



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج

لنيل درجة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصّص وسائل الإعلام والمجتمع موسومة بـ:

دور المرأة الإعلامية القائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية  
"التلفزيون الجزائري نموذجاً"

تحت إشراف الأستاذ  
العربي بوعمامة

من إعداد الطالبة:  
لقرع مريم

اللجنة المناقشة:

- العربي بوعمامة مؤظراً
- عمّاري بوجمعة رئيساً
- بوخاري حفيظة مناقشة

السنة الجامعية 2012 - 2013

## دعاء

"اللهم من فتح رسالتي هذه، بشره بما يسره، وكف عنه ما يضره،  
وتقبل منه وارضى عنه وثبت يقينه، وارزقه حلالا  
طيبا يكفيه، وأبعد عنه كل شيء يؤذيه، ولا توجه لطبيب يداويه، فارحمه  
تحت الأرض واغفر له يوم العرض.  
اللهم اخرجنا من ظلمات الوهم، واكرمنا بنور الفهم، وافتح علينا المعرفة  
والعلم، وسهل أخلاقنا بالحلم، واجعلنا ممن يستمعون القول فيتبعونه.  
"أمين يا رب العالمين"

# كلمة شكر

بداية أسجد لله شكراً لا ينتهي أبداً من دون عون منه لما وصلنا إلى هاته المراتب علي جميع

الأصعدة حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه الله رب العالمين أولاً وأخيراً.

شكراً خاص مرفوق بعبارات التقدير والاحترام و الثناء لمن ساعدني وحفزني علي هذا العمل

وأشرف علي تأطيري أستاذي لعربي بوعمامة كل الامتتان والعرفان

وأتقدم بفائق الشكر ومنتهي التقدير لمن ساعدتني علي هذا العمل وأخص بذكر الأستاذة بخاري

حفيظة كل الشكر والتقدير والعرفان.

كما لا يفوتني أن أشكر كل الأساتذة اللذين رافقونا وأنور لنا دربنا طوال مشوارنا الجامعي

بالعلم والمعرفة.

ولا أنسي أساتذتي في الطور الابتدائي والأساسي والثانوي.

الشكر الجزيل إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذه المذكرة.

إلى كل من يغرس بذرة خير في هذه الأرض الطيبة.

وفي مجمل القول أحمد الله من يوم خلقنا إلى يوم البعث سائلة إياه الهداية والنجاح والتوفيق

والرشاد.

## إهداء

إلى الذيباسمهابتدي وبهديه أهتدي وبه أسترشد وأستعين،إلى من بلّغ الرسالة وأدّى الأمانة ونصح الأمة،  
إلى نبي الرّحمة ونور الرحمان سيدنا محمد صلّى الله عليه وسلّم.

إلى موطن الحب والحنان في صدري، إلى عبق العطر ومنبع النّور في بيتنا، إلى هبة الرحمن لنا، إلى  
التي سقتني بحبها وعطفها، إلى التي حبها ملك الشعور وإحساسي بها يفوق كل هذه السطور، إلى أعظم  
امرأة في هذا الوجود،أمي الحبيبة"خديجة" أطال الله في عمرك.

إلى راية العزّ والمجد في مملكتي الشّاهقة إلى مرجعي ومرشد دربي في الحياة، إلى ضوء عمري وفرحة  
قلبي وسر سعادتي وسبب نجاحي، إلى الذي علّمني أن الحياة كفاح والعلم سبيل النّجاح، إلى أعزّ النّاس  
وأغلاهم إلى أوسم الرجال وأبهاهم إليك وحدك أبي الغالي"قدور"أطال الله في عمرك.

إلى شموع دربي التي لا تتطفئ، إلى أعلى وأعلى وأروع ما أنجّلتني أمي في هذا الوجود، إلى سندي في

الحياة الماضية والحياة الآتية، إلى أعمدة بيتنا وسراج حياتنا:أخي "عبد القادر"أتمني له كل النجاح  
والتوفيق في حياته،إلى قرة أعيننا التوأم المرح "جيلا لي،حاج قدور"،إلى حبيباتي وأنيساتي،فاطمة الزهراء  
،"عودة" ،"عفاف" ،أتمنى لهم عمرا مديدا ونجاحا مزيدا.

إلى روح جدي وجدتي رحمهم الله جميعا،إلى جدي وجدتي أطال الله في عمرهما.

إلى من قدّس معني الأخوة واستحق لقبه بجدارة وقوة "حداد محمد أمين" وكل عائلته.

إلى كل خالاتي وأخوالي،وأعمامي وعماتي وأولادهم جميعا.

إلى اللواتي تمنيت لو توقف الزمن عندهنّإلى من قدّسن معني الأخوة، إلى صديقات دربي:إيمان،  
كريمة،عائشة،فاطمة،سمية،نفيسة،سلمى،ميمي،نصيرة،أمينة،عاليا.

إلى من حملهم قلبي وذاكرتي وأسقطهم قلبي ولم يكفيهم بياض مذكرتي.

مريم

مقدمة

ملخص

الدراسة

# الفصل الأول

# الفصل الثالث

حيثيات المراهقين


وبناء الشخصية



# الإطار المنهجي

# الإطار النظري

# الإطار التطبيقي



قائمة المصادر

والمراجع

# الملاحق

# مقدمة

# الفصل الأول

# الفصل الثاني



# خاتمة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

### إستمارة المقابلة

نحن طلبة السنة الثانية ماستر علوم الإعلام و الاتصال من جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - بصدد تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص وسائل الإعلام و المجتمع بحاجة ماسة إلى تعاونكم معنا في انجازنا بحثنا المتمثل في دور المرأة الإعلامية كقائم باتصال في التلفزيون الجزائري , عبر سماحكم لنا بإجراء مقابلة تزودنا فيها بالمعلومات المطلوبة و نحن من جهتنا نتعهد بأننا نستخدم هذه المعلومات في الإطار العلمي الأكاديمي لا غير. و نستلزم بعدم ذكر كل مائدون أن لا نذكره وسنكون ممتنين لتعاونكم معنا في إثراء البحث العلمي في الجزائر , وأنا على ثقة بصدق تعاونكم معنا فياغناء البحث و خدمة المهنة الإعلامية التي نسعى جميعا إلي تطورها و الإعلاء من شأنها و في الأخير تقبلوا منا فائق الشكر و الاحترام.

من إعداد الطالبة: - بإشراف الأستاذ:

- بو عمامة لعربي

- لقرع مريم

## السمات العامة:

- 1- السن: من 20 إلى 25  من 26 إلى 30  من 31 إلى 53
- 2- المستوى التعليمي: ليسانس  ماجستير  دكتوراه
- 3- الحالة الاجتماعية: عزباء  متزوجة  مطلقة  أرملة
- 4- اللغات المتقنة: العربية  الفرنسية  الانجليزية  غير ذلك
- 5- المهنة: صحفية  منشطة  يسة تحرير  ذلك
- 6- الخبرة: من 1-5  من 6-11  من 12-20

## المحور الأول: الإعلامية و المهنة الصحفية.

- 1- ماهو سبب اختيارك للمهنة الصحفية؟
- الهوية  الاختصاص مكسب مادي  حب الشهرة
- 2- طريقة حصولك على العمل كانت من خلال؟
- توفر شهادة الاختصاص  توفر الخبرة  عن طريق أقرباء و معارف
- 3- ماهو موقف اهلك من اختيارك لمهنة الصحافة؟
- سلبيًا  ايجابيا  محايد
- 4- سمي لنا الوظيفة التي تشغلينها الان؟ هل تعرفي ورقة الطريق؟

.....

.....

## المحور الثاني: مكانة المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية.

- 1- هل لديكي الشعور بالاستقرار في عملك؟
- نعم  لا
- لماذا؟.....
- 2-هل أنت راضية عن ادانكي الإعلامي؟
- نعم  لا
- لماذا؟.....
- 3- ماهي علاقتك بزملاء داخل و خارج المؤسسة التلفزيونية؟
- .....
- .....

4- ماهي الصعوبات و العراقيل التي تعيق اداك المهني؟

مهنية  اجتماعية  نفسية

لماذا؟.....

5- هل حصل و أن خضعتي لدورات تدريبية؟

نعم  لا

لماذا؟.....

6- كيف تجدين نفسك أمام التقنيات الإعلامية الحديثة؟

متجاوبة

7- ماهو موقف رئيس القسم لملاحظاتك؟

يستجيب لها أحيانا  لا يستجيب

8- إلى حد ألان ترقيت في عملك؟

نعم  لا

لماذا؟.....

9- هل سبق و إنشركني في ندوات صحفية في الخارج؟

نعم  لا

لماذا؟.....

10- هل أنت قادرة على تحمل مناصب المسؤولية في حال ترقيتك؟

نعم  لا

لماذا؟.....

11- كونك أنشتلتقين صعوبات في كيفية التعامل مع مصادر المعلومة؟

صحيح  خطأ

12- في رأيك كيف هي نسبة الإعلاميات في مراكز اتخاذ القرار الإعلامي والى ماذا يعود؟

.....  
.....

المحور الثالث: أهداف المرأة الإعلامية.

1- إلى ماذا تسعين الوصول إليه من خلال عملي؟

الأجر المادي  الشهرة  الجمهور

لماذا؟.....

2- كيف تعملين تحسين صورتك؟

أطور مهنتي  أوسع ثقافتي  اطلع على تجارب الإعلاميين

3- هل تتمنين العمل في المحطات الفضائية الكبرى؟

نعم  لا

لماذا؟.....

5- في المستقبل في أي مجال تفضلين أن يعمل أبنيكيا وأبنتيك؟

في الإعلام  في الصحة  في التعليم

لماذا؟.....

6- من الإعلاميين الذين ترغبين في أن تستفيدي من تجربتهم؟

عرب  أجنبي

لماذا؟.....

7- من خلال عملك كإعلامية ماهي الصورة التي تحاولين تقديمها عن المرأة الجزائرية؟

المفكرة  الخجولة  المتحدية

غير ذلك.....

8- كيف تنظرين إلى مستقبل الإعلامية الجزائرية كقائمة بالاتصال؟

.....  
.....

9- من خلال تضحياتك في مجال الصحافة هل تحاولين تغيير نظرة المجتمع للصورة السلبية عن عمل المرأة؟

.....  
.....

10- ماذا يعني لكي التلفزيون الجزائري؟

.....  
.....  
.....

## محور السمات العامة

الجدول رقم (1): جدول بسيط لتوزيع العينة حسب السن.

النسبة المئوية %	التكرار	السن
6,66%	1	25-20
46,66%	7	30-26
46,66%	7	53-31
0%	0	أكثر من 53
100%	15	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة الإعلاميات اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين (26-30) و(31-53) تقدر بـ 46,66 وهي أعلى نسبة تليها، اللواتي تتراوح أعمارهن بين (20-25) بنسبة (6,66%) في المرتبة الثانية، لتأتي في الأخير أكثر من 53 بنسبة (0%).

- يتضح أن معظم العاملات في قطاع الإعلام تبلغ أعمارهن من 26 حتى 53 سنة، وهذا دليل على أنّ فئة الشباب هي الأكثر حضوراً، وكذلك الخبرة في قطاع التلفزيون، وهذا سيزيد من قوة

التأثير، والعمل بالتأكيد، أما اللواتي أعمارهن تجاوزت 53 تكاد تنعدم، وهذا يعود إلى أن العمل التلفزيوني يتطلب الوقت والجهد والجمال.

الجدول رقم (1): جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية %	التكرار	الحالة
60%	9	عزباء
33,33%	5	متزوجة
6,66%	1	مطلقة
0%	0	أرملة
100%	15	المجموع

-نلاحظ أن نسبة غير المتزوجات بين أفراد العينة أخذت النصيب الأكبر، حيث بلغت (60%)، تليها نسبة المتزوجات ب (33,33%)، لتأتي نسبة المطلقات ب (6,66%) في المرتبة الأخيرة.

يتضح أن معظم الإعلاميات غير متزوجات، وهذا دليل على أن الإعلام أو الصحافة تأخذ اغلب أوقات المرأة، وهي بالطبع لا تستطيع التوفيق بين العمل والأسرة في آن واحد. وهناك حضور معتبر للمتزوجات، لكنهنّ يتلقين عدّة مشاكل في كيفية التوفيق بين الشغل والبيت.

الجدول رقم 3: جدول بسيط يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية %	التكرار	المستوي
73,33%	11	ليسانس
20%	3	ماجستير
6,66%	1	دكتوراه
100%	15	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن كل المبحوثات العاملات في قطاع التلفزيون لديهنّ شهادات، لكن على اختلاف، فنسبة (73,33%) من المبحوثات لديهنّ شهادة ليسانس، تليها نسبة (20%) متحصلات علي شهادة الماجستير، أما شهادة الدكتوراه بنسبة (6,66%).



من خلال هذا نستنتج أن كل الصحفيات العاملات في المؤسسة التلفزيونية لديهن مستوى عال من التعليم، وهذا يعني أن العاملات في القطاع التلفزيوني مؤهلات علميا، مما يعطيهم القدرة على تقديم الجديد وخدمة وتطوير المهنة الإعلامية، وهذه الشهادات ستمنح فرصة بروز نجومات في الساحة الإعلامية، أما بالنسبة للنساء المتحصلات على شهادة الماجستير والدكتوراة، يخترن العمل الأكاديمي (الأستاذة الجامعية) أكثر من العمل في المجال الإعلامي.

**الجدول رقم(4): جدول بسيط يوضح توزيع أفراد العينة حسب اللغات المتقنة.**

اللغة	التكرار	النسبة المئوية%
عربية	15	33.33%
فرنسية	14	31.11%
إنجليزية	10	22.22%
غيرها	5	11.11%
المجموع	45	100%

نلاحظ أن كل المبحوثات يتقن اللغة العربية بنسبة 33.33%، كما نلاحظ أن الأغلبية يتقن اللغة الفرنسية بنسبة 31.11%، لتأتي اللغة الإنجليزية في المرتبة الثالثة ب 22.22%، إضافة إلى بعض الصحفيات المتمكنات من اللغات الأخرى مثل الألمانية والإسبانية وحتى الإيطالية.

أكد أنّ كل المبحوثات يتقن اللغة العربية لأنها اللغة الأولى في الوطن، أما اللغة الفرنسية فمعظم المبحوثات متمكنات منها، لأننا لا ننسى أن المجتمع الجزائري على العموم ثنائي اللغة، عربي فرنسي، وكذلك الإنجليزية، لأن العصر يتطلب ذلك وهذا مؤشر إيجابي على قدرة الإعلامية الجزائرية على التفاعل مع مختلف المجتمعات والجنسيات الأخرى والبحث عن المعلومة بشتى الطرق.

الجدول رقم(5): جدول بسيط يبين لنا توزيع افراد العينة حسب المهنة داخل المؤسسة التلفزيونية.

النسبة المئوية %	التكرار	المهنة
33,33%	5	صحفية
26,66%	4	منشطة
13,33%	2	رئيسة تحرير
26,66%	4	غير ذلك
100%	15	المجموع

- يوضح لنا الجدول أن اغلب المبحوثان يشتغلن كصحفيات في التلفزيون الجزائري بنسبة (33,33%)، تليها المنشطات ب(26,66%)، لتأتي في الأخير رئيسة التحرير بنسبة (13,33%).

وجود عدد هائل من الصحفيات في التلفزيون، وهذا دليل على أن المرأة تواجدت بشكل مكثف داخل المؤسسة التلفزيونية الجزائرية، ووجود المرأة كرئيسة تحرير دليل على أن المرأة تقلدت مناصب رفيعة في المؤسسة الإعلامية.

الجدول رقم(6): جدول بسيط يمثل توزيع افراد العينة حسب الخبرة.

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية%
5-1	5	33,33%
11-6	6	40%
20-12	4	26,66%
المجموع	15	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة المبحوثات اللواتي تتراوح مدة ممارستهن ما بين (6-11) ب ( 40%) في المرتبة الأولى، في حين تأتي نسبة اللواتي تتراوح مدة ممارستهن من (1-5) بنسبة ( 33,33%) وأخيرا نسبة (26,66%) اللواتي اشتغلن من (12-20).

نستنتج من خلال هذا أن نسبة لا بأس بها من الإعلاميات اللواتي اشتغلن مدة ما بين (12-20) وهذا دليل على أن الإعلامية الجزائرية اقتحمت الميدان الإعلامي منذ سنوات، كما نجد أنّ لهذا التباين في الخبرة نتائج ايجابية في تنشئة وتوجيه الإعلاميات الناشئات، ومن جهة أخرى تبادل فكري ومعرفي لإنتاج أفضل، تحسينا للأداء المهني.

### خلاصة محور السمات العامة

كخلاصة لمحور السمات العامة أنّ جلّ المبحوثات عازبات، وفئة شابة لهنّ مستوى تعليمي عالي بحكم أنّهنّ يتقنّ اللّغة الفرنسيّة والعربيّة معا، إضافة إلى لغات أخرى، وهذا دليل على أنّهنّ مؤهلات علميّا ليصبحن صحفيّات ومنشطات ورئيسات تحرير، وقدرتهنّ على اكتساب خبرة ميدانيّة في هذا القطاع.

## المحور الأول: الإعلامية والمهنة الصحفية.

الجدول رقم(7): جدول بسيط يمثل توزيع العينة حسب أسباب اختيار المهنة.

النسبة المؤوية%	التكرار	السبب
61,11%	11	الهواية
16,66%	3	الاختصاص مكسب مادي
16,66%	3	حب الشهرة
100%	18	المجموع

- يتضح لنا أن أغلبية المبحوثات اخترن مهنة الصحافة حبًا فيها كهواية، حيث بلغت نسبتهم (65%)، وفي المقابل نجد نسبة (16,66%) اخترن المهنة كاختصاص بدافع المكسب المادي وحب الشهرة.

- من خلال هذا نستنتج أن معظم المبحوثات اخترن المهنة الصحفية كهواية، وذلك لما تتوفر فيه من المغامرة والشجاعة والإرادة.

الجدول رقم (8): جدول بسيط يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة الحصول علي العمل.

النسبة المؤيِّبة %	التكرار	الطريقة
29,41%	5	شهادة الاختصاص
41,17%	7	الخبرة
29,41%	5	أقرباء و معارف
100%	17	المجموع

- يتبين لنا من خلال الجدول التّالي أن معظم المبحوثات كانت طريقة حصولهنّ على العمل من خلال توفر الخبرة بنسبة (41,17%)، أما الفئة الثانية فكانت ممارستنّ عن طريق توفر الشهادة، أو الاختصاص، أو الأقارب والمعارف بنسبة (29,41%).

من خلال النتيجة المتوصّل إليها نستنتج أن نسبة (41,17%) من الإعلاميات موظّفات في القطاع بحكم الخبرة، وهذا دليل على أن المرأة الجزائرية تحصّلت على قدر كبير من الخبرة في مجال الإعلام، ويمتلكن القدرة على التسيير في مجال الإعلام ككل.



الجدول رقم (9): جدول بسيط توزيع أفراد العينة حسب موقف الأهل من اختيار المبحوثان للعمل الصحفي.

النسبة المئوية %	التكرار	الموقف
73,33%	11	إيجابي
0%	0	سلبي
26,66%	4	محايد
100%	15	المجموع

- يشير الجدول إلى أن الغالبية العظمى من الإعلاميات والمقدرة نسبتها بـ (73,33%) موقف الأهل من ممارستهنّ العمل الإعلامي ايجابي، في حين تبقى نسبة (26,66%) موقف الأهل منهنّ محايد.

- نستنتج من خلال النتيجة الايجابية لموقف الأهل من دخول المرأة عالم الشغل، دليل على أن نظرة المجتمع الجزائري السلبية نحو عمل المرأة بدأت تتغيّر وهيّ في تحسّن مستمر، في حين

يبقى موقف بعض الأهل محايدا، وهذا دليل على أن المرأة في الوقت الحالي تمتلك حرية الاختيار.

