على الحياة الشخصية والعائلية بالنسبة للإعلامية العزباء وحتى المتزوجة، ويرجع ذلك إلى أن الإعلامية العزباء تكون أكثر حرية وانفتاح، كما لا يعتبر توقيت العمل عائق مقارنة بالإعلامية التي لها ارتباطات العمل والحياة العائلية، إذ من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الإعلامية المتزوجة توفق بين عملها وحياتها الشخصية، وذلك بتنظيم وقتهن بين العمل في الصحافة والعمل في البيت وذلك من خلال رعاية أولادها وزجها وعدم إهمالهم .

المطلب الرابع : الإستنتاجات المتعلقة بالجداول المركبة

- 1- نجد علاقة تكاملية بين التخصص العلمي وطبيعة المؤسسة الإعلامية، إذ نجد أغلب العائلات في المؤسسات الإعلامية هن خريجات تخصص إعلام واتصال وذلك بنسبة 72% .
- 2- يوجد علاقة ترابطية بين التخصص العلمي واتخاذ القرارات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، بحيث أن خريجات الإعلام والاتصال هن نصيب الأكبر في اتخاذ القرارات وذلك راجع لإلمامهم بمجثيات العمل الإعلامي .
- 3- نستنتج أن هناك علاقة عكسية بين الإعلاميات اللواتي يمتلكن عقد مهني وبين المؤسسة الإعلامية وبين الأقدمية المهنية، كلما كانت سنوات الخبرة المهنية طويلة كلما قل عدد امتلاكهن للعقد المهني وذلك راجع إلى أن قطاع الإعلام مؤخرًا يشهد نقلة نوعية في الاهتمام بالوضعية الإدارية والقانونية للإعلاميين
- 4- كما نجد علاقة تكامل بين الصفة القانونية للمؤسسة والمشاركة في مسابقة الصحفي المحترف والمسابقات الدولية، بحيث نجد مثل هذه المسابقات تكون حكرًا على المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع العام والحكومي .
- 5- نستنتج أن هناك علاقة ترابط بين الحالة الاجتماعية والوقت الذي تعمل فيه الإعلامية، بحيث يختلف توقيت العمل بين العزباء والمتزوجة وذلك نظرًا لارتباطاتهم الشخصية .
- 6- نستنتج وجود علاقة بين طبيعة المؤسسة الإعلامية والصفة القانونية للمؤسسة والمضايقات التي تتعرض لها الإعلامية، بهذا نجد تقارب في النسب، بحيث نستنتج أن الإعلامية لم تسلم من المضايقات سواء تابعة للمؤسسات الخاصة أو حتى حكومية .
- 7- كما نجد أن الإعلاميات العازبات أكثر عرضة لتأثير العادات والتقاليد على أدائهن المهني وذلك راجع إلى طبيعة العمل المرفوض من طرف أفراد المجتمع، على عكس الإعلامية المتزوجة حيث تجد الدعم المعنوي من طرف زوجها .
- 8- يوجد علاقة تكاملية بين الحالة الاجتماعية وتناسب الأجر وذلك نظرًا لكثرة المسؤوليات الأسرية بالإضافة إلى المعيشة المكلفة .

9- توجد علاقة عكسية مع الحالة الاجتماعية وتأثير العمل الإعلامي على حياة الإعلامية العائلية والشخصية بحيث نجد العمل الإعلامي يؤثر من الناحية الايجابية إذ أنها تستطيع التوفيق بين عملها الإعلامي وعملها في البيت، أما تأثيرها السلبي فيكون من خلال إهمال حياتها العائلية والزوجية بالإضافة إلى إهمالها الأولاد، وعدم وجود الوقت المناسب لحياتها الشخصية نظرا لعملها في أوقات غير محددة

النتائج العامة للدراسة

النتائج العامة للدراسة :

من خلال موضوع دراستنا الذي تمحور حول الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر دراسة على عينة من الإعلاميات الجزائريات توصلنا إلى مجموعة من النتائج :

✓ أن المؤسسات الإعلامية في الجزائر تسعى لتوظيف الطاقات الشبابية، فمعظم المبحوثات الإعلاميات تتراوح أعمارهم ما بين 26-30 سنة بنسبة 48% وهذا ما ينعكس إيجاباً على الأداء المهني للمؤسسة .

✓ أغلب الإعلاميات متحصلات على شهادة جامعية ولهن مستوى تعليمي، بالإضافة إلى أن العاملات في المؤسسات الإعلامية أغلبهن خريجات تخصص إعلام واتصال لكونهن ملمات بعمليات العمل الإعلامي وذلك بنسبة 72% .

✓ النسبة الأكبر من الإعلاميات يشتغلن في التلفزيون والإذاعة بـ 37% و 30%، وتواجد الإعلاميات في القطاع الخاص أكثر من القطاع العام بنسبة قدرت بـ 52% وذلك راجع إلى المؤسسات الخاصة التي تتمتع بالانفتاح الإعلامي على عكس المؤسسات الحكومية .

