

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة



الوضعية الاجتماعية و المهنية للمرأة العاملة في

قطاع الإعلام في الجزائر

(دراسة ميدانية على ضوء نظرية الجندر)

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الدكتورة:

سويقات لبنى

إعداد:

بوثينة مزاري

محمد ترشين

نوقشت علنا بتاريخ: 2019/06/25

الأستاذ(ة).....الداوي نجاة.....رئيسا

الأستاذ(ة)..... لبنى سويقات.....مشرفا

الأستاذ(ة).....عبد الرحمن صالح.....مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2019

شكر و تقدير:

يا رب لك الحمد لجلال وجهك و عظيم سلطانك، نشكر الله و نحمده على توفيقه لنا في

إنجاز هذا العمل

أشكر كل من ساعدني سواء بيده أو بلسانه أو بقلبه في إعداد هذه المذكرة و أخص

بالذكر الأستاذة المشرفة على عملنا هذا الدكتورة سويقات لبنى التي تفضلت بقبول

الإشراف على هذه الدراسة، فلم تبخل علينا بمعارفها العلمية القيمة و توجيهاتها المنهجية

المفيدة طيلة فترة انجازها اشكرك جزيل الشكر

كما أشكر كل الزملاء و الأصدقاء و أساتذة علوم الإعلام و الاتصال و طلبة الدفعة

وكل الذين ساهموا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع.

الإهداء

اشكر الله أولاً وأخيراً على أن وفقنا وساعدنا في إنجاز هذا العمل المتواضع شكر وتقديراً
إلى الوالدين الكريمين أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء و إليك أماه.. قطرة في بحرك
العظيم.. حباً وطاعة وبراً أطال الله في أعماركما وألبسكما ثوب الصحة والعافية

الى من كانوا لي دعماً وسنداً في هذه الحياة اخوتي

سمية دليلة عبد العزيز وعائشة

إلى من لهم الفضل في إرشادنا إلى طريق العلم والمعرفة إلى أساتذتنا الأفاضل و اخص
بالذكر الأستاذة المشرفة التي لم تبخل علينا بشيء لبنى سويقات

أصدقائنا وأحببتنا ومن سهروا معنا في مسيرتنا العلمية

إلى من مدوا أياديهم لمساعدتنا وكانوا عوناً لنا لن ننساكم ما حيينا نشكركم بكل ما تحمله
كلمة شكر من معنى

تخونني كل عبارات الشكر في تقديم ما يليق بكم لن ننسى فضلكم ولن ننساكم أبداً.

محمد

ملخص الدراسة:

ينطلق الاهتمام بالمرأة من الإيمان بان لكل فرد دور ايجابي في المجتمع، رجلا كان أو امرأة، و أن هذا الدور الايجابي يجب الاعتراف بيه و تعزيزه، فالمكانة التي احتلتها المرأة الجزائرية في قطاع الإعلام، و دورها الكبير فيه لا يمكن فصلها عن الظروف المهنية و الاجتماعية التي مرت بها، و التي تعيشها من اجل التمييز في هذا القطاع الحساس، تأتي دراستنا لتسلط الضوء على الوضع المهني و الاجتماعي للمرأة العاملة في القطاع الإعلامي و لتجيب عن سوال الإشكالية كيف يتجلى الوضع المهني و الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام؟، بالاعتماد المنهج المسحي و بتوزيع 40 استمارة بحث على عينة من النساء العاملات بقطاع الإعلام، بالاعتماد نظرية النوع الاجتماعي و من أهم النتائج المستخلصة استطاعت المرأة التوفيق بين حياتها المهنية و الاجتماعية برغم كل العوائق و التحديات.

الكلمات المفتاحية: قطاع الإعلام/ المرأة/ الوضع المهني / الوضع الاجتماعي

Résumé:

Chaque membre de la société, homme ou femme joue un rôle positif, de ce point qu'on commence à s'intéresser à la femme et de son rôle qui doit être reconnu. Car la place que la femme a occupé dans le secteur des médias et le rôle important quelle joue dedans ne peuvent pas être séparé des circonstances professionnelles et sociaux qu'elle a vécu auparavant et elle le vie maintenant, afin de ce distinguer dans ce sensible secteur. Notre étude vise à mettre les points sur les conditions professionnelles et sociales de la femme employée dans le secteur de. Et aussi notre étude répand à la question suivante : comment les circonstances professionnelles et sociales apparaissent chez la femme employée dans le secteur de. On a suivit la méthode d'arpentage en distribuant 40 formulaire sur un échantillon de femmes qui travaillent dans le domaine des médias et en adoptant la théorie du genre sociales.

Les derniers résultats affirment que, malgré tous les obstacles et les défis qui rencontrent la femme, elle a pu de concilier entre sa vie professionnelle et sa vie quotidienne.

Les mots clés ;

Médiat/ la femme /l'état professionnel/ l'état social /

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
02	الإهداء
03	شكر وتقدير
04	ملخص الدراسة
06	فهرس المحتويات
08	فهرس الجداول
10	فهرس الأشكال البيانية
11	فهرس الملاحق
13	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
16	إشكالية وتساؤلات الدراسة
18	أهداف الدراسة
18	الأسباب الذاتية و الموضوعية لاختيار الموضوع
18	أهمية الدراسة
19	منهج الدراسة وأدواتها
21	حدود الدراسة
21	مجتمع الدراسة
22	العينة و اختيارها
22	مصطلحات ومفاهيم الدراسة
27	الدراسات السابقة
35	المقاربة النظرية
39	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الجانب الميداني للدراسة	
42	تمهيد
43	المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
43	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
48	المطلب الثاني: صدق المحكمين

50	المطلب الثالث: ثبات أداة الدراسة
50	المبحث الثاني: تحليل نتائج أسباب و دوافع التحاق بمهنة الإعلام
50	المطلب الأول: أسباب تفضيل العمل الإعلامي
52	المطلب الثاني: التشجيع من طرف الأقارب لاختيار العمل الإعلامي
53	المطلب الثالث: التشجيع من طرف الأصدقاء لاختيار العمل الإعلامي
54	المطلب الرابع: تمثلات المرأة نحو عملها في مجال الإعلام
57	المبحث الثالث: تحليل نتائج الوضع المهني للمرأة العاملة في قطاع الاعلام
57	المطلب الأول: كيفية إسناد الأعمال
59	المطلب الثاني: الاعتراض عن الأعمال لعدم تناسبها للمرأة
61	المطلب الثالث: الضغوط التي تتعرض لها المرأة أثناء العمل
62	المطلب الرابع: تقييم للقيود المؤثرة على العمل الإعلامي مقارنة بالزملاء الرجال
64	المطلب الخامس: تمثلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية
67	المبحث الرابع: تحليل نتائج الوضع الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام
67	المطلب الأول: العمل في قطاع الإعلام يزيد من المعارف و العلاقات الاجتماعية
68	المطلب الثاني: العمل في قطاع الإعلام يزيد من الثقة بالنفس
69	المطلب الثالث: العمل في قطاع الإعلام يكسب تجارب و خبرات جديدة
70	المطلب الرابع: العمل في قطاع الإعلام يزيد الانفتاح على العالم و الآخرين
70	المطلب الخامس: العمل في قطاع الإعلام يسبب مشاكل عائلية
71	المطلب السادس: التعرض للمضايقات من طرف أفراد المجتمع بسبب العمل الإعلامي
72	المطلب السابع : سبب المضايقات في قطاع الإعلام
74	المطلب الثامن : التكامل بين الأداء الوظيفي و الأداء الأسري
75	المطلب التاسع: في اعتقادك هل تجددين أن هناك تكامل لديك بين أدائك الوظيفي وادائك الأسري
76	الاستنتاج العام
79	الخاتمة
82	قائمة المراجع
84	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
43	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	جدول رقم(01)
44	توزيع أفراد العينة حسب متغير التكوين.	جدول رقم(02)
45	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم(03)
46	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	جدول رقم(04)
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة العمل	جدول رقم(05)
50	توزيع الأفراد حول تفضيلاتهم بالمجال الإعلامي	جدول رقم(06)
52	علاقة التكوين بالاختيار قطاع الإعلام	جدول رقم(07)
52	توزيع الأفراد حسب التشجيع لاختيار العمل الاعلامي	جدول رقم(08)
53	يبين توزيع العينة حسب التشجيع للعمل الإعلامي من طرف الأقارب	جدول رقم(09)
54	تمثلات المرأة نحو عملها في مجال الإعلام	جدول رقم(10)
57	طريقة إسناد الأعمال	جدول رقم(11)
58	علاقة طبيعة العمل بإسناد الأعمال	جدول رقم(12)
59	يبين الاعتراض عن الأعمال	جدول رقم(13)
60	علاقة الحالة الاجتماعية بالاعتراض عن بعض الأعمال التي لا تناسب المرأة	جدول رقم(14)
61	الضغوط التي يتعرض لها	جدول رقم(15)
62	يبين تقييم القيود مقارنة بالرجال	جدول رقم(16)
63	العلاقة بين طبيعة العمل و القيود المؤثرة على العمل بقطاع الإعلام مقارنة بزملاء الرجال	جدول رقم(17)
64	يبين تمثلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية	جدول رقم(18)
66	العلاقة بين الخبرة و الحصول على ترقية	جدول رقم(19)
67	يبين هل يزيد العمل الإعلامي من المعارف و العلاقات الاجتماعية	جدول رقم(20)
68	يبين زيادة الثقة بالنفس في المجال الإعلامي	جدول رقم(21)
69	يبين نسبة اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام.	جدول رقم(22)

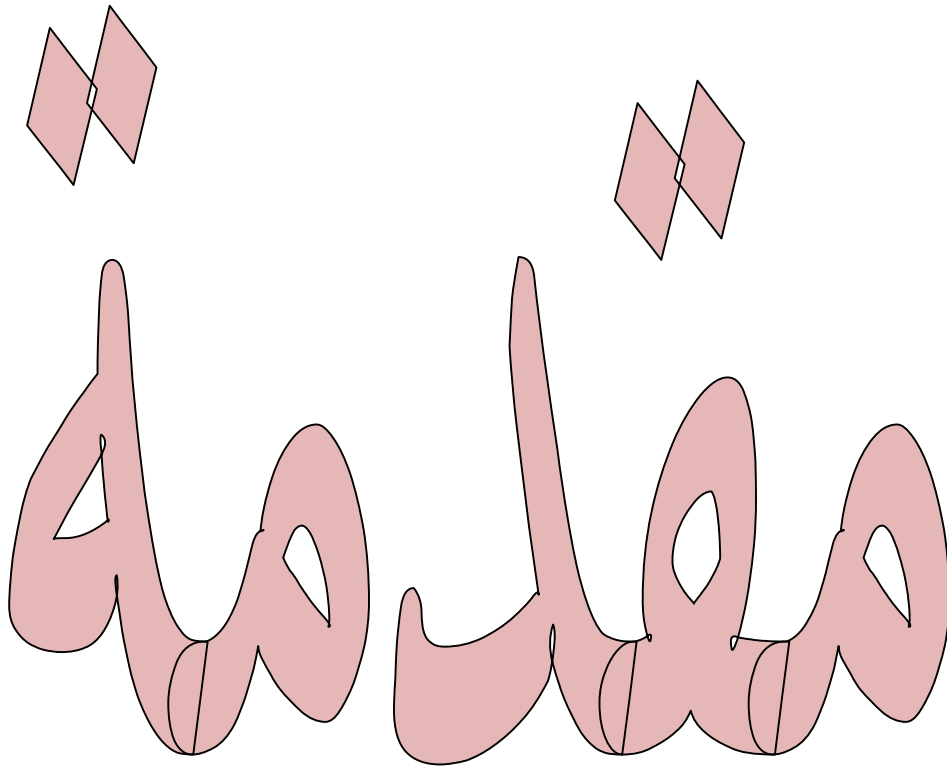
70	يبين نسب الإجابة على ان كان مجال الإعلام زادهن انفتاحا	جدول رقم(23)
70	يبين نسبة الإجابة على هل يسبب العمل في الإعلام مشاكل عائلية.	جدول رقم(24)
71	يبين نسبة المضايقات التي تتعرض لها المرأة في قطاع الإعلام	جدول رقم(25)
72	يبين سبب المضايقات	جدول رقم(26)
73	يبين علاقة التعرض للمضايقات ب طبيعة العمل	جدول رقم(27)
74	يبين نسبة زيادة العمل الإعلامي من المكانة الاجتماعية بين أفراد الأسرة و الأصدقاء خارج المهنة.	جدول رقم(28)
75	يبين نسبة التكامل بين الأداء الوظيفي و الأداء الأسري	جدول رقم(29)

قائمة الأشكال البيانية :

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
44	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	شكل رقم (01)
45	توزيع أفراد العينة حسب متغير التكوين.	شكل رقم (02)
46	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	شكل رقم (03)
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	شكل رقم (04)
48	توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة العمل	شكل رقم (05)
51	توزيع الأفراد حول تفضيلاتهم بالمجال الإعلامي	شكل رقم (06)
53	توزيع الأفراد حسب التشجيع لاختيار العمل الإعلامي	شكل رقم (07)
54	يبين توزيع العينة حسب التشجيع للعمل الإعلامي من طرف الأقارب	شكل رقم (08)
56	تمثلات المرأة نحو عملها في مجال الإعلام	شكل رقم (09)
57	يبين طريقة إسناد الأعمال	شكل رقم (10)
60	يبين الاعتراض عن الأعمال	شكل رقم (11)
62	الضغوط التي يتعرض لها	شكل رقم (12)
66	نسبة الموافقة على عبارات تمثلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية	شكل رقم (13)
67	يوضح اجابة المبحوثات بنعم عن أن العمل الاعلامي زادهم معارف	شكل رقم (14)
68	يوضح اجابة المبحوثات بنعم عن أن العمل الاعلامي زادهم ثقة	شكل رقم (15)
69	يوضح اجابة المبحوثات بنعم عن أن العمل الاعلامي اكسبهن مهارات وخبرات	شكل رقم (16)
71	يبين النسبة لمن يجدن مشاكل اجتماعية	شكل رقم (17)
72	يبين نسبة المضايقات	شكل رقم (18)
74	يبين سبب المضايقات	شكل رقم (19)
75	يبين المكانة الاجتماعية التي يمنحها العمل الاعلامي	شكل رقم (20)
75	يبين نسبة التكامل بين الأداء الوظيفي و الأداء الأسري	شكل رقم (21)

فهرس الملاحق

قائمة الأسانذة المحكمين	الملحق رقم 01
استمارة الاستبيان	الملحق رقم 02
استمارة التحكيم	الملحق رقم 03



مقدمة:

إن الاعتراف بدور المرأة في بناء المجتمع وتطوره، وهي نصفه، يستدعي التعرف على كشريكة حقيقية للرجل في المجتمع الحديث القائم على المساواة بين أفرادها في الحقوق والواجبات¹.

فبعد أن حققت نجاحا في القطاعات الأخرى، برزت في القطاع الإعلامي، هذا القطاع الحساس الذي يحتاج الكثير من الجهد و الصبر، إذ يعتبر من المهن التي ولجتها المرأة من زمن كوسيلة في الدعوة لحقوقها و حرمتها، و سجلت المرأة قديما و حديثا بصمات واضحة و حضورا قويا في هذا القطاع و هذه المهنة، رغم الكثير من المعوقات و الصعوبات المهنية و الاجتماعية².

و ما يهمنا في دراستنا يركز على فئة النساء العاملات في القطاع الإعلامي و تسليط الضوء على الوضعية المهنية و الاجتماعية لهن.

و للإجابة على تساؤلات الدراسة و التحقق من أغراض البحث قسمنا هذا العمل إلى

بأبين:

الباب الأول: وهو الإطار المنهجي للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى مختلف الخطوات المنهجية المتبعة لتناول الموضوع إذ يضم إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، أهميتها و أهدافها، الأسباب الذاتية و الموضوعية لإجراء الدراسة، و تحديد المفاهيم مع المنهج المستعمل و عينة الدراسة، و ذكر بعض الدراسات السابقة، و كذا المقاربة النظرية.

أما الباب الثاني: خصصناه للجانب الميداني للدراسة، إذ يضم الإجراءات الميدانية من تحليل و تفسير للنتائج من خلال تحليل الجداول الإحصائية، و أخير نتائج الدراسة و الخاتمة.

¹ عصام سليمان موسى، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 39، العدد 2012، ص 54

² مجدي خضر الكردي و سحر ماهر ابو عطوي، دور المرأة في الاعلام الجديد، مجلة المرأة و الاعلام و تحديات ثورة الاتصال، ص 29.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

تمهيد

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- منهج الدراسة و أدواتها
- 7- حدود الدراسة
- 8- مجتمع وعينة الدراسة
- 9- مفاهيم و مصطلحات الدراسة
- 10- الدراسات السابقة
- 11- المقاربة النظرية

الإشكالية:

شهد العالم خلال السنوات القليلة الماضية، متغيرات أساسية عديدة طالت مختلف جوانب الحياة المعاصرة ومست كافة القطاعات على اختلافها، فأثرت تلك المتغيرات على هيكل القيم و نسق العلاقات المجتمعية إلى حد أثبتنا بأننا نعيش الآن " عالما جديدا " مختلف عن سابقه و في خضم هذه التغيرات، عرفت ظاهرة خروج المرأة إلى ميدان العمل بصفة عامة و قطاع الإعلام بصفة خاصة كظاهرة جديدة على المجتمعات خاصة النامية. لقد كانت المرأة قديما لا تملك مؤهلات للعمل كما تملك اليوم من شهادات وحرية في الخروج لممارسة إي نشاط فلم تكن في السابق سوى ربة بيت تعنتي ببيتها وتربي أولادها فهي المدبرة لشؤون المنزل والرجل هو المسؤول عن توفير متطلبات العيش، لكن تغيرت تلك النظرة بتغير نمط الحياة و ظهور التعليم للجنسين و ازدياد احتياجاتهما و مطالبهما، و مع موجة التغيرات والتحولت في عدة مجالات خاصة مع انتشار وسائل الاتصال مما أتاح الفرصة للمرأة للمشاركة في مختلف ميادين التنمية و العمل و هكذا أصبحت متواجدة في قطاع التعليم، الصحة، الإعلام و القضاء... الخ، بل تعد ذلك إلى حد القطاعات التي كانت حكرًا على الرجل لتخوض معترك السياسة وأضحت تنافسه على أعلى مناصب الدولة في كثير من الأحيان .

و على غرار ما يحدث في المجتمعات العالمية من خروج المرأة للعمل فقد شهد المجتمع الجزائري هو الآخر خروج المرأة للعمل الإعلامي، و يرجع ذلك إلى التطور الذي شهده هذا القطاع من تزايد في المؤسسات الإعلامية و القنوات التلفزيونية، والمدونات الالكترونية.... الخ بالإضافة إلى ظهور الحاجة لليد العاملة النسوية، و بالتالي أصبح من الضرورة تواجد المرأة في هذه القطاع و ذلك لتحقيق مطالب المرأة من جهة و سد إحتياجات أسرتها من جهة أخرى¹ و تحقيق ذاتها و إثبات حضورها، فبالحديث عن الإعلام كان للمرأة دورا متميزا كونها نصف المجتمع فهذا ما أصبحنا نشاهده و نعيشه في واقعنا فقد أصبح للمرأة حضورا واضحا فهي صحفية و مذيعا و مصورة و مخرجة..... الخ فأصبحت مؤسساتنا الإعلامية تعج بالعنصر النسوي حيث أصبح يشتغل عدد لا يستهان به من

¹قدوار حفصة، واقع المرأة العاملة في مجال الاعلام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال و صحافة مكتوبة، 2016/ 2015.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

الإعلاميات و الصحفيات فهي القلم هي الصورة و هي الصوت الذي قال أنا المرأة الموجودة في شتى الميادين وتزايدت أعداد المنظمات و الشبكات و الحركات النسائية كوسيلة لنشر المعلومات و تبادل الآراء، وتقديم الدعم للقوى النسائية العاملة في وسائط الإعلام . و ما يهمننا في دراستنا يرتكز على فئة النساء العاملات في مجال الإعلام فقد شكلت المرأة العاملة في هذا القطاع الحساس تطورا نسبيا وهاما، بحيث تمكنت من الوصول إلى عدة مناصب ومسؤوليات..لكن لا يزال خروجها للعمل محل جدل في الجزائر بما تكتنفه الظاهرة من غموض وما يكبلها من قيود يفرضها التنوع الثقافي الذي تزخر به المجتمع الجزائري . ولقد بدأت الظاهرة في التطور تدريجيا من الاستقلال لعدة عوامل تخصها في بروز قيم اجتماعية واقتصادية جديدة فرضها التطور السريع الذي شهدته كل القطاعات والذي لم تكن المرأة بمنأى منه وهو ما يمكن تفسيره من خلال سياقات نفسية وسوسيوثقافية التي اعتبرت العمل الإعلامي بمثابة وسيلة تفرض بها المرأة نفسه، و لان مهنة العلام لم تكن يوما حكرا على الرجال فقط،بالرغم مما تحمله من خصوصيات قد تتعب الرجل فما بالك المرأة التي تزاول عملين عملها كربة منزل في بيتها و عملها في مجالها الإعلامي،و كما يطلق عليها البعض مهنة المتاعب،هذا مما يدفعنا في هذه الدراسة إلى تتبع الوضع المهني و الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام، و الكشف عن خصوصيات ممارستها الإعلامية.