### الإجابة على السؤال المفتوح رقم(10):

عن الوظيفة التي تشغلها المبحوثات الآن وهل تعرف ورقة الطريق؟

- من خلال إجابة المبحوثات يتّضح لنا وجود كل من 15 إعلامية منها: الصحفية، المنشطة، والصحفية المحققة ورئيسة التحرير والمنتجة والصحفية المتخصصة في الاقتصاد. وهذا دليل على وجود عدد هائل من الصحفيات داخل المؤسسة التلفزيونية الجزائرية، وعلى تنوع مهامهنّ ودورهنّ الكبير كقائمت بالاتصال.

- أما فيما يتعلّق بمعرفة ورقة الطريق، فكانت كلها بنعم لأنّ معرفة الطريق هو ما يعد من أجل السير في المهنة وهذا دليل على جرأتهم وشجاعتهم كصحفيات جزائريات مناضلات حبا لعملهنّ.

### خلاصة المحور الأول

نستنتج من خلال المحور الأول الخاص بالإعلامية والمهنة الصحفية، أنّ الصحفيات العاملات في الصحافة التلفزيونية أنّهنّ يحبن هذه المهنة من خلال هويتهم، وتوفر شهادة الاختصاص لديهنّ، والتي جعلت لديهنّ خبرة وقدرة في القيام بعدة مهام ومعرفة طريق مسيرتهنّ ودعم الأهل لهنّ.

**المحور الثاني: مكانة المرأة الإعلامية القائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية.**

الجدول رقم (10): جدول بسيط توزيع أفراد العينة علي أساس الشعور بالاستقرار داخل المؤسسة.

النسبة المئوية%	التكرار	الشعور باستقرار
66,66%	10	نعم
33,33%	5	لا
100%	15	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة (66,66%) يشعرون بالاستقرار في المهنة، بالمقابل نجد نسبة (33,33%) من أفراد العينة لا يشعرون بذلك.

- نستنتج أنّ أغلبية المبحوثات يشعرون بالاستقرار في عملهنّ داخل التلفزيون الجزائري، وهذا دليل علي عدم التمييز بين المرأة والرجل الإعلامي. لكنّ التمييز يكون علي أساس العمل الجيد، أما بالنسبة للواتي قلن لا فهذا يرجع إلى أنهن لا يمتلكن خبرة، وعدم مساعدة الأوضاع المهنية والاجتماعية لهم.

الجدول رقم (11): جدول بسيط توزيع أفراد العينة حسب رأي الصحفية في رضاها في ممارستها لعملها الصحفي.

النسبة المئوية%	التكرار	الرأي
53,33%	8	نعم
46,66%	7	لا
100%	15	المجموع

- تكشف لنا البيانات الواردة في الجدول عن اقتناع نصف العينة بالعمل الذي تمارسه، أي ما يعادل (53,33%)، في حين أن نسبة (46,66%) غير راضية عن ممارستها للعمل الصحفي.

الرأي الايجابي للإعلاميات في التلفزيون الجزائري بإقناعهن بالعمل الذي تمارسهن دليل على أن المهنة الصحفية تستقطب الكثير من النساء، وهذا لخبث هذه المهنة، أما بالنسبة للواتي قلن لا فدليل على أنهن لا يعرفن ورقة طريق مشوارهن، ولا يتقن عملهن.

الجدول رقم (12): جدول بسيط لتوزيع أفراد العيّنة حسب نوعيّة الصعوبات والعراقيل التي تعيق أدائهنّ المهني.

النسبة %	التكرار	نوع الصعوبات والعراقيل
50%	9	مهنيّة
33,33%	6	اجتماعية
16,66%	3	نفسية
100%	18	المجموع

نستخلص من البيانات التي سجلناها أنّ نصف عدد المبحوثات تمنعنّ الحضور إلى مراكز القرار الإعلامي، أي بنسبة (50%) بسبب المشاكل المهنية، في حين تأتي المشاكل الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (33,33%) والمشاكل النفسيّة في المرتبة الأخيرة بنسبة (16,66%).

من خلال النتيجة يتضح لنا أنّ أغلبية الصحفيات تعيقهنّ أسباب مهنيّة لأنّ أغلبيتهنّ يعانين من نقص الإمكانيات الماديّة في التلفزيون الجزائري، كما أشارت بعضهنّ إلى صعوبة التّقل إلى مقر

العمل. في حين أنّ اللواتي تمنعهنّ لأسباب اجتماعية، فيرجعونها لصعوبة تحمّل تحمّل أعباء المنزل والأولاد.

الجدول رقم(13): جدول مركب يوضّح العلاقة بين الحالة الاجتماعية والصّعوبات والعراقيل التي تعيق أدائها المهني.

نفسية		إجتماعية		مهنية		الصعوبات العراقيل الحالة الاجتماعية
النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	
66.66%	2	66,66%	4	66,66%	6	عزباء
33.33%	1	33.33%	2	33,33%	3	متزوجة
0%	0	0%	0	0%	0	مطلقة
0%	0	0%	0	0%	0	أرملة
100%	3	100%	6	100%	9	المجموع

من خلال المعطيات التي تبين لدينا أنّ أعلى نسبة من العازيات غير المتزوجات تعيقهنّ -

مشاكل مهنيّة بنسبة (66,66%) متعادلة مع المشاكل الاجتماعية، لتأتي كذلك المشاكل النفسيّة بنسبة (66,66%)، أمّا فيما يخص المتزوّجات فتعادت النسبة (33,33%) لكل هذه الصّعوبات و العراقيل واحتلت المرتبة الثّانية.

- نستنتج أنّ أغلبية الإعلاميّات غير المتزوّجات يصادفن عراقيل وصعوبات مهنيّة، واجتماعيّة لأنّهنّ في طريق اكتساب الخبرة ونقص الإمكانيّات وعقليّة المجتمع الجزائري في التّعامل والتّجاوب معهنّ مثل سبر الآراء، ممّا يؤثّر على نفسيّتهنّ، أمّا بالنسبة للمتزوّجات فهنّ يعانين من عدم تحمل أعباء المنزل والأولاد، فتقلدها هذه المناصب يستهلك منها الوقت الكثير، سيما وأنّ وجود الرجل في حياة المرأة الإعلاميّة له أهميّة، وبالرغم من ذلك نجدها متحدّية وصامدة أمام هذا، متخطية كل الحواجز.



الجدول رقم(14): جدول بسيط الخاص بالسؤال عما إذا خضعت المبحوثات لدورات تدريبية. %

النسبة المؤيِّية %	التكرار	حضور الدورات التَّدريبيَّة
%53,33	8	نعم
%46,66	7	لا
%100	15	المجموع

- نلاحظ أنّ أغلبيَّة المبحوثات خضعت لدورات تدريبية بنسبة (46,33%) وأنّ البقية المعتبرة من المبحوثات لم يقمن بذلك.

- هذه النتيجة دليل على أنّ كل المبحوثات، أي الإعلامية الجزائرية متمكّنة من طرق وأساليب الممارسة الإعلامية، وهذا ضروري في التلفزيون الجزائري، أما فيما يخص اللواتي لم يخضعن لذلك فلأنهنّ مبتدئات.

الإجابة على السؤال المفتوح رقم(14):

عن العلاقة بزملاء المهنة داخل وخارج المؤسسة التلفزيونية.

فقد كانت إجابة أفراد العينة كلها إيجابية، اتضحت أنها معاملة جيدة، حسنة، وطيبة، وأنها مهمة للغاية لأنها علاقة احترام و أخوة.

فحين صرحت بعضهنّ على أنها علاقة متوسطة لأنّ هناك تباين وتمايز بين العمال.

الجدول رقم(15): الخاص بالسؤال القائل: كيف تجدين نفسك أمام التّقنيّات الحديثة.

النسبة المؤويّة %	التكرار	الحالة
60%	9	متجاوبة
40%	6	بعيدة
100%	15	المجموع

- نلاحظ من خلال المعطيات التي بين أيدينا أنّ كل المبحوثات تجدن أنفسهنّ متجاوبات مع التّقنيّات التكنولوجية الحديثة بنسبة (60%) في حين نسبة (40%) بعيدة.

- إنَّ هذا الرقم الهائل من تجاوب الصحفّيات مع التّقنيّات الحديثة دليل على أنّ المرأة الجزائريّة أو بالأحرى الإعلاميّة الجزائريّة على علم و دراية بكل ما هو جديد وهيّ في تطور مستمرّ.

الجدول رقم (16): توزيع أفراد العيّنة حسب موقف رئيس القسم من ملاحظتهنّ.

النسبة المئويّة%	التكرار	الموقف
46,66%	7	يستجيب أحيانا
33,33%	5	دائما
20%	3	لا يستجيب
100%	15	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول بأنّ نسبة المبحوثات اللواتي يستجيب رئيس القسم لملاحظتهنّ هي العليا ب (46,66%)، تليها اللواتي يستجيب لهنّ رئيس القسم.

- يتّضح لنا أنّ أغلبيّة الصحفّيات لهنّ رأي صحيح فيما يخص الصحّافة، وذلك كونهنّ يمتلكن القدرات اللازمة لتسيير العمل وخبرتهنّ في مجال الإعلام التّلفزيون.

الجدول رقم (17): جدول بسيط توزيع أفراد العيّنة حول حالة الترقية.

النسبة المئوية %	التكرار	إلى حدا لأن هل ترقيت
20%	3	نعم
80%	12	لا
100%	15	المجموع

سجلنا من خلال الجدول نسبة اللواتي ترقين ب(80%)، أما اللواتي لم تترقين فكانت بنسبة (20%).

كنتيجة، يمكن القول أنّ نسبة كبيرة من الصحفيات لم يترقين، وذلك لأسباب أدلت بها المبحوثات كانت أولها: نقص الخبرة، كونهنّ مبتدئات وبحاجة إلى بذل المزيد من الجهد، ومنهنّ من قالت بأن أصحاب المعرفة أولى بالترقيات.

الجدول رقم(18): جدول مركب يوضّح العلاقة بين الخبرة وهل حصلت على الترقية إلى حد الآن.

لا		نعم		تحمل مناصب المسؤولية الخبرة
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
66.66%	2	41.66%	5	5-1
33.33%	1	25%	3	11-6
0%	0	33.33%	4	20-12
100%	3	100%	12	المجموع

- سجلنا من خلال ما كشفت لنا البيانات الواردة، أنّ ذوات الخبرة من (12-20) تحسّلت على ترقّيات في المرتبة الأولى بنسبة (75%) أمّا فيما يخص اللواتي لم يحصلن على ترقّيات فبنسبة

(25%)، لتأتي الفئة ما بين (6-12) التي لم تتحصل على الترقية بنسبة (58,33%) في حين حصلت نسبة (25%) على الترقية.

- كنتيجة، يمكن القول أنّ نسبة كبيرة من الإعلاميات ترقين لأنهنّ ذوات خبرة ولهنّ مسيرة إعلامية طويلة ومتميّزات في العمل ومعروفات بالجديّة وبحبهنّ لمهنتهنّ، لأنّ التلفزيون فرصة الترقّي فيه تحتاج لإمكانيّات معرفيّة واسعة، إضافة إلى الكثير من الصّبر، وتكريس الوقت الكافي للعمل التلفزيوني.

أمّا اللواتي لم يترقن فأرجعن ذلك لكونهنّ مبتدئات وبحاجة إلى بذل المزيد من الجهد، لأنّ المؤسسة الإعلامية تتطلب الخبرة. وقد قالت إحداهنّ أنّ أصحاب المعرفة أولى بالترقيات لأننا لا ندفع "التشبيبة" يعني دفع الرشوة.

الجدول رقم (19): جدول مركب يوضح العلاقة بين الإعلامية الجزائرية والمشاركة في ندوات في الخارج.

لا		نعم		الإجابة
النسبة المؤوية %	التكرار	النسبة المؤوية %	التكرار	
%0	0	%0	0	25-20
%50	6	%33.33	1	30-26
%50	6	%66.66	2	53-31
%100	12	%100	3	المجموع

- نلاحظ من خلال المعطيات التالية أنّ فئة ما بين (53-31) احتلت المرتبة الأولى بنسبة (66,66%) في مشاركتها في الندوات بالخارج، في حين بلغت نسبة الإجابة ب (50%) لتأتي

في المرتبة الثانية فئة (26-30) بنسبة (50%) لم يشاركن، بينما بنسبة (33-33%) شارك في هذه الندوات.

- نستنتج حضور فئة الصحفيات من (31-53) الندوات في الخارج هذا بحكم خبرتهن وقدراتهن في العمل التلفزيوني، وتقلدهن عدة مناصب وهذا يدل على الكفاءة والإماتيزية في العمل رغم الصعوبات التي تواجهها بالتأكد.

أما ممن لم يحضرن الندوات في الخارج مثلما صرحت بعض المبحوثات فمرده إلى قلة خبرتهن وكفاءتهن وعدم إتاحة الفرصة لهن.

الجدول رقم(20): جدول مركب يوضح العلاقة بين الخبرة وتحمل مناصب المسؤولية.

لا		نعم		تحمل مناصب المسؤولية الخبرة
النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	
66,66%	2	41.66%	5	5-1
33,33%	1	25%	3	11-6



0%	0	33.33%	4	20-12
100%	3	100%	12	المجموع

- نلاحظ من خلال البيانات التالية أنّ الفئة ما بين (1-5) قادرة على تحمل مناصب المسؤولية بنسبة (41,66%) وتأتي مبحثان بإجابتهما بلا لأتهما لا تستطيعان تحمل المسؤولية، لتأتي في المرتبة الثانية فئة من (20-12) بنسبة (33,33%) في حين و لا مبحثة أجابت بلا، لتأتي في المرتبة الثالثة الفئة (6-11) ب (25%) ومبحثة واحدة أجابت بعدم قدرتها على تحمل المسؤولية.

- من خلال النتيجة يتّضح لنا أنّ الغالبية العظمى من الصحفّيات المبتدئات يطمحن في مناصب المسؤولية وهذا دليل على قدرتهنّ وكفاءتهنّ وثقتهنّ بأنفسهنّ، الشّيء الذي يعدّ بالمستقبل الزاهر والواعد للإعلامية الجزائرية، حيث صرحت بعضهنّ أنّ قدراتي العملية بموجب خبرتي وعلاقاتي مع قنوات خارجية تجعل حسي بالمسؤولية كبيرا لأنّي أدرك ذلك.

أما اللواتي لا يردن تولي مناصب المسؤولية يقلنّ بأنّ هذه الأخيرة تتطلب الكثير من الجهد والوقت وأنهنّ أكثر حرية في عمل الصحافة ولا يحتملن ضغوط المسؤولية.

في كفيّة التعامل مع مصادر المعلومة الجدول رقم (21): جدول بسيط يبين توزيع أفراد العينة

حسب كون الصحفيّة أنثى تتلقى صعوبات

النسبة المئوية %	التكرار	الصّعبة في كفيّة التعامل مع مصادر المعلومات
33,33%	5	صحيح
66,66%	10	خطأ
100%	15	المجموع

- سجلنا أن نسبة كبيرة من الصحفيّات لا يجدن أية مشكلة في كفيّة التعامل مع مصادر المعلومات وذلك بنسبة (66,66%) أما نسبة (33,33%) فهنّ تتلقين مشاكل في كفيّة التعامل مع مصادر المعلومة.

- يتضح لنا أنّ أغلبية المبحوثات لا يجدن أية صعوبة في البحث عن المعلومة، فحسب تصريحاتهنّ أنّ التّمييز لا يكون على أساس النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى) بل يتم التمييز على أساس العمل الجيّد والمثابرة.

الإجابة على السؤال المفتوح رقم (20):

الذي يتحدث عن كيف هي نسبة الإعلاميات في مراكز اتخاذ القرار الإعلامي وإلى ماذا يعود؟.

حيث صرحن بأن هناك العديد من النساء اللواتي يتواجدن في مراكز القرار الإعلامي وأنها نسب

معادلة بالنسبة لزميلها الإعلامي.

و هناك من المبحوثات قالت بأن نسبة الإعلاميات في مراكز اتخاذ القرار ضئيلة لأسباب مهنية

واجتماعية، منها الخبرة.

### خلاصة المحور الثاني

نستخلص مما ورد في المحور الثاني مكانة المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة

التلفزيونية، وأنهن يشعرن بالاستقرار من خلال المعاملة الحسنة من طرف الزملاء والحصول على

التكوين من أجل إكساب الخبرة والقيام بوظيفتها كقائمة بالاتصال على أكمل وجه واكتسابها

الخبرة. ورغم مواجهتهن عدة مشاكل وعراقيل مهنية واجتماعية، وصلت الكثيرات منهن مراكز

القرار الإعلامي.

## المحور الثالث: أهداف المرأة الإعلامية.

الجدول رقم(22): جدول بسيط يبين توزيع العيّنة حسب ما تسعى في الوصول إليه من خلال عملها.

النسبة المئوية%	التكرار	إلى ماذا تسعين الوصول إليه
64,70%	11	الأجر المادي
17,64%	3	الشهرة
17,64%	3	الجمهور
100%	17	المجموع

نلاحظ أن معدل (64,70%) من الصحفيات يعملن من أجل الأجر المادي، في حين نسبة (17,64%) يطمحن إلى الشهرة والسعي إلى إرضاء الجمهور، وأخريات لديهنّ أهداف أخرى منها البحث عن المصداقية وإثبات النفس.

من خلال النتيجة نفهم أن هدف الإعلامية الجزائرية في التلفزيون الجزائري هو الأجر المادي، وهذا أمر طبيعي، فليس من المعقول العمل بدون أجر وبعد الجمهور والشهرة وهذا لإرضاء وكسب الجمهور، وهذا من أجل حياة أفضل لأنها تحدياتي الخاصة، الشهرة والجمهور ليس من أهدافي هذا ما صرحت به إحداهن.

الجدول رقم(23): جدول بسيط يبين توزيع أفراد العينة حسب ما تقوم به من أجل تحسين صورتها.

النسبة المئوية%	التكرار	كيف تعملين على تحسين صورتك
25.92%	7	أطور مهنتي
40.74%	11	أوسع ثقافتي
33.33%	9	أطلع على تجارب الإعلاميين
100%	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الصحفية في التلفزيون الجزائري تعمل على تحسين صورتها من خلال توسيع ثقافتها بنسبة (40.74%) وتطلع على تجارب الإعلاميين الأجانب بنسبة (33.33%) وتحاول تطوير مهنتها بنسبة (25.92%).

تعمل الإعلامية الجزائرية على إظهار صورتها بكل الطرق مثل زميلاتها في الفضائيات العربية لأن مجال الإعلام والإعلام التلفزيوني خاصة يحتاج إلى الكثير من الجهد والصبر والتضحية.

الجدول رقم (24): جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة على حسب ما تفضل أن يعمل أبنائهم.

النسبة المئوية%	التكرار	يعمل إبنك
13.33%	2	الإعلام
66.66%	10	الصحة
20%	3	التعليم
100%	15	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الصحفيات يردن أبناءهن أن يعملوا في مجال الصحة بنسبة (66.66%) تليها اللواتي يردن أبناءهن العمل في التعليم (20%) والإعلام هو آخر ما يتمنين لأبنائهن العمل فيه بنسبة (13.33%).

معظم المبحوثات يردن لأبنائهن العمل في الصحة لأن هذا المجال لا يتطلب الكثير من الوقت ولا يوجد فيه القلق، وخوض تجارب أخرى وحبهن لهذا الميدان.

في حين اللواتي لا يتمنين لأبنائهن العمل في الإعلام يبررن ذلك بصعوبة العمل في هذا المجال، ولأنه مجال يأخذ جهدا كبيرا، ويتطلب الصبر والبحث الكثير خاصة في التلفزيون، لأن العمل في القطاع الصحي هو الأكثر تعباً وليس فيه وقت.

الجدول رقم (25): جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة علي حسب الإعلاميين الذين يرغبون في الاستفادة من تجربتهم.

هل تريدي الاستفادة من تجربة	التكرار	النسبة المئوية %
عرب	4	26,66%
أجانب	11	73,33%
المجموع	15	100%

سجلنا أن نسبة الصحفيات اللواتي يرغبون في الاستفادة من الصحافيين الأجانب أعلى حيث بلغت (73,33%) أما اللواتي ترغبون في الاستفادة من العرب بنسبة (26,66%).

الصحفيات الجزائريات العاملات في التلفزيون الجزائري يردن الاستفادة من تجارب الأجانب، وذلك لأن الصحافة أو الإعلام الغربي وصل إلى القمة، وأن الجانب الكيفي للعمل أفضل بكثير.