✓ أكبر نسبة من النساء الإعلاميات يشتغلن محررات ومعدات البرامج ومقدمات الأخبار بعيداً عن مراكز صنع القرار في المؤسسة . و تناصفت نتائج استفادتهن أو عدمها من التدريب قبل دخولهن مجال الإعلام بـ 50% لكليهما .

✓ كما بينت الدراسة أن المؤسسات الإعلامية توفر العقود المهنية للمرأة الإعلامية بشكل كبير وذلك بنسبة 92%، لكن لا تشركها في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة إلا بنسبة قليلة فيما يخص القرارات المتعلقة بالمحتوى والمضمون الإعلامي .

✓ وأوضحت الدراسة أن نسبة مشاركة المرأة الإعلامية في مسابقات إعلامية وطنية أو دولية ضعيفة، وأنها تواجه عديد الصعوبات والتحديات على رأسها الصعوبات المهنية بنسبة 35.78% تليها الاجتماعية بنسبة 29.47% التي تقف عائقاً أمامها أثناء عملها الميداني، كما بينت الدراسة أن المرأة الإعلامية كثيرة التعرض للمضايقات وخاصة التحرش اللفظي والتهميش والعنصرية والاستغلال .

- ✓ كما نجد الإعلاميات لا يتعرضن للمسائل القانونية وذلك بنسبة 72%.
- ✓ إن أغلب الإعلاميات يشتغلن وقت الدوام المستمر(الصباح+المساء) وأن أغلبهن يرين بأن المؤسسات الإعلامية تهتم بتطوير أدائهن من خلال الدورات التكوينية وتوفير خبراء وإعلاميين متخصصين .
- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن الإعلاميات يرون بأن حقوقهن غير متساوية مع زميلهن الرجل في العمل بنسبة 60% ورغم ذلك هنا تعاون المهني موجود بينهما نظرا لأن عمل المؤسسة جماعي تكاملي يشترك فيه أغلب الإعلاميين مع بعض بنسبة 92% .
- ✓ 10- ترى الإعلاميات بأن أفراد المجتمع المدني بنسبة 48% والسلطات المحلية 43% بنسبة أكثر الجهات التي تجد معها صعوبة في التعامل والوصول إلى المعلومة .
- ✓ توصلت الدراسة أيضا إلى أن غالبية الإعلاميات يتلقين مكافآت نظير جهدهن ويتمثل بدرجة أولى في الترقية إلى منصب أعلى بنسبة 10% وتقديم مكافآت مادية بدرجة ثانية بنسبة 15% في حين جاءت تكريمات في المناسبات الوطنية والعالمية بنسبة قدرت 42% وبعثات ميدانية للخارج بنسبة 3% .
- ✓ أكدت الدراسة أن المحيط الاجتماعي والأسري يدعم طموحات ورغبات المرأة في ولوج عالم الإعلام خصوصا العائلة، بحيث لم تقف التقاليد والأعراف عائقا عند أغلب الإعلاميات حيث قدرت نسبتهن بـ 63% و58% .
- ✓ أن أكثر من نصف الإعلاميات غير راضيات عن أجورهن بحيث لا يتناسب أجرهن مع وضعهن الاجتماعي وذلك نظرا لكثرة المسؤوليات والارتفاع المصاريف العائلية وغلاء المعيشة . بالرغم أن 65% منهن يتقاضين أجورهن بانتظام.
- ✓ أن أكثر من 50% من الإعلاميات يجدن صعوبة أثناء تأدية مهامهن من طرف أفراد المجتمع، وتمثل هذه الصعوبات في احتكار المعلومات من طرف أفراد المجتمع وكذلك مواجهة المشكلات مع العنصر في التصوير والتسجيل وكذا تقييد الحريات والنظرة العنصرية للمرأة العاملة في مجال الإعلام بالإضافة إلى خروجها في ساعات متأخرة من الليل والعمل في أوقات غير محددة .

- ✓ كما نجد أن ما نسبته 62% من الإعلاميات لا يؤثر العمل الإعلامي على حياتهن العائلية والشخصية في حين أن نسبة 38% أكدت انه أثر بشكل كبير عليهن.
- ✓ يؤثر العمل الإعلامي تأثيرا ايجابيا وسلبيا على حياة المرأة من خلال عدم وجود الوقت الكافي للعائلة والزوج و الأولاد،بالإضافة إلى عدم حضورها للمناسبات العائلية والعمل في أوقات العطل.
- ✓ نجد علاقة تكاملية بين التخصص العلمي وطبيعة المؤسسة الإعلامية، إذ نجد أغلب العاملات في المؤسسات الإعلامية هن خريجات تخصص إعلام واتصال وذلك بنسبة 72% .
- ✓ يوجد علاقة ترابطية بين التخصص العلمي واتخاذ القرارات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، بحيث أن خريجات الإعلام والاتصال لهن نصيب الأكبر في اتخاذ القرارات وذلك راجع لإلمامهم بحيثيات العمل الإعلامي .
- ✓ نستنتج أن هناك علاقة عكسية بين الإعلاميات اللواتي يمتلكن عقد مهني بينهن وبين المؤسسة الإعلامية وبين الأقدمية المهنية، كلما كانت سنوات الخبرة المهنية طويلة كلما قل عدد امتلاكهن للعقد المهني وذلك راجع إلى أن قطاع الإعلام مؤخرا يشهد نقلة نوعية في الاهتمام بالوضعية الإدارية والقانونية للإعلاميين .
- ✓ كما نجد علاقة تكامل بين الصفة القانونية للمؤسسة والمشاركة في مسابقة الصحفي المحترف والمسابقات الدولية، بحيث نجد مثل هذه المسابقات تكون حكرا على المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع العام والحكومي .
- ✓ نستنتج أن هناك علاقة ترابط بين الحالة الاجتماعية والوقت الذي تعمل فيه الإعلامية، بحيث يختلف توقيت العمل بين العزباء والمتزوجة وذلك نظرا لارتباطاتهن الشخصية .
- ✓ نستنتج وجود علاقة بين طبيعة المؤسسة الإعلامية والصفة القانونية للمؤسسة والمضايقات التي تتعرض لها الإعلامية، بحيث نجد تقارب في النسب بحيث نستنتج أن الإعلامية لم تسلم من المضايقات سواء تابعة للمؤسسات الخاصة أو حتى حكومية .