و من هنا يمكننا طرح الإشكال التالي:

-كيف يتجلى الوضع المهني و الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام في

الجزائر؟

و تندرج تحت هذا الإشكال مجموعة من التساؤلات:

1. ما هي دوافع عمل المرأة في مهن الإعلام؟
2. كيف هي ظروف ممارسة العمل الإعلامي لدى المرأة ؟
3. ما هي سمات الوضع المهني للمرأة العاملة في قطاع الإعلام؟
4. ما هي التحديات المهنية التي تقف أمام المرأة العاملة في قطاع الإعلام ؟
5. ما هي خصائص الوضع الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام ؟

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

6. ما هي التحديات المجتمعية التي تواجه المرأة العاملة في قطاع الإعلام ؟

❖ أهداف الدراسة :

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

1. التعرف إلى دوافع عمل المرأة العاملة في مهنة الإعلام و اتجاهاتها إلى هذه المهنة .
2. تسليط الضوء على واقع العمل الإعلامي لدى المرأة و ممارستها لمهن الإعلام .
3. ترصد الدراسة وضع المرأة الاجتماعي و المهني، وذلك من خلال الإلمام بجميع جوانب الموضوع، حيث نتطرق إلى جميع العوامل المؤثرة في المهنة.

الأسباب الذاتية و الموضوعية لاختيار الموضوع :

1. الأسباب الذاتية:

الميل الشخصي لقضايا المرأة عامة و المرأة الإعلامية خاصة كونها تعتبر مهنة المتاعب و اكتشاف واقع المرأة العاملة في القطاع الإعلامي .

2. الأسباب الموضوعية :

- ✓ البحث عن أهم الصعوبات التي تواجه المرأة العاملة في قطاع الإعلام بالاعتباره قطاع حساس .
- ✓ اكتشاف واقع المرأة في قطاع الإعلام في جانبه المهني و الاجتماعي .

❖ أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة من كونها تعالج موضوعا يخص المرأة العاملة في قطاع الإعلام اذ:

- تعتبر الدراسة التي بين أيدينا من بين الدراسات الأولى التي جاءت في اطار نظرية جديدة هي نظرية الجندر فهي تضيف رصيد معرفي و أكاديمي للمجال العلمي و الإعلامي من نوع مختلف.
- تسلط الضوء على واحدة من القضايا التي تثار في المجتمع و هي إشكالية عمل المرأة عامة وعملها في بعض القطاعات الحساسة خاصة مع الموجة الأخيرة في

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

لقطاعات الحساسة كقطاع الإعلام وتبرز أهمية الدراسة مع تزايد الاهتمام بمواضيع المرأة العاملة في قطاع الإعلام و تحدياتها و ظروفها مع هذه المهنة .

• تأتي هذه الدراسة كإضافة نوعية للرصيد الثقافي للمكتبة باعتبارها الدراسة الأولى التي تناولت نظرية الجندر في الإعلام و التي تركز على فئة ذات خصوصيات معينة, تكون مرجعا أساسيا لدراسات لاحقة و خاصة تلك التي تعنى بالمرأة الإعلامية و الميدان الإعلامي و إثبات دور المرأة فيه وتزويد مكتبتنا من هذا النوع من المواضيع كما أنها تحاول الدراسة استكمال جزء هام من موضوع المرأة العاملة في قطاع الإعلام بسد فجوة معرفية في هذا الإطار، لكي تضاف إلى الدراسات التي سبقتها والتي تناولت هذا الموضوع، حيث تضيف بعداً جديداً هو اعتماد الدراسة للنظرية الجندرية .

• تمثل الدراسة إضافة إلى دراسات القائم بالاتصال، والتي تعاني من ندرة نسبية في الدراسات الصحفية، حيث يلاحظ غياب الدراسات التي تناولت موضوع القائم بالاتصال في موضوع المرأة الإعلامية.

❖ منهج وأدوات الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى مستوى الدراسات الوصفية لأننا نحاول ان نصف واقع معين يتعلق بظاهرة عمل المرأة في مجال الإعلام و الظروف المهنية و الاجتماعية المتعلقة بها من خلال محاولة الحصول على بيانات كمية دقيقة تساعدنا على تحليل و تفسير الظاهرة . ولأن كل دراسة تحتاج إلى منهج باعتباره مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم ، فإن الدراسة التي بين أيدينا سوف تعتمد على المنهج المسحي وهذا بناء على طبيعتها، إذ أنها تعنى بتسليط الضوء على القوائم بالاتصال باعتبارهن مشاركات في صناعة المنتج الإعلامي بالاعتبار المرأة هي المرسل و هي دراسة كمية لظاهرة اجتماعية و هي عمل المرأة في قطاع الإعلام .

و يعرف المنهج المسحي بأنه دراسة وصفية نقوم بها قصد الكشف عن مشاكل المجتمع أو بأنه محاولة منظمة لتقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن،لنظام اجتماعي أو لجماعة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

معينة تنصب على الواقع الحاضر بشكل أساسي يقوم على التجميع المنظم للبيانات و المعلومات الأولية عن ظاهرة أو حدث.¹

ومن هذا التعريف نخلص إلى أن هذا المنهج يصلح و يتماشى و دراستنا لان دراستنا وصفية و نحن نود الكشف عن المشاكل التي يمكن أن تعانيها المرأة إثناء ممارستها لمهنة الإعلام و يفسر المنظومة الاجتماعية المحيطة بالمرأة العاملة في قطاع الإعلام .

إن دقة البيانات و صدق المعلومات والاعتماد على مصادر موثوق منها ، يعتبر دعامة أساسية في التوصل إلى أية نتيجة علمية أو حكم موضوعي صادق ، حيث" تعتبر أدوات جمع البيانات هي الوسائل التي يستخدمها الباحث لحصوله على المعلومات المطلوبة من المصادر المعينة في بحثه .ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على:

1. الاستبانة:

تعتبر تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على المبحوثين بطريقة موجهة، ذلك أن صيغ . الإجابات تحدد مسبقا من قبل الباحث وهي وثيقة تتضمن مجموعة من الأسئلة توجه إلى المستجوبين و هم أفراد العينة التي استخرجها الباحث قصد التحقق من فرضيات البحث، و ينتظر من هؤلاء المستجوبين أن يقدموا إجابات في نقاط معينة مرتبطة بأهداف الدراسة. ولقد اعتمدنا هذه الأداة كأداة أساسية و ذلك بعد نزولنا للميدان، و ذلك باعتمادنا للخصائص السيكمترية،و تحديد الفئات العمرية و الاجتماعية التي ينتمي إليها هذا الجمهور ،و ذلك قصد اختيار المتغيرات المتعلقة بالدراسة، ز من ثم تصميم استمارة متضمنة 4محاور الأساسية المتعلقة بواقع المرأة المهني و الاجتماعي و ظروف ممارسة المهنة تندرج تحت هذه المحاور مجموعة من الأسئلة .

2. الملاحظة البسيطة

و هي إحدى المصادر الأساسية للحصول على المعلومات و البيانات و هي عبارة عن تفاعل بيت الباحث و المبحوث بغرض جمع هذه البيانات والمعلومات المحددة حول موضوع معين.²

¹الدكتور مروان عبد المجيد إبراهيم؛أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية؛200م؛ط1؛ص128 .

²محمد علي بدوي،مناهج و طرق البحث العلمي ،دار المعرفة الجامعية الإسكندرية،2002،ص5 .

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

و لقد اعتمدنا على الملاحظة كأداة ثانوية انطلاقا من مشاهدتنا ليوميات النساء العاملات في القطاع الإعلامي بعد اقترابنا من النساء العاملات في (دار الصحافة؛ الإذاعة الجهوية ورقلة؛ التلفزيون مؤسسة التلفزيون الجزائري...) بعد تركيزنا على ملاحظتنا على علاقاتهم مع بعضهم البعض و علاقتهم مع رئيس التحرير و كذلك ملاحظة كيفية سيرورة عملهن في الحياة المهنية و الاجتماعية و لقد سجلنا عدة ملاحظات ساعدتنا في أخذ نظرة معينة عن الممارسة الإعلامية سواء داخل المؤسسة أو خارجها كذلك من خلال الإطلاع عن كيفية عمل الطاقم الإذاعي و أخدماتي للمؤسسة و الحديث الذي يدور بين النساء العاملات هناك.

❖ حدود الدراسة :

1. الحدود الموضوعية: يُوَظَر الدراسة مجموعة متغيرات تتمثل في:

- المتغير المستقل: مهن الإعلام.
- المتغير التابع:الوضعية المهنية والاجتماعية.
- المتغيرات الوسيطة: المرأة العاملة، المرأة الإعلامية .

2. الحدود الزمنية: و تتمثل في السنة الدراسية 2019/2018 وهذا ابتداء من

2018/ 12/16/ في الجانب النظري إلى شهر مارس؛ أما الجانب الميداني فقد

بدأنا في توزيع الاستبيانات ابتداء من 22ماي 2019 إلى 30ماي 2019 و من ثم

تحليل الاستمارة للفصل في النتائج النهائية و التي تجيب عن تساؤلات الدراسة.

3. الحدود المكانية: أجريت الدراسة الميدانية في ولاية ورقلة و التي تقع في الجنوب

الشرقي للجزائر تحديدا أجريت الدراسة بالإذاعة الجهوية و المؤسسة الجهوية

للتلفزيون ورقلة و دار الصحافة.

❖ مجتمع الدراسة:

حيث يتمثل في كل النساء العاملات في القطاع الإعلامي و بالضبط العاملات

بالمؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجهوية بورقة والبالغ عددهم 40 و العاملات في الصحف

المتواجدة بورقلة و التي أحصيناها في حدود 5 فاننا سوف نأخذ عينة حجمها 45 واقترينا

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

تقريبا من كل النساء العاملات وزعنا 45 استمارة بحث و استرجعنا 40 استمارة ذلك اختلافهم في فترات العمل.

❖ العينة واختيارها:

من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته ليطبق أدوات جمع البيانات والمعلومات التي تخص دراسته، لذلك فهو ملزم باللجوء إلى الأسلوب انتقاء العينة.

وقد اعتمدنا في دراستنا علي العينة القصدية التي تعرف بأنها عينة يتم اختيارها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في الأفراد دون غيرهم ولتكون تلك الخصائص تمثل مجتمع الدراسة تمثيلا كاملا بما يخدم أهداف الدراسة. أي اختيارنا لفئة النساء العاملات في قطاع الإعلام دون غيرهم لتوافر الخصائص دون غيرهم أي العمل الإعلامي .

وهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها، بطريقة معينة وإجراء دراسة عليها ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل المجتمع الأصلي¹.

❖ مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

• الوضعية المهنية: Statut professionnel

الوضعية

لغة: الوضعية: اسم مؤنث منسوب إلى وضع, مصدر صناعي من وضع حالة يكون عليها الإنسان هو في وضعية صعبة²

المهنية

1- لغة: نسبة إلى مهنة حرفي صناعي تدريب مهني³.

2- معجمي: ذو علاقة أو خاضع لتدريب في مهارة معينة يمكن أن تصبح لاحقا حرفة⁴.

¹ . أحمد بن مرسل: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 286.

¹ معجم المعاني أعضاء ملتقى علم الحديث-الكتاب مرقم اليا غير مطبوع.

³ د. احمد مختار عبد الحميد معجم اللغة العربية المعاصر - 2008 - ط1

⁴ عبد الغني ابو العزم المعجم الفني - ط1 ص 61

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

التعريف الإجرائي: عبارة عن الحالات والظواهر الشخصية و العملية للمرأة العاملة في قطاع الإعلام أثناء تأدية مهامها المهني وتفسير تلك الظواهر تفسيراً علمياً وعملياً سعياً لتحقيق أهداف معينة .

• **Statut social** : الوضعية الاجتماعية:

❖ اجتماعية

لغة: اسم منسوب الى اجتماع هو اجتماعي بطبعه. له فطرة تميل الى معاشره الناس في المجتمع و الاختلاط بهم.¹

معجمي: الوضعية الاجتماعية مرادف في كثير من الحالات لبعض المصطلحات الأخرى كالمركز الاجتماعي او الدور الاجتماعي، ويرجع ذلك الى عدم توافر الدقة في استخدام المصطلحات في الكتابات السوسولوجية.²

إجرائي: هي تلك المواقف والحالات المتعلقة بالمجتمع ونظرته تجاه المرأة العاملة في قطاع الإعلام أثناء تأدية مهنتها.

• **Une femme** : المرأة :

لغة: مشتقة من فعل مرأ و مصدرها المروءة ،و تعني كمال الرجولة أو الإنسانية³

معجمي : هي أنثى الإنسان البالغة، كما الرجل هو ذكر الإنسان البالغ وتستخدم الكلمة لتمييز الفرق الحيوي (البيولوجي) بين أفراد الجنسين أو للتمييز بين الدور الاجتماعي بين المرأة والرجل في الثقافات المختلفة.⁴

الإجرائي : هي المرأة التي لها حقوق و واجبات والمتفاعلة في المجتمع .

¹ عبد الغني ابو العزم، المعجم الغني - ط 1 ص 46

² د.محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي - ط1 ص 614-615

³ علي بن هادية و آخرون : **القاموس الجديد للطلاب**، دار النشر، القاهرة، ط1 ، 1979، ص.71

⁴ ابراهيم انيس-عبد الحليم المنتصر-عطية الصوالحي-محمد خلف الله احمد **المعجم الوسيط** -سنة النشر 2004-ط4

• المرأة العاملة: Femmes qui travaillent

❖ العاملة

موسوعي: هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية كاملة و لها حقوق و عليها واجبات¹

إجرائي: هي تلك المرأة التي تعمل في القطاع الخاص أو العام بمؤسسة معينة و بأوقات محددة مقابل اجر مالي معين لها حقوق و عليها واجبات .

• المرأة الصحفية: Femmes journalis

إجرائي: هي المرأة العاملة في كل قطاعات الإعلام (مصورة؛ مخرجة؛ معدة برامج؛ مقدمة أخبار، منتجة، إذاعية.... الخ المتفرغة لجمع المعلومات و الإخبار وتقديمها للقراء والمستمعين والمشاهدين ويعتبر هذا النشاط مهنتها المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخلها .

• قطاع الإعلام: Secteur des médias

❖ قطاع

1. لغة : الجزء المقتطع من أي شيء.²

❖ الإعلام

2. لغة: اعلم يعلم إعلاما أعلمه بالأمر أي أخبره به و عرفه إياه.³

3. موسوعي: هي أداة مساهمة في صنع السياسة الخارجية و تأثيرها على كل من

صناع القرار و الرأي العام وهي الملاحظ الأول للإحداث الدولية وهي مصدر

أساسي لتنفيذها.⁴

قطاع الإعلام

إجرائي: هي تلك الممارسات التنظيمية و التحليلية داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها بهدف

التواصل مع الجمهور .

1 تماضر زهري حسون :تأثير عمل المرأة على تماسك الأسرة و الأمن و الحياة العدد 144 ، دار النشر، الرياض، 1993 ،ص 651 .

² ابراهيم انيس-عبد الحليم المنتصر-عطية الصوالحي-محمد خلف الله احمد المعجم الوسيط -سنة النشر 2004-ط4

³ محمد جمال الفار :المعجم الإعلامي، الأردن، عمان، ط 2002 . ،ص54.

⁴الصفور خليل صالح،التشئة و الاعلام،اسامة للنشر و التوزيع،عمان،ط2012،ص56.

• المؤسسة الإعلامية: Fondation des médias

موسوعي: تعني المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة.¹ **إجرائي:** هي مجموعة من النشاطات المتميزة يقوم بها أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقا لبعض القواعد وتتميز بأنها تهتم بالإنتاج و التوزيع وتعتبر همزة وصل بين الفرد و المجتمع.

• معوقات مهنية: Obstacles professionnels

موسوعي: إن الاستخدام الراهن لمفهوم معوق أصبح يتضمن ما هو أكثر من التنشيط حيث شمل أيضا الحيلولة دون تحقيق الهدف، والمنع عن ذلك. وعرقلة كل ما من شأنه أن يقف في وجه إنجاز الأمر أو إحراز النجاح²

إجرائي: هي التأثيرات التي تقوم بالتنشيط على الأداء الوظيفي للمرأة في قطاع الإعلام من أجل عدم قيامها بمهامها أو التسبب في تأخير تحقيق أهدافها وهو كل ما يمنع و يعرقل السير الحسن لها من سياسات و عمليات و وظائف و نشاطات متعلقة بالمهنة داخل العمل

• الحقوق والواجبات : Droits et devoirs

الحقوق

لغة: مصدر حق , حق الأمر صح وثبت وصدق.³

موسوعي: التمتع بالمزايا التي يتمتع بها الآخرون دون تمييز على أساس الجنس أو الجنسية أو الدين أو اللغة أو اللون.⁴

الواجبات

لغة: اسم فاعل من وجب.⁵

موسوعي: لازم ما يتحتم على الشخص ان يفعله ما يقابل الجائز و الممكن و الممتع.⁶

¹ علي بن هادية و اخرون: القاموس الجديد للطلاب،دار النشر،القااهرة،ط1979،ض 78

² كاميليا ابراهيم عبد الفتاح:سيكولوجية المرأة،دار النهضة العربية،ص110

³ المعجم الرائد- جبران مسعود-سنة النشر 1992 ط 7

⁴ محمد منير حجاب: "المعجم الإعلامي"، القااهرة، دار الفجر , 2004, ص 166

⁵ عصام نور الدين: "معجم الوسيط عربي عربي"، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 110

⁶ محمد بن سالم السبحاني:استاذ المرأة،شركة الشهاب،الجزائر،ص2

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

إجرائي: الحقوق والواجبات هي ابسط الأشياء التي يبحث عنها الإنسان أينما وجد مقابل الأفعال التي تفرضها قواعد مقبولة تجاه المجتمع و الوطن و المقصود به في دراستنا هي حقوق المرأة العاملة في قطاع الإعلام التي يجب ان تمنح لها مقابل عملها و الواجبات التي تتحتم القيام بها .

• أداء مهني: Performance professionnelle

أداء

لغة: مصدر أدى, قام بأداء واجبه بإنجازه و بإكماله.¹

موسوعي: نتائج نشاط مؤسسة أو استثمار خلال فترة زمنية محددة.²

إجرائي: هي مجموعة من الممارسات التي عن طريقها يتم تحديد العمل ومتابعته وتحديد القدرات اللازمة للأداء وتوزيع المكافآت داخل المؤسسة الإعلامية أو خارجها بالنسبة للمرأة العاملة في القطاع الإعلامي .

¹ محمد بن يعقوب الفيروز ابادي مجد الدين المعجم القاموس المحيط. -ط8 سنة 2005

² زينب منظور حبيب: الإعلام و قضايا المرأة، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان ، الاردن، ط2011، ص115

❖ الدراسات السابقة:

إن الدراسات التي تناولت موضوع عمل المرأة في المجال الإعلامي كثيرة ومتنوعة، ومتباينة الأهداف، ومتفاوتة المستوى العلمي. وبعد الإطلاع على عدد غير قليل منها تم اختيار ما يمكن الاستفادة منه أكثر من غيره في هذه الدراسة. دراسة بالفضيل نصيرة انطلقت من إشكالية لماذا تأخر امتحان المرأة للصحافة كل هذا الوقت¹

هدفت هذه الدراسة توصيف المجتمع النسوي الصحفي و محاولة تشكيل خريطة بيانات هامة حول واقع العمل الصحفي لدى المرأة. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الميداني بالاختيار عينة قصدية قوامها 190 مفردة من الصحفيات العاملات في 55 جريدة مكتوبة يومية وذلك في الفترة الزمنية الممتدة من 2015-2017 و الأداة المستعملة استمارة استبيان تحتوي على قرابة 80 سؤال ما بين المغلق و المفتوح.

توصلت الدراسة على النتائج التالية:

- وجود نمطين من المعوقات أمام المرأة كقائم بالاتصال احدهما يتعلق ببيئة العمل الإعلامي و الآخر بالوضع العام المجتمعي .
- المرأة تشكل منطلقا للعديد من الدراسات و إن المرأة أصبحت تشكل جزء مهما داخل المؤسسات الإعلامية سواء الجرائد المكتوبة و الالكترونية او التلفزيون و الإذاعة و المؤكد أن واقع الممارسة المهنية تختلف بين هذه الوسائل .

❖ نقاط الاتفاق:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في بيان ظروف الممارسة الإعلامية للمرأة العاملة في قطاع الإعلام.

- محاولة ايضاح واقع العمل الصحفي في الجزائر بالنسبة للمرأة .
- تسليط الضوء على القائمات بالاتصال بالاعتبارهن مشاركات في المنتج الاعلامي.

1بالفضيل نصيرة؛ المرأة الصحفية في الجزائر - تاريخ العمل الاعلامي و ظروف ممارسة المهنة؛ جامعة وهران 2 احمد بن

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- اعتماد المنهج المسحي الميداني .