أما الاعلام العربي فمنمّق، يركز على المظهر والجمال فقط، الأمر الذي يتعارض ورغبة اللواتي يردن الاستفادة من تجارب العرب وذلك بهدف الوصول إلى التطور الهائل، الذي وصلت إليه الإعلاميات العربيات بغرض المنافسة.

الجدول رقم ( 26 ): جدول مركب يوضح العلاقة بين اللغات المتقنة من طرف الإعلامية ومن الإعلاميين الذين ترغبين في أن تستفيدي من تجربتهم.

أجانب		عرب		الإجابة اللغات
النسبة المؤويّة %	التكرار	النسبة المؤويّة %	التكرار	
29.72 %	11	50 %	4	العربية
29.72 %	11	50 %	4	الفرنسية
27.02 %	10	0 %	0	الإنجليزية
13.51 %	5	0 %	0	غير ذلك
100 %	37	100 %	8	المجموع

نلاحظ من خلال هذا أنّ نسبة الفئة التي تتقن اللغة العربية تعادل نسبة الفئة التي تتقن اللغة الفرنسية في رغبتهم من الاستفادة من الأجنبي بنسبة (29,72%)، لتأتي الرغبة في الاستفادة من العرب بنسبة (50%).

و تحتل المرتبة الثانية الفئة الثالثة التي تتقن الإنجليزية (27,02%)، وتأتي في المرتبة الأخيرة من يتقن اللغات الأخرى بنسبة (13,51%)، أما في الاستفادة من العرب فنسبة (0%).

نستنتج مما سبق أنّه توجد علاقة بين اللغات المتقنة والرغبة في الاستفادة من تجربة الإعلاميين خاصة الأجنبي، وهذا لإتقانهم اللغات الأجنبية التي تعد الأولى على مستوى العالم كالإنجليزية والفرنسية، والمستوى الذي وصلوا إليه من خلال ما نشاهده اليوم.

الجدول رقم (27): جدول بسيط يمثل توزيع أفراد العيّنة حول ما تحاولن تقديمه عن المرأة الجزائرية.

النسبة المؤوية%	التكرار	الصورة التي تحاولين تقديمها عن المرأة الجزائرية
53,33%	8	المفكرة
00%	00	الخجولة
46,66%	7	المتحدية
100%	15	المجموع

نلاحظ أنّ نسبة (53,33%) يحاولن تقديم صورة المفكرة الجزائرية ومنهنّ من تردن تقديم صورة المرأة الجزائرية المتحدية بنسبة (46,66%)، إضافة إلى الصورة التي قدّمتها حسب الاقتراحات أضفنا إلى ذلك صورة جد إيجابية عن المرأة الجزائرية منها، الطموحة، الناجحة، الصبورة، الذكية، المسؤولة والتميّزة في مناصب طالما اقتصرت على الرجال فقط.

نستنتج أنّ الصحففة الجزائرففة تحاول تقديم صورة عن المرأة الجزائرففة كمتحدفة، وذلك لأن مهنة الصحافة مهنة شاقة جدًا، وتحتاج إلى تحدففات خاصة في التلفزيون الجزائري، فرغم كل هذه المشاكل والصعوبات التي تواجهها في الصحافة، إلا أنّها تريد الخوض في كل مجال يشتغل فيه الرجال، كما أنّها تريد إظهار الصورة الجميلة للمرأة الجزائرففة التي ترفع التحدففات وتعمل للخروج من القوقعة الاجتماعية لكسب الاحترام.

### الإجابة على السؤال المفتوح رقم (29):

كيف تتظرين إلى مستقبل الإعلامفة الجزائرففة كقائمة بالاتصال؟.

فقد كانت إجابات أفراد العفنة واحدة مقرفة، وهي أنّ مستقبلها زاهر وناجح، يعد بالكثير، وبإمكانها الوصول إلى مراتب علفا، خاصة إذا شجعها مجتمعها الذي تعيش فيه، وأن يعترف بقدراتها خاصة مع صعود إعلامففات إلى البرلمان.

وأخرفات ترى أنّ مستقبل الصحففة الجزائرففة مازال طويلا، وتؤكد على تطهير الحقل الإعلامف، و إسناده إلى أهله وتطوير التلفزيون الجزائري وتكوين كوافر إعلامفة.

أما في الإجابة عن السؤال المفتوح رقم (30):

من خلال تضحياتك في مجال الصحافة هل تحاولين تغيير نظرة المجتمع والصورة السلبية عن عمل المرأة؟.

فقد كانت إجابات أفراد العيّنة كلها إيجابية تمثلت في أنها تتعب وتجد وتصبر وتحاول تقديم كل يوم صورة جيّدة عن المرأة ككل، حتى يتم تغيير صورة المجتمع السلبية لها، والقائلة بأنها كسرت الأعراف وخرجت عن العادات والتقاليد، لأن مستقبل الجزائر في النساء بصورة عامة كما قالت إحداهنّ، لأنهن يعملن أكثر وهنّ صارمات أكثر من الرجل.

أما في الإجابة على السؤال المفتوح رقم (31):

ماذا يعني لك التلفزيون الجزائري؟

فقد كانت إجابات كل إعلاميات التلفزيون الجزائري بأن التلفزيون الجزائري يعني لهن الكثير، وأنه مدرسة الخبرة، التجربة، العمل، التّحدي، الاستقرار، ومكسب رزق.

وهو محطة إعلامية كبرى من أحسن المدارس تعلّم الكثير منها ونرجو التّطور لصندوق العجب الجزائري لأنّه مجال عملي ورزقي ومحطة أحلامي، على حسب تصريحهنّ، أما إحدى الإعلاميات فقالت بأن التّلفزيون الجزائري بالنسبة لها حلم خائب.

### خلاصة المحور الثالث:

أما بالنسبة لهذا المحور الذي دار حول أهداف المرأة الإعلامية، فقد تبين لنا أنّها تعمل من أجل حياة أفضل وضمان مستقبل زاهر مليئ بالتّحدي والتّفكير، من أجل تغيير نظرة المجتمع الجزائري حول عمل المرأة، وتقديم صورة أفضل لها كقائمة بالاتصال، مستعدة في ذلك لخوض تجارب الإعلاميين العرب والأجانب من أجل تدعيم التلفزيون الجزائري بالخبرة والمصداقية، لأنّه حلم وسفينة مشوار كل واحدة منهنّ.

الفصل الأول: المرأة الإعلامية كقائم بالاتّصال.

تمهيد:

المبحث الأول: القائم بالاتّصال.

المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتّصال.

المطلب الثاني: نظريات القائم بالاتّصال.

المطلب الثالث: أنواع القائم بالاتّصال في التّلفزيون.

المبحث الثاني: المرأة الإعلامية والعمل الصّحفي.

المطلب الأول: نظريات العمل الصّحفي النسائي.

المطلب الثاني: تعدّد الآراء حول عمل المرأة الصحفية.

المطلب الثالث: أسباب تعدّد الآراء حول المرأة الإعلامية.

خلاصة الفصل.

**تمهيد:**

تعد دراسة القائم بالاتصال عنصرا فعالا ومؤثرا في عملية الاتصال الجماهيري، فهي من الدراسات الحديثة إذا ما قورنت بالدراسات التي تتناول العناصر الأخرى للعملية الاتصالية، حيث يميل بعض أساتذة وخبراء الاتصال إلى تعظيم الدور الذي يلعبه كل من القائم بالاتصال والوسيلة والجمهور، كعناصر ثلاثة تأتي في صدارة العناصر الستة التي تشكل عملية الاتصال الجماهيري. والأمر كذلك لا ينبغي تعظيم دور كل من هذه العناصر الثلاثة وإغفال الدور الذي تلعبه الرسالة والتأثير ورد الفعل. ولكن هذا الدور مرتبط بصفة أساسية بمدى كفاءة القائم بالاتصال والوسيلة وتفاعل الجمهور.

كان هذا محور فصلنا الأول الذي سنتطرق فيه إلى القائم بالاتصال وأنواعه في التلفزيون، وأهم نظرياته في هذا المجال، بالإضافة إلى الحديث عن المرأة الإعلامية التي تعددت حولها الآراء إزاء اقتحامها المجال الإعلامي.



المبحث الأول: القائم بالاتصال.

المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال.

هناك عدة تعاريف من بينها:

يرى الدكتور "محمد منير حجاب" أنّ المستقبل هو أهم حلقة في عملية الاتصال"، ويقول: "إذا لم يصل المصدر المستقبل بالرسالة يصبح وكأنه يتحدث بنفسه"<sup>1</sup>.

وتقول الدكتورة "عواطف عبد الرحمان" أنّ الفرد يشغل حجر زاوية العملية الاتصالية، فهو خالقها إنتاجا واستهلاكاً وإبداعاً، فالفرد بحكم موقعه في التنظيم الإجتماعي يشارك في إنتاج المضمون الاتصالي محدداً أهدافه وآلياته، مستوعباً أفاقه وتداعياته وأثاره المباشرة والبعيدة، قادراً على التدخل حيثما يشاء في تعديل مساراته بما يتفق مع مصالح وطموحات الفئة الاجتماعية، والجماعة البشرية التي ينتمي إليها وفقاً للسياق المجتمعي والتاريخي الذي يعيش في إطاره"<sup>2</sup>.

مما تقدم يمكننا أن نتطرق إلى تعريف القائم بالاتصال؛ فحسب التقرير الأممي لليونسكو عام 1981، أنّ القائم بالاتصال يتمثل في الذين ينتجون الأخبار؛ الصحفيون المرسلون، المحررون، والمذيعون باعتبارهم يشتغلون في مهنة الصحافة.

<sup>1</sup> عبد الله زطلة، القائم بالاتصال في الصحافة، الدار العالمية للنشر و التوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص 16.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 24.

أما المدرسة الفرنسية فتستخدم لفظ الوسيط بدلا من القائم بالاتصال، حيث ترى أن الباحث القائم بالاتصال له دلالة محايدة بين المصدر والجمهور، فهو الباحث عن المعلومات ثم صانع القرار واختيار مضمون الرسالة، ليتحول إلى قائم بالاتصال عند نشر الرسالة.<sup>1</sup> ويؤكد الدكتور إبراهيم إمام "لفظ الوسيط" في حديثه عن القائم بالاتصال الجماهيري حيث يقول: "أن مهمة هذا الأخير تمثيل الأمة بالمحافظة على مبادئها واحترام الضوابط الأخلاقية والاجتماعية ونشر معلومات صحفية".

كما عرفه أحد الكتاب الفرنسيين، وهو "فيليب جلارد" "f.Gulard" الصحفي "بأنه الشخص الذي يخصص الجزء الأكبر من نشاطه ووقته لمزاولة الأعمال الصحفية، وهو كذلك من يزاول في منشأة صحفية العمل الصحفي لقاء أجر بانتظام".<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: نظريات القائم بالاتصال:

تقصد بالنظريات تلك المفاهيم التي جاءت كنتاج واستنتاج لدراسات سابقة أقيمت على الصحفيين، وهذه النظريات مبنية على أسس منهجية وتجريبية، تأخرت في الظهور بسبب إهمال الباحثين. ومن بين تلك النظريات:

<sup>1</sup> عبد الله زطلة ، مرجع سبق ذكره، ص 25.

<sup>2</sup> المرجع نفسه ،ص 45.

نظرية حارس البوابة: يقصد بنظرية حارس البوابة، القائمون والمسئولون على الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكمون بمضمون الرسالة المنشورة، فتمر الرسالة الإعلامية بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي.<sup>1</sup>

لفهم النظرية التي تؤكد على الدور الجوهرى الذي يقوم به الصحفي، نفهم أولاً طريقة سريان الرسالة الإعلامية. فأكد أنها تمر بمراحل عديدة بحيث تنتقل من المصدر الى المحرر عبر المراسل، ثم بعد ذلك إلى رئيس التحرير الذي يقوم بتحديد الأولويات ومراقبة محتوى الرسالة قبل نشرها، إلى إن تصل إلى الجمهور.<sup>2</sup>

فحراس البوابات هم المراسل المحرر ورئيس التحرير، فحارس البوابة يقوم باختيار وصياغة الأخبار وفق محددات، من بينها سياسة المؤسسة والانتماءات والقناعات، وهذا ما أشار إليه "لوين" في فهم البوابة التي هي تلك المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات والاختيارات التي تصدر عن القائم بالاتصال. وبمعنى أوضح، هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها انتقال المعلومات، حيث يتمتعون بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقونها أمام الرسالة التي تأتي إليهم.

<sup>1</sup> فواز منصور الحكيم، «سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري»، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص 14.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، «نظريات الاتصال»، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2010، ص 268.

فحارس البوابة الذي يقول "نعم" أو "لا" على هذه الرسائل، يعني أنّ هاتين الإجابتين مبنيتان على أسس وخلفيات، قد تكون طبيعة الإنتماء الإجتماعي والمسؤولية أمام الجماهير، أو قد تكون مبنية على أسس إيديولوجية سياسية... الخ.<sup>1</sup>

فنظرية كهذه تؤثر من ناحيتين، من ناحية المادة التي تم نشرها، ومن ناحية المادة التي تم منعها، إن نظرية كهذه جميلة جدا، وفعالة جدا، ومؤثرة جدا إذا كان حارس البوابة على قدر المسؤولية، ويدرك أهمية المضمون الإعلامي، لتتوافق مع هوية الجمهور وتنسجم مع قيمه وثقافته. وهي في المقابل بعيدة جدا، وخطيرة جدا إذا استغل هذا وظيفته في تمرير أهوائه، أو تحقيق مصالحه، وتطويع البوابة لتنتسلل من خلالها الأجسام الغريبة والأفكار الرديئة.<sup>2</sup>

ومن هنا فإنّ الإعلامية الجزائرية كقائمة بالاتصال قد تكون على قدر المسؤولية، وتترك أهمية المضمون الإعلامي الذي يتوافق مع هوية الجمهور الجزائري، وقيمه وثقافته من أجل إثبات وجودها كحارسة بوابة.

<sup>1</sup> طارق سيد أحمد الخلفي ، معجم مصطلحات الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، الطبعة الأولى، 2008، ص 172.

<sup>2</sup> فواز منصور الحكيم ، مرجع سبق ذكره ، ص 141.

## المطلب الثالث: أنواع القائم بالاتصال في التلفزيون:

ندخل الآن إلى القائم بالاتصال والرسالة الإعلامية بالتلفزيون الجزائري، فلقد تعددت الأنواع الصحفية حسب الوسيلة وحسب المواضيع؛ إذ هناك صحافة مكتوبة تمثلها الجرائد والمجلات والنشريات... الخ، وهناك صحافة سمعية كالإذاعة، وأخرى مسموعة مرئية، والتي هي موضوع البحث. فالتلفزيون كما صنفه "مارشال ماكلوهان" الوسيلة الباردة التي تبذل الحواس".

1

وهنا نريد دراسة المرأة الإعلامية التي توجد في الصحافة التلفزيونية، وبالضبط في التلفزيون كوسيلة إعلامية يوجد بها عدة أنواع من القائمين بالاتصال، كل حسب مهامه. ومن بين ذلك نجد.

1. المراسل: وهو المكلف بالبحث عن المعلومات والأخبار، ثم إرسالها إلى المحطة الرئيسية عن طريق برقيات أو تحقيقات صحفية. إنَّ المفهوم اللغوي للمراسل: هو الاسم المشتق من المصدر الصريح المراسل، راسل، يراسل، الذي يقوم بإيصال الرسالة ونقلها من مصادرها إلى المحرر الذي يستقبلها ويعيد صياغتها وفق السياسة التحريرية للمؤسسة، ثم تقديمها للجماهير.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جيهان أحمد رشتي، الأسس العملية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية، بدون طبعة، 1978، ص 108.

<sup>2</sup> محمد عوض، المعجم الوسيط، ج 1، القاهرة، بدون طبعة، 1980، ص 899.

والوصل حسب القرآن الكريم هو توصيل الرسالة التنبؤية لقوله عز وجل: "ولقد وصلنا لهم

القرآن \*لعلهم يتذكرون" الآية 51 القصص.<sup>1</sup>

2. **قارئ النشرة:** ويسمى كذلك بالمذيع، وهو الشخص الذي يقوم بالمرحلة الأخيرة من العمل

الإخباري وإعداد الأخبار، حيث يقدم الأخبار على المباشر بجدية، وبلغة مفهومة،

والمظهر حيوي ومحترم ومقبول لدى الجماهير، وأن يكون قد شارك في تحرير هذه

الرسالة الإعلامية حتى يكون على دراية بما يقول تجنباً للخطأ في اللغة والإلقاء.

3. **المحرر:** وهو الذي يستلم ما يقدمه له المراسل، ويكون ذلك في قاعة التحرير، حيث يقوم

بصياغتها وتحريرها وفق الخط السياسي الذي يرسمه رئيس التحرير.

4. **مخرج النشرة:** وهو حسب "عاطف العبد" من ينفذ أوامر رئيس التحرير، حيث عندما

يصل إليه النص الإخباري الكامل، يحدد الأولويات مع رئيس التحرير، وهو الذي يتولى

تحويل الأخبار المحررة من طرف غرفة الأخبار إلى نشرة إخبارية بارزة.<sup>2</sup>

5. **المنتج الإخباري:** الذي يتعاون مع المخرج من أجل إعطاء النموذج النهائي للقصة

الإخبارية الجاهزة للإرسال والإبداع.

6. **المصور:** هو المسؤول عن الصورة والصوت، يكون قد تلقى تدريباً وتكويناً تقنياً، ويشترط

في هذه المهمة أن يكون مهندساً في الإعلام التلفزيوني ليتمكن من التعامل مع التقنيات،

<sup>1</sup> الآية 51، سورة القصص.

<sup>2</sup> محمد عوض، مرجع سبق ذكره، ص 129.

ويعتبر المصور من أهم العناصر التي يمكن أن تؤثر في الجمهور، وهذا باختيار

اللقطات والصور التي تجذب اهتمام الجمهور.<sup>1</sup>

7. المترجمون: هم كذلك يلعبون دورا مهما في ترجمة الأخبار الواردة من الوكالات العالمية

للأنباء، خاصة الترجمة الفورية على الهواء المباشر.<sup>2</sup>

كخلاصة لما سبق شرحة لأنواع القائم بالاتصال في التلفزيون، يجب الإشارة إلى أننا نود

دراسة المرأة الإعلامية أو الصحفية التي تعمل في التلفزيون الجزائري القائمة بالاتصال،

والمسؤولة على هذه الوسيلة.

**المبحث الثاني: المرأة الإعلامية والعمل الصحفي.**

**المطلب الأول: نظريات العمل الصحفي النسائي.**

<sup>1</sup> عبد الله زطلة ، مرجع سبق ذكره ،ص 129.

<sup>2</sup> محمد عوض، مرجع سبق ذكره ،ص130.

النظرية هي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور، وضعت في المحصلة النهائية من الدرس والتحليل في إطار نظري، وهي عمليا تحاول تفسير إجراءات العمل منهجه. وكما هو معروف فإنّ النظريات لم تتكون من فراغ، بل قامت على كم كبير من الافتراضات والتجارب، ثم قويت تدريجيا بإجراء تطبيقات ميدانية لإثبات صحتها. كما أنّ النظرية باعتبارها أداة فعل، تشرح للقائم بالاتصال ما تحدثه من تأثير في الجمهور. ومن هذه النظريات.

### 1. نظرية الحافز القائم بالاتصال: "وقد قدم هذه النظرية فرديل هيرزبرج

hergberg" عام 1959، وترى أنّ هناك نوعين من العوامل، تؤثر في الأداء المهني للقائمين بالاتصال. عوامل ذاتية، تتمثل في الانجاز العملي الشرفي الوظيفي، الاهتمام الشخصي لمهنة الصحافة، القدرة على تحمل المسؤولية، والإبداع في العمل. وعوامل خارجية تتمثل في سياسة المؤسسة وأسلوب الإدارة، الإمكانيات المتاحة في العمل، العلاقات مع الرؤساء، العلاقات مع الزملاء، الأمن الوظيفي، الظروف الاجتماعية، والحياة الشخصية<sup>1</sup>، وكلاهما مرتبط بالعمل.

