

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٧ = ١.٣٤

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السادسة - العدد التاسع عشر - أبريل / يونيو ٢٠١٨

- **الحضور الاعلامي السياسي للمرأة في التلفزيون العمومي الجزائري - تحليل نقدي لظاهرة الاقصاء الرمزي**
أ.د/ رضوان بو جمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
راجعي عيشوش (جامعة الجزائر ٣)
- **الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب السعودي**
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي
أ.م.د/ سعد بن سعود آل سعود (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣١
- **أثر الاعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي**
أ.م.د/ صابر حارص محمد (الجامعة الخليجية - البحرين) ... ص ٧١
- **تأثير استخدام مفهوم العلاقات العامة التسويقية على القيمة المعنوية للمنتج**
دراسة على عملاء شركات الألبان العاملة في السعودية
د/ حمد بن ناصر الموسى (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٩٣
- **المعالجة الاعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الاعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة**
د/ إيمان فتحي عبد المحسن (جامعة أم القرى) ... ص ١٢٣
د/ سلوى علي الجيار (جامعة بور سعيد)
- **تقييم الشباب لدراسة تخصص الاعلام باللغة الانجليزية وانعكاسه على لغتهم العربية - دراسة ميدانية**
د/ ميرهان محسن طنطاوي (جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا - الإمارات) ... ص ١٦٧
- **شرعية شرعنة وسائل الاعلام**
د/ عبد السلام أندولسي (جامعة عبد المالك السعدي - المغرب) ... ص ٢٠١
- **فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على الجمهور**
رلى عبد الرحمن علي صقر (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٢١١

ملخصات رسائل علمية:

- **فاعلية استخدام أساليب الاتصال التسويقي المتكامل في مصر**
دراسة ميدانية وتحليلية علي عينة من الشركات الوطنية ومتعددة الجنسيات
محمد حسني حسين محروس (جامعة الأزهر) ... ص ٢٣٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٨ @ EPRA

www.epra.org.eg

الهيئة العلمية

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ حسن عماد مكايي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العنادر

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ جمال عبد الحي عمر النجار

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د/ بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة البرموك - الأردن

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد التاسع عشر - السنة السادسة - إبريل / يونيو ٢٠١٨

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د/ محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة
جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة الغربية - (دبي)

د/ سهاد عادل محمد

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب
الجامعة المستنصرية - (العراق)

د/ نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام والعلوم
الإنسانية بجامعة عجمان (الإمارات)

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية
رئيس اللجنة الثقافية بـ EPRA

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg - www.jpr.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترفيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor معامل تأثير = ١.٣٤ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٧ للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترفيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.

- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٠٠\$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض ٥٠% من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية .
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإيميل المعتمد من الجمعية jpr@epa.org.eg ، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epa.org.eg بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السادس ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣م - يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها ثمانية عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية (EBSCO HOST) - دار المنظومة - العيبكان).

وفي العدد التاسع عشر من المجلة - والثاني في السنة السادسة - نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

في البداية نجد بحثًا مشتركًا مقدمًا من جامعة الجزائر ٣ لكل من: أ.د/ رضوان بو جمعة - من (الجزائر)، راجعي عيشوش من (الجزائر)، واللذان قدما دراسة عن: "الحضور الإعلامي السياسي للمرأة في التلفزيون العمومي الجزائري تحليل نقدي لظاهرة الإقصاء الرمزي".

أما: أ.م.د/ سعد بن سعود بن محمد آل سعود - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - من (المملكة العربية السعودية) فقدم دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بعنوان: "الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب السعودي".
وقدم: أ.م.د/ صابر حارص محمد - الجامعة الخليجية بالبحرين - من (مصر)، دراسة عن: "أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي".

بينما قدم د/ حمد بن ناصر الموسى - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - من (المملكة العربية السعودية)، دراسة على عملاء شركات الألبان العاملة في السعودية عن: "تأثير استخدام مفهوم العلاقات العامة التسويقية على القيمة المعنوية للمنتج".

أما د/ إيمان فتحي عبد المحسن حسين - جامعة أم القرى - من (مصر) قدمت دراسة مشتركة مع د/ سلوى علي إبراهيم الجيار - جامعة بور سعيد - من (مصر) عن: " المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة".

بينما قدمت د/ ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي - جامعة العين - من (مصر)، بحثاً بعنوان: "تقييم الشباب لدراسة تخصص الإعلام باللغة الإنجليزية وانعكاسه على لغتهم العربية - دراسة ميدانية". ومن جامعة عبد المالك السعدي - قدم د/ عبد السلام أندلوسي- من (المغرب)، ورقة علمية بعنوان: "شرعية شرعنة وسائل الإعلام".

وضمن متطلبات حصولها على درجة الدكتوراه قدمت الباحثة / رلى عبد الرحمن علي صقر - من (مصر)، بحثاً مستقلاً من رسالتها لنيل درجة الماجستير بعنوان: " فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على الجمهور".

وأخيراً يقدم الباحث/ محمد حسني حسين محروس - جامعة الأزهر - من (مصر) عرضاً لرسالة دكتوراه بعنوان: "فاعلية استخدام أساليب الاتصال التسويقي المتكامل في مصر - دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من الشركات الوطنية ومتعددة الجنسيات".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

الحضور الإعلامي السياسي للمرأة في التلفزيون العمومي الجزائري تحليل نقدي لظاهرة الإقصاء الرمزي

إعداد

أ.د. رضوان بوجمعة (*)

راجعي عيشوش (**)

(*) أستاذ الإعلام في كلية علوم الاتصال والإعلام بجامعة الجزائر ٣.
(**) باحثة دكتوراه في كلية علوم الاتصال والإعلام بجامعة الجزائر ٣.

الحضور الاعلامي السياسي للمرأة في التلفزيون العمومي الجزائري تحليل نقدي لظاهرة الإقصاء الرمزي

أ.د/ رضوان بو جمعة

Redouaneisic@gmail.com

جامعة الجزائر ٣

راجعي عيشوش

Ness-@outlook.fr

جامعة الجزائر ٣

"Les médias décrivent moins le monde qu'ils nous le prescrivent, et leur fonction est de maintenir un ordre symbolique, qui assigne chacun à sa place immémoriale, et qui maintient la femme dans sa position de dominée"

Marie-Joseph Bertini

المخلص:

يحاول هذا البحث الكشف عن آليات الإقصاء الرمزي للمرأة السياسية التي يستخدمها التلفزيون العمومي الجزائري الذي يفترض أنه من وسائل الإعلام المطالبة مهنيًا وقانونيًا، بتحقيق المساواة بين النوعين، رجل/امرأة، فالوضع القانوني العمومي يوجب عليه تحقيق المساواة بين كل مواطن ومواطنة في تغطية مختلف الأحداث بما فيها السياسية.

يبقى موضوع علاقات القوة بين النوعين في الفضاء السياسي من الإشكاليات التي لاتزال مطروحة على مستوى الهيمنة الرمزية الذكورية، فالحقل السياسي هو ليس فقط حقلًا ذكوريًا كما يصفه بعض الباحثين، بل يتميز أيضًا بكونه يقع في مستوى الإدراك الذي يهيكل علاقات القوة بين النوعين في الحقل السياسي، وهو الإدراك الذي يرتسم ويرسخ فيعيد إنتاج الهيمنة الذكورية الاجتماعية في وسائل الإعلام، باعتبار وسائل الإعلام جزءًا من مؤسسات المجتمع المولدة للإنتاج الرمزي على حد قول عالم الاجتماع الفرنسي "بيار بورديو".

سيقوم هذا البحث بعملية الرصد الإعلامي لصورة المرأة في فترة الانتخابات التشريعية الجزائرية لسنة ٢٠١٧م، من خلال الاعتماد على منهجية الرصد التي ستساعدنا على الكشف عن مؤشرات الإقصاء الرمزي الذي تتعرض له المرأة في حدث سياسي مهم حيث تبرز علاقات القوة بشكل واضح وجلي.

الكلمات المفتاحية:

الهيمنة الذكورية الرمزية، السلطة الرمزية، الإقصاء الرمزي، الرصد الإعلامي، العنف الرمزي، النوع الاجتماعي.

