

جامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: الإعلام والاتصال

صورة المرأة الجزائرية في البرامج النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة

دراسة وصفية تحليلية على عينة من برنامج " للنساء فقط " بقناة

beur tv

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر ل.م.د في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبتين: إشراف الأستاذة:

د.هاجر ميرزة

- أسماء جعوي

- مريم غلي

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

1- د. بوسعدية مسعود

مشرفا ومقررا

2- د. ميرزة هاجر

مناقشا

3- د. بوفينزة بلال

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



أهدي تخرجي إلى النور الذي أنار دري
والسراج الذي لا ينطفئ نوره أبدا والذي العزيز
وإلى من أخص الله اجنه تحت قدميها
وعمرتني بالحب والحنان والدي العزيزة
إلى إخوتي وأخواتي
أدامكم الله سندا لي

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله".

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نشكر الله تعالى الذي أعاننا بالقدرة على قطع مسيرتنا فله الحمد والمنة، نحمده ونشكره.

ولا ننسى أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة "هاجر ميرزة" التي شرحت لنا صدرها فكانت نعم الموجه وخير المرشد، ولم تبخل علينا بالنصائح والإرشادات.

ولكل الأساتذة الذين بفضلهم بعد الله تعالى وصلنا إلى هذه المحطة، لهم منا جزيل الشكر والاحترام.

شكراً جزيلاً.

خطة الدراسة:

مقدمة

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف وأهمية الدراسة
- 5- منهج الدراسة وأدواته
- 6- مجتمع وعينة الدراسة
- 7- حدود الدراسة
- 8- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 9- الدراسات السابقة

الفصل الأول: واقع المرأة في المجتمع الجزائري

أولاً: السياسات العمومية بشأن تمكين المرأة في الجزائر

ثانياً: المرأة الجزائرية والتعليم

ثالثاً: المرأة الجزائرية والعمل

رابعاً: دور المرأة الجزائرية في تنمية المجتمع

خامسا: نظرة المجتمع الجزائري للمرأة

سادسا: التحديات التي تواجه المرأة في المجتمع الجزائري

الفصل الثاني: صورة المرأة في الإعلام الجزائري

أولا: إيجابيات وسلبيات تناول المرأة في الإعلام

ثانيا: المرأة والإعلام في الجزائر

ثالثا: حقيقة صورة المرأة في وسائل الإعلام الجزائرية

رابعا: المنظومة القانونية في الجزائر وصورة المرأة في وسائل الإعلام

خامسا: دور الإعلاميين الجزائريين في تعزيز الحضور الإيجابي للمرأة الجزائرية

سادسا: حلول لتقديم صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية

الفصل الثالث: الفضائيات الخاصة والبرامج النسائية في الجزائر

أولا: الفضائيات الجزائرية الخاصة

1- نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة

2- أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

3- واقع وتحديات الفضائيات الجزائرية الخاصة

ثانيا: البرامج التلفزيونية النسائية

1- ماهية البرامج النسائية

2- دور البرامج التلفزيونية النسائية

3- حقيقة البرامج النسائية والصورة التي تنقلها عن المرأة

ثالثا: موقف المجتمع الجزائري من صورة المرأة في البرامج النسائية

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أولا: بطاقة فنية خاصة بقناة beur tv

ثانيا: بطاقة فنية خاصة ببرنامح "للنساء فقط"

ثالثا: التحليل الكمي والكيفي لاستمارة تحليل مضمون برنامح "للنساء فقط"

رابعا: نتائج الدراسة

خاتمة

ملخص الدراسة

فهرس الجداول

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
19	مفردات العينة محل الدراسة	01
44	تطور نسبة مشاركة الفتيات حسب المستوى التعليمي لسنوات دراسية مختارة	02
89	معلومات عامة حول البرنامج محل الدراسة	03
90	تكرارات المدة الزمنية المخصصة لعرض الموضوع ونسبتها المئوية	04
90	تكرارات اللغة المستخدمة بالثانية ونسبتها المئوية	05
91	تكرارات أنواع العناوين ونسبتها المئوية	06
92	النسب المئوية لتكرارات استخدام الصورة في برنامج "للنساء فقط"	07
92	تكرارات لقطات الكاميرا في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	08
93	تكرارات الديكور المعتمد في البرنامج ونسبته المئوية	09
94	تكرارات طبيعة اللباس المعتمد في البرنامج ونسبته المئوية	10
94	تكرارات نوعية الموسيقى المعتمدة في البرنامج ونسبتها المئوية	11
102	تكرارات القضايا المثارة في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	12
103	تكرارات الشخصيات الفاعلة في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	13
103	تكرارات الجمهور المستهدف في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	14
104	التكرارات الخاصة بالهدف من برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	15
104	تكرارات فئة الإتجاه ونسبتها المئوية	16

105	تكرارات فئة الموقف ونسبتها المئوية	17
105	تكرارات القيم الإيجابية المتضمنة في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	18
106	تكرارات القيم السلبية المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	19
107	تكرارات الأساليب الإقناعية المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية	20

مقدمة

مقدمة:

عرفت الجزائر ما يعرف بالقطاع الخاص أي القنوات التلفزيونية الخاصة، والتي أصبحت في ظرف وجيز منافسا شرسا للقطاع العمومي، حيث عرفت باستقلالها التام ولم تبق حبيسة القطاع العمومي وما تمليه عليه أجندته الخاصة، وعليه فقد تعددت مضامينها وتنوعت. وساهمت في الكشف عن العديد من الحقائق والمعلومات التي كانت تُعتبر من الطابوهات في الجزائر، وذلك من خلال معالجتها لمثل هذه القضايا والتطرق إليها دون حواجز أو قيود، بشكل متنوع وجديد لم تكن تعرفه القنوات الحكومية.

ومن بين هذه المواضيع التي أصبحت متداولة بفضل القنوات الخاصة نجد قضايا المرأة، حيث آمنت الفضائيات الخاصة بالمرأة الجزائرية، وبإمكانياتها وأفكارها وانشغالاتها، وارتأت وجوب التطرق إلى قضاياها وإعطاءها فرصة للظهور وإسماع صوتها وطرح قضاياها واهتماماتها وحتى مشاكلها وانشغالاتها.

فلا تكاد تخلو قناة تلفزيونية خاصة من برنامج نسائي يدافع عن قضايا المرأة، ويحاول إبراز دورها ومكانتها في المجتمع، على اعتبار أن المرأة جزء لا يتجزأ من المجتمع فهي نصفه وإن لم نقل كله، انطلاقا من وظائفها وأدوارها وأيضا فضلها وبصمتها في أسرتها ومجتمعها وكذا وطنها، حيث أصبحنا نشاهد الآن عبر هذه القنوات الخاصة المرأة الجزائرية العاملة والحرفية والمناضلة والمتعلمة والمرية والمعيلة وأيضا المرأة المعنفة والمحرومة والمضطهدة والمطلقة والمغتصبة! فبالرغم من المكانة المرموقة التي آلت إليها المرأة الجزائرية والدور البارز والفعال لها في المجتمع، إلا أنها مازالت تعاني الكثير فما زالت تتعرض للضرب والعنف بكل أشكاله وللإغتصاب وحتى القتل، من قبل زوجها أو أحد أفراد عائلتها أو المجتمع عموما.

فعلى الرغم من المحاولات العديدة للإعلام وهذه القنوات والبرامج التي تعنى بقضايا المرأة في تقديم صورة إيجابية ومشرفة عن المرأة الجزائرية ورد الاعتبار لها ودعمها ومساندتها في استرجاع وضمان كافة حقوقها المشروعة والدفاع عن نفسها، إلا أنّ هذه المهمة تبدو صعبة وشبه مستحيلة وهذا راجع إلى نظرة بعض أفراد هذا المجتمع للمرأة والتي تتسم بالدونية والسلبية.

فاللوم هنا ليس على وسائل الإعلام وحدها، والتي لا طالما اتهمت بتشويه صورة المرأة ونقل صورة سلبية عنها، وتشجيعها على التحرر والتسلط، الانفتاح بل اللوم يقع على ذهنيات أفراد المجتمع في حد ذاتهم.

وهو ما دفعنا إلى إجراء هذه الدراسة بهدف معرفة الصورة التي تنقلها البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة عن المرأة الجزائرية، وان كانت تساهم فعلا في نقل واقعها والدفاع عن حقوقها أو تساهم في نقل تلك الصورة النمطية والسلبية عنها.

وقد اعتمدنا في ذلك على عدة فصول موزعة كالاتي:

البداية كانت بالإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة وهي خطوة جد مهمة لإنجاز أي دراسة علمية، حيث تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، وأهداف وأهمية الدراسة، المنهج المتبع في الدراسة وأدواته، مجتمع وعينة البحث وأيضا حدود الدراسة، تحديد المفاهيم والمصطلحات وأخيرا الدراسات السابقة.

أما فيما يخص الجانب النظري فقد اعتمدنا على خطة من ثلاثة فصول:

الفصل الأول بعنوان: واقع المرأة في المجتمع الجزائري تناولنا فيه ستة عناصر أو محاور أساسية وهي:

السياسات العمومية بشأن تمكين المرأة في الجزائر، المرأة الجزائرية والتعليم، المرأة الجزائرية والعمل، دور المرأة الجزائرية في تنمية المجتمع، نظرة المجتمع الجزائري للمرأة وكأخر عنصر تطرقنا إلى التحديات التي تواجه المرأة في المجتمع الجزائري.

الفصل الثاني بعنوان: صورة المرأة في الإعلام الجزائري هو الآخر تضمن ستة عناصر فرعية وهي على الترتيب:

إيجابيات وسلبيات تناول المرأة في الإعلام، المرأة والإعلام في الجزائر، حقيقة صورة المرأة في وسائل الإعلام الجزائرية، المنظومة القانونية في الجزائر وصورة المرأة في وسائل الإعلام، وكذا دور الإعلاميين الجزائريين في تعزيز الحضور الإيجابي للمرأة الجزائرية وفي الأخير حاولنا تقديم بعض الحلول الواجب العمل بها لتقديم صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية.

أما الفصل الثالث فقد جاء تحت عنوان الفضائيات الخاصة والبرامج النسائية في الجزائر تطرقنا فيه أولا إلى الفضائيات الجزائرية الخاصة (النشأة، أسباب ودوافع ظهورها، وواقع وتحديات هذه القنوات الخاصة) ثم إلى البرامج التلفزيونية النسائية في الجزائر (ماهية هذه البرامج، الدور الذي تقدمه، وحقيقة الصورة التي تنقلها هذه البرامج عن المرأة).

وأخر عنصر في هذا الفصل وفي الجزء النظري ككل خصصناه إلى موقف المجتمع الجزائري من صورة المرأة في البرامج النسائية وفي وسائل الإعلام عموما.

وكخطوة أخيرة في إنجاز أي عمل أو دراسة علمية لا بد من القيام بالجانب التطبيقي للدراسة للوصول إلى نتائج علمية صحيحة ودقيقة حيث قمنا بتحليل الكمي والكيفي لبرنامج "للنساء فقط" الذي يبث على قناة beaur tv توصلنا من خلال هذا التحليل إلى استخلاص النتائج العامة للدراسة، لتكون آخر مرحلة هي خاتمة هذه الدراسة

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة:

1- إشكالية الدراسة

2- تساؤلات الدراسة

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهداف وأهمية الدراسة

5- منهج الدراسة وأدواته

6- مجتمع وعينة الدراسة

7- حدود الدراسة

8- تحديد المفاهيم والمصطلحات

9- الدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة :

تعد قضية المرأة من أبرز القضايا في المجتمع، والتي تلقى اهتماما كبيرا من قبل وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها السمعية والبصرية أو المقروءة، فقضية المرأة جزء لا يتجزأ من المجتمع ككل، بحيث أنها قضية إنسانية واجتماعية وتنموية بالمعنى الحقيقي، وهذا لما تحظى به المرأة من مكانة هامة. غير أنه لم يكن من السهل الحظي بهذه المكانة، فكثيرا ما نسمع عن منظمات وجمعيات تطالب بحقوق المرأة، وكثيرة هي المؤتمرات والمنظمات العالمية التي عاجلت قضاياها، كيف لا ومازالت المرأة تتعرض في كل ربوع العالم لكل أنواع الظلم والاضطهاد والعنف، حتى في الدول الغربية التي تدّعي الديمقراطية وتدعو إلى المساواة واحترام حقوق الإنسان.

من جانب آخر، فبالرغم من أن الدين الإسلامي عزز مكانة المرأة وبين لها كافة حقوقها المشروعة، كما حثّ على ضرورة احترامها والرفق بها، إلا أن معاناة المرأة العربية أكبر بكثير فهي تعيش في مجتمع تحكمه العادات والتقاليد، يجب على المرأة فيه أن تسكت عن حقها بحجة الحياء والحشمة وخوفا من العار والفضيحة. وهو ما جعلنا نسمع يوميا عن مئات حالات الطلاق وجرائم القتل والتحرش الجنسي والاغتصاب والعنف بكل أشكاله في العالم العربي بما فيها الجزائر، هذه الأخيرة التي سجلت أرقام مرعبة تجاوزت 7061 حالة عنف ضد المرأة خلال الأشهر التسعة من سنة 2018 (رزاق، 2018) حسب ما ذكرت وكالة الأنباء الجزائرية، و70 ألف حالة طلاق في أقل من سنة من بينها 19% كحالات خلع (سماتي، 2019) و80% من نساء الجزائر تعرضنا للتحرش الجنسي و50% من النساء العاملات تعرضن للتحرش (رزاق، 2018) في حين بلغ عدد النساء العاملات في الجزائر مليونان و275 ألف عاملة (م، 2016).

لكن رغم كل ما تم الإشارة إليه من ظلم ومعاناة تتعرض له المرأة إلى يومنا هذا، إلا أنّها في نضال مستمر من أجل إبراز ذاتها ودورها الفعال والايجابي في المجتمع، محاولة بذلك رفض التمييز النوعي بينها وبين شريكها الرجل، وإلغاء الصورة السلبية والتقليدية عنها والدفاع عن حقوقها وحرّياتها. وكنتيجة لكل ما سبق ذكره برز في المجتمع ثلاثة اتجاهات مختلفة حول الدور اللازم للمرأة،

فالاتجاه الأول "اتجاه محافظ" يرى بأن المرأة كائن ضعيف تنحصر مهمتها في أداء دور الزوجة والأم، أما الاتجاه الثاني فيعترف أصحابه بحق المرأة في التعليم والعمل بما يتلاءم مع طبيعتها الفيزيولوجية كالتدريس والتمريض بعيدا عن العمل السياسي، في حين أنّ الاتجاه الثالث وهو الاتجاه المتحرر والمتفتح، فيساوي بين حقوق وواجبات الرجل والمرأة في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فيرى بأن المرأة إنسانا قادرا على العمل والإبداع وممارسة الحرية وتحمل المسؤولية دون أن يعني ذلك تخليها عن رسالتها الأسرية (بوش، 2015، الصفحات 9-10).

وفي وسط كل هذا الجدل تأتي ضرورة مناقشة دور الإعلام في مدى إبراز صورة المرأة داخل المجتمع، فمن شأن الإعلام أن يُستخدم في تغيير المفاهيم التقليدية السائدة والأفكار الخاطئة حول المرأة، فقد أضحى من الآليات المتعددة في تحديد الصورة المجتمعية، حيث تُشكّل وسائل الإعلام الجماهيرية عامل ضبط أساسي يخرج من مجال الصورة المباشرة لدى الفرد الواحد كما يعكسها له محيطه القريب اليومي، إلى صورة عامة مجردة ومشاركة على أوسع نطاق، كما أن لوسائل الإعلام الجماهيري وللتلفزيون على وجه الخصوص سلطة قوية في ترسيخ صورة ما أو تغييرها، وخير مثال على هذا عبارة استوقفنا في كتاب للباحثة العربية أمل مالكي سنة 2012 تحت عنوان "المرأة العربية في الأخبار العربية- قوالب نمطية قديمة ووسائل إعلام جديدة " "امرأة محاطة بمجموعة من الأطفال وملتفة بخمار أسود لا تظهر من فتحة ضيقة منه سوى العينان تلك هي الصورة التي تعرض بها المرأة العربية عادة في وسائل الإعلام الغربية" التي تسعى جاهدة إلى تصوير المرأة المسلمة بصورة الإنسانية المضطهدة والمحرومة من حقوقها، وأنّ ارتداء المرأة للحجاب صورة من صور تسلّط الرجال.

هذا وقد شغلت قضايا المرأة حيزا هاما واعتبرت مادة خصبة لوسائل الإعلام الجزائرية وخاصة مع بداية خوصصة قطاع الإعلام سنة 2012، حيث شهد قطاع السمعي البصري انطلاق العديد من القنوات الخاصة، هذه الأخيرة التي فتحت الباب الواسع أمام الإعلاميين وكانت نقطة التحول في الإعلام الجزائري، فبعد ما كان العمل الإعلامي حكرا على الرجال في التلفزيون العمومي أعطت القنوات الخاصة للمرأة فرصة الظهور وإسماع صوتها ونقل انشغالاتها، كما فتحت المجال لمناقشة مختلف

الموضوعات والقضايا بشيء من الحرية والجرأة، فتعددت بذلك البرامج وتنوّعت، ليظهر ما يعرف بالبرامج النسائية والتي تعد من أهم مصادر طرح قضايا المرأة وتشكيل صورتها لدى الرأي العام، لكنها في ذات الوقت أسالت الكثير من الحبر وتعدّدت حولها وجهات النظر بين مؤيد ومعارض، على اعتبار أن الإعلام سلاحا ذو حدين، يمكنه أن يقدم صورتين مختلفتين عن المرأة، أي صورة سلبية تُصوّر المرأة على أنها مجرد جسد أو سلعة تُستغلّ في جذب أكبر قدر من الجماهير، لترسخ بذلك النظرة الدونية والتقليدية عن المرأة، أمّا والصورة الإيجابية فتُقدّم المرأة على أنّها كائن مهم وعنصر فعال في رفع عجلة التنمية ورفي وازدهار المجتمع.

وللإجابة عن هذا الإشكال أي صورة المرأة في البرامج التلفزيونية النسائية، ارتأينا إلى إجراء دراسة وصفية تحليلية على عينة من هذه البرامج، وقد وقع اختيارنا على البرنامج النسائي الجزائري "للنساء فقط" والذي يتم بثه على القناة الخاصة بـ **بور تي في** في **beur tv** للتعرف على الصورة التي يقدمها البرنامج عن المرأة الجزائرية، وعليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي: **كيف قدمت القناة الجزائرية الخاصة بـ beur tv صورة المرأة الجزائرية وقضاياها عبر برنامجها "للنساء فقط"؟**

2- تساؤلات الدراسة:

ويندرج عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية، وهي:

أ- من حيث الشكل:

- ما هي المدة الزمنية المخصصة لطرح موضوع الحلقة؟
- ما هي العناصر التيبوغرافية المعتمدة في برنامج "للنساء فقط" لعرض صورة المرأة ومعالجتها من حيث الألوان والديكور والصور؟
- ما هي أنواع القوالب الإعلامية المعتمدة في برنامج "للنساء فقط" لعرض صورة المرأة ومعالجتها؟
- ما هي اللغة المستخدمة في برنامج "للنساء فقط"؟

ب- من حيث المضمون:

- ما هي المواضيع التي عالجها برنامج "للنساء فقط"؟
- ما هي الأبعاد التي ركّز عليها برنامج "للنساء فقط" في معالجته لقضايا المرأة؟
- هل ساهم نوع وطبيعة ضيوف برنامج "للنساء فقط" في رسم صورة معينة عن المرأة الجزائرية؟
- ما هي القيم المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط"؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار موضوع الدراسة من أهم وأصعب المراحل التي يمر بها الباحث، فهي خطوة حاسمة تؤثر على مسار الدراسة ككل، وعليه لكل باحث مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية التي تدفعه لاختيار موضوع دراسته، وبالنسبة لبحثنا فهي كالآتي:

3-1 الأسباب الذاتية:

- 1- كوننا نساء فنحن على قدر كبير من الاهتمام بكل ما يخص المرأة.
- 2- الميل والرغبة الملحة في معرفة الصورة التي يسوق لها الإعلام الجزائري عن المرأة الجزائرية
- 3- الميل إلى هذا النوع من الدراسات والبحوث الإعلامية.

3-2 الأسباب الموضوعية:

- 1- تسليط الضوء على البرامج التلفزيونية النسائية الجزائرية للتعرف على طبيعتها ومستواها.
- 2- الوقوف عند الجدل الواسع حول قضايا المرأة في المجتمع والصورة النمطية التي تحاول وسائل الإعلام عكسها عنها.
- 3- محاولة الكشف عن صورة ومكانة المرأة الجزائرية في المجتمع في ظل التغيرات والتطورات الراهنة.

4- أهداف وأهمية الدراسة :

4-1 أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا هذه إلى:

- 1- معرفة إلى أي مدى ترتبط قضايا المرأة التي تعالجها البرامج التلفزيونية النسائية بالمشكلات والقضايا الواقعية التي تعيشها المرأة الجزائرية.
- 2- كشف الستار عن الصورة التي يقدمها برنامج "للنساء فقط" عن المرأة من خلال تحليلنا لمضامينه، محاولين بذلك إبراز صورة ومكانة المرأة الجزائرية ودورها في المجتمع .
- 3- دراسة واقع البرامج التلفزيونية النسائية في الفضائيات الجزائرية الخاصة.

4-2 أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- 1- كونها تعالج صورة المرأة في المجتمع، وهو الموضوع الذي تلتقي فيه العديد من الدراسات الأخرى في مختلف الميادين منها علم الاجتماع وعلم النفس وغيرها من العلوم الأخرى، إلا أننا كدارسين في ميدان علوم الإعلام والاتصال تطرقنا إلى الموضوع من زاوية إعلامية، وذلك من خلال الكشف عن دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية في المجتمع، وهذا بالاعتماد على تحليل المحتوى من ناحية الشكل والمضمون.
- 2- تقييم المادة الإعلامية التي تقدم للمرأة في صورة موضوعات متنوعة ومدى اقترابها من الواقع الفعلي الذي تعيشه المرأة الجزائرية.
- 3- يُمكن لنتائج هذه الدراسة أن تُقدِّم إضافة وتوجه القائمين على وسائل الإعلام إلى الاهتمام أكثر بواقع وإنجازات المرأة، وذلك بغية تفعيل دورها ومساهمتها في تنمية المجتمع مهما كانت طبيعة الدور الذي تؤديه في الحياة.

5- منهج الدراسة وأدواته:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف وصف وتحليل وتقييم مضامين برنامج "للنساء فقط" والكشف عن الصورة النمطية التي يحاول ترسيخها لدى جمهور المتلقين حول المرأة الجزائرية ودورها ومكانتها في المجتمع .

ونظرا لطبيعة الموضوع تم الاعتماد على المنهج المسحي، فهو الأنسب لمثل هذه الدراسات الإعلامية والذي يندرج في إطار البحوث الوصفية التحليلية، مدعما بأسلوب تحليل المضمون كأداة من أدوات التحليل .

ويعتبر المنهج المسحي من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويُعرّف هذا المنهج بأنه "مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها ويشمل هذا المنهج خمس مسوحات هي: الرأي العام، مسح جمهور وسائل الإعلام، مسح وسائل الإعلام، مسح أساليب الممارسة الإعلامية وتحليل المضمون" (المشهداني، 2017، صفحة 163).

وعليه فإن المنهج المسحي لا يكتف برصد الظاهرة موضع الدراسة، بل يسعى أيضا إلى تحليلها وكشف جوانبها المختلفة، ومعرفة أهم الأطراف الفاعلة فيها، وذلك بمسح حلقات عينة البرنامج، للوقوف على طبيعة أسلوب المعالجة الإعلامية التي ركز عليها البرنامج في تناوله لقضايا المرأة الجزائرية.

واعتمدت الدراسة في إطار المنهج المسحي على تقنية "تحليل المضمون" كأداة رئيسية في جمع البيانات الكمية والنوعية، للإجابة على الإشكالات المطروحة وتحقيق أهداف الدراسة.

يعد تحليل المحتوى منذ أكثر من نصف قرن من الإجراءات القليلة التي وضعت خصيصا لدراسة أثر وسائل الاتصال، وهي من بين التقنيات الأكثر استعمالا من طرف الباحثين في هذا

الميدان وقد عرّف سمير محمد حسين تحليل المضمون على أنه "أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها - من حيث الشكل والمضمون - تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبقاً للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات، بعد ذلك، إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية - شكلاً ومضموناً - والتي يُعبّر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة، ووفق منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية " (تمار، 2007، صفحة 11).

يعتمد تحليل المضمون في دقته وإلى حد بعيد على تحديد فئات ووحدات التحليل، والتي تعد من الخطوات المهمة التي يجب على الباحث أن يعطيها اهتماماً كبيراً لأن الإعداد الجيد والواضح لفئات التحليل يؤدي إلى الوصول إلى النتائج المطلوبة.

وعليه قامت الباحثتان بتصميم استمارة تحليل محتوى برنامج "للنساء فقط" وتم عرضها على مجموعة من الأساتذة من أجل تحكيمها.¹

وتعرف فئات تحليل المضمون بأنها: "مجموعة من التصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه هدف البحث في وصف المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور" (تمار، 2007، صفحة 41).

¹أنظر الملحق رقم (04) الخاص بقائمة الأساتذة محكمي استمارة تحليل المحتوى

وعليه فإن نجاح البحث وتميزه عن البحوث الأخرى راجع إلى الفئات التحليلية المستخدمة فيه، ومنه خلصت دراستنا إلى الاعتماد على الفئات التحليلية التالية والمتمثلة في فئات الشكل وفئات المضمون:

1- **فئات الشكل:** هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته، وعادة ما تحاول الإجابة عن السؤال: **كيف قيل؟** أحد ركائز تحليل المحتوى، فالشكل الذي يقدم به المضمون الإعلامي يلعب دورا بارزا في جعل الجماهير ينجذبون ويميلون إلى الاضطلاع على المضمون أو ينفروا منه. (تمار، 2007، صفحة 44).

أ/ **المدة الزمنية:** هو قياس الوقت المخصص للموضوع مقارنة بالنسبة للمدة الزمنية الكلية للبرنامج ولقد اعتمدنا على الدقيقة كوحدة قياس الزمن.

ب/ **اللغة المستخدمة:** اللغة هي الوعاء الذي يصل فيه الفكر، فهي المحرك الأساسي والوسيلة الوحيدة التي من خلالها يكون التواصل بين المرسل والمتلقي، لذا فإن فئة اللغة المستخدمة هي عبارة عن مجموعة من التصنيفات ترتبط بطبيعة إشكالية الدراسة ونجدها في برنامج "للنساء فقط" على النحو التالي:

- اللغة العربية الفصحى.

- العامية الجزائرية.

- اللغة الفرنسية.

- المزوجة بين اللغات السابقة الذكر.

ج/ **الموقع:** وهي الفئة التي تهتم بموقع الموضوع أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة.

د/ **العناصر التيبوغرافية:** يقصد بهذه الفئة الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية.

ي/ الإخراج الفني: يلعب الإخراج دور كبير للفت الجمهور إلى المضمون عن طريق الأساليب الفنية، الإخراج الصحفي، المؤثرات الخاصة، الديكور، الإضاءة، الألوان، لقطات الكاميرا، زوايا التصوير أو كل ما يمكن أن يدخل تحت سقف الإخراج الفني ويعمل على جذب الانتباه.

2- فئات المضمون: كما ذكرنا سابقا أن عملية وضع الفئات هي من بين الأسس التي يقوم عليها تحليل المحتوى، وهي تتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة، وهذه الأجزاء وتلك الأصناف يحددها الباحث انطلاقا من إشكالية بحثه والهدف منه، وكما هو الحال بالنسبة لفئات الشكل، يعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون أيضا، وسنتطرق إلى مجموعة من الفئات، وهي كالتالي:

أ/ فئة الموضوع: وهي من أكثر الفئات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال وذلك للسهولة النسبة التي يتطلبها، إذ أنها تحاول الإجابة عن السؤال: على ما يبدو المحتوى؟ أي ما هي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى؟ ففي دراستنا حول صورة المرأة في البرامج النسائية قمنا باختيار فئة الموضوع كفئة رئيسية لتحليل محتوى مجموعة من حلقات برنامج "للنساء فقط".

ب/ فئة الفاعل: تبحث هذه الفئة عن المحركين الأساسيين في المضمون، أي مجموعة الأشخاص أو الهيئات أو الأحزاب أو المنظمات التي تصنع الحدث في المضمون محل التحليل، ففي دراستنا هذه يلعب تركيزنا على طبيعة ونوعية الضيوف آرائهم واتجاهاتهم دورا فعلا في تحقيق أهداف دراستنا.

ج/ فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث، في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، نوعه.

د/ فئة الأهداف: تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليه، ففي دراستنا هذه نسعى للوصول إلى الهدف الذي يرمي إليه البرنامج من خلال معالجته لقضايا المرأة.

- ✓ التثقيف والتعليم.
- ✓ التوجيه والإرشاد.
- ✓ الكشف عن الحقائق.
- ✓ النصح والتوعية.

س/فئة الاتجاه: يختار الباحث هذه الفئة عادة لمعرفة الاتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل، ولقد تم تقييم الاتجاه في أغلب الدراسات إلى مؤيد، معارض، محايد. وبالرغم من الصعوبة التي يتلقاها الباحث في تعيين الاتجاه إلا أنها تبقى فئة جد هامة في معرفة التوجهات العامة التي يريدتها القائم بالاتصال.

ه/فئة الموقف أو المواقف: يستعين الباحث بهذه الفئة لمعرفة ردود أفعال مضمون ما حيال قضية معينة، مثلا في دراستنا هذه سنركز على معرفة موقف البرنامج من خلال ما يقدمه من مضامين اتجاه قضايا ومشكلات المرأة خاصة المواضيع الاجتماعية على اعتبار أنها أكثر المواضيع طرحا ومعالجة كالعنف ضد المرأة، الخيانة الزوجية، العقم، الطلاق، الخلع، التحرش الجنسي بالإضافة إلى زيادة الأعمال، المشاركة السياسية، المواضيع الصحية، الثقافية، التربوية وكل ما يتعلق بالمرأة .

و/فئة القيم: مجموعة القيم المتضمنة في الرسالة الإعلامية، فالقيم ترتبط بعاملين أساسيين هما العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله، والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير والضوابط التي يفرضها المجتمع. فنجد على سبيل المثال القيم الأخلاقية والدينية والنظرية والاقتصادية والسياسية .. وغيرها.

وفي دراستنا هذه سوف نصنفها إلى قيم إيجابية والمتمثلة في: النجاح، التميز، الإبداع، الإصرار، التحرر....

وقيم سلبية تتمثل في: الاستغلال، التهميش، التسلط، التمييز، الخيانة....

أما بالنسبة لوحدات التحليل فنجدتها تتمثل فيما يلي:

أ- وحدة الفكرة: نقصد بها ذلك المعنى التي تحمله عبارة أو جملة وقد تمتد الفكرة على طول الفقرة، وفي بعض الأحيان يكون كل المحتوى عبارة عن فكرة واحدة، ونجد أيضا بأن الفكرة أكثر وحدات التحليل استخداما في بحوث الإعلام التي تعتمد على أداة تحليل المحتوى، لأنها تعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون، وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة، وعليه فإن الأفكار التي يدور حولها مضمون هذا البرنامج هي مكانة المرأة الجزائرية ودورها في رفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ومعالجة أهم المواضيع التي تهم المرأة وتشغل بالها.

ب- وحدة الموضوع: الموضوع هو الوحيد الذي قد يكون فئة ووحدة في نفس الوقت، إذ يمكن استعماله كوحدة عن طريق حساب المواضيع التي قد يحملها المحتوى، كما يمكن استعماله كوحدة إلى جانب فئة الموضوع. (تمار، 2007، صفحة 85).

ج- وحدة قياس المدة.

وقد اعتمدنا وحدة الموضوع لتحليل المواضيع المعروضة أو المعالجة في برنامج "للنساء فقط" والتي تخص المرأة الجزائرية. و على (الدقيقة والثانية) كوحدة لقياس الزمن في تحليلنا لبرنامج "للنساء فقط".

6- مجتمع وعينة الدراسة:

يُعرّف مجتمع البحث على أنه: "جميع مفردات الظاهرة، التي يدرسها الباحث". (بن مرسلي، 2010، صفحة 166). وهو "جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها - فقد يكون مجموعة من البشر-، ويكون المجتمع في تحليل المحتوى هو جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة، أو مجموعة الصحف التي يتم اختيارها خلال فترة الدراسة، أو جميع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، أو الأفلام التي عُرضت خلال فترة التحليل". (العبد و عزمي، 1993، صفحة 156).

ويتمثل مجتمع البحث لدراستنا في جميع أعداد برنامج "للنساء فقط" المقدم في القناة الخاصة بـbeur tv، ونظرا لكم الهائل للحلقات الخاصة بهذا البرنامج عبر مواسمه المختلفة، الذي بدأ

بته منذ سنة 2017 إلى يومنا هذا، فإنه يتعذر علينا إمكانية دراستها جميعا، لما يتطلبه ذلك من جهد ووقت، لذا قمنا باختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، من أجل معرفة كيفية معالجة برنامج "للنساء فقط" قضايا المرأة الجزائرية.

إن اختيارنا للقناة الجزائرية الخاصة beaur tv لم يكن عن رغبة أو ميول شخصي، وإنما كان على أساس البرنامج في حد ذاته، فبعد اختيارنا لموضوع الدراسة كان لا بد من اختيار برنامج جزائري نسائي نُجري عليه الدراسة التحليلية ونعكس من خلاله الصورة التي يقدمها الإعلام الجزائري عن المرأة الجزائرية، ولقلة هذا النوع من البرامج حيث نجد على سبيل المثال البرنامج التالية: موعد مع النساء، دنيا المرأة، سوق النساء، هي وهي، وبرنامج "للنساء فقط"، ارتأينا إلى أن يكون هذا الأخير هو البرنامج الأجدر لدراستنا انطلاقا من ميولنا الشخصي نحو البرنامج، وتمكنا من الحصول على جميع الحلقات التي مر عرضها، بالإضافة إلى جدته واستمرار عرضه على مدار أربعة سنوات بمواضيع جديدة ومتنوعة، وضيوف من مختلف المجالات .

وبعد قيامنا بعملية حصر لأعداد البرنامج المتاحة في الصفحة الرسمية للقناة على اليوتيوب (إلى غاية انطلاقنا في الدراسة) وجدنا أن للبرنامج أزيد من 130 عددا² موزعين على مدار أربعة مواسم متتالية ضمت عناوين متنوعة وضيوف مختلفين.

ولتحقيق متطلبات الدراسة وأهدافها لابد من تحديد عينة الدراسة. والتي هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، فهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. (السعدى، 2019، صفحة 2)

وتماشيا مع طبيعة وموضوع دراستنا، وبُغية تحقيق نتائج سليمة ومُعبرة عن البرنامج ككل، ومن أجل تفادي التكرار (إجراء التحليل على مواضيع متشابهة أو تصب في نفس المنحى أو المجال) ارتأينا

سندرج قائمة بهذه الأعداد في جدول مع ملاحق الدراسة².

إلى الاعتماد على العينة القصدية في اختيار مفردات أو وحدات البحث التي سوف تخضع للتحليل الكمي والكيفي.

العينة القصدية: تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة. مثل العينة الغرضية، أو العينة العمدية، أو العينة النمطية. وهي أسماء تشير كلها إلى العينة، التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة. (بن مرسلي، 2010، الصفحات 197-198).