<sup>1</sup> صابر حارس، عزة عبد العزيز، تراجع أداء الصحفيين و الصحفيات العرب (الأسباب، المظاهر، المخاطر)، العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2008، ص 99.



"وقد جاء بعد هيرزبرج " شيفر shover " عام 1978، وتابع البحث في نفس النظرية واختبر العوامل الذاتية والخارجية التي حددها في نظريته، ولعلّ الدراسة الحالية قد استفادت كثيرا من هذه النظرية في إلقاء الضوء على المعوقات المهنة التي تواجه الإعلاميات، وتؤثر على أدائهن الإعلامي. كما تزخر أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية بالعديد من المؤلفات والمراجع العلمية الخاصة بالنشأة والتطور والنوع. كما يتضمن البحث نماذج مناسبة تخص بحثنا هذا، فمثلا فيما يخص العوامل المجتمعية، فسوف تخضع في تفسيراتها لنظرية أخرى، هي نظرية الاتجاه النسائي، ويسمىها آخرون النظرية النسوية الموقفية.

2. نظرية الإتجاه النسائي: "feminisy stand point theory" وتعتبر دروثي سميث "dorthy smith" هي المؤسسة الأولى لهذا الاتجاه في علم الاجتماع، حيث ترى أن في العالم من حولنا أفراد يحتلون مكانه دونية بالنسبة للآخرين كالنساء والفقراء والسود وغيرهم، وركزت في دراستها على أسباب دونية المرأة في المجتمعات، وحاولت الجمع بين المايكروسوسيولوجي، والماكروسوسيولوجي، كما حاولت أن تدرس أسباب دونية المرأة في الحياة اليومية، وربطتها بقضية المرأة وعلاقتها بالرجل بصفة عامة.

وقد استخدمت "سميث" نفس الاتجاه الذي استخدمته جارفينكل، والذي حاولت من خلاله أن تخير عددا من المسلمات التي يؤمن بها الأفراد كحقائق عامة، ووجهت هذا الاتجاه لدراسة أسباب دونية المرأة قياسا بالرجل.

فرغم مساهمات المرأة المتعددة لخدمة أسرتها ومجتمعها، إلا أنها تكاد تكون محرومة من المشاركة في القرارات التي تمس حياتها ومستقبلها كمواطنة.<sup>1</sup>

وتوظف هذه النظرية في دراسة علاقة المرأة الصحفية بالرجل سواء كان زميلها أو رئيسها داخل المهنة أو كمصدر للمعلومات، كذلك تستخدم كشكل مباشر في تغيير فرضية تأثير العوامل الاجتماعية المتمثلة في الرجل كزوج وأخ وأب، وصانع قرار في البيئة الاجتماعية المحيطة بها على عملها في المجال الصحفي، وانعكاسات ذلك على فاعلية أدائها.

### المطلب الثاني: تعدد الآراء حول المرأة الإعلامية.

ترافق حضور الإناث المتزايد في الإعلام المرئي نظرا لتزايد محطات التلفزة الحكومية والخاصة، الأرضية والفضائية، مع بروز العديد من المواقف التي لا تخلو من التعميمات. و قد توزعت هذه الآراء إزاء هذه الظاهرة إلى عدة فئات:

<sup>1</sup> صابر حارس، عزة عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 99.

**الأولى:** رأت في تزايد ظهور المرأة في الإعلام المرئي علامات تطور وتحرر وحدائة متوقعة من الإعلاميات المرئييات، ومزيديا من المساهمة في تحسين صورة المرأة وفي إضفاء المزيد من التنوع في القيم الثقافية والإنسانية، وذلك من خلال التأسيس لصورة المرأة المحاوره الخارجية إلى العلن بكل ما لديها من مفاتن وأفكار وتعبيرات وانفعالات.

**الثانية:** رأت في الإعلامية المرئية إعادة إنتاج للنظام الحريم، لكن بأشكال جديدة وعصرية لا تخلو من الاستغلال<sup>1</sup>، وبالتالي تنظر هذه الفئة إلى الإعلاميات على أنهنّ ساذجات محدودات همهنّ استعراض أجسادهن لدرجة جعلت ربّات البيوت والأمهات يستأن من الأثر الذي قد تتركه هذه الأساليب على فتياتهنّ.

**الثالثة:** رأت في الإعلاميات بشكل عام عجزا عن إحداث التغيير المنشود على صعيد وضعية المرأة لكونهنّ جميعا يخضعن لنظام عمل المؤسسات الإعلامية بمحدداته الإجتماعية والقانونية والاقتصادية.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أسباب تعدد الآراء حول المرأة الإعلامية.

**أولا:** تعود المبالغة في ردود الفعل على تزايد حضور الإناث المرئي سواء كانت المغتبطة أو المنتعصة منها، إلى أن بروز المرأة في أي مجال يجعلها محط أنظار فكيف ببروزها في

<sup>1</sup> نهوند القادري، سعاد حرب، الإعلاميات و الإعلاميون في التلفزيون، المركز الثقافي العربي، بيروت، الطبعة الأولى، 2002، ص13.

<sup>2</sup> نهوند القادري، سعاد حرب، مرجع سبق ذكره، ص14.

الإعلام المرئي؟ لاسيما وأن المحطات دفعت بالفتيات إلى الواجهة، وجعلتهن مرئيات أكثر من الرجال ويشكل مبالغ فيه أحيانا، وذلك في سياق من ردود الفعل على تداعيات العولمة التي يرى فيها البعض اتجاها نحو التأنيث. فعلى سبيل المثال يشير "فوكوياما" إلى أن العصر القائم هو عصر القيادات النسائية". من منطلق أن موضوع المرأة والإعلام صار جدّابا للتفكير ولاتخاذ المواقف، لاعتبارات نوجزها في أمرين أساسيين:

1. ما يجري يوميا على مسرح الميديا ليس فقط تمثيلا للأحداث، وإنما أنماط حياة جديدة وسلوكيات وأزياء، فدعاة التجديد يراهنون عليها كوسائل ناقلة بامتياز لما هو جديد، ودعاة التقليد يخافون منها ويحذرون من خطرهما، والمحافظون يسعون من خلالها إلى الحفاظ على الأوضاع الراهنة، فجزء كبير من عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد تتم من خلال وسائل الإعلام كما يرى العديد من الباحثين.

2. تحول النساء خصوصا إلى رموز في مجال الهوية<sup>1</sup> ورؤى المجتمع.

**ثانيا:** يمكن التّوَع في أن الإعلاميات لسن كتلة واحدة متجانسة، بل محكومات بالاختلافات العائدة لظروف كل منهنّ وموقعهنّ، وانطلاقا من قناعتهنّ وآرائهنّ.

**ثالثا:** يدفع التسرع إلى أن بعض هذه الفئات لا ترى من جبل الجليد إلا الجزء الظاهر منه، مدفوعة بتصور منقوص عن التحولات الحاصلة على صعيد عمل المرأة وعمل الأجهزة

<sup>1</sup> نهوند القادري، سعاد حرب، مرجع سبق ذكره، ص ص 14، 15.

الإعلامية. إذ كثيرا ما تقود ثقافة الصورة الإعلامية إلى الواجهة، فتقدّمت بذلك ثقافة الشكل على المضمون، وكان من نتائج ذلك تزايد الطلب على الإعلاميات ذوات المواصفات الجمالية.<sup>1</sup>

### خلاصة الفصل:

كخلاصة لما تطرقنا إليه في هذا الفصل، فإنّ القائم بالاتصال هو حجر الزاوية الإعلامية خاصة في مجال السمعي البصري، ألا وهو التلفزيون كوسيلة إعلامية، تعددت فيها أنواع القائمين بالاتصال، كلّ حسب مهامه، والمرأة فيه كحارسة بوابة، تعدّدت النظريات والآراء حول عملها، وقد أثبتت وجودها وبروزها في المحطة الإعلامية حيث صارت محط أنظار الجميع.

---

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص16.



**تمهيد**

رسخت المرأة حضورها بشكل ملفت للانتباه في مختلف وسائل الإعلام السمعية و المكتوبة و المرئية، هذا ما يعكس ثقافتها وتفانيها في العمل وحبها للمهنة الإعلامية النبيلة، حيث شهد الحضور النسائي تزايد داخل المؤسسات الإعلامية وخاصة التلفزيون، مما جعل هته الأخيرة تتنافس في الكثير من الأحيان زملائها من الرجال، مظهرة براعة في العمل الإعلامي وهذا مايقودنا إلى الحديث عن نشأة التلفزيون الجزائري و نخرج فيه عن تاريخ تجربة المرأة في المهنة الصحفية منذ الاستقلال و العوائق التي تواجهها.

المبحث الأول: نشأة التلفزيون الجزائري.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن التلفزيون الجزائري.

1. التلفزيون الجزائري أثناء الاستعمار قبل 1962 :

عمل في ديسمبر سنة 1956 على تأسيس محطة تلفزيونية بالجزائر العاصمة ،تكون دعما للراديو في بث البرامج الفرنسية الكفيلة بانتزاع القيم الوطنية لدى الجزائريين و القضاء على الشخصية الوطنية فمحطة التلفزيون المقامة بالجزائر ماهي إلا محطة إرسال ،حيث كانت المواضيع التي يتم التطرق إليها تركز على ايجابيات المستعمر وذلك بإبراز مشاهده الثقافية و الواقع أن دخول التلفزيون إلى الجزائر لم يكن نتيجة لمتطلبات المعمرين وأطرافهم حيث عمل على تجهيل الجزائريين وحرمانهم من الحس الحضاري العريق ، وكيانه العربي الإسلامي ،ففي نطاق التلفزيون عمل المستعمر على تقديم برامج مليئة بمواقف تتلائم ومحافظة الأسرة لسلوكها وقيمها ، لكن رغم محاولة الاستعمار تجهيل الجزائريين إلا أنه قد استعملت الإذاعة عن طريق بعض المحطات العربية مثل : " إذاعة صوت العرب " من القاهرة كوسيلة لتوعية وتجنيد المجتمع الجزائري أثناء الثورة في مواجهة المؤسسة الاستعمارية والوسائل الإعلامية<sup>1</sup>

وانطلاقا من 9 نوفمبر 1967 عرف قطاع التلفزة الوطنية تغييرات هائلة حيث أعيد تنظيم المناهج الادارية وأدخلت أساليب جديدة في التسيير والشروع في تكوين متخصصين ومستخدمين وتوفير استثمارات هامة ،قادرة على تخفيض من عدة الفوارق المجهولة الموجودة بعد الاستقلال ،حيث في 9 جوان 1970 تم توحيد الشبكة الوطنية بربطها بالمراكز الثلاثة: الجزائر، وهران، قسنطينة، كما عمل على استخدام الأقمار الصناعية وتوصيل الصورة الى أبعد مكان حتى إلى الجنوب حتى يكون التلفزيون فعلا في خدمة الجماهير. حيث رافقت المنافسات التلفزيونية الكبرى عمليات واسعة لتوفير الأجهزة وجعلها في متناول المواطنين و لقد كان عدد أجهزة التلفزيون يتضاعف سنويا حيث وصل عام 1975 إلى 500000 جهاز . ثم ارتفع إلى أكثر من مليون جهاز عام 1984 وتشير

<sup>1</sup> عبد الرحمان عزي ، أثار التلفزة على الأطفال،مجلة بحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،دون سنة،ص ،30، 33.



الإحصائيات الحديثة إلى وجود ما يقارب 1859750 جهاز تلفزيوني أي بنسبة 85,63 % عام 1962.<sup>1</sup>

## 2. التلفزيون الجزائري بعد الاستقلال بعد 1962 :

ورثت إذاعة التلفزة و غداة الاستقلال هياكل قاعدية محدودة و متركزة حول المدن الكبرى كالجزائر، وهران، قسنطينة، إذ لقيت الجزائر عدة عراقيل وصعوبات في تسييرها ،لانعدام تجربتها في هذا الميدان ولقلة الإطارات المتخصصة وعلى هذا بقيت الجزائر مربوطة بالتبعية والعودة إلى تقنيين فرنسيين للمساهمة في التسيير التقني، و حتى إدارات محطات التلفزيونية .

وفي يوم 28 أكتوبر 1962 احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة والتلفزيون، وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم وتوقفت البرامج التي كانت تنقل من فرنسا إلى الجزائر.<sup>2</sup>

وكان الفرنسيون يعتقدون أن كل شيء سيتوقف بعدمهم لكن بعض الإطارات والعمال الجزائريين الذين كانوا يعملون هناك رفعوا التحدي فباشروا هؤلاء بالقسط القليل من التجربة التي اكتسبوها من عملهم إلى جانب الفرنسيين من أداء مهمتهم وتواصل البث دون تسجيل أي انقطاع ،وأصبح المذيع يعلن من الميكروفون وأمام الكاميرا هنا راديو وتلفزيون الجزائر " بدلا من " هنا راديو الجزائر<sup>3</sup>

## 3.تطور مؤسسة التلفزة الوطنية ENTV:

<sup>1</sup> عبد الحميد حفيوي ، التلفزيون الجزائري واقع و أفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب ،الجزائر ،دون طبعة ،1980،ص43.

<sup>2</sup> المرجع نفسه،ص43.

<sup>3</sup> زهير إحدادن ، تاريخ الإذاعة و التلفزيون، دون طبعة دون سنة ،ص108.

أن مؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني RTA سابقا كانت مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري أعيدت هيكلتها بموجب المرسوم 86-1461 المؤرخ في 01 جويلية 1986 لإعطاء تاريخ ميلاد مؤسسات عمومية حسب الاختصاص التالي :

-المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري (ENTV)

-المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية (ENRS)

-المؤسسة الوطنية للبث التلفزيوني (ENTD)

-المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (ENPA)

إن إعادة هيكلة قطاع التلفزة الجزائرية قد جاء ضمن اللائحة السياسية الإعلامية التي نوهت بالدور الفعال الذي يمكن أن يلعبه الإعلام بصفة عامة و التلفزة بصفة خاصة في بناء مجتمع عصري، كما أشادت لائحة إعادة الهيكلة بالأهمية الإعلامية و مكانتها المتميزة في التقدم .

و بموجب المرسوم 86-147 المؤرخ في 01 جويلية 1986، تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون ، وهي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري E.P.I.C لها شخصية معنوية استقلال مالي تحت وصاية وزارة الاتصال و الثقافة ، و تمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني ، مهمتها إعلام المشاهد و المساهمة في تربيته و الترفيه عنه بإنتاج برامج متنوعة ، إضافة إلى صيانة وتطوير وسائلها وأجهزتها التقنية وتسيير أرشيفها السمعي البصري و هكذا تواصلت مسيرة التلفزيون بالحرص على مواكبة التطورات السريعة و المتواصلة في مجال الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الخاصة بعالم الاتصال، ليبدأ مشوار جديد للتلفزيون وفق المرسوم 86-147 لسنة 1986 يتضمن إنشاء مؤسسة التلفزة الوطنية ، وقد جاءت في المادة الأولى مايلي : تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي و صبغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ،تسمى مؤسسة التلفزة الوطنية .

المادة 02: توضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام .

المادة 03: يكون مقر المؤسسة في مدينة الجزائر .

المادة 04: تولى المؤسسة الخدمة العمومية للبث التلفزيوني و تمارس احتكار البرامج التلفزيونية في كافة التراب الوطني<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: مديريات التلفزة الجزائرية .

تعتمد التلفزة الجزائرية في إدارة شؤونها على مجموعة من المديريات نستعرض أبرزها :

**1. مديرية المصالح التقنية :** تتمثل أبرز مهام هذه المديرية في بث برامج القناة الوطنية و القنوات الفضائية " قناة الجزائر " و " القناة الجزائرية الثالثة " إنجاز إنتاجات القنوات الثلاثة في الأستديو و خارجه، التسيير التقني لمجمل الوسائل التقنية للمؤسسة، التغطية التلفزيونية لكل حدث عبر التراب الوطني، الإمداد التقني لمختلف المديريات الجهوية للمؤسسة ، وأخيرا تبادل البرامج مع مختلف الإتحادات و الجمعيات الإذاعية العربية ، المؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية للبحر الأبيض المتوسط ، إتحاد الإذاعات و التلفزيونات الأوروبية.<sup>2</sup>

**2. مديرية التكوين و التأهيل :** يعد التكوين في التلفزة الجزائرية مهمة حيوية لإسناد و مرافقة جميع قطاعات النشاط و منها الأساس : القطاع التقني ، قطاع الأخبار ، قطاع الإنتاج.

وتمتلك التلفزة الجزائرية مراكز للتكوين و الإتقان مكلفا بضمان التكوين في الحرف السمعية البصرية ( تقنيون وأعوان البرامج ) تغيير الاختصاص و الرسكلة ، ملتقيات وأيام دراسية كما يلجأ إلى جميع الشركات و الأجانب الذين يبدون استعدادهم لتحسين الكفاءات المهنية على المستويات العليا .

<sup>1</sup> عبد الحميد حفيري، مرجع سبق ذكره، ص، ص55، 56.

<sup>2</sup> جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام و الإتصال، الوظائف، الهياكل و الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة 2010، ص132.

**3. مديرية الأرشيف و الوثائق :** تتمثل مهام مديرية الأرشيف و الوثائق الخاصة في جمع البرامج بعد بثها على مختلف القنوات المعالجة و التحليل الوثائقي و تأثير الصورة المتحركة ، و البحث الوثائقي و ترميم الأرشيف الفيلمي و الحفظ و تمويل مختلف القنوات بالبرامج ، وأخيرا إعداد المنتجات الوثائقية .

**4. التعاون و العلاقات العامة :** تساهم مديرية التعاون و العلاقات العامة في النشاطات الأساسية للمؤسسة ، لاسيما في ميدان رسمية التجربة الدولية في مختلف مجالات التلفزيون ، مع ضمان عقلنه و مردودية الآثار المالية المترتبة عن انضمام مؤسسة التلفزيون إلى المنظمات المهنية الدولية (إتحاد الإذاعات العربية ،إتحاد الإذاعات الأوروبية المؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية للبحر الأبيض المتوسط ،إتحاد الإذاعات و التلفزيونات الإفريقية، المركز المتوسطي الاتصال السمعي البصري ،إتحاد الإذاعات و التلفزيونات الإسلامية )<sup>1</sup>.

وتتوزع النشاطات الأساسية لمديرية التعاون والعلاقات العامة كما يلي:

**أ.التعاون المتعدد الأطراف :** ويتلخص في تسيير نشاط المؤسسة مع داخل العديد من اتحادات و جمعيات الإذاعات و التلفزيونات كعضو فيها .

**ب. التعاون الثنائي :** يتمثل في تسيير علاقات مؤسسة التلفزيون الوطنية مع شركائها على الصعيد الثنائي ، و خاصة إعداد و متابعة و تنفيذ اتفاقيات التعاون.

<sup>1</sup> جمال العيفة ،مرجع سبق ذكره،ص ص133، 134.

ج.العلاقات العامة : و تتمثل في الإطلاع بكل نشاطات التلفزيون الجزائري في مجال البروتوكول ( تنظيم المناسبات و الاتصالات بالخارج على المستوى الوطني و الدولي ، إقامة المهرجانات ...الخ).<sup>1</sup>

5.المديرية التجارية : تتمثل المديرية التجارية في تحقيق الأهداف التجارية للتلفزيون طبقا لقانونها الأساسي، كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري ، وتماشيا مع نصوص دفتر الشروط الواردة في المرسوم التنفيذي رقم 91-100 و رقم 91-101 المؤرخان في 20 أفريل 1991 تتمثل مهامها في مساهمة الخدمات و البيع ، والرعاية الدراسية و التنمية و الاستكشاف و الاستماع إلى الزبون ، وكذا تسيير الإشهار الجهوي .