- ✓ كما نجد أن الإعلاميات العازبات أكثر عرضة لتأثير العادات والتقاليد على أدائهن المهني وذلك راجع إلى طبيعة العمل المرفوض من طرف أفراد المجتمع، على عكس الإعلامية المتزوجة حيث تجد الدعم المعنوي من طرف زوجها .
- ✓ يوجد علاقة تكاملية بين الحالة الاجتماعية وتناسب الأجر وذلك نظرا لكثرة المسؤوليات الأسرية بالإضافة إلى المعيشة المكلفة .
- ✓ توجد علاقة عكسية مع الحالة الاجتماعية وتأثير العمل الإعلامي على حياة الإعلامية العائلية والشخصية بحيث نجد يؤثر العمل الإعلامي من الناحية الايجابية بحيث تستطيع التوفيق بين عملها الإعلامي وعملها في البيت أما من الناحية السلبية فيؤثر من خلال إهمال حياتها العائلية والزوجية بالإضافة إلى إهماله أولاد وعدم وجود الوقت المناسب لحياتها الشخصية نظرا لعملها في أوقات غير محددة .

خاتمة

إن المرأة الإعلامية الجزائرية اليوم أصبحت عنصر مهم وفعال في المؤسسات الإعلامية، ما جعلها تتميز في مختلف المحافل والمناسبات الإعلامية الأمر الذي انعكس إيجابا على المضامين التي تقدمها، كما برزت في مختلف المجالات الاقتصادية، السياسية، الثقافية... إلخ ولم تبق الأعمال الصحفية حكرا على الرجال كما السابق، و بالرغم من الطغيان العددي الذكوري إلا أنها تسعى جاهدة لإثبات ذاتها بحيث أنها تحاول أن تتجاوز كل الصعوبات والتحديات التي تواجهها والتي كانت يمكن أن تحد من عملها، ما يجعلها تضع لنفسها مكانة مهمة في المشهد الإعلامي الجزائري .

ومن خلال دراستنا هذه والتي تمحورت حول الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر وذلك بدراسة على عينة من الإعلاميات الجزائريات في مختلف جهات الوطن (شرق، غرب، شمال، جنوب)، يتجلى ما ذكرنا آنفا إذ توصلنا إلى جملة نتائج أبرزنا فيها:

- 1- أن المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية بعيدة عن مراكز اتخاذ القرار في المؤسسة سواء من حيث المنصب الذي تتولاه أو حتى مشاركتها في اتخاذ بعض القرارات المهنية.
- 2- تواجه المرأة الإعلامية عديد الصعوبات المهنية أثناء العمل وكذا الاجتماعية كالمضايقات والتحرش سواء داخل المؤسسة أو خارجها، ناهيك عن صعوبة التعامل مع بعض أفراد المج كالسلطات المحلية والمواطنين أثناء جلب المعلومة، إضافة لهضم حقوقها مقارنة مع زميلها الرجل في العمل الإعلامي .

- 3- يؤثر الوضع الاجتماعي على الأداء المهني للإعلامية في مختلف المؤسسات الإعلامية بحيث تلعب الأسرة والعائلة دور السند الأول للمرأة في دخولها وممارستها الإعلامية سواء كان أب أو زوج، رغم العادات والتقاليد الجزائرية التي غالبا ما تنظر لعمل المرأة نظرة دونية وخصوصا في الإعلام، كما لاحظنا أن الأجر الذي تتقاضاه المرأة الإعلامية غير كاف ولا يرضيها لكون لا يتناسب ووضعها الاجتماعي سواء كانت عازبة أو متزوجة أو حتى مطلقة لكثرة المصاريف وغلاء المعيشة، كما أن يؤثر العمل الإعلامي على حياتها الخاصة والعائلية من خلال إهمالها لعائلتها وزوجها و أطفالها في حين توجد إعلاميات توفق بين عملها في البيت وعملها في مجال الإعلام .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