كما نهدف من خلال اعتمادنا على العينة القصدية إلى اختيار مواضيع تعكس فعلا صورة المرأة الجزائرية داخل المجتمع الجزائري صورة تقرب لنا الواقع الحقيقي الذي تعيشه نساء الجزائر، من خلال مجموعة من المواضيع والقضايا الاجتماعية ومواضيع نعكس من خلالها وضعيتها ومكانة المرأة الجزائرية، أي بعيدا عن المواضيع التقليدية المتعلقة بالجمال والطبخ، وعليه فإن العينة القصدية هي الأمثل لاختيار مفردات دراستنا، وفي الجدول التالي عرض لمفردات العينة المختارة للدراسة:

تاريخ البث	عنوان العدد
2017/06/02	الخلع في المجتمع الجزائري... سلاح ذو حدين؟؟
2017/06/04	سيدات الأعمال في الجزائر.. سر النجاح والتفوق
2017/06/12	الجراحة التجميلية.. بين التجميل والهوس !!
2018/04/08	الغنوسة في الجزائر شبح يطارد 11 مليون امرأة !!
2018/06/24	الزواج المختلط بين الحلم الوردي والحقيقة المرّة
2018/06/29	إدمان المرأة للمخدرات
2019/01/25	العنف ضد المرأة في الجزائر
2019/06/14	المرأة ودورها في الحراك الشعبي
2019/11/12	جرائم القتل التي تحدث في حق المرأة الجزائرية

الجدول رقم (01): يمثل مفردات العينة محل التحليل

7- حدود الدراسة:

يتحدد مجال الدراسة على النحو التالي :

7-1 الحدود الموضوعية: تتولى هذه الدراسة تحليل البرنامج النسائي "للنساء فقط" الذي يجري بثه على قناة beur tv سهرة كل أحد وخميس الساعة العاشرة ليلا بتوقيت الجزائر، للكشف عن الصورة التي يقدمها البرنامج عن المرأة الجزائرية.

7-2 الحدود الزمانية: تمت الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2019-2020 وبداية من شهر مارس 2020 تم العمل على عينة الدراسة.

7-3 الحدود المكانية: برنامج "للنساء فقط" على القناة الجزائرية الخاصة بbeur tv.

8- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

إن تحديد المفاهيم في كل دراسة هي إحدى الخطوات المنهجية الهامة التي لا يمكن تجاهلها، إذ ثمة مصطلحات تحتاج إلى تحديد مفهومها بدقة حتى يتسنى فهم الظاهرة حيز الدراسة لذا ارتأينا لتحديد المفاهيم التالية:

الصورة:

لغة:

نقول في اللغة صور الشيء: أي جعل له صورة مجسمة، صور الشيء أو الشخص رسماً ويعطي المعجم الوسيط هذا التعريف على أن صور الأمر كذا يعني وصفه وصفا يكشف عن جزئياته، وتصور الشيء أي تكونت لديه فكرة عنه. (انيس و أخرون، 1972، صفحة 548)

ركز هذا التعريف على الفعلين "صور" الذي يقصد به الوصف والتصوير الجسم للشيء والفعل "تصور" الذي يدل على تكوين فكرة معينة عن الشيء.

تدل الصورة لغة على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء، وهيئته، وعلى معنى صفته، يقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة كذا وكذا أي صفته (منظور، 1997، الصفحات 85-86). أضاف هذا التعريف أربعة عناصر كمدلولات للصورة وهي ظاهرها والمعنى الحقيقي للشيء وهيئته وصفته.

أمّا التصوّر فهو مرور الفكر بالصورة الطبيعية التي سبق أن شاهدها أو انفعّل بها ثم اختزنها في مخيلته مروره بها يتصفحها. (الخالدي، 1998، صفحة 74). وقد ركّز هذا التعريف على التصوّر كعملية فكرية لاسترجاع الصورة الناجمة عن المشاهدة أو الانفعال والتخزين.

اصطلاحاً:

الصورة هي علامة تماثلية غير لغوية يتطابق فيها الدال والمدلول إلى حد كبير، إن التماثل هو الحجر الأساس في مفهوم الصورة، صورتني تماثلني وصورة جدتي تماثلها، ولا نقول تشابهني أو تشابهها، لأن التشابه مفهوم ثقافي يختلف حسب الحضارات البشرية، وبمعنى الصورة نسخة صادقة عن الواقع وموضوع ما أي كما فهمها الغالبية منا (فاضل، 2012، صفحة 18).

ركّز هذا التعريف على التماثلية الغير لغوية كأساس مفهومي للصورة بالإضافة إلى تطابق الدال والمدلول الذي يكون النسخة الأصلية أو الصادقة عن الواقع وهي "الصورة".

وفي الإعلام الصورة هي تعبير لنقل أفكار الصحفي معتمدا على التجسيد، وقد يحقق ذلك في تعبير كامل أو نقطة جزئية، فالصورة أصلها أدبي فكما يمكن تكوينها من عبارة أو فقرة تبدو في ظاهرها وصفية خاصة، بيد أنها توحى إلى الخيال شيئا زائدا على حقيقتها الخارجية (طوالبية، 2004، صفحة 62).

أضاف هذا التعريف مفهوم الصورة في الإعلام على أنها تعبيرات وأفكار منقولة ومجسدة بشكل كامل أو جزئي.

التعريف الإجرائي للصورة:

الصورة هي علامة دالة بمختلف الصفات والألوان والوضعيات عن واقع وحقيقة وصفة شيء ما وفي دراستنا هي تلك المادة الإعلامية من أقوال، أفعال، إichاءات، رموز والتي تعكس بدورها صورة ومكانة المرأة الجزائرية.

المرأة:

لغة:

جاء في لسان العرب لابن منظور مادة (م.ر.أ): " المرء: الإنسان قال ابن الأثير: هو جمع المرء، وهو الرجل. وقد أنثو ألف الوصل في المؤنث أيضا فقالوا: امرأة فإذا عرفوها قالوا: المرأة" (منظور، 1997).

وقد ركّز تعريف ابن منظور على أصل الكلمة واشتقاقها اللغوي فكلمة المرأة مشتقة من كلمة "المرء" الذي هو الإنسان.

وهي مفرد النسوة والنسوة والنسوان، على غير قياس، وتصغير نسوة نسيّة، ويُقال نسيّات تصغير للجمع (البرقوق، 2004، صفحة 07).

وقد ركّز هذا التعريف على المفرد والتصغير الخاص بكلمة "المرأة".

اصطلاحا:

المرأة هي ذلك الكائن اللطيف الذي يتحد مع الرجل في أصل الخلقة وتختلف معه في البنية الفيزيولوجية. قال الله تعالى: " وليس الذكر كما الأنثى " (آل عمران: 36)، أي في البناء الفسيولوجي وبالتالي في المهام، وقد أجمعت الدراسات العلمية على عدم وجود فارق بين الرجل والمرأة جسديا ونفسيا وثقافيا وعقليا، وليس هناك فروق بيولوجية بين مخ الرجل والمرأة، إنّما الظروف الاجتماعية والاقتصادية والعقائدية أوجدت هذه الفروق. (علي، 2010، صفحة 480).

قدّم هذا التعريف إضافة للمرأة تكمن في ذكر مواطن الاختلاف والتشابه بين المرأة والرجل حيث اعتمد في ذلك على المصادر العلمية والقرآن الكريم.

التعريف الإجرائي للمرأة:

هي الأنثى تتصف بالرقّة والإحساس وهي شريكة الرجل ونصف المجتمع لما لها من دور فعال في الحياة البشرية والوجود الإنساني وفي بحثنا هذا سوف نخص بالذكر المرأة الجزائرية.

صورة المرأة:

هي تلك الصورة أو القضايا التي تنشأ عن المواقف المتعارضة الوصف من المرأة ومن دورها الاجتماعي والإنساني والتفاعلي مع الآخر أو العلاقة معها والتعامل مع وجودها وطبيعة دورها سلبيًا وإيجابيًا (مفاهيم عالمية، 2003).

ونقصد بصورة المرأة إجرائيًا في دراستنا تلك الصورة التي يشكلها ويكونها برنامج "للنساء فقط" عن المرأة الجزائرية ومكانتها في المجتمع لدى المشاهد الجزائري.

والمرأة الجزائرية في دراستنا هذه هي كل نساء الجزائر على اختلاف مراحلهم العمرية ومكانتهم في المجتمع ربة البيت أو العاملة، المتزوجة أو العزباء، المتواجدة في الريف أو المدينة، وهي الأنثى التي تمثل نصف المجتمع الجزائري.

البرامج التلفزيونية:

يُعرّف محمد منير حجاب البرنامج التلفزيوني في المعجم الإعلامي على أنه "عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها إمكانيات الوسائل الإعلامية وتعتمد أساسا على الصورة المرئية. (حجاب، 2004، صفحة 103).

ركّز محمد منير في تعريفه للبرامج التلفزيونية على عنصرين مهمين في تصميم أو إنتاج أي برنامج تلفزيوني ألا وهما "الفكرة والوسيلة".

البرامج النسائية:

هي مجموعة برامج موجهة للمرأة بمختلف مراحلها العمرية، وتهدف إلى تهيئة بيئة اجتماعية تمكينية لإعداد المرأة كي تصبح متمكنة اجتماعيا أو اقتصاديا وقادرة على القيام بأدوارها المختلفة، وتتمتع بالمساواة في القيمة والكرامة والحقوق وتشارك بفعالية في بناء أسرتها ومجتمعها من خلال توفير البرامج المتكاملة وبما يضمن تنمية قدراتها وتعزيز مشاركتها في كافة مجالات الحياة، والمحافظة على حقوقها ومعالجة قضاياها واستثمار طاقاتها في مختلف مجالات الحياة، وإزالة أي شكل من أشكال التمييز حولها، وتوفير الحماية لها. (عايب، 2016، صفحة 59).

رّكّز هذا التعريف على الهدف الأسمى والدور الفعال الذي تلعبه البرامج النسائية وأهميتها البالغة بالنسبة للمرأة على اختلاف مراحلها العمرية وفي شتى مجالات الحياة لتصبح بذلك عنصر فعّال ومنتج في المجتمع.

إجرائيا: تتمثل في البرامج النسائية التي تعرض على القنوات الجزائرية الخاصة وتهتم بأمور المرأة الجزائرية، وتحديدًا برنامج "للنساء فقط" برنامج حوارى يعرض على قناة beur tv، والذي ناقش مختلف القضايا والمواضيع التي تهتم المرأة.

القنوات الفضائية:

يُعرّفها كل من عبد الله فتحي ظاهر وعلي أحمد خضر "على أنها ذلك الإرسال الذي يتم بصفة آلية من محطة الإرسال مباشرة إلى الجهاز التلفزيوني الفردي دون وسيط ويتمثل هذا الإرسال بالاتصال الذي لا يتقيد بتحديد الزمان والمكان. (الظاهر و المعماري، 2013).

رّكّز هذا التعريف على أساس من أساسيات عمل القنوات الفضائية وهو الإرسال الفضائي عبر الأقمار الصناعية من المحطة إلى جهاز التلفزيون.

الفضائيات الخاصة:

هي قنوات تتمتع بملكية خاصة تتبع لأشخاص أو لمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة يتم استئجارها على قمر صناعي، يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها، عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة. (عبد الصاحب، 2005، صفحة 38).

رَكَز هذا التعريف على نقطتين جوهريتين وهما ملكية القناة، وتقنية أو طريقة بثها.

إجرائيا : هي تلك القنوات التلفزيونية الخاصة التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص والتي يكون محتواها عاما أو متخصصا.

نقصد بها في دراستنا قناة beur tv أو قناة المتوسط، قناة جزائرية ذات طابع متوسطي - مغاربي تبث من فرنسا انطلق البث الرسمي لها في حلتها الجديدة في الفاتح من شهر أوت سنة 2011 بعد أن كان البث موجه للجالية المغاربية في أوروبا منذ سنة 2003 .

9- الدراسات السابقة :

إن التّطرق إلى الدراسات السابقة خطوة جد مهمة في أي بحث علمي، باعتبارها المنطلق الأساسي لأي دراسة، خاصة إذا اشتركت الدراسات السابقة مع الدراسة المراد إجرائها في موضوع الدراسة أو أحد أهم متغيراتها: وعليه فإن توظيفها سوف يثري الدراسة ويحدد وجهتها النظرية والمنهجية، أما بالنسبة لاختيارنا لهذه الدراسات الأربعة فكان نتيجة تقاربها مع موضوع دراستنا ألا وهو دراسة أو معالجة ثنائية المرأة والإعلام، أي دراسة الصورة التي يرسمها الإعلام بمختلف وسائله عن المرأة، ومعالجته لقضاياها سواء كان ذلك من خلال برامج تلفزيونية أو عن طريق الإعلانات التجارية.

● الدراسة الأولى :

دراسة حسناوي إيمان الموسومة ب: "صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية المقدمة في قناة النهار الجزائرية"، دراسة تحليلية حاولت الباحثة من خلال اشكالياتها المطروحة أن تتعرف على الصورة التي ترسمها الإعلانات التلفزيونية عن المرأة، ذلك أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير على مواقف الناس ومعارفهم وتصوراتهم، وتغرس في ذهن الفرد صور معينة ومتنوعة تنقلها من خلال ما تقدمه هذه الوسائل من برامج وحصص، وخاصة وسيلة التلفزيون في اعتمادها على عنصر الإعلانات وتوظيف صورة المرأة واختيارها لتكون عنصر الجذب، وخلصت الباحثة إلى طرح التساؤل الرئيسي للدراسة والذي مفاده :

- ما هي الصورة التي تقدمها الإعلانات التلفزيونية في قناة النهار الجزائرية ؟

وقد تفرعت عن هذا التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية الأخرى أهمها:

- ما هي الأماكن التي تظهر فيها المرأة من خلال الإعلانات المقدمة في القناة ؟

- ما هي الوظائف التي تتقلدها المرأة من خلال الإعلانات التي تعرض صورة المرأة في قناة

النهار ؟

وقد هدفت الباحثة من وراء إجراء دراستها هذه إلى معرفة الصورة التي ترسمها الإعلانات التلفزيونية في قناة النهار عن المرأة، من خلال معرفة طبيعة الإعلان المقدم وكذا اللباس المعتمد للمرأة والتعرف على القوالب الفنية للإعلانات المقدمة.

أما بالنسبة لأهمية الدراسة فتكمن حسب رأي الباحثة في الموضوع المختار في حد ذاته الذي

يحاول معرفة العلاقة الرابطة بين المرأة والإعلان.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على منهج المسح الوصفي والذي يهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة، وقد استعانت في ذلك الباحثة بأداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات لأنه يمكنها من فهم محتوى المادة الإعلامية بشكل وثيق.

أما فيما يخص عينة الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على عينة قصدية متمثلة في عدد محدود من المفردات والمتمثلة في الإعلانات التي عرضت على قناة النهار لمدة أسبوع حيث خلصت الباحثة في النهاية إلى مجموعة من النتائج أهمها أن المرأة تستخدم في الإعلانات لجذب المشاهدين والمستهلكين، وكذا للفت انتباههم وإغرائهم.

تشارك دراستنا مع هذه الدراسة من خلال الاهتمام، بدراسة عنصر أساسي في المجتمع وهو "المرأة"، وكذا الصورة التي يرسمها الإعلام ويحاول نقلها عنها من خلال مواده، ونجد تشابها على مستوى المتغير المستقل والمتمثل في صورة المرأة، أما والمتغير التابع فتختلف الدراستان، لأن الباحثة ركزت على دراسة صورة المرأة في الإعلانات، ولاحظنا أيضا أننا أمام دراستين من النوع "الوصفي التحليلي اعتمدا كلاهما على المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون، كما استخدمنا العينة القصدية في اختيار مفردات الدراسة، وقد استفدنا من هذه الدراسة كثيرا في تدعيم الإطار المنهجي الخاص بدراستنا.

● الدراسة الثانية :

دراسة كتفي سميرة الموسومة بـ " الصورة التلفزيونية ودورها في ترقية مكانة المرأة في المجتمع العربي " دراسة تحليلية على برنامج الملكة، تطرقت الباحثة في إشكالية دراستها إلى فضل ظهور الصورة في القرن 19 والذي أسفر عنه ظهور البث التلفزيوني، وبالتالي انتشار القنوات التلفزيونية العامة والمتخصصة، وظهر ما يعرف بالإعلام الفضائي الذي كان من بين أكثر اهتماماته المرأة وقضاياها، وحاول بذلك الإعلام نقل صورة معينة عن المرأة عموما والمرأة العربية على وجه الخصوص .

وخلصت الباحثة بعد ذلك إلى طرح تساؤلها الرئيسي الذي مفاده كيف ساهمت الصورة التلفزيونية لبرنامج الملكة في ترقية مكانة ودور المرأة في المجتمع العربي؟

وقد انبثق عن التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية نذكر منها:

- ما نوع الصورة التي ظهرت بها المرأة العربية في برنامج الملكة؟

- ما هي الإستimalات الإقناعية الموظفة في برنامج الملكة الموجهة لترقية صورة المرأة لدى المجتمع العربي؟

وقد هدفت الباحثة من خلال دراستها هذه إلى معرفة الكيفية التي تطرح بها المادة الإعلامية الخاصة بالمرأة من خلال تحليل مضمون برنامج الملكة.

أما فيما يخص أهمية الدراسة فتتجلى حسب رأي الباحثة من خلال أهمية الموضوع المختار والذي بات يطرح نفسه بإلحاح سواء من ناحية حدثه، أو من ناحية جمعه بين عنصرين مهمين لا تقل أهمية أحدهما عن الآخر، ألا وهما المرأة العربية ووسائل الإعلام، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الوصفي الذي مكّنها حسب رأيها من جمع أكبر قدر ممكن من البيانات الوصفية اللازمة لإتمام دراستها، واستعانت في ذلك بأداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وتحليل مضمون المادة الإعلامية كمياً وكيفياً للحصول على نتائج دقيقة.

أما العينة فقد اختارتها الباحثة بشكل قصدي من أجل إبراز أهم وأشهر البرامج العربية التي تقف بجانب المرأة، وقد وقع الاختيار على برنامج "الملكة" سنة 2016 ليكون عينة تتوفر فيها نقاط قوة المرأة وتحقيقها لذاتها .

وتوصلت الباحثة لمجموعة من النتائج، أهمها:

- بيان الآثار الإيجابية لعمل المرأة.

- إنتاج مواد إعلامية تسعى إلى محاربة الأمية والجهل.

- إنتاج مواد إعلامية تثقيفية تعليمية للمرأة تتلاءم مع فئات المرأة المخاطبة.

اقتربت هذه الدراسة من توجهات دراستنا، والتي تستهدف البرامج التلفزيونية من أجل الكشف عن الصورة التي تقدمها هذه البرامج عن المرأة في التلفزيون، أي محاولة معرفة الكيفية التي يُسوَّق بها التلفزيون لصورة المرأة وكيف اهتم بقضاياها من خلال ما يبثه من مضامين، كما أن كلتا الدراستين تحليلية وصفية اعتمد فيها على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات عن العينة التي تم اختيارها بطريقة قصدية وتحليلها كميًا وكيفيًا، كما استفدنا كثيرا من هذه الدراسة خاصة في طريقة تحليل المحتوى الإعلامي للوصول إلى نتائج دقيقة.

● الدراسة الثالثة :

دراسة لامية جرمان: "قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية" دراسة تحليلية لبرنامج "كلام نواعم" على قناة mbc1 سنة 2017.

حاولت الباحثة أن تبرز أهمية ودور الإعلام في المجتمع، وذلك من خلال تعدد وسائله التي يصل من خلالها إلى جماهير متباينة الخصائص، وخاصة وسيلة التلفزيون لما له من شعبية نتيجة البرامج التي يُقدِّمها بالاعتماد على عنصر الصوت والصورة والحركة، حيث تُشكّل المرأة عنصر لا يستهان به في الأعمال التلفزيونية أو حضورها كقائمة يتم التطرق لقضاياها ومعالجتها، ذلك انطلاقا مما تتميز به المرأة من سمات تمكنها من اكتساح عالم الإعلام والاتصال بكل براعة تُعرّف بذاتها وقضيتها وتُثبت وجودها في كل الميادين عن طريق شاشات التلفزيون.

وطرحت التساؤل الرئيسي التالي: كيف عالجت قناة mbc1 قضايا المرأة العربية من خلال برنامج كلام نواعم؟

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:

- ما هو الحجم الزمني المخصص لقضايا المرأة العربية في برنامج كلام نواعم؟

- ما هي أهم القضايا الخاصة بالمرأة العربية التي عالجها برنامج كلام نواعم؟

- ما هي المصادر التي يعتمدها برنامج كلام نواعم في قضايا المرأة العربية من خلال قناة

? mbc1

وتكمن أهمية الدراسة حسب رأي الباحثة في الدور الذي تؤديه المرأة العربية في حد ذاتها، وأنه ذو أهمية بالغة، فهذا من شأنه أن يستحق الدراسة والبحث فيما يخص هذا الدور الذي تتكفل به شريحة خاصة من المجتمع وهم النساء، وقد هدفت الباحثة من وراء إجراء هذه الدراسة إلى التعرف على أهم المصادر التي يعتمدها برنامج كلام نواعم في تغطيته لقضايا المرأة العربية.

حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي من أجل الوصول إلى أكبر قدر ممكن من البيانات في تحليل الموضوع المدروس أو العينة المختارة ، مستعينة في ذلك بأدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة وتحليل المضمون باعتبار أنهما الأنسب لموضوع دراستها.

أما فيما يخص عينة الدراسة فقد اختارت الباحثة عينة ممثلة لمجتمع البحث الضخم، وذلك باختيارها لأعداد من البرنامج محل الدراسة أي اعتمادها على العينة القصدية.

وامتدت الدراسة لمدة زمنية معتبرة للوصول إلى نتائج دراستها، والمتمثلة في أن نسبة معالجة قضايا المرأة العربية في برنامج كلام نواعم نسبة لا بأس بها من خلال تركيزه على القضايا الأبرز في مجتمعاتنا العربية كالعنف والعمل ... الخ. كما أن المواضيع الأكثر تناولا في برنامج كلام نواعم هي المواضيع الاجتماعية، على اعتبار أن العمل هو أحد أهم القضايا التي تهم المرأة العربية، وتطرح أغلب هذه القضايا داخل الاستوديو بهدف الكشف عن حقائق معينة مخفية.

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من خلال المتغير التابع الذي هو البرامج التلفزيونية، وأيضا من حيث اعتمادها المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون وكذا اعتمادها على العينة القصدية في تحليل مضامين برنامج "كلام نواعم".

وقد استفدنا من هذه الدراسة خاصة في فهم مصطلحات الدراسة كالمراة والبرامج التلفزيونية وكذا في الجانب التطبيقي أي تحليل البرامج التلفزيونية.

● الدراسة الرابعة :

دراسة زغدي مروة: " صورة المرأة في إعلانات الفضائيات العربية " دراسة ميدانية على عينة من النساء بحي المجاهدين بولاية الوادي سنة 2014.

تطرقت الباحثة في إشكالياتها إلى أهمية وسائل الإعلام في حياتنا اليومية، وذلك لما تقدمه من إعلانات جاذبة تسيطر على عقول ورغبات المشاهدين بكل فئاتهم وأعمارهم، وقد اشتد الاهتمام بالمرأة في الإعلانات التلفزيونية خاصة مع اشتداد المنافسة بين القنوات الفضائية العمومية والخاصة، حيث استغلوا المرأة وجمالها كعنصر فعال ومهم في الإعلانات، فثنائية الإعلام والمرأة هما المنفذ الأساسي للقنوات التلفزيونية.

وخلصت الباحثة إلى طرح التساؤل الرئيسي: ما هي نظرة نساء ولاية الوادي لصورة المرأة في إعلانات الفضائيات العربية؟

وقد تفرع عن التساؤل الرئيسي التساؤلات التالية:

- هل تعد المرأة المحرك الأساسي الذي يدفع المستهلك إلى اتخاذ قرار الشراء؟

- ما هي أسباب ودوافع استخدام المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية؟

حيث هدفت الباحثة من وراء دراستها هذه إلى معرفة علاقة استخدام المرأة في الإعلانات العربية وتحديد أسباب ودوافع استخدامها، أما فيما يخص أهمية الدراسة فتكمن في معرفة ما تطمح المرأة إلى تحقيقه والمكافحة من أجل إثبات ذاتها، وذلك من خلال تجاوبها مع إعلانات الفضائيات العربية .

واعتمدت في ذلك الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لأنها كانت بصدد وصف نظرة المبحوثات لصورة المرأة في إعلانات الفضائيات العربية. حيث استعانت بالملاحظة والمقابلة والاستبيان كأدوات جمع البيانات، وهو ما يمثل عنصر قوة في دراستها، فتدعيم البحث بالملاحظة المباشرة يعزز الوصول إلى أكبر قدر ممكن من البيانات والمعلومات المطلوبة. واعتمدت في ذلك على عينة قصدية، وقد خلصت الباحثة في النهاية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-عدم تركيز المعلنين على جوهر المرأة في الإعلان التلفزيوني.

-الأغلبية يفضل ظهور المرأة محجبة بلباس لائق ومستور.

-ترى الأغلبية أن صورة المرأة ليست ملبية للواقع وإعطاءها أدوار تبرز شخصيتها وفعاليتها في المجتمع.

نلاحظ أن هناك تشابه لهذه الدراسة مع دراستنا في فكرة البحث عن صورة المرأة في وسائل الإعلام، لكن الباحثة عاجلت الموضوع من زاوية مختلفة، أي من وجهة نظر النساء في حد ذاتهن، من خلال إجرائها لدراسة ميدانية على عينة من المبحوثات للتعرف على آرائهن وتوجهاتهن نحو الإعلانات العربية والصورة التي تقدمها عن المرأة العربية، عكست من خلالها صورة المرأة الجزائرية المتحفظة والملتزمة.

الفصل الأول

واقع المرأة في المجتمع

الجزائري

الفصل الأول: واقع المرأة في المجتمع الجزائري

أولاً: السياسات العمومية بشأن تمكين المرأة في الجزائر

ثانياً: المرأة الجزائرية والتعليم

ثالثاً: المرأة الجزائرية والعمل

رابعاً: دور المرأة الجزائرية في تنمية المجتمع

خامساً: نظرة المجتمع الجزائري للمرأة

سادساً: التحديات التي تواجه المرأة في المجتمع الجزائري

أولا: السياسات العمومية بشأن تمكين المرأة في الجزائر:

للحديث عن صورة المرأة في الجزائر من خلال الوسائل الإعلامية ، لابد من الوقوف أولا عند واقعها في المجتمع وما توفره لها الدولة حتى تضمن حقوقها وكرامتها والعيش بكرامة، لذا قمنا بتخصيص فصل كامل للوقوف عند الجوانب القانونية ومعرفة مدى سعي الدولة للنهوض بالمرأة الجزائرية كونها عنصرا فعالا في المجتمع.

من التدابير الأولى التي اتخذت من أجل حماية وضع المرأة في الجزائر هي القانون الذي تبناه المشرع الجزائري بمبادرة من السيدة خمستي وذلك بتحديد سن زواج المرأة بـ 16 سنة. ومن المهم هنا الإشارة إلى أن هذا القانون الذي مضى عليه خمسون سنة كان من القوانين القليلة جدا التي بادر بها النواب الجزائريون لمصلحة المرأة. وحتى وإن كان هذا القانون غير مُحترم بسبب هيمنة التقليد من خلال الزواج بالفاتحة وعدم الأخذ بالزواج المدني دائما، إلا أنه جعل الجزائر من أولى البلدان العربية والإسلامية التي تولي جانبا من الاهتمام إلى سن الزواج. لكن وطيلة أربعة عقود من الزمن لم يحدث من قبل السلطات العمومية ما من شأنه أن يبدي اهتماما بإشراك المرأة في مسار التغيير الاجتماعي والاقتصادي الذي كان ينشده النظام السياسي. لقد اقتصر التفكير في هذا الشأن على الخطاب السياسي (بالمعنى الحرفي للعبارة).

ونذكر في هذا الصدد ما قاله الرئيس بومدين في خطابه أمام المؤتمر الثالث للاتحاد الوطني للنساء : "إن النظام الثوري يعمل على مساعدتكم من خلال إعداد تشريع يفتح أمامكم كل الأبواب نحو المستقبل، ولكنه يتوجب عليكم تجسيد هذه القوانين وتطبيقها. لا تنتظرن أن نفرض تغيير بعض الذهنيات المتحجرة بالقوة..." (2 أبريل 1974). ويمثل هذا الخطاب تعبيرا عن توجه النظام الحاكم آنذاك نحو سياسة تقوم على نمط أبوي يعترف بحقوق المرأة ويجسدها في نصوصه الدستورية، ولكنه في الوقت ذاته يقف في ممارسة سلطته عند الحدود التي تفرضها "قيم" المجتمع بل وحتى الذهنيات المتسلطة التي يبدو إزاءها النظام السياسي عاجزا عن أي حراك، حتى أنه ينظر إليها أنها أصبحت أمرا مقضيا. (زين، 2015)

ومن المهم التأكيد مرّة أخرى أنّه على المستوى التشريعي، ولا سيما فيما يتعلق بالدستور والانتخاب والترشح فإنّ المساواة كانت مكرّسة رسمياً منذ الاستقلال، بل غالباً ما يتمّ التأكيد على هذا الجانب في الخطاب السياسي الرسمي من أجل إبراز احترام حقوق المرأة وكذلك المساواة بين الجنسين. ومع ذلك، فإنّ التأكيد على البعد الديني ورمزية التقليد، بل وسلطته، إلى جانب الأخلاق، غالباً ما كان يُشار إليها من أجل تبيان التوجه الذي تنهجه السياسات العامّة الحكومية في مجال المرأة. وسواء تعلّق الأمر بإعداد السياسات العمومية، أو بمضمونها وتطبيقها أو بأثرها على المجتمع، وعلى النساء بشكل خاص، فإنّها إنّما تروم في الواقع التماشي مع التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الحاصل من جهة، ومع مطالب الفئات النسائية من جهة أخرى. (زين، 2015)

وبشكل عام فإنّ موضوعاً مثل هذا لم تتداوله الأبحاث الاجتماعية والسياسية إلاّ بدءاً من منتصف السبعينيات. وقد كان المؤتمر الدولي حول وضع النساء الذي انعقد في مكسيكو سنة 1975 بداية لعمل كبير الشأن في هذا المجال، ومثّلت رعاية الأمم المتحدة لهذا المؤتمر تأكيداً على البعد الدولي لحقوق المرأة، من هنا بدأ جدّي الاهتمام ببعد "الجندر" في السياسات العمومية، من خلال الأخذ في الحسبان بالفوارق بين حقوق الرجل والمرأة على كافة المستويات. ويغلب على السياسات العمومية في هذا الشأن اتجاهان: ينحو الأول إلى تبني سياسات خاصة من أجل تدارك الفوارق وأبعاد اللامساواة الموجودة، والتي تعدّ النساء ضحيّة لها، أو تبني سياسات عامّة تدمج إشكالية المساواة في كل جوانب الحياة. بالنسبة للجزائر فإنّ أهم جانب اهتم به المشرّع الجزائري فيما يتعلق بوضع المرأة كان هو قانون الأسرة. ومن المهم أن نلاحظ أوّلاً أن الأمر يتعلّق بإدارة الجانب الخاص في التنظيم العائلي وإعطائه بعداً مؤسسياً وعمماً في الوقت نفسه لا سيما فيما يخص الزواج مثلاً. وربما كان هذا العامل قد لعب دوراً رئيسياً أولاً في تأخر تبني قانون الأسرة الجزائري سنة 1984، ثمّ تأخر تعديله فيما بعد لأكثر من عشرين سنة، وثانياً في الاهتمام الذي حظي به من طرف الباحثين من جهة والحركات النسائية والنسوية من جهة أخرى. (زين، 2015)

ولقد فشل النظام الجزائري خلال ثلاث فترات 1964، 1972، 1980 (أي في عهد ثلاثة رؤساء: بن بلة، بومدين وبن جديد) في تبني قانون منصف للمرأة إلى ترك فراغ قانوني فيما يخص القانون المدني الذي صدر سنة 1975. لم يكن عدم إشراك المرأة في إعداد هذا القانون وحده الدافع إلى نمو حركة نسوية معارضة، ولكن تجاهله للواقع وعدم الأخذ في الحسبان بالتغيرات التي حصلت في الحياة الاجتماعية والاقتصادية أيضا، وربما بشكل خاص، بدور المرأة في هذه الجوانب، جعل نجاح إدماج المرأة في الحياة العامة مسألة مرهونة بتقدم مكانتها في النصوص القانونية. يدفعنا هذا إلى القول أن النظام السياسي قد كرس المرجعية التقليدية وسمى بالمعايير التي فرضتها الأعراف والقيم التي دافعت عنها بعض المرجعيات الإسلامية. وقد أدى ذلك إلى بروز نضال نسوي خارج الأطر الرسمية للحزب الحاكم (جبهة التحرير الوطني) وللمنظمة الجماهيرية التي كانت تنشط تحت لوائه (الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات)، بحيث اتجه نشاط النساء النضالي إلى الحركة النقابية، التي ورغم التمثيل النسبي الضعيف للنساء فيها إلا أنها كانت ملاذا للتعبير عن مطالبهن المهنية. (زين، 2015)

لقد غابت إذن وفي مرحلة حاسمة من تاريخ الجزائر السياسي والاجتماعي السياسات الحكومية المتعلقة بالمرأة، بشكل يوضح أن اهتمام الحكومات بعد الاستقلال قد انصب على ما سمي في الأدبيات السياسية والصحفية بـ"البناء والتشييد". ولم يكن الرهان منصبا على المرأة في ذلك. وذلك على الرغم من أن أول دستور جزائري (1963) قد أكد في ديباجته على أن نجاح الثورة يتحقق من خلال عوامل عدة، منها إتباع سياسة اجتماعية تُعنى بـ"الإسراع من انبعاث المرأة من أجل إشراكها في تسيير الشؤون العامة وتنمية البلاد". وحتى عندما أصبح اهتمام النظام السياسي منصبا حول إنجاز مشروع "الثورة الثقافية" التي كانت تهدف إلى تكوين "إنسان جديد" في "مجتمع جديد" لم تكن للمرأة مكانة تُذكر، بشكل بدا وكأنها تحت وصاية ذلك الإنسان الجديد الذي ما هو إلا الرجل الجزائري "المهيمن". (زين، 2015)

إن عدم إدراك المشرع الجزائري للتلازم الموجود بين التغيير الاجتماعي الحاصل منذ الاستقلال وحرية المرأة وانبعاثها واستقلاليتها التي تم تقييدها في قانون الأسرة، لم يحرم المرأة الجزائرية من أداء

دورها، ولكنه في المقابل، وهذا ما يهّمنا بشكل أكبر، قد أثر سلبا على إعداد السياسات العامة الكفيلة بإشراك المرأة في الحياة العامة. إن مجرد اعتبار المرأة كقاصر أو غير مؤهلة كالرجل في قانون الأسرة قد أعاق بشكل أو بآخر الاندماج الكامل للمرأة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية من حيث أنه أعطى اهتماما أكبر للجانب الخاص في العلاقات بين الزوجين ولدور المرأة داخل الأسرة بشكل كاد يحصر مكانتها في البيت. وكان انتظار عشرين سنة من أجل تعديل قانون الأسرة مؤشرا على حساسية الموضوع من جهة، وعلى عدم إيلاء الاهتمام الكافي لدعوة النساء الجزائريات إلى إلغاء هذا القانون المسمى مجازا من طرف الحركات النسوية "قانون العار" (Code de l'infamie)، حيث كرس هذا القانون بنزعة مقصدها الرئيس هو تنظيم الروابط الأسرية تحت ضمانات السلطة العمومية بما يضمن حقوق وواجبات أفراد الأسرة، ولكنه أبعد ما يكون عن تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة. ومن ثمّ فإن كل القوانين الأخرى، وكذلك السياسات المتبّعة من قبل الحكومات المتعاقبة فيما يخص قضايا المرأة، كانت تراعي احترام قانون الأسرة بما يقتضيه من مراعاة للقيم والثقافة الإسلامية، أكثر من مراعاتها للتغيرات الحاصلة. (زين، 2015)

ولم يحصل توجه جدّي وفعل نحو اهتمام السياسات العمومية بالمرأة من حيث المقاربة الجندرية أو بدرجة أقل "البعد الجندري" إلا بشكل محتشم، وحتى ذلك ما كان ليتمّ إلا تحت تأثير الموجة العالمية التي ظهرت بدءًا من الثمانينيات من خلال تبني مشروع الاستراتيجيات المستقبلية لترقية المرأة (مؤتمر نيروبي) وتكرست ميدانيا في مناحي مختلفة ومستويات متباينة بين الدول بعد المؤتمر العالمي الرابع للمرأة المنعقد في بكين 1995. وكان برنامج العمل الذي شاركت فيه الجزائر وصادقت عليه قد أكد على الأهداف الإستراتيجية والتدابير الواجب اتخاذها في المسائل المرتبطة بمعاناة المرأة والتميز الحاصل في حقها في مجالات التعليم والصحة والاقتصاد واتخاذ القرار وكذلك في شؤون الإعلام والبيئة. ولئن لم يشر تصريح برنامج عمل بكين إلى عبارة السياسة العمومية إلا أنه حمل الكثير من العبارات من قبيل البرامج العامة، الاستراتيجيات الخاصة و سياسات التنمية.