❖ نقاط الاختلاف :

- اختلفت دراستنا على هذه الدراسة في أنها ركزت على السبب الذي أدى إلى تأخر امتهان المرأة في حين دراستنا ركزت على الوضع المهني و الاجتماعي للمرأة الإعلامية.
- دراسة ل تبرة امحمد¹ انطلقت من إشكالية مفادها ما وضعية الصحفية الليبية و معوقات أدائها الصحفي على المستويات المهنية و الاجتماعية
- تفرعت عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات أهمها :
- ما هي الصعوبات التي تواجه الصحفيات في عملهن ؟
 - كيف هو واقع و ظروف الالتحاق و ممارسة العمل الصحفي و علاقة الصحفيات مع مصادر المعلومات و مع الجمهور و مع رؤساء العمل ؟
 - ما هي الخصائص الديمغرافية و العلمية و المهنية و الوظيفية للصحفيات ؟
 - هدفت الدراسة إلى رصد الإشكاليات و الهموم و التحديات المهنية و المجتمعية التي تواجه الصحفيات في ليبيا و ذلك استنادا إلى الدور المحوري الذي تلعبه الصحفية الليبية في الصحافة و المجتمع على حد سواء.
- اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي و بالاعتماد على استمارة الاستبيان و المقابلة الشخصية و الملاحظة كأدوات بحثية وقد أجريت الدراسة على 200 صحفية باستخدام أسلوب الحصر الشامل يعملن في ثلاث صحف.
- توصلت الدراسة إلى أن ما يقارب من نصف المبحوثتان الأسرة و المحيط الاجتماعي للصحفيات يتقبل مهنة الصحافة للمرأة بدرجة قليلة و ذلك بنسبة 49% في حين ترى 42% من المبحوثات أن الرجل الليبي يعرض عن الزواج بالمرأة الصحفية
- تعترض المرأة الليبية العاملة في الصحافة العديد من الصعوبات تأتي في مقدمتها الصعوبات المتعلقة بالمؤسسة الصحفية بنسبة 34% تليها الصعوبات الشخصية بنسبة 16%.

¹تبرة امحمد عثمان الحباسي؛ واقع عمل الاعلاميات الليبيات في المؤسسات الاعلامية؛ رسالة ماجستير جامعة طرابلس؛ 2013

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

نقاط الاتفاق: اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في تسليط الضوء على المرأة الصحفية و رصد تحدياتها المهنية التي تواجهها

نقاط الاختلاف : أهم ما اختلفت به هذه الدراسة هو أنها خصت موضوع الدراسة على الإعلاميات اللبيبات في حين أن دراستنا تتحدث عن الإعلاميات في الجزائر .
-دراسة ل قاسي عزيزة¹ انطلقت من إشكالية فيما تتمثل أهم المعوقات الوظيفية التي قد تسبب للمرأة الصحفية عدم الاستقرار و استمرارها المهني ؟
و من خلال هذا التساؤل تنبثق منه عدة تساؤلات:

✓ هل تواجه المرأة الصحفية مشاكل اجتماعية نظرا لولوجها مجال العمل الصحفي ؟

✓ هل تعترض المرأة الصحفية مسارها المهني مشاكل اجتماعية ؟

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العراقيل المهنية و الاجتماعية التي تواجه المرأة الصحفية و معرفة الجو الذي تعمل فيه المرأة الصحفية و مدى انسجامها مع الزملاء في العمل و خارجه.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي و الاستبيان كأداة شمل 41 سؤال مستمد من أبعاد و مؤشرات الفرضيات موزعين على محاور؛ تكون مجتمع الدراسة من 47 صحافية بمختلف المؤسسات الإعلامية لولاية الجزائر؛ وقد تم اختيار العينة القصدية بحيث تم قصد الصحفيات المشتغلات في الصحافة المكتوبة؛ وتم توزيع 60 و استرجاع 47 فقط و عليه تم التحصل على عينة قوامها 47 مفردة.

توصلت الدراسة إلى أن معظم الصحافيات لا يشاركن في عملية اتخاذ القرارات بالرغم من مؤهلهن العلمي.

ممارسة أسلوب التسلط و سوء التسيير إضافة إلى عدم حصول الصحفيات على الترقية بالرغم من امتلاكهن خبرة تفوق 10 سنوات و ذلك يعود إلى عدم اعتراف المؤسسة

¹ قاسي عزيزة؛ مرزوق نعيمة؛ المعوقات الوظيفية للمرأة الصحفية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من الصحفيات المشتغلات بالصحافة المكتوبة في الجزائر العاصمة؛ مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تنظيم و عمل؛ جامعة اكلي محند اولجاج؛ 2014-2015

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

بمجهوداتهن و تشكيك المسؤولين في قدراتهن ضف إلى ذلك أن المرأة تواجه صعوبة في الحصول على الخبر و كيفية التعامل معه.

نقاط الاتفاق :

استخدام المنهج المسحي .

البحث عن أهم معيقات المرأة الإعلامية .

نقاط الاختلاف : دراستنا خست كل من يمتهن الإعلام سواء مخرجة أو منتجة أو

مقدمة أخبار مصورة...واعتماد النظرية النسوية في معرفة الأدوار و المواقع.

دراسة القادري¹ و التي هدفت الدراسة إلى رسم صورة عامة للخصائص الجنوسية

للعمل الإعلامي في خمس محطات تلفزة لبنانية هي: (محطة أم تي في، والمستقبل، والمنار، وأن بي أن، وتلفزيون لبنان)، إضافة إلى التعرف إلى التوزيع الجنوسي في هذه المحطات تبعا للأقسام. واستخدمت الباحثتان الاستبانة ودراسة الحالة من أجل جمع المعلومات من الإعلاميين والإعلاميات، تم توزيعها على (162) إعلامية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن للمهنة الإعلامية مؤثرات سلبية على حياة الإناث

العائلية أكثر منها على الذكور؛ إذ ترى الإناث أن المهنة الإعلامية كانت سببا في تأخر زواجهن، أو عدم زواجهن، وقللت من إمكانية إنجابهن للأبناء، فيما كان أثر المهنة إيجابيا على الحياة العائلية للذكور. وأما فيما يتعلق بدوافع العمل الإعلامي فقد كانت كما يلي:

الاستزادة من الثقافة، وكسب المزيد من العلاقات الاجتماعية، والمساعدة على

التحرر، والقرب من أصحاب القرار السياسي. وأما دوافع الذكور فقد كانت كما يلي: إشباع الهوية، وارتفاع المردود المادي والمعنوي. وقد تساوى الجنسان في ذكرهما الدوافع التالية: الاختصاص، والمكسب المادي، والراحة في العمل.

وأوضحت الدراسة أن النساء يعملن بجدية مثل الرجال تماما، فهن يعملن ويداومن

مثلهم أو أكثر، وقد يتأخرن في القدوم إلى العمل أكثر من الرجال إنما يتغيبن أقل. وفي حين اعتبر الذكور أن عملهم مريح وجدته الإناث مملا ومتعبا. وأما فيما يتعلق بالمردود المادي، فلم تول الإناث أهمية كبيرة له. كما كشفت الدراسة عن أن الاختلاف في واقع النساء في

¹ القادري، نهوند وحرب، سعاد (2002)، الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون بحث في الأدوار والمواقع. (ط1)، بيروت: تجمع الباحثات اللبنانيات، لبنان

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

المؤسسة يعود للمؤسسة التي تعمل فيها، حيث يلاحظ الطابع الأبوي في التعامل مع النساء في (تلفزيون لبنان) المنفتح بحذر على مجالات جديدة لعمل المرأة، والتنافس وإثبات الذات في المؤسسات الأخرى، بينما يبقى تلفزيون المنار أكثر تقليدية في توزيع الأعمال بين النساء والرجال.

نقاط الاتفاق :

معالجة موضوع عمل المرأة الإعلامية اعتمادا على نظرية الجندر
البحث عن واقع الإعلاميات داخل المؤسسات الإعلامية و خارجها.
نقاط الاختلاف:

اختلفت الدراستين في المنهج المعتمد في حين ان دراستنا اعتمدت المنهج المسحي
أما هذه الدراسة اعتمدت منهج دراسة حالة.

وهناك دراسة أجنبية أجرتها المنظمة الدولية للنساء للإعلاميات، (1995)، "Women in
the Media Facing Obstacles, Changing Attitudes"¹ أي "النساء في وسائل
الإعلام: مواجهة الصعوبات وتغيير الاتجاهات"

هدفت إلى التعرف إلى أهم العقبات التي تواجه النساء الصحفيات والتغير الحاصل
في وجهات النظر تجاه عمل النساء في المجال الإعلامي، وتناولت جميع الصحفيات
المشاركات في المؤتمر العالمي الرابع للمرأة الذي عقد في بكين عام (1995)، وكذلك
الصحفيات العضوات في المنظمة ويضم (40) دولة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن أهم الصعوبات التي تواجه الصحفيات هي صعوبة
التوفيق بين العمل والعائلة، وقلة وجود أمثلة لصحفيات رائدات يمكن التعلم من تجاربهن،
إضافة إلى صعوبات أخرى مثل التمييز في الرواتب، وقلة فرص الحصول على وظائف
مقارنة مع الرجال. وأكد ما نسبته (93%) من هؤلاء الصحفيات أن المرأة الصحفية تواجه
عقبات لا يواجهها الصحفي الرجل، وعلى الرغم من ازدياد أعداد النساء الملتحقات في
العمل الصحفي، وازدياد الوعي بموضوع التمييز بين المرأة والرجل في مكان العمل، والجهود
المبذولة للحد من هذا التمييز، إلا أن الإعلاميات ما زلن يواجهن عقبات في التوظيف. كما

¹The International Women's Media Foundation. (1995). "Women in the Media: Facing Obstacles, Changing Attitudes". In: Hernandez, Debra, Editor & Publisher. Vol. 129. Issue 16. (pp. 2-12).

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

عبرت المبحوثات عن إحباطهن بسبب حرمانهن من تغطية المواضيع العلمية، والسياسية. وأكدت (64%) من أولئك الصحفيات أن وسائل الإعلام ترسم صورا نمطية غير صحيحة للمرأة.

نقاط الاتفاق :

التعرف على أهم العقبات التي تواجه الصحفية في عملها .
أهم المهام التي توكل للمرأة الصحفية

نقاط الاختلاف :

دراستنا خصت أوضاع المرأة الصحفية المهنية و الاجتماعية ولم تعنى برسم الصورة النمطية التي تضعها وسائل الإعلام للمرأة الصحفية.
دراسة قدوار حفصة¹ و انطلقت من إشكالية مفادها: ما هو واقع المرأة العاملة بإذاعة سعيدة الجهوية؟

ويندرج تحت هذا الإشكال مجموعة من التساؤلات:

- ما هي الأوضاع الاجتماعية التي تعيشها المرأة العاملة بإذاعة سعيدة الجهوية و
وما هي المشاكل و الصعوبات التي تعاني منها؟ .
- ما هي الوظائف التي تقوم به المرأة العاملة بإذاعة سعيدة و إلى أي مدى
وفقت؟.

وهدفت الدراسة إلى محاولة معرفة :

- الظروف الاجتماعية و الاقتصادية التي تعيشها المرأة العاملة.
- التعرف على الأسباب و الدوافع الحقيقية التي دفعت بالمرأة للخروج للعمل .
- تحديد أهم الصعوبات و المشاكل التي تعاني منها المرأة العاملة.
- الآثار الايجابية و السلبية التي تعود على المرأة نتيجة خروجها للعمل - .إظهار
المكانة التي تحتلها المرأة العاملة داخل المجتمع.
اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي والأدوات المستخدمة الملاحظة البسيطة
واستمارة استبيان والمقابلة المقننة.

¹ قدوار حفصة، واقع المرأة العاملة في قطاع الاعلام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، إذاعة سعيدة الجهوية، 2015/2016

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

وكانت العينة المختارة في هذه الدراسة عينة قصدية تمثلت في 10 نساء عاملات في إذاعة سعيدة المحلية.

- توصلت الدراسة أن الدافع الذي أدى بالمرأة للخروج إلى العمل هو الحاجة المادية وقد يرجع ارتفاع نسبته إلى غلاء المعيشة ومنه مساهمة المرأة العاملة بأجرها في تلبية حاجيات أسرتها كما تبرز مكانتها داخل التمتع مما تؤدي إلى فرض نفسها في التمتع وتحقيق رغبتها مما تعرف حقوقها وواجبها وتغيير النظرة السلبية للمجتمع كي تؤكد على دورها كامرأة غير مهمشة و مكانها ليس في البيت فقط، وإنما في العمل كذلك. فهي ترغب في تأكيد ذاتها والمكانة داخل المجتمع والدور الفعال الذي تقوم به.

- كما نجد بعض المشاكل التي تعيق المرأة العاملة سواء كانت في الأسرة أو العمل منها المشاكل الأسرية التي تتمثل في مشاكل مع الأبناء والتي كانت بنسبة كبيرة وذلك بسبب أنها تعود مرهقة من عملها وتجد أطفالها بحاجة إليها وإلى اهتمامها، وذلك بسبب معارضة أهل الزوج لعمل الزوجة، فلا يتحملون مسؤولية الاهتمام بالأطفال.

- عدم تلقي المرأة المساعدة من طرف الغير والعناية بأطفالها، وتدبير شؤون البيت خلال فترة عملها، وهذا بدوره يعود إلى سكنها المستقل، الذي يفرض عليها القيام بكل الأعمال المنزلية لوحدها.

- إن توسط مقر عمل الأم يعتبر كسب اجتماعي كونه يزيد من تعبها وإرهاقها جسدياً ونفسياً ونجد أيضاً بعض المشاكل المهنية والتي تتمثل في توقيت العمل الغير مناسب.

- وقد تبين لنا أيضاً من خلال الجداول أن أغلبية المبحوثات صرحنا بأن المرأة العاملة توفق نوعاً بين المتطلبات المهنية، والحياة العائلية، فمن جهة عملها المهني يفرض عليها الخروج المبكر والالتزام بأوقات العمل، ومن جهة أخرى عملها المنزلي يفرض عليها القيام بكل الأعمال المنزلية لوحدها، فعدم توفيق المرأة العاملة بين عملها الخارجي والوظيفة يرجع إلى عدم تلقيها المساعدة من طرف الغير.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

-عدم توفر وسائل النقل يعد أيضا مشكلات لأن وصولها إلى العمل متأخرة يسبب لها مشاكل .توصلت إلى أن جميع المبحوثات يرضى أزواجهن عن عملهن وأن المجتمع نظرتة عادية جدا لخروج المرأة للعمل

نقاط الاتفاق :

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في اختيار المنهج المسحي

نقل انشغالات المرأة الصحفية و تحديد أوضاعها المهنية

نقاط الاختلاف:

دراستنا خصت كل النساء العاملات في مجال الإعلام أما هذه الدراسة خصت

المرأة العاملة في إذاعة سعيدة .

❖ المدخل النظري للدراسة

قبل البدء بذكر المدخل المتبني للدراسة لابد معرفة ما المقصود من الجندر وكيف نشأ هذا المصطلح¹؟

تاريخ نشأة النوع الاجتماعي Gender

لا بد من الإقرار منذ البداية، بأن مصطلح النوع الاجتماعي/ الجندر Gender قد أثار جدلاً واسعاً ولعله لا يزال مفهوماً واستخداماً. ولهذا الجدال أسباب عديدة منها الأيديولوجية والدينية والسياسية والحقوقية. كما طال الجدال المصطلح في حد ذاته، فأفرزت مجموعة من التساؤلات: متى نشأ المصطلح؟ وما هي استخداماته؟

أتت مسألة الجندر في إطار أجندة عالمية تتحدث عن حقوق الإنسان والمرأة والطفل منذ انهيار القطبية الثنائية، وهناك إشارة إلى أن مصطلح الجندر بدأ في الظهور لأول مرة في الغرب في بداية السبعينيات في الدراسات الخاصة بالتنمية، واستخدم تعبير الجندر في التنمية Development Gender in كمقابل لتعبير النساء في التنمية Women in Development، ثم انتقل هذا المصطلح إلى المنطقة العربية في النصف الثاني من الثمانينيات وقد أصبح معروفاً في النقاش حول التنمية وأطر العمل عبر أدبيات المنظمات الدولية المشتغلة في مجالات التنمية، وتعتبر قضية النوع الاجتماعي (الجندر)، فلسفة نسوية غربية تعبر عن أزمة الفكر الغربي في مرحلة ما بعد الحادثة، وتشير الأدبيات إلى أن مصطلح الجندر "النوع الاجتماعي" استخدم لأول مرة من قبل "آن أوكلي" وزملائها من الكتاب في سبعينيات القرن الماضي، وذلك لوصف خصائص الرجال والنساء المحددة اجتماعياً في مقابل تلك الخصائص المحددة بيولوجياً.

غير أن البعض يرجح أن استخدام المصطلح وانتشاره في الأدبيات العالمية كان خلال فترة الثمانينيات من القرن الماضي، وهي الفترة التي اتسمت بمناقشات مكثفة حول أثر سياسات التكيف الهيكلي على أوضاع المرأة، و يرجع الفضل في استخدام مصطلح "الجندر" إلى منظمة العمل الدولية وكان يشير إلى العلاقات والفروقات بين الرجل والمرأة التي ترجع إلى الاختلاف بين المجتمعات والثقافات والتي هي عرضة للتغيير طوال الوقت.

¹ لبنى الاشقر، مساق الاعلام و النوع الاجتماعي، دون دار النشر، مركز تطوير الاعلام، جامعة بيرزيت، ط1 كانون الاول 2016، ص23

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

وكتجاه عام فإن المصطلح يشير إلى التفرقة بين الذكر والأنثى على أساس الدور الاجتماعي لكل منهما تأثيراً بالقيم السائدة.

❖ تعريف الجندر:

لقد نشأ النوع الاجتماعي على سبيل ترجمة مصطلح الجندر Gender والذي تعددت صيغ ترجمته الى اللغة العربية منذ نشأة المصطلح في النظرية النسوية الغربية منذ السبعينيات من القرن العشرين و ما تبع ذلك من بدء تناوله في ادبيات البرامج التنموية و الترجمات الى اللغة العربية ليتم بالتالي ترجمته مفهوم الجندر ترجمة شارحة موجزة في عبارة النوع الاجتماعي لتصبح هي الترجمة السائدة في مجال العلوم الاجتماعية مع اختصارها احيانا في صيغة النوع.

فالمعنى المتعارف عليه لمفهوم الجندر (النوع الاجتماعي) يتجلى في الأدوار الاجتماعية التي يتم تشكيلها في اطار مجتمع ما و فرضها تلقائياً على كل جنس بعينه فيتوقع المجتمع بالتالي التزام كل فرد منه تبعا لجنسه،بتلك الأدوار و ما تحمله من مشاعر و قيم مع التعبير عنها في السلوك اليومي.¹

إذن يعني مفهوم النوع الاجتماعي مختلف الأدوار والحقوق والمسؤوليات الراجعة للنساء والرجال والعلاقات القائمة بينهم .ولا يقتصر المفهوم الاجتماعي على الرجال والنساء، وإنما يشمل الطريقة التي تحدد بها خصائصهم وسلوكياتهم وهوياتهم من خلال مسار التعايش الاجتماعي.