* الكتب باللغة العربية :

1. أبو الحسن، منى. (2007 م). أساسيات علم الاجتماع (النظريات والوظائف والتأثيرات). مصر: دار النشر للجامعات .
2. احدادن، زهير. (2014 م). مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية
3. تواتي، نور الدين. (2009 م). الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر . الجزائر. دار الخلدونية لنشر والتوزيع .
4. بن مرسللي، أحمد. (2009 م). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية .
5. حارص، صابر. تراجع أداء الصحفيين والصحفيات العرب. مصر. العربي للنشر والتوزيع .
6. حبيب، زينب منصور. (2011 م). الإعلام وقضايا المرأة . الأردن. دار أسامة للنشر والتوزيع .
7. حسن، إحسان مُجَّد. (2005 م). علم الاجتماع الصناعي . دار وائل لنشر والتوزيع .
8. حسون، تماظر زهري . (1993 م). تأثير عمل المرأة على تماسك الأسرة. السعودية . دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب .
9. دليو، فضيل. (2014 م). تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة (1830-2013) . الجزائر. دار هومة لنشر والتوزيع
10. رمزي، ناهد. (2001 م). المرأة الإعلام في عالم متغير. الدار المصرية اللبنانية .
11. رشوان، حسين عبد الحميد. (1998 م). علم اجتماع المرأة . مصر. المكتب الجامعي الحديث .
12. الشميهرى، فهد بن عبد الرحمان. (2010 م). التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام). السعودية. فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية لنشر .
13. عباسي، فضة. المرأة الجزائرية وتطور الإعلام من موضوع كتابة إلى مساهمة في بناء الرسالة الإعلامية. قسم علوم الإعلام والاتصال . كلية العلوم الانسانية والاجتماعية . جامعة باجي مختار عنابة. الجزائر .

14. صلوي، عبد الحافظ عواجي. (1433 هـ). نظريات التأثير الإعلامية.
15. عبد الرحمان، عواطف. (2008 م). الصحفيات والإعلاميات العربيات. مصر. العربي للنشر والتوزيع .
16. عبد الفتاح، كاميليا ابراهيم. سيكولوجية المرأة العاملة. مصر. دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع.
17. غنذير، أنتوني. (2007 م). علم اجتماع . لبنان . منظمة العربية للترجمة .
18. القاطرجي، نهي. (2006 م). المرأة في منظومة الأمم المتحدة رؤية اسلامية . مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع
19. قاسم، عبد الله. (1994 م). الإعلام الإسلامي في مواجهة بوسائله المعاصرة. اليمن. دارر البشير والعلوم الإسلامية .
20. قنديلجي، عامر ابراهيم. (2015 م). البحث العلمي في الصحافة والإعلام. مصر . دار المسيرة لنشر والتوزيع والطباعة.
21. اللبان، شريف درويش. مقدمة في مناهج البحث الإعلامي. مصر. الدار العربية للنشر والتوزيع .
22. المزاهرة، منال هلال. (2014 م). مناهج البحث الإعلامي. الأردن . دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .
23. المشاقبة ، بسام عبد الرحمان. (2010م). نظريات الاتصال. ط 1. دار أسامة للنشر والتوزيع.الأردن.
24. مصطفى، مُجد صلاح الدين. خطوات البحث العلمي ومناهجه. مصر. جامعة الدول العربية .
25. الناقولا، جهاد ذياب. (2011 م). الآثار الأسرية الناجمة عن خروج المرأة السورية للعمل سوريا. منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب .
26. واكد، نعيمة. (2011 م). مقدمة في علم الإعلام. الجزائر. TAKSIDI.COM للدراسات لنشر والتوزيع .

2-الكتب بالأجنبية :

27. MALCOURANT, Eloise. **Les femmes journalistes sportives :Comment vivent –elle leurs interactions avec les sportives masculins ?(décembre2014)** . France.

3-المجلات العلمية :

28. بن موسى، سمير.(ديسمبر 2015 م). صراع الأدوار وعلاقته بالضغط لدى المرأة العاملة .مجلة العلوم الإنسانية . العدد 4 .

29. ربوح، ياسين .(جوان 2017 م) .النشاط الإعلامي في الجزائر: من الأحادية الى تحرير قطاع السمعي البصري .مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية .العدد 29 .

4-الرسائل الجامعية :

30. ابراهيم، أسماء .(2014-2015 م) .الضغط المهنية وعلاقتها بالتوافق الزوجي لدى المرأة العاملة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه . جامعة محمد خيضر بسكرة .الجزائر .

31. العارفي، سامية .(2011-2012 م) .الأم العاملة بين الأدوار الأسرية والأدوار المهنية .مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر .جامعة العقيد أكلي محمد محمد أولحاج البويرة .الجزائر .

32. الهمزاني، شائم .(1998 م) .علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا، دراسة ميدانية،(دكتوراه كلية العلوم الاجتماعية)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. الرياض .السعودية .