وبعدما اقتضت مسألة اقتراح البرامج الخاصة بترقية حقوق المرأة على الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات، ولفترة طويلة، اتجه اهتمام الحكومة بعد مؤتمر بكين إلى اعتماد سياسات تستجيب لمتطلبات برنامج العمل الذي تم تبنيه وكذلك لما تقتضيه واجبات الدولة الجزائرية والتزاماتها من خلال مصادقتها، بتحفظ على اتفاقية إقصاء على كل أشكال التمييز ضد المرأة (CEDAW) سنة 1996.

وقد كان لإنشاء الوزارة المنتدبة المكلفة بالأسرة تحت تسميات مختلفة بدءا من (1996) والذي تحقق تنفيذه لتوصيات برنامج بكين الأممي للمرأة سنة (1995)، دورا لا يستهان في إبداء الاهتمام بمسائل كانت مغفلة من قبل محاربة العنف ضد المرأة والتحرش والاهتمام بالنساء اللواتي يعشن في معزل عن أسرهن... ولئن كانت الإجراءات المتخذة في أمور مثل هذه ضعيفة وغير ذات اهتمام كما سنبين لاحقا إلا أنها أبانت أهمية تدخل الدولة من أجل تكريس حقوق المرأة في مجال العمل والتكفل بالنساء اللواتي هن في وضعية صعبة. ورويدا رويدا تكرر خيار مقاربات الجندر في إعداد بعض البرامج الحكومية.(زين، 2015)

وفي تقاريرها الدورية المقدمة أمام اللجنة الأممية المكلفة بمحاربة التمييز ضد المرأة، اعترفت الجزائر بأنها تنتهج سياسات وبرامج تبتغي إدماج بعد "الجندر". ويمكن الإشارة هنا إيجازا إلى ثلاثة برامج حكومية كان الهدف منها إدماج المرأة في الحياة العامة من خلال الأخذ بالحسبان وضعية المرأة وخصوصيتها، وذلك مراعاة لتوصيات الهيئات الأممية في هذا الشأن:

أ- الإستراتيجية الوطنية لترقية وإدماج النساء: 2010-2014

كان من أهداف هذه الإستراتيجية التي تم تبنيها من طرف الحكومة في مارس 2010 إلى السماح للرجال والنساء من الاستفادة من سياسات وبرامج التنمية، (مع الاعتراف بالاختلافات الموجودة) من خلال التأكيد على ضرورة تأهيل المرأة، وتهيئة المناخ الملائم من أجل التعاون بين المرأة والرجل في اتخاذهم للقرارات التي تهمهم جميعا.

ب- برامج دعم قيادة المرأة وتجسيد مشاركتها في الحياة السياسية وفي الحياة العامة: ويهدف حسب التقرير المقدم إلى لجنة CEDAW إلى تأهيل المرأة في المجال السياسي وفي الشأن العام، والعمل على إيجاد إستراتيجية ترمي إلى تكريس مكانة المرأة ومشاركتها سياسيا على المستوى الوطني والمحلي.

ج- البرنامج المشترك من أجل مساواة الجندر واستقلالية المرأة: انطلق هذا البرنامج في سبتمبر 2010 من أجل دعم "الجهود الحكومية بشأن المساواة" وتحسين شروط ولوج المرأة لعالم الشغل وتمكينها من الاستفادة من الفرص المتاحة من خلال برامج التكوين والتعليم المخصصة للنساء وذلك في إطار التعاون الدولي.

والواقع أنّ الإستراتيجية والبرنامجين اللذان تمّ اعتمادهما، بإشراف من الوزارة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، هما بمثابة استجابة لمقتضيات مرحلة أصبحت فيها قضايا المرأة من انشغالات "العولمة". وعليه كان لا بد من حراك يأخذ بتوصيات، بل وإلزام الهيئات الأمامية المخول لها باسم القانون الدولي الإشراف على مسائل ترقية حقوق المرأة. ونجد ذلك واضحا حتّى في النصوص التي تمّ اعتمادها والتي تكرّس، طوعا أو كرها، خطط العمل المعدّة في هذا الإطار. ولما كانت السياسات العمومية كما عرّفها بعض المختصّين ليست إلّا ما تختار الحكومات أن تفعله أو لا تفعله، أو بمعنى آخر انجازات السلطات العمومية في المجتمع، فإنّها تُعبّر بجدّ عن كيفية تعامل هذه السلطات مع مسألة بعينها. (زين، 2015)

وهكذا تعاملت الحكومات الجزائرية في سياساتها العمومية مع مسألة حقوق المرأة وفق ما تقتضيه العولمة ومقرّرات الندوات والبرامج والاستراتيجيات الدولية، وخاصة مع ما تقتضيه الاتفاقيات الدولية التي وقّعت عليها الجزائر، ولاسيما CEDAW. ولكن السياسات العمومية في مسعاها ذلك لم تطرح بعد "الجندر" إلّا كآلية أو تقنية تستعمل من أجل إدراك الفروقات الموجودة بين الجنسين في مجالات شتى. ولئن كان هذا الإجراء في حدّ ذاته مهما للسلطات أوّلا من أجل استكمال ما ينبغي تبنيه من برامج وإجراءات، وللباحثين ثانيا من أجل الوقوف عند المتغيرات الحاصلة ودراستها، فإنه

أخذ في أغلب الأحيان شكل معاينة الحال (constat). في المقابل غلب على هذه البرامج، وكذلك التقارير المقدمة في شتى المناسبات، ولاسيما عيد المرأة العالمي، ولمختلف الجهات، الدولية منها خاصة، الجانب الكمي (زين، 2015).

هكذا يظهر التركيز على ما يعتبر ايجابيا ويُنسب إلى جهود الحكومة كعدد المتمدرسات، والمعلمات والعاملات في قطاع الصحة والقضاء والإدارة، وهي حقًا قطاعات سجّلت إدماج عدد كبير من النساء، ولكن هذا العدد الكبير الذي ارتكز في عدد محدّد من القطاعات يطرح بنفسه إشكالات أخرى تقتضي أن يتوجّه إليها اهتمام السياسات العامة. إن افتقار قطاعات السياحة والتصنيع والصناعات التقليدية للعنصر النسوي يُعبّر عن قصور السياسات العامة في عملية إدماج المرأة في القطاع الاقتصادي. (زين، 2015).

ثانيا: المرأة الجزائرية والتعليم

يُعتبر التعليم بمفهومه الواسع الدّعامة والعنصر الأساسي في تكوين الفرد لبناء المجتمع والقاعدة الأساسية لتحقيق نهضة شاملة مبنية على العلم والتكنولوجيا، فالتعلم هو العامل الأساسي في تحرير الإنسان من مختلف القيود الثقافية، فرقي الشعوب ونموها يقاس بنوعية ومضامين تعليمها، فهو كذلك من بين المحدّات الاجتماعية للمرأة والخطوة الأولى لتحررها الفكري والثقافي ذلك باعتبارها المربية الأولى في المجتمع، فتعليم المرأة يشمل مجموعة معقّدة من القضايا والمناقشات المحيطة بتعليم الفتيات والنساء، ويتضمن مجالات المساواة بين الجنسين وتلقّي التعليم.

كم لا يخفى عن أحد أنّ اكتساب المرأة القدر الكافي من العلم والمعرفة، مكّنها من الاضطلاع على واجباتها والبحث عن حقوقها كفرد فاعل في المجتمع والدولة وليس في الأسرة فقط، فمن المعلوم أن التعليم يمكن المرأة من تحسين وضعها الصحي والغذائي، وتفعيل دورها بشكل صحيح في تربية ورعاية الأبناء وحمايتهم.

ولقد أولت الدولة الجزائرية اهتماما كبيرا بتعليم المرأة حيث يعتبر من أهم الانجازات التي قامت بها الدولة الجزائرية، فقد كشفت الإحصائيات أن نسبة الفتيات والنساء في حقل التعليم في ارتفاع مستمر سواء كان ذلك على مستوى التأطير أو المتدرسات فبفضل مجانية وإجبارية التعليم أصبحت الفتاة تتلقى نفس التعليم الذي يتلقاه الذكور.

ومن أهم أسباب حرص المرأة على رفع مستواها التعليمي هو كون التعليم أهم عنصر غير وضع المرأة فهو يظل قوة دينامية في تحرر المرأة والأخذ بيدها نحو المشاركة الفاعلة في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية بالتغلب على التمييز ضد المرأة وتقلص الفجوة بينها وبين الذكور.

1-الوضع التعليمي للمرأة الجزائرية بعد الاستقلال:

عرفت الجزائر العديد من التحولات التي مّست وبشكل كبير وملحوظ مختلف مجالات الحياة بعد حصولها على الاستقلال، ومع توافد المتعلمين الجزائريين والنقص الكبير في الإطارات دليل على طبيعة هدف التنظيم التربوي والاستعماري، الذي كان يخدم الشعب الجزائري وطبقاته المحرومة في الأرياف والمدن لذا كان لا بدّ من إيجاد حل يتماشى مع متطلبات الظروف الجديدة الملائمة لتكوين وتعليم آلاف من الأطفال المتعطشين إلى العلم والمعرفة في ظل الظروف السياسية الجديدة.

لقد قامت الدولة الجزائرية بمجموعة من الجهود تحت لواء الحركة الإصلاحية التي نشأت نتيجة تأثرها بالحركات الإصلاحية، حيث قام عبد الحميد ابن باديس ببعث النهضة العلمية والذي كان له الفضل الكبير في طرحه لمشكلة المرأة والتعليم في الجزائر في بيئة يطغى عليها التخلف والركود، فالاستعمار والفقر والبطالة الأمية المتفشية إضافة إلى الجمود الفكري السائد ساهم في إغلاق دائرة الحياة على المرأة التي تعتبر محور الشرف والسمعة في حياة المجتمع، لذلك وجه المسؤولون الجزائريون عناية فائقة لقضايا التربية والتعليم وعناية أكبر لتعليم المرأة إيمانا منهم بأنه لن تكون هناك تنمية مستدامة دون تنمية المرأة، على أساس أنها الدعامة الأساسية للمجتمع، ونظرا لأهمية التعلم فقد أولى قطاع التربية والتعليم في الجزائر غداة الاستقلال اهتماما كبيرا من خلال تطبيق مبدأ مجانية التعليم وفتح

فرص التعلم للجميع دون استثناء، حين باءت القوانين تحمل في طياتها حقوق المساواة بين الرجل والمرأة، وبالتالي أصبحت فرص التعليم والتكوين متكافئة بينهما، وتم الإعلان على أن التعلم يكون لجميع الأطفال الراغبين فيه ذكورا وإناثا دون أي تفضيل أو تمييز بين الجنسين سواء في المدن أو الأرياف، فدخلت الفتاة الجزائرية كغيرها من الجزائريين المدارس بكلّ شغف، ولكن بدرجة أقل مقارنة بالذكور ويعود ذلك إلى وضعية الأسرة الجزائرية وظروف المجتمع الجزائري وكذا الاعتقادات السائدة والأفكار التي تعود إلى العادات والتقاليد. (بن الصديق، 2020)

ومع التغيير في مختلف الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، بدأ الوعي ينتشر بأهمية التعلم، وبدأت الأسرة الجزائرية تعطي أهمية وقيمة للعلم وكذا زوال الأحكام السلبية اتجاه المرأة فأخذت مراكز التعليم عاملا إيجابيا وأحدثت تحولا عميقا في وضع المرأة الجزائرية.

وعليه فإنّ الجزائر قد خطت خطوات عديدة في سبيل تعليم المرأة وتحقيق المساواة بينها وبين الرجل في هذا الميدان، غير أنّ هذه العملية ورغم أهميتها اصطدمت بحواجز تتعلق بالوضع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي إبان خروج الجزائر من المرحلة الاستعمارية، إضافة إلى عادات وتقاليد المجتمع، كلّ هذا أثر في مسيرة تنوير المرأة في الميدان التعليمي. (بن الصديق، 2020)

كما تجدر الإشارة إلى أنّ الجزائر ومن خلال منظومتها القانونية قد كوّنت مبدأ المساواة في التعليم، والذي دعا إلى عدم حرمان المرأة من الالتحاق بالمؤسسات التعليمية، وإعطاء فرص متساوية للجميع ذكور وإناث وعلى وجه من التكافؤ، فقد لعب النسق التربوي إلى حدّ كبير في إحداث التغيير وتطور وانتشار الوعي الثقافي للاهتمام بتربية الطفلة وتشجيعها على التعليم بعد أن كان موقف الإباء من تعليم الفتاة خاصّة في الإطار المحلي بسحب بناتهم من المدرسة في السنوات الأولى. (بن الصديق، 2020، الصفحات 190-191)

2. الإناث ومعدلات التحاقهن بالتعليم في الجزائر:

المرحلة الأساسية: إن التعليم الأساسي يجمع بين الدراسة الابتدائية والمتوسطة في مرحلة واحدة، يتدرج فيها التعليم من السنة الأولى إلى السنة الرابعة متوسط فالمدرسة الأساسية تهدف في البداية إلى تزويد التلاميذ بأساليب التعبير باللغة العربية.

الجدول رقم (02): يوضح تطور نسبة مشاركة الفتيات حسب المستوى التعليمي لسنوات

دراسة مختارة

السنة		الطور					
		_2013	_2003	_1993	_1983	_1973	_1963
		2014	2004	1994	1984	1974	1964
الطور 2و1 أساسي	الفتيات	3730460	2119454	2061359	1422855	928143	388871
	النسبة	47.68	47.02	45.65	42.64	39.06	38.01
الطور 3 أساسي	الفتيات	2605540	1083046	706997	458126	98698	22358
	النسبة	47.62	48.75	43.68	40.67	32.91	30.06

من خلال الجدول نلاحظ التطور المستمر في نسب التحاق الفتيات بالتعليم فقد ارتفعت

نسبة التحاق الإناث من 38.01% في العام 64/63 إلى 47.68% في العام 2014/2013 للطور 1

و2أساسي3 ومن 30.06% في العام 1963/1964 إلى 47.62% في العام 2013/2014 للطور3 أساسيمع العلم أنّ الطور1 و2 أساسي يتعلق بالتعليم الابتدائي انطلاقا من السنة الدراسية 2003-2004 والطور3 أساسي يتعلق بالتعليم المتوسّط انطلاقا من السنة الدراسية 2003-2004.

هذا ما يدلّ على أنّ التّعليم أصبح له الأثر الكبير في الحياة الفكرية والثقافية والمهنية والتي غيرت من مفاهيم الأفراد واتجاهاتهم وعلاقتهم بأبنائهم، وجعلت التعليم من أولوية الأسرة الجزائرية فأصبحت الأخيرة تتخلى عن العادات والتقاليد القديمة وبالتالي أعطت أهمية لتعليم الفتاة.

2-المرحلة الثانوية:

تُمثّل المرحلة الثانوية في النظام التربوي الجزائري النقطة المركزية للمرحلة التعليمية تهدف هته المرحلة إلى دعم المعارف المكتسبة، والتخصص التدريجي في مختلف الميادين وفقا لمؤهلات التلاميذ وحاجات المجتمع.

وشكّل التطور الملحوظ في تعليم البنات تحولا كبيرا في تعليم المرأة في الجزائر وهو ما يؤهلها للمشاركة أكثر في الحياة الاجتماعية ويزيد من فرص تقلدها مناصب المسؤولية، الأمر الذي ينعكس إيجابا على مكانتها داخل الأسرة وخارجها حيث يؤكد " زايد مصطفى " في هذا الإطار " أن مبدأ ديمقراطية التعليم وإلزاميته في التعليم الابتدائي أفل للمرأة الظروف الموضوعية للترقية الاجتماعية كما أن لتفوق الإناث على الذكور في التعليم في تصاعد مستمر عام بعد عام وهو ما يعكسه التفوق النسائي الكبير في شهادة البكالوريا وكذا حجم العزوف الذكوري عن الدراسة. ففي بكالوريا 2008 وصلت نسبة نجاح الإناث 67.36% بينما نسبة نجاح الذكور قدرت ب 32.64%. ونفس الشيء بالنسبة لبكالوريا 2017 نسبة نجاح الإناث قدرت ب 65% بينما نسبة نجاح الذكور 34.97%.

وقد توصل الباحث " عبد القادر لقجع " في دراسة ميدانية حول القيم وطرق التفكير لدى الشباب الجزائري إلى أن البنات أصبحوا أكثر حرصا على دراستهن من الذكور وذلك من أجل تحقيق

غاية مزدوجة وهي التحرر من الرقابة العائلية وتجاوز الحدود المجتمعية التي تكرس السيطرة الذكورية. (بن الصديق، 2020، الصفحات 198-199)

3. التعليم الجامعي:

يمثل التعليم العالي قمة السلم التعليمي سواء في عصرنا الحاضر أو في العصور السابقة، فلقد أصبحت الجامعة مجالاً للتخصصات المتنوعة لإعداد القوى البشرية العالية المستوى.

على غرار باقي مراحل التعليم تطور التعلم العالي في مختلف جوانبه ومن الناحية البشرية، وهذا ما نلاحظه في تطور نسبة الفتيات في مرحلة التدرج فهي فاقت 50 % في كل المواسم الجامعية، فبعدها كان العدد الإجمالي 2725 طالب فقط في الموسم 1962-1963 تجاوز العدد سقف المليون طالب خلال الموسم الجامعي 2012-2013 وبعدها كان عدد الطالبات 576 طالبة في الموسم الجامعي 1962-1963 أصبح العدد 680953 طالبة في الموسم الجامعي 2012-2013 بنسبة مئوية 60.56 % طالبة حيث هناك تطور مستمر لطالبات مرحلة التدرج موسم بعد موسم. (بن الصديق، 2020، صفحة 202)

ثالثاً: المرأة الجزائرية والعمل

إن من أبرز التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي شهدتها المجتمع الجزائري، بعد الاستقلال، هو خروج المرأة إلى عالم الشغل المأجور، فبالرغم من أنها كانت تعمل منذ القدم في مختلف المهن، وهناك من المهن ما كانت حكرًا عليها، فكانت تعمل داخل البيت وخارجه في الزراعة والأعمال اليدوية من نسيج وغزل وغيرها، بالإضافة إلى أعمال أخرى، إلا أن عملها كان يعتبر واجباً تقوم به المرأة بدون أجر. وبخروج المرأة إلى عالم الشغل أحدث ذلك تغيرات كبيرة سواء على مستوى الأسرة أو على مستوى المجتمع، فلعبت المرأة دوراً كبيراً على الصعيد الاقتصادي من خلال مشاركتها في التنمية الاقتصادية، وذلك لما أتاحه التطور التكنولوجي من تسهيل العمل المنزلي والأسري والحياة بشكل عام

ورافق ذلك تطورات اقتصادية واجتماعية، تمثلت في الوعي بأهمية عمل المرأة حيث تغيرت نظرة المجتمع والأسرة للمرأة العاملة وبالتالي إعطائها فرصة للعمل مساوية لفرص الرجل.

وقد مرّ العمل النسوي في الجزائر بمراحل، نذكرها:

1. عمل المرأة في المرحلة الاستعمارية:

كان المجتمع الجزائري في الفترة الاستعمارية مجتمعاً زراعياً رعوياً، ومارست المرأة في ظل هذا النمط الإنتاجي أعمالاً منزلية مختلفة وشاقة، فعملت إلى جانب عملها البيتي اليومي، ورعاية أطفالها، في الرعي، والزراعة ومما ضاعف من أعمال المرأة والتزامها بأعمالها المنزلية، ارتفاع معدلات النساء الأرامل في المجتمع بسبب الثورات الشعبية واندلاع الحرب التحريرية التي راح ضحيتها مئات الآلاف من الرجال، مما جعل المرأة في وضع أكثر مسؤولية لإعالة أسرتها. أما عمل المرأة المأجور فقد اقتصر على ممارسة بعض الحرف التقليدية والزراعية والنسجية، وأعمال التنظيف في البيوت، وذلك بسبب ضعف مستواها التعليمي، وقلة إمكانياتها ومهاراتها. أما المرأة في المدينة فقد كانت أسيرة عادات وتقاليد جعلتها لا تغادر المنزل إلا لضرورة وبرفقة، ومع هذا استطاعت أن تحول البيت إلى ورشة عمل، فكانت الحياكة والنسيج وغزل وتصفيف الصوف والقطن والحريز وصبغة الصوف وحرفة الطرز على الصوف والقطن، كل هذه الأعمال كانت تقوم بها نساء داخل البيت لتتقاضى عليها أجرة تساهم بها في مصاريف البيت. ورغم هذا الدور الاقتصادي الذي كانت تقوم به المرأة في هذه الفترة إلا أن المجتمع لم يكن يعترف لها بذلك، لأنه جعل من الرجل الوحيد الذي يملك القدرة الاقتصادية من إنتاج وشراء رغم أن الحياة العملية لا تتوافق مع ذلك بطريقة ما، لأن المرأة في الجزائر كان لها نشاطها التجاري الذي سمح لها بتحقيق استقلالية مادية ولو بسيطة كانت في الغالب لا تحاسب عليها من طرف الرجل لأنها ضعيفة ولأنه يعلم أنها ستساهم بها في مصاريف البيت والأبناء فهي بذلك تؤدي دور اقتصادي في تسيير البيت، كل هذا يجعلنا نفهم أن المرأة في المجتمع التقليدي الجزائري كانت مقابلة لكن بخصائص غير الخصائص المعروفة اليوم. (مناد و صغيري، 2017)

2. المرأة العاملة في مرحلة الاستقلال:

بعد استقلال الجزائر، كان من أولويات السلطة الحاكمة إعادة بناء مؤسسات الدولة، وأعطت أهمية متميزة للمؤسسات التعليمية من أجل تمكين جميع المواطنين من التعلّم من دون تمييز بين الذكور والإناث، ورغم ضعف التحاق الإناث بالمدارس في السنوات الأولى للاستقلال، بحكم العوامل الاجتماعية والثقافية، إلا أن زيادة وعي الرجال بأهمية تعليم المرأة، وتحسن الظروف الاجتماعية والاقتصادية، ساهمت في تزايد تدرس المرأة هذا العامل لعب دوراً رئيسياً في اكتساب المرأة مستوى تعليمي منحها مكانة اجتماعية، خولتها تويّ مناصب عمل مهمة. ولقد عبر الميثاق الوطني لسنة 1976 عن هذه التوجهات بوضوح عندما أكد على ضرورة توفير الشروط الموضوعية التي تساعد على أن تتبوأ المرأة مكانتها في المجتمع لتهدف إلى تمكينها من الاندماج الفعلي في مسيرة التنمية حتى تضمن مساهمة ملايين النساء الجزائريات اللاتي يشكلن طاقة هائلة للاقتصاد الوطني. (مناد و صغيري، 2017)

وفي ظل تبني الجزائر للنهج الاشتراكي كانت البنية الاقتصادية للبلاد مبنية على أساس المؤسسات العمومية، فعملت على فتح أبواب مؤسساتها لجميع أفراد المجتمع بتأهيل أو بدون تأهيل، وكان دخل فرد واحد من العائلة يكفي لإعالة كل الأسرة فلم تضطر المرأة للخروج للعمل، ولكن مع تغير الأوضاع الاقتصادية في سنوات التسعينيات والتي نتج عنها تسريح مكثف للعمال أصبحت الأسرة الجزائرية تواجه ضغوطا اقتصادية اضطر بسببها مسئول العائلة بقبول خروج زوجته وأخته وابنته للعمل من أجل مساعدته في مصروف المنزل، خاصة أنها قطعت شوطا من التعليم يؤهلها للبحث عن العمل، وقد ساهمت الدولة بشكل كبير في توعية وتوجيه الفكر الشعبي لتقبل الأفراد عمل المرأة، لما يرجع بالفائدة للأسرة والمجتمع والاقتصاد الوطني. (مناد و صغيري، 2017)

ومع هذا التّعير الحاصل في نوع اليد العاملة ونظرا للدخول المكثف للمرأة في مجال العمل، عملت الدولة على إيجاد حلول لرعاية الأطفال فأنشأت مؤسسات تقوم برعايتهم واستيعابهم محاولة حل مشكل كبير للمرأة. وقد توالى القوانين محدثة تطورا هائلا فاعتبرت المرأة عضوا فاعلا في المجتمع،

فمنعت كل أنواع التمييز ضد المرأة، مساوية بينها وبين الرجل، الأمر الذي أحدث تحولات مذهلة، دون المساس في أغلب الأحيان بالقيم الروحية والعقائدية للمجتمع الجزائري، وقد استفادت المرأة الجزائرية بدخولها عالم الشغل من عدة مزايا، منها أنها استطاعت أن تفرض نفسها كعضو فعال لا يمكن الاستغناء عنه بسهولة، ومشاركتها في النقابات وانفتاحها على المجتمع. وعملت على فرض نفسها كمواطنة كاملة الحقوق، والسبب في هذا يرجع إلى زيادة وعيها وارتفاع مستواها الثقافي والتعليمي، فأصبحنا نجدتها في الإدارة وفي الجيش وفي الصناعة والتعليم والصحة والتجارة وهي اليوم مقبولة تقترح هذا الميدان الأصيل للرجل دون أن تهمل محيطها العائلي. (مناد و صغيري، 2017)

وقد أكدّت آخر الإحصائيات المتوفرة حول النشاط الاقتصادي في الجزائر أن عدد النساء الجزائريات النشطات في تزايد مستمر، حيث قُدر بـ 1288088 في شهر سبتمبر 2000 ، بينما قُدر في أبريل 2014 بـ 2288000، وهذا راجع إلى الإجراءات والسياسات التي تبذلها الدولة في دعم تمكين المرأة من المشاركة في الحياة العامة، كما يرجع في الدرجة الأولى إلى المكانة الاجتماعية التي بلغت بفضل تعلمها وزيادة وعيها بقضاياها، وتمكنها من إثبات ذاتها وفرض قدراتها. (مناد و صغيري، 2017، الصفحات 257-259)

كما يتميز العامل النسوي بتمركزه الكبير في القطاع العام، والذي يمتص 57.4 % من مجموع القوى العاملة النسائية مقارنة بنسبة 42.6 % في القطاع الخاص، حيث أوضحت بيانات الديوان الوطني للإحصائيات، أنه من بين 1.97 مليون امرأة عاملة في البلاد، هناك 853 ألف امرأة تنشط في قطاع الصحة، والنشاط الاجتماعي 43.2 % من مجموع الساكنات المشتغلات، مقابل 705 ألف رجل.

رابعا: دور المرأة الجزائرية في التنمية

في إطار الاهتمام بقضية التنمية الشاملة، وانطلاقاً من أن التنمية تتركز في منطلقاتها على حشد الطاقات البشرية الموجودة في المجتمع دون تمييز بين النساء والرجال، يصبح الاهتمام بالمرأة

وبدورها في تنمية المجتمع جزءاً أساسياً في عملية التنمية ذاتها، بالإضافة إلى تأثيرها المباشر في النصف الآخر، ذلك أن النساء يشكلن نصف المجتمع وبالتالي نصف طاقته الإنتاجية، وقد أصبح لزاماً أن يساهم في العملية التنموية على قدم المساواة مع الرجال، بل لقد أصبح تقدم أي مجتمع مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بمدى تقدم النساء وقدرتهن على المشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبقضاء هذا المجتمع على كافة أشكال التمييز ضدهن.

قطعت المرأة الجزائرية أشواطاً طويلة كي تثبت ذاتها، وتفرض وجودها في مختلف المجالات، فبعد أزيد من خمسة عقود من تاريخ استرجاع الجزائر لسيادتها، تمكنت من تبوأ مكانة محترمة على جميع الأصعدة الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية. (شريف و لهوازي، 2015)

ولأن المرأة لعبت دوراً بطولياً جنباً إلى جنب الرجل إبان الثورة التحريرية وما تلاها في مرحلة البناء والتشييد، فقد استحققت الترقية لتكون شريكة في التنمية المحلية لبلدٍ مرّ بعدة مراحل انتقالية طبعتها تغيرات مجتمعية، وتحديات داخلية وخارجية أثرت فيه سلبيًا وإيجاباً، الأمر الذي دفعها لتحمل المسؤولية تجاه الوطن، والمضي قدماً نحو مستقبل أفضل يسوده التماسك الأسري والاستقرار الاجتماعي.

وبعد سنوات من النضال والمطالبة بالحقوق والرغبة في المساواة والتحرر، استطاعت المرأة أن تفتك جملة من المكاسب وتتبوأ أعلى المراتب وتحوز على كامل الدعم بفضل الإرادة السياسية لرئيس الجمهورية منذ وصوله إلى الحكم.

وبالنظر إلى هذا الواقع، تطرح عديد التساؤلات حول الدور الذي لعبته المرأة الجزائرية في دفع عجلة التنمية خاصة على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي، والتضحيات التي قدمتها، إضافة إلى آليات الوصول إلى المكانة التي هي عليها الآن ومدى تأثير ذلك على دور الرجل.

تشير الإحصائيات التي تحصل عليها موقع “جواهر الشروق” من الديوان الوطني للإحصائيات أنه خلال الفترة الممتدة بين (1962 و 2015) تضاعف عدد النساء العاملات 20 مرة

من 90.500 إلى 2.275 مليون، حيث بلغت القوى العاملة الكلية في سبتمبر 2014 بالجزائر 11.453 مليون شخص من بينهم 2.078 مليون امرأة ما يمثل 18.1%.

وتُقَدَّر نسبة المساهمة في القوى العاملة البالغة 15 سنة وأكثر (نسبة النشاط الاقتصادي) 40.7% موزعة على 66.2% لدى الرجال و14.9% لدى النساء، وبحسب مناطق الإقامة فيسجل تفاوت يرجع أساسا إلى ممارسة النساء لنشاطات اقتصادية على مستوى المدن بالدرجة الأولى (17.1% مقابل 10.4% في المناطق الريفية). (شريف و لهوازي، 2015)

يرى الباحث في المجال الاقتصادي في جامعة المدية "عمر هارون" أن المرأة الجزائرية اقتحمت عالم المقاولات وقامت بخطوات عملاقة لفائدة الاقتصاد الوطني خاصة وأن القانون الجزائري ساوى بينها وبين الرجل.

وفي هذا السياق، ذكر أيضا الدكتور هارون نسب حيابة المرأة على مشاريع في مختلف صيغ الدعم الحكومي، حيث تحصي وكالة دعم وتشغيل الشباب "اونساج" نسبة 10% من المشاريع تديرها نساء، فيما تحصي الوكالة الوطنية للتأمين على البطالة "كناك" نسبة 7% و6% في إطار مشاريع الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر "لونجم". (شريف و لهوازي، 2015)

وفي المجال السياسي فقد أدت أحداث أكتوبر، واعتماد النهج الديمقراطي إلى بروز عدة تنظيمات نسائية تشكلت من أجل المطالبة والدفاع عن حقوقها على غرار العديد من التنظيمات التي ظهرت عقب اعتماد دستور 1989 وبالتالي فقد شكلت النساء الجزائريات أكثر من 30 منظمة نسوية، حيث عجلت أحداث أكتوبر بخروج المرأة إلى الساحة السياسية والمطالبة أكثر بحقوقها، فقد تعاضم دور المرأة وتميزت سنة 1989 بمبادرات نسوية كثيفة ومتعددة.

كما شهدت فترة التسعينات بروز نوعين من الجمعيات الأولى تحاول أن تتدخل في الميادين الحساسة سياسيا، وهي التي حققت مكسب تعديل قانون الأسرة وتخصيص فصل في التعديل

الدستوري يتعلق بحقوق المرأة السياسية ومن بين هذه الجمعيات: الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات، جمعية تحرير المرأة (A.E.F) جمعية النساء الديمقراطيات.

أما النوع الثاني، فقد اكتفت بالدفاع عن حقوق المرأة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فظهرت جمعيات لتعليم النساء فنون الطبخ والخياطة وجمعيات من أجل تثقيف المرأة والعمل على نحو الأمية خاصة في الأرياف وأبرز هذه الجمعيات، جمعية ترقية المرأة الريفية.(منصوري، 2018)

وعليه نلاحظ التطور الذي أحرزته المرأة الجزائرية خاصة في عهد الرئيس بوتفليقة الذي أفرد مكانة متميزة للمرأة في كامل الأسلاك، فقد تم تعيين أول والية سنة 1999، وعين السفيرات والوزيرات وبلغ أكبر عدد للوزيرات في إحدى حكومات عبد المالك سلال، حيث بلغت سبعة وزيرات، وذلك تطبيقاً لمقررات الأمم المتحدة المتعلقة بالتمكين السياسي للمرأة.(منصوري، 2018، الصفحات 56-58)

كما أكد أن "التعديلات التي طالت قانون الأسرة هي التي أسهمت وبشكل كبير في فتح المجال واسعاً أمام المرأة كي تحوز على مختلف المناصب والوظائف حتى السامية والحساسة منها، والتي كانت حتى وقت قريب حكراً على الرجل، فعلى سبيل المثال توجد في الجزائر أربع نساء برتبة جنرال ابتداء من سنة 2009، ثم ترقية ثلاث نساء إلى رتبة لواء في الجيش من قبل الرئيس عبد العزيز بوتفليقة".(شريف و لهوازي، 2015).

خامساً: نظرة المجتمع الجزائري للمرأة

لقد كان اقتحام المرأة الجزائرية للعالم الخارجي يُقابل بالرّفص والاحتجاج، إلا أنّ الوضع قد تغير وأصبح خروج المرأة للتّعلم، أو خروجها للعمل، شيئاً مألوفاً خاصّة مع ارتفاع القدرة الشرائية، حيث أصبح الزّوج أو الأب، يحتاج إلى راتب المرأة لمساعدته على أعباء الحياة، وتقبّل الكثير عمل المرأة وتعلّمها وذلك لمواكبة العصر وتطوراتها، خاصة في الجانب الاقتصادي الحرج، الذي يعيشه المجتمع الجزائري حالياً. وقد كاد هذا الوضع أن يقضي على نظرة الاحتقار التي كانت تلازم المرأة التي

تغادر بيتها وتخرج إلى عالم الرجال، كما يحلو للبعض أن يسميه ولكن بالرغم من تبني الكثير من الرجال لمفهوم العمل حديثا، إلا أن الكثيرين لا زالوا يتصرفون وفق منظومة القيم التقليدية ويرفضون عمل المرأة خاصة المتزوجة، والبعض منهم يعلن رغبته في ممارستها لبعض الأعمال ورفضه لقطاعات أخرى، فيحصرن المرأة في قطاع التعليم أو الطب أو التمريض زعما منهم أن هذه القطاعات الوحيدة التي تناسب أنوثتها.