6. مديرية الإدارة العامة : وهي مكلفة بتسيير الموارد البشرية و المالية للمؤسسة ، و من مهامها أيضا تموين مختلف هياكل المؤسسة بالمواد الأولية ، وقطع الغيار ووظائف أخرى ضرورية لإنتاج الصورة و الصوت وبثهما ، و هي مكلفة من جهة أخرى بتسيير العلاقات التعاقدية و تتطلع بكل خلاف مع شركاء التلفزيون كما تمثل قوة اقتراح و نصح في شأن مسائل ذات طابع تشريعي و تنظيمي ، و في مجال التنظيم و المناجمنت لمجمل المؤسسة .<sup>2</sup>

7. مديرية قناة الجزائر ( **CANAL ALGERIE**): أسست قناة الجزائر في 1994 لتكون أداة وصل بين الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج و بالتحديد في أوروبا كما تساهم في الحوار المتبادل بين الثقافات و الحضارات ،وهي قناة شمولية تابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون ، وتعرض حيزا من البرامج المتنوعة كمزج بين الإخبار و الثقافة و الترفيه و الرياضة .

<sup>1</sup> جمال العيفة ،مرجع سبق ذكره،ص134.

<sup>2</sup> المرجع نفسه،ص134.

5. مديرية الجزائرية الثالثة : إن قرار إنشاء فضائية جزائرية موجهة للعالم العربي يدخل ضمن إستراتيجية إعلامية تهدف إلى إبراز صورة الجزائر .

وقد انطلق الإرسال على القمر الصناعي عربسات ش 2 ش 3 منذ نوفمبر 1998 و كان على ظل إرسال ، بث القناة الأرضية وبناء على المقرر رقم 02/43 المؤرخ في 27-02-2000 المتضمن إنشاء مديرية مكلفة بمشروع القناة الفضائية المبنوثة عبر القمر الصناعي عربسات ، تشكل نواة بطاقم مصغر عكف على دراسة المشروع ،قدم دراسة كاملة حول مشروع القناة نوقشت خلال مجالس للمديرية ، أين تحددت ملامح القناة وضبطت الإمكانيات المادية و التقنية للانطلاق.<sup>1</sup>

وقد انطلقت القناة الجزائرية الثالثة في 05 جويلية 2001 كقناة قائمة بذاتها من حيث شبكتها البرمجية ومواعيدها الإخبارية و حصصها الثقافية و الفنية الخاصة بتلبيسها شاراتها ،هذا بعد ربط بين البث الأرضي و البث الفضائي الذي إنطلق منذ نوفمبر 1998 و عرف الكثير من النقائص سواء من ناحية البرمجة أو المحتوى ،كما إنطلق بث الجزائرية الثالثة في هذا الوقت بالذات لهدفين أساسيين أولا من أجل صورة واقعية عن مجمل التحولات التاريخية ، التي يعرفها المجتمع الجزائري بمختلف مكوناته و انشغالاته و استعادة الجزائر مكانتها كدولة محورية ومركز فعال جهويا، قاريا و دوليا في هذا الوقت .

الذي يتميز بالصراع حول الصور و بالانتشار الواسع للفضائيات العربية منها و غيرها في فضاء اتصال واسع.<sup>2</sup>

تمثل القناة الجزائرية الثالثة قناة حكومية تقدم برامج عامة بنكهة جزائرية باللغتين العربية و الفرنسية تجمع شعار القناة الفضائية الجزائرية الثالثة بين الحروف العربية و الأرقام اللاتينية في تصميم الشعار الخاص بالقناة حيث اعتمدت القناة في بثها على وتيرة 24/24 ساعة شبكة

<sup>1</sup> جمال العيفة ،مرجع سبق ذكره،135.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 136.

برامجية خاصة بها و ببرامج ثقافية و فنية تميز طابعها الفضائي ، يشار إليها باللون الأصفر على الشبكة إضافة إلى المواعيد الإخبارية اليومية و الأسبوعية التي تتميز بها القناة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: تنظيم التلفزيون الجزائري.

أما فيما يخص تنظيم و تسيير محطة التلفزيون الجزائري، جاءت ضمن قوانين أهمها:

تنص المادة 27 من المرسوم 86-147 المؤرخ في 01 جويلية 1986 أن ميزانية المؤسسة فيما يتعلق بالإيرادات و الموارد تشمل على ما يلي :

أ. يخص النفقات فتشمل ما يأتي :

المساعدات المادية التي تخصصها الدولة لسير المؤسسة و إنجاز مخططها الإنتاجي السنوي .

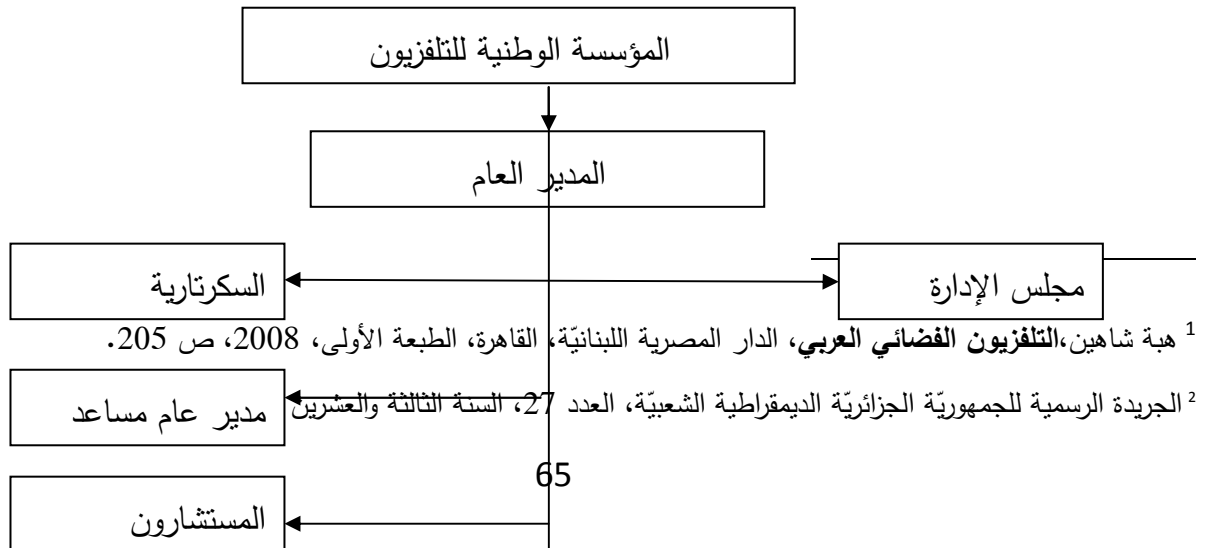
ب.الإيرادات المرتبطة بأعمال المؤسسة و جميع الموارد القانونية الأخرى .

ج. المساعدات الاستثنائية التي تخصصها الدولة للقيام بأعمال او تحقيق أهداف خاصة .

أ. نفقات التسيير و الصيانة.

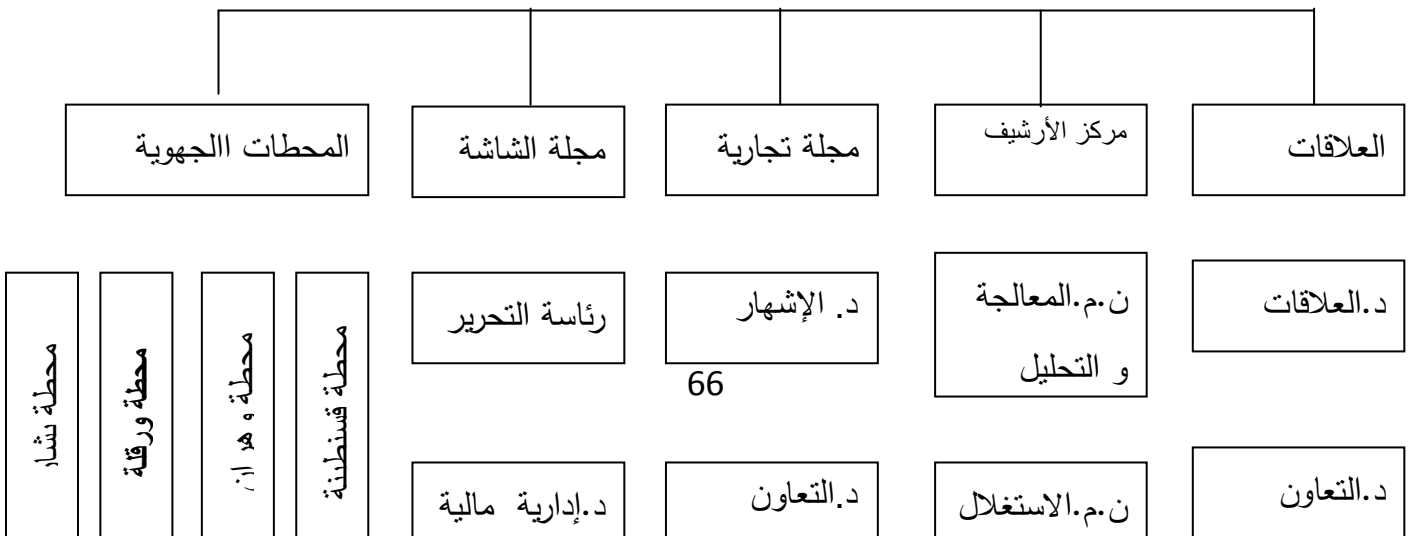
ب. نفقات التجهيز.<sup>2</sup>

### الهيكل التنظيمي للمؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV).



<sup>1</sup> هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008، ص 205.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 27، السنة الثالثة والعشرين





بعض البيانات عن التلفزيون الجزائري:

أما بالنسبة للإحصائيات العاملين بمؤسسة التلفزيون الجزائري فقد بلغ عدد الموظفين 2687 موظفا.

مقدموا نشرات الأخبار 17 مقدا.

محررون و رؤساء تحرير 293.

المحققون 21 محققا.

المخرجون 40 مخرجا.

المهندسون 143 مهندسا. المنشطون 12 منشطا.

تغطية بنسبة 98 بالمائة على مستوى كل القطر الجزائري.<sup>1</sup>

المبحث الثاني: المرأة الإعلامية الجزائرية.

المطلب الأول: وضع المرأة الجزائرية.

---

<sup>1</sup> جمال العيفة، مرجع سبق ذكره، ص ص 139، 140.

المرأة جزء من المجتمع الذي له رؤيته الخاصة بعمل المرأة بشكل عام ،لذلك فإنه مهما كان الموقع الذي تحتله المرأة وتباشر من خلاله عملا إنتاجيا سواء فكريا أو بدنيا، فإنها تلتقي في النهاية وتتقاطع مع جملة من القيود والعوائق الاجتماعية المرتبطة ببعض العادات والتقاليد ، التي تحد من عمل المرأة خاصة في المجال الإعلامي ، على عكس باقي الميادين مثل:المهن الطبية،القانونية ،المعلمة،والمعالجة النفسانية تعتبر كلها مهن في نظر المجتمع تتوافق و الأدوار النسائية " بإمكانهن العناية في نفس الوقت بشؤون البيت و الأولاد و الزوج ،كما يمكنهن ممارسة هته المهن دون عناء ومشاكل التنقل ،فهي عادة تتواجد في أماكن قارة (مستشفى،مكتب،مدرسة أو ثانوية...الخ) <sup>1</sup>، بينما المهنة الإعلامية ظلت لفترات طويلة مهنة رجالية ،لما تقتضيه من العمل لأوقات متأخرة من الليل ،التنقل الأماكن الحدث و المبيت خارج البيت ... وغيرها من مستوجبات العمل الإعلامي الذي لايفرق بين الرجل و المرأة إلا وفقا لعامل الأداء ، كل ذلك جعل الأسر الجزائرية تتبنى صورة ذهنية سلبية عن هذه المهنة فأحجمت عن توجيه و تشجيع بناتها لممارسة هذه المهنة خاصة قبل مرحلة التعددية .

و يعد حضور المرأة في القطاع الإعلامي حديث النشأة وتواجهها تحديات كثيرة حيث عرف قطاع الإعلام ضمن السياق العام لأوضاع المرأة الذي تم التطرق إليه من خلال الاقتحام المشهود في السنوات الأخيرة ، و بالتالي نفترض أن الحضور النسائي في باقي القطاعات يمد و يدعم حضورهن في العمل الإعلامي ،بل يكون أكثر كثافة في قطاع الإعلام أين توجد شعارات الحرية و الديمقراطية و المساواة.

### المطلب الثاني : دخول المرأة الجزائرية عالم الإعلام .

<sup>1</sup>Mahfoud Bennoune ,Les Algériennes ,victimes de la société , première édition :Alger :D'ahlob ,1999 ,p77 .

لعل دور الإعلام المسموع و المرئي و المكتوب في الجزائر كان له دورا مميزا في خريطة الإعلام ، وقد ارتبط عضويا بدور المرأة منذ البدء مسيرتها الإعلامية في الجزائر كانت سنة 1830 بداية دخول الصحافة إلى الجزائر جنبا إلى جنب مع دخول الاستعمار الفرنسي فواقع الإعلامية أنها لم تكن بعيدة عن الوضع الذي تعيشه زميلاتها الإعلاميات في البلدان وتصدر الإشارة الى ذكر أهم الإعلاميات المبدعات في الجزائر و هن " زهية بن عروس والمناضلة السياسية "خليدة تومي" اللتان استلمتا حقائب وزارية وخضن معترك الحياة ومشاكلها و بعد الاستقلال تميز دخول المرأة عالم الإعلام تطورا كبيرا ، ففي الستينات لم يكن عددهن أكبر لكن في الثمانينات بدأت تغزو هذا المجال وقد أنشأت وزارة خاصة بالإعلام و الثقافة .<sup>1</sup>

وتسمى وزارة الإعلام و الثقافة ،كما برزت في الصحافة المكتوبة "سليمة تلمساني" \* أما في الإعلام المرئي فبرزت نجومات إعلاميات أهمهن " خديجة بنقنة "،"فيروز" .

وبقي عدد من الإعلاميات اللواتي يتوزعن عبر مختلف المؤسسات الإعلامية ،الإذاعة و التلفزيون و الصحافة المكتوبة ،الحكومية و المستقلة، يعتبر في تزايد مستمر رغم الظروف الصعبة ،وعدم الاستقرار حيث كان للمرأة النصيب الأوفر من الحزن و التضحية خلال العشرية السوداء التي مرت بالجزائر ، إذا أصبح حضور المرأة في وسائل الإعلام المختلفة أمرا مفروضا يعكس بوضوح الدرجة العالية التي وصلت إليها و النجاحات التي حققتها في مختلف مجالات الحياة ،من خلال غزوها الجامعات و انتشارها كقوة ضاربة في مختلف مراحل التكوين من

<sup>1</sup> عواطف عبد الرحمان،"الصحفيات و الإعلاميات العربيات"،العربي للنشر و التوزيع،القاهرة،الطبعة الأولى،2008،ص88.

\* صحيفة بيومية الوطن الناطقة باللغة الفرنسية ،صحفية محترفة و محاوره جريئة في لقاءها مع سياسيين و مسؤولين في الدولة الجزائرية ،كرمت بالولايات المتحدة الأمريكية من طرف المؤسسة الدولية للنساء في مجال الإعلام international women's medias fondation تلقت إلى جانب ثلاثة صحفيات جائزة الشجاعة في الصحافة لسنة 2004.

الإبتدائي إلى الجامعي وقد أثبتت الدراسات في الجزائر رغم قلتها عن التواجد الكبير لنسبة العاملات في قطاع الإعلام ككل .

كما ساهم الانفتاح و التعددية الإعلامية في الجزائر في بداية التسعينيات يسمح بتوظيف واسع للشباب الحاصلين على الشهادات رجالا و نساء، ففي قطاع الدولة الذي يستحوذ على أكبر عدد من الصحفيين نظرا للاستقرار الذي تتمتع به في مجال السمعي البصري، التلفزيون الجزائري الذي يضم ثلاثة قنوات ،اثنان منها رقمية ،قناة الجزائر و الثالثة التي كانت موجهة للعالم العربي تبث على القمر الصناعي عربسات و تسمى القناة الثالثة A3 ،كانت مديرتها امرأة وقناة الثالثة موجهة للمهاجرين في أوروبا على القمر الصناعي هوت برد ناطقة بالفرنسية و تسمى القناة الجزائرية التي كانت مديرتها و نائبة رئيس تحريرها نساء ،<sup>1</sup> إذ سجل العنصر النسوي حضورا قويا.

فقد بلغت نسبة العنصر النسوي في الصحافة المكتوبة (العمومية و الخاصة معا) أكثر من 55 % أما في الإذاعة الوطنية حسب إحصائيات أجريت نسبة 2002 فقد بلغ عدد الصحفيات 194 من أصل 440 صحفيا أي ما يعادل 44.09 % و بخصوص مناصب المسؤولية في الإدارة فمن بين 158 منصبا في الإذاعة تحتل 32 منصبا ،وفيما يتعلق بعدد الإعلاميات بالتلفزيون الجزائري إلى تاريخ 18 فيفري 2007 حسب الإحصائيات التي تحصلت عليها من إدارة الموظفين بالتلفزة الوطنية ،فيقدر العدد الإجمالي للنساء العاملات بالتلفزيون الجزائري 930 امرأة ،و عدد الصحفيات تقدر ب 340 من مجموع 594 إعلامي، و منه تقدر نسبة الاعلاميات 57.24.<sup>2</sup>

أما فيما يتعلق بتواجد النساء في وكالة الأنباء فيقدر عددهن ب 90 صحفية مقابل 207 صحافي و هو ما يشكل 4،43% و فيما يخص المراسلات يعتبر عددهن قليلا نظرا للظروف العمل و

<sup>1</sup> فضة عباسي بصلي ،مقال مراحل تطور العمل الإعلامي بالجزائر و دور المرأة فيه ، علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة باجي مختار عنابة ، مجلة التواصل ،العدد 20 ديسمبر 2007، ص 35، 36.

<sup>2</sup> مرجع نفسه ،ص37.

نقص الاهتمام و الذهنيات السائدة بالمدن الداخلية عدا المدن الكبيرة مثل عنابه وهران و قسنطينة أين يكون تواجد النساء الصحفيات <sup>1</sup>.

و من خلال هذه النسب نرى أن حضور المرأة الإعلامية جيد مثل زميلاتها في الدول العربية و أنهن متفوقات على الرجال خاصة و أن المرأة الجزائرية أصبحت تقوم بكثرة اقتحام المجال الإعلامي.

### المطلب الثالث: معوقات المهنة الإعلامية لدى المرأة الجزائرية.

تعاني الإعلامية الجزائرية من عدة عراقيل تعيقها في مسيرتها الإعلامية تذكر منها:

1. الوسائل الإعلامية نفسها: ملكيتها، استراتيجيتها، إنتاجيتها، معاييرها في العمل و التوظيف و التعامل مع الإعلاميات، قدرتها على المنافسة نظرتها إلى الجمهور و تقديرها لمواصفاتها باختصار النسق الذي تعمل من خلاله هذه المؤسسات بالعلاقة مع الأنساق الأخرى و المجتمع.<sup>2</sup> فكما هو معلوم أن طرائق التمويل و التنظيم تتعكس بشكل أو بآخر على الإعلاميات و على الجمهور أي على العملية الاتصالية بأكملها.

و إن كانت هذه الوسائل تعمل ضمن نظام إعلامي عالمي تسيره إيديولوجيا رأسمالية، فهي كما وصفت وسائل ليس هدفها فقط تحقيق الربح و إنما عادة الإيديولوجيا السائدة.

هذا عدا من أنها تعمل في مجتمع تتحكم فيه طائفية سياسية في ظل منافسة مع الفضائيات العربية، فالمحطات في بداية بثها الفضائي استعانت بالرجال للسياسة و بالنساء للترفيه إلى حد الإغراء في طرق اللباس و الكلام و التعبير مشكلة بذلك نمطا إعلاميا أدى إلى اختزال الإعلاميات على اختلافهن بأولئك المرثيات و أثر على الفضائيات الأخرى و أدخلها في غالبتها

<sup>1</sup> <http://ALAKHARE.MAKTOOB.BLOG.COM>.

<sup>2</sup> نهوند القادري، سعاد حرب، مرجع سبق ذكره، ص172.