ويرتبط النوع الاجتماعي عموماً بمجالات اللامساواة في النفوذ وفي إمكانية الاستفادة من الخبرات والموارد .وتتأثر الأدوار المختلفة للنساء والرجال بالحقائق التاريخية والدينية والاقتصادية والثقافية .ويمكن لتلك الأدوار والمسؤوليات أن تتغير وتتغير حتما عبر الزمن.²

¹ د.هالة كمال، النوع الاجتماعي(الجندر): التنوع الثقافي و الخصوصية الثقافية؛ ط1، ص2

² دليل الموارد في النوع الاجتماعي والمسار الرئيسي لإدارة المياه، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وتحالف للنوع الاجتماعي والمياه

❖ أهم ركائز نظرية النوع الاجتماعي (الجندر)

ترتكز نظرية النوع الاجتماعي على مجموعة من الركائز و المقومات يمكن حصرها فيما يلي :

1. إن الفوارق الموجودة بين الرجل والمرأة هي مجرد فوارق بيولوجية وعضوية، وليست فوارق ثقافية ومجتمعية فهي فوارق مختلفة ومصطنعة وتعود هذه الفوارق المختلفة إلى عوامل دينية، وسياسية، واجتماعية، واقتصادية، وذهنية، وثقافية ليس إلا.
 2. التنديد باللامساواة الثقافية والمجتمعية، ورفض التفاوت الطبقي والاقتصادي والمجتمعي
 3. الدعوة إلى التحرر من سطوة الرجل وهيمنته المعهودة وتشكيل حركات نسوية وحقوقية من أجل النضال والاحتجاج ضد الهيمنة الذكورية.
 4. الدفاع عن الجندرية الحقة، والوقوف في وجه التقسيمات المجتمعية الظالمة.
 5. المطالبة بالمساواة، والإنصاف و التكامل بين النوعين، وتحقيق العدالة الاجتماعية .
- و منه نستنتج ان هذه النظرية تقوم على أن التقسيمات والأدوار المنوطة بالرجل والمرأة، وكذلك الفروق بينهما، وحتى التصورات والأفكار المتعلقة بنظرة الذكر لنفسه وللأنثى، ونظرة الأنثى لنفسها وللذكر...إلخ، كل ذلك هو من صنع المجتمع وثقافته وأفكاره السائدة، أي أن كل ذلك مصطنع وبالتالي يمكن تغييره وإلغاؤه تماما .فتقليديا ننظر للرجل على أنه قوي، عنيف، بالإضافة إلى أنه عقلاني، أما المرأة فهي سلبية، حنون، وعاطفية، لكن النسويون يعترضون على هذا التصنيف وإلحاق الصفات كمعطى طبيعيا، وإنما ينظرون إليهما الذكورة والأنوثة كبناءات اجتماعية¹

❖ الإعلام و تطور مفهوم الجندر:

يظهر الإعلام الذكور في المواقع القيادية و السياسية الهامة في حين تختفي المرأة و أن وجدت تكون في دورها التقليدي في البيت و رعاية الأطفال . و يظهر دورها هذا بطريقة مهمشة و متدنية القيمة على الرغم من أهمية دور الأمومة و رعاية الأطفال ،أن التقليل من أهمية دور المرأة ثانوي و غير هام مقارنة لادوار المتعددة التي يقوم بها الرجل و

¹ جميل حمداوي؛ ما الجندر وما المقاربة الجندرية؛ ط1؛ 2018؛ ص36

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

الأبشع من ذلك هو حصر البرامج و الدعايات بشكل خاص في إبراز محدودية المرأة و اهتمامها في مساحيق التجميل فقط مما أدى إلى ابتذالها و التعامل معها على أنها جسد فقط يستخدم لترويج منتجات معينة أو لصالح شركات معينة أو لتسويق الأغاني خصوصا في ظل ما يعرض حاليا على شاشات التلفزيون من فيديو كليب مبتذل يشوه صورة المرأة و يبتذلها و يختزلها إلى جسد فقط .

لقد كرس كل ما سبق الصورة النمطية لمحدودية المرأة و يبتذلها و يختزلها إلى جسد فقط, لقد كرس كل ما سبق الصورة النمطية لمحدودية المرأة و عدم صلاحيتها إلا للأدوار التقليدية و السطحية فالطفل عندما يرى على صفحات الجرائد و الكتب وشاشات التلفزة انحصار التسلية انحصار الحديث و احتلال المناصب الهامة في الرجل و انحصار الترفيه و التسلية بالمرأة فبالأكيد بناء سيتشكل لديهما أن مكانة الرجل مرتفعة و مكانة المرأة متدنية في المجتمع مما يساهم في تشكيل مفهوم الأدوار الجندرية النمطية لديهما.¹

❖ الإسقاط النظري على الدراسة:

لم يزل مفهوم، النوع الاجتماعي والإعلام، مفهوما جديدا على الصحافيين وعلى المؤسسات الإعلامية أيضا وحتى في الدراسات والأبحاث، لذلك فإن اعتماد هذا المفهوم في التحاليل، يتطلب مجهودا كبيرا ورؤية جديدة لدراسة توزيع الخريطة الإعلامية من جهة، ومعرفة مدى تطبيق تقنيات البحث التي تجعلنا نستفيد من المنجزات المحققة بالنسبة للجنسين في مجال الإعلام وهو ما جعلني أؤثر الانطلاق في هذا البحث، من رؤية تعتمد على اتصالات خاصة بالوسط الإعلامي، وتتطلق من إشكالية واضحة أشرت إليها في عنوان الدراسة الوضعية المهنية و الاجتماعية للمرأة العاملة في قطاع الإعلام .

لأنهن الأكثر حرمانا من زملائهن الرجال في هذا المجال، فإن تهرب المؤسسات الإعلامية من تحقيق هذا الهدف، يعمل على تكريس سياسة عدم التكافؤ بين الجنسين وهن اللاتي سينطبق عليهن مفهوم النوع الاجتماعي عندما نريد أن نصل بهذا المفهوم إلى المقاربة العلمية التي تتطلق من وقائع التنمية في مجال الإعلام والتي تبنى في الجامعة على أساس المساواة بين الجنسين.. لكنها تخضع لسياسة التمييز مع بداية العمل.

¹د. عصمت محمد سوسو؛ الجندر الابعاد الاجتماعية و الثقافية؛ دار الشروق للنشر و التوزيع؛ عمان الاردن؛ الطبعة العربية

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

خلاصة الفصل:

لقد جاء هذا الفصل عبارة عن الإطار المنهجي للدراسة شمل كل من أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة ,و توضيح الأهداف المرجوة,و تحديد التساؤل الرئيسي و التساؤلات الفرعية ,و تحديد المفاهيم حتى نتمكن من التحكم الجيد في عناصر البحث بلاضافة إلى إسقاط النظرية على موضوع دراستنا.

الإطار التطبيقي

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي .

تمهيد

1. المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
2. المبحث الثاني: تحليل نتائج أسباب ودوافع التحاق
بمهنة الإعلام
3. المبحث الثالث: تحليل نتائج الوضع المهني .
4. المبحث الرابع: تحليل نتائج الوضع الاجتماعي .

الاستنتاجات العامة للدراسة

تمهيد:

يتم التعرض في هذا الفصل إلى تحليل البيانات المجمعة من خلال تفريغ الجداول و قراءة النسب و مناقشتها، ومن ثم التوصل إلى الاستنتاجات العامة لدراستنا و تتضمن أهم ما توصلت إليه دراستنا.

مبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

إن معرفة خصائص أفراد العينة تمكننا من تحديد السمات الأساسية لكل فرد و التي تعتبر كمؤشرات تفيدنا في ربط متغيرات الدراسة، و منه فهم الواقع و تحليل و تفسير البيانات الكمية بشكل منطقي و يمكن تحديدها في :

محور البيانات الشخصية

للتعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب خصائص عينة الدراسة، تم حساب النسب المئوية وجاءت النتائج كما يلي:

1. توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن:

جدول رقم 01 : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

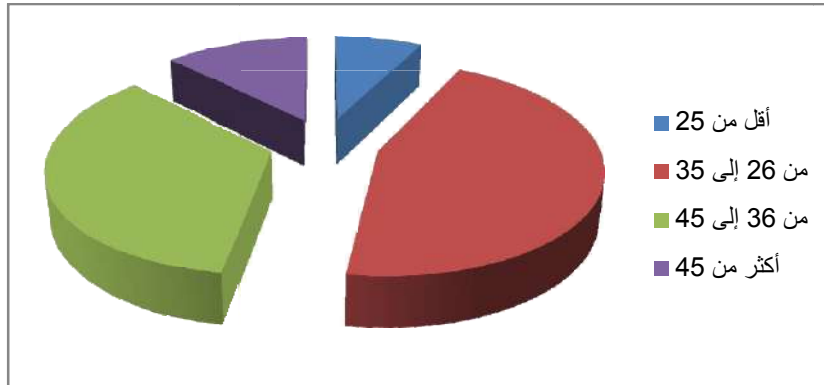
النسبة المئوية	التكرار	السن
7,5%	3	أقل من 25
45%	18	من 26 إلى 35
35%	14	من 36 إلى 45
12,5%	5	أكثر من 45
100%	40	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (1) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن ما يلي تظهر نتائج انه جاءت نسبة الإناث التي تتراوح أعمارهم من 26 إلى 35 سنة ب 45% من أفراد العينة المستهدفة تليها نسبة الإناث التي تتراوح أعمارهم بين 36 إلى 45 سنة بنسبة 35% من أفراد العينة المستهدفة ،تليها نسبة الإناث التي أكثر من 45 سنة بنسبة اقل مقدرة ب 12.5% من أفراد العينة المستهدفة في حين جاءت أخيرا نسبة الإناث التي اقل من 25 بنسبة 7.5%.

أي أن الفئة التي احتلت اكبر نسبة هي فئة النساء من 26 إلى 35 وهذا لأنها الفئة الأكثر امتهان للمهن الإعلامية فيما و للاحترافية في هذا القطاع،في حين أن نسبة النساء الأكثر من 45 سنة و الأقل من 25 سنة نسبة ضئيلة و هذا يرجع أن من هم اقل من 25

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

% تنقصهم بعض الخبرات و لا يتأقلمن بسرعة مع العمل لان قطاع الإعلام قطاع حركي و يحتاج إلى تدريب و مهارات .



المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

الشكل (1) يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

جدول رقم : 02 توزيع أفراد العينة حسب متغير التكوين

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
جامعي	32	80%
مهني	8	20%
المجموع	40	100%

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير التكوين ما يلي :

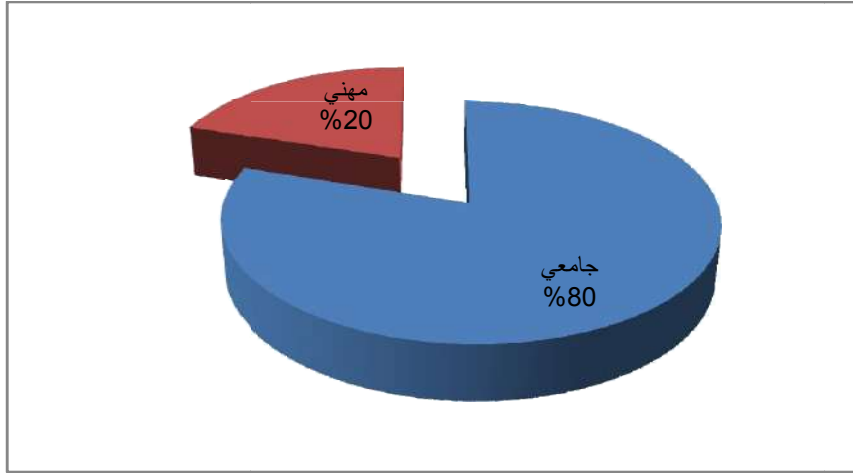
يوضح الجدول أعلاه ارتفاع نسبة العائلات التي يمكن مستوى جامعي ب 80% ، أما بالنسبة للمستوى المهني قدرت النسبة ب 20%.

و يمكن تفسير ذلك بالعدد المتزايد للمنشآت الجامعية عبر مختلف أنحاء الوطن، و بالتالي ازدياد في عدد الخريجات الجامعيات سيما و أن الجزائر انتهجت سياسة دعم و تطوير التعليم العالي منذ الاستقلال، كأحد دعائم التنمية .

و هذه النتيجة تتطابق مع دراسة بلفضيل نصيرة ،المرأة الصحفية في الجزائر حينما فسرت ارتفاع النسبة بانفتاح ذهنية المجتمع الجزائري نحو تعليم الإناث عبر مختلف الأطوار التعليمية بما فيها التعليم العالي الذي يعد بوابة التوظيف و الولوج إلى عالم الشغل سيما و

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

أن المرأة الجزائرية أصبحت تقاسم الرجل مختلف المهن و الوظائف حتى التي كانت حكرًا في السابق على الرجال.¹



الشكل (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التكوين

جدول رقم 3 : توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الحالة الاجتماعية :

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
عزباء	15	37,5%
متزوجة	21	52,5%
مطلقة/أرملة	4	10%
المجموع	40	100%

تظهر نتائج الجدول والتمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

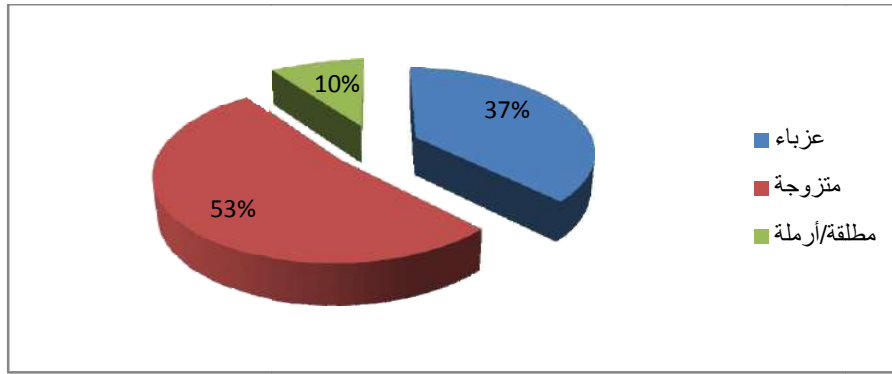
ما يلي:

أن نسبة "المتزوجات" تشكل نصف العينة 52.5% تليها فئة "العازبات" بنسبة 37.5% و أخيرا فئة الأرملة والمطلقات بنسبة 10%.

هذا يدل على أن المجتمع الجزائري أصبح أكثر تحرر لمهن الإعلام و تقبل مهن هذا القطاع مثلها مثل باقي القطاعات الأخرى، و بالنسبة للعازبات فنسبة 37 هي نسبة متوقعة ذلك لارتفاع المستوى التعليمي، لهن و تفضيلهن لمواصلة دراستهم بالولوج إلى الجامعات و من ثم البحث عن فرص التوظيف كشرط أساسي عند اغلبهن قبل الارتباط، و هذا ما يساهم في تأخر الزواج لديهن.

¹ بالفضيل نصيرة، المرأة الصحفية في الجزائر: تاريخ العمل الإعلامي و ظروف ممارسة المهنة، جامعة وهران 2 احمد بن محمد.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



الشكل (3) توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

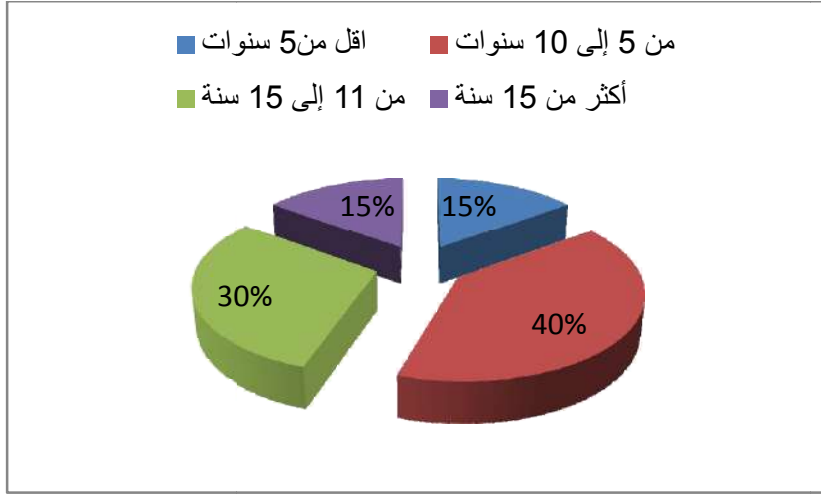
جدول رقم 04: توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الخبرة:

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	6	15%
من 5 إلى 10 سنوات	16	40%
من 11 إلى 15 سنة	12	30%
أكثر من 15 سنة	6	15%
المجموع	40	100%

يظهر الجدول و التمثيل البياني أن نسبة 40% خبرتهم ما بين 5 إلى 10 سنوات و أن النساء اللاتي كانت خبرتهم من 11 إلى 15 سنة بنسبة 30% و أن من تجاوزت خبرتهم 15 سنوات جاءت نسبتهم ب 15% في حين كانت الأقل نسبة هن من قلت خبرتهم عن 15 سنة ب 15%.

كانت اكبر نسبة هي لمن يملكن خبرة بين 5 الى 10سنوات،هذا يدل على إعطاء هاته الفئة تدريب وتكوين لاكتساب خبرة أكثر في هذا القطاع الذي يحتاج الكثير من الجهد و التعب، أما نسبة النساء اللاتي يملكن خبرة تفوق 11 سنة جاءت متوازنة،على غرار أن الأقلية كانت لمن قلت خبرتهن 5سنوات ومن تجاوزت خبرتهن 15 سنة وهذه الأخيرة تدل على العطاء الكبير في هذا المجال الحساس و ظروف ممارسة مهنة المتاعب، أما من كانت لهن خبرة اقل من 5 سنوات هنا نستنتج بان هذا المجال يحتاج نوات الخبرات الكبيرة لأنهن يكن متمكنين من هذا العمل الإعلامي .

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



شكل (04) بياني يوضح توزيع العينة حسب الخبرة

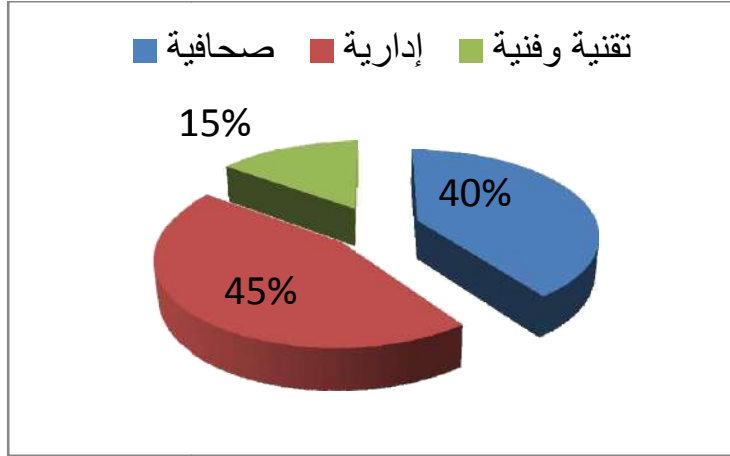
الجدول رقم 5 : توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير طبيعة العمل :

طبيعة العمل	التكرار	النسبة المئوية
صحافية	16	40%
إدارية	18	45%
تقنية وفنية	6	15%
المجموع	40	100%

نلاحظ من خلال الجدول و التمثيل البياني أن نسبة الصحفيات قدرت ب 40 % أما بالنسبة الإدارية فكانت 45 %، وأما التقنيين و الفنيين كانت ب 15 %.

نلاحظ أن وجود الإداريات ب 45% و هذا لان عمل الإدارية يختلف و يكون اقل جهد و ضغط من التقنيين و الفنيين التي كانت نسبتهم ب 15% و هذا لصعوبات التركيب و الإخراج و غيرها من المهام الإعلامية الشاقة، في حين سجلنا نسبة الصحفيات ب 40% و هذه النسبة تدل على الحضور الواضح للصحفيات رغم الأعمال المتعبة و الشاقة التي يكلفن بها.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



الشكل رقم (05) تمثيل توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير طبيعة العمل

المطلب الثاني: صدق المحكمين :

بعد بناء الأداة و للتحقق من أنها تقيس ما وضعت لأجله،تم عرضها لجنة تحكيم مكونة من 5 أساتذة من جامعة قاصدي مرباح بورقلة و المتمثلين في¹:

✓ الأستاذ عبد القادر بودريالة

✓ الأستاذ عبد الرحمان صالح

✓ الأستاذ زياني الغوثي

✓ الأستاذ قندوز عبد القادر

✓ الأستاذ محمد الطيب الزاوي

حيث طلب منهم إبداء آرائهم ملاحظاتهم واقتراحاتهم و الحكم على فقرات الاستبيان من حيث مدى وضوح الصياغة اللغوية،و ملائمة البدائل للأسئلة،و بعد استرجاع استمارات التحكيم م المحكمين،تم الأخذ بعين الاعتبار بآرائهم و اقتراحاتهم حيث تمت الموافقة على اغلب أسئلة الاستبيان.

¹ انظر الملحق رقم 1

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

السؤال	عدد المحكمين	العدد الإجمالي للمحكمين	نسبة الموافقة
س1 لماذا تفضلين العمل بالمجال الإعلامي؟	5	5	%100
س2 هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأقارب؟	5	5	%100
س3 هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأصدقاء؟	5	5	%100
س4 تمثلات المرأة نحو عملها في مجال الإعلام	5	5	%100
س5 كيف تسند إليك الأعمال؟	4	5	%80
س6 هل سبق وأن اعترضت عن أداء عمل معين لأنه لا يناسبك كامرأة؟	5	5	%100
س7/ماهي الضغوط التي تتعرضين لها أثناء عملك في مجال الإعلام	5	5	%100
س8/ ما تقييمك للقيود المؤثرة على عملك بالإعلام مقارنة بزملائك الرجال؟	4	5	%100
س9/ تمثلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية	5	5	%100
س10/ هل زاد عملك في مجال الإعلام من معارفك وعلاقاتك الاجتماعية	5	5	%100
س11/ هل زاد عملك في مجال الإعلام من ثققتك بنفسك؟	5	5	%100
س12/ هل أكسبك عملك في مجال الإعلام	5	5	%100
س13/ هل زادك عملك في مجال الإعلام انفتاحا على العالم والآخرين؟	5	5	%100
س14/ هل سبب لك يوما عملك في مجال الإعلام في مشكل عائلي؟	5	5	%100
س15/ هل سبق وتعرضت لمضايقات من طرف أفراد	5	5	%100
س16/ المجتمع بسبب عملك الإعلامي؟	5	5	%100
س17/ إلى ماذا يعود سبب هذه المضايقات في رأيك؟	5	5	%100

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

س18/ هل زاد عملك الإعلامي من مكانتك الاجتماعية بين أفراد أسرته وأصدقاءك خارج المهنة؟	5	5	%100
س19/ في اعتقادك هل تجددين أن هناك تكامل لديك بين أدائك الوظيفي وأدائك الأسري؟	5	5	%100

المطلب الثالث: ثبات الأداة باستخدام معامل "ألفا كرونباخ"

تم حساب الثبات بمعامل ألفا كرونباخ عن طريق برنامج (spss) و بلغ معامل الثبات في الدراسة قيمة 0.72 و هذا يعكس ثبات الأداة و صدقها و هذا يعني انه في حالة إعادة الدراسة على نفس العينة و في نفس الظروف فانه 72% من أفراد العينة سوف يجيبون نفس الإجابة.

عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
33	,072

المصدر : بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v25

المبحث الثاني: تحليل نتائج أسباب و دوافع الالتحاق بمهنة الإعلام.

مطلب الأول: تفضيل العمل بالمجال الإعلامي

جدول رقم (6) توزيع الأفراد حول تفضيلاتهن بالمجال الإعلامي

النسبة المئوية%	التكرار	لماذا تفضلين العمل بالمجال الإعلامي؟
35%	14	كان طموحي من البداية
35%	14	تناسب شهادتي المحصلة
2%	1	لأصبح مشهورة
5%	2	لأخدم المجتمع من خلال كشف الحقائق
3%	1	تحقيق رغبة احد الوالدين
20%	8	لم أجد عملا غيره
100%	40	المجموع

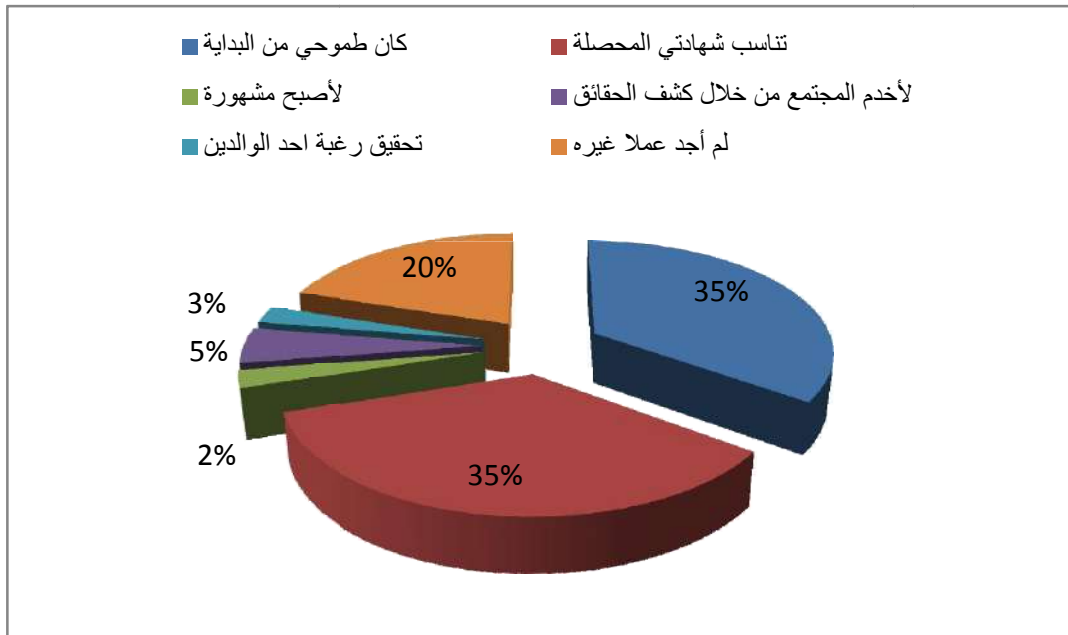
يمثل الجدول أعلاه و التمثيل البياني أن المجيبات بأنهن كان طموحهن من البداية

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

35 % بنفس النسبة كانت لمن تتاسب شهادتهم المحصلة، من لم يجدن عمل غيره ب 20 % في حين جاءت نسبة من يرجون خدمة المجتمع من خلال كشف الحقائق ب 5 %، و 3 % تحقيق رغبة احد الوالدين وأخيرا من كان هدفهن الشهرة قدرت ب 2 % .

يلاحظ من خلال نتائج الجدول بان مهن قطاع الإعلام كان طموح تصبو إليهن بعض النساء، تقابلها نفس النسبة لمن اختاروا قطاع الإعلام لمناسبة شهادتهم المحصلة، هاتان النسبتان تظهران اننا كلاهما توجه لمن الإعلام بمحض إرادتهن و عن قناعة، من كانوا يرجون خدمة المجتمع ، و ليصبحوا مشهورات لم تسجل نسب (5 % 2 % 3 %) و هذا يوضح أن اغلب المبحوثات لم تكن هدفهن لا الشهرة و لا خدمة المجتمع وهذا يظهر في اللاتي لم يجدن عمل غيره.

و هذا يتوافق مع أهداف دراستنا و يجيبنا عن دوافع عمل المرأة العاملة في مهنة الإعلام و اتجاهاتها إلى هذه المهنة .



الشكل رقم (06) يمثل توزيع العينة حسب تفضيلهم للمجال الإعلامي

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

الجدول رقم 07: علاقة التكوين بالاختيار قطاع الإعلام

المجموع	لم اجد عمل غيره	لتحقيق رغبة احد الوالدين	لاخدم المجتمع من خلال كشف الحقائق	لاصبح مشهورة	تناسب شهادتي المحصلة	كان طموحي منذ البداية	تفضيل قطاع الاعلام التكوين
32	6	1	2	1	10	12	جامعي
80%	75%	100	100%	100	71.4%	7.85%	
8	2	//	/	/	4	2	مهني
20%	25%		/	/	28.6%	14.3%	
40	8	1	2	1	14	14	المجموع
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه علاقة التكوين بالاختيار مهنة الإعلام، جاءت النتائج كالتالي:

نسبة 85.7% من كن طموحين منذ البداية يمكن تخصص جامعي، اي درسنا التخصص و خططنا له منذ البداية، ونسبة 75% لم نجدنا عمل غيره. أما المهنيين ناسبت شهادتهن المحصلة بنسبة 28.6%.

الملاحظ انه معظم أفراد العينة كان مجال الإعلام اختيار شخصي، بناء على دراسة تخصص الإعلام

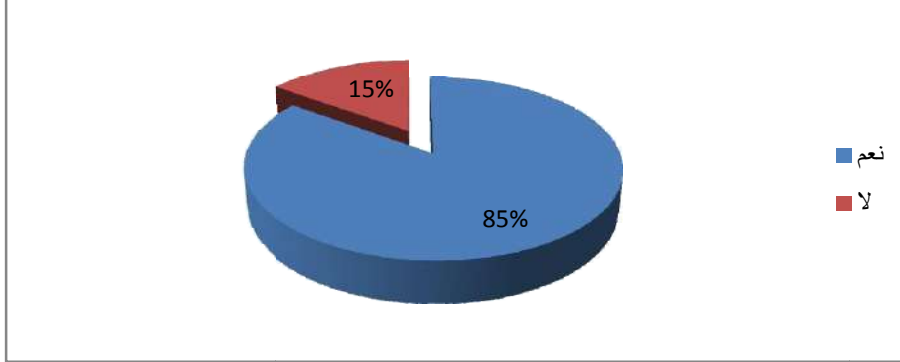
المطلب الثاني: التشجيع من طرف الأقارب لاختيار العمل الإعلامي الإعلامي
الجدول رقم (08) يبين توزيع الأفراد حسب التشجيع لاختيار العمل الإعلامي

هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأقارب ؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	85%
لا	6	15%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول أعلاه البياني الذين وجدن تشجيعا عند اختيارهم للعمل الإعلامي من طرف الأقارب بحيث تمثل نسبة الذين اجبن بنعم ب85% وتمثلت نسبة الذين اجبن ب لا 15%.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

نلاحظ نسبة متفاوتة بين المبحوثات اللاتي صرحن انه لاقوا تشجيع من طرف أقاربهم عند اختيارهم العمل الإعلامي و ذا دليل على ارتفاع درجة الوعي لدى أفراد المجتمع و تشجيعهن على الخوض في هذا القطاع رغم صعابه و نسبة اللاتي اجبنا ب لا تظهر ذلك.



الشكل البياني رقم (07) لتوزيع العينة حسب التشجيع للعمل الإعلامي من طرف الأقارب.

المطلب الثالث: التشجيع لاختيار العمل الإعلامي من طرف الأصدقاء

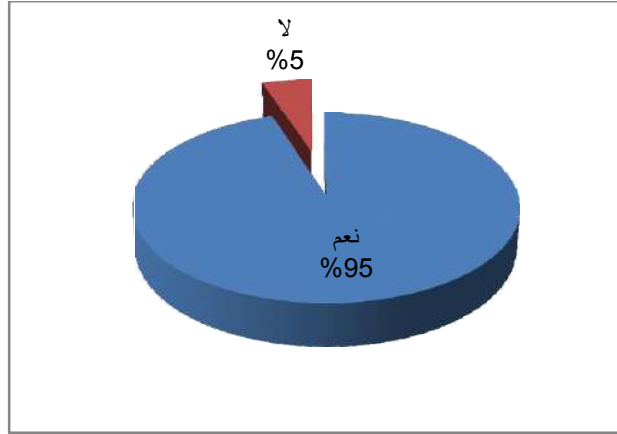
الجدول رقم 09: يبين تشجيع الأصدقاء للعمل الإعلامي

هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأصدقاء	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	95%
لا	2	5%
المجموع	40	100%

يمثل الجدول أعلاه و التمثيل البياني للنساء اللاتي تحصلوا على تشجيع من طرف أصدقائهم عند اختيارهم للعمل الإعلامي حيث كانت تقريبا النسبة كاملة بنعم 95% أما اللاتي اجبن ب بلا فتمثلت نسبتهم ب 5%.

وجود تشجيع من قبل الأصدقاء دلالة على أنهم لاقوا دعما و تشجيع من طرف أصدقاؤهن و تحفيزهم لهذا القطاع.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



الشكل رقم (08) يبين توزيع العينة حسب التشجيع للعمل الإعلامي من طرف الأصدقاء

المطلب الرابع : تمثلات المرأة نحو عملها في مجال الإعلام

الجدول رقم 10: يبين تمثلات المرأة نحو عملها

غير موافق		محايد		موافق		العبارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
3%	1	2.5%	1	95%	38	1.مرتاحة بعلمي في مجال الإعلام
0	0	10%	4	90%	36	2.عملي في مجال الإعلام أعطاني ثقة بالنفس أكثر
30%	12	45%	18	25%	10	3.مهن الإعلام مزال بعيدة عن المهنية الحقيقية
7.5%	3	2.5%	1	90%	36	4.مقتنعة بعلمي في مجال الإعلام
47%	19	30%	12	22.5%	9	5.أعرض للمضايقات أثناء تأدية عملي
8%	3	12%	5	80%	32	6.مهن قطاع الإعلام هي مهن متاعب و تحتاج للجهد و الصبر

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول ان النسب جاءت كالتالي :

*ارتياح في قطاع الإعلام فقدرت نسبة الإجابة بموافق 95% أما محايد 2,5% و أخيرا غير موافق وكانت نسبتها ب 3%

*أما العمل في مجال الإعلام يعطي ثقة بالنفس أكثر بحيث تمثلت نسبة اللاتي اجبنا موافق ب موافق 90% أما نسبة الإجابة بمحايد تمثلت في 10% و 0% لمن لم يعطيهم ثقة بأنفسهن.

*بالنسبة لعبارة أن مهن الإعلام مازلت بعيدة عن المهنية الحقيقية 25% اجبنا ب موافق أما محايد 45% وتمثلت نسبة غير موافق ب 30%.

*بالنسبة لنسبة الاقتناع بعملهن في القطاع الإعلامي 90% اجبنا موافق و 30% كانت إجابتهن محايد أما الغير مقتنعات بالعمل الإعلامي كانت نسبتهم ب 7.5%.

*بالنسبة للمضايقات أثناء تأدية العمل نسبة النساء اللاتي تعرضنا للمضايقات هي 22.5% اما الموجبات ب محايد فتمثلت ب 2,5% ونسبة 7.5% لم يتعرضن للمضايقات في عملهن .

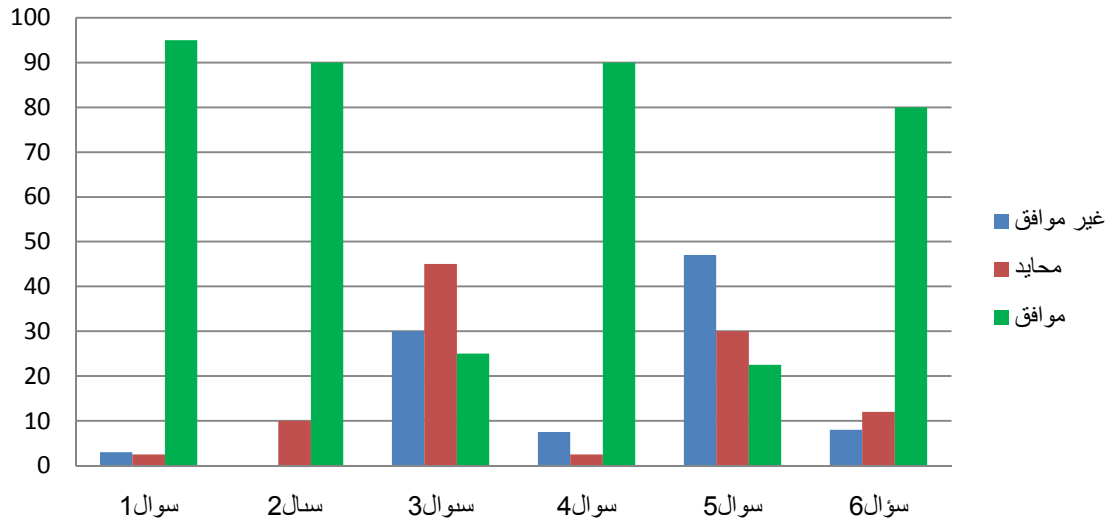
*بالنسبة لمهن قطاع الإعلام هي مهن متاعب وتحتاج للصبر و الجهد بحيث مثلت الإجابة بموافق بنسبة 80% أما نسبة محايد مثلت ب 12% بحيث كانت نسبة 8% لغير موافق.

نلاحظ من خلال هذه النسب بان هناك ارتياح كبير في القطاع الإعلامي، فمهن الإعلام زادتهم ثقة بأنفسهن و هذا يلاحظ في نسبة اقتناعهم بهذه المهنة ب 90%

في مقابل ذلك اجبنا أن مهن الإعلام هي مهن متاعب و تحتاج للجهد و الصبر، و هذا يرتبط بأهداف دراستنا التي تعنى تسليط الضوء على واقع العمل الإعلامي لدى المرأة و ممارستها لمهن الإعلام.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

الشكل رقم(09) نسبة الموافقة على عبارات تمثلات المرأة حول المؤسسة الاعلامية



الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

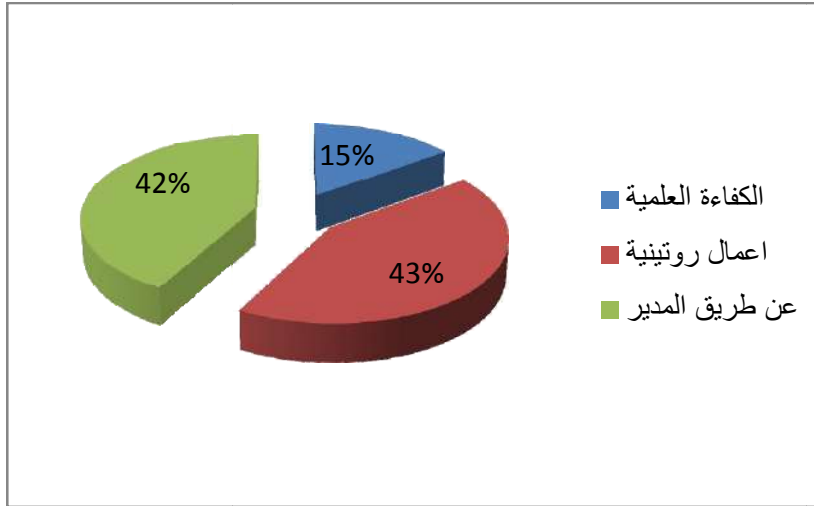
المبحث الثالث: الوضع المهني للمرأة العاملة في قطاع الإعلام

المطلب 1: إسناد الأعمال

الجدول رقم 11: طريقة إسناد الأعمال

النسبة المئوية	التكرار	كيف تسند إليك الأعمال
42,5 %	17	عن طريق المدير
42,5 %	17	أعمال روتينية
15 %	6	عن طريق الكفاءة العلمية
100 %	40	المجموع

يوضح الجدول أعلاه كيفية إسناد الأعمال للعينة المستهدفة بحيث تمثلت نسبة عن طريق المدير أما و الأعمال الروتينية بـ 42.5 % في حين أن نسبة 15% اجبن عن طريق الكفاءة العلمية.



الشكل البياني رقم (10) يوضح طريقة إسناد الأعمال

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

الجدول 12: علاقة طبيعة العمل بإسناد الأعمال

المجموع	عن طريق الكفاءة العلمية	اعمال روتينية	عن طريق المدير	أسناد الاعمال / طبيعة العمل
16 40%	5 83.3%	6 35.3%	5 29.4%	صحافية
18 45%	1 16.7%	8 47.1%	9 52.9%	ادارية
6 15%	/ /	3 17.6%	3 17.6%	فنية و تقنية
40 100%	6 100%	17 100%	17 100%	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 83.3% من الصحفيات تسند إليهم الأعمال عن طريق كفاءتهم العلمية، أما الإداريات توكل إليهن المهام عن طريق المدير بنسبة 52.9%، و منهم 47.1% أعمال روتينية إدارية عموماً، في حين أن التقنيين و الفنيين توزع بين أعمال روتينية و عن طريق المدير.

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا بأن طبيعة العمل لدى الصحفيات تكون الأعمال المسندة إليهن عن طريق الكفاءة العلمية وهذا راجع إلى أهمية العمل الصحفي وحجم التغطية الكبرى بالإضافة إلى حساسية المواضيع، فحسب نسبة المبحوثات فإن معظم المواضيع المهمة تسند بالأساس لذوي الكفاءات العلمية ويتضح من هذا أن العمل الصحفي يحتاج التكوين الجيد لدى القائم بالعمل.

بينما تكون طبيعة العمل عند الإداريات و التقنيين والفنيين تعتمد في الأساس على المدير باعتباره المسئول الرئيسي في إسناد الأعمال لما تقتضيه الحاجة لذلك لان الأمور الإدارية و تقنية يجب المصادقة عليها من طرف المدير من اجل حسن تسيير العمل و تنظيم المهام بالإضافة إلى الأعمال الروتينية المتعودات عليهن دائماً وهذا راجع الى الفهم الجيد والتحلي بالمسؤولية تجاه المهنة لديهن.

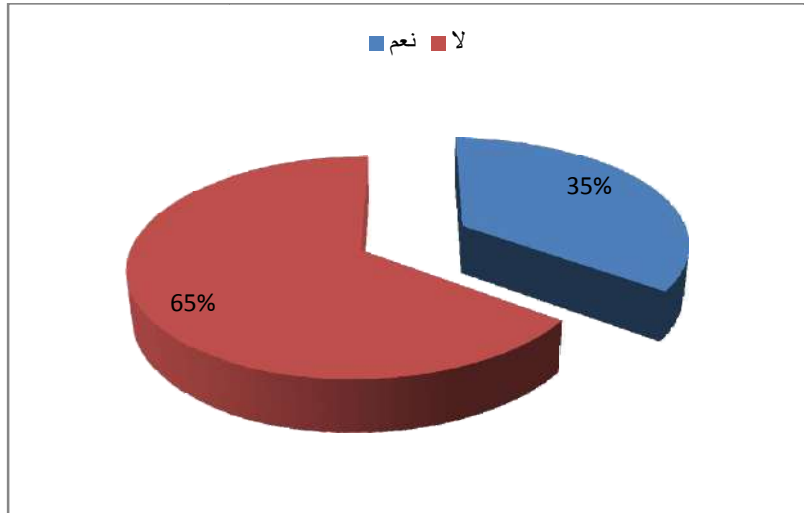
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

المطلب الثاني: الاعتراض عن بعض الأعمال

الجدول رقم 13 : يبين الاعتراض عن الأعمال

النسبة المئوية	التكرار	هل سبق وأن اعترضت عن أداء عمل معين لأنه لا يناسبك كامرأة
% 35	14	نعم
% 65	26	لا
% 100	40	المجموع

يوضح الجدول أعلاه و التمثيل البياني أن نسبة 65% اجناب لا أي لم يعترضن عن بعض الأعمال التي لا تناسبهن كامرأة، في حين أن نسبة 35% اجناب نعم أي سبق و أن اعترضنا عن أداء عمل معين لأنه لا يناسبهن كنساء. نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الأغلبية الساحقة لا يعترضن على أداء أعمال لا تناسب كونهن نساء لديهن خصوصياتهن و حياتهن الخاصة. و هذا يتعلق بهدف دراستنا و يطلعنا على جزء من جانبها المهني و خصوصياته.