كما أن عمل المرأة لم يتحوّل في وعي الرجل إلى قيمة أساسية مكونة لهوية المرأة الاجتماعية والمهنية ومؤثرة في نظرة المجتمع إليها، حيث إن التنشئة الاجتماعية التي تلقاها الرجل أثرت في نظرتة إلى المرأة ورغم أن التغيير الاجتماعي قد جعل الكثير من القيم التي تخص المرأة تتزحزح قليلا، إلا أنه لم يقض عليها كليا حيث إن هناك عوامل أخرى عديدة تجعل من الصعب القضاء على بعض الأفكار والقيم الخاصة بمكانة المرأة من بينها الفهم الخاطئ للدين. (نافع)

ومنه فإن وضع المرأة الجزائرية منذ القديم وإلى يومنا، لا يختلف عن غيره من نساء العالم فقد عانت هي الأخرى من الدونية، ولكن عرفت بالمقابل أيضا فترات اعترف لها بما قامت به أثناء الثورة التحريرية من أدوار مشرفة، وبعد التغيير السريع الذي اجتاح المجتمع الجزائري والذي أثر في العائلة بصفة خاصة كما أثر في منظومة العادات والتقاليد التي يتميز بها النظام الاجتماعي التقليدي، خرجت المرأة إلى ميدان العمل والتعليم، وتسلمت مهام خارج البيت، محاولة بذلك إثبات وجودها ومكانتها، وعليه فالتعليم والعمل بالنسبة للمرأة الجزائرية قد فتح لها أفقا واسعة بحيث أخرجها من تلك الدائرة الضعيفة التي كانت تعيش فيها، وبالرغم من هذا التغيير الواضح في مكانة المرأة إلا أنه تغير شكلي فقط، دعت إليه في كثير من الأحيان الحاجة الماسة لدخلها حيث إن الرجل لا يزال يتمسك بمكاسبه التقليدية، ويحتفظ بالعادات والقيم التي استقاها من النسق القيمي والثقافي الخاص بوسطه الأسري، وباقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي مر بها والتي أثرت في تصورات وسلوكاته بالرغم من أنه تحرر من بعضها، نتيجة للتغيير الاجتماعي والتعليم إلا أن وضعية المرأة الجزائرية، تعاني من ازدواجية في الأنساق القيمية حيث تخضع وضعيتها إلى قيمين متناقضين أحدهما تقليدي والآخر

حديث وهذا يعود إلى الموروث الثقافي الذي بقي صامدا أمام التغير الاجتماعي.(نافع، الصفحات 155-158).

سادسا: التحديات التي تواجه المرأة في المجتمع الجزائري

بالرغم من المكانة التي احتلتها المرأة الجزائرية والانجازات التي حققتها في كافة المجالات إلا أنها مازالت إلى يومنا هذا تعاني الكثير من الصعوبات والعراقيل التي تحول دون تحقيقها لذاتها وأهدافها بيسر وسهولة بل عليها مواجهة جملة من التحديات من أجل الدفاع عن مكانتها وتحقيق تنمية متكاملة الجوانب يمكن أن نجملها فيما يلي:

1-التحدي السوسيو- ثقافي: إن المرأة الجزائرية مهما بلغت من مستويات تعليمية لا تزال تعيش في كنف الحماية الأبوية هنا أن الأب هو من يتدخل في شؤونها لكن تكون دائما تحت وصاية الرجل سواء الأب، الأخ، أو الزوج فهي ليست متحررة من هذه القيود التي تجعل منها شخصا تابعا ولا يملك إرادة مطلقة حتى وإن كانت كل الدساتير وكل القوانين الجزائرية غير مجحفة تجاهها في هذا الجانب، لكن تبقى وطأة المجتمع والتقاليد والأعراف هي من يسير حياة المرأة في الجزائر وفي معظم المجتمعات العربية هذا ما يجد من إمكانية مبادرتها ورفيها.(منصوري، 2018)

كما تعمل الثقافة الشعبية على التفرقة بين الشؤون العامة والخاصة، وتحدد أن دور المرأة يتعلق بأمور البيت وتربية الأولاد وخدمة الزوج، بينما تعتبر إدارة الدولة والشأن العام من اختصاص الرجل. بالإضافة إلى ذلك يجب أن نشير إلى ارتفاع نسبة الأمية وغياب الوعي السياسي لدى المرأة نفسها، فكثيرا ما لا تمنح المرأة صوتها لامرأة أخرى وتفضل عوض ذلك أن تمنحه للرجل، فالمرأة لا تنتخب المرأة ولا تنفق فيها.

2-التحدي الاقتصادي: بالرغم من المكانة التي أحرزتها المرأة في الجانب التعليمي، إلا أن ذلك لا يترجم في كثير من الأحيان إلى منصب عمل فهناك الكثير من النساء ذوات الشهادات والكفاءات العلمية إلا أنهن ماكنات بالبيوت وينتظرن أن يعيلهن الرجل، هذه التبعية الاقتصادية والمادية للرجل

تجعلهن في كثير من الأحيان يعانين الفقر والفاقة وينشغلن في كيفية إدارة المورد المالي الذي لديهن أو يحاولن البحث في كيفية التخلص من هذه الفاقة وحتى وإن كن عاملات أو موظفات فكثيرا ما يتصرف الرجل سواء كان الأب أو الزوج في أموال المرأة العاملة بحجة أنه سمح لها بالعمل، مما يجعل آخر همهن الاهتمام بالشأن السياسي أو دخول المعترك السياسي، وكما سبق القول فإذا كان هذا حال نساء الحواضر، فحال المرأة الريفية أعتى وأمر، لأن عملهن في الغالب يكون في المزرعة العائلية التي لا تعترف مطلقا بحقوقهن المادية.(منصوري، 2018)

3-التحدي السياسي: لقد نصت الدساتير الجزائرية على مبدأ المساواة بين الرجل والمرأة، وقد ورد في الدستور الجزائري لسنة 2016 عدة مواد تؤكد على أن المرأة والرجل أمام القانون سواء، ولا تمييز في حقوقهم وواجباتهم مثل حرية الرأي، وحق تأليف الجمعيات، والأحزاب السياسية، بل وقد عزز المشرع التمكين السياسي للمرأة بما عرف بقانون المحاصة أو "الكوتا"، وذلك بتخصيص حصص في الانتخابات الوطنية والمحلية في قوائم الأحزاب ويحدد القانون هذه الحصص أو النسب حسب الكثافة السكانية للدائرة الانتخابية، فمن الناحية القانونية نلاحظ أن الجزائر تعتبر الدولة العربية الوحيدة التي طبقت هذا القانون وحاولت إنصاف المرأة، غير أنه من الناحية الواقعية فنجد أنّ المناخ الانتخابي يؤثر سلبا على النساء والرجال، حيث تسيطر آليات استخدام العنف والفساد وسلاح المال على المناخ السياسي، مما أدى بالنساء إلى الإحجام عن دخول المعترك السياسي ووضع الأحزاب في مأزق ملء القوائم الانتخابية.(منصوري، 2018)

ولذلك لاحظنا مستوى ومكانة النساء اللواتي انتخبن في مختلف الاستحقاقات لسنة 2012، أضف إلى ذلك ضعف وهشاشة الدعم الحزبي لمكانة المرأة، وإلى جانب كل ما قيل عدم التخلص إلى يومنا هذا من منطق القبيلية والطائفية والعشائرية وهذا ما لا يؤسس بكل تأكيد إلى انخراط المرأة في المعترك السياسي. فإذا أرادت المرأة الجزائرية أن تحقق فعلا المكانة السياسية المرجوة فعليها أولا التخلص من كل هذه المعوقات التي تجعل منها تابعا للرجل ولا يمكن أن ترقى بنفسها إلا تحت ظله.(منصوري، 2018، الصفحات 58-59)

الفصل الثاني

صورة المرأة في الإعلام

الجزائري

الفصل الثاني: صورة المرأة في الإعلام الجزائري

أولاً: إيجابيات وسلبيات تناول المرأة في الإعلام

ثانياً: المرأة والإعلام في الجزائر

ثالثاً: حقيقة صورة المرأة في وسائل الإعلام الجزائرية

رابعاً: المنظومة القانونية في الجزائر وصورة المرأة في وسائل الإعلام

خامساً: دور الإعلاميين الجزائريين في تعزيز الحضور الإيجابي للمرأة الجزائرية

سادساً: حلول لتقديم صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية

أولاً: إيجابيات وسلبيات تناول المرأة في الإعلام:

لا شك أن وسائل الإعلام المختلفة بكل ما تمثله من هيمنة وسيطرة وانتشار قد تركت آثاراً إيجابية من خلال معالجتها لقضايا المرأة العربية وأخرى انعكست سلباً على المرأة بالخصوص والمجتمع على العموم، وتبدو هذه الآثار بدرجات متفاوتة كما ونوعاً، إذ تختلف من مجتمع لآخر ومن امرأة لأخرى. كما أن أساليب الإعلام في التأثير والتوجيه مختلفة ومتنوعة، إذ قد يكون قصير المدى يظهر نتاجه مباشرة. وقد يحدث التأثير في ظل عملية تراكمية تحتاج فترة زمنية ممتدة وطويلة ليتم التغيير الكامل في المواقف والمعتقدات والقناعات، ولذلك فقد يطول بنا المقام لو أردنا عرض كل نماذج آثار الإعلام على المرأة العربية، لكننا سنكتفي بذكر بعضها اختصاراً على شكل عناصر مباشرة نرصد فيها إيجابيات وسلبيات تناول المرأة في الإعلام:

✓ إيجابيات تناول المرأة العربية في الإعلام:

- بروز وعي لدى عدد من خبراء الإعلام وممارسيه بأهمية تحسين صورة المرأة في الرسالة الإعلامية.
- تنوع حضور المرأة وقضاياها في وسائل الإعلام بمختلف أشكالها.
- ظهور بعض المواد الإعلامية المعنية بإبراز الأدوار المتعددة للمرأة في المجتمع وبيان حقوقها في مختلف المجالات.
- ظهور بعض المواد الإعلامية المعنية بمحاربة التقاليد والعادات الضارة بالمرأة.
- وجود عدد كبير من الإعلاميات العاملات في الحقل وصعود بعضهن إلى مراكز قيادية.
- الظهور الجديد لبعض الإعلاميات العربيات في مجالات كانت حكراً على الرجال مثل المجال الرياضي.
- انفتاح الإعلام العربي على التجربة الإعلامية الغربية والاستفادة النسبية منها من حيث القالب والمضمون.

- إرادة سياسية مشجعة وداعمة لقضايا المرأة.

- اهتمام محلي وعالمي بقضايا المرأة بما يزيد من عدد المعنيين بالرسالة الإعلامية حولها.

- توافر الأفكار والكتابات والتشريعات المنصفة للمرأة بما يشكل أصلا وموردا للرسالة الإعلامية لتقوم بالترويج له والتشديد عليه.

- بروز العديد من السيدات الناجحات والمبدعات مما يمكن أن يشكل موضوعات ثرية للرسالة الإعلامية.

- استعداد جهات معنية (أفراد، مؤسسات، حكومات) بتوفير مصادر تمويل من أجل دعم دور الرسالة الإعلامية في خدمة المرأة. (بن عمرة، 2017، الصفحات 44-45)

✓ سلبيات تناول المرأة في الإعلام:

- غلبة التركيز على الأدوار التقليدية للمرأة في الرسالة الإعلامية، وعدم مواكبة التنوع في أدوار المرأة واقعيا.

- غياب الاهتمام الكافي ببعض الفئات مثل المرأة المسنة أو الريفية.

- عدم كفاية المواد الإعلامية (من حيث الكم والكيف) التي تعرف بالحقوق المختلفة للمرأة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا... الخ

- ضعف وعدم كفاية المواد الإعلامية التي تحاول التصدي للمفاهيم والعادات الخاطئة الظالمة للمرأة

- غلبة الطابع التجاري على الممارسة الإعلامية مما يؤدي إلى تقديم صورة سلبية للمرأة كمستهلك أو كجسد بما لا يتفق مع واقع المرأة أو القيم الاجتماعية.

- حصر دور المرأة الإعلامية غالباً على ملفات إعلامية بعينها تتسم بطابع فقوي ما (يتعلق بالجمال والموضة وقضايا الأسرة (دون أخرى) الملفات السياسية والاقتصادية الكبرى التي تم جميع شرائح المجتمع

- استحداث بعض المواد والبرامج الإعلامية المترجمة عن أصل أجنبي دون مراعاة بعض الخصوصيات الثقافية الوطنية.

- ضعف عمليات التدريب والتأهيل للكوادر الإعلامية النسائية لتمكينهن من الاضطلاع بسائر الملفات الإعلامية.

- محدودية الثقافة الإعلامية التي تؤمن بشكل مبدئي بقضية المساواة والفرص المنصفة للمرأة حتى لدى شرائح كبيرة من الإعلاميات أنفسهن.

- ضعف التنسيق فيما بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات والهيئات الحكومية وغير الحكومية لخدمة قضايا المرأة.

- انتشار من نمط الثقافة السطحية الاستهلاكية التي يخاطبها الإعلام التجاري بما يعتره من مشاكل أخلاقية وقيمية.

- انتشار نمط ثقافي لا يتوافق مع مبدأ تكافؤ الفرص أمام المرأة بما فيها فرصة الحصول على تغطية إعلامية منصفة ونزيهة.

- قلة مراكز البحوث والمرصد الإعلامية المعنية بالمرأة.

- غياب مرجعية قانونية تحد من الاستخدام التجاري للمرأة في الإعلام.

- ضعف دور القيادات النسائية في إحداث تغيير إيجابي ملموس في الرسالة الإعلامية حول المرأة.

- ضعف الرؤية الإستراتيجية في السياسات الحكومية الإعلامية الخاصة بالمرأة. (بن عمرة، 2017، الصفحات 46-48)

ثانيا: المرأة والإعلام الجزائري

تمثل النساء تقريبا نصف المشتغلين في قطاع الإعلام في الجزائر، لكن هذا لم يتح لهن ظهورا وحضورا يتناسب مع تواجدهن المهني في القطاع، كما أن المعلومات والأخبار التي تهم المرأة إما أن تكون قليلة أو أنها تكرر الصور النمطية للمرأة أو أنها تقدم رسائل تعبر -بشكل مباشر أو غير مباشر- عن نظرة دونية للمرأة.

هذا ما كشفه التقرير الذي أجرته الرابطة الجزائرية لحقوق الإنسان بالاشتراك مع منظمة "ميناميديا مونوتورينق" التي رصدت برامج تلفزيونية وإذاعية في الفترة الممتدة من 28 يناير إلى 17 فبراير 2015، وخلصت دراستهما إلى أن المشوار مازال طويلا أمام المرأة الجزائرية لتحقيق المساواة، كما وكيفا، في ميدان الإعلام السمعي والمرئي ولتظهر الجزائرية في الصورة التي تتناسب مع دورها وقيمتها الحقيقية إما كمهنية أو كفرد في المجتمع أو كضيف يدلي برأيه في مختلف البرامج التي يتلقاها الجمهور.

وبالنسبة للقنوات التلفزيونية والإذاعات المحلية التي تمت متابعتها كشفت محلي نتائج الرصد ومؤلفي التقرير أنها ترسخ ما يتجه له المجتمع التقليدي، حيث تناط بعهدة المرأة الأدوار الثانوية كمهنية ويقدم ظهورها كفرد فاعل في المجتمع أو في السياسة أو في الاقتصاد، وتمثل النساء نسبة 42.6 % من المهنيين في وسائل الإعلام المكلفين بإعداد الريبورتاجات، ونسبة 55.7% من الصحفيين على الميدان، ونسبة 53 % من مقدمي البرامج. لكن هذا الحضور القوي في العمل الصحفي في هذه الوسائل الإعلامية لم يقلب المعادلة لصالحها وظل ظهورها ضعيفا جدا مقارنة بالرجال، حيث لا يتجاوز نسبة 19.10%. (إقصاء المرأة في الإعلام الجزائري نموذج مصغر لمعاناتها من التميز، 2015)

كما أن هذا الحضور الضعيف في حد ذاته يقدم الصور النمطية والسلبية للمرأة، فمثلا البرنامج الخفيف والمنوعاتي يخصص للصحفيات، والبرامج الجدية مثل السياسة والاقتصاد تخصص

لزملائهم الرجال. أما كموضوع إعلامي أو كشخصية من خارج الطاقم العامل في هذه المؤسسات، فنجد أن المرأة لا تمثل إلا واحدا على خمسة من الشخصيات التي تتحدث عنها التلفزات وواحدا على سبعة في الإذاعات.

وبلغة الأرقام، فإن الأخبار الخاصة بالنساء لا تتجاوز 2.7 في المئة، كما أن الإنتاجات الإعلامية الخاصة بالنساء تقل بحوالي 37 مرة عن تلك الخاصة بالرجال، زيادة على أن التركيز عليهن في المواضيع السياسية والاقتصادية لا يتجاوز 10 في المئة، رغم أن المذيعات العاملات أكثر من المذيعين زيادة على أنه كلما تقدمت المرأة في العمر، كلما زاد إقصاؤها، فالنساء العاملات ما بين 50 و64 سنة، لا تتجاوز نسبتهم في وسائل الإعلام المرئية 14 في المئة. (إقصاء المرأة في الإعلام الجزائري نموذج مصغر لمعاناتها من التميز، 2015).

ثالثا: حقيقة صورة المرأة في وسائل الإعلام الجزائرية

دراسة صورة المرأة الجزائرية التي يقدمها الإعلام الجزائري وقياس حضورها فيه كموظفة وكموضوع إعلامي يجيلنا إلى البحث في طرق تعاطي الإعلام العربي كوسيلة اتصال وكسلطة رابعة مع قضايا المرأة وفي نظرتة لها، أو بالأحرى نظرة القائمين على المؤسسات الإعلامية للمرأة التي تنعكس في الصورة التي تقدمها برامجهم، وهذا بدوره يعكس سياقاً مجتمعياً وثقافياً كاملاً، حيث نستنتج من صورة المرأة في المادة الإعلامية نظرة المجتمع لها والفرص والحظوظ التي تنالها مقارنة بالرجل في الشأن العام. فالخبراء يرون أن صورة المرأة في وسائل الإعلام لا تزال نمطية حتى في ذهن المجتمع الجزائري، فوسائل الإعلام بذلك لا تستطيع أن تنقل الصورة الحقيقية للمرأة في المجتمع الجزائري، لذلك الدور يعود هنا إلى المجتمع الذي لا بد من تغيير دهنياته كالأسرة المجتمع والمساجد المؤسسات المختلفة حتى يستطيع الإعلام بذلك نقل الصورة الحقيقية للمرأة في المجتمع الجزائري ليصبح لها دور فعال في المجتمع وتشارك بصفة أساسية وليس ثانوية في المشاركة في الدور الاقتصادي والاجتماعي. (كربوش، 2014)

وقد أرجع الإعلامي رضوان بوجمعة السبب وراء الصورة السلبية التي ينقلها الإعلام عن المرأة إلى أن المسألة سياسية هدفها جعل ظهور المرأة في التلفزيون العمومي مجرد "ماكياج"، حيث أكد أن دراسته الميدانية التي شملت قنوات تلفزيونية وإذاعية عمومية، وقنوات خاصة منها، توصلت إلى أن نسبة اللجوء للمرأة كمصدر للمعلومة في التلفزيون بلغت فقط 18.16%، وفي الإذاعة 23.24%، كما كشفت الدراسة أن مركز المعلومة في الغالب تكون من الرجل.

ورغم تواجد المرأة في وسائل الإعلام كمهنية، بنسبة 45.08%، إلا أنها حسب الأستاذ رضوان بوجمعة، لا تتولى المسؤوليات، خاصة في حصص السياسة والاقتصاد، حيث قال إن وضع المرأة الجزائرية في الخطاب الإعلامي خطير، ونمطي لم يرق بها إلى الواقع الحداثي، والدور الذي أصبحت تلعبه في الكثير من المجالات، وتأسف لتجاهل هذا الدور في صورة المرأة عبر الإعلام. (سليمان، 2019)

في ذات السياق، قال الدكتور والباحث، زبير عروس، أستاذ علم الاجتماع السياسي والديني في جامعة الجزائر، في مداخلة بعنوان "الخطاب الإعلامي الديني حول المرأة"، إن النظرة الثنائية لجنس النساء ساهمت فيها قنوات خليجية دينية، وخطابات مشايخ الفضائيات، حيث أصبحت حسبها، المرأة إما مقدسة أو مدنسة، وهذه الأخيرة هي تلك المتهمه بإحداث فتنه في المجتمع الجزائري، سواء جنسية أو بالدعوة للخروج من الدين، وهذا بتكريس أحكام فقهية تجاوزها الزمن، وخطابات تحريضية تريد ان تضع الجزائريات في بيئة بدائية وتحت أحكام الطاعة. وتأسف لتحول الكثير من الأحكام العشوائية، والمرجلة، والتي تلي تمثل الدين الإسلامي الحقيقي، إلى قيمة اجتماعية، ثم إلى فساد أخلاقي أدى إلى تصعيد العنف ضد النساء في الفضاءات العمومية وفي الوسط الأسري. (سليمان، 2019).

من جهتها، انتقدت أستاذة علوم الإعلام والاتصال، نجمة زراري، محتوى المناهج الدراسية والإعلامية التي لا تزال تضع المرأة في خانة "الكائنات الناقصة"، وتروج للفكر الذكوري، حيث قالت إن المرأة تظهر دائما عبر وسائل الإعلام في صورة تقليدية بالية، في الوقت الذي تتواجد في أعلى

المناصب والمسؤوليات. وترى أن التمهيد للفكر الذكوري والتمييز بين الجنسين يبدأ من المدرسة، ويتجلى في الخطاب الإعلامي والديني أحيانا، حيث من المفروض أن يتعامل مع التلاميذ الذكور والإناث على أساس الاجتهاد والذكاء. (سليمان، 2019)

لكن هذا لا ينكر الدور الايجابي والفعال الذي تنقله بعض المضامين الإعلامية عن المرأة الجزائرية على غرار برنامج "دنيا المرأة" حيث خلصت دراسة أجريت على البرنامج إلى العديد من النتائج أبرزها: أن برنامج "دنيا المرأة" سعى إلى توعية المشاهد بالمكانة الأساسية التي تحتلها المرأة الجزائرية في المجتمع والتي تستحوذ على نصفه، ودورها الإيجابي والفعال الذي لا يقتصر فقط على دورها الطبيعي كزوجة وأم وأخت ولكن أبعد من ذلك، وهو أنها قادرة على الإبداع والنجاح في عالم الشغل والموضة والفن وقادرة على تحمل المسؤولية دون تخليها عن مسؤولياتها الأسرية، وهذا من خلال تسليط الضوء على نماذج من شخصيات نسائية ناجحة في مجالات عدة كمقاولة، وقائدة، وسيدة أعمال، ومثقفة ومبدعة في مجال الموضة والأزياء... الخ وهو من شأنه تعزيز مكانة المرأة ويزيد من ثقتها بنفسها، إضافة إلى إبراز أهم الصعوبات التي تلقاها هؤلاء النسوة أثناء عملهم وكيفية تجاوزها. (عيادي و رزيوق، 2018، صفحة 372).

رابعا: المنظومة القانونية في الجزائر وصورة المرأة في وسائل الإعلام

لا شك أن التبدلات التي حصلت في العالم كان لها تأثير على الواقع الاقتصادي والاجتماعي للمرأة، وقد عكست وسائل الإعلام هذا الواقع، كما برز ذلك في شكل مبادرات قانونية محلية ودولية بهذا الاتجاه. أما التشريعات المتعلقة بعلاقة الإعلام بالمرأة، فكانت تأتي في مرتبة لاحقة لتلك المتعلقة بالأحوال الشخصية أو العقوبات أو العنف ضد المرأة... الخ، خاصة عندما نأخذها ضمن منظور النوع الاجتماعي. ولذلك، فإن البلدان العربية ما زالت متأخرة في هذا الجانب مقارنة بغيرها من البلدان المتقدمة رغم الجهود المبذولة في أكثر من بلد.

فقد سلكت الجزائر على سبيل المثال طريقا آخر في مجال تكريس صورة إيجابية عن المرأة، حيث بدأت بتخصيص ميزانيات معتبرة للقيام بدراسات عن صورة المرأة الجزائرية التي تنقلها

وسائل الإعلام، وعن سلطة القرار لدى المرأة في القطاع الإعلامي بلغت قيمتها أزيد من 11 مليار دينار جزائري (للفترة ما بين 2009 / 2012)، وذلك ضمن الإستراتيجية الوطنية لترقية وإدماج المرأة التي أعدتها الوزارة المنتدبة للأسرة وقضايا المرأة. (قلالة، 2014)

كما تم اقتراح القيام بحملة توعية تهدف إلى الدفع بوسائل الإعلام للتخلي عن الصور السالبة تجاه المرأة، ويتعلق الأمر هنا بالسهر على تهمين الكفاءات وأهمية الدور الذي تقوم به المرأة في المجتمع، ومشاركتها في المجال الاقتصادي والسياسي ومجال اتخاذ القرار، وهذا بمشاركة وزارة الاتصال، الراديو والتلفزيون والصحافة المكتوبة والجمعيات بمعنى أن المقاربة اتجهت بداية ليس نحو النصوص القانونية، إنما باتجاه الواقع الذي من شأنه أن ينعكس في ما بعد على مستوى النصوص القانونية، وذلك من خلال بلورة استراتيجيات وطنية بالتعاون مع المجتمع المدني لأجل ترقية صورة المرأة في المجتمع. (قلالة، 2014)

وهكذا أصبح من صلاحيات المجلس الوطني للمرأة، المنشأ بمرسوم رئاسي في 22 نوفمبر 2006 لدى الوزارة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، تقديم اقتراحات ذات طابع قانوني تخص ترقية الأسرة والمرأة، وإبداء الرأي في التشريعات المتعلقة بها.. فضلا عن كون الجزائر، وبمقتدى المادة 116 من الدستور، تعطي للمعاهدات والاتفاقيات الدولية قوة أكبر من القوانين، مما يجعل من كافة التدابير المتخذة في هذه الاتفاقيات والمعاهدات ملزمة لها. (قلالة، 2014، الصفحات 83-84)

خامسا: دور الإعلاميين الجزائريين في تعزيز الحضور الإيجابي للمرأة:

هناك جملة من المنطلقات والمبادئ الأساسية التي يجب على الصحفيات والصحفيين الجزائريين الأخذ بها، توخيا لمقاربة إعلامية إيجابية لقضايا المرأة، نعددها في ما يلي:

- فهم العلاقة بين صورة المرأة في الإعلام ووضعها وصورتها في المجتمع: ترتبط صورة المرأة في وسائل الإعلام، في نفس الآن، بوضع المرأة داخل المجتمع، وبالصورة التي تتشكل عنها لدى أفراد هذا المجتمع

• يُشكّل الصحفي صورته عن المرأة من وضعية المرأة داخل المجتمع، ومن صورتها لدى هذا المجتمع.

• على الصحفي أن يصحح صورة المرأة لدى المجتمع بالإدراك الصحيح لوضعية المرأة داخل هذا المجتمع.

• يمكن للصورة النمطية للمرأة لدى المجتمع أن تؤثر سلبيا في صورة المرأة لدى وسائل الإعلام.

-عدم اختزال المرأة ككائن اجتماعي في البيولوجيا، وتحديدًا في جنسها: وعلى الصحفي أن يدرك جيدا الفرق بين ثنائيي الرجل/المرأة (homme/femme) والذكر/الأنثى (male /femelle)، حيث أنّ الذكر والأنثى خاصيتان جنسيتان تطبق على كل الكائنات الحية كالحوانات، بل حتى النبات. أما المرأة والرجل فيحيلان على كينونة عامة توزع الإنسان إلى كائنين متميزين بيولوجيا لكنهما يشتركان في نفس الخصائص الإنسانية ويجب أن يتمتعا بنفس حقوق المواطنة، كما يخضعان بنفس درجة التساوي للالتزامات المرتبطة بها. وغالبا ما تتولد صور نمطية في ذهن الإنسان لمجرد اختزال الرجل في الذكر، والمرأة في الأنثى.

-الوعي بوجود أزمة خطاب عام حول صورة المرأة في الإعلام: تتميز كثير من الدراسات حول المرأة في الإعلام بالقصور المعرفي، كما أنها تنطلق من "تحيز منهجي" مكشوف للمرأة تجعل نتائجها ملاء بالصور النمطية أو تعيد هي نفسها، دون تمحيص، إصاق الصور النمطية حول المرأة في المجتمع بخطاب وسائل الإعلام. كما أن هناك سؤالًا يطرح نفسه بحدّة حين الحديث عن خطاب إعلامي بديل للواقع المجتمعي، وهو كيف يمكن للخطاب الإعلامي أن يكون بديلا للتمثل المجتمعي (السلبى)، دون أن يكون منفصلا عنه.

-إيمان الصحفي بقدرة الإعلام على إحداث تغييرات جوهرية: وذلك فيفي الأنساق والأعراف والتقاليد المجتمعية، وخلق رأي عام مساند لحقوق المرأة والدفع بهذه الأخيرة للمشاركة المجتمعية في كل أبعادها كشريك كامل للرجل.

-وعي الصحفي بالدور السلبي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام غير المتشعب بمقاربة النوع الاجتماعي: مما ينتج عنه تكريس الأدوار الاجتماعية النمطية للمرأة، وتعزيز النظرة الدونية إزاءها.

-الوعي بأن الإعلام غالبا ما يخرق مهنيا وأخلاقيا قواعد التعامل الإيجابي مع المرأة وقضايا النوع الاجتماعي.

-الوعي بأن بعض المبادئ المرتبطة بالنوع الاجتماعي التي يتبناها الصحفي صراحة أو يجعل منها خلفية لمادته الإعلامية، قد تواجه بالرفض من شرائح معينة من المجتمع.

ويبدو أن تجاوز هذه القواعد في تزايد، خاصة مع مجيء الصحافة الإلكترونية التي هي لحد الآن غير مهيكلة بشكل يضمن احترام المهنة والأخلاقيات داخلها. فهي تستعمل مداخل متعددة للإخبار منها فيديوهات الهواة التي لا تراعي آداب المهنة ولا المهنة الإعلامية، كما تتيح، من جانب آخر، تعليقات الزوار على موادها، مما يؤدي إلى انزلاقات متعددة.

فالاستقلال المادي الذي تعتبره مبادئ النوع الاجتماعي من مقومات ديمقراطية الأسرة والمجتمع، قد يقابل بالاستهجان من فئات عريضة من المجتمع، وخاصة الدنيا والمتوسطة منه. وقد تترجم نفس الفئات اشتغال المرأة خارج البيت كنوع من الاستنزاف لأنوثتها، ومقدمة للخلافات والنكد داخل الأسرة.

-إدراك أن موضوع المرأة معقد ومؤدج: وقد يصبح أساسا لتناحر سياسي وإيديولوجي وعقدي بين أطراف متناقضة سياسيا وفكريا ومذهبيا. فتصور بناء المجتمع يمر حتما عبر تصور موقع المرأة فيه.

-الوعي بأن موضوع المرأة غير متجانس، وأن هناك نساء لا يعشن كل الوضعيات السيئة التي يتم . الترافع من أجل تغييرها. فالتفاوت حاصل بين وضعيات المرأة الميسورة، والفقيرة، والمتعلمة، والأمية والعاملة، والعاطلة، والمتحجبة، وغير المتحجبة... وهذه الوضعيات تخفي مشاكل فئوية يجب مراعاتها في المعالجة الإعلامية.

-الوعي بصعوبة وجود نموذج مجتمعي للمرأة واضح ومنسجم (في المجتمعات العربية الإسلامية):
هناك خصوصيات (سياسية، اقتصادية، اجتماعية وثقافية) لوضعية المرأة داخل المجتمعات العربية الإسلامية، تطرح بحدة سؤال النموذج المجتمعي للمرأة. ويخضع النموذج المجتمعي للمرأة للتقاطب الإيديولوجي والعقدي. فالتيار المحافظ قد يقدم المرأة العصرية كامرأة متحللة أخلاقيا، والتيار الحدائثي قد يقدم المرأة المحافظة كمتزمتة، غير مستقلة، وغير متحررة.

ويتعايش في هذه المجتمعات نمطان على الأقل لصورة المرأة في المجتمع وهما: النمط التقليدي (الأسرة، الأم، الزوجة ربة البيت، الأخت... مع عزل المرأة عن القضية المجتمعية)، بالإضافة إلى النمط الغربي (اضطلاع المرأة بالأدوار الاجتماعية وارتدادها مواقع الإنتاج كشريك للرجل، تحطيم النظام الأبوي).

-اعتبار واقع المرأة داخل وسائل الإعلام مرتبطا بسلوكيات وعقليات مجتمعية، وكذلك إعلامية مهنية، يشترك فيها الرجل والمرأة. ويجب على الصحفي التأكيد على المسؤولية المشتركة للمرأة والرجل في تدني موقع المرأة، وعدم جدوى تحميل أي طرف منهما - لوحده - مسؤولية هذا التدني.

-تبني مدخلين أساسيين لتطوير صورة المرأة: وهما المدخل التنموي الذي أساسه "لكي تكون المرأة متحررة ومستقلة وذات كرامة يجب أن تكون منتجة". و المدخل الحقوقي والذي أساسه "لكي تكون المرأة منتجة، يجب أن تكون متساوية مع الرجل في الحقوق كما في الواجبات".

- الوعي بصعوبات الحصول على المعلومة الدقيقة حول المرأة، سواء من الأجهزة الرسمية (وزارات وغيرها، وذلك لشح الدراسات والأبحاث المعمقة والرصينة)، أو الدوائر غير الرسمية (منظمات المجتمع المدني، والخواص)، فالأسر مثلا غالبا ما تتستر على الانتهاكات ضد المرأة، لاسيما منها تلك التي يكون موضوعها الجنس.

-إدراك أن موضوع المرأة من بين أهم المداخل للإثارة الإعلامية. وغالبا ما توظف المرأة كوسيلة للبيع واستمالة الجمهور بجنسيه: الرجل والمرأة.

-الوعي بأن إعداد الصحفيات لمواد إعلامية حول المرأة يعني حتما أن مقاربتهم الإعلامية للمرأة إيجابية. (دليل الصحفي المهني من أجل مقارنة إيجابية للمرأة في الإعلام) (الصفحات 20-26)

سادسا: حلول لتقديم صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية

لا تعني المعالجة الإعلامية الإيجابية وضع مساحيق وأصباغ على ما هو رديء داخل المجتمع، بل الاشتغال الإعلامي بغاية تجاوز الخلل الحاصل في مفصل ما من مفاصل المجتمع. أي أن تشكل الصحافة في نهاية المطاف قوة إقتراحية في اتجاه المجتمع عامة وصانعي القرار السياسي خاصة، فتلويح الواقع من طرف الصحفيين ليبدو عكس ما هو عليه جميلا ودون أعطاب، يدخل في حد ذاته في إطار المعالجة الإعلامية السلبية.

وتوجد جملة من التوصيات لتأطير المجال الإعلامي عامة، بهدف تمكين وسائل الإعلام من شروط إنتاج خطاب إعلامي إيجابي تجاه المرأة، وهي:

1- في مجال ولوج المرأة لمواقع القرار الإعلامي:

-دعم تقلد الإعلاميات لمناصب المسؤولية على المستوى المؤسسي الفوقي والمتوسط من قطاع الإعلام.

-تشجيع المرأة على الاستثمار إعلاميا في القطاع الخاص.

- عدم منح الرجل بشكل آلي إدارة المؤسسات الإعلامية ومواقع القرار التحريري.

2- في مجال دعم الحضور المؤسسي للمرأة:

-إشراك الإعلاميات في صياغة الاستراتيجيات الإعلامية للوسائط التي يشتغلن بها.

-إعطاء المرأة دورا حقيقيا وفاعلا داخل الهيئات الممثلة للصحفيين (النقابات، الناشرون،

هيئات التنظيم الذاتي).

-وضع إطار يجمع بين رئاسات التحرير من مختلف وسائل الإعلام، يتم من خلاله تقريب التصورات حول التعامل مع المرأة في الإعلام.