مقدمة :

تعد علاقات القوة بين النوعين رجل/امرأة من بين الإشكاليات التي تطرح بشكل جلي في الفضاء العام والعمومي في المجتمعات المعاصرة بوجه عام وفي المجتمعات الأبوية بوجه خاص، وقد أثار العديد من علماء النفس الاجتماعي وعلماء الاجتماع، وحتى منظري الفكر الإسلامي إشكالية المرأة في المجتمعات الإسلامية والعربية بوجه عام والمجتمع الجزائري بوجه خاص، ويعد "بيار بورديو" من بين أوائل الباحثين الذين تحدثوا عن بنية الهيمنة الذكورية (La domination masculine) في المجتمع الجزائري، وعن قوة إنتاجها وإعادة إنتاجها في مختلف حقول ومؤسسات المجتمع،^(١) وبشكل خاص الحقل السياسي الذي يصنفه العديد من الباحثين من بين الحقول الذكورية بامتياز، والذي لا تحكمه تنظيماته المادية بقدر ما تحكمه تقديرات الإدراك، وتعتبر وسائل الإعلام على رأسها التلفزيون من بين مؤسسات المجتمع التي تتمتع بسلطة إنتاج الصورة والتمثلات والتصورات التي تعيد إنتاج الهيمنة الذكورية فيها على نحو آخر، على حد قول "بيار بورديو"، والذي يدعو الباحثين إلى دراستها لاعتبارها من الحقول المنذورة للإنتاج الرمزي.^(٢)

وقد انتقدت بعض الدراسات والبحوث النوعية على قلتها في علوم الإعلام و الاتصال الصور النمطية للمرأة التي يبثها التلفزيون الجزائري واعتبرتها من بين المعوقات التي تحول دون التمثيل الحقيقي للمرأة في الفضاء السياسي، فهي تمثل نصف المجتمع وهي التي تنجب النصف الآخر، رغم ذلك يجري إقصاؤها من مناصب اتخاذ القرار بشكل تعسفي وثقافي لامرئي موروث كما يصفه كل من "ستيفان شوفالبيه" و"كريستيان شوفيري"،^(٣) غير أن هذا الإقصاء التعسفي اللامرئي لا يمكن الكشف عنه إلا من خلال طرح تساؤل إمبريقي يمكن الباحث من رصده عبر وسائل الإعلام التي قد تكون مرآة للمجتمع، ولهذا من المهم بمكان التساؤل حول الإقصاء الرمزي للمرأة السياسية من الفضاء السياسي الذي يعد فضاء ذكوريا بامتياز، وهو ما يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية:

ما الآليات التي يستخدمها التلفزيون العمومي الجزائري لإقصاء المرأة السياسية مقارنة بتلك المتعلقة بالرجل السياسي ؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الفرضيات:

ف١- يظهر التلفزيون العمومي الجزائري المرأة السياسية باعتبارها قاصرة وغير قادرة على دخول الفضاء السياسي.

ف٢- التطور التشريعي وتطور الخطاب السياسي حول حضور المرأة في الفضاء السياسي لا ينعكس على حضور المرأة السياسية في الفضاء التلفزيوني العمومي الجزائري.

ف٣- تعيد الأجناس التحريرية لنشرات أخبار التلفزيون العمومي، بناء الأدوار الاجتماعية، وتتميطها بين الرجل والمرأة.

٤- التلفزيون العمومي الجزائري لا يحقق مبدأ الخدمة العمومية في مجال المساواة بين النوعين، الرجل/المرأة، بسبب الهيمنة الذكورية التي تفرض التميز واللامساواة بين النوعين في الفضاء العام والخاص.

تحاول هذه الدراسة الوصول إلى مجموعة من الأهداف نوجزها فيما يلي:

- الهدف الرئيسي هو الكشف عن الإقصاء الذي تتعرض له المرأة السياسية من الفضاء السياسي إلى جانب الرجل.

- الكشف عن الآليات التي يستخدمها التلفزيون العمومي الجزائري لإقصاء النساء الممارسات للنشاط السياسي من الفضاء العام.

- التعرف على الكيفية التي يبني بها التلفزيون العمومي الجزائري العلاقات بين النوعين في الفضاء العام.

- طرح إشكالية التلفزيون في إعادة إنتاج الهيمنة الذكورية الموجودة في المخيال الاجتماعي، وتكريس صورة السلطة الأبوية.

سنسعى إلى وصف الظاهرة محل البحث في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه، من خلال جرد المعطيات، من خلال المسح الشامل الذي يعتبر الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

ينتمي هذا البحث إذن للدراسات المسحية أو الوصفية، التي تهدف إلى تحديد خصائص الظاهرة، أو سرعة ظهورها أو تكرارها، وهي الدراسات التي تهتم في علوم الإعلام و الاتصال بتحليل الرسائل التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري، كما يؤكد ذلك كل من Alain Laramée و Bernard Vallée.^(٤)

قراءة في أهم مفاهيم الدراسة:

الهيمنة الرمزية La domination symbolique

يعد مفهوم الهيمنة الرمزية الذي اعتمدها في بحثنا من المفاهيم التي طرحها عالم الاجتماع "بيار بورديو"، عالم الاجتماع الفرنسي، في كتابه الهيمنة الذكورية La domination masculine، مدرجاً إياه ضمن فكرة السلطة الرمزية، حيث يتساءل عن انخراط المهيمن عليهم، بسهولة في نظام العالم كما هو مستمر إلى الأبد، هذا العالم الذي يقسم كل شيء، إذ بمنح ما هو نبيل للذكور وما هو أقل نبلاً للنساء، ويعتقد "بورديو" أن علاقات الهيمنة التي يقوم عليها هذا العالم مبنية في أساسها على تقديرات الإدراك باعتبارها بناءً اجتماعياً عن طريق العنف الرمزي والهيمنة الرمزية، وتعمل الدوكسا (DOXA)- والمقصود بها تلك العادة التي ترسخ في اللاشعور - على تأبيدها كعلاقات قوة طبيعية لا يمكن مناقشتها، حيث تجعلها غير قابلة للنقاش ويقبلها بذلك المهيمن عليهم بشكل يترجم بخضوع استثناسي.^(٥)

ويقول بورديو في فكرته عن الهيمنة الرمزية، " إنها حتى حين تقوم على قوة عارية، قوة السلاح والمال يكون لها دور رمزي"، فالإكراه المحض لعلاقة القوة يترافق دائماً بعلاقة المعنى ويتم تسويقه بها، ويجب عليه لكي يرسخ سلطته أن يتحول إلى نفوذ إدراكي، على حد قول "ستيفان شوفالبيه"، و"كريستيان شوفيري".^(٦)

فالمعنى الذي يعطيه "بورديو" للهيمنة الرمزية هي تلك السلطة المعنوية الموسومة في الأشياء والأجساد والفضاءات، التي يفرضها النظام الاجتماعي كنظام رمزي، محفور في علاقات القوة ومتجذر في تاريخ الأجساد والأشياء، ولذلك يرى "بورديو" أن العالم الاجتماعي مبني على نظرية السلطة الرمزية حيث لا يفصل بين المعرفة والسلطة، والعنف عن المعنى، فهو أيضاً ذلك الشيء الذي يضيف على العالم الاجتماعي شكلاً تصعب معرفته عن علاقات المعنى التي تفرض هذا المسلم به والذي يعطي فعاليته اليومية في تراتبية العالم الاجتماعي، وتأتيه متانته مما يمكن أن يركز فيه على الطبيعي في النظام القائم، يعني على بدهة الاعتقادات الجسدية، بين الذكر والأنثى في دراستنا تحديداً.^(٧)

فما نقصده إذاً في بحثنا بالهيمنة الرمزية، هو تلك الهيمنة الذكورية الرمزية، و يقترب مفهومنا الإجرائي للبحث إلى ما ذهب إليه "جين فريدمان" في تعريفها للهيمنة الرمزية، بأنها هي ذلك البناء الرمزي للفضاء السياسي الذي يؤسس علاقات القوة في هذا الفضاء، مرجحاً كفتها للرجال، والذي يتسبب في الإقصاء الرمزي للنساء.^(٨) وهو ما يصفه بورديو، "ذلك الفعل المحول، الأكثر قوة من أن يمارس بطريقة مرئية وماكرة عبر التدجين مع عالم فيزيقي مركب رمزياً وعبر التجربة المبسترة والممتدة للتفاعلات المسكونة بينيات السيطرة".^(٩)

الإقصاء الرمزي:

يقصد بالإقصاء كمفهوم سوسيولوجي تلك العملية الاجتماعية التي يتم بها تهميش جماعة ما داخل مجتمع أكبر، بطرق رمزية ومادية، فالإقصاء يظهر في لب كل قضايا الصراع الاجتماعي الرمزي، وفي بحثنا هو كل إقصاء يرتكز على النوع الاجتماعي، حيث يتم التعامل مع المرأة بطريقة مختلفة عن الرجال في الفضاء العام، (السياسي) بسبب انتمائها لمجموعة جنسية أنثوية.^(١٠)

ونقصد في بحثنا بالإقصاء الرمزي هو ذلك الإلغاء والتهميش الرمزي بمفهوم "بورديو" لوجود الآخر، المرأة السياسية، في الفضاء السياسي، من خلال الصورة التي تظهر بها المرأة في الإعلام، من خلال الكيفية التي يبرز بها حضورها، ويرتبط الإقصاء الرمزي في بحثنا بمفهوم العنف الرمزي الذي هو نتيجة الهيمنة الذكورية، كعلاقة قوة رمزية بين المهيمن والمهيمن عليهم، التي تقوي وتعيد إنتاج علاقات القوة التي تهيكّل الفضاء الاجتماعي وهي التي تطرح العلاقة بين متغيرين أساسيين في البحث وهما الهيمنة الذكورية والعنف الرمزي.

فالإقصاء الرمزي هو ذلك التهميش الرمزي الذي له أثاره في الواقع، كما يصفه "بيار بورديو"، كتهميش تعسفي تتعرض له النساء السياسيات بسبب انتمائهن البيولوجي لفئة يتم تجنيسها واستبعادها من الفضاء السياسي، كنتيجة حتمية لمخلفات العنف الرمزي والهيمنة الذكورية التي تعيد إنتاج نفسها في الفضاءات وحقول المجتمع، والتي تساهم في إعادة إنتاجها مختلف مؤسسات المجتمع مثل وسائل الإعلام.

مفهوم النوع الاجتماعي le Genre:

كلمة النوع الاجتماعي باللغة العربية، وبالفرنسية Le genre، المستمدة والمترجمة من المفهوم الذي طرح لأول مرة في أمريكا الشمالية، Gender، والذي ظهر في ستينيات القرن الماضي، في الأنثروبولوجيا قبل أن ينشر في التاريخ.