الشكل البياني رقم (11) لتوزيع العينة حسب اعتراضهن عن الأعمال التي لا تناسبهن

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (14): علاقة الحالة الاجتماعية بالاعتراض عن عمل لأنه لا يناسب للمرأة

المجموع	لا	نعم	الاعتراض عن العمل الحالة الاجتماعية
15 37.5%	10 38.5%	5 35.7%	عزباء
21 52.5%	14 53.8%	7 50%	متزوجة
4 10%	2 7.7%	2 14.3%	مطلقة/ارملة
40 100%	26 100%	14 100%	المجموع

يوضح الجدول أعلاه بان نسبة 38.5% لا يعترضن عن العمل، و فئة المتزوجات انقسمنا بين من يعترضنا عن العمل و من لا يعرضن تقريبا بنفس النسبة تقريبا، في حين أن الأرامل و المطلقات يعترضنا بنسبة 14.3%.

ما يفسر أن المرأة المتزوجة ينقسمنا بين من يجدنا حرية في اعتراضهن عن بعض الأعمال الصحفية كتغطيات الميدانية لأنهن يجدن صعوبة بالنسبة لوضعيتهن الاجتماعية كمتزوجات.

المطلب الثالث: الضغوط التي تتعرض لها المرأة في قطاع الإعلام
الجدول رقم (15) يبين الضغوط التي يتعرضن لهن

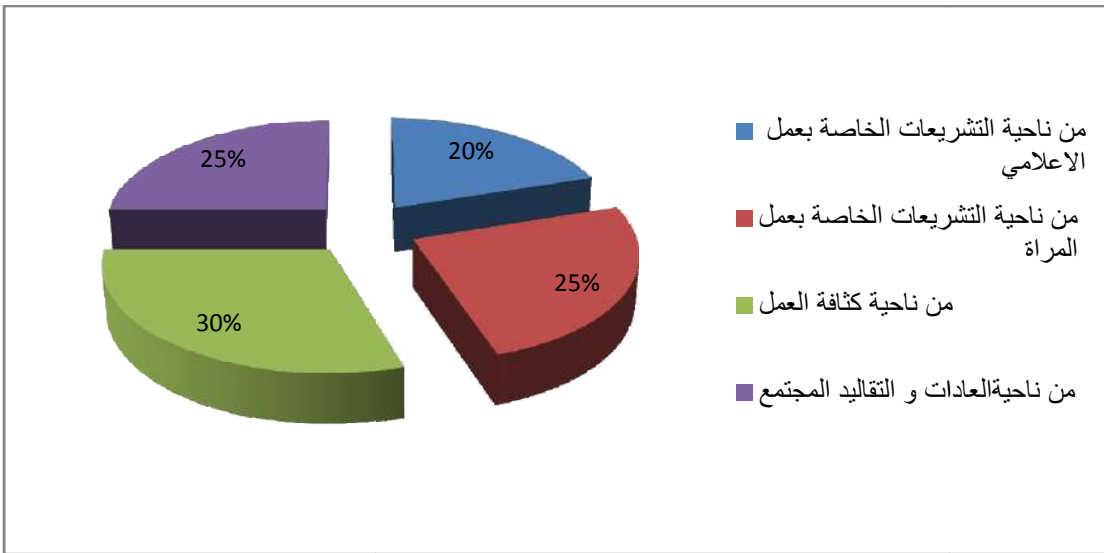
النسبة المئوية	التكرار	العبارات
20%	8	من ناحية التشريعات الخاصة بالعمل الإعلامي
25%	10	من ناحية التشريعات الخاصة بعمل المرأة
25%	10	من ناحية العادات والتقاليد المجتمع
30%	12	من ناحية كثافة العمل
100%	40	المجموع

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

يوضح الجدول والتمثيل البياني الضغوط التي تتعرض لها العينة المقصودة أثناء العمل بحيث كان مثلت نسبة 30% من ناحية كثافة العمل، و من ناحية التشريعات الخاصة بعمل المرأة و من ناحية عادات وتقاليد المجتمع تمثلت نسبتها بـ 25% وأخيراً من ناحية التشريعات الخاصة بالعمل الإعلامي نسبتها 20% .

نلاحظ من خلال النتائج أن النسب قريبة للضغوط التي يتعرض لها بين تشريعات العمل الإعلامي و عمل المرأة و عادات و تقاليد المجتمع، و نسبة كثافة العمل أكثر لان يبقى العمل الإعلامي عمل صعب و كثافة الأعمال فيه.

و ربما هذا ينطبق أكثر على فئة الصحافيات، لان بيئة العمل الصحفي تتسم بكثرة الضغوط والتحديات التي تواجه الصحفيين يومياً بداية من ذهابهم إلى مقر مؤسساتهم الصحفية للتوقيع في كشوف الحضور وبدء مهام عملهم الروتيني سواء بحضور الاجتماعات التحريرية والتي يعرضون فيها أجندة الأفكار والموضوعات التي قاموا بتجهيزها، أو تغطية أخبار الندوات و المؤتمرات، قبل المسارعة بإرسالها إلى زملائهم في غرف الأخبار، في ظل واقع صحفي صارت الدقائق فيه تفصل بين نجاح موقع وآخر حسب أسبقية نشر الخبر.¹



الشكل البياني رقم (12) يبين توزيع العينة حسب الضغوط التي تتعرض لها أثناء العمل.

¹ أسماء حمدي قنديل، الضغوط الروتينية قاتلة العمل الصحفي، الصادرة يوم 13 مارس 2014، صحيفة الصوت الحر

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

المطلب الرابع: تقييم للقيود المؤثرة على العمل في قطاع الاعلام مقارنة بزملاء الرجال
الجدول رقم 16 : يبين تقييم القيود مقارنة بالرجال

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
30%	12	أتعرض لقيود وضغوط أكثر من الرجل
45%	18	أتعرض لنفس القيود والضغوط
25%	10	أتعرض لقيود وضغوط أقل من الرجل
100%	40	المجموع

يوضح الجدول رقم(16) و التمثيل البياني تقييم أفراد العينة للقيود المؤثرة على عملها مقارنة بزملائها الرجال بحيث مثلت نسبة 30% أتعرض لقيود وضغوط أكثر من الرجال أما بالنسبة لأتعرض لنفس القيود والضغوط ب 45% تليهما نسبة أتعرض لقيود وضغوط أقل من الرجل قدرت ب 25%.

الجدول رقم 17: العلاقة بين طبيعة العمل و القيود المؤثرة على العمل بقطاع بالإعلام مقارنة بزملاء الرجال

القيود المؤثرة مقارنة بالرجال	طبيعة العمل	اتعرض لقيود اكثر من الرجل	اتعرض لنفس الضغوط و القيود	اتعرض لقيود اقل من الرجل	المجموع
صحافية		8	5	3	16
		66.7%	27.8%	30%	40%
ادارية		3	8	7	18
		25%	44.4%	70%	45%
تقنية و فنية		1	5	/	6
		8.3%	27.8%	/	15%
المجموع		12	18	10	40
		100%	100%	100%	100%

يبين الجدول أعلاه ان نسبة 66.7% من المبحوثات الصحفيات وجدنا قيود أكثر من زملائهم الرجال، و نسبة 30% يتعرضن لقيود اقل من الرجال ، أما 27.8% يتعرضن لنفس القيود .

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

أما الإداريات فكانت النتيجة أنهن يتعرضن لقيود أقل من الرجال بنسبة 70%، في حين ان التقنيين و الفنيات يتعرضن بنفس القيود مع زملائهم الرجال.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكثر نسبة وجدت قيود مقارنة بزملائهم الرجال، هي فئة الصحفيات في حين أن الإداريات و والتقنيين و الفنيات تكون القيود متساوية مع زملائهم الرجال

و يرجع ذلك كون أن الصحفية تختلف مهامها مقارنة مع الإداريات و التقنيات.

المطلب الخامس: تمثلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية

الجدول رقم(18) يبين تمثلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية

العبارات		موافق		محايد		غير موافق	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
1.	تمحني المؤسسة فرص متساوية مع الجنس الآخر و برامج تدريب	62.5%	25	12.5%	5	25%	10
2.	اتعب في عملي كثيرا لأنني أكلف بالسفر دائما	15%	6	32.5%	13	52%	21
3.	احصل على ترقيات مستمرة في وظيفتي	30%	12	30%	12	40%	16
4.	افتقد للراحة في عملي لأنني اعمل حتى وقت متأخر أحيانا	45%	18	27.5%	11	27.5%	11
5.	تعطيني المؤسسة فرص لإبداء رأيي في التخطيط و التطوير	52.5%	21	30%	12	17.5%	7
6.	أتذمر من معاملة زملائي الرجال لي كامرأة	12.5%	5	25%	10	62.5%	25

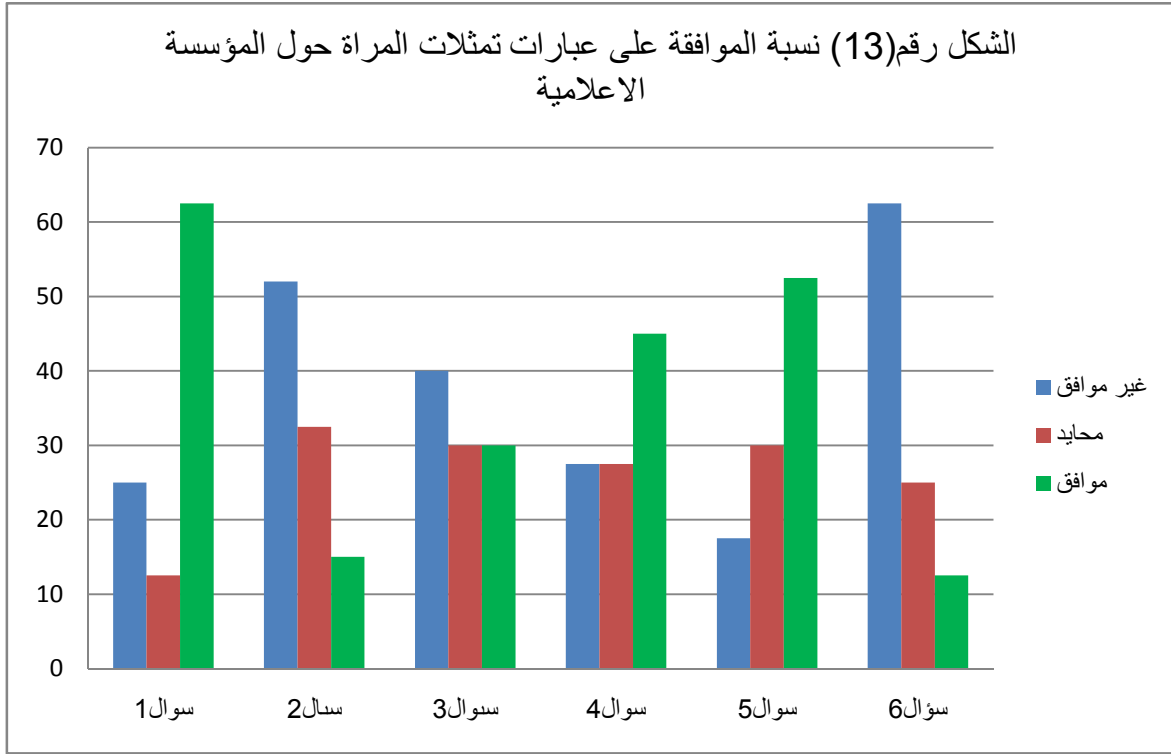
يوضح الجدول أعلاه الفرص المتساوية التي تمنحها المؤسسة مع الجنس الآخر في الاستفادة من التريصات و برامج التدريب بحيث قدرت نسبة 62.5% تليها نسبة محايد ب 12.5% أما غير موافق فقدرت ب 25%

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

و يوضح التعب في السفر حيث قدرت نسبة المجيبات بغير مواقف أي للنساء اللاتي لا يكفن بالسفر ب 52.5%، أما المحايدات فقدرت 32.5%، أما نسبة الموافقات ب15% .
و بالنسبة للحصول على ترقيات مستمرة في وظيفتهن مثلت نسبة الغير موافقات ب 40 %
و الموافقات و المحايدات ب نفس النسبة 30 %
أما بالنسبة لإفقادهن الراحة في العمل لأنهن يعملن إلى وقت متأخر أحيانا ، جاءت النسبة كالتالي الموافقات بأنهن يفتقدن الراحة ب 45 %، أما المحايدات و الغير موافقات بنفس النسبة 27.5% .
أما عبارة إعطاء المؤسسة للعينة المقصودة فرصة لإبداء الرأي في التخطيط و التطوير كانت نسبة الإجابات بموافق 52.5% أما الإجابات بمحايد فكانت 30% وأخيرا نسبة الإجابات بغير موافق ومثلت سبة 17.5%
و بالنسبة لعبارة تذرهن من معاملة الرجال لها كامرأة بحيث كانت نسبة موافق 12.5 %
أما نسبة محايد فكانت 25% وتليها نسبة غير موافق 62.5%.
الملاحظ من خلال هاته النسب، ان المرأة العاملة في قطاع الاعلام تحضى ب فرص متساوية بين الجنسين ،فكما تمنح الفرص للرجل تمنح كذلك للانثى، بينما في تكاليف السفر لا تكلفهن المؤسسة الاعلامية بنسبة كبيرة، ،ضف الى ذلك انهن يفتقدن للراحة بسبب الوقت المتأخر بسبب كثرة الاعمال المنجزة كما لا يحصلن على ترقيات في مجالهن، اذ تعتبر الترقية من الموضوعات التي لها اهمية في الي مؤسسة،فهي تمثل احد حوافز العمل المعنوية، الى جانب كونها حافزا ماديا يدفعهم الى تحسين مستوى الاداء.¹
تتوافق هذه الاستنتاجات المحصلة من خلال الجدول مع نظرية النوع الاجتماعي و لكن بوجه اخر، بحيث انه حتى و ان لم يكن هناك تمييز واضح بين الرجل و المرأة في مجال العمل، الى انه ما يلاحظ بان هنالك مهام توكل للرجال فقط ، كالتكليف بالسفر و و الحصول على ترقيات مقارنة بضغط العمل الذي يوكل اليهم.

¹ جابر عوض سيد، ابو الحسن الموجود، المتغيرات الادارية في منظمات الرعاية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط1

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



الجدول رقم(19) يبين العلاقة بين الخبرة و الحصول على الترقية

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	الحصول على الترقية الخبرة
6	2	2	2	أقل من 5 سنوات
15%	12.5%	16.7%	16.7%	
16	8	4	4	من 5-10
40%	50%	33.3%	33.3%	
12	4	5	3	من 11-15
30%	25%	41.7%	25%	
6	2	1	3	أكثر من 15
12.5%	6.2%	8.3%	25%	
40	16	12	12	المجموع
100%	100%	100%	100%	

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

يشير الاتجاه العام بان نسبة 50 % من المبحوثات لم يستفدن من الترقية، و هن من الفئات اللاتي يمكن خبرة من 5-10 سنوات ،تليها نسبة 41.7% اجبنا بمحايد وهن من يمتلكن خبرة من 11-15 سنة، أما الأكثر من 15 سنة لم يتحصلنا على ترقيات بنسبة 6.2%.

من خلال الجدول يتضح أن معظم المبحوثات لم يستفدن من الترقية بالرغم من الخبرة التي يملكنها، فالترقية تعتبر من الحوافز التي ترفع معنويات العاملات، بالتالي رضاهن عن العمل و إحساسهن بالاعتراف المؤسسة بمجوداتهن، وهذا ما يؤثر على أدائهن الوظيفي، كما انها وسيلة لتحقيق الامتيازات المادية و المعنوية، بحيث كانت لهن تصريحات بان عدم الترقية، يعود إلى كونهن امرأة أي أن هناك من يشكون في قدرات المرأة و لا يتقون في امكانياتها.

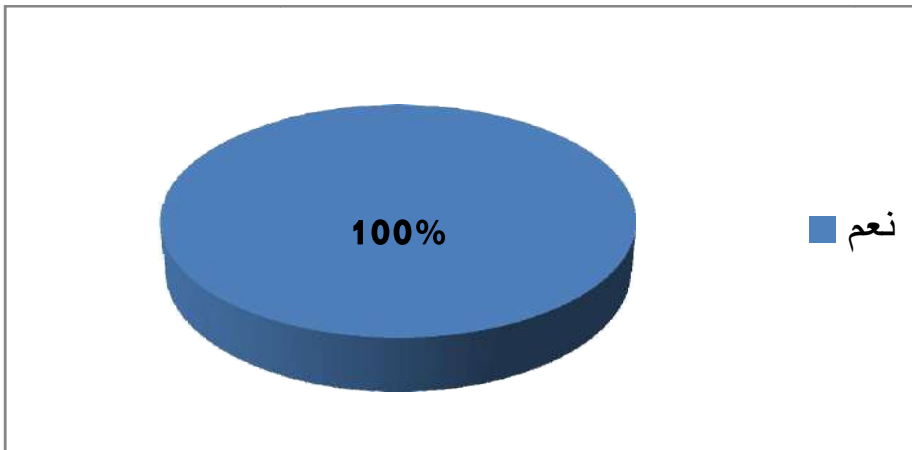
المبحث الرابع: الوضع الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام.

المطلب الأول: العمل الإعلامي يزيد من المعارف و العلاقات الاجتماعية
الجدول رقم (20) يبين هل يزيد العمل الإعلامي من المعارف و العلاقات الاجتماعية

هل زاد عملك في مجال الإعلام من التكرار	النسبة المئوية
نعم	100%

يوضح الجدول أعلاه و التمثيل البياني زيادة من المعارف والعلاقات الاجتماعية للعينة المقصودة في مجال العمل في الإعلام بحيث مثلت نسبة نعم ب 100%.

و الملاحظ أن النسبة ايجابية ، فكل المبحوثات زادهن العمل الإعلامي من المعارف و العلاقات الاجتماعية، كون أن هذا القطاع هو قطاع يمتاز بالحركية.



الشكل رقم (14) يوضح إجابة المبحوثات بنعم عن أن العمل الإعلامي زادهم معارف

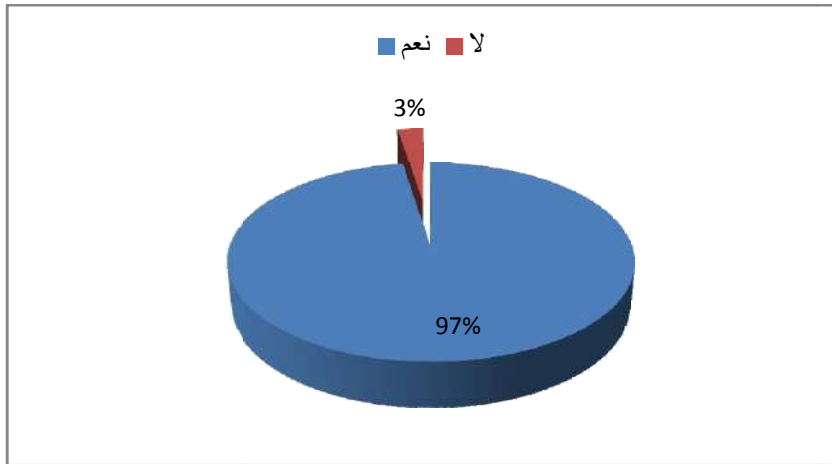
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

المطلب الثاني: العمل في قطاع الإعلام يزيد من الثقة بالنفس
الجدول رقم 21: يبين زيادة الثقة بالنفس في المجال الإعلامي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	97,5%
لا	1	2,5%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول أعلاه زيادة ثقة المبحوثات في عملهن في مجال الإعلام بحيث مثلت نسبة نعم ب 97.5%، أما نسبة لا فكانت 2.5%.