-إشراك الصحفيات والمرأة عامة في تدبير المؤسسات الإعلامية إداريا وتحريريا.

-إنشاء مجالس للتحرير داخل المؤسسات الإعلامية تمثل فيها المرأة بشكل متكافئ مع الرجل.

3- في مجال التشبيك:

-عقد شراكات مع المنظمات المهتمة بالمرأة والإعلام، وكذا جمعيات ورابطات النساء المشتغلات بالإعلام وطنيا ودوليا.

-إشراك المتخصصين (والمتخصصات) في الإعلام والاتصال والاجتماع حين إعداد خطط النهوض بأوضاع المرأة.

-إعداد كراس يضم عناوين وتخصصات نساء الإعلام.

-الاستئناس بتجارب تمويل المنظمات النسائية لنشرات وملاحق خاصة داخل وسائل الإعلام.

4- في مجال التكوين:

-تكوين الصحفيين في قضايا النوع الاجتماعي وخاصة منهم صحفيو الإعلام العمومي الذي يجب أن يكون نموذجيا في المعالجة الإعلامية الإيجابية لقضايا المرأة.

- إدخال مقاربة النوع في مؤسسات تكوين الإعلاميين.

- تكوين الصحفيين على حقوق المرأة.

- تكوين الإعلاميات في مجال إدارة المقابلة الصحفية.

-تنظيم حلقات نقاش وموائد مستديرة حول أهم القضايا التي تخص المرأة والمرأة والإعلام.

-تكوين رؤساء ورئيسات التحرير في مجال تدبير المحتوى الإعلامي وفق مقارنة النوع، واستدعائهم لحضور فعاليات وأنشطة حول قضايا المرأة والإعلام، وخلق آلية لتزويدهم بالأدبيات التي تنتجها القطاعات الوزارية المعنية وكذلك الجمعيات.

5- في مجال تحسين مهنية وأداء الإعلام النسائي:

- النهوض بالإعلام النسائي وتهذيبه من أوجه الإساءة للمرأة.

- القيام باستطلاعات دورية لجمهور الإعلام النسائي.

6- في مجال توفير المعلومة حول المرأة وقضايا النوع الاجتماعي:

- توفير قاعدة معلومات وإحصاءات متخصصة تقوم على أساس النوع في وسائل الإعلام (من أجل خطط مستقبلية).

- إصدار ثبوت للنصوص المؤسسة لحقوق المرأة ومراجعتها، وللمصادر المتنوعة المؤهلة، ووضع رهن إشارة الصحفيين والصحفيات.

- رصد مصادر المعلومات حول المرأة (الجمعيات الحقوقية والنسائية، والمنظمات الدولية...)

7- في مجال الدراسات والأبحاث:

- تشجيع الدراسات والأبحاث العلمية الرصينة في مجال الخطاب الإعلامي حول المرأة.

- تبني المؤسسات الحكومية والمنظمات النسائية لفكرة تخصيص جوائز لأفضل البحوث والدراسات حول قضايا المرأة. (دليل الصحفي المهني من أجل مقارنة إيجابية للمرأة في الإعلام)

الصفحات 60-61

الفصل الثالث الفضائيات
الخاصة والبرامج النسائية في
الجزائر

الفصل الثالث: الفضائيات الخاصة والبرامج النسائية في الجزائر

أولاً: الفضائيات الجزائرية الخاصة

1-نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة

2-أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

3-واقع وتحديات الفضائيات الجزائرية الخاصة

ثانياً: البرامج التلفزيونية النسائية

1-ماهية البرامج النسائية

2-دور البرامج التلفزيونية النسائية

3-حقيقة البرامج النسائية والصورة التي تنقلها عن المرأة

ثالثاً: موقف المجتمع الجزائري من صورة المرأة في البرامج النسائية

أولاً: الفضائيات الجزائرية الخاصة

1-نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تملكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية الحاصلة في الوطن العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع. وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة. سواء من خارج الوطن أو من داخله، واستطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري وحقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي والجزائري خاصة إذ تعتبر الفضائيات الخاصة بشكل عام إحدى الخطوات لتطور الخدمات الاتصالية في العالم حيث سعت من خلالها القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية معينة. وتختلف مابين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور والتلقي للخدمة مثل: قنوات الأطفال والمرأة.(شاهين، 2006، صفحة 102)

وقد بلغ عدد القنوات الجزائرية الخاصة التي أنشأت حتى الآن ما يزيد عن ثلاثون قناة خاصة بثت مضامين إخبارية، وفنية وبرامج سياسية واجتماعية وثقافية متعلقة بالجزائر، ويكاد يجمع المختصون في القطاع السمعي البصري على أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر مازالت في المراحل الأولى مشيرين إلى ضرورة ضمان تكوين واحتراف الصحفيين للاستجابة على تطلعات الجمهور الجزائري، وتعد قناة "الخليفة" أول قناة تلفزيونية جزائرية خاصة بثت من باريس عام 2002 إلا أنها أغلقت بعد تعرض مالكلها للإفلاس.

وبعد تلك التجربة بعشر سنوات ظهرت في الجزائر القنوات الخاصة، وهي على النحو

الآتي:

- "النهار تي في": قناة تابعة لصحيفة "النهار الجديد"، يديرها أنيس رحمان. انطلقت القناة بثها التجريبي في السادس من مارس 2012، واتخذت مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمان، وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وهي صورة مصغرة لمضامين ومحتوى الجريدة، التي تتبنى خطاب السلطة بشكل كامل في برامجها.

- "الشروق تي في": وهي أيضا امتداد للجريدة الورقية "الشروق" وتبث من الأردن، في حين أن مقرها الرئيسي موجود في الجزائر. كانت انطلاقتها في الذكرى السابعة والخمسين لاندلاع الثورة التحريرية والذكرى الحادية عشر لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأ بثها الرسمي في 15 مارس 2012.

- "نوميديا نيوز": هي قناة إخبارية، اتخذت هذا الاسم تيمنا بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة (نوميديا نيوز) وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية، العربية والدولية.

- "دزاير تي في": هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق بثها في 8 ماي 2013 مملوكة لرجل الأعمال الجزائري، علي حداد.

"الجزائرية": تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيرد 7، انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برامجية متنوعة، شعارها (قناة كل الجزائريين)، مقرها الجزائر.

-قناة الهقار: تم افتتاحها في شهر ماي 2012، يوجد مقر بثها في لندن.

-قناة جرجرة: خاصة ببرامج الأطفال، انطلق بثها التجريبي على (الساتل) في أبريل 2013.

-قناة سميرة: موجهة للمرأة، انطلق بثها في شهر أوت 2013. (الفضائيات الجزائرية الخاصة.. تجربة فنية ومستقبل غامض، 2014).

2-أسباب و دوافع ظهور الفضائيات الخاصة الجزائرية

تمكنت الدولة الجزائرية من ممارسة تجربة التعددية الحزبية أو السياسية من أجل الوصول إلى الحكم بعد تعديلها للدستور سنة 1991، وخاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني وإثبات فشله في تحقيق التعبئة الشاملة. بالإضافة إلى ما شهدته الجزائر سنة 1988 من أزمات قوية أسفرت عن نشوء وعي سياسي وطني فرض التوجه نحو التعددية الحزبية وأصبح مطلب الواقع المعاش آن ذلك. كما يعتبرها الكثير من المفكرين أنها ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية.(الرياشي و آخرون، 1999، صفحة 57)

ولعل الشيء الذي أدى إلى توسيع الفجوة بين الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصادقيتها هو خنق الحريات الفردية والعامية مع التضيق إلى درجة حرية إلقاء التعبير وفرض قوالب جاهزة بالإضافة إلى تأكيد أحادية متعسفة في كل شيء وكذا التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتوصلي الجهاز البيروقراطي وبالتالي سقوطه وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال.

ويمكن الإشارة هنا إلى أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيفة، كما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر نتيجة للميلاد العنيف للديمقراطية الذي لم يكن عن قناعة سياسية، وانطلاقا من كل هذه التحليلات يمكننا القول بأن الجزائر من الدول الأولى التي عرفت الربيع العربي التي تنشر في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي في الجزائر وبعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام الميسّس أو المؤدلج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع وبخاصة فئة الشباب، فلوحظ فتح أبواب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة مما أدى إلى إنشاء مجموعة من الفضائيات المتنوعة والمختلفة التي تبث العديد من البرامج والنشرات.(عياشي، 1999، صفحة 25)

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية فكانت البداية عام 1989 التي أعطيت فيها

إشارة الانطلاق نحو التحول الديمقراطي بالإضافة إلى التعددية الحزبية كما ذكرنا سابقا مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام عام 2012.

ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحويلية في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية، وكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلا من أشكال الطابو السياسي. (بوضياف، 2010، صفحة 6)

3- واقع وتحديات الفضائيات الجزائرية الخاصة

يرى الإعلامي "محمد يزيد" فيما يخص واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة أن تجربة الإعلام الخاص -السمعي البصري- لا تزال فتية وهي في حاجة للتطوير سواء كان ذلك من الناحية التقنية وجمالية الصورة أو من ناحية الكفاءات والقدرات المعتمدة في المجال الصحافي والتقديم، حيث كان بالإمكان الاعتماد على خبرات الإذاعة والتلفزيون الرسمي في تأطير الملتحقين بالقطاع السمعي البصري الخاص. وهذا ما جعل من بعض القضايا المثارة قضايا دون مستوى تحللها غياب اعتمادها على مصادر ثابتة مما أدى إلى إثارة العديد من التساؤلات حول جدية هذه القنوات.

وعلى الأغلب فإن معظم الفضائيات الخاصة تفتقر إلى المهنية واللغة الإعلامية المتميزة والخطاب الإعلامي المسئول فعلى الرغم من الميزانية الضخمة لبعض هذه القنوات إلا أنها لا تنفق إلا القليل على الإنتاج ويشكو صحافيوها من تدني أجورهم. (قارش و مراح، 2017)

بالإضافة إلى مواجهة العديد من التحديات التي تعوق مسيرة الإعلام والقنوات الجزائرية الخاصة وتنعكس بشكل سلبي على المضمون ومن أبرز هذه التحديات ما يلي :

3-1التحديات المهنية: وتتمثل هذه التحديات في:

-تدني الأداء المهني الإعلامي بالتركيز على الأخبار الرسمية والمعالجة الجزئية للأحداث من خلال خطاب إعلامي تقليدي إيديولوجي لا يصلح في عصر التدفق السريع للمعلومات.

-أزمة الإعلاميين الذين يتعرضون لشتى أنواع الضغوط والرقابة فضلا عن قصور برامج التأهيل والتدريب في مواكبة التطورات الإعلامية السريعة واضطراب علاقتهم بمصادر المعلومات، بسبب عدم توفر ضمانات ممارسة المهنة.

-أزمة المصدقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وهو الأمر الذي أكده غلق بغض القنوات الخاصة بمجرد تغطيتها لاحتجاجات المعارضة كقناة "الوطن" وقناة "الأطلس".

-سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام مما أفقده الكثير من حيويته وجاذبيته وبالتالي حد من قدرته على الوصول والتأثير وجعله موضعا للمساءلة.

3-2التحديات التكنولوجية: ويتمثل في شبكة الانترنت في حد ذاتها باعتبارها كمصدر عالمي للمعلومات مما طرح العديد من التحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية من أهمها تكريس الخلل الإعلامي ولمعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها بالإضافة إلى نقص الأجهزة والإمكانات المادية وكذا الخلل التقني المتكرر سواء بانقطاع الصوت أو الصورة. وأيضا غياب استوديوهات مجهزة لأن أغلب القنوات الخاصة تبث من شقق متواضعة.(قارش و مراح، 2017)

ما يمكن أن نخلص إليه في الأخير أن هذه القنوات ساهمت في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن، خاصة في مناطق الجزائر العميقة ونقل معاناة أهاليها وإسماع صوت المهمشين وإلقاء الضوء على انشغالات الفئات الدنيا والشرائح الاجتماعية الهشة. وبالفعل تحتل الأخبار المحلية حصة لا بأس بها ضمن الشبكة البرمجية هذا من جهة ومن جهة أخرى أن معظم هذه القنوات لم تقدم جديدا وأنها لم تنجح سوى في استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا ومضمونا، إلا أن رداءة المضمون لا تجد لها تبريرا في ظل انتهاج سياسة استغلال المشاهد وتسطيح

عقله وتضييع وقته من خلال الإكثار من البرامج الكوميديّة التافهة التي لا تتوفر على أدنى العناصر الضرورية للعمل الفني، وكذا كثرة البرامج الحوارية الجامدة التي لا تناقش المشاكل الحقيقية للمواطن إلا في ما ندر، ومن أبرز الأمور التي أدت بالفضائية الجزائرية الخاصة إلى هذا الوضع:

- غياب مؤسسات إعلامية متخصصة ذات تجارب سابقة فإن أولى المحاولات في السمعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد كاف للانتقال من المطبوع إلى المرئي، مما شاب على تجاربها الكثير من القصور.

- الفراغ القانوني في مجال القطاع السمعي البصري في الجزائر فوضويا وغير منظم وغير مهيكّل، ورغم صدور قانون الإعلام الجديد 12-05 وقانون السمعي البصري 14-04 إلا أنّهما يحملان جملة من الفجوات القانونية والعديد من العراقيل التي تعمل على تضيق الحرية على العمل الإعلامي.

- ظهور هذه القنوات على الفضاء الجزائري لم يحقق قفزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم جديدة فيما يخص حرية التعبير، واحترافية الممارسة الإعلامية مما يجعل هذه القنوات تبدو أكثر كلاسيكية الطرح أي أنّها لم تمارس نوعا من القطيعة مع ممارسات المؤسسات العامة، كما لم تؤسس لقيم مهنية جديدة، تبرهن استقلاليتها.

- ضعف مصادر التمويل لهذه القنوات جعل منها تعتمد فقط على تسجيل البرامج وإعادة بثها، وأيضاً الاعتماد على صحفيين التي تنقصهم الخبرة في المجال الإعلامي جعل من أصحاب القنوات الفضائية يجدون صعوبة كبيرة في فرض وجودهم في الساحة الإعلامية وجذب المشاهد الجزائري نحو شبكة برامجهم. (قارش و مراح، 2017)

ثانيا: البرامج التلفزيونية النسائية

1-التعريف بالبرامج النسائية

وهي تلك البرامج الموجهة للمرأة بمختلف مراحلها العمرية، حيث تهدف إلى تهيئة بيئة اجتماعية تمكينية من أجل تحضير المرأة وإعدادها، كي تصبح متمكنة اجتماعيا أو اقتصاديا وقادرة على القيام بأدوارها المختلفة. فتشارك بفعالية في بناء أسرتها ومجتمعها وتتساوى في القيمة والكرامة والحقوق وتستطيع كذلك إفادة المجتمع والدولة والعالم أيضا وبالتالي تزيل أي شكل من أشكال التمييز ضدها وتساهم من خلال بناءها لقاعدة عريضة من الأعمال والمشاريع في زيادة حركة النمو السريع في شتى المجالات الحياتية كالاقتصاد. كل هذا من خلال إطلاق برامج هادفة ذات مواضيع بناءة.(عايب، 2016)

تأخذ عدة أشكال كالمسلسلات والأفلام والبرامج المنوعات، برامج الترفيه، البرامج الدينية وغيرها التي تكون المرأة حاضرة فيها سواء كإعلامية، أو ضيفة تثرى الحصة، أو هي من تشرف على عمل البرنامج، أو كمشاهدة خصصت لها برامج إعلامية معدة بإحكام لإفادتها وربطها بمجتمعها وإثبات انتماءها من خلال تعرضها لمثل هذه البرامج والمشاركة فيها بإبداء رأيها عبر الإمكانيات المتاحة من قبل المؤسسة الإعلامية.

كما أن معظم البرامج الخاصة بالنساء على الشاشات التلفزيونية ترى المرأة بعين واحدة فتهتم بالشكل الخارجي وكذا ترصد المواضيع التي تتعلق بالصحة، الجمال، اللباس، الموضة وإرشادات خاصة بالرشاقة وغيرها من الاهتمامات التي تجتهد المرأة في معرفتها والوصول إليها باعتبارها جزء مهم في حياة المرأة بل للمجتمع كله. لكن تكريس برامج النساء لها وحدها يذهب بنا نحو فكرة مفادها أن المرأة كيان ودور أساسي في حياتنا فهي تحتاج برامج تلفزيونية من نوع آخر تنحصر صورة المرأة خلاله في مفردات الأنوثة وهذا بالتأكيد يفرض انتقائية لدى من يعدون ويقدمون البرامج النسائية كما أن تحقيق برنامج ناجح مرهون بالإيداع الواسع و القرارات المعمقة الدقيقة لكل ما يحيط بالمرأة من واقعها الذي تحول إلى قضية تستحق العلاج عبر ما يعرف بالبرامج النسائي.(عايب، 2016، صفحة 59)

2- دور البرامج التلفزيونية النسائية

لقد ساهم قطاع الإعلام والبرامج التلفزيونية على وجه الخصوص في منح المرأة فرصة ثمينة في التعلم وذلك جاء في إطار التغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية وظهور التعددية الحزبية الذي أسفر عن فتح الباب الواسع أمام قطاع الإعلام وبالتالي ظهور ما يعرف بحرية التعبير وغيرها من الحقوق والحريات التي اكتسبتها المرأة في النصف الأخير من القرن العشرين كالحق في التعليم والعمل وكسب العيش بكل حرية. (كرامي، 2008، صفحة 44)

ويعد التعليم من أبرز العوامل التي ساعدت المرأة على تغيير صورتها التقليدية، وتمكنت من خلال تعلمها الحضور في مختلف مجالات الحياة العامة، أما بالنسبة للأشخاص الذين كانوا غير قادرين على إرواء ظمأهم إلى المعرفة بسبب أوضاعهم الاجتماعية فاستطاعوا بفضل أجهزة الإعلام وبرامجه من اكتساب المعرفة وتتبع مجريات الأحداث الجارية، وذلك من خلال مختلف البرامج التي كانت تبث، فالمتعلمون يختارون البرامج الجادة في حين الأقل تعليماً يميلون إلى البرامج الترفيهية وهذا ما أكدته بعض الدراسات حيث ربطت الاستماع الجاد بمستوى التعليم. (الحديدي و علي، 2005)

كما أن خوض المرأة في مجال التعليم والعمل يشكل دليلاً واضحاً على تقدمها وتحررها فهي بما أحرزته من تقدم هام في مجال التعليم قد أدى إلى تحسين واضح في ما تملكه من المهارات والمعرفة اللازمة للتنافس في سوق العمل. حيث قامت البرامج النسائية برصد أخبار المرأة وإنجازاتها أول بأول وجعلت من قضية تعليم المرأة وعملها قضية عامة وسعت للتعريف بإنجازات المرأة وتقدمها. (الحديدي و علي، 2005، صفحة 94).

3- البرامج النسائية والصورة التي تنقلها عن المرأة

لقد لوحظ في الآونة الأخيرة انتشاراً واسعاً للبرامج النسائية التي تقدمها مجموعة من النساء يقمن بمناقشة كل ما يخص المرأة ويعرضن وجهات نظرهن حول القضايا والمشاكل الأسرية والاجتماعية، ولكن على الرغم من تعدد البرامج النسائية وتنوعها إلا أننا من غير الممكن وضعها في

سلة واحدة. فلكل برنامج توجهاته ووجهات نظر مختلفة عن الآخر، فالبعض من هذه البرامج يحاول توعية المرأة بحقوقها القانونية، والبعض الآخر يستمع للمشاكل الزوجية ويقترح حلولاً لها وغيره يهتم بالتجميل والرشاقة والموضة والأزياء. ولكل برنامج فلسفته الخاصة في تناول المواضيع، فالبعض متمرد يسعى للخروج عن السياق المجتمعي، والبعض الآخر وسطي يميل إلى الاعتدال من خلال السعي نحو مواكبة تطورات العصر والتمسك بالعادات والتقاليد العربية الإسلامية. وهذا ما أوجد تطور وتغير في محتوى البرامج التلفزيونية النسائية بدرجات متفاوتة متأثرين بالجذور الفكرية لحركات تحرير المرأة والتمركز نحو الأثني.

3-1 الاهتمام بدور المرأة العاملة وتهميش دورها كأم:

تركز معظم البرامج النسائية على دور المرأة العاملة والإعلاء من قيمتها ورسم صورة معينة عنها، مع إهمال واضح لدورها كأم مربية وربة بيت، فكثيراً ما يتم استضافة نساء ذوات مكانة بارزة في المجتمع ويركزون على ما يقدمن من مجهودات وتضحيات، ليثبتن أنهن قادرات على اقتحام ميدان العمل في شتى المجالات حتى التي كانت قصرًا على الرجال فقط، بالإضافة إلى التركيز الباهر والمتميز الذي حققه. فيصبح بذلك الاهتمام شبه الوحيد للبرامج النسائية هو الفخر والتباهي بهذه الفئة من النساء، وبالتالي ينظرون إلى الماكثة بالبيت على أنها لا تقوم بأي عمل حقيقي وعليها أن تسعى إلى الاستقلال وإثبات ذاتها، فتكسر بذلك البرامج النسائية صورة ذهنية عن المرأة الماكثة بأنها محدودة الأفق والقدرات والطموحات تابعة للزوج لأنه ينفق عليها وعلى الأسرة، كما أن هذه البرامج تعلي من الدعوة إلى أن العمل هو وحده الذي يعطي للمرأة قيمتها الحقيقية، فأهدافها وطموحاتها لن تتحقق إلا خارج إطار الأسرة وبعيداً عن سيطرة الرجل، وعليها أن تختار إما أن تكون ناجحة عملياً أو ناجحة أسرياً، فنادرًا ما تقدم هذه البرامج نماذج ملهمة للمرأة الناجحة القادرة على الجمع بين النجاح الأسري والعملية. (الفقي، 2019)

3-2 التركيز على الجانب الصراعى بين الرجل والمرأة:

تتناول معظم البرامج النسائية - عن غير وعي بمدى خطورة ذلك - القضايا الصراعية والمشاكل اليومية بين الرجل والمرأة من أجل جذب المتفرجين وتحقيق أعلى نسب من المشاهدات على حساب القيم الأخلاقية والأسس الاجتماعية، فيعتمد أحد البرامج في محتواه على الرفض لوجود الرجل في المجتمع بداية من اسم برنامج الذي يشير إلى الرغبة في تخلص العالم من الرجال مروراً بالاعتماد في كافة حلقاته على استضافة سيدات من المشاهير تعددت زيجاتهم ليتحدثوا عن تجاربهم الزوجية السيئة والقهر الذي تعرضوا له والخيانة الزوجية التي عانوا منها.

وتركز بعض البرامج الأخرى على قضايا المرأة ومناقشتها دون محاولة التعرف على وجهة نظر الرجل أو مشاركته في النقاش، على اعتبار أنه غير قادر على تفهم مشاكل الأنثى وطبيعتها الفسيولوجية، ولا يمكن للزوجة والزوج أن يشاهدوها معاً لما سوف تناوله من آراء تثير الشجار والخلاف بينهما - وقد جاء ذلك بشكل واضح وصريح في إعلان أحد البرامج النسائية - لما تبناه في بعض أرائها من عداً واضح للرجل ودعوة المرأة للتمرد وتعزيز موقفها في صراعها مع الرجل، بجانب تناول عدد من القضايا الخلافية من إهانة الرجل لزوجته والخيانة الزوجية بدلاً من التركيز على المودة والرحمة في العلاقات الزوجية، والتغافل التام عن القيم الأسرية ونشر الوعي بمفهوم المشاركة في المهام والمسؤوليات المنزلية وتربية الأبناء. (الفاقى، 2019)

3-3 التركيز على حقوق المرأة بدلاً من حقوق المجتمع:

يمكننا القول أن المشكلة ليست في كم البرامج التي تخاطب المرأة ولكنها تكمن في المحتوى، فبعد أن كان هناك إحدى الفقرات المخصصة للمرأة في إطار برنامج اجتماعي تلتف حوله الأسرة، وتركز هذه الفقرة على الإعلاء من دور الأم في المنزل وحث أفراد الأسرة على مساعدتها في أداء مهامها وتقديم النصائح الزوجية والأسرية والقيم الخاصة بصلة الرحم والتجمعات الأسرية وكيفية غرز القيم والأخلاق النبيلة في نفوس الأبناء، أصبحنا الآن أمام كم هائل من البرامج التي تخاطب المرأة فقط وليس في إطار أسري حتى وإن خاطبوا في بعض الفقرات المحدودة مشاكل وقضايا الأسرة.

فمعظم البرامج التلفزيونية النسائية تتعامل مع المرأة وكأنها كائن مستقل منفصل عن المجتمع، وهو ما يتنافى مع عادات وتقاليد المجتمعات العربية والتعاليم الدينية من التواصل الإنساني والترابط الأسري، وحتى أن رأى البعض أن هناك بعض الفقرات التلفزيونية التي تتناول المشاكل الأسرية، فهذا لا يعني أن البرامج بشكل عام موجهة للمرأة ولا تتناول القضايا الأسرية إلا في ثنايا الحديث عن المرأة، فهناك حاجة إلى برامج تتناول قضايا الأسرة بجميع أعضائها وتركز على حقوقها ومشاكلها، بدلاً من حل مشاكل المرأة عن طريق حثها على هجر الأسرة لاستحالة تحقيق طموحها بداخلها، عليها أن تحث الدولة على أن تضع نظام عمل يتوافق مع وظيفة الأمومة ومتطلباتها لتمكن المرأة من أن تحقق ذاتها دون أن تتخلى عن الوظيفة الأسمى لها، وتثقيف الرجل ليعرف عن قرب العبء الذي تقوم به الأم ويقوم بمشاركتها لتخفيف الأعباء المنزلية عليها في إطار الترابط الأسري. (الفقي، 2019)

3-4 الاهتمام المبالغ بالرشاقة والتجميل:

وترى معظم البرامج المرأة بعين واحدة، لا تهتم سوى بالشكل الخارجي لها وما يتعلق به من خطوط الأزياء والموضة وأدوات تجميل وإرشادات رياضية لتحافظ على رشاقته متجاهلين القضايا الأكثر أهمية، فتعكس البرامج أهمية الجمال والأنوثة كمطلب أساسي وهام للمرأة تسعى إلى أن تنفق من أجله الغالي والنفيس وأنه الطريق الأمثل لنجاح الحياة الأسرية والاجتماعية، متجاهلاً حاجات المرأة الفكرية والنفسية لتسمو وترتقي وتستطيع أن تقوم بدورها في المجتمع، فلم يعد لدينا فقرات مخصصة لتطوير شخصية المرأة العصرية وثقيفها بالقضايا والأحداث العامة وحقوقها القانونية والسياسية وكيفية مواجهة الثقافة الاستهلاكية وعدم الانسياق وراء الماركات العالمية.

كما تركز الفقرات الطبية في معظم البرامج النسائية على الجانب التجميلي دون الاهتمام بالتوعية الصحية، والاعتماد المستمر على استضافة دكاترة التجميل للسمنة وإخفاء التجاعيد ومصممي الأزياء لعرض خطوط الموضة، كل هذا لكي تظل المرأة مستهلكة للسلع التي تنتجها شركات التجميل لتحافظ على سحرها الخاص ومواكبة الموضة في الملابس والمأكولات التي تساعدها في الحفاظ على رشاقته وتسريحات الشعر المتنوعة والصبغات المختلفة، لكي يظل الضوء منصب على الصورة الاستهلاكية للمرأة. (الفقي، 2019).

ثالثاً: موقف المجتمع الجزائري من صورة المرأة في الإعلام

لقد كان فيما مضى بوسع الأسرة الالتفاف حول الوسائل الإعلامية وما تقدمه من مضامين متنوعة في مختلف البرامج والحصص ومتابعتها دون تحفظ، لكن ومع بعض التطورات الدخيلة أصبحت الأسرة تختار أوقات وبرامج مناسبة لتجنب مواجهة المشاهد الجريئة التي تخدش الحياء، ولقد اقتحم منزل الأسرة العربية بشكل عام والجزائرية على وجه الخصوص زائر جديد هو الإعلان الذي أصبح يستغل فيه جسد المرأة والتركيز عليها بدقة من أجل تحقيق الأهداف الربحية وأصبح بذلك جسد المرأة إستراتيجية للتسويق بأساليب مثيرة مستغلين جمالها وأناقته دون النظر لإمكاناتها الفكرية الهائلة.

فما زال الإعلام يقدم المرأة بالصورة النمطية المعلبة للنموذج الغربي الذي جعل من المرأة وسيلة للجذب وزيادة الاستهلاك وعليه فإن الصورة اللصيقة بالمرأة، تكبح إبداعها وتحد من حريتها في إبداء رأيها والخروج من دائرة العنف والتمييز الممارس عليها حيث يثمن "مالك ابن نبي" رأيته للمرأة ويقر "بأن الإسلام ينادي بالمساواة وعدم التفاضل بين الجنس البشري، وأن المجتمع هو تكامل بين المرأة والرجل فإذا فقد هذا البناء الاجتماعي خصوبته وتنظيمه فقد عاد إلى الحالة التي كان عليها المجتمع الجاهلي من الشدة والعقل". (دريم و شمافي، 2018، الصفحات 83-86)

ورغم التحول التدريجي لدور المرأة في وسائل الإعلام من حيث التمثيل والمشاركة في صناعة الصورة الإعلامية المناسبة منها وعنها، لم يأخذ صورته النهائية والمقبولة في كافة الأقطار العربية نتيجة تركيبة بعض المجتمعات التي ما زالت تعمل بالنظام القبلي العشائري فإن من الممكن الخوف الحقيقي لدور ومشاركة المرأة في السياسة الإعلامية يتجلى في جملة المنظومة الاجتماعية والدينية والتاريخية للأمم وشعوبها فرغم ما أحرزته المرأة من تقدم ملحوظ خلال السنوات الماضية على مستوى العمل الإعلامي وتمثيل قضايا المرأة في مختلف وسائل الإعلام غلا أم هناك تيارات اجتماعية مازالت ترفض ولم تقبل مبدأ حرية المرأة وتوليها مناصب إعلامية والتعبير عن قضاياها ونقل صورتها عبر مختلف المضامين الإعلامية. (بغداد، 2018، صفحة 70)

الفصل الرابع:
الإطار التطبيقي
للدراصة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: بطاقة فنية خاصة بقناة بورتو في Beur Tv

ثانياً: بطاقة فنية خاصة ببرنامج "للنساء فقط"

ثالثاً: التحليل الكمي والكيفي لاستمارة تحليل المضمون الخاصة ببرنامج "للنساء فقط"

رابعاً: نتائج الدراسة

أولاً: بطاقة فنية خاصة بقناة بور تي في Beur Tv:

هي قناة جزائرية ذات طابع متوسطي -مغاربي ، تخضع هذه القناة للقانون الفرنسي، مقرها الرئيسي في العاصمة الفرنسية باريس ومقرا فرعيا بعنابة وتمتلك مكاتب في الجزائر منها في حي "كلار فال" بالجزائر العاصمة وآخر في مدينة تيزي وزو بمنطقة القبائل. القناة مملوكة لرجل الأعمال الجزائري السيد رضا محيقي الذي يحوز على 80 بالمائة من أسهمها، فيما تعود ملكية الـ 20 بالمائة المتبقية إلى مسير القناة السيد ناصر كتان، الذي كان في السابق صاحب القناة وتنازل عنها لأسباب مالية. تحصلت القناة على رخصة البث لأول مرة في سنة 2001.

كانت في بداية البث موجهة للجزائريين المقيمين في فرنسا، تم وسعت نطاق بثها لتكون قناة لجميع المغاربة المقيمين في أوروبا وشرعت في البث في يوم 1 أبريل 2003. وبعد أن عصفت بها الأزمات المالية لفترات طويلة. انتقلت الملكية إلى المالك الجديد رضا محيقي وشرعت القناة في البث رسميا في حلتها الجديدة بتاريخ 1 أوت 2011 الموافق لـ 1 رمضان 1432هـ.

تحضى القناة بمتابعة أكثر من 5 ملايين مشاهد يوميا في فرنسا وحوالي 100 مليون مشاهد في مختلف أصقاع العالم وهذا في سنة 2016.

نطاق بث القناة :

تبث القناة حاليا على:

- هوتبيرد/11623/عمودي/27500

- أتلانتيك بيرد 7/11958:أفقي/27500

- نايلساتعمودي/10922/2750(https://ar.wikipedia.org/wiki،2017)

ثانيًا: بطاقة فنية خاصة ببرنامج "للنساء فقط"

وهو برنامج حوارى نسائي يعرض على قناة beaur tv سهرة كل أحد وخميس على الساعة العاشرة مساءً، على مدار أربعة مواسم متتالية في مدة زمنية متفاوتة ابتداء من 45 دقيقة إلى غاية ساعة و20 دقيقة من إعداد وتقديم الإعلامية مالية بولحشيش، وإنتاج MAGHREBOFFICE COMMUNICATION، برنامج اجتماعي يعنى بكل ما يخص المرأة الجزائرية، يناقش مختلف القضايا والمواضيع التي تمها ويطرح أغلب انشغالاتها في شتى مجالات الحياة بمواضيع اجتماعية، أسرية، تعليمية، وأخرى في الصحة الطب، التربية، التجميل، الموضة والأزياء، الرشاقة والتغذية وحتى في الاقتصاد وريادة الأعمال.

وبالإضافة إلى معالجة القضية المطروحة يتضمن البرنامج أركان أخرى كركن "جمال وأناقة" يهتم بالمكياج واللباس والأناقة وركن "حرف حواء" يتم فيه استضافت حرفيات في مختلف المجالات الخياطة، التصميم، الطبخ وصناعة الحلويات وغيرها من الحرف اليدوية.

والجدول التالي يقدم تفصيلا عاما ومختصرا عن بث البرنامج

جدول رقم(03): معلومات عامة حول البرنامج محل الدراسة

اسم البرنامج	المقدم	يوم البث	دورية البث	زمن البث	مدة البث
للنساء فقط	مالية بولحشيش	الأحد والخميس	أسبوعية	22:00 العاشرة مساء	من 45 دقيقة إلى ساعة و20دقيقة

ثالثاً، التحليل الكمي والكيفي لاستمارة تحليل المضمون الخاصة ببرنامج "للنساء فقط"

1- التحليل الكمي والكيفي لشكل برنامج "للنساء فقط"

1-1 التحليل الكمي لشكل برنامج "للنساء فقط":

1-1-1 فئة المدة الزمنية المخصصة لعرض الموضوع:

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية (بالدقيقة)	
76,98	418	مدة المعالجة
100	543	المدة الإجمالية للبرنامج

1. جدول رقم (04) يمثل تكرارات المدة الزمنية المخصصة لعرض الموضوع ونسبتها المئوية

2. من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل فئة المدة الزمنية المخصصة لمعالجة المواضيع مقارنة

بالمدة الإجمالية لبرنامج "للنساء فقط"، تبين لنا أن المدة الزمنية المخصصة لمعالجة المواضيع

تقدر بـ 418 دقيقة أي بنسبة 76,98% من إجمالي المدة الزمنية المقدرة بـ 543 دقيقة وهي

نسبة معتبرة وهذا ما يعكس اهتمام القناة بمعالجة قضايا المرأة الجزائرية.

3. 1-1-2 فئة اللغة المستخدمة:

النسبة المئوية (%)	التكرار (بالثانية)	
04,58	1198	العربية الفصحى
09,97	2607	العامية
01,13	297	الفرنسية
55,24	14445	فصحى وعامية
29,07	7600	عامية وفرنسية
00	00	فصحى وفرنسية
100	26147	المجموع

جدول رقم (05) يمثل تكرارات اللغة المستخدمة بالثانية ونسبتها المئوية

من خلال الجدول رقم (05) والخاص بفئة اللغة المستخدمة تبين لنا أن اللغة الأكثر استخداما في برنامج للنساء فقط هي مزيج بين الفصحى والعامية بنسبة 55,24% تليها المزوجة بين العامية والفرنسية بنسبة 29,17% وفي آخر ترتيب نجد اللغة العربية الفصحى بنسبة ضئيلة 4,58% والفرنسية ب1,13% في حين سجلنا انعدام استخدام اللغة العربية مع الفرنسية.