33. باحمد، حبيبة.(2013 م) .العوائق المهنية للصحفيات دراسة استطلاعية لعينة من الصحفيات في الجرائد الجزائرية(النهار،الوطن،الخبر، المساء، الشعب،المجاهد،لانوفال غيبوبليك) .مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال .جامعة الجزائر .الجزائر .

34 . بارود، أسامة .(2016-2017 م) .عمل المرأة وأثره على العلاقات الأسرية . مذكرة لاستكمال شهادة الماستر . جامعة غرداية . الجزائر .

35. برياج، راضية، و آخر. (2013-2014 م). الإعلام المحلي في تحقيق التنمية المحلية دور اذاعة قالة الجهوية. جامعة 08 ماي 1945 م. الجزائر .
36. بن زيان، مليكة. (2003-2004 م). عمل الزوجة وإنعكاساته على العلاقات الأسرية. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. جامعة منتوري قسنطينة. الجزائر .
37. بن سليمان، فضيلة. (2016-2017). اتجاهات طلبة قاصدي مباح -ورقلة نحو الدراما التلفزيونية المصرية بقناة " MBC دراما"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص إذاعة وتلفزيون. جامعة قاصدي مباح ورقلة. الجزائر .
38. بوبكر، عائشة. (2007 م). العلاقة بين صراع الأدوار والضغط النفسي لدى الزوجة العاملة. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. جامعة منتوري قسنطينة. الجزائر .
39. بوصفط، عبد العزيز. المرأة الصحفية في الجزائر الحضور والأداء (دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف اليومية خلال الفترة 01/11/ إلى 25/02/2005 م). مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر. الجزائر .
40. جبلي، فتح. (2005-2006). الترقية الوظيفية والاستقرار المهني دراسة حالة المؤسسة الوطنية للتبغ والكبريت وحدة الخروب -قسنطينة-. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع. جامعة منتوري قسنطينة الجزائر .
41. حاج علي، حكيم. (2013-2014 م). تأثير التحرش الجنسي على الاستقرار المهني للمرأة العاملة. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. جامعة مولود معمري تيزي وزو. الجزائر .
42. فصي، أسيا. (2011-2012 م). الممارسة المهنية للمرأة وعلاقتها بإنتاج مكانتها الاجتماعية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير. جامعة قاصدي مباح ورقلة. الجزائر .
43. خياط، مبروك. (2016-2017 م). البرامج التلفزيونية ونقد الواقع الاجتماعي برنامج خواطر 11. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر. جامعة غرداية. الجزائر .

44. دودو، نعيمة. (2010-2011 م). تأثير عمل المرأة على معدلات الخصوبة . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع . جامعة فرحات عباس سطيف . الجزائر .
45. غزال، أسيا. (2002-2003 م). دور المرأة في عملية التنمية الاجتماعية . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير . جامعة الحاج لخضر باتنة . الجزائر .
46. قاسي،عزيزة و مرزوق، نعيمة.(2015-2016). المعوقات الوظيفية للمرأة الصحفية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من الصحفيات المشتغلات في الصحافة المكتوبة في الجزائر العاصمة ماي 2015 . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع . جامعة البويرة . الجزائر .
47. قربي، صليحة .(2014-2015 م). التناول الإعلامي لأزمة نزع السلاح الكيميائي السوري من خلال الصحافة المكتوبة الجزائرية . جامعة محمد خيضر بسكرة . الجزائر .
48. قروي،عبد الرؤوف وعبان عبد الحليم .(2016-2017 م). عمل المرأة وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر . جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي . الجزائر .
49. قويجيل، منير.(2013-2014). سياسة التكوين المهني وسوق العمل في الجزائر ،مذكرة لنيل ماجستير في علم الاجتماع . جامعة محمد خيضر بسكرة . الجزائر .
50. لعلالي، فاطمة .(2014-2015 م). تضحيات المرأة . مذكرة تطبيقية لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال . الجزائر .
51. مبيض ، صفاء محمد.(2009 م). دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه المقارن من كلية الشريعة والقانون . جامعة الإسلامية . غزة .
52. مسعادي، فاطمة الزهراء .(2016- 2017 م). المرأة العاملة والتحرش الجنسي . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر . جامعة العربي تبسي تبسة . الجزائر .
53. مهاية، حيزية .(2014-2015 م). التغيب لدى المرأة العاملة وتأثيره على الاداء الوظيفي . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر . جامعة غرداية . الجزائر .

54. هشام، الاء أحمد . مصباح، عامر . (2009 م) .الإعلام مقوماته...ضوابطه...أساليبه في ضوء القرآن الكريم. قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن . كلية أصول الدين.الجامعة الإسلامية غزة .فلسطين .

5-المواد الإلكترونية : ١-

55. أحمد، بن نعم . صورة المرأة في وسائل الإعلام .

. 15.14 2018/04/06 ،<https://www.eldjournhouria.dz/article.php?Art=759>

56. سارة، طعيمة . الاعلاميات العربيات تميز ومهنية عالية .