وهو مفهوم، يجري استعماله في حقل لغوي مختلف عما تقصده الكلمة و الذي ترجم إلى اللغة الفرنسية بـ " Rapport socialement et culturellement construits entre femmes et hommes"، أو " rapport sociaux de sexe"^(١١).

ومفهوم النوع الاجتماعي الذي يقترب من هدفنا البحثي يحيل إلى البناء الاجتماعي والسياسي للاختلافات بين الجنسين، عن طريق التنشئة الاجتماعية، فهو مفهوم تفاعلي، يعمل في كل فضاءات المجتمع، فهو يقسم الأدوار والفضاءات والسلوك، بين النوعين على أساس انتمائهم البيولوجي، فهو حسب تعريف منظمة اليونسكو، يحيل إلى الترتيب الاجتماعي والثقافي للذكر والأنثى، الذي تشارك في تجسيده وترسيخه مؤسسات متواصلة فيما بينها، من مثل الأسرة، التلفزيون، المدرسة... الخ.^(١٢)

آليات الإقصاء الرمزي:

تستخدم وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون مجموعة من الآليات التي تعمل رمزيا على إقصاء المرأة من الفضاء السياسي وتكرس بذلك الهيمنة الذكورية الرمزية لدى المشاهد، معيدة بذلك إنتاج الهيمنة الذكورية المتأصلة في المخيال الاجتماعي وفي العلاقات بين النوعين التي تبنى في أساسها على الاختلاف البيولوجي بين النوعين، ويمكننا تحديد أهم هذه الآليات في:

الصور النمطية les stéréotypes

يعد تنميط النساء السياسيات في وسائل الإعلام من بين أكبر العوائق والآليات التي تستعملها وسائل الإعلام على رأسها التلفزيون، لإعادة إنتاج الهيمنة الرمزية الذكورية، وذلك عن طريق استعمال التمثلات والتصورات التي تقصي النساء من الأدوار السلطوية وتضعهم في خانة الأدوار التي تعاد إلى طبيعتهم الجنسية بالكيفية التي قسم من خلالها المجتمع الذكوري الأدوار الاجتماعية المؤسسة في حد ذاتها على أساس السيطرة الذكورية، فخلق التتميطات les stéréotypes، يعد المكون الرئيسي للتمثلات المسيطرة، فالتميط كما تشير إلى ذلك "جين فريدمان يمكن" يمكن فهمه كبراديجم "أنموذج"، للسلطة

الرمزية، لأنها تعرف المجموعات الاجتماعية من حيث أنها صفات عامة، يتم تشكيلها باختيار خصائص وسمات تضعها في نظام معين، حيث يقومون في الوقت نفسه بالتأكيد على علاقتهم بالأدوار الاجتماعية الخاصة.^(١٣)

فالمصور النمطية هي تبسيط للحقيقة، فيما يتعلق بالاشتغال على المستوى التجريدي العالي، وفي نفس الوقت هي تصورات تتطلب معرفة بالهياكل الاجتماعية المعقدة حتى تكون مفهومة.^(١٤)

وقوة التمييز، تكمن في ظهوره البسيط، وفي كونه يعرف فوراً، لكن خلف هذه البساطة و الفورية هناك مرجعيات خفية للإجماع في الرأي حول العلاقات الاجتماعية المعقدة.^(١٥)

فما تطرحه الباحثة "جين فريدمان" يوضح لنا العديد من النقاط التي تحيط بالصورة النمطية لنتمكن من فهم بنائها المجرد وطريقة اشتغالها التي تنطلق من التكوين الاجتماعي التفاعلي، ومن ذلك البناء وتلك الصورة التي يكونها حول النساء السياسيات كمجموعة أو كفئة اجتماعية، والتي تكون في تقدير وإدراك النوعين كما في الصور التي تبثها وسائل الإعلام والتي تحدد صفات الفئة بأكملها وتفصل بين صفات النوعين وعلى ذلك الأساس تقسم الأدوار الاجتماعية بين النوعين، وهذه الأدوار تعيد إنتاج نفسها في وسائل الإعلام، فالتمييز مصدره التمثلات والتصورات الاجتماعية من خلال ذلك اللاشعور المرسخ في سلوك وأفعال المجتمع، كتصورات لإدراك وتقدير النوعين، وغالباً ما يتم تمريرها في وسائل الإعلام بطريقة مبطنه، وتظهر كأنها طبيعية وموضوعية بسبب بنائها الهيكلي المتناظر والذي يظهر كأنه موافق لطبيعة الجسد.

وكثيراً ما تشكل النساء موضوع تساؤل حول حياتهن الخاصة، ومن هذه النقطة تنطلق تلك الصور النمطية التي تبنيها وسائل الإعلام و تنشرها و تبثها إلى جمهور واسع.^(١٦)

الهيمنة الذكورية في المخيال السياسي:

تري الباحثة Jane Freedman، أنه يظهر في الرمزية المحيطة بالحقل السياسي إقصاء النساء من موقع سياسي عملي نشيط، فصورة النساء المستخدمة في هذه الرمزية من أجل إظهار الأفكار المجردة، مثل الحرية والعدالة، والتي غالباً ما تظهر فيه المرأة كأساس أمومي، فهي تظهر حقيقة في العالم السياسي ولكن غالباً ما يتم رؤيتها في هذا المخيال من ناحية اعتبارها أم أو زوجة، فغالباً ما يطرح الصحفيون على المرأة السياسية سؤالاً نمطياً اعتدنا على سماعه وهو كيف توفقين بين دورك كأم ودورك في السياسة؟، ومن خلال قوة تأكيد ذلك وإعادته، فالتمثلات الموجودة حول النساء في المخيال السياسي تعود أيضاً إلى السياق التاريخي الذي تكون عبره المخيال السياسي للمجتمعات والذي يتميز بالاختلاف في بعض الخصوصيات غير أنه يلتقي في عالمية الهيمنة الذكورية على الفضاء السياسي.^(١٧)

يقول "بيار بورديو": "أن علاقات الهيمنة بين الرجال والنساء تقوم على في مجموع الفضاءات، والفضاءات الفرعية الاجتماعية، في عالم العمل وفي المحيط البيروقراطي، وفي الحقل الإعلامي، بغية إظهار ثبات بنية علاقات الهيمنة بين الرجال والنساء"،^(١٨). "فبورديو" في قوله هذا يشير إلى تلك

الرمزية المتعلقة بالفضاءات إنه يتحدث عن ذلك اللاوعي الذي يمتد في الفضاءات العامة الأخرى عبر المخيال الذي يحكم ذلك الفضاء، "حيث تمتد حسبه وتكتمل صيرورة التمايز لمختلف الحقول وأشكال منطقتهم الخاص بهم، فالنقسيم الجنس حسب "بورديو" يشكل العقل الأسطوري، الذي ينطبق على العالم برمته منه العالم السياسي".^(١٩)

فقواعد اللاوعي الجنس ليست بدائل بنائية جوهريّة، بل هي بنيات تاريخية عالية التمايز تتحدر من فضاء اجتماعي، هو ذاته عالي التمايز، حيث تعيد تلك البنيات إنتاج نفسها عبر التعلم المرتبط بالتجربة التي يصنعها الأعوان من بنيات تلك الفضاءات. على هذا النحو فإن إدراج النوعين في حقول مختلفة منظم وفق متعارضات موجودة في مخيال ذلك الفضاء، بين قوي وضعيف، وبين كبير وصغير، وبين ثقيل وخفيف، وبين سمين ونحيف، وبين مشدود ورخي.. إلخ، والتي ترعى دائما علاقة تجانس مع التميز الجوهري بين المذكر والمؤنث، والبدايل الثانوية التي فيها يفصح عن نفسه، مهيمن/مهيمن عليه.^(٢٠)

العامل الجنسي لسير الفضاء السياسي:

يشغل الفضاء السياسي وفق مخيال يلغي تواجد النساء في الفضاء السياسي، حيث نستنتج حقا عملية الإقصاء الرمزي التي يشغل بها هذا الفضاء اتجاه النساء اللواتي يحاولن دخول هذا الفضاء، حيث يرى الباحثان، (Grégory Derville , Sylvie pinchon) أن الرجال الممارسين للسياسة يرون أن دخول المرأة لهذا الفضاء يعني إنقاصا لمركز من مراكزهم السياسية الخاصة بهم في فضاء وضعه الرجال، وهم الذين حددوا قوانينه.^(٢١)

ولوصف الهيمنة الذكورية التي تميز الفضاء السياسي، فإن عالمة الاجتماع Françoise Gaspard، تقترح مفهوم الفاترياركا (Fratriarcat)، منذ سنة ١٩٧٨م، وإلى وقت قريب فإن الرجال جعلوا الفضاء السياسي فضاء غير مختلط، حيث أن قواعد اللعبة السياسية الثقافة، اللغة، مؤسسة وممأسسة من طرف الرجال وللرجال، وهو ما قاد Grégory Derville , Sylvie pinchon، والعديد من الباحثين لتفسير التمثيل السيئ للنساء في الحقل السياسي، من إرادة الرجال في إقصاء النساء، وهذا الفعل يبين رفضا للرجال في تقاسم هذه السلطة مع النساء، فالنساء يرون في هذا الفضاء كنوع دخيل عليه، فكل هذه العوامل التي تحكم سير الفضاء السياسي والتي تعمل على إقصاء النساء منه تظهر المقاومة الشديدة لدخول النساء إلى هذا الفضاء، فالنساء يتلقون في هذا الفضاء ميزات خاصة تتعلق بانتمائها لفئة جنسية مرفوضة في هذا الفضاء، والتي تقلل من شرعية مواطنتهم.^(٢٢)