من خلال النسب السابقة نلاحظ أن البرنامج استخدم لغة إعلامية سهلة وبسيطة تغلب عليها العامية وهذا لأجل الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من النساء حيث أن البرنامج موجه لكل نساء الجزائر على اختلاف فئاتهم العمرية ومستوياتهم التعليمية.

1-1-3 فئة العناصر التيبوغرافية:

1-1-3-1 العناوين:

النسبة المئوية (%)	التكرار	
44,44	04	رئيسي
00	00	فرعي
33,33	03	استفهامي
22,22	02	دال
100	09	المجموع

جدول رقم (06) يمثل تكرارات أنواع العناوين ونسبتها المئوية

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن العناوين الأكثر استخداما في البرنامج هي العناوين الرئيسية بنسبة 44,44% تليها العناوين الاستفهامية بنسبة 33,33% وأخيرا العناوين الدالة بنسبة 22,22% في حين لم يتم الاعتماد على العناوين الفرعية.

1-1-3-2 الصور:

النسبة المئوية (%)	التكرار	
11,11	01	رمزية
22,22	02	واقعية
66,67	06	لا توجد
100	09	المجموع

جدول رقم (07) يمثل النسب المئوية لتكرارات استخدام الصورة في برنامج "للنساء فقط"

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن توظيف برنامج "للنساء فقط" للصور أو الفيديوهات كان بنسب ضئيلة حيث سجلنا نسبة 22,22% للصور الواقعية ونسبة 11,11% للصور الرمزية في حين لم يتم توظيف أي نوع من الصور في أغلب حلقات البرنامج وذلك بنسبة 66,67%.

1-1-3 لقطات الكاميرا:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	
00,24	05	لقطة مقربة
72,41	1504	لقطة متوسطة
07,46	155	لقطة نصف شاملة
12,08	251	لقطة شاملة
07,46	155	لقطة مزدوجة
00,33	07	لقطة جانبية
100	2077	المجموع

جدول رقم (08) يمثل تكرارات لقطات الكاميرا في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية

من خلال الجدول رقم (08) تتضح لنا النسب المئوية التي تمثل تكرارات اللقطة في برنامج "للنساء فقط" وجدنا أكبر نسبة مئوية قدرت بـ 72,41% للقطة المتوسطة وتكرار 1504، ثم تليها

اللقطة الشاملة بنسبة قدرت ب12,08% أي بتكرار 251 لتأتي بعدها اللقطات المزدوجة ونصف
 الشاملة ب155 لقطه أي بنسبة 7,46% وكأدى نسبة سجلت للقطه المقربة بنسبة 0,24% بمعدل
 5 لقطات فقط.

1-1-4 فئة الإخراج الفني:

1-1-4-1 الديقور:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	
27,78	03	تقليدي
16,67	01	مختلط
05,55	05	عصري
27,78	05	مناسب
22,22	04	غير مناسب
100	18	المجموع

جدول رقم (09) يمثل تكرارات الديقور المعتمد في البرنامج ونسبته المئوية.

يُبين لنا الجدول رقم (09) أن برنامج "للنساء فقط" اعتمد على ديكور عصري ومناسب بنسبة 27,78% وديكور تقليدي بنسبة 16,67% وهذا في الموسم الأول من البرنامج ومن الملاحظ على هذا الديقور لم يكن مناسب من حيث التناسق في الألوان والأحجام وحتى الأثاث المعتمد عليه.

1-1-4-2 اللباس:

النسبة المئوية %	التكرارات	
38,89	07	رسمي
27,78	05	غير رسمي
22,22	04	محتشم
11,11	02	فاضح
100	18	المجموع

جدول رقم (10) يمثل تكرارات طبيعة اللباس المعتمد في البرنامج ونسبته المئوية

يُظهر الجدول رقم (10) أنّ نوع اللباس الغالب في البرنامج هو اللباس الرسمي بنسبة 38,89% في حين نجد نسبة 27,78% للباس غير الرسمي أي اليومي العادي كما نلاحظ أنه في أغلب الأعداد كان لباس المذيعتين أو الضيوف لباس محتشم لائق في حين تم تسجيل نسبة 11,11% كلباس فاضح غير لائق لبرنامج عائلي موجه للأسرة الجزائرية.

1-1-4-3 الموسيقى:

النسبة المئوية %	التكرارات	
33,33	06	هادئة
16,67	03	صاخبة
33,33	06	ملائمة
16,67	03	غير ملائمة
100	18	المجموع

جدول رقم (11) يمثل تكرارات نوعية الموسيقى المعتمدة في البرنامج ونسبتها المئوية

يكشف لنا الجدول(11)أن البرنامج يغلب عليه طابع الموسيقى الهادئة والملائمة للمواضيع بنسبة قدرت ب 33,33%، كما تم توظيف موسيقى صاحبة نوعا ما بنسبة 16,67%وهي موسيقى تناسب البرامج الترفيهية وغير ملائمة مع طبيعة البرنامج والذي يناقش مواضيع جدية وحساسة.

1-2-التحليل الكيفي لشكل برنامج "للنساء فقط":

1-2-1-فئة المدة الزمنية المخصصة لعرض الموضوع:

بعد قراءتنا للجدول رقم (04) الذي يمثل النسبة المئوية المخصصة لعرض ومعالجة قضايا ومواضيع تخص المرأة الجزائرية من طرف أخصائيين وشخصيات فاعلة لنساء نمودجيات يمثلن الواقع والتحدي، تبين لنا بأن المدة المخصصة لمعالجة المواضيع هي 418 دقيقة أي بنسبة 76,98% مقارنة بالمدة الإجمالية للبرنامج المقدر ب543 دقيقة وهي مدة معتبرة وكافية لطرح القضايا و تحليلها مناقشتها وتقديم الحلول المناسبة. حيث لاحظنا عند تحليلنا أن المدة الزمنية للبرنامج غير ثابتة بل متغيرة وهذا على حسب طبيعة الموضوع المثار فهناك مواضيع حساسة تحتاج وقت زمني أطول لمعالجتها على غرار: المرأة الجزائرية والحراك الشعبي، وكذا موضوع العنف ضد المرأة، والخلع في المجتمع الجزائري، فكان لكل موضوع مدة زمنية خاصة في عرضه.

1-2-2-فئة اللغة المستخدمة في البرنامج:

من خلال قراءتنا للجدول رقم (05) والذي يمثل النسب المئوية لتكرارات اللغة المستخدمة في البرنامج، وجدنا أن اللغة الأكثر استخداما في طرح مواضيع البرنامج هي المزاوجة بين الفصحى والعامية بنسبة 55,24%، وهذا دليل على اعتماد البرنامج على لغة إعلامية سهلة وبسيطة، لم يتم استخدام الكلمات أو الجمل الأدبية الرنانة صعبة الفهم، وإنما اقتصر الأمر على توظيف اللغة العربية ذات الجمل البسيطة والمتداولة لدى أغلبية أفراد المجتمع، والتي في أغلب الأحيان تكون ممزوجة مع العامية، إذ لم يتعد استخدام اللغة العربية الفصحى كلغة مستقلة 04,58%، وعليه فإن العامية هي

الأكثر استخداما سواء عامية محظى أو ممزوجة بالعربية الفصحى أو الفرنسية وبلهجات متنوعة: العاصمية، الوهرانية والقسنطينية.

ومن بين الكلمات والعبارات العامية المذكورة في البرنامج نجد: "الشيرة"، "بايرة"، "الزواج قمار"، "أنا فولي طياب"، "مناش نضربو فشيته"، "برزانة تنباع الصوف" "الطفلة إذا بارت على سعدها دارت"، "مكانش ألي تزوجت مع بوها ولا خوها غير الي تزوجت مع عدوها"، "الشطلي المطلي"، "ربعة دورو"، "سيدي معمر"، "الطفلة تترى في حجر يماها وطفل في حزام باباه" وغيرها من العبارات والأمثال الشعبية الجزائرية.

أما استخدام اللغة الفرنسية فقد اقتصر على المصطلحات العلمية وبعض العبارات بنسبة 01,13% وهذا في موضوع الجراحة التجميلية، وكذا في حديث مع المحامية بن براهيم حيث كانت توظف كثيرا اللغة الفرنسية وكمثال على ذلك نذكر:

l'injection, le botox, le filler, les rides dynamiques, les rides statique, le traitement avant et après la chirurgie esthétique, la cellule fibroblaste, la collagène élastine, la liberté financière .

في حين تم الاعتماد على الفرنسية الممزوجة مع العامية الجزائرية بكثرة، حيث من المعروف أن الشعب الجزائري يوظف في حديثه كلمات فرنسية والمتداولة بكثرة منها، خصوصا إذا ما تعلق الأمر باللهجة العاصمية أو بالأحرى بسكان العاصمة. وعليه فإن الهدف من استخدام البرنامج للغة سهلة ومتداولة هو معالجة القضايا بطريقة مبسطة ومحاولة إيصال أكبر قدر من المعلومات إلى كافة النساء بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم التعليمية والثقافية.

3-2-1 فئة الموقع:

يتصدّر برنامج "للنساء فقط" موقعا جد مهم ضمن الشبكة البرمجية لقناة beur tv، إذ يتم بثه سهرة كل أحد وخميس على الساعة العاشرة مساء، الزمن المخصص في العادة لعرض مثل هذا النوع من البرامج الاجتماعية في أغلب القنوات التلفزيونية والوقت الذي يكون فيه كل أفراد العائلة

مجتمعين ومتفرغين وخاصة المرأة بعد انتهاءها من أعمال البيت تحتاج وقت للراحة ومشاهدة التلفزيون وهو ما يمكنها من متابعة البرنامج بكل أريحية، أي في وقت الذروة³ بالنسبة لهكذا برامج.

كما أن البرنامج يعاد بثه في اليوم الموالي صباحا لمن لم يتمكن من مشاهدته كما يمكن مشاهدته عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أو اليوتيوب وهو ما يتيح للمشاهدين فرصة التفاعل وتقديم اقتراحات أو تعقيبات حول البرنامج.

1-2-4 فئة العناصر التيبوغرافية:

1-4-2-1 العناوين:

بعد قراءتنا للجدول رقم (06) والذي يمثل تكرارات أنواع العناوين ونسبتها المعنوية اتضح لنا أن البرنامج تضمن عناوين متنوعة وبنسب متقاربة، حيث لاحظنا أن اختيار عناوين حلقات البرنامج وصياغتها كان جد موفق، فهي في أغلبها عناوين جاذبة وملفتة سواء كانت عناوين رئيسية أو استفهامية أو عناوين دالة.

-العنوان الرئيسي: وهو أهم العناوين وأكثرها دلالة على النص الخبري الذي يتقدمه وأقواها صلة به وبمضمونه أي العنوان الذي يعطي فكرة عن مضمون الخبر ويعكس أهم ما فيه مثل عنوان: **إدمان المرأة للمخدرات، المرأة ودورها في الحراك الشعبي.**

- العنوان الاستفهامي: وهو العنوان الذي يطرح ابرز ما في الخبر وأهم ما يحتويه على شكل سؤال، وذلك بقصد إثارة القارئ، ودفعه للبحث عن جواب السؤال المطروح، والذي تكون إجابته في صلب المادة الإخبارية مثل: **الخلع في المجتمع الجزائري سلاح ذو حدين؟ والجراحة التجميلية بين التجميل والهوس !!.**

وقت الذروة (Prime Time) الفترة الزمنية من اليوم الذي تكون فيه نسبة متابعة وسائل الإعلام في أقصاها، مثل الفترة ما بين 8-11 ليلاً بالنسبة للتلفاز حيث تجتمع كامل الأسرة للمشاهدة ما يجعلها الفترة الأنسب لبث الإعلانات الموجهة للأسرة وهي الفترة الإعلانية الأعلى سعر.

- **العنوان الدال:** وهو العنوان الذي يقوم بوظيفة الشرح والتفسير، مما يضاعف من أهمية مادة الخبر مثل: **سيدات الأعمال في الجزائر سر النجاح والتفوق، الزواج المختلط بين الحلم الوردي والحقيقة المرة.**

حيث يعتبر العنوان بمثابة محفز يدفع بالمشاهد إلى متابعة الحصة كاملة لمعرفة النقاط التي تطرقت إليها بشكل معمق وفك الشيفرة التي ورد بها وملئ الفضول حوله.

وكمثال على ذلك نجد عنوان "العنوسة في الجزائر شبح يطارد 11 مليون امرأة"، فهو عنوان استفهامي جاذب ومثير للفضول خصوصا وأنه يقدم إحصائيات صادمة وملفتة. وكذلك عنوان الزواج المختلط بين الحلم الوردي والحقيقة المرة، فهو عنوان دال ومعبر لقصص واقعية حقيقية، يدفع الجمهور إلى مشاهدة البرنامج ومعرفة الحقائق الكامنة التي يوحي إليها العنوان.

1-2-4-2- الصور:

من خلال قراءتنا للجدول التحليلي الخاص بالصور المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط"، تبين لنا أنّ البرنامج لم يعتمد على عنصر الصور في أغلب حلقاته باعتباره برنامج حوارى بامتياز، إذ يقوم بطرح القضايا ويحاول مناقشتها مع الضيوف المختصين، وتقديم قدر كافي من المعلومات والحقائق حول تلك القضية، ومحاولة إيجاد حلول مناسبة لها دون اللجوء لاستخدام الصور لتدعيم النقاش المتبادل حول مختلف القضايا المطروحة في الأستوديو.

لذا فقد اقتصر توظيف الصور على عدد من فقط نذكر على سبيل المثال: "الجراحة التجميلية بين التجميل والهوس" حيث تضمن هذا العدد صور واقعية دعمت المضمون وكانت عبارة عن صور لأشخاص أجروا عمليات تجميلية، كما لاحظنا توظيف صور حية ورمزية متمثلة في تقرير حول ظاهرة "العنوسة" في الجزائر. وهو ما يعكس عدم اهتمام البرنامج بتوظيف الصور كعنصر دعم في عرضه لمواضيع أعداده.

ويمكن أن نرجع ذلك إلى طبيعة البرنامج والذي يناقش مواضيع جادة وحساسة لا تستدعي في الكثير من الأحيان دعمها بالصور.

1-2-4-3 لقطات الكاميرا:

من خلال قراءتنا للجدول رقم (08) الذي يُبين لنا النسب المعنوية لتكرارات اللقطات في برنامج "للنساء فقط"، تبين لنا بأن هذه النسب متفاوتة وهناك تنوع في اللقطات حيث نجد اللقطة المتوسطة وهي الأكثر اعتمادا في البرنامج واللقطة المقربة والجانبية والشاملة ونصف الشاملة واللقطة المزدوجة.

وعند الحديث عن اللقطة فإننا نعني بذلك تحديد الحجم الذي يملؤه الموضوع من الشاشة أي الكادر والمدى والمسافة التي يكون عليها عند ظهوره، وقد سجّلنا عدة لقطات تم استخدامها في برنامج "للنساء فقط" منها اللقطة المتوسطة التي تقع بين اللقطة القريبة واللقطة العامة فهي تظهر الشخص في حجم متوسط بين الكبير والصغير بالنسبة لمساحة الكادر ككل، بالإضافة إلى اعتماد البرنامج على اللقطة الشاملة التي صور فيها البلاطو كاملا بكل محتوياته بالإضافة إلى الضيوف و المذيعة فصورت اللقطة على كامل الكادر كما لاحظنا توظيف اللقطة نصف الشاملة والتي صورت لنا نصف البلاطو في الجهة التي تبرز جلوس المذيعة والضيف.

وقد كان توظيف اللقطات في إخراج برنامج "للنساء فقط" بشكل سلس تم الانتقال فيه من لقطة متوسطة إلى أخرى تجسدت أثناء حديث الفاعلين والتركيز عليه تخللتها لقطات شاملة أو نصف الشاملة وتارة لقطات مزدوجة عند حديث الضيف والمذيعة معا وهذا بهدف جذب الجمهور لمتابعة البرنامج حتى النهاية وبالتالي تفادي شعوره بالملل والنفور الذي يحدث أثناء التركيز على لقطة واحدة لمدة طويلة.

1-2-5 فئة الإخراج الفني:

1-2-5-1 الديكور:

من خلال مشاهدتنا لبرنامج "للنساء فقط" وتحليلنا لطبيعة الديكور المعتمد فيه، لاحظنا أن لكل موسم ديكور خاص به، ومختلف عن الآخر وفي أغلب الأحيان كان الديكور عبارة عن جلسة مستديرة تتوسطها مقدمة البرنامج.

ففي الموسم الأول نجد أن الديكور كان تقليديا وعبارة عن جلسة (قعدة) جزائرية بطابع مغاربي، لكن اختيار الألوان لم يكن موفقا، فقد غلب على البلاطو اللون البنفسجي الغامق حيث اعتمد عليه في الأرائك والجدران والخلفية وهو ما قلل من الإضاءة وأعطى أجواء مظلمة غير مبهجة، وفي أغلب الأحيان لم يتناسب مع لباس المقدمة والضيوف، وعليه فإن الديكور الخاص بالموسم الأول لم يكن مناسباً.

أما فيما يخص ديكور الموسم الثاني والثالث، فقد كان ديكورا عصريا بألوان فاتحة مريحة للعين وتجذب النظر بأثاث عصري بسيط وجميل ومتناسق، وعليه يمكننا القول بأنه ديكور جد مناسب للبرنامج على عكس الديكور الأول.

ويمكن أن نرجع سبب هذا الاختلاف إلى أن الموسم الأول من البرنامج كان من إخراج ثلاث مخرجين وهو ما يعكس هذا الخلط والتباين في عملية الإخراج الفني للبرنامج.

1-2-5-2 اللباس:

فيما يخص اللباس فقد توصلنا إلى أن الملابس التي تم ارتدائها طيلة أعداد البرنامج لم تكن ملابس منتقاة من طرف القناة والطاقم المنتج للحصة بل كانت ملابس خاصة بكل شخص وهو المسؤول عن اختيارها وتنسيقها أي أن البرنامج لم يعطي أهمية كبيرة للباس المقدمة، المنشطة المساعدة لها وحتى الضيوف.

حيث لاحظنا أن لباس المقدمة في أغلب حلقات البرنامج كان لباسا رسميا إلى حد ما، وهو ما سجلناه أيضا لدى بعض الضيوف، في حين أن لباس البعض الآخر لم يكن رسميا بل كان لباس عاديا بسيطاً يرتديه الشخص في حياته اليومية. وفيما يخص طبيعة اللباس فلقد كانت الألبسة محتشمة بنسبة 22,22% وهو ما نلاحظه على لباس المنشطة المساعدة والتي كانت متحجبة وترتدي لباسا محتشما يعكس صورة المرأة العربية المسلمة، وان كانت المنشطة الرئيسية غير متحجبة إلا أن لباسها لم يكن لباسا فاضحا، بل لباسا يتقبله المجتمع.

في حين تمّ تسجيل نسبة 11.11% كلباس غير مناسب لبرنامج عائلي موجه لمجتمع جزائري مسلم. ويمكن أن نرجع السبب وراء ارتداء هذا النوع من اللباس لنساء الى أعمارهن إلى ثقافتهن المستمدة من الثقافة الغربية.

1-2-5-3 الموسيقي:

بعد قراءتنا للجدول التحليلي الخاص بالموسيقى المعتمدة في البرنامج لاحظنا أن البرنامج لم يوظف الموسيقى بكثرة حيث اقتصر توظيفها على الجنيريك في بداية ونهاية الحصة وفي الفواصل الإعلانية.

ويمكننا القول أنها نفس الملاحظة بين الموسيقى والديكور حيث نلاحظ أن موسيقى الجنيريك في الموسم الأول تختلف عن باقي المواسم فقد كانت موسيقى صاحبة نوعا ما وغير ملائمة مع طبيعة البرنامج فهو برنامج اجتماعي يطرح ويعالج مواضيع جدية وحساسة في حين أن الموسيقى كانت ستكون مناسبة لبرنامج منوعاتي ترفيهي. أما موسيقى باقي المواسم فقد كانت موسيقى هادئة مناسبة جدا لبرنامج اجتماعي خاص بالمرأة.

2-1-1 فئة الشخصيات الفاعلة:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (بالثانية)	
22,65	5675	إعلاميين
76,09	19060	مختصين
01,26	315	عامة الناس
100	25050	المجموع

جدول رقم (13) يمثل تكرارات الشخصيات الفاعلة في البرنامج ونسبتها المئوية

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن المختصين أو أهل الاختصاص هم الفئة الأكثر فاعلية في البرنامج وذلك بنسبة 76,09% تليهم فئة الإعلاميين بنسبة 22,65% وكأخر نسبة والمقدرة ب01,26% تعود إلى فئة عامة الناس أو "العينة".

2-1-3 فئة الجمهور المستهدف:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	
39,31	68	المرأة
17,34	30	الرجل
17,34	30	الاثنين معا
11,56	20	الأسرة
14,45	25	المجتمع
100	173	المجموع

جدول رقم (14) يمثل تكرارات الجمهور المستهدف في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية

يكشف لنا الجدول (14) أن المرأة هي الفئة الأكثر استهدافا لبرنامج "للنساء فقط"، فصحیح أن عنوان البرنامج خلال العنوان يوحى بأنه خاص بالنساء يطرح ويعالج مواضيع خاصة بالمرأة الجزائرية

لكن بعض البرامج من هذا النوع نجد أنهم يركزون على المرأة الأم والأسرة. فقد سجلنا نسبة 39,31% للمرأة، تليها فئة الرجل، والرجل والمرأة معا بنسبة 17,34% ثم المجتمع ككل بنسبة 14,45% وفي الأخير الأسرة بنسبة 11,56%.

2-1-4 فئة الهدف:

النسبة المئوية%	التكرارات	
33,26	157	التثقيف والتعليم
9,53	45	التوجيه والإرشاد
49,58	234	الكشف عن الحقائق
07,63	36	النصح والتوعية
100	472	المجموع

جدول رقم (15) يمثل التكرارات الخاصة بالهدف من برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية

من خلال تحليلنا للجدول رقم (15) الذي يمثل الأهداف التي سعى برنامج "للنساء فقط" إلى تحقيقها، لاحظنا أن الكشف عن الحقائق هو الهدف الأكثر تحقيقا بنسبة 49,58% يأتي بعده هدف التعليم والتثقيف بنسبة 33,26% في حين وجدنا أن النصح والتوعية كما نهدف محقق بنسبة 07,63%.

2-1-5 فئة الإتجاه:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	
37,5	09	مؤيد
12,5	03	محايد
50	12	معارض
100	24	المجموع

جدول رقم (16) يمثل تكرارات فئة الإتجاه ونسبتها المئوية

1. يُظهر الجدول أعلاه أن اتجاه البرنامج كان معارض بنسبة 50% ومؤيد بنسبة 37,5% ومحيد بنسبة 12,5% اتجاه القضايا والمواضيع التي تم التطرق إليها طيلة البرنامج وهذا من خلال مواقف واتجاهات وآراء كل الفاعلين فيه.

2. 1-2-6 فئة الموقف:

التكرارات	النسبة المئوية (%)	
20	83,33	إيجابي
02	08,33	محيد
02	08,33	سلبي
24	100	المجموع

1. جدول رقم (17) يمثل تكرارات فئة الموقف ونسبتها المئوية

2. يتضح لنا من الجدول رقم (17) أن موقف الفاعلين في البرنامج كان إيجابي بنسبة كبيرة قدرت بـ 83,33% مقارنة بالموقف السلبي والحيادي الذي كانا بنسبة ضئيلة جدا قدرت بـ 08,33% لكل واحد منهما.

2-1-7 فئة القيم:

قيم ايجابية	التكرارات	النسبة المئوية (%)
النجاح	06	23,08
التحرر	02	07,69
القوة والشجاعة	04	15,38
الإبداع والتميز	03	11,54
التحدي والإصرار	06	23,08
العزيمة	05	19,23
المجموع	26	100

جدول رقم (18) يمثل القيم الايجابية المتضمنة في برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية

النسبة المئوية %	التكرارات	قيم سلبية
19,44	07	الاستغلال
08,33	03	التهميش
11,11	04	التمييز
16,67	06	التسلط
11,11	04	الخيانة
33,33	12	سوء المعاملة
100	36	المجموع

جدول رقم (19) يمثل القيم السلبية المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية

من خلال الجدول رقم (18) الذي يمثل القيم الإيجابية المتضمنة في برنامج "للنساء فقط" نلاحظ أن قيمتي النجاح، والتحدي والإصرار هما الأكثر تداولاً في البرنامج وذلك بنسبة متساوية قدرت بـ 23,08%، تليها قيمة العزيمة بنسبة 19,23% ثم القوة والشجاعة بنسبة 15,38% أما فيما يخص قيمتي الإبداع والتميز فقد قدرت النسبة بـ 11,54% وأخيراً قيمة التحرر بنسبة 07,69%.

أما بخصوص الجدول رقم (19) والذي يمثل القيم السلبية المتضمنة في برنامج "للنساء فقط" اتضح لنا أن سوء المعاملة هي القيمة السلبية الأكثر تداولاً بنسبة 33,33% يليها الاستغلال بنسبة 19% ثم التسلط بنسبة 16,67% كما تم تسجيل نسبة 11,11% لكل من التمييز والخيانة وأخيراً قيمة التهميش بنسبة 08,33%.

8-1-2 فئة الأساليب الإقناعية:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	
26.16	45	وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمنيا
37.79	65	تقديم الأدلة والشواهد
11.63	20	عرض جانبي الموضوع (مؤيد/ معارض)
11.63	20	استخدام الاتجاهات والاحتياجات الموجودة لدى الجماهير
08.14	14	التكرار
04.65	08	الإيتوس Ethos
100	172	المجموع

جدول رقم (20) يمثل تكرارات فئة الأساليب الإقناعية المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط" ونسبتها المئوية.

من خلال الجدول رقم (20) يتبين لنا أن الأسلوب الإقناعي الأكثر استخداما في البرنامج هو تقديم الأدلة والشواهد بنسبة 37,79% يليه وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمنيا بنسبة 26,16% وكأقل نسب سجلت لأسلوب التكرار بنسبة 08,14% والإيتوس أو صورة الخطيب بنسبة 04,65%.

2-2 التحليل الكيفي لمضمون برنامج للنساء فقط

2-2-1 فئة القضايا المثارة:

لاحظنا من خلال قراءتنا للجدول رقم (12) أن برنامج "للنساء فقط" قد ركز على القضايا والمواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى والتي تعنى بالمرأة الجزائرية خاصة، ونذكر على سبيل المثال المرأة ودورها في الحراك الشعبي، وكذا العنف ضد المرأة في الجزائر، وأيضا موضوع العنوسة في الجزائر شبح يطارده 11 مليون امرأة.

كما لاحظنا أن هناك تفاوت في مدة المعالجة من موضوع لآخر، ويرجع ذلك إلى أن بعض الموضوعات حساسة تحتاج معالجتها مدة زمنية أطول من أجل تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات، وتلبية حاجات الجمهور ومتطلباتهم.

أما بالنظر لمضمون هذه الحلقات وطريقة معالجتها وجدنا أن هناك تباين كبير، حيث لاحظنا أن بعض المواضيع كان طرحها فعال وموفق مثل "الزواج المختلط بين الحلم الوردي والحقيقة المرأة"، حيث أن الضيفة أو المحامية "خديجة مسلم" قد تطرقت إلى موضوع الزواج المختلط من مختلف جوانبه، وحاولت تقديم كل النصوص القانونية المتعلقة به، كما حاولت الإجابة على كل الاستفسارات والانشغالات المطروحة حول قضية الزواج المختلط بمختلف الحالات والوضعيات التي قد تصادف المرأة .

أيضا بالنسبة للعدد "الخلع في المجتمع الجزائري سلاح ذو حدين"، إذ تم في هذه الحصة استضافة امرأة خلعت زوجها، وإلى جانبها المحامية "بن براهيم" التي استطاعت تقديم معلومات قانونية وافرة، أجابت فيها على كل الاستفسارات المتعلقة بموضوع الخلع، وبينت للمرأة ما لها وما عليها، حيث نقلت أفكارها بأسلوب سلس ولغة بسيطة استطاعت أن تصل من خلالها إلى كافة المشاهدين بمختلف مستوياتهم.

أما بالنسبة للعدد المعنون بـ "إدمان المرأة للمخدرات": فرغم أن هذا الموضوع حساس جدا ويمكن القول أنه من الطابوهات خصوصا في المجتمع الجزائري، إلا أن معالجته كانت موفقة نسبيا، وهذا راجع إلى الضيف الذي عالج الموضوع بأريحية وحيادية وكان إيجابيا في طرحه، حيث دعا المدمنين إلى العلاج والإقلاع عن الإدمان بالتوجه إلى مراكز المعالجة، مع تأكيده على السرية التامة وقدم حلولاً للأولياء في كيفية التعامل مع أبناءهم المدمنين.

وفيما يخص "المرأة الجزائرية ودورها في الحراك الشعبي"، فقد حاول هذا العدد أن يبرز مكانة المرأة ودورها في المجتمع خصوصا في الجانب السياسي الذي لطالما أبعدت عنه، حيث افتتح النقاش بالرد على المقولة الشهيرة للجزائريين "لمرا بلاصتها فلكوزينة" وقد كانت ضيفتا هذا العدد كل من المحامية "بن براهيم" وسيدة الأعمال "سعيدة نغزة" فهما خير مثال عن المرأة الناجحة والقوية بمواقفهم المشرفة والشجاعة، حيث قدمتا تصريحات وكشفتا عن العديد من الحقائق، وحاولتا توضيح الرؤية لدى مختلف الجزائريات حول الحراك الشعبي والوضع السياسي القائم في البلاد.

في حين أنه لم تكن بعض المواضيع فعالة وكانت غير موفقة في الطرح ونذكر على سبيل المثال موضوع "جرائم القتل التي تحدث في حق المرأة الجزائرية"، فرغم أن الموضوع له وزنه وقيمتته في المجتمع فهو موضوع خطير وقضية حساسة تستحق النقاش والمعالجة، إلا أنه عولج بطريقة سطحية ولم يعطوه حقه من الأهمية، حيث لاحظنا أن هناك خلطا أثناء المعالجة، بداية بتقسيم الحلقة إلى قسمين، ففي القسم الأول تم استضافة المحامية "خديجة مسلم" التي كانت لها فرصة نقاش وافرة أعطت فيها معلومات قيمة من الجانب القانوني، وكذا استضافة رئيسة الإتحاد الوطني لتطوير وتنظيم العائلة "البيضاء مسيحي" التي لم نشاهد تدخلها أو أفكارها حول الموضوع وبالتالي لم تستطع إفادة المشاهدين من الناحية الاجتماعية، في حين كان من الأحسن استضافة مختص في علم الاجتماع ليقدم معلومات تخدم الموضوع بشكل أفضل. أما في القسم فقد تم استضافة مختص في علم النفس قدم معلومات وأمثلة حول الموضوع لكن النقاش بدا جافا، فحبذا لو كان النقاش بحضور الضيوف الثلاثة مع بعض

في الأستوديو حتى يكون النقاش أكثر فاعلية وإفادة، لكي يتوصلوا من خلاله إلى حلول واقتراحات للحد من هذه الظاهرة التي تفتشت في المجتمع الجزائري.

وفيما يخص "سيدات الأعمال في الجزائر سر النجاح والتفوق"، فقد لاحظنا أن طريقة معالجة الموضوع كانت على شكل بورترية أو مقابلة مع شخصية معروفة وذات وزن في المجتمع، ولم يتم التطرق له على أنه موضوع مهم بالنسبة للمرأة فكان من المفروض أن يتم استدعاء نماذج لنساء ناجحات في هذا المجال لكي يكون النقاش ثري ومفيد وذلك بتقديم معلومات ونصائح وإرشادات تحفز المشاهدات وتشجعهن للدخول في ميدان المال وريادة الأعمال.

2-2-2 فئة الشخصيات الفاعلة:

بعد قراءتنا للجدول (13) والذي يمثل تكرارات الشخصيات الفاعلة في البرنامج اتضح لنا أن الفئة الأكثر فاعلية في البرنامج هم "المختصين"، أي الضيوف الذين تم استضافتهم لإثراء النقاش في مختلف المواضيع، حيث لاحظنا أن البرنامج لم يعتمد على ضيوف دائمين بل يتم استدعاءهم على حسب الموضوع المراد معالجته، وفي أغلب الأحيان يتم استضافة ضيف واحد فقط.

وقد لاحظنا أن أغلبية الضيوف قد قدموا معلومات مفيدة وعالجوا المواضيع بطريقة جيدة ، إذ كانوا حياديين في مواقفهم وآرائهم وإيجابيين في طرحهم، فلم يدعوا المرأة إلى التحرر والتبرج أو التسلط، كما لم يشجعوها على الاستسلام والضعف أو التخلي عن حقوقها، حيث قاموا بتقديم أمثلة حية نابعة عن المجتمع الجزائري، وحاولوا إيجاد حلول مناسبة لمختلف المشاكل التي تعاني منها المرأة.

أما فيما يخص الفئة الثانية وهي "الإعلاميين"، فوجدنا أن البرنامج في موسمه الأول قد أشرك في التقديم إعلاميتين وهما: الإعلامية "مالية بولحشيش" كمقدمة رئيسية شاركتها في التقديم زميلتها "خولة"، والأخيرة التي كان حضورها جد طفيفا أو شبه منعدم وتدخلاتها قصيرة جدا، لدرجة أنه كان بالإمكان الاستغناء عنها كمقدمة مساعدة، أو استبدالها بضيف دائم مختص في علم النفس أو الاجتماع بحكم، أن المواضيع التي تمت معالجتها في حاجة إلى أخصائيين نفسيين. وبالرجوع إلى

المقدمة الرئيسة "مالية" ، فقد لاحظنا من خلال تحليلنا لأعداد من البرنامج أنها لم تكن متمكنة ولم تكن ملمة بالموضوع المطروح للنقاش، كانت تحيل الكلمة للضيوف بشكل متفاوت بحيث تركز على الحديث مع ضيف دون الآخر، أي غير متمكنة من أسلوب إدارة الحوار، كما أن تدخلاتها كانت سطحية بحيث أنها متناقضة في آراءها، وكانت تطيل في مقدماتها أو تمهيدها للسؤال الذي تريد طرحه، بالإضافة إلى أن أسئلتها غير مباشرة وليست واضحة بالنسبة للضيف، وكذا شديدة التركيز على الجوانب السلبية ونظرة المجتمع للموضوع بسلبية.

وبالنسبة لفئة عامة الناس فلاحظنا أنه اقتصر على عينة واحدة في موضوع الخلع، وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع المطروحة فهي جد حساسة، ومن الصعب إحضار حالات للبلاطو للحديث عن تجاربهم وحياتهم الشخصية، فمن جهة نراها أنها خطوة حسنة للقائمين على البرنامج لعدم وقوعهم في فخ "الفضائح" من خلال نشر الحياة والتجارب الشخصية والخاصة لهذه العينات أمام المجتمع الجزائري ككل، وهو الأمر الذي تتسابق إليه أغلب البرامج الاجتماعية. من جهة أخرى فهي تعبر عن قدرة الطاقم الخاص بالبرنامج من معدين ومخرجين وإعلاميين في البحث عن حالات خاصة بالبرنامج وإضفاء مصداقية أكثر في مناقشة مواضيع معينة قد يكشف المعنى بالأمر عن جوانب تخفى حتى عن الأخصائيين، أما وطريقة النقاش في البلاطوهات فيتوقف ذلك على قدرة الإعلامي في توجيهه فيما يفيد المشاهد والمجتمع ولا يصنع منه فقط بھرجة للبرنامج، أي بأسلوب راق كما نراه في برنامجي "كلام نواعم" و"بالخط العريض".