. 2018،21.37/04/07 <http://wonews.net/ar/index.php?act=post&id=17575>

5-التقارير :

57. Le grouverement Algérien et l'ONU femmes .**Etude femmes et Médias en** Ministère de la ،**Algérie sitution socio-professionnelle et visibilité** 2017،Algérie،communication

58. كوثر تنمية المرأة العربي . (2006 م) . المرأة العربية والاعلام دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين 1995-2005. تقرير تنمية المرأة العربية .

المحاضرات والندوات :

59. زمام، نورالدين جرو ،حميدة ، المهنة في التراث السوسيوولوجي وعوامل تغير مكانتها، مخبر المسألة التربوية ، جامعة بسكرة ، الجزائر .

المقابلات :

60. زهيدة حمادي.(2أفريل 2018) . بدايات الأولى في مجال الإعلام.صحفية ومقدمة أخبار بقناة الجزائرية1.الجزائر . 10.16.

61. صحفية ومقدمة برامج بالتلفزيون الجزائري (26 مارس 2018). تحديات الإعلام .التلفزيون الجزائري. الجزائر. 19.41 .

الملاحق

جامعة غرداية
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال



استمارة الدراسة حول :الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر (دراسة مسحية على عينة من
الإعلاميات الجزائريات)

سيدتي :

في إطار القيام بدراسة حول الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم
الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، يشرفنا أن نضع مجموعة الأسئلة بين أيديكم بهدف
الحصول على المعلومات، يرجى ملأ الاستمارة بكل موضوعية باختيار الإجابة الملائمة بوضع
علامة (x) أو ملء الفراغات بالنسبة للأسئلة المفتوحة .

كما أعلمكم أن المعلومات المتحصل عليها لن تستغل إلا لغرض البحث العلمي وأنها ستحظى بالسرية
التامة .

الأستاذ المشرف :

إعداد :

أ/ فريجات نسبية

- بن ديبة كريمة

- بن مسعود أحلام

السنة الدراسية : 2018/2017

البيانات الشخصية :

1-العمر :

أقل من 20 سنة 20-30 سنة 30-26 سنة 31-35 سنة 36 فما فوق

2-المستوى التعليمي :

ثانوي ليسانس ماستر ماجستير دكتوراه

3-التخصص العلمي :

اعلام واتصال علوم سياسية علم النفس أدب عربي

أخرى تذكر:.....

4-الأقدمية المهنية :

أقل من 5 سنوات من 6-10 سنوات أكثر من 11 سنة

5-الحالة الاجتماعية :

عزباء متزوجة مطلقة أرملة

المحور الأول : واقع المرأة العاملة في المؤسسات الاعلامية

6-ما هي طبيعة المؤسسة التي تعملين بها ؟

جريدة إذاعة تلفزيون جريدة الكترونية

أخرى تذكر:.....

-ما هي الصفة القانونية للمؤسسة ؟

حكومية خاصة

7-ما هي وظيفتك داخل المؤسسة الإعلامية ؟

مديرة المؤسسة رئيسة تحرير محررة مقدمة أخبار معدة برامج

قائمة الملاحق

مصححة لغوية مراسلة صحفية

أخرى تذكر :

8- هل استفدت من تدريب في وسائل الإعلام قبل دخولك عالم الإعلام؟

نعم لا

9- هل توفر لك المؤسسة التي تعملين بها عقد مهني؟

نعم لا

10- هل يتم إشراكك في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ما هي طبيعة القرارات؟

-قرارات متعلقة بفتح مسابقات تجارب الأداء للإعلاميين المبتدئين

-قرارات متعلقة بوضع وتعديل الشبكة البرمجية للمؤسسة

-قرارات متعلقة بالمحتوى والمضمون الإعلامي

-قرارات فتح فروع للمؤسسة التابعة لها

أخرى تذكر :

11- هل تأخذ اقتراحاتك بجدية من طرف المسؤولين داخل المؤسسة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي هذه الاقتراحات :

12- هل سبق لكِ وأن شاركتِ في مسابقة الصحفي المحترف ومسابقات إعلامية دولية؟

نعم لا

المحور الثاني: التحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية

13- ما هي التحديات التي واجهتكِ أثناء عملك المهني؟

مهنية تنظيمية نفسية اجتماعية

أخرى

.....:

14- هل سبق لكِ وأن تعرضتِ لمضايقات أثناء عملك الميداني والمهني؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذه المضايقات؟

- الاستغلال

- التحرش اللفظي

- التحرش والجسدي والعنف

- التهديد من طرف جهات مجهولة

- التهميش والعنصرية

- أخرى تذكر:

15- هل تعرضتِ مسائلات قانونية أثناء أدائك الإعلامي؟

نعم لا

16- ما هو الوقت الذي تعملين فيه ؟

صباحا

مساء

صباح + مساء

17- هل تهتم المؤسسة بتطوير مستوى الإعلامية ؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب نعم ما هي هذه الإجراءات ؟

- هل توفر المؤسسة دورات تكوينية

- توفر خبراء وإعلاميين من أجل تطوير المهارات

- شراكة مع مؤسسات إعلامية عالمية وأجنبية

أخرى :