فالنساء كثيرا ما يجدن أنفسهن يشعرن في الفضاء السياسي أنهن مجبرات على إعطاء شروحات حول حياتهن الخاصة، لإثبات أنوثتهن عبر موقع الأم أو الزوجة،^(٢٣). وهي الفكرة التي يؤكدتها "بورديو" منذ التسعينات من القرن الماضي حيث يقول، "يتيسر للمرء حقا أن يستشف حقيقة العلاقات البنوية للهيمنة الجنسية مذ أن يلاحظ على سبيل المثال أن النساء اللواتي بلغن مراكز عالية جدا (مديرة،

وزيرة... إلخ)، عليهن أن يسددن على نحو ما هذا النجاح المهني، بنجاح أقل في النظام المنزلي، (طلاق، زواج متأخر، عزوبية، صعوبات، فشل مع الأطفال... إلخ)، وفي النجاح المنزلي هو غالباً تخلي جزئي عن النجاح المهني الكبير، لاسيما عبر القبول بامتيازات لا تمنح بهذه السهولة للنساء إلا لأنها تضعهن خارج السباق على السلطة، وهذا في الحقيقة شرط أن نأخذ بعين الاعتبار المتطلبات التي تضغط بها بنية الفضاء المنزلي بالفعل أو بالقوة على بنية الفضاء المهني (مثلاً: عبر تمثّل فارق بين مركز الزوج والزوجة)، نستطيع أن نفهم إذاً التجانس بين بنيات المراكز الذكورية والمراكز الأنثوية في مختلف الفضاءات الاجتماعية، تجانساً ينحو نحو الحفاظ على نفسه، حتى ولو كانت لا تتوقف عن تغير في مضمونها الجوهري، في نوع سباق تلاحق، حيث لا تستدرك النساء في إعاقتهن".^(٢٤)

يفسر "بيار بوديو" في النص السابق الطريقة المباشرة للاستغلال الجنسي للفضاء السياسي الذي تقصى فيه المرأة، إذ ذلك يظهر ذلك من خلال إرجاعها دائماً إلى الفضاء المنزلي، حيث يستطيع أن يكون دورها الأصلي والحقيقي، أما في الفضاء السياسي فالمرأة تفقد نجاحها الاجتماعي، حتى وإن كانت تملك رأس مال ثقافياً قوياً ذلك لأن رأس المال المطلوب في الفضاء السياسي لا تملكه، فيبقى إذاً الفضاء السياسي فضاءً لا تستطيع المرأة أن تتجاوز إكراهاته التي تتركز على علاقة مهيمن على مهيمن عليه، لأنه ملازم لهابيتوسات هذا الفضاء ولهيكته الرمزية، والمادية.

قوة التصورات (التمثلات) الاجتماعية:

إن معاناة النساء من الإقصاء الرمزي في الفضاء السياسي سببها لا يعود فقط لخصوصية ومميزات هذا الفضاء، فالمشكل أو السبب أعمق بكثير، حيث يرى الباحثان , Grégory Derville , Sylvie pinchon، أن هذا الإقصاء هو بنائي في أصله وأكثر بقاءً، حيث أن التمثلات الاجتماعية تشكل عائقاً لدخول النساء إلى الفضاء السياسي، وتعمل التمثلات الاجتماعية على إبعاد النساء بشكل تبادلي مع العوامل لمطروحة سابقاً.^(٢٥)

ففي التصورات (التمثلات)، الاجتماعية لهوية النساء والرجال والعلاقة بينهما، يتم تصورها باعتبارها فضاءً فحولياً، ومقاوماً لأي تفكير للشرعنة السياسية للنساء، فامتلاك سلطة وكونك رجلاً تصورات لا يمكن فصلها عن بعضها البعض، كما يوضح ذلك الأنثروبولوجيون Françoise Hérítier, George Blandier، وهذه الرسم أو النموذج من التصورات (التمثلات) الأبوية يتميز بالعالمية، تقريباً في كل المجتمعات، ترتبط السلطة بالقوة الفحولية، وسيأتي في العناصر النظرية الآتية من البحث شرح النظام الأبوي و تفسير أكثر ما يتعلق بالتصورات الاجتماعية للسلطة ولقوة رأس المال المطلوب من أجل الدخول في الفضاء السياسي.^(٢٦)

ويظهر لنا إذاً من خلال ما يطرحه الباحثون، إذ أن التصور الذي يرى من خلاله الفضاء السياسي باعتباره فضاءً ذكورياً، موجوداً ومرسحاً في تفكير المواطنين والمواطنات، وهو ما تسميه "فريجينا وولف"، تلك الهيمنة الذكورية التي تصنع ذلك التماس الغيبي أحياناً تظهر في خضوع كبير للأعوان

الاجتماعيين، وأحياناً متناهية الصغر لا ترى، لكنها متجانسة و موحدة، تفصل وتوحد النساء والرجال في كل الفضاءات الاجتماعية.(٢٧)

**المقاربة المنهجية لعملية الرصد الإعلامي لمؤشرات الإقصاء الرمزي:
*المراحل المنهجية لعملية الرصد:**

الرصد الإعلامي لصورة المرأة السياسية والرجل السياسي (Monitoring):

سنقوم في هذه المرحلة برصد صورة المرأة السياسية والرجل السياسي في عينة من نشرات الأخبار الرئيسية، (الثامنة مساءً) في التلفزيون الجزائري العمومي القناة الفضائية A3، أسبوع قبل بداية الحملة الانتخابية التشريعية، ثم الأسابيع الثلاثة للحملة الانتخابية، ولتنتهي عملية الرصد بمتابعة نشرات الأخبار هذه أسبوعاً آخر بعد نهاية فترة الحملة الانتخابية.

**رصد مؤشرات حضور المرأة السياسية عامة في النشرات الإخبارية
المحور الأول: حضور المرأة السياسية كمحور في نشرة الأخبار:**

المؤشر الأول: النساء السياسيات كموضوع حديث.

المؤشر الثاني: النساء السياسيات كمصدر للمعلومة.

المؤشر الثالث: المرأة السياسية كمركز اهتمام في النشرة.

المحور الثاني: حضور المرأة السياسية حسب الموقع السياسي:

المؤشر الأول: حسب الموقع السياسي.

المؤشر الثاني: حضور المرأة السياسية كقائد سياسي .

المؤشر الثالث: حضور المرأة السياسية كتابع.

الصور النمطية بين الجنسين

المؤشر الأول: المرأة كأم.

-المؤشر الثاني: المرأة كبنت.

-توزيع الأدوار بين الجنسين.

المرحلة الأولى: مرحلة الرصد الكمي

وقد شملت عينتنا بالتحديد كل نشرات الأخبار التي بثها التلفزيون الجزائري العمومي طيلة (٣٥) يوماً، تنقسم إلى (٢١) يوماً التي تمثل فترة الحملة الانتخابية، ثم (١٤) يوماً خارج فترة الحملة الانتخابية، (٧) أيام نشرات قبل الحملة، و(٧) نشرات بعد الحملة، حيث قمنا بتجميع كل المعطيات والمعلومات بعد تسجيلنا لكل نشرات الثامنة التي بثها التلفزيون الجزائري خلال(٣٥) يوماً.

١- وسيلة الإعلام المرصودة:

- قمنا بالتركيز على قناة تلفزيونية واحدة، وهي التلفزيون العمومي الجزائري، وذلك انطلاقاً من عدة متغيرات، من أهمها صفة القناة التلفزيونية العمومية و التي تفرض عليها في دفتر الأعباء الذي يحكمها تقديم الخدمة العمومية الإعلامية بصفة متوازنة وعادلة متساوية، وهو ما سيسمح لنا بالكشف عن مدى ضمان هذه الخدمة العمومية من عدمها، في مجال المساواة بين النوعين.

٢- ما هو المنتج الإعلامي المرصود؟

قمنا بتحليل كل عناوين النشرات الإخبارية التي يبثها التلفزيون الجزائري A3، وما نلاحظه أنها نفس النشرة في كل القنوات العمومية، والتي تنطلق على الساعة الثامنة مساءً، وقد وصلت مدتها في أقصى حد ساعة و(٣٥) دقيقة.

المرحلة الثانية: التحليل الكيفي

استناداً إلى نتائج الرصد، وبعد ترتيب معطيات الرصد قمنا بتصنيفها في جداول، حيث قمنا في هذه المرحلة بتحليل مضمون نشرات الأخبار خلال الفترة الزمنية المحددة سابقاً، أي تحليل المعطيات، الأمر الذي سيسمح لنا بتحويل المعلومات المادية الأمبريقية الخام إلى معطيات يمكن معالجتها وفق شبكة واضحة، حتى نتمكن من تحليل الرسائل، أي مضمون المنتج السمعي البصري (نشرات الأخبار)، حيث سنتمكن من استخراج الآليات التي يستخدمها التلفزيون العمومي الجزائري في الإقصاء الرمزي للمرأة السياسية.