2-2-3 فئة الجمهور المستهدف:

من خلال تحليلنا للجدول رقم (14) والذي يمثل فئة الجمهور المستهدف، تبين لنا أن المرأة الجزائرية هي الفئة الأكثر استهدافا للبرنامج على اعتبار أن البرنامج يناقش قضايا ومواضيع تخصها بالدرجة الأولى، وهو ما يتضح جليا من خلال اسم البرنامج "للنساء فقط".

لكن هذه المرأة ليست في معزل عن المجتمع، فمعظم القضايا والمواضيع التي تخص المرأة نجد أن الرجل شريك فيها بنسبة كبيرة، فكلاهما يشكلان أسرة، هذه الأخيرة التي تشكل المجتمع ككل، وهو ما تعكسه نتائج تحليلنا لفئة الجمهور المستهدف.

أي قضية تخص المرأة فهي تخص المجتمع ككل فالمرأة نصف المجتمع وعنصر فعال فيه، وعليه فإن البرنامج يستهدف المرأة بكل علاقاتها مع الرجل، الأسرة والمجتمع.

2-2-4 فئة الهدف:

لكل رسالة أو مضمون إعلامي هدف يسعى وراء تحقيقه لكسب أكبر قدر من الجماهير، وعليه فإنّ برنامج "للنساء فقط" قد سعى بنسبة كبيرة إلى كشف الحقائق وفك الغموض حول العديد من المسائل والنقاط التي كانت مبهمة لدى المشاهدين، وحاول من خلال الاستوديو أن ينقل الواقع المتعلق بمختلف المواضيع المثارة وقد لمسنا ذلك من خلال الكشف عن قصص واقعية، ونذكر ذلك على سبيل المثال موضوع "الخلع" من خلال القصص التي قدمتها المحامية "بن براهيم" حول قضايا الخلع التي صادفتها، وكذا موضوع "الزواج المختلط" مع المحامية "خديجة مسلم" التي سردت قصص لنماذج عن زواج مختلط جمع بين امرأة جزائرية ورجل تركي. وغيرها من القصص الأخرى التي تعبر عن حقائق واقعية.

كما هدف البرنامج بدرجة ثانية إلى تثقيف وتعليم مشاهديه، وذلك من خلال تقديم جملة من المعلومات الخاصة بالجانب القانوني، وعن أمور قد تجهلها الكثير من المشاهدات، وهذا ما لاحظناه على النصوص القانونية التي قدمت طيلة البرنامج، والتي بإمكانها تثقيف المرأة في مختلف القضايا التي تمت معالجتها من عقوبات للقتل والعنف ضدها، وكذا كافة حقوقها في حال الزواج المختلط، بالإضافة إلى أهم القوانين التي يركز عليها الخلع، وأيضا المعلومات الوفيرة التي قُدمت فيما يخص عمليات التجميل وفي موضوع الحراك أيضا.

وإلى جانب الكشف عن الحقائق والتثقيف والتعليم، سعى البرنامج إلى تحقيق أهداف أخرى تتمثل في الإرشاد والتوجيه، والنصح والتوعية وهذا من خلال تقديم مجموعة التعليمات والتوجيهات للمرأة، والتي من جهة تحفظ لها كافة حقوقها المشروعة، ومن جهة أخرى توجهها نحو الأفضل، بالإضافة إلى نصائح أخرى تفيدها في حياتها.

من خلال قراءتنا للجدول رقم (16) والذي يمثل اتجاه القناة أو محتوى البرنامج نحو القضايا والمواضيع المطروحة، تبين لنا أن البرنامج كان معارض لبعض القضايا وذلك بنسبة 50%، ونذكر على سبيل المثال موقف السيدة "بن براهيم" اتجاه الطلاق، فهي كانت معارضة ودعت إلى إطالة فترة صدور حكم الطلاق على أمل أن يتصالح الطرفين، كما لاحظنا من خلال كلامها أنها معارضة للزواج المبكر والذي غالبا ما ينتهي بالطلاق أو الخلع. أيضا نجد أن المقدمة والتي حاولت نقل رأي الشارع الجزائري والذي كان معارضا للخلع وينظر للمرأة التي تخلع زوجها نظرة دونية. وكذا في موضوع الجراحة التجميلية حيث قالت أن المجتمع الجزائري يرفض هكذا نوع من الجراحات.

كما نجد أن البرنامج كان معارضا للإدمان والجرائم القتل والعنف الذي يحدث في حق المرأة، حيث رأينا أن المحامية "خديجة مسلم" كانت معارضة بشدة للعنف ضد المرأة بشتى أشكاله وكانت مساندة للمرأة، وبيّنت لها كافة حقوقها والإجراءات الواجب عليها اتخاذها في حالة تعرضها للعنف. كما أنها كانت معارضة للزواج المختلط وخاصة زواج الجزائريات برجل أجنبي وهذا لما مر عليها من قضايا صادمة ومؤلمة خصوصا إذا كان الزواج بدون رخصة، وهو ما يعرض المرأة الجزائرية إلى العديد من المشاكل والصعوبات.

كذلك في موضوع الحراك الشعبي نجد أن الفاعلين في البرنامج كانوا معارضين بشدة لمقولة أو فكرة "المرأة بلاصتها فالكوزينة"، وهو ما يظهر من خلال آرائهم ومواقفهم وحتى من مكانتهم ودورهم الفعال في المجتمع.

وعليه يمكننا القول أن المعارضة لا تعني الرفض أو المعالجة السلبية بل إن التأييد والمعارضة كان بحسب طبيعة الموضوع.

أما فيما يخص الاتجاه المؤيد فنجد ذلك من خلال تأييد المحامية "بن براهيم" وكذا الإعلامية للخلع، في حالة ما إذا كان هو الحل والسبيل الوحيد للمرأة واستحالة بقاءها مع زوجها.

وأيضاً في موضوع الجراحة التجميلية فالطبيبة المختصة كانت مؤيدة لعمليات التجميل، كما نجد أن البرنامج كان مؤيد ومساند للمرأة للنجاح والاستثمار ودخول مجال المال والأعمال. ومن بين المواقف المؤيدة أيضاً نجد تأييد البرنامج للحراك الشعبي وكذا للحوار مع الرئيس والقيام بالانتخابات الرئاسية في أقرب أجل، وهذا للحفاظ على أمن وسلامة البلاد وشعبها من إعلان حالة الطوارئ والتدخل الأجنبي.

في حين نرى أن الاتجاه الحيادي كان بنسبة قليلة ونجد ذلك من خلال موقف المحامية مسلم " ضد جرائم القتل فقد كانت محايدة ومنافسة للقانون، وذكرت القوانين والعقوبات التي ينص عليها القانون و فقط. وأيضاً موقف الأستاذة "بن براهيم" لما قالت لها المذيعة بأنها مؤيدة وتساند المرأة على ذلك فردت عليها بأنها تساند أحكام الشريعة الإسلامية.

2-2-6 فنة الموقف:

لاحظنا من خلال قراءتنا للجدول رقم (17) أن موقف الفاعلين في برنامج "للنساء فقط" كان إيجابياً بالدرجة الأولى، وقد لمسنا ذلك في مختلف المواضيع التي تم التطرق لها، حيث وجدنا أن الضيوف في موضوع الحراك الشعبي كانوا يدعمون الحراك ويدعون للانتخابات والسلمية في المطالبة بالحقوق وكل ما يخدم الشعب، وأيضاً في موضوع الخلع والذي عولج بإيجابية وكان الموقف إيجابياً، حيث لاحظنا أن "بن براهيم" كانت مع حق الخلع إذا اضطر الأمر، ودافعت كثيراً عن هذا الحق وتطرقت إلى كل صغيرة وكبيرة بخصوصه، في حين كانت معارضة للطلاق واقترحت إعطاء فترة زمنية طويلة من أجل النقاش و الوصول إلى نقطة صلح بين الطرفين.

ونجد كذلك موضوع العنف ضد المرأة والذي كان إيجابياً الموقف، إذ تم دعوة المرأة الجزائرية إلى عدم الخوف والاستسلام ونبذ العنف في حقها، حيث قدمت المحامية "خديجة مسلم" بخصوص هذا الموضوع مختلف النصوص القانونية التي تحمي المرأة وتضمن لها كافة حقوقها المشروعة.

كما لمسنا بعض المواقف المحايدة في بعض القضايا على غرار موضوع الجراحة التجميلية حيث كان موقف الضيفة محايد اتجاه عمل المراكز التجميلية الأخرى. وكذا لاحظنا موقفا سلبيا من خلال تركيز الإعلامية على النظرة السلبية للمجتمع اتجاه الخلع والحنوسة، فهي كانت متأثرة بفكرة المجتمع اتجاه هذه القضايا، في حين كان من المفترض أن يكون رأيها أو موقفها محايد.

2-2-7 فئة القيم:

من خلال تحليلنا لفئة القيم المتضمن عليها برنامج "للنساء فقط"، وجدنا أن البرنامج قد دعا إلى مجموعة من القيم الإيجابية كالتحدي والإصرار والعزيمة، وأكد على وجوب تحلي المرأة بها، وذلك من أجل تقديم صورة إيجابية عنها وإثبات ذاتها ومكانتها في المجتمع من خلال تحقيق مجموعة من النجاحات واكتساحها جميع مجالات الحياة، وكذا تحليها بالقوة والشجاعة لكي تحقق الإبداع والتّميز. أما فيما يخص القيم السلبية، فقد تضمن برنامج للنساء فقط مجموعة من القيم التي يجب التخلي عنها لكي تتمتع المرأة بحياة آمنة ومطمئنة، ومن بين هذه الصفات نذكر سوء المعاملة حيث لوحظ أن المرأة الجزائرية تعاني كثيرا من سوء المعاملة بمختلف أشكاله، سواء من طرف الزوج أو المحيط الخاص بها، بالإضافة إلى التسلط الممارس عليها والذي يحد من قدراتها وإبداعاتها، وأيضا الاستغلال والتهميش والتّمييز الذي تتعرض له في البيت أو في الخارج.

وهذا ما يعكس هدف البرنامج الذي يسعى إلى تطوير وتمكين المرأة وضمان حقوقها المشروعة محاولين بذلك تقديم صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية.

2-2-8 فئة الأساليب الإقناعية:

يرتبط محتوى الرسالة عادة بالقدرة على الإقناع، فقد كان أفلاطون يعرف البلاغة بأنها "كسب عقول الناس بالكلمات" وكان أرسطو يرى أن البلاغة هي "القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها"، وعليه فقد تنوعت وتعددت الأساليب المستخدمة في الرسالة الإعلامية لإقناع المتلقي بمضمونها، فأساليب عرض المحتوى تؤثر على التعلم والإقناع والإدراك، وهناك العديد من

الاعتبارات التي تؤدي إلى اختيار أسلوب معين لتقديم النص الإعلامي واستخدام نوع معين من الإستimalات بما يتوافق وطبيعة الموضوع وخصائص الجمهور المتلقي، وهو ما لمسناه في برنامج "للنساء فقط". فقد اعتمد البرنامج على أساليب إقناعية متنوعة، ولعلّ أبرزها هو تقديم الأدلة والشواهد، وهذا من خلال تقديم أمثلة حية من قلب المجتمع الجزائري، وكذا في تقديم النصوص القانونية أو العقوبات اللازمة وأيضا في تقديم الإحصائيات والنسب.

كما تم بالإضافة إلى وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمنا وبسهولة، حيث لاحظنا أن الفاعلين أو الضيوف كانت أهدافهم واضحة ومحددة ومفهومة لا يحتاج فهمها إلى بذل مجهود وتحليل أو تفسير.

كما تم الاعتماد على عرض جانب الموضوع على الأسلوب الإقناعي، وهذا عند طرحهم للقضايا، فكانوا يقدمون الجانب الإيجابي والجانب السلبي، ووجدنا هذا مثلا في موضوع الخلع وكذا الزواج المختلط وأيضا في موضوع الجراحة التجميلية.

كما تم الاعتماد على عنصر أو أسلوب جد مهم في العملية الإقناعية وهو الإيثوس Ethos أو صورة الخطيب، وهنا نركز على الجانب الأخلاقي للخطيب، أي سمعة القائل وشخصيته، إلى جانب ذلك قدرته على التحكم في "لغة الجسد" وهي من بين تقنيات الاتصال غير اللفظي التي يستوجب من الخطيب التحكم فيها، أي من خلال مظهره وكلامه وحتى طريقة جلوسه وحركات الجسد والإيماءات، فهناك أشخاص يستطيعون جذب الجماهير وإقناعهم من خلال هذه الإستراتيجية بغض النظر عن مضمون رسالتهم، في حين نجد أشخاص رغم صحة رسالتهم وأهميتها لكن افتقارهم لهذا الأسلوب يجعل الجمهور ينفر منهم ولا يقتنع بكلامهم. ومنه فان الجانب الأخلاقي للشخص وتحكمه في لغة الجسد سيمكناه بدرجة كبيرة التأثير في الجمهور المستهدف وإقناعه.

رابعاً: نتائج الدراسة:

من خلال تحليلنا لعينة من أعداد لبرنامج "للنساء فقط" الذي تبثه القناة الجزائرية الخاصة beur tv، توصلنا إلى عدد من النتائج، أهمها ما يلي:

1- يتم بث البرنامج مرتين في الأسبوع وذلك يومي الأحد والخميس والذي يصادف نهاية الأسبوع وفي وقت الذروة وهو ما يزيد من احتمالية زيادة نسبة مشاهدة البرنامج.

2- اهتمام قناة beur tv بهذا النوع من البرامج التي تعنى بالمرأة وتطرح وتعالج مختلف القضايا التي تخص المرأة، بدليل أن البرنامج يبث مرتين في الأسبوع في وقت الذروة وبمدة زمنية معتبرة.

3- لم يحدد القائمون على البرنامج مدة زمنية ثابتة للعرض فقد كانت متغيرة وبنسب متفاوتة، وهذا حسب طبيعة الموضوع وحساسيته وأهميته بالنسبة للمرأة والمجتمع ككل، حيث تضمنت بعض حلقات البرنامج على فقرة ثانية إلى جانب الموضوع المعالج وهي فقرة "حرف حواء" في حين تم الاستغناء عنها عند معالجة القضايا والمواضيع التي تتطلب مدة زمنية أطول لمعالجتها.

4- اعتمد البرنامج بنسبة كبيرة على لغة ممزوجة بين الفصحى البسيطة والعامية بمختلف لهجاتها العاصمية، الوهرانية، القسنطينية وغيرها، وهذا للإمام بكل الفئات المتعلمة وغير المتعلمة من جمهور النساء في الجزائر وخارجها، وبالتالي تبسيط مضمون الرسالة التي يحملها البرنامج والوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير.

5- اختلف ديكور برنامج "للنساء فقط" من موسم لآخر من تقليدي مكتظ بإضاءة ضعيفة وألوان غير متناسقة إلى ديكور مناسب بألوان زاهية وأثاث عصري متناسق.

6- رغم أن اللباس يلعب دوراً هاماً في إبراز صورة المرأة في أي مجتمع فهو مرآة عاكسة لها، إلا أن برنامج "للنساء فقط" لم يعر اهتماماً كبيراً، حيث لم يتم الاعتماد على لباس رسمي محتشم يعكس صورة المرأة الجزائرية المسلمة والمحافظة، بل اعتمدوا على لباس عصري مواكب للموضة ومستمد من الثقافة الغربية.

- 7- اعتمد البرنامج على موسيقى هادئة تعكس طبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه ألا وهو المرأة بصفة عامة والتي تتميز بالبرقة والإحساس، وتميل إلى كل ما هو هادئ ومرهف.
- 8- اهتم البرنامج بمعالجة مختلف القضايا التي تهم المرأة الجزائرية في كل المجالات خاصة القضايا الاجتماعية والأسرية.
- 9- معالجة البرنامج لأغلب المواضيع كانت تقتصر على حضور ضيف واحد فقط، وهذا ما يجعل المعالجة محصورة في زاوية واحدة.
- 10- تطرق البرنامج إلى كل الشرائح النسائية في المجتمع دون تمييز أو تحيز من عاملة، سياسة، محامية، سيدة أعمال، أم، مربية، مطلقة، عانس، شابة، متزوجة، معنفة، مدمنة، ريفية، حرفية...
- 11- حاول البرنامج نقل صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية، كما سعى إلى تثقيف المرأة تعليمها، نصحتها وتوعيتها لكي تصبح عنصر إيجابي وفعالة أكثر في المجتمع.
- 12- شجّع البرنامج المرأة على التحلي بمختلف القيم الإيجابية ومحاربة القيم السلبية من أجل ضمان نجاحها وأمنها واكتساب مكانة هامة ومرموقة في المجتمع.
- 13- حث البرنامج المرأة على النجاح والتحلي بالإصرار والعزيمة والشجاعة والابتعاد عن الضعف والاستسلام وهذا من أجل إثبات ذاتها ووجودها.
- 14- حرص البرنامج على حماية المرأة وضمان كافة حقوقها المشروعة وبين لها أهم الإجراءات اللازمة في حالة تعرضها للعنف بكل أنواعه.
- 15- ركز البرنامج على استخدام الأدلة والشواهد كأساليب إقناعية واستدل في ذلك على قصص واقعية مستمدة من عمق المجتمع الجزائري.
- 16- استطاع البرنامج أن يثبت الأهمية البالغة للمرأة في المجتمع ودورها الفعّال في تحقيق التنمية.

17- لم يقتصر البرنامج في جانبه الاجتماعي على المواضيع التقليدية للمرأة من زواج وطلاق وعناية بالأطفال، حتى وإن تطرق لها فيما يستدعيه وقتنا الحالي من التعرض إلى جوانب معينة، وعليه فقد تم طرح قضايا جديدة تمم المرأة الجزائرية المعاصرة وبكل جرأة واحترام للمشاهد في ذات الوقت، سواء إن كانت هذه المواضيع تمس المرأة بطريقة ايجابية (كريادة الأعمال) أو سلبية (كالإدمان على المخدرات).

خاتمة

خاتمة:

نصل في الأخير إلى أنّ عينة الدراسة أي القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة بـ *beur tv* ، قد عكست بشكل كبير صورة المرأة الجزائرية في واقعها، وبكل نشاطاتها وحقائقها، وذلك عبر برنامج "للنساء فقط" وشكلت بذلك القناة التلفزيونية إحدى البوابات المفتوحة أمام المرأة الجزائرية من أجل إبراز ذاتها أو التعريف بمعاناتها ونقل انشغالاتها واحتياجاتها، من خلال مختلف أعدادها التي تقدمها للمرأة الجزائرية على اختلاف أنواعها ومستوياتها العمرية، الثقافية، التعليمية، العملية من أجل الظهور والتعريف بها وبشخصيتها واهتماماتها وأفكارها وانشغالاتها.

فطيلة المواسم الأربعة لعرض البرنامج المهم، تمّ نقل صورة حقيقية وإيجابية عن المرأة الجزائرية من خلال المواضيع التي تمّ طرحها وطريقة معالجتها، وكذا طبيعة الضيوف الذين تمّ استدعائهم كما أن البرنامج حاول كسر الطابوهات بمعالجته لمواضيع حساسة جدا وذلك لتقريب الصورة أكثر للمشاهدين ونقل واقع المرأة كما هو.

وعليه فإن البرنامج سعى جاهدا إلى إبراز مكانة ودور المرأة الجزائرية والأهمية البالغة لها في تحقيق التنمية وتطور المجتمع، وبعيدا عن الصورة النمطية التقليدية للمرأة، التي لا ننكرها أو نستنكرها، ولكن توجد مجالات أخرى يجب التركيز عليها للنهوض بالمجتمع، متمسكين في ذات الوقت بتعاليم ديننا وضوابطنا الاجتماعية السليمة، وكيف لا والمرأة هي عمود المجتمع. وعليه فنحن بحاجة إلى برامج نسائية تهتم فعليا بقضايا المرأة بعيدا عن التهويل وعن أغراض تجارية متمثلة في رفع نسبة المشاهدة و الحصول على قدر عال من عائدات الإعلانات الإشهارية.

ملخص الدراسة:

دراسات الوصفية التحليلية التي حاولت تسليط الضوء على صورة المرأة الجزائرية من خلال المواضيع الاجتماعية المعالجة في البرامج النسائية، والتي تبث عبر القنوات الفضائية الخاصة، واخترنا بذلك البرنامج النسائي "للنساء فقط" والذي يعرض في قناة beur tv، وعليه قمنا بتطبيق أداة تحليل المضمون على عينة شملت تسعة أعداد من المواسم الأربعة للبرنامج، وذلك للإجابة على الإشكالية التالية: كيف قدمت القناة الجزائرية الخاصة beur tv صورة المرأة الجزائرية وقضاياها عبر برنامجها "للنساء فقط"؟

وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج، نذكر أهمها :

- 1- اهتمام قناة beur tv بهذا النوع من البرامج حيث يتم بث البرنامج مرتين في الأسبوع، وذلك يومي الأحد والخميس والذي يصادف نهاية الأسبوع وفي وقت الذروة وهو ما يزيد من احتمالية زيادة نسبة مشاهدة البرنامج.
- 2- استضاف البرنامج إلى مختلف الشرائح النسائية في المجتمع دون تمييز أو تحيز من عاملة، سياسة، محامية، سيدة أعمال، أم، مربية، مطلقة، عانس، شابة، متزوجة، معنفة، مدمنة، ريفية، حرفية...
- 3- حاول البرنامج نقل صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية، كما سعى إلى تثقيف المرأة تعليمها، نصحتها وتوعيتها لكي تصبح عنصرا إيجابيا وفعالة أكثر في المجتمع.
- 4- شجّع البرنامج المرأة على التحلي بمختلف القيم الإيجابية ومحاربة القيم السلبية من أجل ضمان نجاحها وأمنها واكتساب مكانة هامة ومرموقة في المجتمع. وذلك من خلال حثها على النجاح والتحلي بالإصرار والعزيمة والشجاعة والابتعاد عن الضعف والاستسلام وهذا من أجل إثبات ذاتها ووجودها.
- 5- حرص البرنامج على حماية المرأة وضمان كافة حقوقها المشروعة وبين لها أهم الإجراءات اللازمة في حالة تعرضها للعنف بكل أنواعه.

6- لم يقتصر البرنامج في جانبه الاجتماعي على المواضيع التقليدية للمرأة من زواج وطلاق وعناية بالأطفال، فقد تم طرح قضايا جديدة تهم المرأة الجزائرية المعاصرة وفي ذات الوقت بكل جرأة واحترام للمشاهد الجزائري، سواء إن كانت هذه المواضيع تمس المرأة بطريقة ايجابية (كريادة الأعمال) أو سلبية (كالإدمان على المخدرات).

الكلمات المفتاحية: البرامج النسائية . المرأة الجزائرية، الصورة ، القنوات الخاصة

Abstract:

Our study belongs to descriptive and analytical studies which are focused on Algerian image through social themes treated in TV shows made for women and broadcasted on private channels. This is why we chose a program called "for woman only " broadcasted on "Beur Tv", we analyzed night episodes of the program's four seasons in order to answer the following question: " how is the Algerian woman image represented by the private channel "Beur Tv" through its program called "only for women"? and we came to a set of results:

1. Beur Tv interest in this type of programs. That talk show is broadcaster twice a week, on Sunday and Thursday which coincides with the weekend, that means the show gets more views rate.
- 2.The show receives women of different categories : working women, politicians, lawyers, business women, mothers, educators, drug addicts, country women...
3. The program tries to reflect a positive image of the Algerian woman, it also seeks to educate women, advise and make them aware, it also helps them be active and effective component of the society.
4. The program encourages women to maintain their positive values and get rid of negative ones in order to ensure their security and success and a high standing position in society thanks to encouraging and motivational speech that helps women stay strong and motivated and get rid of their weaknesses and try to improve themselves.

5. The program ensures women's security and protection and all of their legitimate rights and shows the most important ways and procedures that must be followed in case she gets abused.

6. The program is not only limited on social and traditional themes like wedding, divorce or childcare. It also treats new themes that concern Algerian modern women without any taboo but with modesty and consideration for the Algerian viewer. Whether it is positive (like women leadership) or negative (like addiction to drugs).

Key words: women's programs, Algerian woman, image, private channels.

قائمة المراجع

Bibliographie

- (14 جانفي, 2017). تاريخ الاسترداد 20 سبتمبر, 2020, من <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- إبراهيم أنيس وآخرون. (1972). المعجم الوسيط. 2, 548. القاهرة، مصر: مجمع اللغة العربية بالقاهرة.
- ابن منظور. (1997). *لسان العرب* (الإصدار 1). بيروت، لبنان: دار صادر.
- أحمد بن مرسللي. (2010). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال* (الإصدار 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- إقصاء المرأة في الإعلام الجزائري نموذج مصغر لمعاناتها من التميز*. (06 سبتمبر, 2015). تاريخ الاسترداد 28 سبتمبر, 2020, من <https://alarab.co.uk>.
- السعدى الغول السعدى. (2019). *مناهج البحث: العينات وأنواعها samples*. مصر.
- الفضائيات الجزائرية الخاصة.. تجربة فنية ومستقبل غامض*. (15 جوان, 2014). تاريخ الاسترداد 14 سبتمبر, 2020, من <https://www.startimes.com/f.aspx?t=34409993>
- أمنة سماتي. (09 ديسمبر, 2019). تاريخ الاسترداد 10 أفريل, 2020, من <http://www.elhiwardz.com>
- إيمان عيادي، و شريفة رزيوق. (أفريل, 2018). دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع: برنامج دنيا المرأة نموذجا. *مجلة الدراسات الإعلامية* (الثاني)، صفحة 480.
- باي عبد القادر بغداد. (أفريل, 2018). اسهامات المرأة الجزائرية في بناء المؤسسة الإعلامية قراءة في واقع الممارسة والمعوقات. *مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والانسانية المعمقة* (الأول).
- بلقاسم بن زنين. (30 جوان, 2015). *المرأة الجزائرية والتغيير: دراسة حول دور وأداء السياسات العمومية*. تاريخ الاسترداد 08 سبتمبر, 2020, من <http://journals.openedition.org/insaniyat/13678> ; DOI
- جميلة رزاقى. (25 نوفمبر, 2018). تاريخ الاسترداد 10 أفريل, 2020, من <http://eldjazaironline.net>

جميلة رزاقى. (07 مارس, 2018). تاريخ الاسترداد 10 أبريل, 2020، من <http://www.eldjazaironline.net>.

دليل الصحفي المهني من أجل مقاربة إيجابية للمرأة في الإعلام. (2016).

رضوى منتصر الفقى. (10 جويلية, 2019). المرأة في البرامج التلفزيونية النسائية: بين تحرير المرأة والتمركز حول الأنثى. تاريخ الاسترداد 17 سبتمبر, 2020، من <http://www.khotwacenter.com>.

القدس النوع الاجتماعي الجندر. (2005). ع. س. رموز

ريم عدنان بوش. (2015). صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.

زوييدة بن الصديق. (مارس, 2020). الواقع التعليمي للمرأة في الجزائر. مجلة العلوم الاجتماعية ، الصفحات 190-191.

سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث الإعلامي. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.

سفيان منصورى. (جانفي, 2018). المرأة والتنمية الانسانية في الجزائر. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية .

سلمان الرياشى، و آخرون. (1999). الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية (الإصدار الثانية). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

سمر عبد العزيز كرامى. (2008). الصحافة النسائية في الوطن العربي. القاهرة: دار النهضة العربية.

صلاح عبد الفتاح الخالدي. (1998). نظرية التصوير الفني عند سيد قطب. الجزائر: المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية.

عاطف عدلى العبد، و زكى أحمد عزمى. (1993). الأسلوب الاحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام (الإصدار 1). القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.

دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب أولويات المرأة تجاه مختلف. (2016). إك، عايب جامعة تبسة كلية العلوم :تبسة. دراسة ميدانية لعينة من طالبات قسم العلوم الإنسانية :القضايا الاجتماعية والإنسانية مذكرة ماستر

عائشة بن عمرة. (2017). قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية العربية. المسيلة، الجزائر.

- عبد الرحمان البرقوق. (2004). دولة النساء. معجم ثقافي اجتماعي لغوي عن المرأة (الإصدار 1). مصر: دار ابن حزم.
- عبد الله فتحي الظاهر، و علي أحمد خضر المعماري. (2013). أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية و السياسية. الموصل-العراق: المنهل.
- عبد الله م. (07 مارس، 2016). 3، 2 مليون عاملة في الجزائر. تاريخ الاسترداد 10 أفريل، 2020، من <http://wakteldjazair.com>.
- علي عباس فاضل. (2012). الصورة في وكالات الانباء العالمية بين الاستمالة و الاقناع. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- عنصر عياشي. (1999). سوسيولوجيا الديمقراطية و التمرد بالجزائر. القاهرة: دار الأمين للطباعة و النشر و التوزيع.
- فامة الزهراء دريم، و موسى إسماعيل شماقي. (ديسمبر، 2018). نظرة المجتمع الجزائري لصورة المرأة في الإعلام: المجتمع المستغامي نموذجا. مجلة روافد .
- كوثر عايب. (2016). دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب أولويات المرأة إتجاه مختلف القضايا-دراسة ميدانية لعينة من طالبات قسم العلوم الانسانية. مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماسنر في علوم الإعلام و الاتصال. تبسة- الجزائر: جامعة تبسة.
- لطيفة مناد، و فوزية صغيري. (جوان، 2017). واقع العمل النسوي في الجزائر. مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية .
- مالية كربوش. (04 مارس، 2014). مدوة حول صورة المرأة في وسائل الإعلام. تاريخ الاسترداد 28 سبتمبر، 2020، من <https://www.djazairess.com/akhbarelyoum/100162>
- محمد بوضياف. (2010). الأحزاب السياسية و منظمات المجتمع المدني في الجزائر: دراسة تحليلية نقدية. سطيف: دار المجد للنشر و التوزيع.
- محمد سليم قلالة. (2014). الاطار القانوني لتكريس صورة إيجابية للمرأة العربية في مجال الإعلام. المنتدى العربي حول المرأة و الإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة: نحو إعلام عربي منصف للمرأة (صفحة 161). مراكش: وزارة التضامن و المرأة و الأسرة و التنمية الاجتماعية مطبعة AZ-Editions.

محمد طوالبية. (2004). صورة الاسلام السياسي في الصحافة العربية في المهجر بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال. الجزائر: جامعة الجزائر.

محمد قارش، و سعيد مراح. (16 فيفري, 2017). الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات. مجلة الحقيقة .

محمد منير حجاب. (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر.

دار كنوز :الأردن (Éd., 1ط) بحوث الإعلام الأسس و المبادئ. (2011). ه. م. مزاهرة .المعرفة العلمية للنشر و التوزيع

مسعد مشتر عبد الصاحب. (2005). المضامين و الأشكال الفنية لبرامج التلفزيون العراقي، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام. بغداد: جامعة بغداد.

مفاهيم عالمية. (2003). عمان: المركز الثقافي العربي للدراسات و الترجمة.

منى سعيد الحديدي، و سلوى امام علي. (2005). الإعلام والمجتمع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

نادية شريف، و محمد لهوازي. (17 سبتمبر, 2015). المرأة الجزائرية.. شريك أساسي في التنمية. تاريخ الاسترداد 09 سبتمبر, 2020، من [https://www.echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com//المرأة-الجزائرية-شريك-أساسي-في-التنمي) -المرأة-الجزائرية-شريك-أساسي-في-التنمي.

نوار نافع. (بلا تاريخ). مكانة المرأة في المجتمع الجزائري. دراسات إعلامية .

هبة شاهين. (2006). التلفزيون العربي (الإصدار الأولي). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.

هيثم فيصل علي. (2010). بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار. مجلة الأنبار ، صفحة 480.

وهيبة سليمان. (04 فيفري, 2019). حضور المرأة في القنوات التلفزيونية مجرد "ماكياج". تاريخ الاسترداد 28 سبتمبر, 2020، من [./https://www.echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com)

يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين. الجزائر: طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع.

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (01) استمارة تحليل محتوى برنامج "للنساء فقط".

استمارة تحليل المحتوى

جامعة محمد الصديق بن يحيى تاسوست - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

الموضوع/تحكيم استمارة تحليل المحتوى

بالإشارة إلى الموضوع أعلاه، تقوم الباحثتان بإجراء دراسة بعنوان صورة المرأة الجزائرية في البرامج النسائية بالقنوات الخاصة-دراسة تحليلية على عينة من برنامج "للنساء فقط" على قناة beur tv، في إطار التحصل على شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، وتتطلب الدراسة إعداد استمارة لتحليل مضمون برنامج "للنساء فقط".

ونظرا لثقة الباحثتان في سيادتكم بهذا المجال، يسرهما أن تتقدما لحضرتكم بهذه الاستمارة وبها مقترح لمجموعة من الفئات الشكلية والموضوعية والتي تمكنا من تحليل مواضيع البرنامج بغية التعرف على الصورة التي يرسمها عن المرأة الجزائرية، راجيين منكم التفضل والتعاون معنا في إبداء رأيكم فيما وضع من فئات، وذلك من حيث مدى صحتها وخدمتها للموضوع، كما ويمكنكم إضافة أو حذف أو تعديل الغير مناسب منها.

وتفضلوا بقبول منا فائق الاحترام والتقدير.

الباحثتان: جعوي أسماء

اسم المحكم:

غلي مريم

التخصص:

بيانات أولية خاصة بالبرنامج محل الدراسة:

1- اسم القناة

2- اسم البرنامج

3- تاريخ البث

فئة الشكل الذي قدم به البرنامج محل الدراسة كيف قيل ؟

4- فئة المدة الزمنية :

المدة الزمنية الكلية للبرنامج

المدة الزمنية المخصصة لعرض الموضوع

5- فئة اللغة المستخدمة:

-العربية الفصحى - العامية - الفرنسية - المزوجة بينالعربية الفصحى

والعامية - المزوجة بين العامية والفرنسية - المزوجة بين العربية الفصحى والفرنسية

6- فئة الموقع:

- صباحا - ظهرا - مساءا - ليلا

7- فئة العناصر التيبوغرافية:

العناوين: - رئيسي - فرعي - استفهامي - دال

الصور: - واقعية - رمزية - لا توجد

لقطات الكاميرا: - لقطة مقربة - لقطة نصف شاملة - لقطة شاملة
- لقطة متوسطة - لقطة جانبية - لقطة مزدوجة

8- فئة الإخراج الفني:

الديكور: - تقليدي - مختلط - عصري - مناسب - غير مناسب

اللباس: - رسمي - غير رسمي - محتشم - فاضح

الموسيقى: - هادئة - صاحبة - ملائمة - غير ملائمة

فئة الموضوع ماذا قيل ؟

9- فئة أنواع القضايا:

- الخلع - سيدات الأعمال - الجراحة التجميلية - العنوسة - الزواج المختلط

- الإدمان - العنف ضد المرأة - الحراك الشعبي - جرائم القتل ضد المرأة

10- فئة الشخصيات الفاعلة:

- إعلاميين - مختصين - عامة الناس

11- فئة الجمهور المستهدف:

- المرأة - الرجل - الاثنين معا - الأسرة - المجتمع

12- فئة الهدف:

- التنقيف والتعليم - التوجيه والإرشاد

- الكشف عن الحقائق - النصح والتوعية

13- فئة الاتجاه:

- معارض - محايد - مؤيد

14- فئة الموقف:

- إيجابي - محايد - سلبي

15- فئة القيم:

قيم إيجابية: - النجاح - التحرر - القوة والشجاعة- الإبداع والتميز - التحدي والإصرار - العزيمة

قيم سلبية: - الاستغلال - التهميش - التمييز - التسلط - الخيانة - سوء المعاملة

16- فئة الأساليب الإقناعية:

- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمناً.
- تقديم الأدلة والشواهد.
- عرض جانبي الموضوع (المؤيد والمعارض).
- استخدام الاتجاهات والاحتياجات الموجودة لدى الجماهير.
- التكرار.
- الإيتوس Ethos

الملاحظات:

.....

.....