في منافسة مسطحة سميت بهزال الإنتاج المحلي ، غير أن هذا النمط سرعان ما راح ينحصر أمام اصطدام لعبة المنافسة و التطورات الحاصلة على صعيد تقنيات و ما نتج عنها من تجمعات إعلامية كبرى غدت تملئ معاييرها على صعيد الجمهور الذي غدا مع الفضاء المفتوح أكثر فأكثر، وعلى صعيد الإعلاميات العربيات اللواتي رحن يكتسبن الخبرات الإعلامية وأصبحن يحكين حاليا عن المنافسة.<sup>1</sup>

الإعلاميات المصريات و التونسيات و المغربيات و اللبانيات بحيث أن معايير الشكل وحدها لم تعد تكفي بخوض لعبة المنافسة وأصبح المطلوب مزيدا من الثقافة وإتقان اللغات وسعة الاطلاع.<sup>2</sup> كما نجد التمييز بين الذكور و الإناث في المجال الإعلامي ككل و الذي يظهر في عدم الإعتماد على المرأة في تغطية الموضوعات الصحفية المهمة و تركها للموضوعات الثانوية و التنشيط، التمييز في الترقية رغم الكفاءة و مدة الخدمة و الديبلومات المتساوية.<sup>3</sup>

**2.السياق الاجتماعي الثقافي الاقتصادي :** إن هذا السياق يحد بجزء كبير طبيعة العمل الإعلامي و يتدخل في عملية إنتاج الرسالة واستهلاكها على قاعدة اللعبة الضمنية بين منتج الرسالة و مستهلكها ، فالوسيلة أيا كانت تعمل على تفضيلات الجمهور لشد انتباهه ، كما يساهم هذا السياق في تشكيل الأدوار المرسومة من قبل المحطات الإعلامية انطلاقا من أن القائمين على هذه المحطات يستمدون ثقافتهم من المجتمع ، هذه الثقافة تؤثر بشكل أو بآخر على طريقة توظيف و تعاملهم و تعيينهم لمهمات.

كذلك يساهم السياق من خلال التطورات الحاصلة على مختلف الأصعدة (سوق العمل،التعليم،وسائل الإعلام...الخ) في تمهيد الطريق للخروج عن المنمطات السائدة بل أنه كثيرا

<sup>1</sup> نهوند القادري ،سعاد حرب ، مرجع سبق ذكره ،ص،173.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص ،173.

<sup>3</sup> عواطف عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره،ص49.

ما يضغط لإعادة ترتيبها من جديد ، وهذا السياق هو الذي يمكننا من فهم تلك الازدواجية السائدة على سعيد الجمهور و إنتظاراته ووقوعه في مأزق التطور الاتصالي على التطور الاجتماعي واستمتاعه برغبات متفاوتة لا تجوده بالضرورة ، فما يستتكره البعض يستمتع به البعض الآخر فعملية التلقي هي بدون شك خاضعة للشرط الاجتماعي ومحكومة بأمزجة مختلفة.<sup>1</sup>

رغم هذه المعوقات التي واجهتها الإعلامية عامة و الجزائرية خاصة ، لم تتخلى الإعلامية الجزائرية عن الساحة بل تحقق جدارة ماسعت إليه، فهي الطموح التي لا تعترف بالجدران و الحواجز ولا تقف عند حد معين ففي كل يوم طموح يولد من فجر جديد هدفها ومناها تغيير الصورة النمطية التي تبرزها وسائل الإعلام .

### خلاصة الفصل:

من خلال ما تعرضنا إليه في هذا الفصل يمكننا القول بأن التلفزيون يعد من أقوى الأجهزة الإعلامية ، إذ يعتمد في مخاطبته للجماهير على الصوت و الصورة و الحركة في أن واحد ، و لعبت المرأة الجزائرية دورا هاما فيه في إيصال الرسالة و تطوير المهنة الإعلامية .

<sup>1</sup> نهوند القادري ،سعاد حرب ، مرجع سبق ذكره ،ص،176.

فقد وثبتت الإعلاميات إلى كل المجالات ونافست الرجال حتى أصبحن الآن يمثلن صلب القيادات و صرن مديرات و منتجات و منشطات، إذ لم ينبع هذا الزحف النسائي من فراغ وإنما هو فهم الدور النسائي في الحياة الجزائرية عامة و الحياة الإعلامية خاصة.

- ق. الشؤون

- ن.م. الامن و  
الوقاية



# الفهرس

دعاء

كلمة شكر

إهداء

الفهرس

فهرس الجداول

ملخص الدراسة باللغة العربية

ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

ملخص الدراسة باللغة الانجليزية

مقدمة.....أ

## الإطار المنهجي

14.....الإشكالية

17.....تحديد المفاهيم والمصطلحات

20.....أسباب اختيار الموضوع

20.....أهمية الدراسة

21.....أهداف الدراسة

21.....الدراسات السابقة

27.....	منهج البحث
28.....	عينة البحث
30.....	مجالات البحث
31.....	تحديد أدوات جمع المعلومات
33.....	الخلفية النظرية
35.....	صعوبات الدراسة

## الإطار النظري

### الفصل الأول: المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال.

40.....	تمهيد
41.....	المبحث الأول: القائم بالاتصال.
41.....	المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال.
42.....	المطلب الثاني: نظريات القائم بالاتصال.
45.....	المطلب الثالث: أنواع القائم بالاتصال.
48.....	المبحث الثاني: المرأة الإعلامية والعمل الصحفي.
48.....	المطلب الأول: نظريات العمل الصحفي للمرأة.
51.....	المطلب الثاني: تعدد الآراء حول عمل المرأة الإعلامية.
52.....	المطلب الثالث: أسباب تعدد حول عمل المرأة الإعلامية.

54.....خلاصة الفصل

## الفصل الثاني: التلفزيون الجزائري والمرأة الإعلامية.

57.....تمهيد

58.....المبحث الأول: نشأة التلفزيون الجزائري

58.....المطلب الأول: لمحة تاريخية عن التلفزيون الجزائري

61.....المطلب الثاني: مديريات التلفزيون الجزائري

65.....المطلب الثالث: تنظيم التلفزيون الجزائري

68.....المبحث الثاني: المرأة الإعلامية الجزائرية

68.....المطلب الأول: وضع المرأة الجزائرية

69.....المطلب الثاني: دخول المرأة الجزائرية عالم الإعلام

71.....المطلب الثالث: معوقات المهنة الإعلامية لدى المرأة الجزائرية

74.....خلاصة الفصل

## الإطار التطبيقي

76.....تحليل جداول محور السمات العامة

85.....تحليل جداول المحور الأول الإعلامية والمهنة الصحفية

تحليل جداول المحور الثاني مكانة المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية.

90.....

تحليل جداول المحور الثالث أهداف المرأة الإعلامية. ....

107.....

نتائج الدراسة.....

119.....

توصيات.....

121.....

خاتمة.....

قائمة المراجع

الملاحق

## الإشكالية:

يعتبر الاتصال ضرورة في المجتمع، من خلاله يمكن نقل أساليب العمل والتفكير والعادات والتقاليد عبر الأجيال، فهو حاجة حيوية في المجتمعات التي بدورها لا يمكن أن تحيي اليوم ما لم يتم إعلامها على النحو الملائم، فالظاهرة الاتصالية المختلفة، ومن بين ذلك الدور الذي يؤديه القائم بالاتصال، فهذا الأخير تعددت فيه الأنواع خاصة في الميدان السمعي البصري، ومن بين ذلك المرأة الإعلامية. المرأة بصفة عامة لم تصل إلى شاشة التلفزيون إلا عبر دخولها ميادين العمل المختلفة، التي كانت حكراً على الرجل، فكان ينظر إليها على أن عملها الوحيد هو الاهتمام بشؤون البيت و تربية الأبناء، واليوم أصبحت طرفاً أساسياً في عملية التنمية الشاملة، فقد سعت الدول المعاصرة على سن قوانين وإعداد مخططات تعتمد على إشراك المرأة وإدماجها والإقرار بدورها في مجالات العمل المختلفة منها الإعلامي، فتنامي الاهتمام العلمي والسياسي العالمي بضرورة تشجيع المرأة وإتاحتها فرص العمل وترقيتها في مهنة المتاعب. \*

في هذا الميدان عملت في الصحافة المكتوبة خاصة منها الصحافة النسائية التي تهتم بقضايا المرأة والأسرة، ثم الإذاعة حيث شاركت بصوتها الذي يصل إلى المستمعين، ثم إلى التلفزيون وأصبح موضوع المرأة والإعلام "نصف المجتمع والسلطة الرابعة" موضوعاً مثيراً للجدل على كل المستويات

---

\* لقبت الصحافة بالعديد من الألقاب فسموها " مهنة المتاعب " و منحوا لها السلطة الرابعة و قالوا أنها فن من الفنون، ونوع من أنواع الموهبة و الهواية، أنظر كتاب: عبد العزيز سعيد الصويعي " فن صناعة الصحافة - ماضيه و حاضره و مستقبله ، طرابلس، المنشأة العامة للنشر و التوزيع و الإعلان، الطبعة الأولى، 1984، ص 18.

والأصعدة سواء كان ذلك على المستوى الاجتماعي، المهني، السياسي، أو الثقافي، وخصوصاً فيما يتعلق بصورة المرأة في وسائل الإعلام والأهم موقع المرأة داخل المؤسسات الإعلامية وقدرتها على التحرك والنشاط وإبراز مواهبها ومواقفها بغض النظر عن المرأة التي تشارك في الحياة العامة بعين الريبة والشك وتوجه إليها أصابع الاتهام باعتبارها خرجت عن طوع العادات والتقاليد وأرادت أن تكسر الأعراف، وموقع المرأة الإعلامية كعنصر تغيير في المجتمع يجعلها تقوم وبكل شجاعة وتضحيات جسامة و إيماناً بمهمتها النبيلة ورسالتها الإعلامية قبل كل شيء، وفي الجزائر أضحت الإعلاميات يمثلن نسبة لا يستهان بها في الفضاء الإعلامي الوطني الذي يعرف انتعاشاً ملموساً سنة بعد أخرى يعكسه حضور متميز، منافسة زميلها الرجل الإعلامي وتأسيساً على كل ما سبق فإننا نسعى من خلال هذا البحث معرفة الدور الذي تقوم به الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية، وهل نجحت في ذلك، وهذا بالإجابة على تساؤل الإشكالية الجوهرية الذي تمحور كالاتي:

### - ماهو واقع حضور المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية؟

وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا بوضع مجموعة من التساؤلات تمحورت رؤوس موضوعات على النحو الآتي:

1- إلى أي مدى استطاعت الإعلامية الجزائرية إثبات وجودها داخل المؤسسة التلفزيونية الإعلامية؟

2- لما يعود سبب غيابهن عن مراكز القرار الإعلامي أو مناصب المسؤولية؟

3- ما مدى تأثير المؤسسة في حياة المرأة الإعلامية؟

4- كيف تتلاءم المرأة كقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية؟

الفرضيات:

- 1- وصلت الإعلامية الجزائرية إلى درجة من التقدم من خلال ممارستها لمهنتها على أكمل وجه.
- 2- الظروف الاجتماعية والمهنية كانت حاجزاً أمام وصول المرأة الصحفية إلى مناصب المسؤولية.
- 3- الإعلامية الجزائرية تنافس الرجل الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية.
- 4- لازالت الإعلامية في حاجة إلى المزيد من التكوين والتدريب في مجال الإعلام وذلك للحصول على المادة الإعلامية بطريقة سهلة.

تحديد المفاهيم:

1. مفهوم الدور:

1.1. لغة: هو الحركة أي الفعل أو العمل، وكلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية Roulais التي

تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوباً، ومن جهة ثانية ما يستظهره ممثل المسرحية.

**2.1. اصطلاحاً:** يعرفه روشيلاف سبنلي (1962) A.A.Rocheslove Spenlé بأنه نموذج من التصرفات المتعلقة بموقع معين للفرد في مجموعة تفاعلية معينة، يمكن أن تطرأ على مستويات مختلفة عن الواقع الاجتماعي.

ويعرف R.Linion الدور بأنه يشكل نموذجاً معيارياً مؤلفاً من مجموع الأفعال التي تنتظرها الجماعة أو ينتظرها المجتمع من فرد معين تبعاً للموقع الذي يحتله.<sup>1</sup>

**3.1. الإجرائي:** هو الوظيفة والنشاط الذي تلعبه الإعلاميات كقائمت بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

## 2. مفهوم المرأة:

**1.2 لغة:** من الفعل مرأ، اسم من مرئ الطعام، وفي الجمع نساء ونسوة، وهي مؤنث الرجل.

**2.2. اصطلاحاً:** هي كيان إنساني مستقل، يتمتع بالقيمة الإنسانية كاملة أسوة بالرجل، ولها حقوق و عليها واجبات متساوية كما للرجل في جميع المجالات دون استثناء.

## 3. مفهوم الإعلام:

**1.3 لغة:** كلمة إعلام مشتقة من الفعل علم، أي خبر، وتقول العبرة "استعلمه الخير أي أعلمه إياه".<sup>2</sup>

- كلمة الإعلام مشتقة من العلم والتي تعني نقل الخبر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رولان دورون، فرانسوا زيوارو، موسوعة علم النفس، معجم المصطلحات، شرح المعاني، تر: فؤاد شاهين، عويدات للنشر و الطباعة، بيروت، المجلد الثالث، الطبعة الأولى، 2012، ص 964.

<sup>2</sup> نعيمة وأكد، مقدمة في علم الإعلام، دار النشر و التوزيع، دون طبعة، 2011، ص 23.



2.3. اصطلاحاً: هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة بهدف

معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة

- يرمز الإعلام في الصحافة إلى ما تبثه وسائل الاتصال من صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون،

أنترنت، من محتويات إخبارية، ثقافية، اجتماعية، دينية، ترفيهية، إلى قطاع واسع من المجتمع<sup>2</sup>.

3.3. المفهوم الإجرائي للمرأة الإعلامية: التي تعمل في التلفزيون، فعملها الأساسي هو تقديم

البرامج، ونقصد بذلك إعلاميات التلفزيون الجزائري.

4. مفهوم القائم بالاتصال: **communicateurs**

1.4. الاصطلاح: هو طرف من أطراف العملية الاتصالية، تكمن مهمته في توصيل الرسالة

الإعلامية الاتصالية إلى المستقبل.

2.4. الإجرائي: نقصد بالقائم بالاتصال، إعلاميات التلفزيون الجزائري<sup>3</sup>.

5. مفهوم التلفزيون:

1.5. اللغة: مكون من مقطعين **télé** ومعناه بعد، و **vision** معناه الرؤية، أي هو الرؤية عن بعد.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> زهير احدادن، مدخل لعلوم الإعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية و المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دون طبعة، 1990، ص 13.

<sup>2</sup> مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، دورية أكاديمية حضارية محكمة، دار، الجزائر، العدد الأول، المجلد الأول، 2012، ص 24.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر و التوزيع، دون طبعة، المجلد الخامس، 2003، ص 1827.

2.5. إصطلاحاً: télévision وسيلة نقل الصوت والصورة في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي،

وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة<sup>2</sup>.

3.5. إجرائياً: هو التلفزيون الجزائري الذي تعمل فيه الإعلاميات الجزائريات القائمت بالاتصال.

### أسباب اختيار الموضوع:

لم يأت اختيارنا لدراسة موضوع المرأة الجزائرية والمهنة الإعلامية بمحض الصدفة، بل كانت من

ورائه دوافع موضوعية وذاتية منها:

### الأسباب الذاتية:

1- الفضول العلمي وحب التطلع لواقع العمل الصحفي داخل مؤسسة التلفزيون.

2- تتعلق باهتمامنا الشخصي بموضوع المرأة الإعلامية، ومن هنا كانت لدينا الرغبة في البحث

والتعمق فيه، وكذلك الرغبة في تحديد وضع المرأة الحقيقي في الإعلام في ظل التغيرات الاقتصادية

والاجتماعية والسياسية.

3- معرفة مدى معرفة قدرتنا الحقيقية على إجراء دراسات نظرية وميدانية بعد خمس سنوات من

الدراسة، أمضيها طالبة في اختصاص علوم الإعلام والاتصال.

<sup>1</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار الأسامة للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 24.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006، ص 171.

الأسباب الذاتية:

- وتتعلق بقلة الدراسات الكيفية الخاصة بموضوع المرأة الإعلامية، وإن وجدت فهي في أغلبها دراسات كمية تمحورت حول العوامل والعراقيل التي تواجه المرأة الإعلامية في الحقل الإعلامي.
- كذلك علاقة الموضوع بطبيعة الدراسة، وفضولي في التعرف على الإعلاميات الجزائريات عن قرب.

2- أهمية الدراسة:

لا شك في أننا وجدنا أهمية كبيرة في اختيارنا لهذا الموضوع تكمن فيما يلي:

- 1- أهمية أكاديمية: وتتمثل في إثراء البحث العلمي بهذا النوع من الدراسات المتواضعة.
- 2-
- 3- أهمية إعلامية: تتمثل أهمية الموضوع الإعلامية فيما يلي:
  - أ- الأهمية الكبيرة التي تلعبها المرأة الإعلامية في التلفزيون.
  - ب- أهمية المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية.

أهداف الدراسة:

إنّ السبب الذي دفعنا إلى الخوض في هذا الموضوع، ومعرفة أبعاده، هو الأمل في الوصول إلى عدة أهداف أهمها:

- 1- الوقوف على الأدوار التي تشغلها الإعلامية الجزائرية داخل المؤسسة الإعلامية.

- 2- الوقوف على الأسباب التي تحول دون وصول الإعلامية الجزائرية إلى مناصب المسؤولية.
- 3- معرفة مدى قدرة الإعلامية الجزائرية على تغيير الصورة السلبية للمرأة العاملة ككل في اتخاذها للقرار.

### الدراسات السابقة:

من المهم جداً على أي باحث الإطلاع على البحوث التي سبقت موضوعه، لتجنّب الوقوع في التكرار، وفهم موضوعه جيداً، واختيار طرق منهجية أكثر ملاءمة لدراسته. لذلك حاولنا قدر الإمكان التوصل إلى دراسات سابقة أو مشابهة لهذه في هذا المجال قصد الدراسة والتّحقيق، بهدف اضاءة الجوانب التي لم تشر إليها هذه الدراسات. وعليه فقد أسفر هذا الجهد عمّا يلي:

### الدراسة الأولى:

- دراسة بعنوان: "سوسيولوجيا القائم بالإعلام في التلفزيون الجزائري"، دراسة ميدانية لقسم الأخبار، قدّمها بداني فؤاد، لنيل شهادة الماجستير سنة 2009. والتي قام من خلالها بدراسة القائم بالاتصال، أو رجل الإعلام، والأهم من ذلك دراسة الوضعية السوسيولوجية لهذا المرسل.
- وكانت إشكالية الدراسة قد اتّحدت بمجموعة من التساؤلات مشكّلة حدوداً للبحث هي:
- كيف تؤثر الخلفية الاجتماعية للصحافيين على أدائهم المهني؟ وماهي الضغوط التي يتعرّض لها هؤلاء؟ وكيف تؤثر في نفسيّتهم وشخصيّتهم أثناء أدائهم لمهنتهم؟

أما بالنسبة للفرضيات التي انطلق منها الباحث:

- باعتبار أن الإنسان اجتماعي بطبعه، تبعا لما أثبتته الدراسات السوسولوجية، يمكن القول أن الخلفية الاجتماعية للقائم بالإعلام تؤثر في الممارسة الإخبارية لديه، من حيث أنها تبدأ من عملية الانتقاء والاختيار حتى الإلقاء. فإذا كان من البديهي أن الفرد يتأثر بالمحيط الاجتماعي الجماعي، فالاعتقاد هو أنّ الصّحفي، أي القائم بالإعلام لديه ضغوطات اجتماعية تؤثر في الأداء المهني.
- كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي، ومن أجل جمع معلومات كمية وكيفية، اعتمدنا على تقنية المقابلة الحرة والملاحظة، بالمشاركة مع جمع من الصحفيين العاملين بقسم الأخبار في التلفزيون الجزائري.

- ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة مايلي:

- هي أن واقع الإعلام السمعي البصري في الجزائر مازال ملكا للدولة، تحت اسم الاعلام العمومي، بحيث يعاني الصحفي في التلفزيون الجزائري من الرقابة أثناء أداء المهنة الإخبارية.
- القائم بالاتصال يتأثر بمحيطه الاجتماعي، كما أن الضغوط الاجتماعية التي لديه تؤثر على أدائه المهني.