وفيما يلي الجدول الأول الذي يوضح عدد تكرارات ونسبة الحضور الإعلامي في التلفزيون الجزائري العمومي للنوعين خلال فترة الرصد المشار إليها سابقاً:

جدول رقم (١)

يمثل الحضور الإعلامي للنوعين طيلة فترة الرصد

النوع التكرارات	حضور الرجل	حضور المرأة	المجموع	نسبة حضور الرجال %	نسبة حضور النساء %
المجموع	٢٧٠٧	٦٣٣	٣٣٤٠	٨١.٠٤	١٨.٩٥

نتائج عملية الرصد:

قمنا بتحصيل النتائج في الجداول الإحصائية التالية:-

جدول رقم (٢)

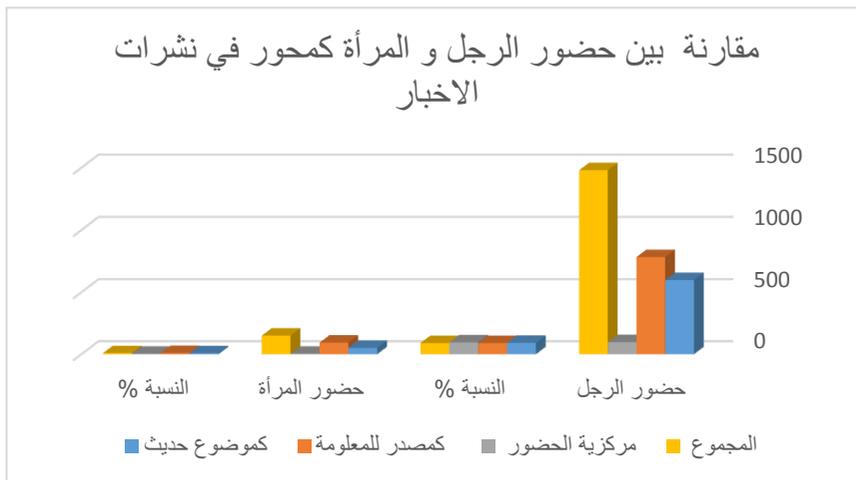
يمثل حضور المرأة السياسية كمحور في نشرة الأخبار

النوع الاجتماعي الحضور	حضور الرجل	النسبة %	حضور المرأة	النسبة %	المجموع
كموضوع حديث	٥٩٩	٩٢.٠١	٥٢	٧.٩٨	٦٥١
كمصدر للمعلومة	٧٨٤	٨٩.٣٩	٩٣	١٠.٦٠	٨٧٧
مركزية الحضور	٩٧	٩٥.٠٩	٠.٥	٤.٩٠	١٠٢
المجموع	١٤٨٠	٩٠.٧٩	١٥٠	٩.٢٠	١٦٣٠

توضح قراءة تكرارات ومؤشرات حضور المرأة السياسية كمحور في نشرات الأخبار، وجود ضعف

كبير في حضور المرأة السياسية كمحور في نشرات الأخبار الرئيسية، حيث قدرت نسبة حضورها (٩.٢٠%) وهي نسبة ضعيفة جدًا مقارنة بحضور الرجل الذي تقدر نسبة حضوره بـ (٩٠.٧%) وهو ما يوضح بروز إقصاء للمرأة من ظهورها كموضوع رئيسي في نشرات الأخبار.

كما ظهرت المرأة السياسية كموضوع حديث بنسبة (٧.٩٨%)، بينما ظهر الرجل بنسبة (٩٢.٠١%) وكان حضورها كمركز اهتمام رئيسي أي في عناوين نشرات الأخبار بنسبة تقدر بـ (٤.٩٠%)، بينما قدر حضور الرجل بنسبة (٩٧%)، وهو ما يعني الإقصاء الرمزي للمرأة من الفضاء السياسي كمحور في نشرات الأخبار، وكانت أكبر نسبة حضور للمرأة السياسية كمصدر للمعلومة والمقدرة بـ (١٠.٦٠%) وأقل نسبة لحضورها تم تسجيلها في عناوين نشرات الرئيسية أي كمركز اهتمام.



الشكل رقم (١)

يمثل مقارنة بين حضور الرجل والمرأة كمحور في نشرات الأخبار

الحضور السياسي والإعلامي للنوعين:

المجال التلفزيوني وترسيخ وإعادة إنتاج الهيمنة الذكورية في الفضاء السياسي

جدول رقم (٣)

يمثل مقارنة بين الحضور السياسي والإعلامي للنوعين

النسبة	التكرار	النوع	النسبة	التكرار	الأحزاب السياسية المشاركة حسب النوع
١٠.٣٤	٠٣	نساء	٥.٢٦	٠٣	أحزاب تترأسها نساء
٨٩.٦٥	٢٦	رجال	٩٤.٧٣	٥٤	أحزاب يترأسها رجال
١٠٠	٢٩	المجموع	١٠٠	٥٧	المجموع

يتبين لنا من خلال قراءة الأرقام والنسب في هذا الجدول، أن الهيمنة الذكورية المنتشرة في الفضاء السياسي، كثيراً ما يعيد إنتاجها الفضاء الإعلامي، الذي كثيراً ما يتحجج بالواقع ليبرر ترسيخه هذه الهيمنة الذكورية في المجال التلفزيوني.

إن معطيات الجدول رقم (٠٣) تبرز خصوصية الفضاء السياسي كفضاء يتميز بالهيمنة الذكورية، فمن بين (٥٧) مشاركاً في الانتخابات التشريعية، لا يوجد سوى (٣) أحزاب مشاركة تترأسها امرأة، ومن بين (٦٥) حزبا معتمداً لا يوجد سوى (٤) أحزاب تترأسها امرأة، ورغم ذلك فإن التلفزيون لا يعطي للمرأة رئيسة الحزب الوقت الذي يخصصه للرجل رئيس الحزب.

كما أن إحصائيات وزارة الداخلية الجزائرية، تبين أن عدد المرشحات للانتخابات التشريعية قدر بـ (٣٦٣٦) مترشحة، بينما قدر حضور المرشحين الذكور بـ (٧٦٧٩ مترشحاً)، وهي معطيات تبين أن عدد المرشحين الذكور هو يقارب ضعف عدد المرشحات، غير أن تغطية التلفزيون العمومي الجزائري للحملة الانتخابية لم يعكس حتى هذا، فالحضور الإعلامي للمرأة السياسية المرشحة للانتخابات ضعيف جداً بالمقارنة مع وجودها الفعلي في القوائم واللوائح الانتخابية.

فالتلفزيون لم يقدّم إعادة إنتاج الهيمنة الذكورية الموجودة في الفضاء السياسي فحسب، بل وقام بترسيخها وتضخيمها أكثر، حيث أن التلفزيون العمومي يحمل مسؤولية تعميق ظاهرة إبقاء السلطة الرمزية لدى الرجل، وإقصاء المرأة رمزياً من الفضاء السياسي ومن المشهد التلفزيوني.

التلفزيون والبناء الإعلامي لتبعية المرأة للرجل السياسي:

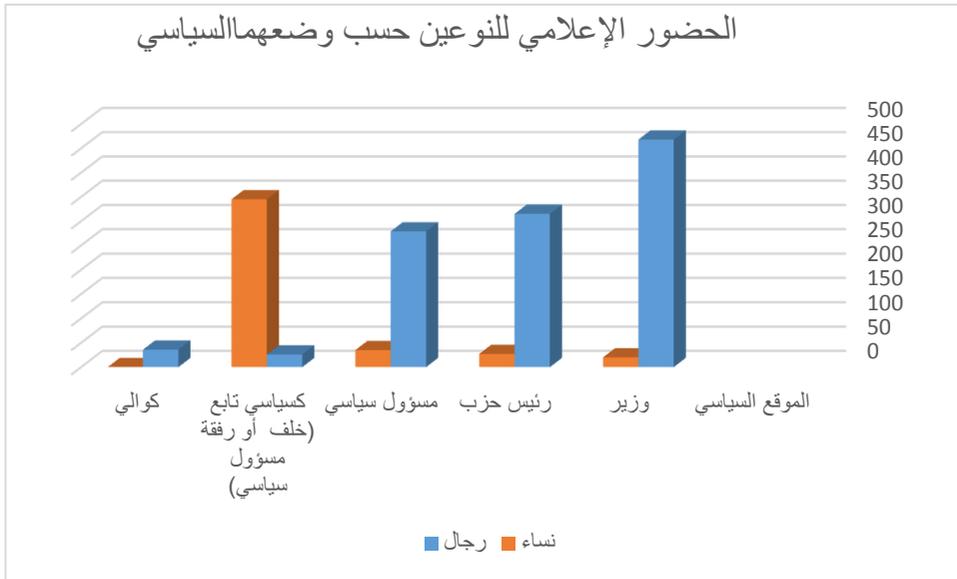
أظهرت نتائج الرصد الإعلامي للنشرات الإخبارية، بروز اتجاه واضح في البناء الإعلامي لتبعية المرأة للرجل السياسي، فالصورة والتعليق التلفزيوني على حد سواء يعملان على تشكيل الوجود الرمزي

للمرأة في علاقة تبعية للرجل السياسي، وهو بناء إعلامي من شأنه أن يغرس هذه الصورة، فتتحول إلى معيار في المجتمع إذا ما تكررت هذه البناءات، لأنها ستتحول بمرور الوقت إلى معايير تدخل في لاشعور المشاهد فتتجذر وترسخ بشكل يصعب تغييرها. ونتائج ذلك تتضح في الجدول الموالي:

جدول رقم (٤)