و يلاحظ أن قطاع الإعلام أعطاها ثقة بنفسها، وإثبات ذاتها و حضورها في هذه المهنة. ولا شك أن الثقة بالنفس أمر هام في عالم الإعلام، فالمؤسسات الإعلامية تولي أهمية كبيرة لهذا الموضوع، والأشخاص الواثقون من أنفسهم هم بلا شك موضع إعجاب سواء للمؤسسة أو للجمهور، والإعلامي الذي يتمتع بالثقة بالنفس يستطيع محاورة الرؤساء والملوك وكبار المسؤولين بكل هدوء وثقة، وهو في الحقيقة نجم قادر على الحصول على ترقية في مجال عمله¹



الشكل رقم (15) يوضح إجابة المبحوثات عن أن العمل الإعلامي زادهم ثقة

¹ جلال فرحي، كيف تحقق النجاح في المجال الاعلامي، دار الفارابي للنشر، 2006، ط1، ص34

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

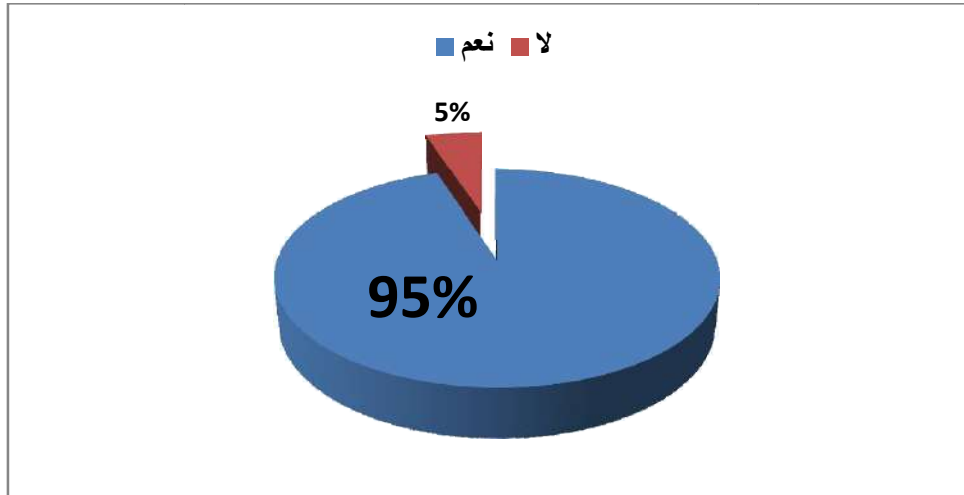
المطلب الثالث: العمل في مجال الإعلام يكسب خبرات جديدة

الجدول رقم 22: يبين نسبة اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	95%
لا	2	5%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة اكتساب تجارب و خبرات جديدة في العمل بالمجال الإعلامي حيث قدرت نسبة الإجابات بنعم 95% , أما الإجابات بلا فكانت 5% . و الملاحظ ان العمل بالقطاع الإعلام يكسب ذويه الخبرات و التجارب الجديدة فجاءت الأغلبية الساحقة لمن اكدن على هذا خاصة الصحافيات، فالصحفية تسعى دائما إلى للتطور من الممارسة العملية المستمرة في كافة ضروب العمل الإعلامي من أخبار والتحقيقات والمنوعات وخلافه وفي ذات الوقت يجب عليها عدم إضاعة أي فرصة للإتحاق بدورة تدريبية ، فبالممارسة المستمرة واكتساب المعارف من خلال تكتسب الخبرة وتتمى قدراتها.

الشكل رقم (16) يوضح إجابة المبحوثات على أن العمل الإعلامي اكسبهن مهارات و خبرات



الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

المطلب الرابع: العمل في قطاع الإعلام يزيد انفتاحا على العالم وعلى الآخرين
الجدول رقم 23: يبين نسب الإجابة على إن كان مجال الإعلام زادهن انفتاحا

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	95 %
لا	2	5,0 %
المجموع	40	100 %

الجدول و التمثيل البياني زيادة من الانفتاح على العالم وعلى الآخرين نتيجة العمل في مجال الإعلام بحيث كانت نسبة الإجابات بنعم 95%، أما الإجابات بلا فقدت 5%. نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الإجابة بنعم كانت بنسبة ساحقة وهذا يدل أن الانفتاح على العالم خاصة مجال الإعلام قد كثيرا النساء العاملات في هذا القطاع .

المطلب الخامس: العمل في مجال الإعلام يسبب مشكل عائليا

الجدول رقم 24 : يبين نسبة الإجابة على هل يسبب العمل في الإعلام مشاكل عائلية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	35 %
لا	26	65 %
المجموع	40	100 %

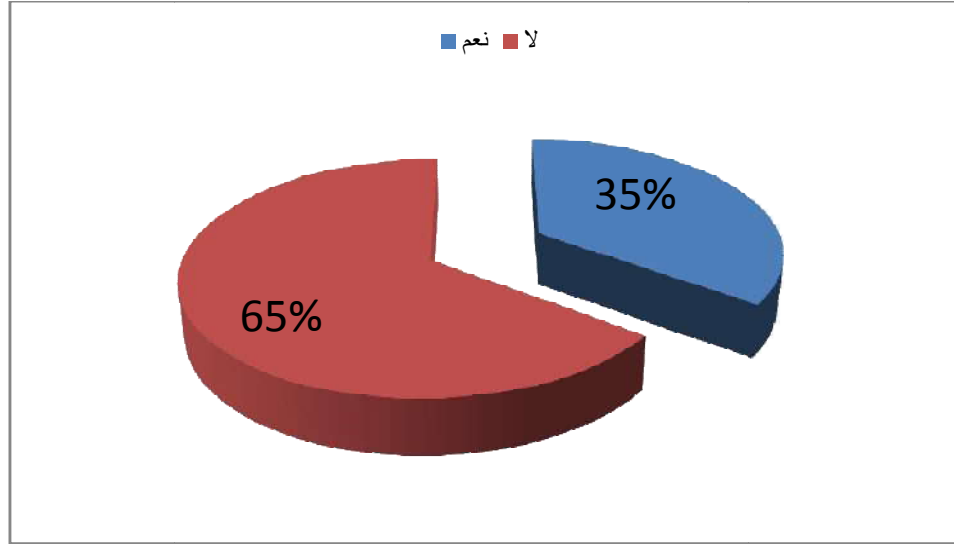
يوضح الجدول أعلاه هل إذ كان العمل في مجال الإعلام قد سبب للعينة المقصودة مشكلا

عائليا بحيث كانت نسبة الإجابات بنعم 35%، أما نسبة الإجابات بلا فكانت 65%.

نلاحظ من خلال الجدول أن العمل في مجال الإعلام بالنسبة للعاملات فيه لا يسبب أي مشاكل عائلية هذا وذلك من خلال الإجابات التي تحصلنا عليها ب " لا " بنسبة تقدر ب

65 % عكس الذين أجبن ب " نعم "

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



الشكل رقم (17): يبين النسبة لمن يجدن مشاكل عائلية

المطلب السادس: التعرض للمضايقات

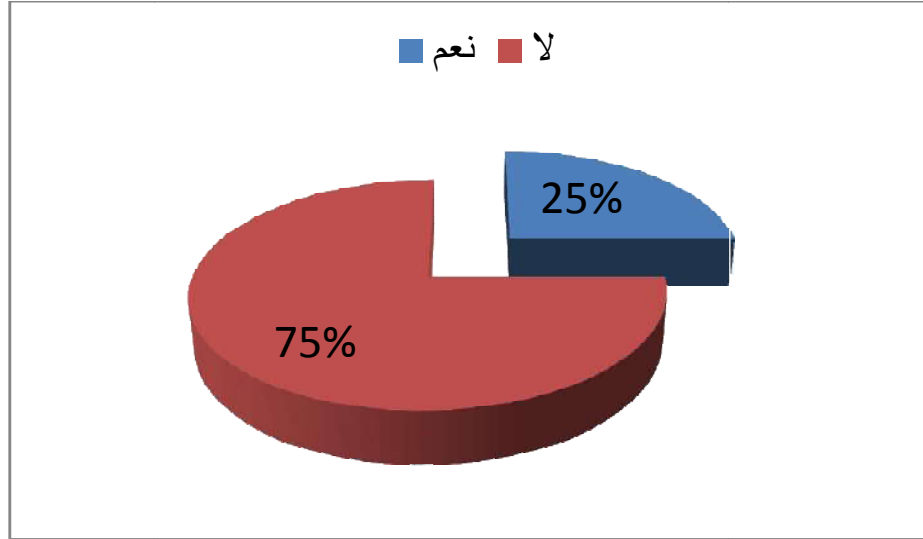
الجدول رقم (25): يبين نسبة المضايقات التي تتعرض لها المرأة في قطاع الإعلام

الإجابة	لنتكرار	النسبة المئوية
نعم	10	%25
لا	30	%75
المجموع	40	%100

يوضح الجدول أعلاه و التمثيل البياني إذ تعرضت العينة لمضايقات من طرف أفراد المجتمع بسبب عملك في الإعلام بحيث مثلت نسبة نعم 25% ، أما نسبة الإجابات بلا فكانت 75% .

من خلال تحليلنا للجدول نلاحظ لا توجد مضايقات من طرف أفراد المجتمع بسبب العمل في مجال الإعلام بالنسبة للعاملات فيه وذلك من خلال الإجابات المتحصل عليها ، حيث سجلنا نسبة 75% لفئة " لا " هذا ما يؤكد على انه لا يوجد اي مضايقات للعاملات في هذا المجال عكس الذين اجبن " بنعم " .

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



الشكل رقم (18): يبين التعرض للمضايقات

المطلب السابع: سبب المضايقات

الجدول رقم (26) يبين علاقة التعرض للمضايقات ب طبيعة العمل

المجموع	لا	نعم	التعرض للمضايقات طبيعة العمل
16	9	7	صحفية
40%	30%	70%	
18	15	3	ادارية
45%	50%	30%	
6	6	0	فنية و تقنية
15%	20%	0	
40	30	10	المجموع
100%	100%	100%	

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 70% من الصحفيات يتعرضن للمضايقات، في حين ان المرأة الإدارية لا تتعرض بنسبة 50% و التقنية و الفنية تقل نسبة التعرض للمضايقات ب 20%.

يرجع هذا لطبيعة العمل فالصحفية تكون محطة أنظار بسبب عملها الحركي الإعلامي عكس الإدارية التي يكون معظم عملها في الإدارة، و لا تجد صعوبات كالتي تجدهم المرأة الصحفية من نزول إلى الميدان إلى التغطيات الإعلامية إلى شهرتها في المجتمع كل هذا تدفع ضريبته.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

الجدول رقم 27 : يبين سبب المضايقات

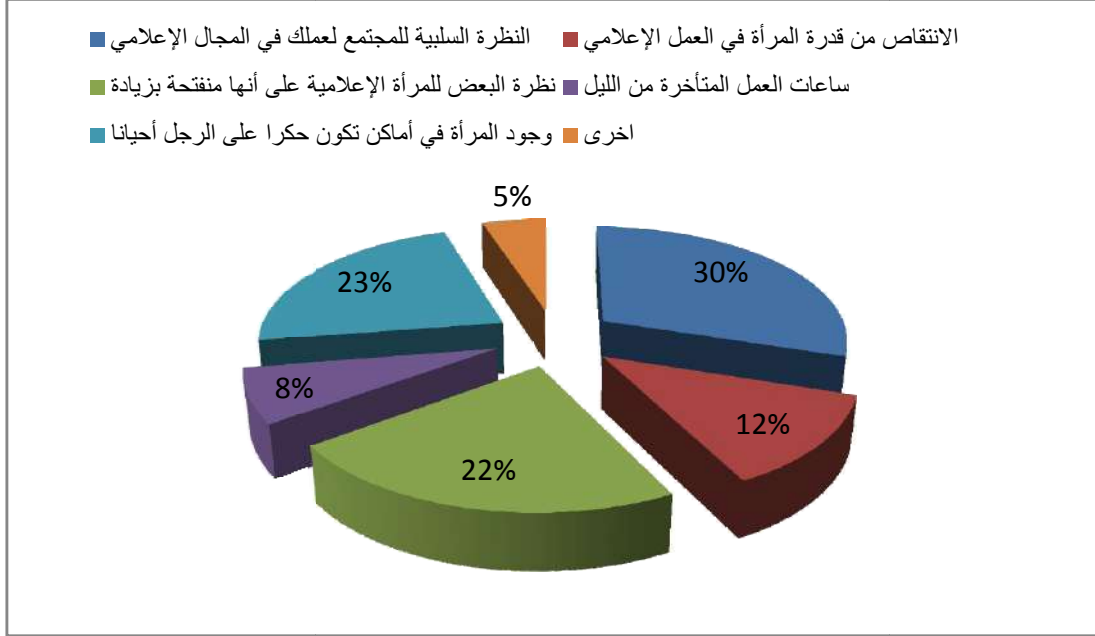
النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
30%	12	النظرة السلبية للمجتمع لعملك في المجال الإعلامي
12,5%	5	الانتقاص من قدرة المرأة في العمل الإعلامي
22,5%	9	نظرة البعض للمرأة الإعلامية على أنها منفتحة بزيادة
7,5%	3	ساعات العمل المتأخرة من الليل
22,5%	9	وجود المرأة في أماكن تكون حكرًا على الرجل أحيانًا
5%	2	أخرى
100 %	40	المجموع

يوضح الجدول و التمثيل البياني إلى سبب المضايقات التي تتعرض لها العينة بحيث كانت أولى الإجابات النظرة السلبية للمجتمع لعملك في المجال الإعلام وقدرت نسبتها ب30% ، اما الإنقاص من قدرة المرأة في العمل ومثلت نسبتها 12.5% ، وتمثلت نسبة نظرة البعض على ان المرأة الإعلامية منفتحة بزيادة 22.5% ، أما ساعات العمل المتأخرة في الليل 7.5% ، أما نسبة وجود المرأة في أماكن حكرًا على الرجال أحيانًا مثلت 22.5% ، و أخيرا نسبة الإجابات بأخرى كانت ب 5% .

من خلال تحليلنا للجدول نلاحظ المضايقات التي تتعرض لها العاملات في مجال الإعلام كانت النظرة السلبية بنسبة كبيرة وذلك يعود لثقافات المجتمعات والعادات والتقاليد ، بحيث تأتي فئة الإنقاص من قدرة المرأة في العمل بنسبة متفاوتة وذلك من خلال وجهة نظرة البعض أن المرأة لا تستطيع العمل وان العمل في هذا النوع من المجالات لا يليق بها ، وهناك فئة التي ترى أن المرأة الإعلامية منتفخة بزيادة إي أن من يرى هذا الطرح يرى في المرأة تعطي الأمر أكثر من قيمته عكس الرجال الإعلاميين وهناك فئة العمل لساعات متأخرة من الليل التي تتعرض لها المرأة الإعلامية وذلك راجع أن المرأة لا يجب عليها العمل بهذا أوقات لارتباطاتها العائلية والشخصية ، وهناك فئة

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

وجود المرأة في أماكن حكرا على للرجال أيضا كان لها حصة الأسد حيث تتعرض من خلالها المرأة للمضايقات كثيرا تعرقل أداءها لعملها ،كما هناك فئات أخرى تضايق المرأة الإعلامية .وعليه نستج أن المرأة الإعلامية تتعرض كثيرا لمضايقات تقف عائق أمام أداء عملها عكس الرجال الإعلاميين .



الشكل البياني رقم (19) يبين سبب المضايقات

المطلب الثامن: العمل الإعلامي يزيد من المكانة الاجتماعية

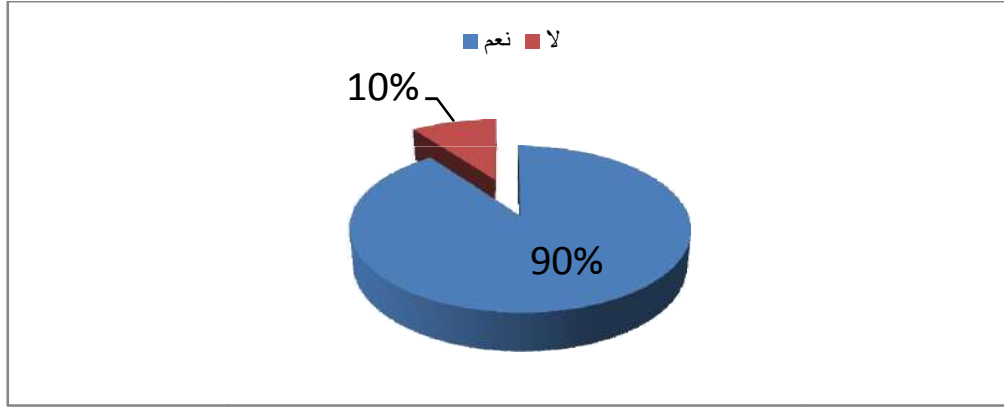
الجدول رقم 28: يبين نسبة زيادة العمل الإعلامي من المكانة الاجتماعية بين أفراد الأسرة و الأصدقاء خارج المهنة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	90%
لا	4	10%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول و التمثيل البياني ما إذا كان العمل الإعلام يزيد من المكانة الاجتماعية بين أفراد الأسرة للعينة المقصودة بحيث كانت الإجابات بنعم 90% أما الإجابات بلا فكانت 10%.

من خلال تحليلنا لجدول نلاحظ ان المكانة الاجتماعية بين أفراد الأسرة بالنسبة للمرأة الإعلامية تزيد ، حيث كانت الإجابة بنعم بدرجة كبيرة وهذا ما يدل ان النساء العاملات في مجال الإعلام تزيد مكانتهم اجتماعيا واسريا .

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي



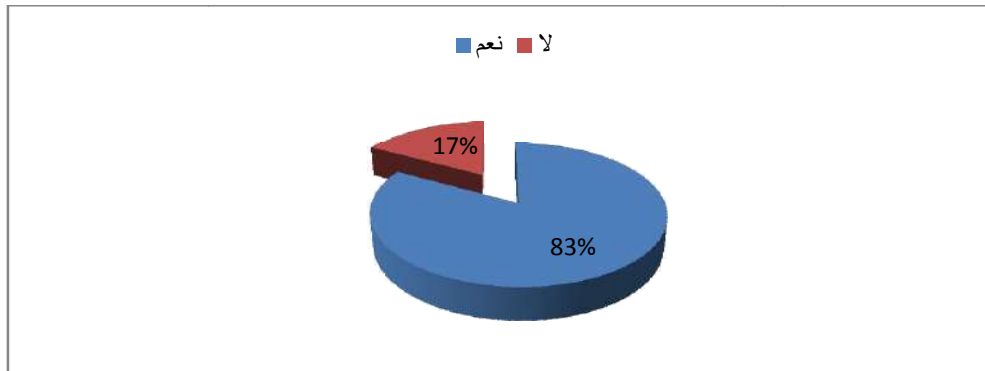
الشكل رقم 20: يبين المكانة الاجتماعية التي يمنحها العمل الإعلامي المطلب التاسع: في اعتقادك هل تجدين أن هناك تكامل لديك بين أدائك الوظيفي وأدائك الأسري؟

الجدول رقم 29 : يبين نسبة التكامل بين الأداء الوظيفي و الأداء الأسري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	83%
لا	7	17%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول و التمثيل البياني إذ تعتقد العينة المقصودة أن هناك تكامل أدائها الوظيفي و أدائها الأسري بحيث كانت نسبة الإجابات بنعم 83% ، أما الإجابات بلا فكانت نسبتها 17% .

من خلال تحليلنا لجدول نجد أن فئة الإجابات بنعم كانت بنسبة كبيرة جدا وذلك ما يؤكد أن هناك تكامل أدائها الوظيفي والأداء الأسري ، أما بالنسبة التي أجابت ب" لا "لم ترى أن هناك توافق بين الأداء الوظيفي والأسري للمرأة الإعلامية ، رأت أنها لا تستطيع التوفيق بين أدائها وتجد صعوبات كثيرة في ذلك.



الشكل البياني رقم 21 يبين نسبة التكامل الأسري و الوظيفي.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

الاستنتاجات العامة :

بعد عرض البيانات و بعد تحليل معطياتها و تفسيرها و تحديد نتائج الدراسة على ضوء سؤال الإشكالية ،كيف يتجلى الوضع المهني و الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام توضح ما يلي :

- 80% من المبحوثات يملكن مستوى جامعي ما يدل على امتلاكهن للمؤهل العلمي يعطينهن الحق في فرص إبداء الرأي في المؤسسة الإعلامية و هذا ما أكدت عليه إجابة المبحوثات.

- 52% من المبحوثات متزوجات، من ابرز التحديات التي تقف أمام المرأة العاملة في قطاع الإعلام تحملنهن لأعباء كثيرة خصوصا تلك الناتجة عن تعدد ادوار المرأة كدورها كأم تتحمل جزء كبير إن لم نقل الكل من مسؤولية تربية الأولاد، و كذلك دورها كزوجة و ربة بيت و هذا من الجانب الاجتماعي يمثل صعوبة، إذ تعود عليها كثرة المسؤوليات و الأعباء المنزلية و أيضا عدم تفهم أو رضى الزوج عن عملها كما كلن منذ القدم حيث انحصر سابقا دو المرأة في البيت فقط.

- 40% يملكن خبرة تتراوح بين 5-10 سنوات، و هذا من الجانب المهني يدل على تأقلمهن مع العمل و استمرارهن فيه، فخبيرتهن تؤدي إلى أداء الأعمال بشكل متميز مما يعود بالفائدة للمؤسسة الإعلامية، إلى أن هناك نسبة كبيرة لا تمنح لهن ترقيات رغم الجهود المبذولة.