- حسب تصريحات المبحوثين، لا يؤثر التّخصص والتكوين الجامعي في الأداء المهني الإعلامي.

- يؤثر الجانب المادي على مستوى الأداء المهني والممارسة الإخبارية.

- كما أن هؤلاء الصحفيين لا يدركون مكانتهم الاجتماعية، ولا يهتمون بجمهورهم أو حاجات جمهورهم الحقيقية، بقدر ما يهتمون بالمسؤوليين لكسب رضاهم وطمعا في الترقّيات. إلى غير ذلك من أسباب الرقابة.<sup>1</sup>

### الدراسة الثانية:

- تميزت بكتاب بعنوان "الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون" من تأليف "تهوند القادري وسعد حرب" صدر عام 2002، بيروت، المركز الثقافي العربي.

وقد طرح مشكلة التّمايز بين الإعلاميين وحياتهم المهنية وطريقة توظيفهم والدّوافع الكامنة وراء اختيارهم لهذه المهنة، وعلاقتهم بالمسؤولين وزملائهم، وكذا توجّهاتهم الإعلامية بالتّعامل مع الحدث والمصدر والجمهور، كلّ هذا تمّت الإجابة عنه عن طريق توزيع استمارات على الإعلاميات والإعلاميين بالتلفزيون اللبناني، وإجراء دراسة على عيّنة منهم، فكان الخروج بمجموعة من النتائج من بينها: أنّ الوسائل الإعلامية هي من تصنع النّسق الذي تعمل فيه من خلال طريقة تمويل الرّسالة

<sup>1</sup> بداني فؤاد، سوسولوجيا القائم بالإعلام في التلفزيون الجزائري - دراسة ميدانية لقسم الأخبار - ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة مستغانم، 2010/2009.

المراد إيصالها للجمهور، و كذا النقابة التي لها دور في الدفاع عن حقوق الإعلاميين، وكذلك ضعف نسبة انخراط الإعلاميات في العمل النقابي.<sup>1</sup>

### الدراسة الثالثة:

- أما الدراسة الثالثة فهي من إعداد الباحث: "عبد العزيز بوصفط" تحت عنوان: "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 لسنة 2006/2005 بجامعة الجزائر.

تناول الباحث فيها مساهمة المرأة الصحفية -تحديدا- في الإعلام المكتوب؛ وتمحور البحث على السؤال التالي: ماهو واقع حضور وأداء المرأة الصحفية في الصحافة اليومية الجزائرية؟، فكانت هناك مجموعة من التساؤلات:

1. ماهو واقع حضور المرأة الصحفية بمؤسسات الصحف اليومية الجزائرية؟ وهل تحظى بسلطة القرار ضمن هذه المؤسسات؟

2. هل أنّ المرأة الصحفية قادرة على المنافسة والكتابة في كافة الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات؟

<sup>1</sup> نهوند القادري، سعاد حرب، الإعلاميات و الإعلاميون في التلفزيون ، بيروت، المركز الثقافي العربي، الطبعة الأولى، 2002.

3. اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأنواعه الميداني التحليلي، ومسح الرأى العام؛ المسح الميداني

لواقع حضور المرأة في المهنة الصحفية كقائمة بالاتصال، واستخدام أداة المقابلة، فكانت النتيجة:

- تزايد عدد النساء الصحفيات العاملات بالصحافة اليومية المكتوبة نظرا لعدة عوامل، منها تزايد عدد

اليوميات الوطنية التي تعتبر فضاءات جديدة، وممارسة المرأة الصحفية السلطة بالمواقع المتوسطة

للقرار الصحفي<sup>1</sup>.

### الدراسة الرابعة:

دراسة للباحث ناجي نهر الدين، موسومة بـ: صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية، "دراسة تحليلية،

تناولت صورة المرأة في قناة MBC1 نموذجا"، في الإعلام والاتصال تقدم بها الباحث ناجي نهر

الدين مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، وهي جزء

من متطلبات درجة الماجستير في الإعلام والاتصال، سنة 2008.

أما بالنسبة للمشكلة التي شغلت الباحث، هي أنّ مشكلة قضايا المرأة تبرز وتتجسّد بتصور الباحث

في مجالين أساسيين، الأول في تقديمها بوسائل الإعلام المختلفة ايجابيا، والثاني في استغلال

صورتها سلبيا. لقد اعتمد على دراسة حالة وتحليل المضمون، ومن النتائج المتوصل إليها:

- لاحظ الباحث أنّ نسبة كبيرة من برامج MBC1 الإخبارية والمنوعة الأخرى، تعمل على تحقيق

القيم الجمالية والفنية للمرأة، وتحظى بقبول المتلقي وتوفير المتعة، و لكن مع محدودية هذه البرامج

<sup>1</sup> عبد العزيز بوصفط، المرأة الصحفية في الجزائر - الحضور و الأداء -، دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف اليومية خلال

الفترة: 01/11 إلى 2005/02/25، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2005.



في الإعلانات، فهي لا تروق لبعض المتشدّدين الذين يستكرونها بإعتبارها تخالف تفسيراتهم و اجتهاداتهم وموروثهم الإيديولوجي<sup>1</sup>.

### الدّراسة الخامسة:

تناولت هذه الدراسة في طياتها: مقالا بعنوان مراحل تطور العمل الإعلامي بالجزائر، ودور المرأة فيه قدمتها: فضة عباسي بصلي، قسم علوم الإعلام والاتصال بالجزائر، جامعة باجي مختار، عنابة، سنة 2007، يهدف إلى إبراز المراحل التي من خلالها تطور العمل الصحفي للمرأة الجزائرية، مع ربط هذا الإدماج بمختلف مراحل تطور نظام الإعلام في الجزائر، ومن خلال هذا نستخلص أنّ اندماجها في هذا المجال ارتبط بأهم الأحداث والخصائص التي صاحبت مختلف مراحل تطور المجتمع، وأنّ بداية العمل الإعلامي لها لم يأخذ الطابع الرّسمي لغياب البناء المؤسّساتي في تلك الفترة، إلّا أنّه بعد استقلال الجزائر أخذ تواجهها بالمؤسّسات الإعلامية يعرف تزايداً على غرار المجالات الأخرى<sup>2</sup>.

### منهج البحث:

---

<sup>1</sup> ناجي نهر الدين، صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية، دراسة تحليلية لصورة المرأة في قناة MBC1 نموذجاً، رسالة ماجستير في الاعلام و الاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب و التربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2008.

<sup>2</sup> فضة عباسي بصلي، مراحل تطور العمل الإعلامي بالجزائر و دور المرأة فيه ، مقال في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، مجلة التواصل، عدد 20، ديسمبر 2007.

إذا كانت خطوة تحديد الفرضيات مسألة اختيارية، فإنّ خطوة تحديد المنهج تعدّ مسألة إجبارية، و أهم المؤشّرات للحكم على سلامة الخطة المنهجية للدراسة، لذا لا يمكن لأي باحث في مجال البحوث الاجتماعية، وخاصة علوم الإعلام والاتصال الاستغناء عن المنهج الذي يعتبر ركيزة أساسية في أي بحث أو دراسة.

لذلك على كل باحث أن يوظف منهاجا معينا يتماشى وطبيعة موضوعه، وقد عرفه رابح تركي: " يشير مفهوم المنهج إلى الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة المشكلة موضوع البحث، ويجب هذا المفهوم على الكلمة الاستفهامية كيف؟ أي كيف يدرس الباحث الموضوع الذي أمامه

و تختلف المناهج باختلاف مواضيع كل منهج ووظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه. وبحكم طبيعة موضوعنا المتمثل في دور الإعلامية الجزائرية كقائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية، تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث انتهجنا فيها منهج المسح الاجتماعي الذي ينصب عادة على بعض فئات المجتمع وليس بكامله، إذ أننا أخذنا عينة قصدية بين فئات مجتمع البحث وهنّ الإعلاميات العاملات في التلفزيون كنموذج.

إذ يعرف المسح الاجتماعي بأنه طريقة من طرق البحث الاجتماعي، يتم فيها تطبيق خطوات المنهج العلمي، تطبيقا عمليا على دراسة ظاهرة، أو مشكلة اجتماعية أو أوضاع اجتماعية معيّنة سائدة في منطقة جغرافية، بحيث نحصل على كافة المعلومات التي تصور مختلف جوانب الظاهرة المدروسة،

وبعد تصنيف وتحليل هذه البيانات يمكن الاستفادة منها في الأغراض العلمية<sup>1</sup>، ومن ثمّ يعود اختيارنا لهذا المنهج كونه الأنسب لطبيعة الموضوع المدروس.

### عينة البحث:

#### 1- مجتمع البحث:

يعد تحديد مجتمع البحث باعتباره مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً، والتي تركز عليها الملاحظات، خطوة أساسية من خطوات إعداد البحوث، فمجتمع البحث هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو بعبارة أخرى مجموعة وحدات البحث التي نريد الحصول على بيانات منها أو عنها<sup>2</sup>، وتضبط المجموعة المراد الوصول إليها، والتي تشكل هذا المجتمع. وفي هذا السّباق لابد من طرح سؤالين اثنين: "ماهي خصائص مجتمع البحث المستهدف؟ وماهي الفترة من حياة الأفراد المراد دراستها؟"<sup>3</sup>.

يمثل مجتمع البحث، الإعلاميات العاملات في قطاع الحافة المرئية أو التلفزيون على اختلاف مهنهنّ و مستواهن التعليمي.

#### 2- عينة البحث:

<sup>1</sup> غريب عبد السميع غريب، البحث العلمي الاجتماعي بين النظرية، كلية الآداب، جامعة حلوان مؤسسة شهاب الجامعية، مصر، 1998، ص 117.

<sup>2</sup> عمار بوحوش، محمود ذنبيات، مناهج البحث العلمي و طريقة إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة 2004، ص 34.

<sup>3</sup> -موريس أنجرس: ترجمة: بوزيد صحراوي و آخرون،، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية، الجزائر، دار القصة للنشر، دون طبعة، 2004، ص 99.

يقصد بوحدة العينة، الحالات الجزئية أو المفردات التي توفر لكل منها الخصائص التي حددها الباحث، أو هي: "مجموعة وحدات المعاينة التي تخضع لدراسة تحليلية أو ميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً متكافئاً مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه"<sup>1</sup>.

أو هي: "مجموع عدد الحالات المختارة للدراسة والبحث باعتبارها ممثلة للمجتمع الأصلي" و لقد تم اختيارنا على العينة غير الاحتمالية أو القصدية، لأننا قصدنا عناصر من البحث نراها مثالية في تمثيلها لمجتمع بحثنا العام، نظراً لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم. تتخذ هذه الطريقة عندما يريد الباحث دراسة مجتمع ما تم تحديده، ويقوم الباحث فيها باختيار العينة التي يرى أنها تحقق أغراض الدراسة، اختيار إجرائي على مسلمات ومعلومات كافية ودقيقة تمكنه من الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها<sup>2</sup>.

وبالتالي كانت عينتنا مكونة من 15 إعلامية في التلفزيون الجزائري فقط، لتعذر إجراء مقابلة مع فئة كبيرة مثل هذه، بسبب طبيعة عملهنّ، وعدم فراغهنّ، والتّحفظ بالمعلومات، فهذا أجريت المقابلة بالاستمارة مع 15 مفردة لكي نستطيع التّركيز معها، وأخذ أكبر قدر ممكن من المعلومات عن طريق استجوابهنّ، وفي نفس الوقت معرفة توجّهاتهنّ في الحياة من خلال الاختيارات التي وردت في استمارة المقابلة.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسلّي، *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال*، دار الفكر العربي، دون طبعة، القاهرة، 2003، ص 170.

<sup>2</sup> - وائل عبد الرحمن النل، عيسى محمد فحل، *البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية*، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007، ص 44.

## مجالات البحث:

### 1- المجال البشري:

ويتمثل في استجواب نساء عاملات في السلك الإعلامي، وبالخصوص في الإعلام التلفزيوني موزعين على القناة الأرضية، حيث استجوبنا 15 إعلامية.

### 2- المجال الزماني:

استغرق البحث الميداني، وبالأحرى دامت مدة استجواب المبحوثات ثلاثة أسابيع من: 2 ماي إلى غاية 20 ماي.

### 3- المجال المكاني:

لقد تمّ تحديد المجال المكاني للبحث بمقرّ التلفزيون الجزائري بالجزائر العاصمة، 21 شارع الشهداء، طريق حيدرة، بالقناة الأرضية.

### تحديد أدوات جمع البيانات:

إنّ الوصول إلى الحقائق والبيانات، يقتضي استعمال أدوات، يعرفها "محمد علي محمد" بأنها: "هي الأدوات المستخدمة في جميع البيانات التي يلجأ إليها الباحث لجمع الحقائق، والحصول على المعلومات التي يتطلبها موضوع الدراسة"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> محمد علي محمد، علم الاجتماع، المنهج العلمي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، الطبعة الثانية، 1981، ص 396.

ومن هذه الأدوات، الملاحظة البسيطة والمباشرة، إذ يعرفها أحمد بدر: "هي الملاحظة المنهجية المقصودة التي تثير الانتباه إلى الظواهر والوقائع لإدراك ما بينها من روابط وعلاقات، وهي تتميز بالدقة والوضوح والهدف<sup>1</sup>، وهي أهمّ الأدوات التي تستخدمها البحوث العلمية باعتبارها مصدرا للمعطيات التي يحصل عليها البحث في الميدان، والتي تخدم الدراسة في المرحلة الأولى، أي المرحلة الاستكشافية والاستطلاعية، وتعتمد هذه الأخيرة على حواس الباحث، وقدرته على ترجمة ملاحظاته إلى معاني ذات دلالات.

وقد تمت هذه التقنية في المرحلة الاستطلاعية للدراسة تمهيدا للعمل الميداني من خلال الملاحظات العادية للواقع الذي تعيشه الإعلامية داخل المؤسسة الإعلامية.

وقد استعملنا في دراستنا أداة الاستمارة بالمقابلة كأداة تدعيمية، إذ كانت هذه الأخيرة (الاستمارة) " وثيقة يكتب عليها مجموعة من الأسئلة"<sup>2</sup>.

إنّ المقابلة حسب بنرجهام: "محادثة حادة موجهة نحو هدف محدد"<sup>3</sup>. واستنادا إلى إشكالية بحثنا وهدفه، فالمقابلة المناسبة هي المقابلة الحرّة والمقتنة، كأن يبدأ الباحث سؤالا مقتنا للمبحوث، ثم ينتقل إلى أسئلة مفتوحة تتميز بغزارة البيانات.

<sup>1</sup> أحمد بدر، أصول البحث العلمي، دار المعرفة، مصر، دون طبعة، 1989، ص 109.

<sup>2</sup> جرجس ميشال جرس، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، دون طبعة، 2001، ص 115.

<sup>3</sup> جودت عزت عضوي، أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، و طرق إحصائية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص 110.

ومن خلال التّعرف على ما سبق، فإنّ الاستمارة بالمقابلة يعرفها موريس أنجرس بأنّها: "وجيز أسئلة يطرحها المستوجب الذي يقوم في نفس الوقت بتسجيل الإجابات المقدمة من طرف المستوجب"<sup>1</sup>، وهذا من أجل الحصول على إحصاءات حول حضور المرأة الإعلامية كقائمة بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية، ومعرفة الخبرة العلمية والعملية حول تجربة المرأة الإعلامية الجزائرية في التلفزيون عن طريق المقابلة.

### الخلفية النظرية:

حارس البوابة: يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، والأمريكي الجنسية "كيرت لوين" 1977، في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية، تعتبر دراسات لوين من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال، حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف، توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات لما يدخل وما يخرج.

وكما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما، إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس أهمية انتقال المعلومات.

<sup>1</sup> محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي، مكتبة نهضة الشرق، مصر، بدون طبعة، 1996، ص 50.

وقد أجريت في الخمسينيات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب العملية الأساسية "حراسة البوابة" بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح، وقد قامت تلك الدراسات بتحليل وظيفي لأساليب التحكم في غرفة الأخبار، والإدراك المتناقص لدور العاملين في الوسيلة الإعلامية، ومصادر أخبارهم والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار.

ومن الحقائق الأساسية التي أشار إليها "كبرت لوي": "أنّ هناك في كل حلقة يطول السلسلة فرد ما، يتمتع بالحق، أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية، أم سيزيد عليها أو يحذف منها، أو يلغيها تماما"<sup>1</sup>.

ومفهوم حراسة البوابة يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، حيث يصبح حارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمرّ من خلال بوابته، وكيف سيمرّ حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف. وقد أشار "لويين" إلى أنّ فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.

العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:

يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إلى أربعة عوامل أساسية هي:

---

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية و الثالثة، 2001، 2002، ص 176.



1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده: يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليده.

2- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال: تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا هاما مثل: النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية والتعليم، والانتماءات الفكرية والعقائدية، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

3- المعايير المهنية للقائم بالاتصال: يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه<sup>1</sup>.

4- معايير الجمهور: لاحظ الباحثان "شولمان" و "ايتل" أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح، حيث يؤثر الجمهور بتقبله الخبر على القائم بالاتصال ونوعية الأخبار التي يقدمها<sup>2</sup>.

**صعوبات البحث:**

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص 177، 178.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 179.

كعادته لا يخلو البحث العلمي الجاد من صعوبات تعترض طريق الباحث، تتعدد وتختلف باختلاف مجال البحث العلمي والموضوع المدروس، كما هو الحال بالنسبة لموضوع بحثنا هذا الذي واجهتنا فيه العديد من الصعوبات نوجزها فيما يلي:

- قلة المراجع أحيانا، وانعدامها أحيانا أخرى، التي تناولت موضوع المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في الجزائر.

- صعوبة إقناع بعض الإعلاميات في التجاوب معنا.

- غياب المادة العلمية الحديثة حول هذا الموضوع.

- صعوبة إيجاد وقت مع الإعلاميات، كونهنّ منشغلات بتواجدهن في مواقع الحدث، وإعداد الحصص والريبورتاجات والتصوير.

ورغم كل هذه الصعوبات إلا أن الباحث المجد لا يقف عندها طويلا، إذ سرعان ما يجد لها حلولا.

## مقدمة

لقد ساهمت التّطورات العلميّة والسياسية والتّقنيّة، والأحداث الهامة كالحربين العالميتين الأولى والثّانية في إبراز ما يسمي "قضية المرأة"، وجعلها في سلم أولويّات القضايا التي شغلت الأنظمة والشّعوب والمجتمعات، وعليه صار يوصف القرن العشرون بأنّه قرن المرأة، لتزايد الاهتمام الدّولي بأوضاعها.

نظرا للدّور الهام الذي صارت تلعبه المرأة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ففي أنحاء العالم يعمل 27 امرأة من كل 100 امرأة كمكوّنة بذلك ثلث القوة العاملة في العالم.<sup>1</sup>

ولعلّ اقتحامها مجال الإعلام كانت له أهميّة كبيرة في طرحه على أجندة الاهتمامات الأكاديميّة، من أجل الكشف عن قدراتها، وإمكانياتها في تنمية مجتمعا من خلال حضورها في مؤسّسات الإعلام التي تمثل سلطة رابعة ضمن النّظم الحديثة بعد السلطات الثلاثة: التّشريعيّة، التّنفيذيّة والقضائيّة، إذتراف حضورهنّ في الإعلام المرئي والمكتوب والمسموع نظرا لتزايد محطات التلفزيون الحكوميّة والخاصة، والمحطات الإذاعية المختلفة عبر أفطار الوطن وانتعاشه.

وقد انبثق عن سعة الفضاء الإعلامى وسرعته وقدرته على ترجمة مفهوم النّطور التّنموي في المجتمع الذي أصبح يقاس بالأرقام التي حقّقتها المرأة كإعلامية تقوم بواجبها وتؤدي رسالتها النبيلة.