دليل استمارة تحليل المضمون:

1/بيانات أولية خاصة بالبرنامج محل الدراسة:

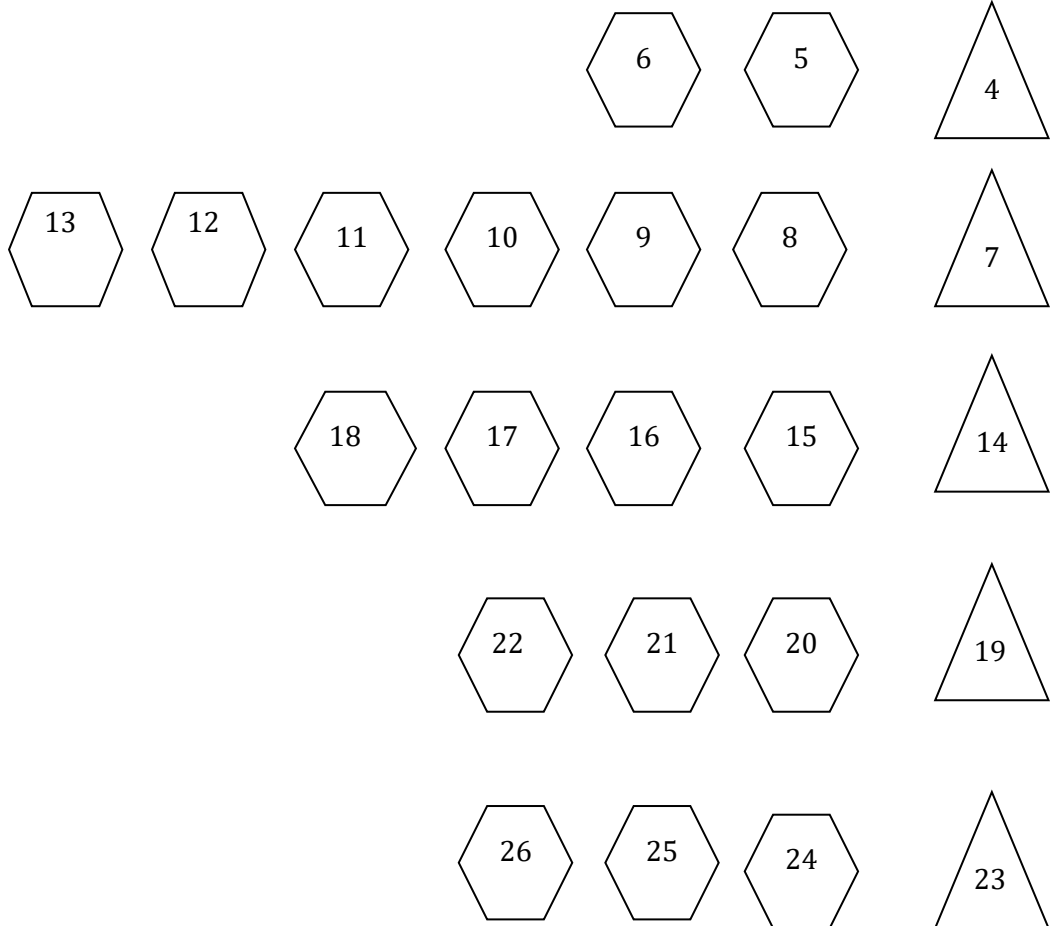
1- اسم القناة 1

2- اسم البرنامج 2

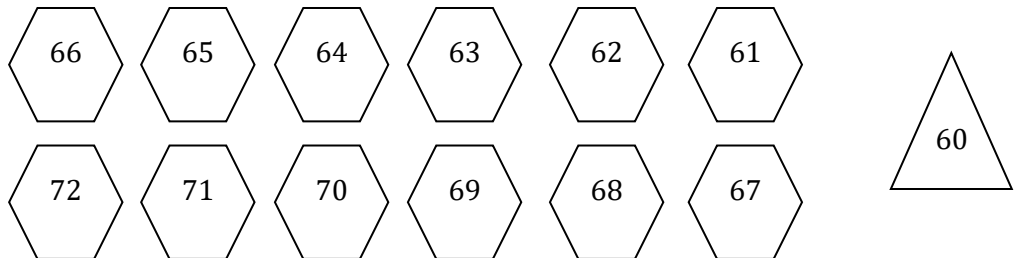
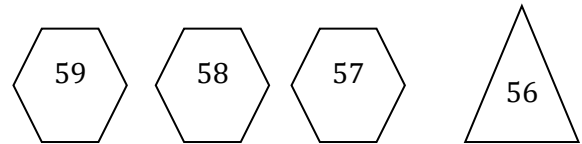
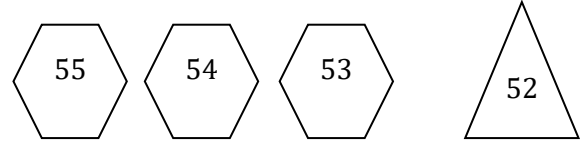
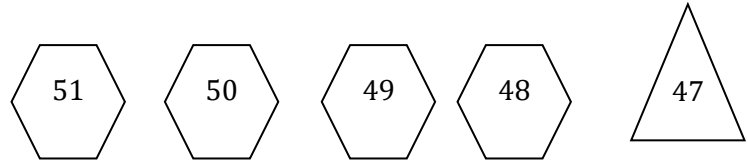
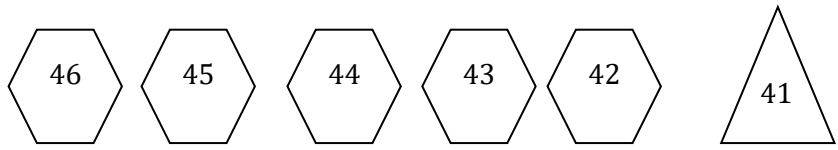
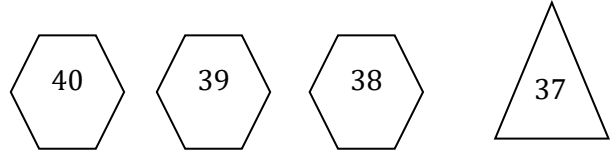
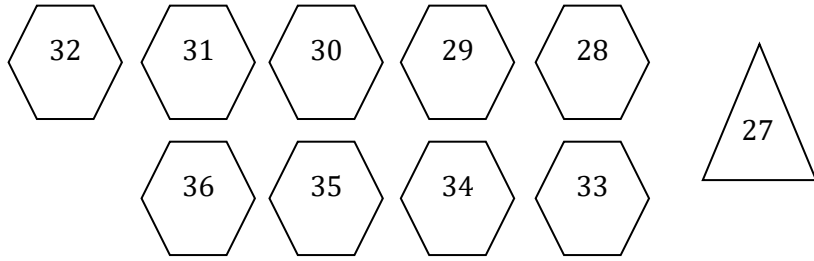
3- تاريخ البث 3

2/البيانات الكمية الخاصة بالفئات وعناصرها:

أ- فئة الشكل:



ب- فئة المحتوى:



.....

.....

.....

.....

.....

دليل استثمارة تحليل المحتوى:

ينقسم هذا الدليل إلى ثلاثة أقسام هي:

1/ البيانات الأولية الخاصة بالبرنامج محل الدراسة:

المربعات من 1-3 تشير إلى بيانات أولية خاصة بالبرنامج محل الدراسة وهي كالآتي:

1-beur tv

2- للنساء فقط

3- زمن بث البرنامج باليوم والشهر والسنة

2/البيانات الخاصة بفئات الشكل:

تمثل المثلثات في هذه الاستثمارة الفئات الكبرى وتمثل السداسيات الفئات الفرعية لها.

يمثل المثلث ذو الرقم 4 فئة المساحة الزمنية

تشير السداسيات 5-6 إلى ما يلي:

5-المدة الزمنية الكلية للبرنامج

6- المدة الزمنية المخصصة للموضوع

المثلث رقم 7 يمثل فئة اللغة المستخدمة في البرنامج

تشير السداسيات من 8-13 إلى ما يلي :

8- اللغة العربية 9- العامية 10- اللغة الفرنسية 11- المزوجة بين العربية والعامية

12- المزوجة بين العامية والفرنسية 13- المزوجة بين العربية والفرنسية

المثلث رقم 14 يمثل فئة الموقع

تشير السداسيات من 15-18 إلى ما يلي :

15- صباحا 16- مساء 17- ظهرا 18- ليلا

المثلث رقم 19 يمثل العناصر التيبوغرافية :

حيث يشير السداسي رقم 20 إلى العناوين :

- رئيسي - فرعي - استفهامي - دال

والسداسي رقم 21 إلى الصور :

- واقعية - رمزية - لا توجد

والسداسي رقم 22 إلى اللقطات :

- لقطه مقربة - لقطه نصف شاملة - لقطه شاملة

- لقطه متوسطة - لقطه جانبية - لقطه مزدوجة

المثلث رقم 23 يمثل فئة الإخراج الفني :

حيث يشير السداسي رقم 24 إلى الديكور:

- تقليدي - مختلط - عصري - مناسب - غير مناسب

والسداسي رقم 25 إلى اللباس:

- رسمي - غير رسمي - محتشم - فاضح

والسداسي رقم 26 إلى الموسيقى :

- هادئة - صاحبة - ملائمة - غير ملائمة

3/ البيانات الخاصة بفئات المحتوى:

المثلث رقم 27 إلى فئة أنواع القضايا المثارة:

تشير السداسيات من 28-36 إلى ما يلي:

28- الخلع 29- سيدات الأعمال 30- الجراحة التجميلية 31- العنوسة
32- الزواج المختلط 33- الإدمان 34- العنف ضد المرأة 35- الحراك الشعبي
36- جرائم القتل ضد المرأة

المثلث 37 يمثل فئة الشخصيات الفاعلة:

تشير السداسيات من 38-40 إلى ما يلي:

38- إعلاميين 39- مختصين 40- عامة الناس

المثلث 41 يمثل فئة الجمهور المستهدف:

تشير السداسيات من 42-46 إلى ما يلي:

42- المرأة 43- الرجل 44- الاثنان معا 45- الأسرة 46- المجتمع

المثلث 47 يمثل فئة الهدف:

تشير السداسيات من 48_52 إلى ما يلي:

48- التثقيف والتعليم

49- التوجيه والإرشاد

50- الكشف عن الحقائق

51- النصح والتوعية

المثلث 52 يمثل فئة الاتجاه:

تشير السداسيات من 53-55 إلى ما يلي:

53- مؤيد

54- محايد

55- معارض

المثلث 56 يمثل فئة الموقف:

تشير السداسيات من 57-59 إلى ما يلي:

57- إيجابي

58- محايد

59- سلبي

المثلث رقم 60 يمثل فئة القيم:

تشير السداسيات من 61-72 إلى ما يلي:

61- النجاح

62- التحرر

63- القوة والشجاعة

64 - الإبداع والتميز

65- التحدي والإصرار

66- العزيمة

67- الاستغلال

68- التهميش

69- التمييز

70- التسلط

71- الخيانة

72- سوء المعاملة

المثلث 73 يمثل فئة الأساليب الإقناعية:

تشير السداسيات من 74-79 إلى ما يلي:

74- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمناً.

75- تقديم الأدلة والشواهد.

76- عرض جانبي الموضوع (المؤيد والمعارض).

77- استخدام الاتجاهات والاحتياجات الموجودة لدى الجماهير.

78- التكرار.

79- الإيتوس Ethos

ملحق رقم (02) دليل التعريفات الإجرائية

- دليل التعريفات الإجرائية

بسم الله الرحمن الرحيم

هذا دليل التعريفات الإجرائية أعد في إطار إنجاز مذكرة ماستر في علوم

الإعلام والاتصال، مستعينا بأداة تحليل المحتوى وتحت عنوان

"صورة المرأة الجزائرية في البرامج النسائية في القنوات الخاصة

دراسة تحليلية على عينة من حلقات برنامج "للنساء فقط"

على قناة beur tv

نريد من سيادتكم إعانتنا في تثبيتها عن طريق القيام بما يلي:

- 1-قراءة الدليل قراءة دقيقة.
- 2-وضع علامة O أمام التعريف الذي ترونه مناسباً لمعناه في مضمون العينة.
- 3-وضع علامة Z أمام التعريف الذي ترونه بحاجة إلى التعديل.
- 4-وضع علامة X أمام التعريف الذي ترونه غير صحيح.
- 5-وإذا رأيتم أن هناك ملاحظات لا بد من تدوينها فالرجاء القيام بذلك في المكان المخصص لها.

أ - **فئات الشكل:** وهي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون

الخاص بقضايا ومواضيع المرأة وطرق تقديمه وعرضه في البرنامج

حيث يعد الوعاء الظاهري للمحتوى ويوصلنا إلى الإجابة المباشرة كيف قيل ؟

فئة الزمن: هو المدة الزمنية المخصصة لعرض قضايا المرأة في البرنامج.

فئة اللغة المستخدمة : ونقصد بها اللغة التي نستخدمها من أجل الاتصال

والتواصل، والتعبير عن شيء معين سواء بالنطق، الكتابة، الإشارات والرموز...

- **اللغة العربية:** تعدّ اللغة العربية واحدةً من اللغات السامية المعروفة منذ القدم، وقد وصلت إلى ذروة

عزّها ورفعتها عندما أصبحت لغة الدين الإسلاميّ وهي من أهم اللغات التي عرفتها البشرية تجاوز

عدد الناطقين بها لأكثر من 310 مليون نسمة على الأقل، وتعد اللغة الأم لهم.

وهي اللغة الرسمية في الجزائر واللغة الأم لـ 44 مليون جزائري.

- **اللغة الفرنسية:** بالفرنسية La langue française: هي لغة فرنسا الوطنية، ولغة رسمية في

عدة بلدان، وخاصة في البلدان التي كانت فرنسا قد استعمرتها. هي لغة رومانسية (من أصل لاتيني)،

بإضافة كلمات قليلة من الكلتية والفرانكية القديمة (وطبعا من لغات أخرى). عدد الناطقين بها كلغة

أولى رسمية 80 مليون وحوالي 190 مليون شخص كلغة ثانية.

- **العامية:** هو مصطلح يطلق على اللغة المتداولة بين أفراد شعب. وغالبًا ما تكون اللغة الفصحى

مكوّنها الأساسي إضافة إلى بعض الكلمات الدخيلة من لغات أخرى أو مستحدثة محليا، أو تحريف

لبعض ألفاظ اللغة الفصحى. ونخص في دراستنا العامية الجزائرية بمختلف اللهجات.

فئة الموقع: موقع البرنامج ضمن الشبكة البرمجية للقناة أهو في زمن الذروة أم خارج وقت الذروة.

فئة العناصر التيبوغرافية: وتخص الكيفية التي تم بها إخراج البرنامج وتتضمن الصور والفيديوهات والعناوين.

فئة الإخراج الفني: وهي الطرق والأساليب الفنية التي اعتمدها المخرج في إخراج البرنامج كالديكور اللباس، الموسيقى، المؤثرات الصوتية، لقطات الكاميرا وزوايا التصوير بهدف جذب انتباه الجمهور إلى مضمون المادة الإعلامية.

ب- فئات المحتوى:

وهي الفئات التي تدور حول المضمون والعبارات والمواضيع والمعاني التي يعنى بها المحتوى المقدم في البرنامج حيث تجيب بشكل مباشر على السؤال ماذا قيل ؟

فئة أنواع القضايا: ونقصد بها أشكال وطبيعة المسائل والمشاكل التي تخص وتهم المرأة في مختلف مجالات الحياة كقضايا اجتماعية، أسرية، سياسية، اقتصادية، ثقافية، دينية وعلى سبيل المثال نجد في القضايا الأسرية الطلاق الخلع، الزواج المختلط، العنف ضد المرأة وغيرها.

- فئة الشخصيات الفاعلة: ونقصد بها الأطراف التي يتم استضافتها لإجراء الحوار معها.

- إعلاميين: هم الأشخاص الذين ينتمون إلى وسائل الإعلام ويعملون بها.

- مختصون: هم مختلف الباحثون في مجال معين.

- عامة الناس: هم الشخصيات العامة والبسيطة داخل المجتمع التي يكون لها صلة بالموضوع المعالج.

فئة الجمهور المستهدف: ونقصد به في دراستنا الأفراد أو الفئات المتلقين للرسائل الإعلامية.

- المرأة: هي تلك الأنثى التي تعتبر جزء من المجتمع.

- الرجل: هو ذلك الذكر الذي يشكل فئة من فئات المجتمع.

- الاثنين معا: المرأة والرجل معا.

- الأسرة: هي مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتي تعتبر في علم النفس الاجتماعي

الجماعة المرجعية في عملية التنشئة الاجتماعية.

- **المجتمع:** يُعرف المجتمع بأنه نسيج اجتماعي من صنع الإنسان، ويتكوّن من مجموعة من النّظم والقوانين التي تُحدّد المعايير الاجتماعية التي تترتّب على أفراد هذا المجتمع.

فئة الهدف: ونقصد بها النتيجة المراد تحقيقها.

- **التثقيف والتعليم:** تقديم معلومات وأفكار وتصورات جديدة عن المشاهدين.

- **الكشف عن حقائق:** التعريف ببعض القضايا والمواضيع غير المكشوف عنها.

- **التوعية والإرشاد:** مختلف النصائح والتوجيهات المقدمة حول موضوع أو قضية ما من قبل مختصين واستشاريين وأطباء ورجال دين وهذا بحسب الموضوع المعالج. والتي تعد من بين أهم وظائف وسائل الإعلام.

فئة الاتجاه: السياسة الإعلامية للمؤسسة الإعلامية والتي عادة تملئها المصالح الاقتصادية وطبيعة النظام السائد في البلد.

- **التأييد:** هو الموافقة العلنة والضمنية لما يتم تناوله من قضايا.

- **الحياد:** هو عدم إظهار لا القبول ولا الرفض لما يتم تناوله من قضايا.

- **المعارضة:** هو الرفض العلن أو الضمني لما يتم تناوله من قضايا.

فئة الموقف: ونقصد بها الطريقة التي تمت بها أو وفقها معالجة المواضيع والمسائل الخاصة بالمرأة.

- **إيجابي:** طرح القضايا بطريقة ايجابية.

- **محايد:** طرح القضايا بطريقة حيادية.

- **سليبي:** طرح القضايا بطريقة سلبية.

فئة القيم: ونقصد بها تلك المجموعة من الأحكام العقلية التي تقوم بالعمل على توجيهنا نحو رغباتنا واتجاهاتنا، فالقيم ترتبط بعاملين أساسيين هما العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله، والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير و الضوابط التي يفرضها المجتمع.

- **النجاح:** هو تحقيق الطموحات والأهداف باستغلال الطاقات والإمكانيات.

- **التحرر:** هو أن تقوم المرأة بسلوك ما اختارته بإرادتها الكاملة وبحرية مطلقة دون أن يفرض عليها لكن كثيرا ما ينظر إلى التحرر بطريقة سلبية فتنتع المرأة المتحررة بأبشع الصفات.

- **التمييز:** هو الانفراد بصفة أو عمل ما والنجاح في تحقيقه.

- **الاستغلال:** الاستفادة غير الأخلاقية للمرأة العربية من أجل تحقيق هدف معين.

- **التهميش:** هو طمس الوجود والدور الذي تقوم به المرأة.

- الإبداع: هو عملية يتم من خلالها إنتاج معين والإتيان بأمر جديد في مجال ما.
- التحدي والإصرار: هما القدرة على الاستمرار رغم العقبات لبلوغ الأهداف والنجاح في تحقيقها.
- التمييز: هو التفضيل غير الايجابي بين الأفراد.
- سوء المعاملة: ونقصد بها كافة أشكال العنف أو الضرر أو الاحتقار أو التهميش والاستغلال الذي تتعرض له المرأة سواء في البيت أو الشارع أو مكان العمل والدراسة وهو ينقص من مكانة وكرامة المرأة.

فئة الأساليب الإقناعية: ونقصد بها مختلف الاستراتيجيات المستخدمة في الرسائل الإقناعية كالإستمالات العاطفية Pathos والعقلية Logos من تقديم للأدلة والحجج والبراهين وكمثال عن ذلك القصص الواقعية لضيوف الحلقة، وضوح الأهداف والتكرار وغيرها من الأساليب الإقناعية. الايتوس Ethos الإستراتيجية الإقناعية الخاصة بالخطيب وهي الصورة التي يعطيها المتكلم عن نفسه في خطابه لضمان فعاليته، من مظهره الخارجي ومصداقيته كون الجمهور المتلقي يقتنع بخطابات الخطيب الذي يتمتع بقدر من المصداقية والخبرة.

الملاحظات:.....
.....
.....

ملحق رقم (03) الأعداد الخاصة بالمواسم الأربعة لبرنامج "للنساء فقط" المتوفرة في اليوتيوب

الرقم	عنوان العدد	تاريخ البث	مدة البث
01	الغيرة بين النساء	2017/05/27	1:08:43
02	زيارة الأضرحة بين البركة والدروشة	2017/05/28	1:04:05
03	الماشطة في الأعراس موضة جديدة في زمن التقشف	2017/05/29	1:13:21
04	في الشهر الفضيل... السلوك الحسن لعائلة أفضل	2017/05/30	1:09:39
05	السمنة والبدانة هاجس المرأة الجزائرية؟؟	2017/05/31	1:06:32
06	تربية الأطفال... العنف اللفظي والجسدي وسيلة لتربية الأطفال	2017/06/01	1:03:11
07	الخلع في المجتمع الجزائري... سلاح ذو حدين؟؟	2017/06/02	59:15
08	العنف ضد المرأة... بين أحكام الشريعة وسيف القانون	2017/06/03	1:19:50
09	سيدات الأعمال في الجزائر سر النجاح والتفوق	2017/06/04	48:12
10	"لاتفاهمت لعجوزة والكنة الشيطان يدخل للجنة"	2017/06/05	1:16:44
11	العمل الخيري في الشهر الفضيل... دور فعال للمرأة الجزائرية	2017/06/07	58:35
12	الاعتناء بالمظهر... من أولويات المرأة الجزائرية	2017/06/08	48:57
13	إستقبال الرضيع... نصائح وتدابير لنمو أفضل	2017/06/09	1:09:16
14	السمنة والوزن الزائد نصائح طبية لتغذية صحية	2017/06/10	46:17
15	الأعراس والأفراح بين البارح واليوم	2017/06/11	1:03:07
16	الجراحة التجميلية... بين التجميل والهوس	2017/06/12	56:14
17	الزواج العربي... مستقبل مجهول للمرأة والأبناء	2017/06/13	1:02:37
18	السهرات الرمضانية... عادات وتقاليد من الماضي الجميل	2017/06/14	1:20:57
19	إضطراب التوحد... أطفال يبحثون عن عناية	2017/06/17	1:11:57

		وظفولة عادية	
1:04:27	2017/06/19	سرطان الثدي الأسباب الأعراض وكيفية الوقاية منه	20
43:30	2017/07/13	النساء والموضة آخر صحيات	21
1:19:53	2017/07/17	ظاهرة الطلاق... بين الأسباب والعواقب	22
1:10:14	2017/07/24	حلول فصل الصيف... أشعة الشمس خطر يهدد البشرة	23
1:01:29	2017/07/27	الطلاق والمجتمع الجزائري الصدمة النفسية النتيجة الأولى للطلاق	24
56:01	2017/10/31	واقع العنف ضد المرأة في المجتمع الجزائري	25
1:04:25	2017/11/06	رياضة الدفاع عن النفس للعنصر النسوي حل أم مشكلة	26
1:13:33	2017/11/09	الثورة والمرأة الجزائرية قصة كفاح	27
54:01	2017/11/12	بسمة نموذج للمرأة الناجحة في مشروع	28
47:00	2017/11/15	دور المرأة الأوراسية في الحفاظ على موروثها الثقافي	29
1:01:26	2017/11/18	حدود الطاعة الزوجية... حقوق وواجبات	30
1:26:15	2017/11/22	الأم العازبة... ضحية أم متهمه؟	31
55:21	2017/11/25	الطرق والواجبات الصحية لتغذية الرضيع	32
1:17:10	2017/11/28	المرأة والأمان بذرة إحساس متأرجحة	33
1:22:29	2017/12/06	مواقع التواصل الاجتماعي وقود الخيانة الزوجية	34
1:42:57	2017/12/11	إضطرابات التوحد ابني ليس مريض بل هو مختلف	35
49:53	2017/12/14	لفصل الشتاء خصوصية حتى في النظام الغذائي	36
51:52	2017/12/17	التصفح السحر وربط البنات تعددت المصطلحات والكارثة واحدة	37
1:17:00	2017/12/21	زوجي يهملني... ما الحل؟	38
52:32	2017/12/25	داء السكري... نصائح وإرشادات للنساء والحوامل	39
1:05:43	2018/01/03	التعلق بين الطبيعي والمرضي أين أنا؟	40

54:33	2018/01/08	فقدان الشهية إضطرابات لا تدرك مخاطره؟؟	41
53:12	2018/01/11	تنظيم النسل بين معادلة الحساب التقليدي والدواء	42
52:39	2018/01/14	شعر المرأة... سر الجمال تائه بين الزائد والمتساقط	43
43:02	2018/01/17	العلاج الطبيعي	44
1:18:55	2018/02/08	الدوالي عند النساء الداء والدواء	45
48:40	2018/02/12	المرأة الحامل هاجس ألام الولادة	46
1:01:25	2018/02/15	احذروا التلفاز والطابلات يقطعان لسان الأطفال	47
50:11	2018/02/18	نصائح لكيفاش تلحقي فترة الخطوبة لبر الأمان	48
48:05	2018/02/18	المرأة واش لازم عليها تاكل في فترة الحمل	49
1:09:59	2018/02/22	آخر صيحات المكياج اليومي... والمناسباتي	50
1:04:46	2018/03/08	8 مارس يوم تهنئة لمسار وكفاح المرأة	51
49:09	2018/03/12	هل تقاس أنوثة المرأة بالشكل أو المضمون؟	52
54:51	2018/03/15	كفالة الطفل... أمومة ثالثة	53
1:07:56	2018/03/18	"هم البنات للممات ولا لي ماعندوش البنات ماعرفوش باش ماتّ"	54
56:34	2018/03/22	الصدمة النفسية وتأثيرها على شخصية المرأة	55
58:07	2018/03/25	كيكا عشرينية تبدع في ثوب البراءة	56
1:08:10	2018/03/30	المرأة الي يطيحلها الجنين الأسباب والحلول الاجهاد	57
59:51	2018/04/02	نساء تحدين الوزن الزائد	58
59:54	2018/04/05	الوسواس القهري... مرض العصر لدى النساء	59
59:59	2018/04/09	الغنوسة في الجزائر... شبح يطارد 11 مليون امرأة !	60
48:31	2018/04/15	تأخر النطق عند الأطفال... تمارين تطبيقية	61
58:12	2018/04/23	جمال شعرك... تعرفي على الصبغة التي تعطيك الإشراق	62
1:01:15	2018/04/27	بطانة الرحم المهاجرة مرض النساء المجهول	63
1:15:49	2018/04/30	المرأة قصص إرادة وتحدي	64

1:06:49	2018/05/03	الإسهال والحساسية عند الأطفال وإرشادات وتدابير للأم	65
49:49	2018/05/15	التغذية السليمة في شهر رمضان	66
1:18:58	2018/05/21	الزواج المختلط بين الحلم الوردي والحقيقة المرة	67
50:46	2018/06/25	أعراض مرض السيلياك لدى الأطفال والحمية الغذائية المناسبة	68
49:55	2018/06/29	إدمان المرأة للمخدرات	69
46:32	2018/07/01	كيفية الاعتناء بالشعر	70
43:04	2018/07/05	إضطرابات العادة الشهرية عند النساء	71
1:12:55	2018/07/13	الطلاق مع الحماية أمينة دوا	72
46:33	2018/07/16	تعرض الأطفال لأشعة الشمس لفترة طويلة في فصل الصيف	73
1:04:20	2018/07/19	اللغة الواجب استعمالها مع الأطفال الأقل من ثلاث سنوات	74
1:17:31	2018/07/23	رسبت في البكالوريا ونجحت في مشروع الحياة	75
1:17:33	2018/07/26	العادات والتقاليد والتراث الجزائري	76
1:01:18	2018/07/29	العادات والتقاليد والتراث الجزائري	77
1:09:26	2018/11/19	لغة الجسد	78
1:19:07	2018/11/23	مواقع التواصل الاجتماعي	79
1:16:44	2018/11/26	العلاقات السامة ما بين الأفراد النرجسي المنحرف	80
1:02:53	2018/11/30	الطب الصيني	81
53:28	2018/12/05	المتطلبات النفسية للمرأة	82
59:38	2018/12/09	العقم في المجتمع الجزائري والعقم من الجانب الطبي	83
50:09	2018/12/14	أمراض العصر: القلق، التوتر، الأرق	84
1:00:47	2018/12/17	سر نجاح العلاقة الزوجية	85
1:10:56	2018/12/21	الطفل المكفول والطفلة المكفولة	86

1:20:27	2018/12/31	أسباب العقد النفسية ونصائح هامة للأمهات	87
52:58	2019/01/04	قانون الصحة – الإجهاد في الجزائر	88
54:27	2019/01/06	مرض هشاشة العظام	89
1:01:25	2019/01/11	مرض السلاليك	90
1:10:25	2019/01/14	الأمراض التي يتعرض إليها الأطفال في فصل الشتاء	91
54:25	2019/01/18	تكيس المبايض	92
1 :08 :40	2019/01/21	المرض النفسي الإكتئاب	93
56 :30	2019/01/25	العنف ضد المرأة في الجزائر	94
58 :38	2019/01/28	مرض تأكل الغضروف	95
1 :11 :17	2019/02/01	دورة تكوينية	96
59 :09	2019/02/03	التحرش الجنسي	97
1 :29 :47	2019/02/07	ماهي طريقة معالجة الدروس لابني	98
57 :12	2019/02/10	طرق اكتساب الكلام للطفل	99
1 :25 :40	2019/02/15	الميراث بالنسبة للمرأة	100
1 :09 :19	2019/02/18	طرق إكتساب الكلام للطفل الجزء الثاني	101
59 :21	2019/02/21	المرأة والثقة بالنفس	102
1 :13 :39	2019/02/25	أزمة منتصف العمر عند المرأة	103
1 :04 :05	2019/03/01	فن التعامل مع الطفل	104
43 :39	2019/03/04	فيروس وعلاقته سرطان عنق الرحم	105
50 :38	2019/03/07	تبايعات الطلاق	106
1 :06 :51	2019/03/15	محو الأمية	107
1 :02 :13	2019/03/17	النساء الحوامل	108
1 :24 :07	2019/03/22	المشاكل الزوجية	109
53 :03	2019/03/25	مخاطر الألعاب الالكترونية على الطفل	110
53 :18	2019/04/01	العنوسة	111
54 :30	2019/04/08	الإجابة عن أسئلة المشاهدين مع الطبيبة المختصة	112

		في أمراض النساء الدكتوراة بالخوجة سيرين	
1 :16 :51	2019/04/12	لتغيير حياتك المالية	113
1 :04 :35	2019/04/19	الأمراض الجلدية والعلاج بالليزر	114
58 :55	2019/04/22	فارق السن بين الزوجين	115
57 :47	2019/04/26	الشفاء من العلاقات	116
57 :17	2019/06/09	ظاهرة الإعتداء والعنف ضد المرأة في الشارع	117
46 :49	2019/06/24	أسئلة حول أمراض النساء	118
48 :21	2019/06/28	مختصة في التغذية...الوزن الزائد	119
1 :02 :53	2019/07/01	برنامج السوربان	120
1 :07 :47	2019/07/05	طريقة معاينة الأطفال	121
50 :26	2019/07/15	التخلص أو التصالح مع الماضي	122
1 :18 :09	2019/07/25	الرجسي المنحرف	123
56 :58	2019/10/29	ما لا تعرفونه عن سرطان الثدي	124
45 :11	2019/11/02	الثقافة الجنسية عند الأطفال	125
57 :55	2019/11/08	دور المرأة الجزائرية في العمل الخيري	126
58 :15	2019/11/12	الجرائم التي تحدث في حق المرأة الجزائرية	127
20 :42	2019/11/15	كيف نصل إلى الوعي الذاتي	128
1 :02 :42	2019/11/18	أطفال التوحد التشخيص والعلاج	129
33 :35	2019/11/21	مرض السكري عند الأطفال الأسباب والنصائح والعلاج	130
31 :08	2019/11/30	الأم الرجسية ومدى تأثيرها على بنتها	131
31 :05	2019/12/02	الحنين إلى العادات والتقاليد الجزائرية في الأعراس	132
27 :17	2019/12/05	أطفال الأنايب لمن؟؟	133
58 :06	2019/12/28	التحضير النفسي للفتيات المقبلات على الزواج	134

ملحق رقم (04) قائمة الأساتذة محكمي استمارة تحليل المحتوى

الاسم واللقب	التخصص	الجامعة
د. بوروي عبد الهادي	أستاذ في علوم الإعلام والاتصال	جامعة قسنطينة 3
أ. لواتي ربيعة	أستاذة في علوم الإعلام والاتصال	جامعة الجزائر 3
أ. حدادو ياسمينة	أستاذة في علوم الإعلام والاتصال	جامعة قسنطينة 3

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	العنوان
أ-ج	مقدمة
32-05	الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة
09-07	1- إشكالية الدراسة
10-09	2- تساؤلات الدراسة
10	3- أسباب اختيار الموضوع
11	4- أهداف وأهمية الدراسة
17-12	5- منهج الدراسة وأدواته
19-17	6- مجتمع وعينة الدراسة
20	7- حدود الدراسة
25-20	8- تحديد المفاهيم والمصطلحات
32-25	9- الدراسات السابقة
55-33	الفصل الأول: واقع المرأة في المجتمع الجزائري
41-35	أولاً: السياسات العمومية بشأن تمكين المرأة في الجزائر
46-41	ثانياً: المرأة الجزائرية والتعليم
49-46	ثالثاً: المرأة الجزائرية والعمل
52-49	رابعاً: دور المرأة الجزائرية في تنمية المجتمع
54-52	خامساً: نظرة المجتمع الجزائري للمرأة
55-54	سادساً: التحديات التي تواجه المرأة في المجتمع الجزائري
71-56	الفصل الثاني: صورة المرأة في الإعلام الجزائري
61-58	أولاً: إيجابيات وسلبيات تناول المرأة في الإعلام
62-61	ثانياً: المرأة والإعلام في الجزائر
64-62	ثالثاً: حقيقة صورة المرأة في وسائل الإعلام الجزائرية

65-64	رابعاً: المنظومة القانونية في الجزائر وصورة المرأة في وسائل الإعلام
69-65	خامساً: دور الإعلاميين الجزائريين في تعزيز الحضور الإيجابي للمرأة الجزائرية
71-69	سادساً: حلول لتقديم صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية
85-72	الفصل الثالث: الفضائيات الخاصة والبرامج النسائية في الجزائر
79-74	أولاً: الفضائيات الجزائرية الخاصة
75-74	1-نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة
77-75	2-أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة
79-77	3-واقع وتحديات الفضائيات الجزائرية الخاصة
84-80	ثانياً: البرامج التلفزيونية النسائية
80	1-ماهية البرامج النسائية
81	2-دور البرامج التلفزيونية النسائية
84-81	3-حقيقة البرامج النسائية والصورة التي تنقلها عن المرأة
85	ثالثاً: موقف المجتمع الجزائري من صورة المرأة في البرامج النسائية
116-86	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة
88	أولاً: بطاقة فنية خاصة بقناة beur tv
89	ثانياً: بطاقة فنية خاصة ببرنامج "للنساء فقط"
116-90	ثالثاً: التحليل الكمي والكيفي لاستمارة تحليل مضمون برنامج "للنساء فقط"
119-117	رابعاً: نتائج الدراسة
121-120	خاتمة
123-122	ملخص الدراسة باللغة العربية
124-123	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
129-125	قائمة المراجع
153-130	الملاحق