- 35% كان طموحهن من البداية قطاع الإعلام، هذا لتناسب شهادتهن المحصلة يملكن مستوى جامعي، فنسبة 83% من الصحفيات تسند إليهم الأعمال عن طريق كفاءتهم العلمية، ما الإداريات فتوكل إليهم المهام عن طريق المدير و بعض الأعمال الروتينية.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

- كما نجد أن بعض الصحفيات يتعرضن للمضايقات من طرف المجتمع ولكن ليست بالحجم الذي يجعلهن ينفرن من القطاع الإعلامي لان مجمل النساء يتعرضن للمضايقات سواء كنا في القطاع الإعلامي أو غيره من القطاعات الأخرى.
- اغلبهن وجدنا تشجيع لاختيارهن العمل بهذا القطاع من طرف الأقارب و الأصدقاء، فلاحظنا أن العمل أعطاهن ثقة بالنفس و ارتياحية فيه، يرجع هذا لإجابتهن أنهن مقتنعات بعملهن ويشعرنا بالراحة في هذا القطاع.
- 70% من الصحفيات يتعرضن لقيود أكثر من الرجل، وهذا ما يؤكد وجود لتقسيم للأدوار الجندرية للعمل الإعلامي، فبعض الأعمال تعتبر قيود بالنسبة للمرأة أكثر من الرجل حيث أظهرت الدراسة من خلال نسبة المساحة المعطاة للمرأة و من خلال حضورها و الايطار الذي وضعت فيه ووضعت نفسها فيه (لأسباب ثقافية و اجتماعية تاريخية) وجود تمييز جندي ضد النساء و تبين أن الأداء الإعلامي عكس نظرة المجتمع و حاول أن يثبي على حضورها.
- عموما نجد تكامل بين الأداء الوظيفي و الأسري بنسبة 83% و هذا يدل على أن النساء العاملات في القطاع الإعلامي استطعن تجاوز التحديات المهنية و الاجتماعية، و التوفيق بين الأمور الأسرية و الوظيفة الحساسة التي يزاولنها، نستنتج أن بالرغم من العوائق التي تعترض المرأة في قطاع الإعلام سواء كانت مهنية أو اجتماعية إلى أنها استطاعت أن توفق و تتجح في ذلك و تثبت ذاتها كامرأة ناجحة.

حاله

بعد خروج المرأة إلى العمل في القطاع الإعلامي، و الانتقال من مجتمعات تقليدية إلى مجتمعات تكنولوجية و التغييرات التي طرأت على العديد من الأبنية الاجتماعية والتي مست كيان الأسرة بنوييا ووظيفيا ، حيث دفعتها العديد من الظروف والاحتميات إلى سوق العمل ، منها ما يتعلق بإشباع الحاجات المادية الأسرية المتزايدة ومنها ما يتعلق بالوحدة والعزلة التي تعيشها في محيطها المنزلي ، إضافة إلى الرغبة في تأكيد الذات واكتساب الاستغلال المادي والمعنوي من الدوافع التي جعلت المرأة تغيب عن بيتها ،إن لهذا الوضع العديد من الانعكاسات والآثار خاصة ما ارتبط بازدواجية الأدوار التي تؤديها المرأة العاملة الأسرية والمهنية حيث قد تقتصر أو تخفق في قيام بأحد الأدوار ، مما يجعلها في بعض الحالات تعاني صراعات ومشاكل أسرية ومهنية.

بالرغم من كل هذا فالمرأة العاملة وبالخصوص الإعلامية بمزيد من الكد والاجتهاد فهي تجاهد لتبقى في سعي دائم نحو تحقيقها لاستقرار والانسجام داخل أسرتها وفي عملها لتستمر عجلة الحياة.

فالمجتمع الذي يؤمن بضرورة مشاركة المرأة بعملية التنمية المستدامة، عليه إيجاد الحلول و إزالة المعوقات إمام تطور مكانة النساء فيه، بما يتناسب مع بيئته و احتياجاته، و عليه فانه ينبغي السعي إلى الوصول للمساواة لكلا الجنسين في المؤسسة بحيث يكون الخيار عند توكيل المهام محددة الكفاءة و ليس الجندر (النوع الاجتماعي) و كذلك الحال بالنسبة للترقية و الأجور .

و لتحقيق ذلك علينا كمجتمع ممثلا بمؤسساته و أجهزته الرسمية و مؤسسات المجتمع المدني و الباحثين في قضايا المرأة و المدافعين عن حقوقها،و السعي نحو كسر القالب الجامد الذي وضعت فيه المرأة،بدا من المناهج الدراسية،حتى نربي جيل مؤمنا بدور المرأة و مكننتها و بضرورة إشراكها في قيادة المؤسسات بأنواعها و خاصة الإعلامية، و إرساء إستراتيجية إعلامية وطنية تعتمد على مقارنة النوع الاجتماعي ،قصد تحسين صورة المرأة الإعلامية الجزائرية في الإعلام الجزائري عملا و إدارة، فالإعلام الفعال الذي يفرز ثقافة تؤمن بحقوق المرأة،هو إعلام يستند إلى مجتمع مدني واعي ،يعمل على خلق ثقافة حقوقية لثقافة المرأة الإعلامية مبنية على أسس قانونية في ضل

خاتمة

التشريعات القانونية الجديدة، و التمكين النسوي الذي يقوم على تكافؤ الفرص في تسيير و قيادة المؤسسات الإعلامية و اتخاذ القرارات على مستواها و كشف الحقائق و الوقوف أمام الانتهاكات و التجاوزات.

قائمة المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

القران و السنة:

1- القرآن الكريم ،سورة النساء الآية 1

القواميس والمعاجم و الموسوعات:

1. أبو العزم ،المعجم الغني-عبد الغني ط1
2. إحسان محمد احسن،موسوعة علم الاجتماع،ط1،الدار العربية للموسوعات ،بيروت،1999
3. إسماعيل عبد الفتاح الكافي،الموسوعة الاجتماعية و الاقتصادية،2005
4. أعضاء ملتقى علم الحديث معجم المعاني -الكتاب مرقم اليا غير مطبوع
5. أنيس إبراهيم-المنتصر عبد الحليم - الصوالحي عطية -محمد خلف الله احمد- المعجم الوسيط سنة النشر 2004-ط4
6. بن مرسلني أحمد: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال"، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
7. جبران مسعود ، المعجم الرائد - سنة النشر 1992 ط7
8. جمال الفار محمد :المعجم الإعلامي، الأردن، عمان، 2002 .ط2.
9. خليلي احمد خليل،معجم المصطلحات الاجتماعية،دار الفكر اللبنانية،لبنان
10. عبد الحميد د.احمد مختار معجم اللغة العربية المعاصر - ط1، 2008
11. عصام نور الدين: "معجم الوسيط عربي عربي"، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005
12. علي و آخرون: القاموس الجديد للطلاب،دار النشر،القاهرة،ط1979 بن هادية
13. الفيروز ابادي مجد الدين. محمد بن يعقوب المعجم القاموس المحيط -ط8 سنة 2005

14. بدوي محمد علي ،مناهج و طرق البحث العلمي ،دار المعرفة الجامعية الإسكندرية،2002.
15. بن سالم السبحاني محمد:استاذ المرأة،شركة الشهاب،الجزائر
16. جابر عوض سيد،ابو الحسن الموجود،المتغيرات الادارية في منظمات الرعاية الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث، مصر،دط 2004.
17. جميل حمداوي؛ ما الجندر وما المقاربة الجندرية؛ط1؛2018
18. حسون تماضر زهري :تأثير عمل المرأة على تماسك الأسرة و الأمن و الحياة العدد 144 ، دار النشر، الرياض، 1993 .
19. خليل الصقور صالح :الإعلام و التنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان،ط1 ، 2012
20. الصقور خليل صالح،التنشئة و الإعلام،اسامة للنشر و التوزيع،عمان،ط2012
21. عبد الفتاح كاميليا ابراهيم:سيكولوجية المرأة،دار النهضة العربية
22. فرحي جلال ،كيف تحقق النجاح في المجال الاعلامي،دار الفارابي للنشر،ط1،2006.
23. الكردي مجدي خضر و ابو عطوي سحر ماهر ،دور المرأة في الاعلام الجديد،مجلة المرأة و الاعلام و تحديات ثورة الاتصال
24. كمال هالة النوع الاجتماعي(الجندر):التنوع الثقافي و الخصوصية الثقافية؛ط1
25. لبنى الاشقر؛مساق الاعلام و النوع الاجتماعي؛ دون دار النشر؛مركز تطوير الاعلام؛جامعة بيروت؛ط1 كانون الاول 2016
26. محمد سوسو،د.عصمت ؛الجندر الابعاد الاجتماعية و الثقافية؛دار الشروق للنشر و التوزيع؛عمان الاردن؛الطبعة العربية الأولى؛2009
27. مروان الدكتور عبد المجيد ابراهيم؛اسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية؛200م؛ط1

28. منظور حبيب زينب: الإعلام و قضايا المرأة ،دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان ،

الأردن، ط، 2011

المراجع باللغة الأجنبية:

1. The International Women's Media Foundation. (1995). "Women in the Media: Facing Obstacles, Changing Attitudes". In: Hernandez, Debra, Editor & Publisher. Vol. 129. Issue 16. (pp. 2-12).

المذكرات و الأطروحات العلمية:

1. تبرة أمحمد عثمان الحباسي؛ واقع عمل الإعلاميات اللبنيات في المؤسسات الإعلامية؛ رسالة ماجستير جامعة طرابلس؛ 2013
2. القادري، نهوند وحرب، سعاد (2002)، الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون بحث في الأدوار والمواقع. (ط1)، بيروت: تجمع الباحثات اللبنيات، لبنان
3. قاسي عزيزة؛ مرزوق نعيمة؛ المعوقات الوظيفية للمرأة الصحفية في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من الصحفيات المشتغلات بالصحافة المكتوبة في الجزائر العاصمة؛ مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تنظيم و عمل؛ جامعة اكلي محند اولجاج؛ 2014-2015
4. قدوار حفصة، واقع المرأة العاملة في مجال الإعلام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال و صحافة مكتوبة، 2015/2016

الدوريات والمجلات و الجرائد الرسمية:

1. أبو عطوي مجدي خضر الكردي و سحر ماهر، دور المرأة في الإعلام الجديد مجلة المرأة و الإعلام و تحديات ثورة الاتصال، ص29
2. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، قانون الإعلام- مؤرخ في الثاني ربيع الثاني من عام 1402 الموافق ل 06 فيفري 1982

قائمة المصادر و المراجع

3. حمدي قنديل أسماء، الضغوط الروتينية قاتلة العمل الصحفي، الصادرة يوم 13 مارس 2014 ، صحيفة الصوت الحر
4. عصام سليمان موسى،دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 39 ، العدد222 مواقع الانترنت الاكاديمية:

<https://scholar.google.fr/>

www.un.org/esa/sustdev/inter_agency/...water/resourceGuide_Arabic.pdf

الملاحق

الملاحق

الملحق 1:

اسم و لقب المحكم	الدرجة العلمية	التخصص	مؤسسة الانتماء
بودريالة عبد القادر	محاضر أ	تسيير مؤسسات إعلامية	قاصدي مرياح ورقلة
صالح عبد الرحمن	محاضر ب	تشريعات إعلامية	قاصدي مرياح ورقلة
زياني الغوثي	محاضر ب	تكنولوجيا الاتصال	قاصدي مرياح ورقلة
قندوز عبد القادر	محاضر ب	وسائل الإعلام و المجتمع	قاصدي مرياح ورقلة
محمد الطيب الزاوي	مساعد أ	وسائل الإعلام و الاتصال	قاصدي مرياح ورقلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة



استمارة بحث

الموضوع : الوضعية المهنية و الاجتماعية للمرأة العاملة في قطاع الإعلام

من إعداد الطلبة :

تحت اشراف الدكتورة

مزاري بوثينة

سويقات لبنى

ترشين محمد

نرجو من سيادتكم ان تتفضلوا بتحكيم استمارة الاستبيان

الموسم الجامعي : 2019/2018

الملاحق

الملاحظة	غير ملائم	ملائم	السؤال
			<p>1-السن: أقل من 25 / من 26 إلى 35 / من 36 إلى 45 / أكثر من 45</p> <p>2- المؤهل العلمي: جامعي/مهني</p> <p>3.الحالة الاجتماعية: عزباء.متزوجة. مطلقة/أرملة</p> <p>4-الخبرة : أقل من 5 سنوات / من 5 إلى 10 سنوات</p> <p>من 11 إلى 15 سنة / أكثر من 15 سنة</p> <p>5-طبيعة العمل : صحافية/ إدارية / تقنية وفنية</p>
			<p>لماذا تفضلين العمل بالمجال الإعلامي؟</p> <p>-كان طموحي من البداية</p> <p>-تناسب شهادتي المحصلة</p> <p>-للافتتاح على المجتمع وتكوين علاقات مختلفة</p> <p>لأصبح مشهورة</p> <p>-لأخدم المجتمع من خلال كشف الحقائق</p> <p>-لم أجد عملا غيره</p>
			<p>هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأقارب نعم/لا</p>
			<p>هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأصدقاء نعم/لا</p>

الملاحق

الملاحظة	غير موافق	محايد	موافق	العبارات
				- مرتاحة بعلمي في مجال الإعلام
				- عملي في مجال الاعلام أعطاني ثقة بالنفس أكثر
				- مهن الاعلام مزال بعيدة عن المهنة الحقيقية - مقتتعة بعلمي في مجال الإعلام
				- أتعرض للمضايقات أثناء تأدية عملي
				- مهنة متاعب و تحتاج للجهد و الصبر

الملاحظة	غير ملائم	ملائم	السؤال
			كيف تسند إليك الأعمال؟ - عن طريق المدير -أعمال روتينية - عن طريق الكفاءة العلمية
			هل سبق وأن اعترضت عن أداء عمل معين لأنه لا يناسبك كإمرأة؟ نعم لا
			ماهي الضغوط التي تتعرضي لها أثناء عملك في مجال الإعلام؟ - من جانب التشريعات الخاصة بالعمل الإعلامي - من جانب التشريعات الخاصة بعمل المرأة - من جانب العادات والتقاليد المجتمع
			ما تقييمك للقيود المؤثرة على عملك بالاعلام مقارنة بالزملاء الرجال؟ -أتعرض لقيود وضغوط أكثر من الرجل -أتعرض لنفس القيود والضغوط -أتعرض لقيود وضغوط أقل من الرجل

الملاحق

الملاحظة	غير موافق	محايد	موافق	العبارات
				-تمنحني المؤسسة فرص متساوية مع الجنس الآخر في الاستفادة من التريصات وبرامج التدريب.
				- أتعب في عملي كثيرا لأنني أكلف بالسفر دائما
				-أحصل على ترقيات مستمرة في وظيفتي
				-افنقد للراحة في عملي لأنني اعمل حتى وقت متأخر أحيانا.
				- تعطيني المؤسسة فرصة لإبداء رأيي في التخطيط والتطوير
				-أندمر من معاملة زملائي الرجال لي كإمرأة

الملاحق

الملاحظة	غير ملائم	ملائم	السؤال
			هل زاد عملك في مجال الإعلام من معارفك وعلاقاتك الإجتماعية؟ نعم/ لا
			هل زاد عملك في مجال الإعلام من ثققتك بنفسك؟ نعم / لا
			هل أكسبك عملك في مجال الإعلام تجارب و خبرات جديدة؟ نعم/ لا
			هل زادك انفتاحا على العالم والآخرين؟ نعم / لا
			هل سبب لك يوما عملك في مجال الإعلام في مشكل عائلي؟ نعم/ لا
			هل سبق وتعرضت لمضايقات من طرف أفراد المجتمع بسبب عملك الإعلامي؟ نعم/ لا
			إلى ماذا يعود سبب هذه المضايقات في رأيك؟ (إذا كانت الإجابة بنعم) النظرة السلبية للمجتمع لعملك في المجال الإعلامي الانتقاص من قدرة المرأة في العمل الإعلامي نظرة البعض للمرأة الإعلامية على أنهم منفتحات بزيادة ساعات العمل المتأخرة من الليل وجود المرأة في أماكن تكون حكرًا على الرجل أحيانا

			(إذا كان ب لا) هل زاد عملك الإعلامي من مكانتك الاجتماعية بين أفراد أسرتك وأصدقائك خارج المهنة؟ نعم/ لا
			في اعتقادك هل تجددين أن هناك تكامل لديك بين أدائك الوظيفي وأدائك الأسري نعم/ لا

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة



استمارة بحث

الموضوع : الوضعية المهنية و الاجتماعية للمرأة العاملة في قطاع الإعلام في الجزائر

سيداتي أنساني الكريمتات العاملات في القطاع الإعلامي نضع بين ايديكن هذه الاستمارة التي تتكون من عدة أسئلة والتي نرجو منكن الإجابة عنها بكل صدق .بههدف مساعدتنا على القيام بالدراسة بطريقة علمية ودقيقة من اجل إثراء الجانب التطبيقي لدراستنا من حيث النتائج التي سنتوصل إليها بفضل مساهمتكم الفاعلة والصادقة .

كما نحيطكم علما إن الأجوبة ستكون سرية ولا يمكن الإطلاع عليها إلا في حدود البحث العلمي . لذا نطلب منكم وضع علامة (X) في الخانة المناسبة .وفي الأخير نشكركن مسبقا على تعاونكن معنا.

تحت إشراف الأستاذة

د. سويقات لبنى

من إعداد الطلبة :

مزارى بوثينة

ترشين محمد

الموسم الجامعي : 2018/2019

الملاحق

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. السن: أقل من 25 من 26 إلى 35 من 36 إلى 45 أكثر من 45

2. التكوين : جامعي مهني

3. الحالة الاجتماعية: عزباء متزوجة مطلقة/أرملة

4. الخبرة : أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 سنوات
من 11 إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة

5. طبيعة العمل : صحافية إدارية تقنية وفنية

المحور الثاني : أسباب و دوافع الالتحاق بمهنة الإعلام

6- لماذا تفضلين العمل بالمجال الإعلامي؟

كان طموحي من البداية

تناسب شهادتي المحصلة

للافتتاح على المجتمع وتكوين علاقات مختلفة

لأصبح مشهورة

لأخدم المجتمع من خلال كشف الحقائق

تحقيق رغبة احد الوالدين

لم أجد عملا غيره

7- هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأقارب ؟

نعم لا

8- هل وجدت تشجيعا عند اختيارك للعمل الإعلامي من طرف الأصدقاء ؟

نعم لا

الملاحق

9-تمثيلات المرأة نحو عملها في مجال الإعلام

العبارات			غير موافق	محايد	موافق
- مرتاحة بعلمي في مجال الإعلام					
- عملي في مجال الاعلام أعطاني ثقة بالنفس أكثر					
- مهن الاعلام مزال بعيدة عن المهنة الحقيقية					
- مقتنعة بعلمي في مجال الإعلام					
- أتعرض للمضايقات أثناء تأدية عملي					
- مهن قطاع الاعلام هي مهن متاعب و تحتاج للجهد و الصبر					

المحور الثالث: الوضع المهني للمرأة العاملة في قطاع الإعلام

10- كيف تسند إليك الأعمال؟

عن طريق المدير أعمال روتينية عن طريق الكفاءة العلمية

11- هل سبق وأن اعترضت عن أداء عمل معين لأنه لا يناسبك كامرأة؟

نعم لا

12- ماهي الضغوط التي تتعرضين لها أثناء عملك في مجال الإعلام؟

من ناحية التشريعات الخاصة بالعمل الإعلامي

من ناحية التشريعات الخاصة بعمل المرأة

من ناحية العادات والتقاليد المجتمع

من ناحية كثافة العمل

13- ما تقييميك للقيود المؤثرة على عملك بالإعلام مقارنة بزملائك الرجال؟

أتعرض لقيود وضغوط أكثر من الرجل

أتعرض لنفس القيود والضغوط

الملاحق

أعرض لقيود وضغوط أقل من الرجل

14-تمثيلات المرأة حول المؤسسة الإعلامية

غير موافق	محايد	موافق	العبارات
			-تمنحني المؤسسة فرص متساوية مع الجنس الآخر في الاستفادة من التريصات وبرامج التدريب.
			- أتعب في عملي كثيرا لأنني أكلف بالسفر دائما
			-أحصل على ترقية مستمرة في وظيفتي
			-افتقد للراحة في عملي لأنني اعمل حتى وقت متأخر أحيانا.
			- تعطيني المؤسسة فرصة لإبداء رأيي في التخطيط والتطوير
			-أتمد من معاملة زملائي الرجال لي كإمرأة

المحور الرابع: الوضع الاجتماعي للمرأة العاملة في قطاع الإعلام

15-هل زاد عملك في مجال الإعلام من معارفك وعلاقاتك الاجتماعية؟

نعم لا

16-هل زاد عملك في مجال الإعلام من ثققتك بنفسك؟

نعم لا

17-هل أكسبك عملك في مجال الإعلام تجارب و خبرات جديدة؟

نعم لا

18-هل زادك عملك في مجال الاعلام انفتاحا على العالم والآخرين؟

نعم لا

19-هل سبب لك يوما عملك في مجال الإعلام في مشكل عائلي؟

نعم لا

20-هل سبق وتعرضت لمضايقات من طرف أفراد المجتمع بسبب عملك الإعلامي؟

نعم لا

الملاحق

إذا كانت الاجابة بنعم

21- إلى ماذا يعود سبب هذه المضايقات في رأيك؟ (إذا كانت الإجابة بنعم)

النظرة السلبية للمجتمع لعملك في المجال الإعلامي

الانتقاص من قدرة المرأة في العمل الإعلامي

نظرة البعض للمرأة الإعلامية على أنها منفتحة بزيادة

ساعات العمل المتأخرة من الليل

وجود المرأة في أماكن تكون حكرا على الرجل أحيانا

22- (إذا كان ب لا) هل زاد عمك الإعلامي من مكانتك الإجتماعية بين أفراد أسرتك وأصدقائك

خارج المهنة؟

نعم لا

23- في اعتقادك هل تجددين أن هناك تكامل لديك بين أدائك الوظيفي وأدائك الأسري؟

نعم لا