18- هل تضمن لك المؤسسة الإعلامية نفس الحقوق مع زميلك الإعلامي ؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ما هي طبيعة هذه الحقوق

19- هل يوجد تعاون مهني مشترك بينك وبين زميلك الإعلامي ؟

نعم لا

20- ما هي الجهات التي تجدين صعوبة معها أثناء تأدية عملك الميداني ؟

السلطات المحلية الجهاز الأمني المجتمع المدني

أخرى تذكر :

21-هل تلقيتِ مكافآت أثناء تأدية عملك ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي هذه المكافآت ؟

- ترقية المنصب

-منحة دراسية

-مكافأة مادية

-بعثات ميدانية للخارج

-تكريمات في المناسبات الوطنية والعالمية

أخرى :

المحور الثالث : تأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني للإعلامية :

22-هل ساهم المحيط الاجتماعي في دخولك مجال الإعلام ؟

نعم لا

-إذا كانت الإجابة ب نعم من هو الداعم الأول ؟

-العائلة

-الأصدقاء

-المجتمع

قائمة الملاحق

23- هل أثرت التقاليد والأعراف على أدائك المهني؟

نعم لا

24- ما هو رأيك في الراتب الشهري مقارنة بالجهد المبذول؟

راضية مستاءة غير راضية

25- هل الأجر الذي تتقاضينه يتناسب مع وضعك الاجتماعي؟

نعم لا

26- كيف تتقاضينه؟

بانتظام متقطع لا تتقاضينه

27- هل واجهتي صعوبات من طرف أفراد المجتمع اتجاه عملك في حقل الإعلام؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ما هي هذه الصعوبات.....

28- هل يؤثر عملك الإعلامي على حياتك العائلية والشخصية؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي هذه التأثيرات:

فهرس المحتويات

01.....	شكر وعرفان.....
02.....	الإهداء.....
03.....	فهرسة المحتوى.....
06.....	فهرسة الجداول.....
07.....	فهرسة الأشكال.....
08.....	فهرسة الملاحق.....
.....	الملخص :
15	مقدمة :
17	إشكالية الدراسة :
18	تساؤلات الدراسة :
18	أسباب اختيار الدراسة :
18	أهداف الدراسة :
19	أهمية الدراسة :
19	نوع الدراسة والمنهج :
20	أدوات جمع البيانات :
22	مجتمع الدراسة :
23	عينة الدراسة :
23	- مصطلحات الدراسة:
26	المقاربة النظرية :
28	الدراسات السابقة :

الفصل النظري

الفصل الأول: المرأة والعمل في العالم

- تمهيد : 35
- المبحث الأول :التطور التاريخي لعمل المرأة 36
- المطلب الأول : - تعريف المرأة العاملة:..... 36
- المطلب الثاني : التطور السوسيو تاريخي لعمل المرأة الغربية(الو.م.أ و أوروبا نموذجاً)..... 37
- المطلب الثالث :تطور عمل المرأة في المغرب العربي : 39
- المبحث الثاني : دوافع عمل المرأة 42
- المطلب الأول : الدوافع الشخصية(ذاتية) والاجتماعية:..... 42
- المطلب الثاني :الدافع الاقتصادي والسياسي والتعليمي..... 43
- المبحث الثالث : معوقات عمل المرأة والآثار الناجمة عنه 46
- المطلب الأول : معوقات عمل المرأة..... 46
- المطلب الثاني :الآثار الناجمة عن عمل المرأة 47
- خلاصة : 49

الفصل الثاني: المرأة والإعلام في الجزائر

- تمهيد : 51
- المبحث الأول : قطاع الإعلام في الجزائر 52
- المطلب الأول :تعريف الإعلام وخصائصه 52
- المطلب الثاني : الأهمية الوظيفية للإعلام وأهدافه 54
- المطلب الثالث :تطور قطاع الإعلام في الجزائر..... 56
- المبحث الثاني : مراحل عمل المرأة الإعلامية في الجزائر..... 59
- المطلب الأول: 1-مرحلة البناء المؤسسي وظهور الصحافة النسائية من 1962م إلى 1988م : .. 59
- المطلب الثاني :*مرحلة الانفتاح والتعددية السياسية و الإعلامية من 1988م إلى 2007م : 61
- المبحث الثالث : الواقع المهني للمرأة الإعلامية في الجزائر..... 64
- المطلب الأول : الإعلاميات في المشهد الإعلامي العربي 64
- المطلب الثالث : التحديات التي تواجه المرأة الإعلامية 68