يبين حضور المرأة السياسية حسب الموقع السياسي مقارنة بحضور الرجل طيلة مرحلة الرصد

النوع الاجتماعي	الرجال	النسبة %	نساء	النسبة %	المجموع
وزير	٤٦٨	٩٦.٠٤	٢٠	٣.٩٥	٥٠٦
رئيس حزب	٣١٥	٩٢.١٠	٢٧	٧.٨٩	٣٤٢
مسؤول سياسي	٢٧٩	٨٨.٨٥	٣٥	١١.١٤	٣١٤
كسياسي تابع (خلف أو رفقة مسؤول سياسي)	٢٦	٧.٠٠	٣٤٥	٩٢.٩٩	٣٧١
كوالي - محافظ-	٣٦	١٠٠	٠٠	٠٠	٣٦



الشكل رقم (٢)

حضور المرأة حسب وضعها السياسي

كما يبين الجدول رقم (٤) أن أكبر نسبة حضور كانت من نصيب الرجل كوزير والذي قدرت نسبته بـ (٩٦.٠٤%) بينما كان أضعف حضور في الجدول من نصيب المرأة السياسية في منصب وزير بنسبة (٣.٩٣%) كانت النسبة كاملة (١٠٠%)، بالنسبة لحضور الرجل في منصب والي أي محافظ، وهو ما يجعلنا نستنتج أن التلفزيون يظهر الرجل في مواقع صنع القرار بينما يجعل المرأة كتابع حيث أن أكبر نسبة حضور إعلامي حصلت عليها المرأة كتابع خلف مسؤول أو رفقة حيث قدرت نسبتها بـ (٩٢.٩٩%) ويتكرر (٣٤٥) بينما قدرت نسبة حضور الرجل كتابع (٧%)، ويتكرر (٢٦) فقط، ما يسمح

لنا باستنتاج أن التلفزيون العمومي الجزائري يكرس صورة وتمثلات المرأة كتابع للرجل في الفضاء السياسي وهي التمثلات النمطية ذاتها الموجودة في البناء الاجتماعي للجسد وبناء أدوار النوعين الاجتماعية، فالرجل السياسي يظهر هو الذي يحكم ويسيطر ويتخذ القرارات في الفضاء السياسي.

الإقصاء الرمزي للمرأة وخرق مبدأ التوازن و المساواة بين النوعين:

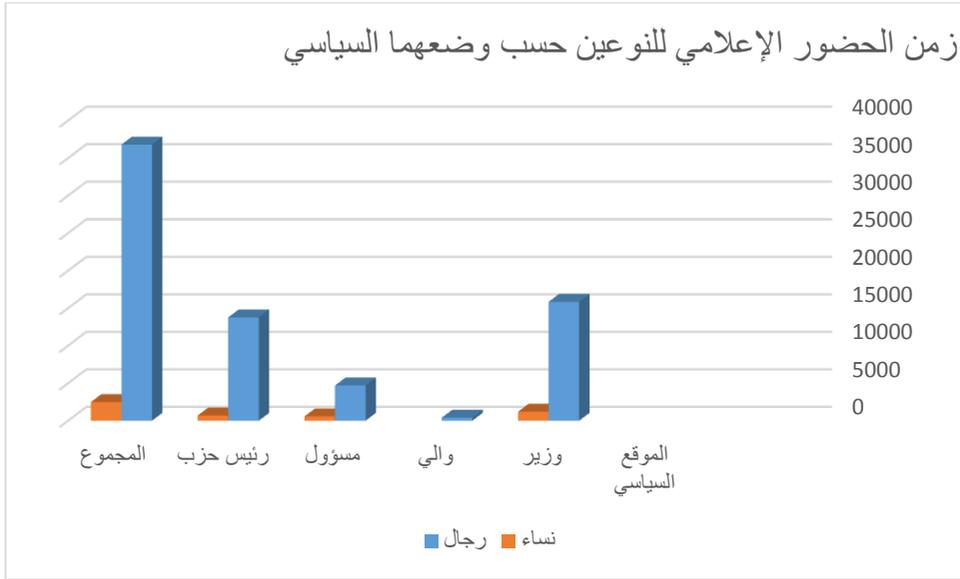
ويبرز هذا الواقع عند قراءتنا للمعطيات المرتبطة بالزمن المخصص للرجل السياسي وللمرأة السياسية في النشرات الإخبارية-طالع الجدول رقم ٥-، وهو ما يظهر جليا في معطيات الرصد، فالحضور الإجمالي للمرأة السياسية لم يتجاوز (٧) بالمائة، وهو ما يؤكد وجود إقصاء رمزي من جهة، وخرق واضح لمبدأ الخدمة العمومية المفروض قانونا في دفتر الأعباء، وفي مجال المساواة بين النوعين وبين مختلف الفاعلين مهما اختلف سنهم أو جنسهم أو توجههم السياسي أو الإيديولوجي.

جدول رقم(٥)

يبين مقارنة بين زمن الحضور الإعلامي للمرأة والرجل السياسي حسب المنصب

النوع	رجال		نساء	
	الزمن بالثواني	النسبة	الزمن بالثواني	النسبة
وزير	١٥٨٤٩	٩٢.٩١	١٢٠٩	٧.٠٨
والي	٤١٥	١٠٠	٠٠	٠٠
مسؤول	٤٦٩٥	٨٨.٩٣	٥٨٤	١١.٠٩
رئيس حزب	١٣٧٧٣	٩٥.١٦	٧٠٠	٤.٨٣
المجموع	٣٦٧٩٩	٩٣.٦٥	٢٤٩٣	٦.٣٤

ويتضح لنا من الجدول رقم (٥) أنا أكبر حضور للنوع الاجتماعي كقائد سياسي كان من نصيب الرجل السياسي بنسبة تفوق بكثير نسبة حضور المرأة، حيث تقدر نسبة حضور الرجل (٩٣.٦٥%)، أما نسبة حضور المرأة فلم تصل حتى ربع حضوره والمقدرة (٧.٠٨ %) ما يعني إقصاء المرأة من مناصب اتخاذ القرار، ويدل زمن حضور المرأة السياسية المقدر بـ (٢٤٩٣ ثانية)، مقارنة بزمن حضور الرجل على عدم أخذ التلفزيون العمومي الجزائري مبدأ المساواة بين النوعين بعين الاعتبار حتى في فترة الانتخابات التشريعية.



الشكل رقم (٣)
مقارنة بين زمن الحضور الإعلامي للنوعين حسب موقعهم السياسي

التلفزيون وترسيخ الصور النمطية للمرأة:

وهذا ما نلاحظه عندما نتوقف عند بعض تفاصيل الرصد-أنظر الجدول رقم (٦)، فالنشرات الإخبارية موضوع الدراسة تظهر المرأة في أدوارها الاجتماعية التقليدية، فصورتها صورة المرأة التي تضمن الأدوار الاجتماعية المتعلقة برعاية زوجها وأبنائها وبناتها، في حين يظهر الرجل في مركز السلطة كصاحب قرار في كل شيء.

جدول رقم (٦)

يبين الصور النمطية للمرأة التي يمررها التلفزيون العمومي الجزائري في نشرات الأخبار

النسبة	التكرار	حضور الرجل	النسبة	التكرار	التكرار / الصور النمطية
٦.٦١	٠٨	كأب	٩٣.٣٨	١١٣	حضورها كأب
٠٠	٠٠	كزوج	١٠٠	١٢	حضورها كزوجة
٠٠	٠٠	كابن	١٠٠	٠٣	حضورها كبنت
١٣٦	٠٨	المجموع	٨٣	١٢٨	(المجموع)

تبين لنا قراءة معطيات الجدول رقم (٦) المتعلق بالصور النمطية للمرأة عن ظهور المرأة في (١٢٨) صورة نمطية، تتعلق بأدوارها المنزلية والأمومية، بينما لم يظهر الرجل في الأدوار المنزلية إلا بـ

(٨) تكرارات فقط، ولم يظهر الرجل إلا في دور الأب ذلك لأنه الدور الذي يدل على السلطة والسيطرة بينما لم يظهر كزوج ولا كابن بأي تكرار.

فنتائج الرصد تؤكد إرجاع المرأة إلى أدوارها التقليدية المنزلية و إقصائها من الفضاء السياسي.

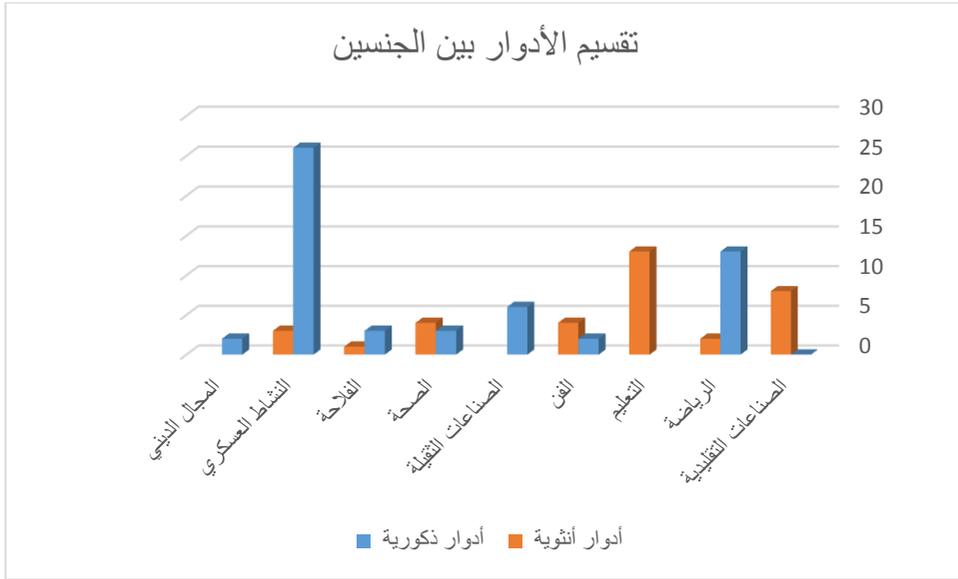
التلفزيون يغرس معايير الأدوار الاجتماعية التقليدية الخاصة بالمرأة دون الرجل:

وهو ما يبدو واضحاً في الجدول رقم(٠٧)، حيث أن التلفزيون العمومي الجزائري قسّم الأدوار بين الجنسين وفق التقسيم التقليدي حيث تظهر المرأة في الأدوار الأمومية والمتعلقة بأشغال المنزل. وقد ظهرت المرأة في الصناعات التقليدية بنسبة (١٠٠%) وفي التعليم بنسبة (١٠٠%)، وفي مجال الصحة بنسبة (٥٧%)، وهي نسبة أكثر من نسبة حضور الرجل المقدر بـ (٤٢.٨٥%)، وكان الحضور الإعلامي للمرأة مضاعفاً لحضور الرجل في المجال الفني بنسبة (٦٦.٦٦%)، والرجل بنسبة (٣٣.٣٣%) أما الرجل فعرف حضوراً كبيراً في الصناعات الثقيلة بنسبة (١٠٠%)، وفي المجال العسكري بنسبة (٨٩.٦٥%)، بينما أقصيت المرأة من المجال الديني وسجل الرجل حضوراً إعلامياً بنسبة (١٠٠%).

جدول رقم(٧)

تقسيم الأدوار الاجتماعية بين الجنسين في نشرات أخبار التلفزيون العمومي الجزائري

النسبة	أدوار أنثوية	النسبة	أدوار ذكورية	
١٠٠	٠٨	٠٠	٠٠	الصناعات التقليدية
١٣.٣٣	٠٢	٨٦.٦٦	١٣	الرياضة
١٠٠	١٣	٠٠	٠٠	التعليم
٦٦.٦٦	٠٤	٣٣.٣٣	٠٢	الفن
٠٠	٠٠	١٠٠	٠٦	الصناعات الثقيلة
٥٧	٠٤	٤٢.٨٥	٠٣	الصحة
٢٥	٠١	٧٥	٠٣	الزراعة
١٠.٤٣	٠٣	٨٩.٦٥	٢٦	النشاط العسكري
٠٠	٠٠	١٠٠	٠٢	المجال الديني



الشكل رقم (٤)
كيفية تقسيم الأدوار بين الجنسين

أهم نتائج الرصد الإعلامي:

(١) - أفرزت نتائج الرصد على عدم احترام التلفزيون العمومي لمبدأ الخدمة العمومية في أجندته التحريرية، فيما يتعلق بالمساواة بين النوعين في المجال السياسي وهو ما يعني الإقصاء الرمزي للمرأة من الفضاء السياسي وتأكيد الهيمنة الذكورية عليه، حيث قدرت نسبة حضور المرأة طيلة مرحلة الرصد (الانتخابات التشريعية) بـ (١٨.٩٥%) فقط، أما الرجل السياسي فكانت نسبة حضوره نسبة حضوره بـ (٨١.٠٤%).

(٢) - يمكننا تفسير الغياب شبه الكلي للمرأة من الفضاء السياسي بالهيمنة الذكورية عليه، وبترسيمات الإدراك والتقدير ذاتها التي تحكم رأس المال الرمزي الذي يسير هذا الحقل والمتمثل في السلطة باعتبارها رأس مال ذكوري، وباعتبار الحضور الإعلامي الضعيف للمرأة السياسية إعادة إنتاج للهيمنة الذكورية التي تحكم سير الفضاءات العامة في السياق الجزائري، حيث قدرت نسبة حضورها السياسي بـ (٥.٢٦%) فقط، مقابل (٩٤.٧٣%) نسبة الحضور السياسي الذكوري.

(٣) - يعتمد التلفزيون الجزائري على آليات إقصاء رمزية غير ظاهرة للعيان، والتي تعمل بشكل لاواعي على إعادة إنتاج الهيمنة الذكورية بشكل يقوي المخيال السياسي والاجتماعي الذكوري، وإذا كان "بيار بورديو" قد اعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات الأكثر فضحاً للنظام الاجتماعي الذكوري (٢٨)، فالتلفزيون العمومي الجزائري يمرر الرسالة ذاتها ويعيد نشر نفس الصورة المخالفة لروح الدستور ودفتر الأعباء فيما يتعلق بالمساواة في الحقوق السياسية للنوعين، حيث تؤسس المادة (٢٩)، و(٣١) من الدستور على ضمان المشاركة السياسية للنوعين والمساواة بين كل مواطن ومواطنة، والقضاء على كل أشكال التمييز من جنس أو عرق، كما تؤكد المادة (٣١)، على أن المؤسسات مطالبة بالمساواة بين

المواطنين والمواطنات في الحقوق والواجبات وإزالة العوائق التي تحول دون المشاركة الفعلية للمواطنين والمواطنات في الحياة السياسية والاقتصادية.^(٢٩)

(٤)- تشكل الصور النمطية التي ترجع المرأة إلى أدوارها التقليدية المنزلية والمتعلقة بالفضاء الخاص، من أهم آليات الإقصاء الرمزي التي يعتمد عليها التلفزيون العمومي الجزائري في بناء صورة علاقات القوة بين الرجل والمرأة في الفضاء السياسي، حيث تظهر المرأة في (١٢٨) صورة نمطية، بين صورتها كأم وكبنت وكزوجة، بينما لا يظهر الرجل سوى (٨) مرات في صورة الأب وهي الصورة التي ترمز دلالتها إلى السلطة في السياق الجزائري حسب ما يؤكد "هشام شرابي"، الذي يصف المجتمع الجزائري بالمجتمع الأبوي.^(٣٠)

(٥)- يقسم التلفزيون الجزائري العمومي الأدوار بين الجنسين على أساس البناء الاجتماعي للأجساد أي وفق الانتماء البيولوجي للجنسين الذي يتحدث عنه "بيار بورديو" في السياق الجزائري وكذا "سليمان مظهر" حيث يرى هذا الأخير أن من بين أهم إشكاليات المواجهة النفسية الاجتماعية في السياق الجزائري هي عدم توازن الأدوار بين الجنسين وفق ما تتطلبه الظروف المعاصرة للمجتمع، لذلك فهو يقسم الفضاءات، حيث يبقى المرأة في الفضاء المنزلي والفضاء الخارجي العام للرجل.

(٦)- تظهر نتائج البحث إقصاء المرأة من الفضاءات العامة وإظهارها في الأعمال التي لها علاقة بالفضاء المنزلي والتربوي الأمومي، حيث ظهرت في مهنة التعليم بنسبة (١٠٠%)، وفي مجال الصناعات التقليدية بنفس النسبة وكذا في مجال الصحة بنسبة (٥٧%)، بينما ظهر الرجل في الصناعات الثقيلة وفي المجال العسكري والديني بنسبة (١٠٠%)، وهي نتائج تدل على تقسيم الفضاءات الذي يراه كل من Christine Guionnet, Erik Neveu، عاملاً من عوامل الإقصاء الرمزي للمرأة من الفضاء السياسي،^(٣١) ذات الفكرة التي أكدها "بيار بورديو" عن السياق الجزائري.^(٣٢)

الخلاصة:

يمكن في خلاصة هذا البحث التشديد على أن الإقصاء الرمزي للمرأة السياسية يُعد نوعاً من أنواع العنف الرمزي الذي تعمل وسائل الإعلام على ممارسته في حق المرأة، رغم أن هذا النوع الاجتماعي يتمتع بصفة المواطنة مثل الرجل، وهذا الإقصاء يعتبر عائقاً من عوائق تحقيق الديمقراطية الاجتماعية والسياسية على مستوى الواقع، ذلك لأنه ولو كان رمزياً بالمعنى فإن "بورديو" يرى أنه وجهان لعملة واحدة، ففي الأخير للإقصاء آثاره في الواقع.

كما أنه من المهم التأكيد على أن اعتماد التلفزيون العمومي على آليات الإقصاء الرمزي، حتى وإن كانت لامرئية ولا محسوسة، فإن ذلك يعد تجاوزاً لطبيعته العمومية وخرقاً لما ينص عليه الدستور فيما يتعلق بالمساواة بين المواطنين والمواطنات في الحقوق والواجبات السياسية، خاصة المادتين (٢٩) و(٣١) باعتباره مؤسسة من مؤسسات المجتمع وله وظيفة أداء الخدمة العمومية، فالصور النمطية التي

يمررها التلفزيون وتقسيمه للأدوار، هو من طبيعة البناء الاجتماعي الذي يهيكل علاقات القوة بين النوعين في السياق الاجتماعي الجزائري، ومنه فإن هذا الإقرار يقودنا إلى تأكيد فرضية إعادة إنتاج التلفزيون العمومي الجزائري للهيمنة الذكورية التي تبني الجسد اجتماعياً، فالتلفزيون مسؤول عن كل الصور التي يحتفظ بها المشاهد في ذهنه حسبما تؤكد العديد من الدراسات والنظريات، كمنظريّة الغرس الثقافي، كما أن تلك التمثلات والتصورات الإعلامية للهيمنة الرمزية الذكورية التي تعكس دون شك ذات التمثلات والتصورات الاجتماعية الموجودة في المخيال الاجتماعي، والسياسي والدليل على ذلك أن التلفزيون العمومي الجزائري أعاد إنتاج الهيمنة الذكورية الموجودة في الفضاء السياسي والذي لا يتكون فقط من الهياكل المادية الأحزاب والهيئات بل يتكون أيضاً من تقديرات الإدراك التي تسيّر هذا الفضاء. لذلك كله فمن الأساسي دعوة الباحثين للبحث عن عوامل الإقصاء بمختلف أشكاله، بطرح إشكاليات بحثية حول البناء الرمزي للحقل السياسي وحول التمثلات والتصورات الإعلامية لعلاقات القوة بين النوعين، وكما يقول Alain Tourain، "يستحيل فهم العالم دون فهم العلاقات بين النوعين"^(٣٣)، فالبحث في هذا المجال هو بحث متعدد الأبعاد والأهداف، ويمكنه أن ينتج لنا تراكمًا معرفيًا سيساهم بدون أدنى شك في فهم واقعنا الثقافي والاجتماعي والسياسي والنفسي، وهو مشروع علمي متكامل وجب الانطلاق فيه وبه لفهم الواقع كما هو وليس كما يبدو لنا.