---

عصام نور ، دور المرأة في تنمية المجتمع ، كليّة الآداب جامعة الزقازيق ، مؤسّسة شهاب الجامعة، مصر، دون طبعة، 2002، ص

ففي الجزائر عملت المرأة الجزائرية على إثبات وجودها إلى جانب الرجل كإعلامية ساهمت في نشر الوعي، ونقل الأحداث والمعلومات، متحلية بالصبر، محترمة أخلاقيات المهنة، متسلحة بالمعرفة والرغبة في تطوير نفسها وخدمة وطنها، فليس من الغريب -إذن- أن يحضى موضوع المرأة في وسائل الإعلام الجزائرية بالدراسة، خاصة في السنوات الأخيرة التي أبرزت وجوها تلفزيونية لامعة على الساحة الإعلامية الجزائرية.

ولذلك انصبّ انصب اهتمامنا في بحثنا هذا على دور المرأة الإعلامية القائمة بالإتصال في المؤسسة التلفزيونية الجزائرية.

وبناء على ذلك جعلنا مدار هذه المذكرة على النحو التالي:

**أولاً:**

**الإطار المنهجي:** حيث تعرضنا من خلاله لإشكالية البحث وجملة التساؤلات والفرضيات المبنية على ضوئها، كما تطرقنا إلى أهم المفاهيم والمصطلحات، وأسباب اختيار الموضوع ثم أهداف وأهمية الموضوع وأهم الدراسات السابقة، ثم منهج البحث، وعينة البحث ومجالات البحث، إضافة إلى تحديد أدوات جمع المعلومات والخلفية النظرية، وأخيراً أهم الصعوبات التي واجهتنا خلال إنجازه.

**ثانياً:**

**الإطار النظري:** أما الإطار النظري لموضوع بحثنا فقد تناولنا فيه فصلين، ولكل فصل مبحثين، ولكل مبحث ثلاثة مطالب، إذ تميّز الفصل الأول بالمرأة الإعلامية كقائم بالاتصال، حيث تحدثنا في المبحث الأول عن القائم بالاتصال، وفي مطالبه على مفهوم القائم بالاتصال، وأهم نظرياته وأنواع

القائم بالاتصال في التلفزيون، وتقرّد المبحث الثاني بالمرأة الإعلامية والعمل الصحفي ونظريّات العمل الصحفي للمرأة وتعدّد الآراء حول عمل المرأة الإعلامية ثمّ أسباب تعدّها.

ثمانتقلنا إلى الفصل الثاني المعنون ب: التلفزيون الجزائري والمرأة الإعلامية، وقد اشتمل على مبحثين، فتناولنا في المبحث الأول نشأة التلفزيون الجزائري، ومديريّاته وتنظيمه.

ثالثاً:

**الإطار التطبيقي:** وتناولنا فيه تحليل المحاور التّاليّة:

محور السّمات العامة: محور الإعلامية والمهنة الصحفيّة، ثم محور مكانة المرأة الإعلامية كقائم بالاتصال في المؤسسة التلفزيونية، ثمّ محور أهداف المرأة الإعلامية.

وفي الأخير تمّ التّوصل إلى الخلاصة العامة، والتّي هي نتيجة الدّراسة، ثم توصيّاات حول المرأة الإعلامية الجزائريّة، وانتهاء البحث بخاتمة.





## ملخص

من منطلق أنّ المرأة تمثّل نصف المجتمع، نستشّف الأهميّة الكبيرة لها في هذا الأخير، لأنّها تمثّل مخزوننا هائلاً لطاقة العمل الفكري والإعلامي إذ أصبحت باقتحامها مجال الاعلام والاتصال باعتباره السّلطة الرّابعة، خاصّة السّمي البصري(التلفزيون)، تتبوأ مكانة رفيعة في المجتمع، وتحديدًا في مهنتها هذه.

والملفت للإنتباه اليوم تأنيث الشّاشة التّلفزيونيّة الجزائريّة بعد ما كانت شاشة رجاليّة قبل سنوات، إذ أثبتت وجودها كقائمة بالاتّصال إلى جانب زميلها الصّحفي في حراسة البوابة رغم الصّعوبات والمشاكل التي تتلقاها في أقوى الأجهزة الإعلاميّة (التلفزيون)، حيث بلغت فيه مناصب المسؤوليّة، واستخدمت كلّ الطّرق الإيجابيّة لإرضاء الجمهور، لتتمكّن من كسر الطّابوهات، وتغيير النّظرة النّمطيّة التي تبرزها وسائل الإعلام التي لم ترق إلى الواقع والمنطق الذي وصلت إليه الإعلاميّة العربيّة.



## Résumé

Cette réflexion portant sur le thème de la participation et la contribution féminine dans le champ audiovisuel, de part l'importance et l'impact que peut avoir le génie de la femme dans sa projection sur la thématique audiovisuel que la femme dispose de toutes les facultés intellectuelles, scientifiques et cognitives de part son génie, son statut et sa culture.

La femme Algérienne donc, a participé dans le monde audiovisuel parce qu'elle a prouvé que toutes ces capacités qui ne sont pas comme avant un tabou.

Elle demeure un élément fondamental dans sa participation et sa contribution dans le développement durable, et satisfaire son public. Les médias ne sont pas à nos yeux le monopole des hommes.

## Summary

To concede that women as the half of the Algerian society implies that they represent an enormous stockpile in both intellectual work and media, especially in audiovisual where we notice today a screen feminization after it was for years ago.

Besides their presence women start to establish themselves with their fellow men journalists in guarding the gate, despite the hardship and accede to the highest work of responsibility by using positive ways to please their public and change stereotypes a logic which helped her to reach the other media.

## نتائج الدراسة

**1- مناقشة صحة الفرضية الأولى:** وصلت الإعلامية الجزائرية إلى درجة من التقدم من خلال ممارستها لمهنتها على أكمل وجه، تحققت هذه الفرضية، نسبيًا وذلك من خلال الإجابة على السؤال المفتوح رقم (4) في المحور الأول، حيث يوجد عدد لا بأس به من الإعلاميات: الصحفية والمنشئة و المحققة ورئيسة التحرير والصحفية المتخصصة في الاقتصاد، ومعرفتها لورقة الطريق، وهذا ما يعد بالكثير. وكذلك السؤال رقم (8) في المحور الثاني، إذ هناك عدد لا بأس به من الصحفيات العاملات في التلفزيون الجزائري، تحصّلن على ترقّيات، وهذا يعود إلي كونهنّ يعملنّ بكلّ جدّ ومثابرة، إضافة إلى الكثير من الصّبر.

**2- مناقشة صحة الفرضية الثانية:** لقد كانت الظروف الاجتماعية والمهنية حاجزا أمام وصول المرأة الصحفية إلى مناصب المسؤولية؟.

تحققت هذه الأخيرة، وذلك من خلال الإجابة على السؤال (4) في المحور الثاني، وهو أنّ الصّعوبات والعراقيل المهنية والاجتماعية تعيق أدائهنّ المهني إلا أنّهنّ يتخطّينه ويصلنّ إلى مراكز اتخاذ القرار الإعلامي، وهذا من خلال الإجابة على السؤال رقم (12) في المحور الثاني: إذ صرّحت مجموعة من المبحوثات، بتواجد عدد هائل من الصحفيات في مراكز القرار الإعلامي، والدليل على ذلك أنّ الكثير منهنّ خضعن لدورات تدريبية، وأقمن ندوات صحفية في الخارج، كما جاء في الإجابة على السؤال رقم (5) و (9) في المحور الأوّل.

**3- مناقشة صحة الفرضية الثالثة:** الإعلامية الجزائرية تنافس الرجل الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية؟.

تحققت هذه الفرضية من خلال السؤال رقم (7) في المحور الثالث، حيث أدلت أغلبية المبحوثات أنهن مناضلات في المؤسسة التلفزيونية، وكذلك في السؤال المفتوح رقم (9) في المحور الثالث، من خلال تضحياتهن في مجال الصحافة، سيحاولن تغيير نظرة المجتمع السلبية حول عمل المرأة، لأن مستقبل الجزائر في النساء بصورة عامة.

**4- مناقشة صحة الفرضية الرابعة:** لازالت الإعلامية في حاجة إلى المزيد من التكوين والتدريب في مجال الإعلام، وذلك للحصول على المادة الإعلامية بطريقة سهلة.

تحققت هذه الفرضية من خلال الجواب على السؤال رقم (2) في المحور الثالث، حيث أن أغلبية المبحوثات تسعى إلى توسيع ثقافتهن والاطلاع على تجارب الإعلاميين، وتطوير مهنتهن، لأنهن مبتدئات، وكذلك من خلال السؤال المفتوح الأخير من خلال: ماذا يعني لكالتلفزيون الجزائري؟ كلهن صرحن بأن التلفزيون الجزائري مدرسة ومحطة إعلامية كبرى، يتعلمن الكثير منها، والعمل فيه بجد ومثابرة وتحديًا، لاكتساب الخبرة، وفرصة البروز على الساحة الإعلامية.

## توصيات

- تعزيز دور النساء العاملات في الإعلام الجزائري، خاصة في التلفزيون، وذلك من خلال إستشارتهنّ في تخطيط وضع القرار فيما يتعلق بعملية البث.

- تدريب الإعلاميات الجزائريات على الإنتاج والإخراج والتحرير من أجل إنتاج مادة إعلامية هادفة تتبني قضايا المجتمع الجزائري.

-حث المؤسسات الإعلامية الجزائرية خاصة المؤسسة التلفزيونية على عدم تكريس التمييز بين المرأة الإعلامية والرجل الإعلامي، خاصة في الرواتب والمكافآت التي تنعكس سلبا على أداء المرأة في العمل الإعلامي.

-ضرورة فتح قسم إعلام للطالبات على الأيقتصر على تخريج كوادر إعلامية جديدة فقط، بل بنية تأهيل إعلاميات جزائريات من خلال فتح المجال لدراسات عليا، من أجل إبراز نجومات إعلاميات جزائريات على الساحة الإعلامية العربية والعالمية.

- فتح المجال أمامهنّ في التكوين والتدريب، ومنحهنّ فرصة حضورهنّ الندوات في الخارج من أجل توسيع القدرات المهنية وكسب الخبرة.

## الفصل الثاني: التلفزيون الجزائري والمرأة الإعلامية.

تمهيد:

المبحث الأول: نشأة التلفزيون الجزائري.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن التلفزيون الجزائري.

المطلب الثاني: مديريات التلفزيون الجزائري.

المبحث الثاني المرأة الإعلامية الجزائرية.

المطلب الأول: وضع المرأة الجزائرية.

المطلب الثاني: دخول المرأة الجزائرية عالم الإعلام.

المطلب الثالث: معوقات المهنة الإعلامية لدى المرأة الجزائرية.

خلاصة الفصل.

## فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول
01	جدول بسيط يبين توزيع العينة حسب السن.
02	جدول بسيط لأفراد العينة حسب الحالة الإجتماعية.
03	جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة حسب المستوي التعليمي.
04	جدول بسيط يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغات المتقنة.
05	جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة حسب المهنة داخل المؤسسة التلفزيونية
06	جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة حسب الخبرة
07	جدول بسيط لتوزيع العينة حسب اختيار المهنة.
08	جدول بسيط بين توزيع أفراد العينة حسب طريقة الحصول على العمل.
09	جدول بسيط يوضح توزيع أفراد العينة حسب موقف الأهل من اختيار المبحوثات للعمل الصحفي.
10	جدول بسيط يبين توزيع أفراد العينة علي أساس الشعور بالاستقرار داخل المؤسسة.
11	جدول بسيط لأفراد العينة في رضاها في ممارستها لعملها الصحفي.
12	جدول بسيط يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية الصعوبات و العراقيل التي تعيق أدائهن المهني.
13	جدول مركب يوضح العلاقة بين الحالة الإجتماعية والصعوبات والعراقيل التي تعيق أدائها المهني.
14	جدول بسيط الخاص بالسؤال عن ما إذ خضعت المبحوثات لدورات تدريبية.
15	جدول بسيط خاص بالسؤال القائل:كيف تجدين نفسك أمام التقنيات الحديثة.

جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة حسب موقف رئيس القسم من ملاحظتهن.	16
جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة حول حالة الترقية.	17
جدول مركب يوضح العلاقة بين الخبرة وهل حصلت على الترقية إلى حد الآن.	18
جدول مركب يوضح العلاقة بين الإعلامية الجزائرية والمشاركة في الخارج.	19
جدول مركب يوضح العلاقة بين الخبرة وتحمل مناصب المسؤولية،	20
جدول بسيط يبين توزيع أفراد العينة حسب كون الصحفية أنثى تتلقى صعوبات في كيفية التعامل مع مصادر المعلومة.	21
جدول بسيط يبين توزيع العينة حسب ما تسعى في الوصول إليه من خلال عملها.	22
جدول بسيط يبين توزيع أفراد العينة حسب ما تقوم به من أجل تحسين صورتها.	23
جدول بسيط لتوزيع أفراد العينة على حسب ما تفضل أن يعمل أبنائهن.	24
جدول بسيط خاص بتوزيع أفراد العينة على حسب الإعلاميين الذين يرغبون في الاستفادة منهم.	25
جدول مركب يوضح العلاقة بين اللغات المتقنة من طرف الإعلامية ومن الإعلاميين الذين ترغبون في الاستفادة من تجربتهم.	26
جدول بسيط خاص بتوزيع أفراد العينة حول ما تحاولين تقديمه عن المرأة الجزائرية.	27



## قائمة المصادر و المراجع:

### القران الكريم

1. الآية 51 سورة القصص.

### الموسوعات والمعاجم

2. طارق سيد أحمد الخليلي، معجم مصطلحات الاعلام، دار المعرفة الجامعية ،مصر، الطبعة الأولى، 2008.

3. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ج 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، دون طبعة، 2004.

4. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ج 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، دون طبعة، 2006.

5. محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد الخامس، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، دون طبعة، 2003.

6. عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، عمان، الطبعة الأولى، 2006.

7. رولان فرانسوا زيار وموسوعة علم النفس، معجم المصطلحات شرح المعاني، تر: فؤاد شاهين، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، المجلد الثالث، الطبعة الأولى، 2012.

### الكتب باللغة العربية:

8. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة، لا، 2003.

9. لا أحمد برد، أصول البحث العلمي، دار المعرفة، مصر، بدون طبعة، 1989.
10. جرس ميشال جرس، البحث العلمي: الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، دون طبعة، 2001.
11. جودت عزت عضوي، أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته والطرق الاحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007.
12. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، دون طبعة، 1978.
13. جمال العبفة، مؤسسات الاعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة، 2010.
14. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.
15. وائل عبد الرحمان النل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، دون سنة.
16. زهير أحمدان، مدخل لعلوم الاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية والمؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
17. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ا طبعة الثانية والثالثة، 2001، 2002.
18. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي، مكتبة نهضة الشرق، دون طبعة، 1996.

19. محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، دار الفجر لنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2010.
20. محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1981.
21. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة لنشر والتوزيع، الجزائر، دون طبعة، 2004.
22. نهوند القادري، سعاد حرب، الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون، المركز الثقافي العربي، بيروت، الطبعة الأولى، 2002.
23. نسيمة ربيعة جعفري، الدليل المنهجي لطالب في إعداد البحث العلمي، المذكرة، الرسالة الأطروحة، كل التخصصات، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، دون سنة.
24. نعيمة واكد، مقدمة في علم الإعلام، دار النشر والتوزيع، دون طبعة، 2011.
25. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، دون سنة.
26. سامية محمد جابر، البحث العلمي الاجتماعي: "العينة، مداخله، مناهجه، طرائقه"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دون طبعة، 2008.
27. عبد الله زطلة، القائم بالإتصال في الصحافة، الدار العالمية لنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
28. عبد العزيز سعيد الصويغي، فن صناعة الصحافة: ماضيه وحاضره ومستقبله، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، الطبعة الأولى، 1984.

29. عبد الحميد حفيري، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري،  
دون طبعة، 1980.

30. عواطف عبد الرّحمان، الصحفيات والإعلاميات العربيات، العربي للنشر والتّوزيع،  
القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.

31. عمار بوحوش، محمود، ذنبيات، مناهج البحث العلمي وطريقة إعداد البحوث، ديوان  
المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2002.

32. عصام نور، دور المرأة في تنمية المجتمع، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، مؤسسة  
شباب الجامعة، مصر، دون طبعة، 2002.

33. فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتّوزيع،  
الأردن، الطبعة الأولى، 2011.

34. صابر حارص، عزت عبد العزيز، تراجع أداء الصحّفيين والعرب: "الأسباب والمظاهر  
والمخاطر"، العربي للنشر والتّوزيع، الطبعة الأولى، 2008.

35. غريب عبد السّميع غريب، البحث العلمي الاجتماعي بين النظرية والإمبيريّة، كلية  
الآداب، جامعة حلوان، مؤسسة شهاب الجامعة، مصر، دون طبعة، 1998.

### الرسائل الجامعية:

36. بداني فؤاد، سوسيولوجيا القائم بالإعلام في التلفزيون الجزائري: دراسة ميدانية بقسم  
الأخبار، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتّصال، مستغانم، 2009.

37. ناجي نهر النهر، صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية لصورة المرأة  
في قناة mbc1 نموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتّصال، مقدمة إلى مجلس كلية  
الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك.

38. بد العزيز بوصفط، المرأة الصحفية في الجزائر، الحضور والأداء: دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف اليومية، خلال الفترة 01/11 إلى 02/25 2005، رسالة ماجستير في علم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005.

#### المجلات:

39. مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، دورية أكاديمية حضارية محكمة، دار الرسم، الجزائر، العدد الأول، المجلد الأول، 2012.

40. عزي عبد الرحمان، مجلة الدراسات الإعلامية، القيمة المعاصرة.

41. عبد الرحمان عزي، آثار التلفزة على الأطفال، مجلة بحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة، دون سنة.

42. فضة عباسي بصلي، مراحل التطور الإعلامي بالجزائر، دور المرأة فيه، مقال في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، مجلة التواصل، عدد 20.

#### الجرائد:

جريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 27، السنة الثالثة والعشرون، 2 جويلية 1986.

#### الكتب باللغة الفرنسية:

Mahfoud Benmoune ,Les Algeriennes ,Vitimes de la sosieté première édition :Alger D'ahlab,1999 .

#### المواقع الإلكترونية:

RTTP:// alakhare .moktoob.blog .com.

## خاتمة

من خلال الدراسة التي قمنا بها حول موضوع: دور المرأة الإعلامية القائم بالإنترنت في المؤسسة التلفزيونية « التلفزيون الجزائري نموذجاً »

والتي كانت إشكاليته: ما هو واقع حضور المرأة الإعلامية القائم بالإنترنت في المؤسسة التلفزيونية؟ نستنتج مما سبق أنّ المرأة الإعلامية ظلّت في الجزائر تتأصل من أجل تحقيق ما تصبو إليه من خلال تواجدها في مواقع العمل الصحفي، وقد دخلت مجال الصحافة بكلّ قوّة وشجاعة وإرادة وتقلّدت مناصب عالية داخل المؤسسة، واستطاعت أن تبرز نفسها لا على أساس النوع الاجتماعي فحسب، وإنما على أساس العمل بالجدّ والمثابرة، لأنّ الصحافة مهنة تتطلّب المقدرة على الصّبر، والجرأة في الإنجاز، فهي رسالة تعمل على توظيف المعرفة، وبالتالي قد تتجح المرأة في هذا، وتتفوّق على الرّجل. لذلك فإنّنا سننتقل إلى مساهمات أكبر للمرأة الجزائرية في المجال الإعلامي مستقبلاً، بمزيد من الاقتحام و بأكثر فاعليّة، خاصّة في ظلّ ما سيتاح من فرص بعد فتح المجال السّمي البصري. و أخيراً لما تحدّد عملنا في دور المرأة الإعلامية القائم بالإنترنت في المؤسسة التلفزيونية "التلفزيون الجزائري نموذجاً"، فإنّنا نوّد لفت الانتباه إلى وجوب الاهتمام بالمرأة كقائمة بالإنترنت في وسائل الإعلام بشكل عام، وفي التلفزيون بشكل خاص، وحضورها في صياغة الرسالة الإعلامية التلفزيونية، لأنّنا نتصوّر أنّه برغم جهودنا المضيئة لإنجاز هذا الموضوع، إلّا أنّنا لم نستطع أن نثري كافة جوانبه.