72 خلاصة :
الفصل الميداني	
74 تمهيد :
75 الفصل الميداني :
76 المبحث الأول : عرض وتحليل نتائج الدراسة باستخدام برنامج SPSS
76 المطلب الأول : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بالبيانات الشخصية
82 المطلب الثاني : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بمكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية
88 المطلب الثالث : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بالتحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية
96 المطلب الرابع : عرض وتحليل نتائج المحور المتعلق بتأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني
103 المبحث الثاني : الاستنتاجات المتعلقة بمحاور الدراسة
103 المطلب الأول : استنتاجات المحور المتعلق بالبيانات الشخصية
103 المطلب الثاني : استنتاجات المحور المتعلق بمكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية
104 المطلب الثالث : استنتاجات المحور المتعلق بالتحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية
104 المطلب الرابع : استنتاجات المحور المتعلق بتأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني
105 المبحث الثالث : الجداول المزدوجة
105 المطلب الأول : مكانة المرأة العاملة في المؤسسات الإعلامية
110 المطلب الثاني : التحديات والصعوبات التي تواجه المرأة الإعلامية
113 المطلب الثالث : تأثير الوضع الاجتماعي على الأداء المهني للمرأة الإعلامية
116 المطلب الرابع : الإستنتاجات المتعلقة بالجداول المركبة
119 النتائج العامة للدراسة :
124 خاتمة
126 قائمة المصادر والمراجع:
133 الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
76	يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر	01
777	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	02
78	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	03
79	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية المهنية	04
80	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	05
82	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة التي تعمل بها الإعلامية	06
82	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الصفة القانونية للمؤسسة	07
83	يوضح توزيع أفراد العينة حسب وظيفتها في المؤسسة	08
84	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاستفادة من التدريب قبل دخول مجال الإعلام	09
85	يوضح توزيع أفراد العينة حسب العقد المهني بين المؤسسة والإعلامية	10
85	يوضح توزيع أفراد العينة حسب اشراك الإعلامية في القرارات داخل المؤسسة	11
86	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القرارات	12
87	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأخذ باقتراحات الإعلامية من طرف المسؤولين	13
87	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاقتراحات	14
88	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في مسابقة الصحفي المحترف ومسابقات إعلامية دولية وعالمية	15
88	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التحديات التي واجهتها أثناء عملها الميداني	16
89	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المضايقات التي تعرضت لها أثناء عملها الإعلامي	17
89	يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع المضايقات	18
91	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تعرضها مضايقات أو مسائلات القانونية أثناء	19

قائمة الملاحق

	أدائها المهني	
91	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي تعمل فيه الإعلامية	20
92	يوضح توزيع أفراد العينة حسب اهتمام المؤسسة بتطوير مستوى الإعلامية	21
92	يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع الإجراءات	22
93	يوضح توزيع أفراد العينة حسب ضمان نفس الحقوق مع زميلها الإعلامي	23
93	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الحقوق	24
94	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التعاون المشترك بين المرأة الإعلامية وزميلها الإعلامي	25
94	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجهات التي تجدد معها صعوبة أثناء تأدية عملها المهني	26
95	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تلقي مكافآت أثناء تأدية عملها	27
96	يوضح أفراد العينة حسب نوع المكافآت	28
96	يوضح أفراد العينة حسب مساهمة المحيط الاجتماعي في دخولها مجال الإعلامي	29
97	يوضح أفراد العينة حسب الداعم الأول	30
98	يوضح أفراد العينة حسب تأثير التقاليد والأعراف أثناء عملها المهني	31
98	يوضح أفراد العينة حسب رأيها في الراتب الشهري مقابل الجهد المبذول	32
99	يوضح أفراد العينة حسب مناسبة الأجر الذي تتقاضه مع وضعها الاجتماعي	33
99	يوضح أفراد العينة حسب كيف تتقاضه	34
100	يوضح أفراد العينة حسب مواجهة الصعوبات من طرف أفراد المجتمع أثناء عملها الإعلامي	35
101	يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع الصعوبات	36
101	يوضح أفراد العينة حسب تأثير عملها الإعلامي على حياتها الشخصية والعائلية	37
102	يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع التأثيرات	38
105	يوضح العلاقة بين التخصص العلمي وطبيعة المؤسسة التي تعمل بها	39
106	يوضح العلاقة بين الأقدمية المهنية والعقد المهني بين الإعلامية والمؤسسة	40

قائمة الملاحق

107	يوضح العلاقة بين التخصص العلمي والإشراك في القرارات داخل المؤسسة الإعلامية	41
108	يوضح العلاقة بين الأقدمية المهنية والمشاركة في مسابقة الصحفي المحترف ومسابقات إعلامية دولية و أجنبية	42
109	يوضح العلاقة الصفة القانونية للمؤسسة والمشاركة في المسابقة الصحفي المحترف ومسابقات الإعلام الدولية والأجنبية	43
110	يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية والوقت الذي تعمل فيه	44
111	يوضح العلاقة بين طبيعة المؤسسة الإعلامية والمضايقات التي تتعرض لها الإعلامية	45
112	يوضح العلاقة بين الصفة القانونية للمؤسسة والتعرض للمضايقات	46
113	يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وتأثير التقاليد والأعراف على أدائها المهني	47
114	يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية والأجر الذي تتقاضه يتناسب مع وضعها الاجتماعي	48
115	يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وتأثيرات العمل الإعلامي على حياتها العائلية والشخصية	49

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	رقم الشكل
76	توزيع العينة حسب العمر	01
77	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	02
79	توزيع العينة حسب التخصص العلمي	03
80	توزيع العينة حسب الأقدمية المهنية	04
81	توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	05