الهوامش:

- (١)- أنظر بيار بورديو، الهيمنة الذكورية، ترجمة: سلمان قعفراني، المنظمة العربية للترجمة، شارع البصرة بيروت، الطبعة الأولى ٢٠٠٩.
- (٢)- المرجع السابق نفسه.
- (٣)- ستيفان شوفالبيه، كريستيان شوفيري، معجم بورديو، ترجمة: الزهرة إياهم، الطبعة الأولى الألفية، للدراسات والنشر والتوزيع، سورية، دمشق ٢٠١٣، ص ١٢١.
- (٤)- أ.لارامي، ب.فالي، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، ترجمة: ميلود سفاري، مولود سعادة وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ٢٠٠٤، ص ٩٢.
- (٥)- للتعلم أكثر أنظر، كتاب بيار بورديو، الهيمنة الذكورية، مرجع سبق ذكره.
- (٦)- ستيفان شوفالبيه، كريستيان شوفيري، معجم بورديو، مرجع سبق ذكره، ص ١٧٧.
- (٧)- المرجع السابق نفسه، ص ١٨٠، ١٨١.
- (8)- Jane Freedman, Femmes Politiques, Mythes et Symboles, éditions, L'Harmattan, paris, 1997, P21.
- (9)- ستيفان شوفالبيه، كريستيان شوفيري، معجم بورديو، مرجع سبق ذكره، ص ١٨٠.
- (١٠) - **Theorie de genre**, organisation des Nations unies pour l'éducation la science et la culture, paris, p4.
- (11)- **sous les sciences sociales le genre**, sous la direction de Danielle Chabaud-Rychter, Virginie Descoutures, Anne-Marie Devreux, Eleni Varikas, opcit, p9.

- (12)– **Theorie de genre**, organisation des Nations unies pour l'éducation la science et la culture,opcit,p1.
- (13)– Jane Freedman,Femmes Politiques,Mythes et Symboles,opcit,p29.
- (14)– ibid,p29.
- (15)–ibid,29.
- (16)– Grégory Derville, Sylvie Pionchon,**la femme invisible.Sur l'imaginaire du pouvoir politique**, revue,Mots.les langages du politique du genre,n78,2005,p55
- (17)– Jane Freedman,Femmes Politiques,Mythes et Symboles,opcit.
- (١٨)–بيار بورديو، **الهيمنة الذكورية**، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٢.
- (١٩)– المرجع السابق نفسه، ص ١٥٤.
- (٢٠)– المرجع السابق نفسه، ص ١٥٥.
- (21)– Grégory Derville, Sylvie Pionchon,**la femme invisible.Sur l'imaginaire du pouvoir politique**,opcit,p55.
- (22)–ibid,p58.
- (23)– Grégory Derville, Sylvie Pionchon,**la femme invisible.Sur l'imaginaire du pouvoir politique**,opcit.
- (٢٤)– بيار بورديو، **الهيمنة الذكورية**، ص ١٥٨.
- (25)– Grégory Derville, Sylvie Pionchon,**la femme invisible.Sur l'imaginaire du pouvoir politique**,opcit,p55
- (26)– Ibid,p58.
- (٢٧)– بيار بورديو، **الهيمنة الذكورية**، ص ١٥٨.
- (٢٨)– للتوسع في الموضوع أنظر: المرجع السابق.
- (٢٩)– أنظر تقرير حول تحليل الوضع الوطني، **الحقوق الإنسانية للمرأة و المساواة على أساس النوع الاجتماعي**، الجزائر: تعزيز المساواة بين الرجل و المرأة في المنطقة الأروومتوسطية ٢٠١١-٢٠٠٨، برنامج ممول من قبل الاتحاد الأوربي ، قامت بإعداده لجنة مستقلة.
- (٣٠)– للتفصيل أكثر أنظر: هشام شرابي، **مقدمات لدراسة المجتمع العربي، سلوكنا الاجتماعي و بنية العائلة في المجتمع العربي الاتكالية، العجز و التهرب، الوعي و التغيير**، الطبعة الثالثة، الدار المتحدة للنشر، بيروت، ١٩٨٤.
- (31)– Christine Guionnet,Erik Neveu,**Féminins/Masculins,Sociologie de genre**, Armand colin.
- (٣٢)–أنظر بيار بورديو، **الهيمنة الذكورية**، مرجع سبق ذكره.
- (33)–Le retour du sujet ? La sociologie d'Alain Touraine entre deux colloques de Cerisy,Jean-François Bert,cairn info, : Centre d'histoire de Sciences Po revue n 20.

Media Presence of Politician Woman in the Algerian Public Television - A Critical Analysis of the Symbolic Exclusion phenomenon

Prof. Dr. Redouane Boudjema
redouaneisic@gmail.com

Radjai Aichouche PhD researcher
Ness-@outlook.fr

College of Media and Mass Communications
University of Algeria 3

Abstract

This piece of research is an attempt to discover the mechanisms of the symbolic exclusion of the politician woman, exclusion practiced by Algerian Public television.

This media of mass is, professionally and legally supposed to take into account its role to, achieve equality between the two genders. The public feature of the media imposes on the equality between every male and female citizen in covering different events and political celebrations.

The matter of strength in the relations between the two genders in the political space is considered to be one of the issues which still stand on the level of the symbolic male dominance in the field of policy/over female.

It is not only a male field as some researchers believe, but it is also characterized by the official realization and appreciation that structures the relations of strength between the two genders in the field of policies, and reproduces the social male dominance in the media in which this latter –as Pierre Bourdieu stated- is one of the institutions of society to produce the symbolic dominance.

In this research, we are going to use the process of Media Monitoring of the woman's image during the period of the 2017's legislative elections. Through the help of Monitoring methodology which will allow us to remove cover on the factors of the symbolic exclusion that occurs in one of the most significant events (where the relations of strength strikingly appear).

Key words: Male Dominance, Symbolic Power, Symbolic Exclusion, Media Monitoring, Symbolic Violence, The gender.

Copyright © EPRA 2018

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg , www.jpr.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,

Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.

And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or chairman@epra.org.eg, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- The first academic refereed & specialized Journal in the Arab world & the Middle East, as well as the First Arab Scientific journal in that specialty (the media) got the Arab Impact Factor coefficient effect = 1.34 with 100% in 2017 report from the American Foundation NSP " Natural sciences Publishing," sponsored by Association of Arab universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.



Journal of Public Relations Research Middle East
(IPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Nineteenth issue - Sixth Year – April / June 2018 -

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh. Atef

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi

Associated Professor & Head of Public Relations Dep.
College of Mass Communication - Al Ghurair University

Dr. Suhad Adil

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Information and tongues Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharif (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor Faculty of Media Science & Communication University of Alover-3

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Sixth year - Nineteenth Issue- April / June 2018

Arab Impact Factor 2017 = 1.34

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Redouane Boudjema** - University of Algeria 3
Radjai Aichouche - University of Algeria 3
Media Presence of Politician Woman in the Algerian Public Television
A Critical Analysis of the Symbolic Exclusion phenomenon 7
- **Associated Prof. Saad Ibn Saud Al Saud** – Al Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
Negative News on Social Networks and its Relation to the Level of Political Malaise
Among Saudi Youth 8
- **Associated Prof. Saber Hares Mohamed** - Gulf University of Bahrain
The impact of print media on the value format in the Arab world 9
- **Dr. Hamad Bin Nasser Al-Mousa** - Al Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
Impact of Using Marketing Public Relations on Brand Equity
A Study on Customers of Dairy Companies Working In KSA 10
- **Dr. Eman Fathy Abdel Mohsen Hussein** - Umm Al-Qura University
Dr. Salwa Ali Ibrahim Al-Gayyar - Port Said University
The treatment of Media for Health and Environmental Issues Through Media
Campaigns in the Specialized Satellite Channels for Pre-school Child 11
- **Dr. Merhan Mohsen Tantawi** – Al Ain University for Science and Technology
Evaluation of Youth to Study Media Specialization in English and its Reflection on
their Arabic language – (A Field Study) 13
- **Dr. Abdelsalam Andaloussi** - Abdel Malik Al Sadie University
Legalization of Media Legitimacy 14
- **Rula Abdelrahman Ali** - Misr University for Science and Technology
Effectiveness of the Publications of Public Relations
An Applied Study on the Public 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright 2018@EPRA

www.epra.org.eg